

Design Thinking

Design Thinking és un concepte i metodologia, que s'ha implementat gradualment en els últims anys, en diferents empreses com una forma de crear productes i serveis, que tendixin a satisfer de la millor manera possible, les necessitats dels usuaris, fent-los part activa del procés de creació.

Una part de la importància i el protagonisme que ha començat a tenir en els últims anys, està directament relacionat amb la innovació i la creativitat; allò que permet a les empreses crear productes, capaços de canviar les regles del mercat (com en el cas d'Apple), i en la necessitat cada vegada més evident, que tenen les organitzacions avui dia, de crear nous models i formes d'entendre els problemes als què s'enfronten, no sota la lupa de les formes tradicionals, sinó de nous esquemes, en tant que vulguin diferenciar-se i assumir un paper, cada vegada més destacat, dins el mercat i el seu entorn competitiu.

No obstant això, a diferència del que molts poden pensar, el *Design Thinking* o "Pensament de Disseny", com el seu nom indica, no és una cosa nova, ja que és un concepte que va molt lligat als dissenyadors i a les seves formes de solucionar problemes.

No obstant això, sabent que depenent de la indústria i fins i tot de la mateixa cultura de les organitzacions, fins fa poc, aspectes com la innovació, la creativitat i el disseny es creien gairebé exclusius de certes empreses, podríem dir que el *Design Thinking* havia estat relegat, gairebé exclusivament a negocis en els que aquests aspectes resultaven altament crítics, per a la seva pròpia supervivència o a un molt baix percentatge d'organitzacions que els hi donaven importància (en el cas que aquests aspectes no fossin tan determinants).

Per contra avui dia, el *Design Thinking* s'ha tornat un concepte que cada vegada cobra més importància en el món dels negocis, tenint en compte que aquest va més enllà de la creació de productes, es pot aplicar també a serveis o processos. Considerant també les evidents necessitats que tenen les empreses de diferenciar-se, en mercats cada vegada més competits.

Així, ha arribat a consolidar-se com tota una filosofia, principalment sota la figura de Tim Brown, un professor de l'escola d'enginyeria de la Universitat de Stanford i CEO de la consultora [IDEO](#), qui s'ha convertit en un dels seus majors exponents des de 2008, quan per primera vegada, va aparèixer un article seu al [Harvard Business Review](#) en el qual parlava sobre el tema.

A partir de llavors, s'ha aconseguit definir de forma més clara i precisa, els principals aspectes a tenir en compte dins el *Design Thinking*, així com el mètode que han de seguir les empreses per aplicar-lo, independentment de la indústria en la qual es trobin

El *Design Thinking* en la pràctica

Lluny de ser un concepte abstracte, el *Design Thinking* planteja una clara metodologia que pot ser fàcilment implementada.

Encara que existeixen diferents aproximacions, generalment abasta 5 passos que definim a continuació:

1) Empatitzar

A diferència de les tècniques tradicionals, que es valen d'investigacions de mercats, focus grups, estadístiques i altres pràctiques una mica més ortodoxes, en el *design thinking* la font d'informació primordial són les persones i el que aquestes experimenten en relació a un tema en concret, directament relacionat amb el producte, servei o l'operació del negoci. Per tal motiu, no n'hi ha prou, amb simplement indagar en aquest grup, que és matèria d'investigació, en un ambient que pot resultar estrany, (com passa per exemple en el cas dels focus, grups). Més enllà d'això, cal experimentar de primera mà el que viuen aquestes persones, dins del seu propi entorn, de manera que es pugui entendre millor les seves necessitats, problemes i desitjos.

2) Definir el problema

Després d'haver-nos posat en les sabates de les persones, per a qui estem intentant resoldre el problema o necessitat, la idea és determinar quines són les àrees d'oportunitat (sempre que les hagi i siguin significatives).

Posteriorment s'ha d'especificar quin o quins són aquests problemes o reptes que s'ha d'intentar resoldre i que ens portaran a buscar una solució innovadora.

3) Idear les possibles solucions

Atès que la interdisciplinarietat juga un paper important dins el *Design Thinking*, l'aportació de diferents idees i perspectives és crucial, per trobar solucions innovadores als problemes plantejats en l'anterior pas.

Tot i que algunes idees puguin sonar desgavellades i fins i tot semblin absurdes, la clau en aquesta etapa, està en fomentar la participació i en reconèixer com a vàlids tots els punts de vista, sense que la gent se senti intimidada. Cal tenir en compte que moltes vegades la solució a un problema, pot venir d'on menys s'espera, i usualment les idees més extravagants són aquelles, capaces de crear les solucions més radicals i innovadores.

4) Prototipar models

Arribats a aquest punt la idea és fer un disseny de la solució, fent-lo tangible amb un prototip físic o digital.

Independentment de si es tracta d'un producte, servei o procés, tractar de representar-lo, bé sigui amb l'ús de tecnologia avançada (com per exemple a través de programari especialitzat o impressores 3D), o potser d'una manera més rudimentària (usant maquetes o fins i tot elements com paper, cartró o plastilina), això ens ajudarà a poder dur a terme, el següent pas, a més de poder fer ajustos graduals al prototip, en cas que es requereixi, sense incórrer en massa costos dins d'aquest procés de millora.

([En aquest enllaç](#) pot conèixer algunes eines per crear vídeos animats que li poden servir per prototipar serveis)

5) Avaluar i testejar els prototips

Finalment s'arriba a l'etapa en la qual l'usuari podrà interactuar amb el prototipus i en la qual nosaltres podrem obtenir retroalimentació de la seva part, per fer millores que ens ajudin a anar perfeccionant.

No obstant això tenint en compte que en aquesta fase ens podríem trobar, que fins i tot hàgim fet una mala definició del problema, presentant un prototipus que no aconsegueixi satisfer a l'usuari, ni tan sols en un grau mínim, cal considerar aquest procés com una cosa repetitiva en la que, depenent de l'avaluació que faci l'usuari d'aquesta representació, haurem rebobinar un o diversos passos enrere, diverses vegades, fins a trobar el resultat esperat per ell i perfeccionar el model, suficientment com per convertir-lo en una realitat i introduir-lo al mercat.(o aplicar-lo a un procés o millora en l'interior d'una empresa).

El *Design Thinking* , més que una manera de crear i innovar

A més de ser un mètode que pot ajudar a qualsevol empresa a assumir diferents problemes i desafiaments, d'una manera diferent, al centrar-se d'una manera molt particular en els usuaris o persones, als qui els afecta alguna cosa en concret, el *design thinking* té te diverses avantatges interessants.

Mentre es proposa crear solucions que s'adaptin a les necessitats, gustos i desitjos de les persones, de la forma més precisa possible, a través d'un mètode que concep l'aprenentatge i el fracàs com a part del procés, per arribar a la solució, fent que aquest es repeteixi tantes vegades com sigui possible, fins a arribar al resultat desitjat, el pensament de disseny esdevé una eina, quin valor no es redueix exclusivament a possibilitar la creativitat i la innovació dins de qualsevol empresa.

Veient-ho d'una manera més àmplia, el *design thinking* és una forma d'aprendre mentre es crea i es busquen crear solucions que s'adaptin millor a les necessitats dels usuaris. Tot això, evitant els alts costos que poden tenir altres mètodes més tradicionals, en els que si alguna cosa sortís malament podria no haver marxa enrere, cosa que amb el *design thinking* és possible, i és més viable en la mesura que ajuda a reduir en gran manera, els riscos que sovint van lligats al desenvolupament de nous projectes.

Font del document: <https://bienpensado.com/que-es-el-design-thinking/>

Apendix.

Informació afegida per Neuro Premià

Esquema Design Thinking

<http://www.ictuspremia.org/arxius/designthinking.pdf>

Model organitzacions TEAL

<http://www.neuropremia.net/arxius/organizacionsteal.pdf>