

EDI 1 UX / UI

Experiencia de Usuario / Interfaz de Usuario

Año 2024 - Profesor: Federico Carrizo

ISFT N°93

Clase 5, 6 y 7: Metodología Design Thinking

En esta clase, utilizaremos DT para diseñar un sistema sencillo. En estas 3 clases trabajaremos diversas técnicas en cada etapa para poder acercarnos más a un sistema centrado en el usuario

Etapa Empatía

- La primera de las fases del Design Thinking es la etapa de empatía.

En la primera de las etapas del design thinking, el enfoque se centra en comprender verdaderamente a los usuarios para los que se está diseñando la solución innovadora, además de su contexto.

Los equipos se sumergen en la experiencia del usuario, buscando comprender sus necesidades, deseos, frustraciones y aspiraciones.

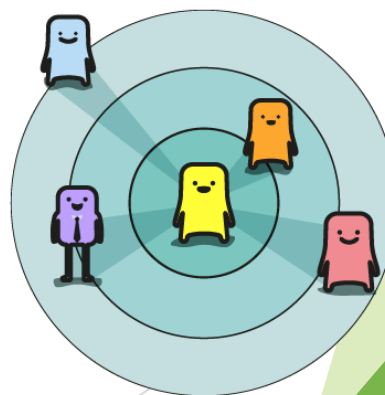
La empatía es fundamental para desarrollar una comprensión profunda del problema que se está tratando de resolver y para garantizar que cualquier solución propuesta esté verdaderamente alineada con las necesidades del usuario.

Algunas de las técnicas más usadas en la fase de empatía de design thinking, son:



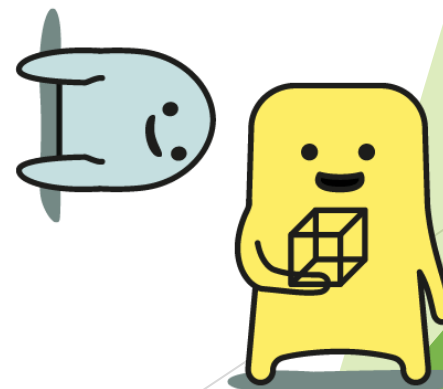
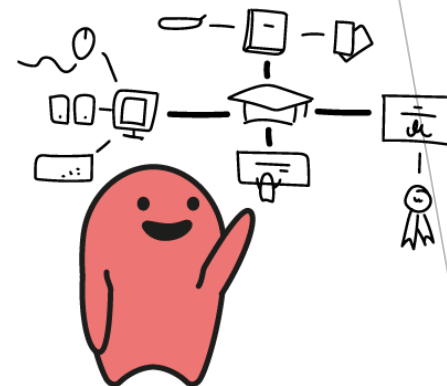
Etapa Empatía

- La técnica de innovación **Inmersión Cognitiva**, como su nombre indica, nos invita a sumergirnos o realizar una inmersión de nuestros sentidos, para entender la realidad de nuestros usuarios o potencial clientela. Debemos ponernos en el lugar de las personas para las cuales estemos desarrollando nuestro proyecto de innovación.
- La técnica de innovación **Mapa de Actores o mapa de stakeholders**, refleja de forma gráfica las conexiones entre los distintos actores sociales que componen un servicio. Estos actores sociales pueden ser personas, empresas, organizaciones... En la herramienta Mapa de Actores, los stakeholders se colocan en una estructura visual representada por una diana o círculos concéntricos.



Etapa Empatía

- La técnica de innovación **Mapa Mental** sirve para ayudar al desarrollo de un pensamiento y sus posibles conexiones con otros. Favorece la fluidez de ideas, ya que la mano y la mente trabajan juntas, apoyándose esta última por la herramienta visual. Da, como resultado, un esquema ramificado alrededor de un tema principal.
- La técnica de innovación **Observación encubierta o “Sombra”** consiste en observar a un usuario interactuando con un producto, servicio o prototipo, sin que sepa que está siendo evaluado y sin interferir en sus acciones o contexto. De este modo, se consigue obtener información objetiva in situ sobre el usuario, es decir, aquella que no entregan voluntariamente con otro tipo de participación.



Etapa Empatía

- La técnica de innovación **Brenchmarking o Análisis comparativo de Competencia** permite analizar de forma cuantitativa una serie de características que definen la oferta de los competidores o proyectos referentes. Con base en la información recopilada, podrás sacar conclusiones sobre cuáles son los puntos fuertes de sus estrategias, y cuáles las brechas en las que fundamentar parte de tus aportes de valor.

—	—	—	—	—	—
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●
—	●	●	●	●	●

Etapa Definición

- La segunda etapa de las fases del Design Thinking es la etapa de definición.

Una vez que se ha obtenido una comprensión sólida de los usuarios, sus necesidades y su contexto, la fase de definición implica sintetizar esa información en una o varias áreas de oportunidad

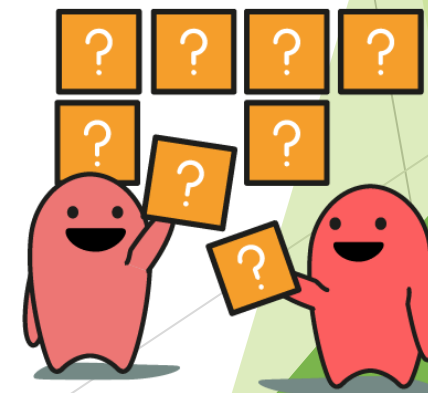
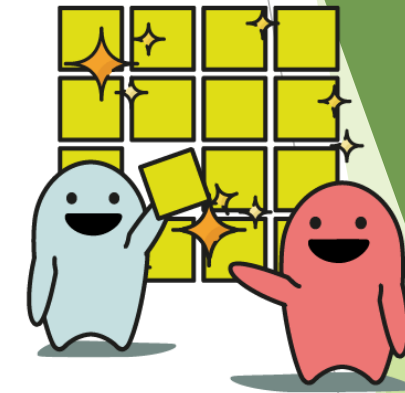
Aquí es donde se establecen los objetivos del proyecto y se delimita el alcance de la solución que se está buscando. Es fundamental para garantizar que el equipo esté alineado en torno a un objetivo común y que todos tengan una comprensión clara de lo que están tratando de lograr.

Algunas de las técnicas más usadas en la fase de definición de design thinking, son:



Etapa Definición

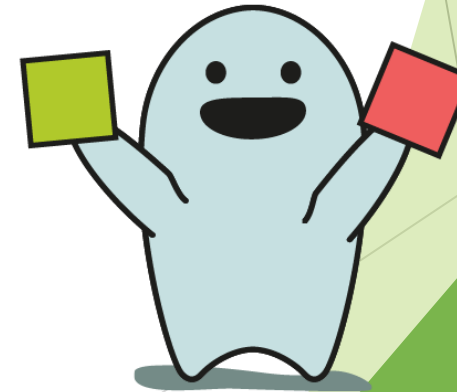
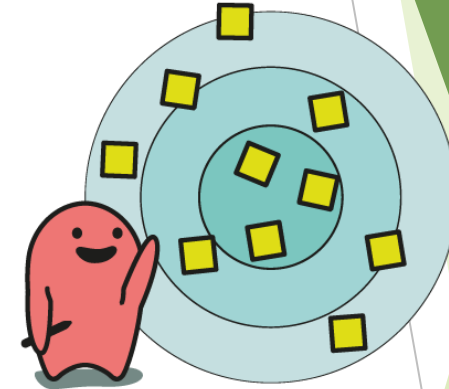
- La técnica de innovación **Insights** es de las más cruciales en cualquier proyecto de innovación. Los Insights son revelaciones que, gracias a la investigación que has realizado en tu proyecto de innovación, tanto primaria como secundaria, has sido capaz de identificar. Son claves. Dan visibilidad y claridad a información oculta. Es información reveladora que define una posible área de oportunidad. Dependiendo de la calidad de tus Insights, tu solución innovadora será más o menos exitosa, tanto por su experiencia de usuario como por su ventaja competitiva.
- Las **Preguntas ¿Cómo podríamos...?**, también llamadas HMW questions (How Might We? Questions), son el eslabón entre las áreas de oportunidad identificadas en un proyecto de innovación y la generación de ideas. De manera resumida, se trata de convertir los Insights que hayamos identificado, en preguntas que empiecen por -: "¿Cómo podríamos...". Usa esta técnica de innovación antes de realizar una sesión de ideación. Las posibles respuestas a estas preguntas son las ideas que construirán tu solución innovadora. Verás cómo, cuando te enfrentas a una pregunta, tu mente empezará a pensar un sinfín de ideas prometedoras



Etapa Definición

- La técnica de innovación **Diagrama de Prioridades** es una herramienta de toma de decisiones orientada a priorizar tareas o elementos. Esta herramienta visual, representada por una diana, invita a colocar cada elemento a evaluar, de manera más céntrica o excéntrica, según su nivel de prioridad.
- La técnica de innovación **Tarjetas rojas y verdes** consiste en aprender a debatir, a través de una comunicación efectiva, opiniones enfrentadas en grupos. Dentro de un grupo, cada persona tendrá una tarjeta roja y una verde. Cuando alguien haga una propuesta, o explique alguna cosa, el resto del equipo levantará la tarjeta verde si están de acuerdo o lo han entendido bien, o la roja si no están de acuerdo o les queda algo que aclarar.

Si estás utilizando la metodología Design Thinking o Pensamiento de Diseño, utiliza esta técnica de toma de decisiones para llegar a consensos y favorecer el diálogo colectivo. Podrás aplicarla en cualquiera de las etapas del Design Thinking.



Etapa Ideación

- La tercera etapa de las fases del Design Thinking es la etapa de ideación.

La fase de ideación es el corazón creativo del Design Thinking, donde el pensamiento divergente y el lateral se liberan sin restricciones. Los equipos generan una amplia gama de ideas, sin juzgar ni descartar ninguna prematuramente. Se fomenta la colaboración y se exploran diferentes enfoques para abordar soluciones que aprovechen las áreas de oportunidad definidas en la segunda de las etapas design thinking: la fase de definición. La clave de la etapa de ideación es generar tantas ideas como sea posible, sin preocuparse por su viabilidad en este momento, para terminar, eligiendo las mejores. Que terminarán modelando la solución innovadora.

Algunas de las técnicas más usadas en la fase de ideación de design thinking, son:



Etapa Ideación

La técnica de innovación **Lluvia de ideas o Brainstorming** es uno de los métodos para generar ideas más conocido que existe. Gracias a la Lluvia de ideas o Brainstorming , conseguirás generar una gran cantidad de ideas para concebir tus soluciones innovadoras. Fomentando la creatividad en grupo y la ideación colaborativa.

En una Lluvia de Ideas debes buscar la cantidad de ideas, para aplicar luego técnicas de selección con el fin de quedarte con las mejores.



Etapa Ideación

Matriz FODA es una técnica de análisis estratégico o de gestión empresarial, que sirve para realizar un autoanálisis para plantear posibles nuevas estrategias, a partir de la fotografía del momento actual en el que nos encontramos. Se utiliza para:

- Analizar el contexto
- Identificar oportunidades
- Diseñar modelos de negocio

En la Matriz FODA reflexionaremos sobre el estado actual de nuestro reto (personal, proyecto, empresa, etc.) identificando elementos para los cuatro cuadrantes de la matriz en los que haremos un análisis de: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

- En las Fortalezas apuntaremos las ventajas competitivas y puntos fuertes
- En las Oportunidades apuntaremos las circunstancias externas favorables
- En las Debilidades apuntaremos todo lo interno que supone una barrera o desventaja frente al objetivo a cumplir
- En las Amenazas apuntaremos las circunstancias externas desfavorables



Fin de la Clase ¡Buen Viernes!

Año 2024 - Profesor: Federico Carrizo

ISFT N°93