



DESIGN THINKING, GUÍA PARA ELABORAR CONCLUSIONES: LOS HALLAZGOS

Una vez inmersos en la información del cliente/usuario y sus deseos; y con base en el perfil del diseño del mapa de empatía y del *buyer persona*, comencemos a **deducir los hallazgos, conclusiones** o certezas que nos servirán como guía para la **ideación**.

La información obtenida del usuario nos debe poner en su lugar y su realidad y debe relacionarse con la pregunta-problema que estamos trabajando.

Las conclusiones deben mostrar que conocemos bien a nuestro usuario y su contexto, pues serán el punto de partida para que la etapa de ideación resuelva su necesidad o problema real.

Las siguientes preguntas nos ayudan a formular conclusiones y deducir hallazgos:

- ¿Cuáles son los deseos del usuario?, ¿cuáles son sus intereses?, ¿en qué gasta el tiempo?, ¿en qué invierte?, ¿cuáles son sus valores? Describamos sus características personales, laborales, sociales, económicas, etcétera.
- Desde la visión del usuario, ¿cuál es el problema de raíz que se busca solucionar?, ¿cuál es la necesidad real?
- ¿Qué opciones existen en el mercado?, ¿cuáles utiliza ya el usuario?, ¿qué problema o necesidad sigue sin resolverse?
- ¿Cómo se está cubriendo o satisfaciendo la necesidad?
- ¿Cuáles son los factores que hacen que el usuario decida usar, comprar o elegir?
- El usuario, ¿con quién vive?, ¿qué características laborales, familiares, de vivienda o de acceso a recursos y servicios, tiene?

***Nota:** Puede ser que no todas las preguntas anteriores se apliquen al problema que estás trabajando, son sólo una guía para obtener conclusiones de la información del usuario, a partir de la inmersión realizada.

Créditos

Experta disciplinar: Deborah Leticia Obregón Zúñiga

Asesora pedagógica: Lumena Suárez Carrasco

Corrección de estilo: Gustavo Larroyo

Diseño: Ileana Martínez Castillo

Fecha: 18 de noviembre de 2021