

# EL DISEÑO UX COMO MEDIO PARA CONSTRUIR LAZOS RENTABLES



A lo largo de la historia, el Diseño surge dentro de muchas cosas como una potencial vía para poder resolver la vida de las personas, trayendo consigo mismo soluciones a distintas situaciones de la vida cotidiana. Desde facilitar la manera en la que comemos, implementando algo tan sencillo y trascendental como lo es el tenedor, hasta las más grandes obras de maquinaria en la creciente industria.

Por lo que no sería extraño el preguntarse cómo es que el Diseño ha ido evolucionando y transformándose hasta llegar a lo que actualmente se conoce como Diseño de Experiencia de Usuarios. Desde donde surge la interrogante ¿Qué vendría siendo la experiencia de usuario? Según señala el libro **Cómo el diseño UX aumenta el valor de los negocios: *La UX es toda la experiencia de los usuarios en relación a un producto o servicio (...)*** [y que además busca] *lograr una experiencia de usuario positiva (haciendo que tu producto o servicio satisfaga las necesidades del usuario).*

Como bien señala el texto, hoy en día las empresas latinoamericanas no le están dando el peso y cabida necesaria a dicha materia a la hora de invertir en la forma en la que su producto se está presentando al mundo y se le da más lugar al marketing que se le puede hacer a que poder ser realmente capaces de comprender la esencia del servicio.

El desconocimiento y la poca información "entendible" (para un público común) que se tiene sobre los beneficios que esta materia puede entregar en sus productos juega en contra de las grandes empresas, provocando así que estas terminen perdiendo la oportunidad de ser capaces de otorgar una mejor calidad de servicio para su público debido a que éstas no logran comprender en su totalidad las frustraciones que un proceso puede otorgar.

Cuando se habla de frustración en el usuario, una empresa con ganas de crecer y sin un profesional entendido en este tema difícilmente podría llegar a lograr su meta. Un usuario que entra a un sitio, utiliza un producto y por equis motivo no puede llegar o terminar determinada acción que debería ser capaz de finalizar, es uno que a la larga lo más probable es que termine dejando de utilizar el producto o abandonando el sitio. Problema con el que cuentan muchas de las empresas hoy en día y podría llegar a ser resuelto si se aplicasen los métodos del Diseño UX.

Es por eso que en **Cómo el diseño UX aumenta el valor de los negocios**, se cree que mientras más inversión haya en este proceso, los resultados para las empresas terminarán siendo mejores. Es cosa de analizar algunas empresas como Apple que atribuyen su éxito básicamente en ese *entendimiento* que existe entre lo que el usuario quiere, busca y necesita. Analizando desde la manera en la que está pensada la distribución de la información en la pantalla del mac, cómo se compone su packaging, hasta la manera en la que están diseñadas sus tiendas.

Empresas como Apple, tomándola de ejemplo, son quienes buscan lograr generar una conexión que va más allá de solo vender, lo que ellas buscan son llegar al cliente y de alguna forma tocar su *emocionalidad*, para que así los usuarios no solo sientan que están comprando o adquiriendo un servicio, sino que como bien se mencionó anteriormente, buscan la *experiencia*.

De esta forma las empresas no solo logran captar la atención de su público por la cercanía que prometen con sus productos, como es el caso de que en una de las versiones del Ipod la App para la radio contaba con una ilustración de un modelo vintage de la misma para que así las personas cada vez que la utilizaran, de alguna forma se sintieran familiarizados con la manera en la que se sintonizaba una estación antiguamente, o también el hecho de que "Notas" literalmente tenga el dibujo de una hoja de papel con líneas simulando como en la realidad uno tomaría una hoja y escribiría la lista del supermercado.

Ejemplos como los anteriores son lo que demuestra por una parte la *sensibilidad* que la empresa quiere demostrar ante sus usuarios para demostrarles su interés por que ellos se sientan dueños del producto.

Se habla de experiencia puesto que se arma y confecciona toda una nueva manera de realizar cierta actividad a partir de lo que la persona requiere. Aparece como un *medio para transformar procesos* que en su momento fueron largos y tediosos en una nueva y completa experiencia para quien está haciendo o hará uso del producto.

Podría afirmar que una vez partiendo desde la raíz del comprender y cuestionar: ¿Cómo es ese acercamiento de la persona hacia el objeto? ¿Cómo es el entorno que lo rodea? ¿Acaso es un ambiente propicio para que la persona pueda llegar finalmente a su destino o cumpla con su finalidad? ¿El servicio que se está prestando cuenta con las características necesarias para ser completamente entendido por el usuario? Se puede hacer una recapitulación total para así analizar el contexto en el que se encuentra inmerso el usuario.

Por otro lado y haciendo hincapié en el tema de los negocios y su relación estrecha con el UX Design, la nombrada cercanía que deberían buscar todas las empresas, no solo marca la diferencia con su competencia debido a los detalles, sino que atrae y roba el corazón de sus consumidores para que estos vayan poco a poco enamorándose de sus productos o servicios. Dando pie a la formación de un *lazo* fuerte entre usuario - producto.

Pero ¿En qué se vería beneficiada la empresa con la creación del llamado *lazo*?

Si todas las empresas tuviesen como meta y estuviesen más preocupadas de observar y desarrollar a propósito situaciones que lleven a la formación de un lazo, sin duda alguna harían que la gente se sienta más a gusto con ese producto y por lo tanto se conviertan en

clientes frecuentes o potenciales consumidores del producto gracias a la *calidez de servicio*, *usabilidad* o *buen diseño*. Provocando entonces, que las ventas o visitas incrementen exponencialmente traduciéndose en una respuesta positiva para la empresa, aplicando el fundamento expuesto en el texto: "*en la medición de resultados está la clave (...)*"

En la medida que cada empresa busque dirigir su mirada hacia experimentar e invertir en el Diseño de Experiencia de Usuarios, serán capaces de ir más allá de identificar la problemática, definir objetivos y plantear estrategias, puesto que no solo podrán hacerse responsables del tipo de servicio que quieren entregar y del cómo van a ofrecerlo, sino que estarán forjando *lazos rentables* que a la larga van a provocar que la empresa solo pueda crecer de ahí en adelante.

Por consiguiente hasta ahora se podría decir que lo que principalmente busca el UX Design es que se construya y piense la experiencia. Que se diseñe cuidadosamente todo un entorno, ya sea tanto físico como virtual, para que la persona dentro del recorrido que haga por el producto o sitio, suceda exclusivamente para el usuario y su propósito, provocando que así pueda salir satisfecho de éste, sosteniendo que para diseñar una experiencia positiva para productos o servicios se debe tener primero de un contexto y de una necesidad. Y es entonces a partir de esa necesidad, de prestarle atención a lo que realmente requiere el usuario, es donde recién puede comenzar el diseño.

Sin dejar de lado que a pesar de que el Diseño de Experiencia de Usuarios otorgue todas las herramientas posibles para la creación de un lazo y el entendimiento completo de los dolores y frustraciones del usuario, la responsabilidad más grande las tienen las empresas en crear *conciencia* de la verdadera *importancia del cliente*. Hacer un paso a un lado por un momento y dejar de verlo como un comprador y recordar el rol humano existente dentro de nuestra profesión. Que el rol principal y primordial que debemos promover y evangelizar sea el jamás dejar de lado la *empatía*. Que la empatía no quede en un segundo plano, ni tome el primero solo por necesidad de mercado, que sea el pilar fundamental para forjar las bases de una nueva sociedad.