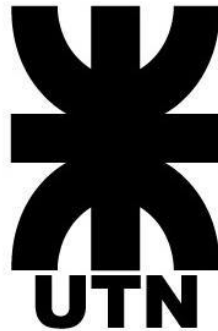


Universidad Tecnológica Nacional

Facultad Regional Córdoba



INGENIERIA DE SOFTWARE
PÓSTER CIENTÍFICO DESIGN THINKING
GRUPO N°8

Profesores:

- Covaro, Laura Inés
- Robles, Joaquín Leonel
- Crespo, María Mickaela

Integrantes:

- Carabelli Farias Federico - 71691
- Cerutti Alex - 78708
- Diaz Lucas - 73898
- Rivero Juan - 67477

Curso: 4k4

Ciclo lectivo: 2021

Fecha de entrega: 30/04/2021



Design thinking



Grupo 8:
- Alex Cerutti
- Lucas Diaz
- Federico Carabelli
- Juan Rivero

Docentes:
- Ing. Laura Covaro
- Ing. Joaquín Robles
- Ing. Mickaela Crespo

Introducción:



¿Que es design thinking?

Es difícil dar una definición exacta de design thinking, pero se podría decir que es una metodología para encontrar una solución a algo, o sea facilita la solución de problemas, el diseño y desarrollo de productos y servicios. Para ello, design thinking utiliza la creatividad de un equipo de personas motivadas en encontrar la solución a un problema. Como característica de vital importancia, es que se divide en una serie de etapas/pasos sobre los cuales se pueden volver en forma iterativa según sea necesario.



Características

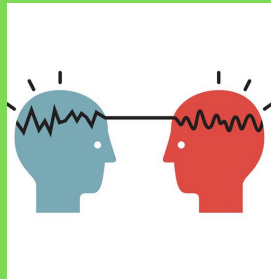
Orientada al usuario: o sea que esta pensado en aportar valor a las personas
Orientado a la accion: por lo que el objetivo es encontrar soluciones de acuerdo a los problemas detectados utilizando este marco de trabajo
Capacidad de generar soluciones en muy poco tiempo: debido a su característica de probar la solución encontrada de manera rapida para poder recibir el feedback necesario

Metodología

Se realizó un analisis bibliografico de las guías y manuales que presentan y explayan el concepto de design thinking (referenciadas al final). También se hizo un análisis comparando con la realidad que productos pueden haber sido desarrollados con esta técnica

Resultados: Design thinking se compone de 5 etapas

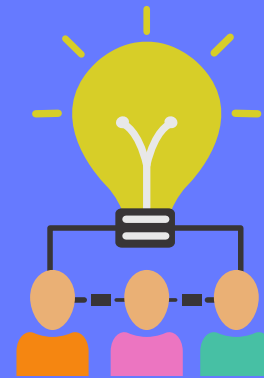
Empatizar



Esta es la etapa donde lo que se busca es ponerse en la piel del usuario a quien estamos analizando. Esto se hace con el fin de comprender de manera profunda sus necesidades, y poder encontrar soluciones que sean acordes a ellas. Para poder empatizar y conocer mejor las necesidades de los clientes, existen diversas técnicas, entre las que están: entrevistas, observación encubierta, focus group, etc

Observación encubierta

Consiste en observar como interactúa un usuario con un producto sin que sepa que esta siendo evaluado. Esto ayuda a obtener reacciones sinceras



Definir



Se organiza y se filtra toda la información recopilada en la anterior etapa. Se queda con lo que aporte valor y sencillamente se trata identificar dónde se podrán ofrecer soluciones en las distintas áreas de oportunidad. Mas adelante se validará lo encontrado probándolo en el mercado. Una técnica habitual es el Clusterizado

Clusterizado

Consiste en poner toda la información obtenida en post-its, luego organizarlos según lo que contenga, para, por último tratar de usar una frase sintetizadora que represente a cada uno de los grupos



Idear

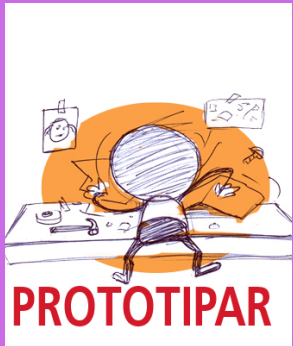


Es la etapa de presentar ideas, donde mientras mas haya y mas se deje fluir la creatividad mejor. Hay que poner a todo el equipo a pensar y exponer ideas, por mas inverosímiles que suenen, muchas veces las ideas mas raras son las que presentan soluciones mas innovadoras. Al final se opta por la que mejor encaje con una solución viable. Una de las técnicas mas utilizadas es la del brainstorming

Brainstorming

Como su nombre indica, la técnica consiste en la interacción entre los integrantes de un equipo para generar ideas basadas en la creatividad y la espontaneidad

Prototipar



Esta etapa consiste en, por medio del prototipado construir un modelo (que hasta entonces era solo un concepto) que permita verificar las soluciones o productos diseñados para poder recibir un feedback, y con esto poder mejorar y refinar ciertos elementos antes de llegar al resultado final. Esta idea se acerca mucho al concepto de MVP de la metodología lean startup

Prototipo en imagen

Se plasman las ideas de una posible solución en una imagen, para poder debatir con mayor facilidad posibles mejoras y/o modificaciones con los miembros del equipo

Testear



Se complementa con la etapa anteriormente mencionada, se prueba si el prototipo creado encaja con la solución. Es importante entender que en esta parte no se esta vendiendo, sino que se esta probando para obtener un feedback (posibles mejoras, fallos a solucionar, carencias), y con este poder hacer una nueva versión mejorada

Evaluación de la experiencia

Se solicita a los usuarios que prueben un prototipo y cuenten su experiencia sobre que les pareció y si realmente cubre sus necesidades

Este ciclo se puede repetir varias veces

Donde y como aplicar

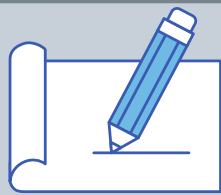
Es posible aplicar esta metodología a cualquier sector o actividad, 3 ejemplos de esto son:



Educación: para diseñar cursos virtuales o herramientas para usar en los mismos (pizarras virtuales)

Sector financiero: nuevos tipos de tarjetas y formas de pagar, o incluso las muy conocidas fintech, como puede ser Ualá

Videojuegos: un buen ejemplo es Discord, supo encontrar y satisfacer la necesidad de los jugadores al brindar una plataforma para comunicarse mientras juegan sin afectar el rendimiento de la computadora



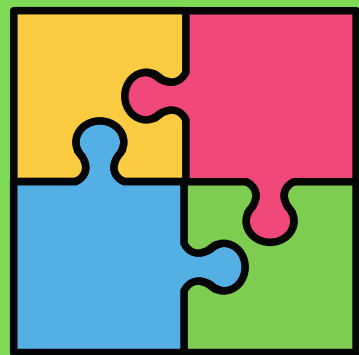
Otras técnicas para facilitar la generación de ideas

Mapa mental: Se coloca un tema principal en el mapa, y de este tema se van ramificando y conectando a el diferentes conceptos

Scamper: Sustituye, Combina, Adapta, Modifica, Pon en otros usos diferentes. Básicamente consiste en agarrar algo que ya existe y agregarle alguna funcionalidad nueva

Customer journey: Engloba las fases desde que una persona tiene una necesidad hasta que compra el producto. Las organizaciones lo usan para conocer como pueden ser elegidas por los usuarios

Conclusión



La situación de la época actual, donde el mundo esta tan globalizado y la digitalidad esta en auge, causa que la competencia crezca de manera muy veloz a través de los años. El diseño de los productos cada vez viene menos enfocado en cuestiones técnicas y mas en la experiencia que va a tener el usuario, por lo que es importante que las organizaciones actuales tengan una buena capacidad creativa e innovadora (para no quedarse atrás con respecto a la competencia). Es importante destacar que design thinking también se trata (aparte de diseñar y crear) sobre aspectos propios del equipo como pueden ser: la inteligencia emocional, la motivación, emociones, innovación y creatividad

Referencias

webgrafia: <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/>
<https://www.luisan.net/blog/disenio-grafico/que-es-design-thinking>
<https://www.itmadrid.com/que-es-y-para-que-sirve-design-thinking/>
<https://www.designthinking.es/inicio/>