



Lección No 1.1

Design Thinking o Pensamiento de Diseño

Concepto

El Design Thinking es una metodología orientada a la generación de soluciones a partir de un problema. Se divide en cinco fases:

- I. Empatía,
- II. Definir,
- III. Idear,
- IV. Prototipar y
- V. Evaluar.

El énfasis principal a lo largo de la metodología es su enfoque humano, por eso se dice que está plenamente orientada al usuario. Por eso, los productos y servicios generados de forma adecuada a través del Design Thinking aportan valor a las personas, ya que han sido diseñados con este fin.

El auge y popularidad actual del Design Thinking viene por su capacidad para generar en muy poco tiempo soluciones innovadoras. Ofrecer a emprendedores y Startups una metodología con la que avanzar y testar rápidamente sus hipótesis y crear una cultura creativa e innovadora dentro de las empresas y las aulas.





Historia

El concepto del Pensamiento de Diseño se popularizó en la década de los años 80, para el diseño de productos en tecnología con la empresa IDEO¹ (uno de sus primeros clientes fue Apple a quien diseñaron el primer mouse), su fundador David Kelley y su hermano Tom.

Kelley expresaba “Realmente creo que me pusieron en el planeta para ayudar a las personas a tener confianza creativa. Mi contribución es enseñar al mayor número posible de personas a usar ambos lados de su cerebro de modo que para cada problema, cada decisión en sus vidas, consideren soluciones tanto creativas como analíticas”². Así que como profesor de la Universidad de Stanford fundaron el programa de Design Thinking, en lo que hoy se conoce como d.school, formalmente llamada Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University.

La d.school se presenta de la siguiente manera:

“Creemos que todos tienen la capacidad de ser creativos. La Stanford d.school es un lugar donde las personas utilizan el diseño para desarrollar su propio potencial creativo y realizar cambios positivos. Nuestro objetivo es ayudarle a utilizar el diseño para generar cambios dondequiera que se encuentre”³

Otro de los grandes impulsores del Design Thinking es Tim Brown, quien trabaja en IDEO desde sus inicios, David Kelley lo nombró CEO en el 2000 hasta el 2019. Frecuentemente es conferencista mundial en temas sobre los valores del pensamiento de diseño, liderazgo creativo e innovación. También es muy popular su libro “Diseñar el Cambio. Como el Design Thinking puede transformar las organizaciones e inspirar la innovación” (Change by Design su título en inglés en su primera edición en el año 2009 y actualizado en el 2019).

En este libro se explica el pensamiento de diseño como el proceso colaborativo mediante el cual se emplean las sensibilidades y los métodos del diseñador para satisfacer las necesidades de las personas, no sólo con lo que es técnicamente factible, sino también con lo que es viable para el resultado final. El pensamiento de diseño convierte la necesidad en demanda. Es un enfoque centrado en el ser humano para la resolución de problemas que ayuda a las personas y a las organizaciones a ser más innovadoras y creativas.

¹ Originalmente fundada como “David Kelley Design” y en 1991 pasó a llamarse IDEO

² <https://medium.com/observando/david-kelley-d0c3bb23f999>

³ <https://dschool.stanford.edu/>



Las Fases del Design Thinking

Fase I Empatía es ponerse en el lugar del otro: ver con sus ojos, sentir con su corazón y experimentar con sus sentidos. La empatía se logra como el resultado de una paciente observación, considerando su contexto y entorno real, y con entrevistas en profundidad, conversaciones abiertas donde el centro está en entender la cosmovisión del usuario ante la experiencia en estudio.

Para el desarrollo de esta fase la hemos seccionado en los siguientes pasos prácticos:

Paso 1 : Aspectos Preliminares

Paso 2 : Plan de Investigación

Fase II Definición del problema. Se debe responder de forma precisa ¿Cuál es el problema? abordando los diferentes puntos de vista (POV), cuyos elementos son: Usuario + Necesidad + Hallazgo.

La Definición requiere previamente de un vaciado de empatía y un análisis cuantitativo y cualitativo para identificar los valores que subyacen a los comportamientos, frases y cosmovisión de los usuarios empatizados.

Paso 3 : Insights y Criterios de Diseño

Fase III Generación de Ideas (Ideación). Es pensar en mil y un soluciones. La regla más importante en las sesiones de ideación es decir” Sí, y...”. Lo anterior permite lograr cantidad y diversidad de ideas, co-construcción de conceptos, sin limitaciones ocasionados por los juicios de valor, que se omiten en esta fase.

Paso 4 : Lluvia de Ideas

Paso 5 : Creación de Conceptos

Paso 6 : Evaluación de los Conceptos

Fase IV Elaboración de Prototipos (Prototipados). Prototipar es hacer físicas las ideas. Los prototipos pueden ser simulaciones, bocetos, ilustraciones... La única regla es consumir la menor cantidad de recursos y tiempo, de modo que se pueda ver y testear las soluciones que han surgido en la etapa de ideación, lo antes posible. Con el testeo se extrae información de las necesidades de los usuarios y de cómo los conceptos generados las satisfacen o no.

Paso 7 : Revisión de Supuestos o Hipótesis

Paso 8 : Creación de Prototipos



Fase V Evaluación. Los criterios para evaluar o validar las posibles soluciones son previamente definidos, y giran en torno a factibilidad técnica, viabilidad económica y deseabilidad por parte de los usuarios. El equipo de “design thinkers” toma decisiones en torno a los próximos pasos del proyecto. Puede abrir puertas hacia profundizar en empatía, re-definir el posible problema, buscar más ideas en la fase de ideación, e incluso, retomar prototipos que se quedaron en el camino. Así, el proceso se convierte en iterativo.

Paso 9 : Retroalimentación

Paso 10 : Lanzamiento de Aprendizaje

La recomendación, aunque estamos hablando de “Creatividad” paradójicamente es que este proceso debe hacerse muy bien estructurado y con disciplina. En las siguientes lecciones detallaremos los pasos y herramientas útiles para aplicar en cada una de las fases del Design Thinking.

También es oportuno aclarar que el Design Thinking es un proceso bastante iterativo, es decir le toca regresar a pasos iniciales según se avance en el mismo y las herramientas pueden utilizarse en diferentes de sus fases.

