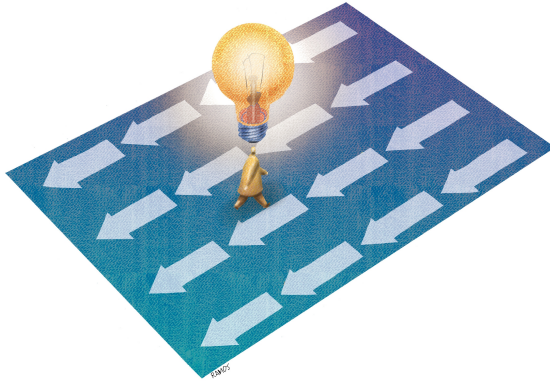


Clase: Proceso de diseño: Una herramienta para encontrar soluciones

El diseño es más que una silla bonita. Los procesos inherentes a esta disciplina pueden ayudar a resolver problemas en las organizaciones de hoy. Conozca las etapas de este proceso, las que pueden usarse en forma sistemática en la generación de oportunidades de negocios.



¿Qué tiene en común la cafetera en la que preparamos el desayuno cada mañana y el auto en que nos trasladamos? Aunque parezca difícil encontrar alguna similitud, el concepto de diseño se encuentra inserto en ambos. Y es que todo producto fue pensado e imaginado con un diseño particular, el que busca ser valorado por los consumidores. Un aspecto que en muchas ocasiones es determinante para llamar la atención de los esquivos consumidores.

Sin embargo, a veces reducimos el rol del diseño a un ámbito relativo a sus atributos estéticos y en consecuencia, nos limitamos en su definición. En una economía de la experiencia, donde se requiere de ofertas de valor altamente diferenciadas y muchas de ellas intangibles, se necesita de un diseño que sea capaz de integrarse en la generación de nuevos modelos de organización empresarial.

Conceptos y estrategias

El diseño es un proceso creativo estructurado para la resolución de problemas. A partir de esta definición, ¿qué debemos entender por estructurado? Se trata de un proceso que tiene etapas, pero éstas no determinan resultados.

Los diseñadores trabajan en la elaboración de productos y servicios con una serie de procesos adaptables. Uno de los procesos de diseños utilizados está basado en la experiencia individual y en la intuición. Otro se basa en la colaboración de profesionales de múltiples áreas. Las técnicas de aproximación y research centrado en las personas, la identificación de problemas, el desarrollo de conceptos, el prototipado rápido y la implementación de proyectos, son sin lugar a dudas metodología utilizada en procesos de diseño. Este tipo de aproximación es bastante más compleja y sistemática, de lo que superficialmente podemos entender por diseño.

Con el objetivo de abarcar e integrar las múltiples áreas y profesionales ligados al diseño, el [design council](#) ha desarrollado una definición que considera al diseño “como una actividad creativa, cuyo objetivo es establecer las diversas cualidades de objetos, procesos, servicios y sus sistemas en ciclos de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y de la diversidad cultural y de intercambio económico”.

Un aspecto relevante de esta definición es que considera que el proceso del diseño y algunas de sus herramientas pueden ser usadas e integradas por profesionales de diferentes áreas, por ejemplo personas que vienen del mundo de la antropología, psicología, comunicación, ingeniería, o del mundo de los negocios se pueden beneficiar de su utilización.

¿Cuáles son las fases del proceso de diseño?

El proceso de diseño es administrado por los diseñadores de diferentes maneras. Sin embargo, existen ciertos patrones y enfoques compartidos en la forma de aproximarse a las distintas problemáticas a las que intenta dar respuesta el diseño. El modelo de este proceso sistemático está dividido en cuatro áreas: **Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar**.

1. Descubrir: Esta fase marca el inicio del proyecto. En esta etapa se comienza con una idea inicial o existe una inspiración, a menudo procede de una fase de descubrimiento en el que se identifican las necesidades del usuario.

En esta fase se consideran:

- **Estudios de Mercado:** Una fuente de información que puede conducir al desarrollo de nuevos productos y servicios son las investigaciones de mercados. Esta información puede venir de la empresa, como del research del entorno competitivo, del análisis de tendencias tanto de mercado como del consumidor.
- **Research de Consumidor:** Es de suma relevancia enfocarse en levantar hallazgos de las prácticas, necesidades y experiencias de los consumidores. La obtención de este tipo de información será vital para el ciclo del proceso de diseño.

Este tipo de research se utiliza para identificar la relación actual de las personas con los productos y servicios. Genera instancias para realizar mejoras o gestionar innovación. Además permite establecer nuevas oportunidades de desarrollo de productos nuevos y servicios que respondan mejor a las necesidades del consumidor.

- **Gestión de Información:** Es un desafío establecer la forma en que se utilizará la información obtenida. Será relevante la gestión que se realice con ella, entre los aspectos importantes a considerar está la planificación en que se transferirá este conocimiento al resto del equipo en las fases siguientes y el involucramiento que deberá tener del equipo de diseñadores en el mismo levantamiento de información de las personas.

Es importante entender que se obtendrá un mayor aprendizaje en la medida que el involucramiento con cada una de las partes del proceso de obtención de información y de encuentro con los consumidores y sus experiencias sea lo más cercano posible. Esto será un aporte que dará mucho valor al proceso creativo y de desarrollo del proyecto.

2. Definir: Esta segunda etapa representa la fase de definición, donde se trabaja en la interpretación y la adaptación de hallazgos, necesidades u oportunidades observadas y se cruzan con los objetivos de negocio. Las actividades claves durante la etapa de definir son las siguientes:

- **Desarrollo de Proyecto:** En esta fase es muy importante que todo el equipo esté al tanto de los factores que influyen en las posibles soluciones para el problema. Durante esta etapa se debe estar al tanto del contexto amplio en donde se sitúa el problema u oportunidad.

Esto puede incluir conocer incluso la propia situación financiera de la empresa y las capacidades de inversión en el proyecto. Así mismo será relevante considerar lanzamientos recientes de la competencia, el contexto social y económico que requieren ciertas aproximaciones específicas, tales como la conciencia en asuntos de sustentabilidad.

- **Gestión del Proyecto:** Cada etapa tiene su proceso interno de gestión de la información. Para gestionar un proyecto las distintas empresas utilizan distintas herramientas para supervisar, evaluar y seguir el ritmo de sus procesos de desarrollo (herramientas de administración, gants, diagramas de flujo, plataformas de seguimiento).

El tipo de recurso utilizado dependerá directamente de las políticas internas y de la filosofía de cada empresa entorno al desarrollo de productos, servicios o procesos.

- **Evaluación de la continuidad del proyecto:** En todas las compañías existe una instancia de evaluación final del proyecto en términos de viabilidad y rentabilidad. Es en esta fase donde se evalúa si el proyecto se finaliza o si se entregan las aprobaciones, se gestionan presupuestos y se continúa con la etapa de desarrollo.

3. Desarrollar: Esta etapa marca un período de desarrollo de las soluciones planteadas en la fase anterior. Estas soluciones son desarrolladas, evaluadas y testeadas. En esta fase existe un proceso de trabajo iterativo, que se basa en la obtención de feedback, tanto de la empresa como de los usuarios finales, con la finalidad de realizar mejoras y validar el planteamiento.

Las actividades y objetivos claves de esta etapa son:

- **Trabajo multidisciplinario y trabajo entre departamentos:** El trabajo multidisciplinario es la clave para el desarrollo de proyectos. Los beneficios de trabajar integradamente permiten resolver problemas durante todas las fases previas a la implementación final. Además, evita que se formen cuellos de botella que generan demoras y permite detectar cualquier falla de manera anticipada.
- **Gestión visual:** Las técnicas de gestión visual permiten a las partes interesadas seguir el progreso del proyecto de diseño y ver las diferentes fases e iteraciones de bocetos, prototipos y otros trabajos de diseño en el concepto del producto o servicio.
- **Desarrollo de métodos:** Con objetivo de reducir los costos y tiempos de desarrollo, las empresas utilizan cada vez más prototipos virtuales en las primeras fases de desarrollo del diseño. Estos métodos pueden variar desde bocetos y representaciones detalladas de los modelos 3D de diseños posibles, a representaciones visuales a partir de modelos físicos realizados con equipos de prototipado rápido.
- **Testeo:** los métodos de ensayo utilizados se basan en gran medida en las metodologías tradicionales de investigación de mercado, en la mayoría de los casos se prueba con los consumidores a través de la observación in situ, focus, pruebas simuladas y otras técnicas.

4. Entregar/Implementar: Esta es la fase final del modelo y corresponde a la etapa de entrega, donde el producto o servicio es finalizado y lanzado al mercado.

Las principales actividades y objetivos de esta etapa son:

- **Pruebas finales, aprobación y lanzamiento:** esta etapa final del proceso está diseñada para identificar las posibles limitaciones o problemas antes de la producción final. Es cuando el producto o servicio se compara con las normas y reglamentos y se somete a pruebas de los daños y de compatibilidad.
- **Evaluación y retroalimentación:** En la mayoría de los casos forma parte del proyecto medir y evaluar el éxito del producto o servicio puesto en marcha con el objetivo de probar su impacto. Cada empresa por lo general cuenta con sus propias fuentes para evaluar interna y externamente sus procesos o nuevos desarrollos. Algunos de las herramientas que se utilizan son: encuestas de evaluación y seguimiento, satisfacción del cliente, benchmarks, entre otras.

Resumen

- El diseño es más que una silla bonita. Los procesos inherentes a esta disciplina pueden ayudar a resolver problemas en las organizaciones de hoy.
- En una economía de la experiencia, donde se requiere de ofertas de valor altamente diferenciadas y muchas de ellas intangibles, se necesita de un diseño que sea capaz de integrarse en la generación de nuevos modelos de organización empresarial.
- El diseño es un proceso creativo estructurado para la resolución de problemas. Integrar a los diseñadores en etapas tempranas de desarrollo de productos, servicios e interacciones genera soluciones alto impacto y centradas en el cliente.
- Son usadas como metodologías propias de este campo, las técnicas de aproximación y research centrado en las personas, la identificación de problemas, el desarrollo de conceptos, el prototipado de conceptos y el prototipado rápido.
- El proceso del diseño y muchas de sus herramientas pueden ser usadas e integradas por profesionales de diferentes áreas para favorecer sus procesos de innovación.
- El modelo de este Proceso del diseño está dividido en cuatro áreas: Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar.