

Material Imprimible

Diseño UX/UI

Módulo 2

Contenidos:

- Metodologías de diseño
- Metodologías ágiles y en cascada
- Design Thinking
- Design Sprint

Metodologías de diseño

Es momento de que conozcamos cuáles son las metodologías que se utilizan al momento de llevar a cabo el diseño UX/UI. De acuerdo con el consultor Diego Martin, *“la metodología de trabajo es una herramienta muy potente para definir las pautas y procedimientos de la empresa”*.

Esto quiere decir que se trata de establecer una serie de pasos a seguir para llevar a cabo las tareas laborales de una forma mucho más eficiente. De esta manera, podemos decir que se ocupa de aportar organización en el ámbito laboral, porque si no hay metodologías de trabajo definidas, lo más probable es que las tareas se realicen de manera desorganizada y caótica.

De acuerdo con el consultor, algunos de los beneficios de tener una metodología de trabajo clara son que ayuda a optimizar los recursos de la empresa, mejora la calidad del trabajo, reduce los riesgos de los proyectos y establece prioridades. Pero quizás se pregunten a qué nos referimos con que reduce riesgos, y esto tiene que ver con que, si en el ámbito laboral lo que predomina es el caos, se producen pérdidas a nivel económico, porque no vamos a lograr optimizar nuestros recursos.

Por lo tanto, la clave para que logremos establecer la metodología de trabajo en nuestro ámbito laboral es que podamos definir cuáles son los distintos procesos que tenemos que llevar a cabo, en detalle, y organizarlos para saber cuál es el orden conveniente para realizarlos.

Sin embargo, no hay una única metodología de trabajo posible. Veamos algunas posibilidades: podemos encontrarnos con metodologías en cascada y metodologías ágiles.

Metodología en cascada

Empecemos por la metodología en cascada, o waterfall por su nombre en inglés. Se trata de un desarrollo secuencial de las tareas de trabajo. Esto quiere decir que se definen las tareas y no se puede pasar a la siguiente hasta que no se termine la anterior. Recién cuando una termina es que comienza la otra.

Esta metodología se utilizó mucho a lo largo de la historia. Pensemos en el modelo fordista de producción, que se caracterizaba por la producción en cadena. Este sistema,

impulsado por Henry Ford, fue el predominante a lo largo del siglo XX por las ventajas que brindaba: reducía los costos y el tiempo de producción, el trabajo era mecanizado y permitía la especialización de la mano de obra.

Pero en 1970, el teórico en informática Winston Royce, desarrolló el modelo waterfall, tal como se lo conoce hoy en día, para organizar el flujo de trabajo mediante una serie de fases que se debían ejecutar una a una. Además, establecía que, cuando se finalizara cada etapa, se debía generar un documento que fuera firmado y aprobado.

Sin embargo, en la actualidad no es muy frecuente que se utilice esta metodología en el área de diseño porque implica algunos riesgos. Por ejemplo, puede ser que una de las etapas nos requiera más tiempo del que teníamos previsto y, como no podemos pasar a la siguiente hasta que no la hayamos concluido, todo el proceso se va a extender y esto se verá reflejado en un mayor gasto de presupuesto.

Pero, además, no permite que se midan los resultados hasta que se haya finalizado el proyecto. Porque el producto terminado lo veremos recién cuando finalicemos con todas las etapas. Entonces, no habrá una revisión o un feedback constante a lo largo del proceso y, si al concluir notamos que algo no salió como lo teníamos previsto, tendremos que pasar de nuevo por las distintas fases del proyecto para modificarlo y, nuevamente, el plazo se extenderá mucho más de lo que pretendíamos.

La metodología en cascada, trasladada al diseño de un producto digital, implica el siguiente esquema:

- Comienza por el análisis de qué producto vamos a elaborar
- Luego, se pasa a la etapa de diseño del producto
- Una vez realizado el diseño, vamos a realizar su codificación o programación
- Para, posteriormente, probarlo
- Y, luego pasaría a la etapa de mantenimiento, que implica la realización de mejoras. Por ejemplo, si se trata de una aplicación, en esta etapa se harían las distintas actualizaciones necesarias para nuestro producto.

Pero uno de los problemas que tiene esta metodología es que, como explicamos anteriormente, hasta que no concluya la etapa de análisis no vamos a poder pasar a la de diseño. Recién cuando finalice el diseño se va a poder programar y, una vez que termine la programación, lo vamos a poder probar. Entonces, si encontramos errores en el diseño,

por ejemplo, nos vamos a enterar recién cuando concluya todo el proceso y, para ese entonces, ya habremos perdido muchísimo tiempo.

Sin embargo, este modelo puede resultar útil para proyectos pequeños en los que los requerimientos estén bien establecidos, porque presenta las siguientes ventajas: por un lado, se trata de una metodología muy simple, fácil y rápida, porque se realiza un esquema con las distintas etapas que requiere el proyecto y, como se hace primero una tarea y después la siguiente, es muy sencillo de entender y, principalmente, muy ordenado. Por lo tanto, se va a poder seguir este esquema de una manera muy fácil sin que haya superposición de tareas.

Además, como explicamos de acuerdo al modelo de Winston Royce, permite que toda la información escrita que surja de cada etapa del proyecto quede documentada. Y luego, todos esos documentos y carpetas que podamos obtener, nos pueden resultar de utilidad cuando tengamos que realizar otro diseño a futuro.

Por otro lado, podemos destacar que el cliente no se va a llevar ninguna sorpresa, porque sabe qué esperar. Esto quiere decir que, el producto que nosotros le prometemos, es el que va a obtener cuando finalice el proyecto porque, siguiendo todos estos pasos de manera ordenada, no habrá posibilidad de introducir modificaciones que no estaban previstas en la etapa de análisis. Y, asimismo, va a tener una idea sobre el costo que tendrá y el plazo de entrega, aunque, como dijimos, esto puede cambiar.

Ahora bien, si se trata de un proyecto complejo, en el que los requerimientos cambian de manera constante, este modelo no sería el más indicado porque presenta las siguientes desventajas: fundamentalmente, como dijimos, cuando el producto llega a la etapa de prueba, podemos darnos cuenta de que hay problemas que tenemos que modificar, y realizar cambios en las etapas pasadas es muy difícil.

Entonces, podemos decir que presenta un nivel muy grande de riesgo y de incertidumbre, porque hasta que no llegamos a la etapa de prueba no sabemos si salió todo bien. Y, en caso de que eso no haya pasado, vamos a romper el pacto que teníamos con el cliente acerca del presupuesto y del plazo de entrega.

Además, la etapa que se vería más perjudicada en un proceso de diseño, es la de programación, porque implica la escritura de códigos, lo que es un trabajo muy complejo. Entonces, si cuando finaliza el proyecto debemos hacer una modificación en la etapa de

diseño, por ejemplo, puede ocurrir que la programación se deba realizar nuevamente con códigos nuevos y esto va a implicar una pérdida de tiempo muy grande.

Por último, esta metodología no involucra al cliente en el proceso. Esto quiere decir que él nos va a indicar su problema y, en base a eso, se realiza el análisis, el diseño, la programación y la prueba. Recién en ese momento se lo podremos entregar, por lo que hasta que no se llegue al final del proceso, el cliente no sabrá nada del producto.

Metodología ágil

Mediante este modelo, estaremos validando, constantemente, lo que estamos haciendo. De esta manera, no tenemos que esperar a finalizar una etapa para avanzar con la siguiente, sino que nos ocuparemos de corroborar que lo que estemos haciendo esté resultando como esperábamos.

La metodología ágil se caracteriza por ser un proceso cíclico que tendrá tantas instancias de relevamiento, como iteraciones. Recordemos que iterar implica repetir un proceso. Entonces, mediante cada iteración, vamos a poder corroborar si los supuestos de cada etapa son correctos o si es necesario realizar alguna modificación para conseguir los resultados deseados.

De acuerdo con la gerente del área de logística y transporte de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), María Tena, la metodología ágil es *“un modelo de mejora continua en el que se planifica, se crea, se comprueba el resultado y se mejora. Algo que es constante y rápido, con plazos de entrega reducidos que buscan evitar la dispersión y centrar toda la atención en una tarea encomendada”*.

Además, explica que, cuando se utilizaba el proceso en cascada, se podía tardar años en entregar un producto y había un riesgo muy alto de que no se adaptara a lo que había solicitado el cliente. Por eso se diferencia de la metodología ágil, en la que se pretende realizar entregas rápidas y continuas, en las que el software ya esté funcionando.

Otra de las características que tiene este proceso, y que lo diferencian de la metodología en cascada, es que va a emplear equipos multidisciplinarios que van a trabajar juntos a lo largo de todo el proceso. Recordemos que, si utilizamos el modelo en cascada, en cada etapa habrá personas con conocimientos específicos del área correspondiente. En

cambio, con la metodología ágil, al haber grupos de trabajo, se pueden hacer análisis más exhaustivos y completos para evitar que se produzcan errores en cada etapa.

Por eso es que mencionábamos la importancia de la iteración, porque esta metodología está compuesta de tres fases:

- Análisis
- Elaboración o diseño
- Y prueba

Cuando nosotros realizamos una primera iteración, obtendremos información que nos ayudará a determinar si la hipótesis que teníamos era correcta, en qué cosas cometimos errores o qué cosas podemos mejorar. Entonces, podremos seguir construyendo sobre una base mucho más firme, y después volveremos a iterar para corroborar si los cambios que hicimos fueron acertados o no.

Por eso es que la iteración se realiza una y otra vez y es necesaria cuando estamos realizando un proyecto complejo. Pongamos un ejemplo para explicarlo mejor: si estamos diseñando una aplicación para celulares, en la fase de análisis determinaremos cuál es la necesidad y plantearemos las soluciones que proponemos. Luego, con el diseño volcaremos esas soluciones en el plano físico y, finalmente, probaremos si cumple con nuestras expectativas.

Ahora, si cuando realizamos la prueba, que implica darle nuestro producto a alguien para que lo use, vemos que resulta muy difícil de utilizar, o que no cumplimos con nuestro objetivo, podemos volver a la fase de análisis o de diseño para realizar las modificaciones que nos resulten pertinentes. Luego, se probará nuevamente y, si se cumple con el objetivo, podremos dar el proyecto por cerrado y, si no, podremos realizar una nueva iteración. De esta manera, haremos todas las iteraciones que sean necesarias hasta que consigamos el resultado deseado.

Por lo tanto, el objetivo principal que tiene esta metodología de trabajo es la disminución de riesgos. Porque si lanzamos un producto al mercado, pero resulta difícil de usar o no se entiende, nadie lo va a comprar, o descargar, y toda la inversión realizada no va a servir para nada. Entonces, realizar todas estas pruebas, nos permitirá prevenir estos errores antes de que nuestro producto salga a la venta.

El principal beneficio que tiene este modelo es que permite hacer cambios en cualquier fase del proceso. De esta manera, si detectamos algún error o si se nos ocurre alguna otra mejora para proponer, no hace falta esperar a finalizar todo el ciclo.

Además, en este caso el cliente va a formar parte del proceso, entonces que va a poder sugerir modificaciones, si así lo desea, y esto no necesariamente provocará una extensión en el plazo de entrega. Él va a estar al tanto, constantemente, de todo lo que nosotros estamos haciendo para mejorar la experiencia del usuario, a diferencia de la metodología en cascada que requería esperar a que estuviera el producto finalizado.

Esto se relaciona con otra de las ventajas que es que se pueden hacer entregas parciales en períodos cortos de tiempo. Recordemos que esta metodología implica un proceso cíclico e iterativo. Por lo tanto, cada vez que finalicemos una iteración, que implica el análisis, diseño y la evaluación, vamos a estar en condiciones de mostrar un producto completo, por más de que no esté terminado.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que, en muchos casos, trabajar con los clientes puede ser complicado, porque tal vez ellos tengan una idea muy específica de lo que esperan del producto, pero que no sea viable llevarla a cabo. En ese caso, los diseñadores son los que realizarán las evaluaciones pertinentes y explicarán qué resulta más conveniente para el proyecto.

Siguiendo con las ventajas, la posibilidad de ir haciendo pruebas a lo largo de todo el proceso, reducirá, sustancialmente, la posibilidad de cometer errores que no habían sido previstos cuando se realizó el planeamiento inicial. Pero, además, esto contribuye a que se acorten los tiempos de entrega porque los errores se pueden ir corrigiendo sobre la marcha.

Sin embargo, también puede ocurrir todo lo contrario: que el plazo de entrega se extienda como consecuencia de la resolución de estos errores. De cualquier manera, el ir pudiendo verificar en cada instancia qué cosas funcionan y qué cosas no, siempre va a implicar un beneficio mucho mayor a tener que esperar a que esté todo terminado para poder analizar si sirve o si hay que empezar de cero.

Por lo tanto, podemos decir que esta metodología resulta muy útil cuando se está realizando un proyecto de un producto que aún no existe, porque nos da todas las herramientas para elaborar las hipótesis para la resolución del problema, y las vamos a validar constantemente, gracias a la iteración.

Ahora bien, también tiene algunas desventajas. En principio, podemos destacar que estos proyectos no tendrán un plan concreto desde un principio. Quizás se pregunten por qué, y tiene que ver con que vamos a definir cuál es la idea, pero, si a medida que realizamos las iteraciones nos encontramos con problemas, puede ocurrir que al finalizar el proyecto el producto sea completamente diferente a lo que esperábamos en un principio.

Pero, además, al ser un proceso iterativo, podemos seguir encontrando problemas en diversas etapas y entonces el proyecto se puede extender muchísimo más tiempo del que teníamos previsto. Por ende, podemos decir que es muy incierto en cuanto a la posibilidad de establecer fechas concretas para la entrega final, porque depende de los distintos imprevistos que podamos ir encontrando a lo largo de todo el proceso.

Esto puede resultar muy perjudicial cuando se trabaja con clientes que esperan tener el producto terminado para una fecha específica. Por lo tanto, cuando se usa esta metodología, lo importante es que haya flexibilidad en cuanto al tiempo que tenemos para entregar el producto.

Y, por último, otra de las contras es que es muy complicado hacer una evaluación de los riesgos, porque no sabemos si, después de haber realizado todas las iteraciones necesarias, vamos a llegar a resolver los problemas, o cuándo los podremos solucionar. Esto ocurre porque, al realizar constantes investigaciones y validaciones, vamos a intentar que no quede nada librado al azar, pero, en algunos casos, puede ser que no podamos encontrarle solución a cada una de las cuestiones que puedan ir surgiendo.

Design Thinking

En esta ocasión, vamos a ver una metodología ágil que se utiliza mucho en el diseño UX/UI. Nos referimos al Design Thinking. Este método se caracteriza por generar ideas que sean innovadoras, centrándose en el diseño de experiencia de usuario. De esta manera, se busca brindar soluciones a los problemas reales que tienen los usuarios.

Según la página web *Luisan.net*, *"Design Thinking es una manera de ofrecer una solución a un problema. Descomponemos un problema, lo dividimos en partes más pequeñas, las analizamos, pensamos mucho, sin límites, todo lo que podamos y todo lo*

que se nos ocurra, de manera empática y junto a otros miembros del equipo, entonces estaremos mucho más cerca de encontrar la solución que buscamos”.

Para hablar del origen de este concepto, debemos remontarnos a la escuela Bauhaus, que surgió en Alemania luego de la Primera Guerra Mundial y nucleó los estudios de arquitectura, diseño, artesanía y arte. Uno de sus principales aportes vinculados a la experiencia del usuario, tiene que ver con una orientación funcional y racional de la producción.

El diseñador y consultor especializado en el diseño de producto, Bernhard Bürdek, sostiene que *“el objetivo de la actividad proyectual de la Bauhaus era el de crear productos que poseyeran un alto grado de funcionalidad y que fueran asequibles económicamente para la mayor parte de la sociedad”.* Por lo tanto, su motivación principal no era hacer productos que fueran lindos solamente, sino productos que fueran altamente funcionales para los usuarios.

De esta manera, como explica la Doctora en Ciencias Sociales, María Eugenia Correa, en su libro *Entre la industria y la autogestión*, *“el concepto de función fue estudiado en gran medida, tanto en la teoría como en la práctica, buscando alcanzar una relación entre dos aspectos diversos, esto es, se buscaba alcanzar en función del Diseño un acuerdo entre las exigencias de la producción industrial, por un lado, y las condiciones sociales a cubrir, por otro. En esta nueva etapa, la función debía prevalecer sobre la forma”.*

Ahora bien, el Design Thinking, como lo conocemos en la actualidad, surgió en la Universidad de Stanford, en Estados Unidos, y fue una consultora de diseño, llamada IDEO, la que lo utilizó por primera vez en la década del '70 con fines comerciales. El actual CEO de esta compañía, llamado Tim Brown, explica que el Design Thinking *“es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.*

Por lo tanto, lo que caracteriza a esta metodología es el enfoque que tiene en los usuarios, porque lo que se busca es darle al cliente lo que quiere, proponiendo soluciones que sean rápidas y fáciles. Y, diseñar con el objetivo de satisfacer las necesidades de los usuarios, no sólo les brinda satisfacción a ellos, sino que también implica una fórmula exitosa para el mundo comercial.

Lo que resulta fundamental al momento de querer aplicar este proceso es que requiere del trabajo colaborativo. Esto quiere decir que es necesario que se arme un grupo de trabajo, en el que cada miembro pueda ir aportando sus ideas para que todos puedan construir sobre lo que proponen los compañeros. Cuando participan personas de diversos ámbitos, como el diseño, el periodismo, la investigación, la psicología, la sociología, entre otros, los aportes van a ser mucho más ricos y la posibilidad de brindar una solución basada en los usuarios va a ser mucho mayor.

Cuando decidimos trabajar bajo esta metodología, tenemos que tener en cuenta las 6 premisas por las que se rige. La primera de ellas tiene que ver con los valores humanos: tenemos que tener en consideración, no sólo la información básica de las personas a las que apunta nuestro diseño, como la edad o el lugar de residencia, sino también sus principios, sus valores, todo lo que hace a la esencia de una persona. De esta manera, va a ser más fácil que nuestro producto cumpla con sus expectativas.

Luego, el Design Thinking se caracteriza por la acción. Esto quiere decir que no implica solamente quedarnos con lo pensamos, sino que nos invita a movernos, a salir a buscar y a validar nuestras soluciones. Lo mismo ocurre en el ambiente de trabajo: no es muy frecuente que este proceso se realice sentado en un escritorio, es más común que las personas se reúnan y vayan haciendo sus aportes.

Por otro lado, se caracteriza por el prototipado, es decir, el modelo del diseño que estamos proponiendo para probar nuestro producto. Se trata de una parte fundamental de esta metodología, porque es lo que nos permitirá validar la información para la creación de nuestra solución. Esto es muy útil sobre todo cuando se trata de un producto que todavía no existe, porque nos permitirá verlo de manera tangible.

Además, esto tiene mucho que ver con la siguiente premisa que vamos a analizar, que implica mostrar nuestro proyecto. Es decir, en muchas ocasiones nos va a resultar más fácil hacer un boceto o un dibujo para acercarnos a nuestra idea, que simplemente volcarlas en un papel escrito.

Como ya dijimos, otra de las cuestiones fundamentales del Design Thinking es el trabajo colaborativo, porque en la diversidad vamos a poder encontrar más fácilmente las soluciones. Por eso es de suma importancia que trabajen, conjuntamente, personas de distintas disciplinas y con distintos puntos de vista.

Por último, es indispensable ser conscientes del proceso. Con esto nos referimos a que tenemos que tener bien en claro en qué etapa nos encontramos, cuáles son los métodos que vamos a utilizar y con qué herramientas tenemos que contar en cada fase. Así, podremos llegar a mejores conclusiones que si estuviéramos trabajando “en el aire”, mezclando actividades de distintas etapas, por ejemplo.

Tengamos en cuenta que este proceso contará con ciertas instancias, que explicaremos más adelante, con un esquema bien marcado. Por eso, es que nos daremos cuenta de en qué etapa nos encontramos. Sin embargo, por tratarse de una metodología ágil, como ya mencionamos, dentro de este esquema se realizarán iteraciones a pequeña escala. Allí radica la importancia de no perder el foco sobre en qué etapa del proceso estamos.

A su vez, se trata de un proceso muy flexible que estará muy vinculado con todo lo que vaya surgiendo a lo largo de su desarrollo, porque nos llevará a realizar modificaciones y repetir las distintas etapas en varias oportunidades. Si no estamos bien metidos en el proceso, y no tenemos esa consciencia, se desdibujarán las distintas etapas y será muy difícil llevarlo a cabo.

Es momento de conocer cuáles son las etapas que comprende el Design Thinking. En este caso son 5 e implican: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Como podemos ver, son muy similares a las de la metodología ágil, sólo que en este caso están mucho más asociadas a lo que es el diseño de experiencia de usuario.

Empatizar implica tener siempre presente que nuestro diseño no es para nosotros, sino para el usuario. Por eso, es de suma importancia que conozcamos, además de los datos duros, las experiencias de vida y el entorno de las personas. Es por este motivo que debemos tratar de “ponernos en los zapatos” de los usuarios.

La clave de este proceso radica en que podamos satisfacer sus necesidades, por lo tanto, necesitamos comprender en profundidad cuáles son esas necesidades, sus problemas y sus deseos. Ahora bien, quizás se pregunten cómo podemos hacer esto. Hay diversas técnicas que podemos utilizar para lograr esa empatización.

Una de estas formas es mediante la creación de mapas de actores, o stakeholders. Lo que vamos a hacer, en este punto, es tomar a nuestro usuario principal y ubicarlo en el centro del esquema. Luego, a su alrededor vamos a ir colocando a todos los demás actores con los que tiene contacto en un contexto determinado. De esta manera, podremos ver, de

forma gráfica, todas las conexiones que hay entre los actores sociales que van a comprender un servicio.

Entonces, para verlo en un ejemplo, si estamos diseñando un producto para mejorar el control de seguridad en los aeropuertos, vamos a poner en el centro del esquema a los pasajeros, que serán nuestros usuarios. Y luego, a su alrededor vamos a ubicar a todos los demás actores con los que entra en contacto en un aeropuerto, de manera directa o indirecta.

Tengamos en cuenta que, de acuerdo con la página *designthinking.es*, “esta técnica ayuda a tener una imagen clara sobre los usuarios que intervienen en el servicio de cara a la identificación de las personas a investigar en la primera fase del proceso, o para estructurar la definición de las funcionalidades de la solución final”.

Otra de las herramientas que se pueden utilizar en la etapa de empatización son los llamados mapas de trayecto o *customer journey*. En este caso, se realiza un esquema en el que vemos todos los pasos que debe seguir el usuario para completar la tarea. De esta forma, nos daremos cuenta cuáles de esos pasos implican experiencias positivas y cuáles experiencias negativas, o puntos de dolor. Así, podremos tener una idea más clara acerca de cuáles son algunos de los posibles problemas a los que se enfrentan los usuarios.

Para ejemplificarlo, podemos hacer un mapa de trayecto sobre la experiencia de los usuarios al ir a un restaurant. Algunos de los puntos de dolor que podríamos encontrar son los que implican la elección de la mesa, sobre todo cuando el lugar está abarrotado de gente, y, principalmente, el momento de efectuar el pago.

Sin embargo, para corroborar que esas experiencias positivas o negativas son tales, tenemos que validarlo. Para eso, podemos, continuando con el ejemplo, ir al restaurant y ver cómo se sienten las personas en ese entorno, y hablar con ellas para que nos confirmen si nuestra hipótesis es correcta o no.

Para realizar estas validaciones podemos hacer entrevistas con los usuarios, que implica conseguir voluntarios para, mediante un cuestionario previamente diseñado, hacerles preguntas que nos permitan constatar si realmente tienen los problemas que nosotros establecimos.

Otra posibilidad, como dijimos con nuestro ejemplo, es la observación directa, que se relaciona con ir al lugar específico donde estarían nuestros usuarios y ver de qué manera

llevan a cabo la tarea, cuáles son sus malestares y cuáles son los puntos positivos de su experiencia.

Ya explicamos de qué se trata empatizar, así que ahora nos vamos a detener en la siguiente fase que es la de definir. Aquí tenemos que analizar toda la información que conseguimos durante la fase de empatía y tomar lo que nos aporte valor para identificar los problemas y que podamos pensar las soluciones.

Por lo tanto, es en este momento en el que vamos a poder determinar el desafío de nuestro proyecto con exactitud. Analizaremos si el usuario que tomamos es el correcto para el proyecto o no, si hay algo en el contexto que incida en él, y, entonces, podemos enmarcar el problema para buscar la solución. Por eso es que en esta etapa desarrollaremos una declaración significativa y sintética del problema, para poder tener en claro cuál es el objetivo de nuestro proyecto.

La técnica que podemos utilizar, en esta fase, es la llamada “punto de vista” o POV por las siglas en inglés de point of view. De acuerdo con los autores Manuel Caeiro y Manuel Fernández Iglesias, *“un punto de vista es una definición del problema significativa y procesable que nos permitirá en la fase de ideación generar ideas de manera orientada a los objetivos que pretendemos alcanzar. Con el Punto de Vista culminamos la fase de definición. El Punto de Vista combina la información obtenida y el conocimiento sobre las personas y sus necesidades que hemos obtenido durante la fase de empatía, y con él culminamos la fase de definición”*.

Entonces, esta técnica es de suma utilidad para determinar las necesidades y los problemas de nuestro usuario. Sin embargo, puede ser que notemos que hay más de un inconveniente. Bueno, en ese caso, tenemos que centrarnos en uno solo, para que después podamos atacar los problemas secundarios. Además, tenemos que apelar a la empatía para hacer una descripción más fiel de lo que piensa y hace nuestro usuario.

De acuerdo con Caeiro y Fernández Iglesias, el esquema del punto de vista podría ser de la siguiente manera: comienza por una descripción de la persona. Luego, vemos qué necesita, es decir, determinamos la necesidad, y explicamos el porqué. Aquí incluimos toda la información, o *insights*, que adquirimos en la fase de empatización.

Antes de mostrar un ejemplo, vamos a hacer algunas aclaraciones: es importante que, en lugar de referirnos a nuestro usuario como “el usuario”, justamente, le pongamos un nombre. De esta manera, nos va a resultar más fácil que empaticemos con él. Y, además,

cuando explicamos las necesidades y los motivos, debemos ser lo más específicos posibles en cuanto a las vivencias, creencias y costumbres del usuario.

Ahora sí, pongamos un ejemplo: “Josefina es una estudiante de abogacía que trabaja por la mañana en un estudio jurídico y a la tarde va a la facultad. Por sus horarios, no encuentra tiempo para hacer actividad física, lo que le genera mucha tristeza porque toda su vida se dedicó a practicar vóley. Por eso, Josefina necesita tener rutinas de ejercicios que pueda hacer en cualquier momento y en cualquier lugar, porque no se quiere comprometer a tener que cumplir ciertos horarios debido a que muchas veces sale más tarde del trabajo o de la facultad y, en otras ocasiones, termina muy cansada y no tiene ganas de hacer ejercicio”.

Como podemos ver con este ejemplo, cuando armamos nuestro punto de vista, tenemos que poner las sensaciones de la persona para apelar a la empatía, que en este caso sería que se siente triste por no poder hacer actividad física. Luego, mencionaremos cuál es su problema, es decir, que sus horarios no le permiten hacer ejercicio y qué es lo que necesita para satisfacer su necesidad, por ejemplo, rutinas de ejercicio que no requieran de horarios para hacer las actividades.

Vamos a ver, ahora, la siguiente fase del proceso de Design Thinking, que es la de idear. Este es el punto en el que vamos a pensar distintas soluciones para el problema que establecimos en la etapa anterior. Como verán, no hablamos de una solución en singular, sino de contar con diversas opciones, tener muchas ideas para poder llegar a la mejor conclusión posible.

Una de las técnicas que podemos aplicar es la llamada brainstorming o lluvia de ideas. Este consiste en juntar varias personas dentro de un grupo de trabajo y que, entre todas, vayan dando opciones para cumplir con el objetivo. Para esto se pueden decir palabras clave, por ejemplo, que sirvan para que, entre todos, logremos llegar a una posible solución.

Lo importante en este proceso es que tengamos una mente abierta para avocarnos completamente a la creatividad. No se trata de hablar desde la lógica, porque a veces con lo que parece una idea completamente disparatada, se puede llegar a una solución innovadora. Por eso, es que en esta instancia todas las ideas son válidas.

Por este motivo, también es fundamental que participen muchas personas, porque quizás nosotros sugerimos algo que no sabemos cómo se podría implementar, pero

nuestros compañeros sí. Por lo tanto, además de las palabras, podemos acudir a dibujos, por ejemplo. Lo importante es que todas estas ideas estén a la vista de todos para que sirvan de disparador.

Luego, otra herramienta posible es el llamado storyboard: consiste en hacer una especie de historieta, en la que, mediante los dibujos que hacemos, podemos plantear cuáles son los problemas que tienen nuestros usuarios y qué posibles soluciones proponemos. Sirve para poder visualizar, de una manera mucho más gráfica, las distintas ideas que estamos considerando.

La próxima etapa es la de prototipar. Como dijimos, esto sirve para poder armar un boceto de nuestro producto, que pueda ser presentado a distintas personas para ver si cumple con nuestro objetivo o no. Esto nos permitirá tener nuestra idea en un formato tangible, es decir, que podamos tocar, y, así, estaremos mucho más cercanos a lo que sería nuestro producto terminado.

La importancia de este punto radica en que nos servirá para validar nuestras hipótesis. Pero no crean que nos referimos a, por ejemplo, tener una aplicación ya diseñada. De hecho, una forma de hacer el prototipado es en papel. Podemos tomar una hoja y dibujar nuestro producto, con todos los elementos que le vamos a poner, para ver cómo sería su interfaz. Si se trata de una aplicación, por ejemplo, podemos hacer varios papeles para ver qué ocurriría si toco uno de los botones, a dónde me lleva, qué voy a ver después.

Otras opciones son armar maquetas, hacer videos o, incluso, armando escenarios o juegos de rol, en los que las personas participan e interactúan de una manera mucho más concreta, recorriendo, haciendo como si fueran consumidores, etc. Esta fase es fundamental para que podamos mostrarles a los usuarios las posibles soluciones y no solamente hablar de ellas.

Por último, tenemos que testear. Esto significa comprobar si nuestra solución es válida o no. Para hacerlo, acudiremos a los prototipos que hicimos en la etapa anterior para dárselos a los usuarios y que los usen. Esta técnica se llama user testing, e implica que nosotros seamos partícipes de la prueba, pero sin dar indicaciones, solamente observando lo que las personas hacen con nuestro producto para que podamos detectar con qué problemas se encuentran. Por eso, lo que buscamos en esta instancia es el feedback de los usuarios.

Design Sprint

Otra metodología ágil que se asocia con la experiencia del usuario, y que tiene mucho que ver con el Design Thinking, es la llamada Design Sprint. Este método fue desarrollado por Google en 2010 tomando como base las ideas del Design Thinking.

La diferencia fundamental es que, mediante el Design Sprint podemos establecer tiempos de entrega, por lo tanto, se trata de un proceso mucho más planificado. Con el Design Thinking no teníamos plazos concretos, por lo que el proceso se podía extender mucho en el tiempo.

Veamos qué etapas comprende esta metodología:

- La primera es entender
- Luego, idear
- Para pasar a decidir
- La siguiente implica prototipar
- Y, finalmente, testear

Como podrán ver, son las mismas etapas que en el Design Thinking, pero con otros nombres. Por eso, es que la diferencia no tiene que ver con el proceso en sí mismo, sino con que el Design Sprint va a establecer tiempos para cada una de las etapas. De esta manera, los proyectos no van a ser tan largos.

De acuerdo con la página web de Google Ventures, *“trabajando juntos en un sprint, pueden acortar el ciclo de debates sin fin y comprimir meses de tiempo en una sola semana. En lugar de esperar a lanzar un producto mínimo para comprender si una idea es buena, obtendrán datos claros de un prototipo realista”*.

Entonces, una manera de llevar a cabo este proceso es establecer un día para cada actividad. Así, el lunes se podría realizar la fase de entender, para plantear el problema y determinar en qué aspectos nos vamos a enfocar. Luego, el martes se puede idear, es decir, pensar qué soluciones proponemos y hacer bocetos.

El miércoles, podemos pasar a la fase de decidir, lo que significa elegir cuál es la mejor solución para nuestro proyecto. El jueves hacemos el prototipado y, finalmente, el viernes lo testeamos, presentando nuestro prototipo a usuarios reales para que lo usen y podamos determinar si cumplimos o no con nuestro objetivo.

Por eso, como verán, es que decimos que se trata de un proceso mucho más organizado. Sin embargo, se sigue tratando de una metodología ágil, lo que implica que se pueda volver sobre las distintas etapas una y otra vez. Por eso, la clave está en que, cuando se finaliza con todas esas fases, el equipo se reúne para determinar cuáles serán los siguientes pasos a seguir.

Lo que permite el Design Sprint es que lleguemos, de una manera mucho más rápida, a la etapa de prueba, que será lo que nos ayudará a determinar si estamos errados o no en nuestra propuesta.

Lo importante es que, cuando hablamos de *sprint*, nos referimos a una medida de tiempo, entonces, lo que podemos hacer cuando comenzamos con el proyecto es definir cuántos sprints le dedicaremos a cada tarea. De esta manera, se agilizará mucho más el proceso.

La determinación de qué metodología usaremos dependerá del proyecto. Pero ambas contemplan los mismos objetivos: tanto el Design Thinking como el Design Sprint se ocupan de buscar la mejor solución para las necesidades concretas de los usuarios. Por eso, a lo largo de todo el proceso, debemos procurar hacernos de la información necesaria para validar constantemente nuestras hipótesis y que podamos llegar al producto que cumpla con las expectativas de los usuarios.