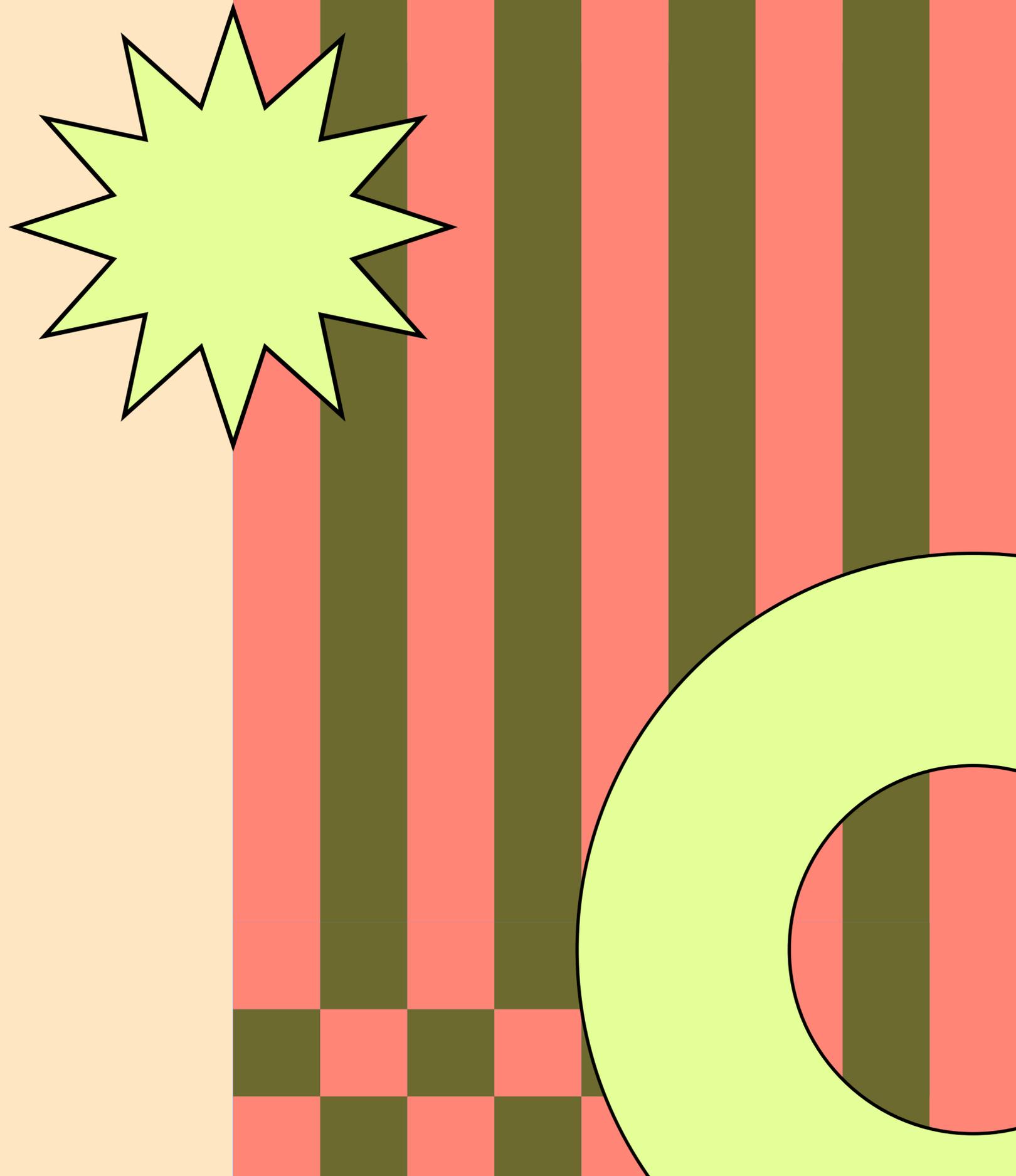
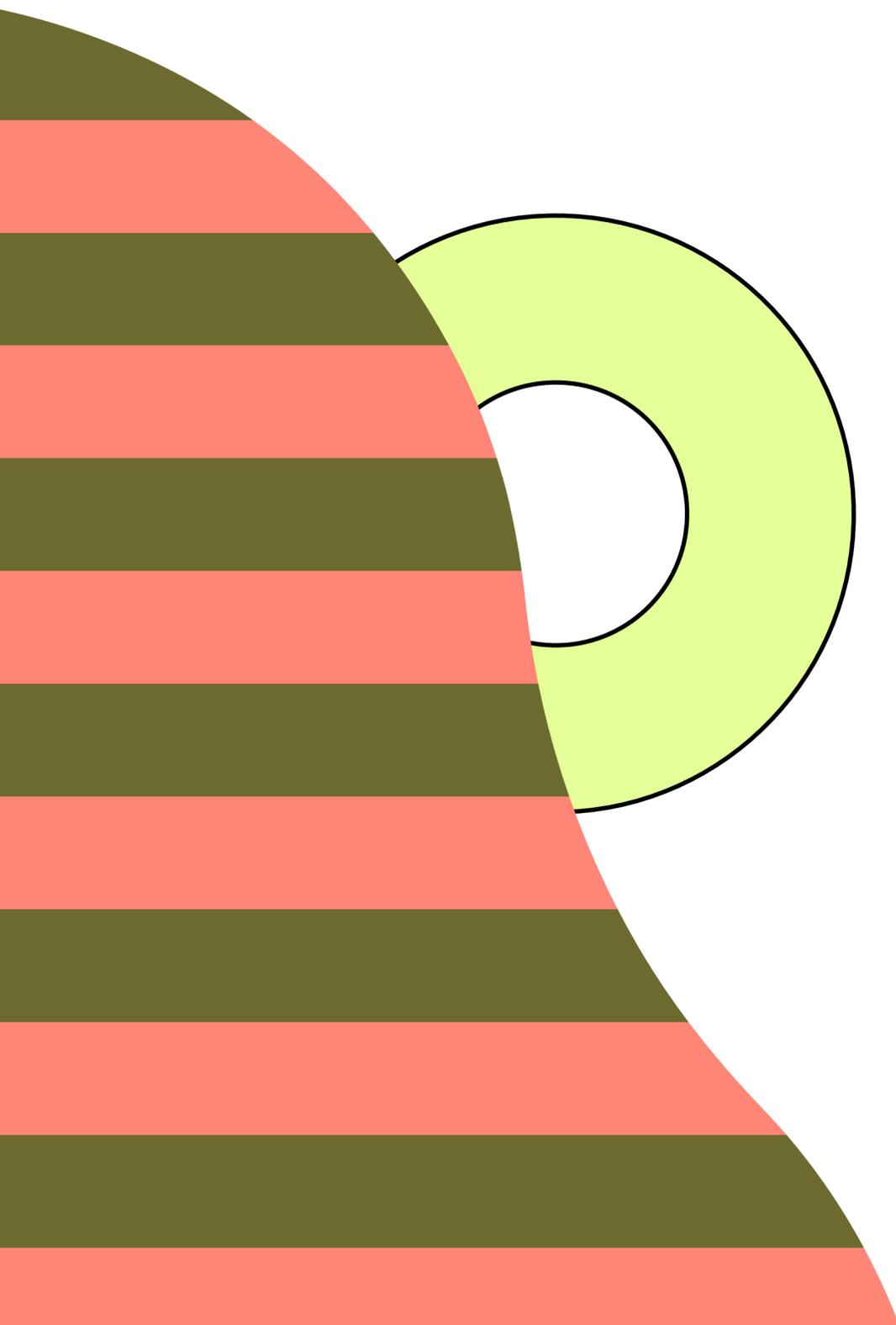


Figma

Anticipación, experimentación e IA: Informe de tendencias de diseño





Los equipos de diseño digital se encuentran en un momento clave. Sabemos que las capacidades de IA generativa como la generación de texto, video e imágenes, entre otras, van a cambiar cómo trabajamos a lo grande, pero no sabemos cómo ni cuándo.

La firma de capital de riesgo Sequoia Capital, que fue de los primeros inversionista en empresas como Apple, Airbnb y Zoom, compartió en su evento Sequoia AI Ascent de 2024 que esperan que unas 40-50 empresas más alcanzarán 1 billón de dólares en ingresos gracias a la IA*.

Mientras que posiblemente muchas de ellas sean startups que están por despegar, la IA se cierne sobre nuestro futuro. Tiene el potencial de transformar radicalmente todos los trabajos de diseño y desarrollo, mucho más de lo que lo hizo el smartphone.

De todas formas, el socio de Sequoia, Sonya Huang hace poco se dio cuenta* que muchos habían predicho una "explosión cámbrica" de aplicaciones de IA en 2024, un estallido evolutivo de aplicaciones con un éxito bestia, no se había materializado durante la primera mitad del año.

*Sequoia AI Ascent, Marzo 2024

En tiempos como este, miramos a un principio que nos dió Roy Amara, quien lideró The Institute for the Future:



"Tendemos a sobreestimar el efecto de la tecnología a corto plazo e infravalorar el efecto a largo plazo."

Este fenómeno ya ha sido observado muchas veces y se llama **La ley de Amara**.



Pero mientras las promesas más locas de la IA todavía están lejos, esta ya está impactando la forma en que diseñadores, ingenieros y otros están diseñando y creando sites, apps y productos digitales. Muy parecido a lo que vivimos con el auge del móvil, muchas marcas intentarán hacerse con la interfaz de la aplicación de la IA.

¿Qué es una interfaz de aplicación? Es lo que vemos y con lo que interactuamos más en nuestro día a día. Para móvil, piensa en Uber. Para IA, podría ser el generador de música por IA Suno, el generador de video Sora, o el chatbot Claude.. A diferencia de la interfaz de infraestructura (los servidores, la nube y la red) la interfaz de la aplicación es donde importa más la experiencia de usuario, donde una interfaz y un producto tienen éxito o fallan según su propio diseño

Esto hace a la IA una gran oportunidad para los equipos de desarrollo de producto. Hemos decidido que era hora de explicarlo todo y compartir lo que habíamos encontrado. Hemos entrevistado a casi 1800 diseñadores y desarrolladores de cuatro continentes sobre el impacto que la IA generativa está teniendo en su trabajo en 2024 y sobre qué tienen pensado hacer en el futuro.

Los resultados nos muestran que mientras la IA generativa está todavía en fase experimental, muchas cosas ya van tomando forma.



Por ejemplo, poco más de la mitad informaron que ya están desarrollando productos y funciones basados en IA.



Por el otro lado, menos de la mitad de esas personas dicen que realmente han lanzado algo.

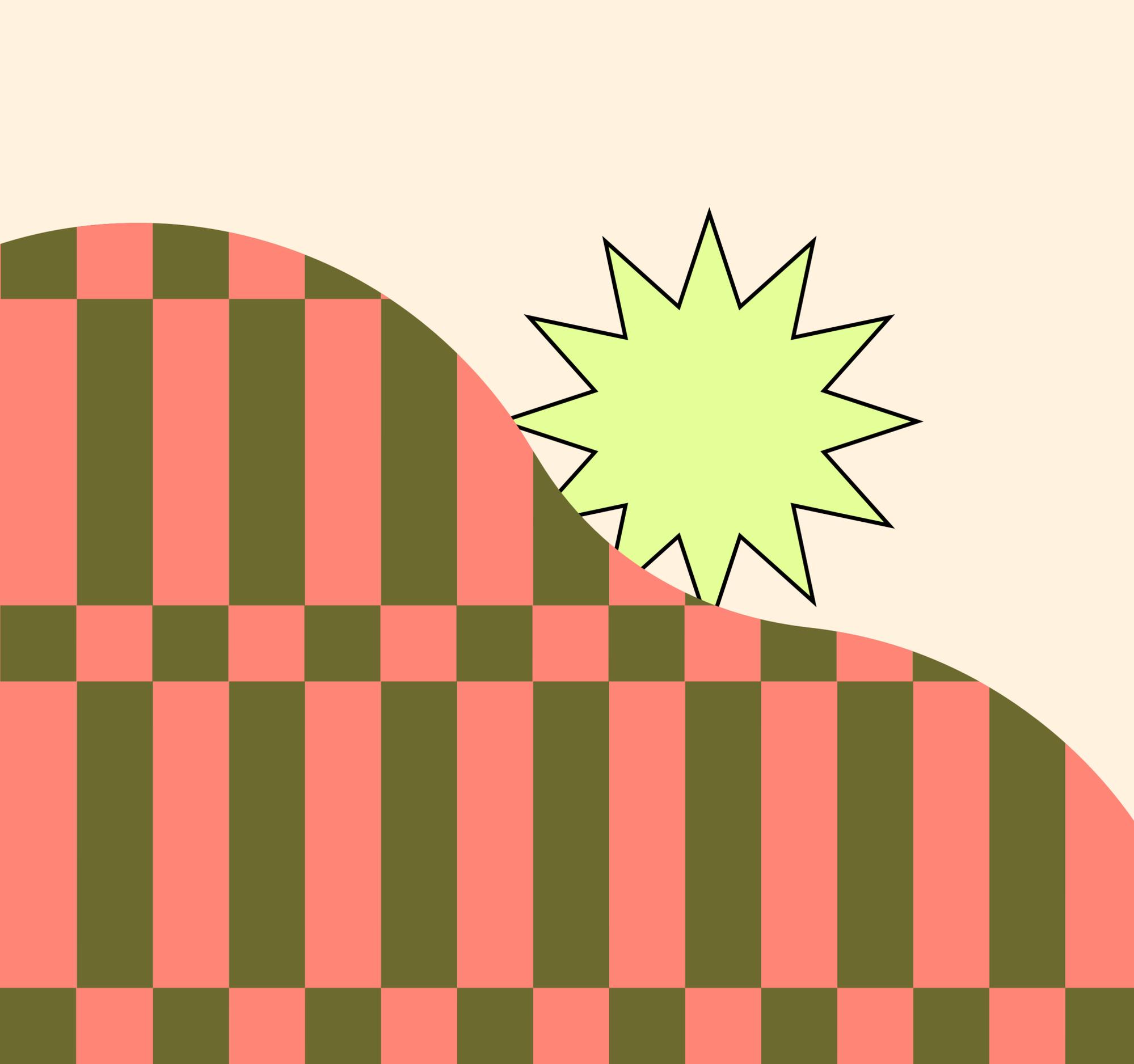
Este eBook te da una foto de como tus compañeros en diseño de producto digital y desarrollo están ya usando IA generativa y como su mirada está puesta en lo que viene.

Contenidos

Presentamos: ¿quién está usando IA generativa y para qué?. →

Nuevos productos, funciones y servicios que estás lanzando. →

Futuro: cómo avanzar en un entorno de IA que no para de evolucionar. →



Presentamos: ¿Quién está usando IA generativa y para qué?

Cuánto ha impactado la IA en tu día a día depende de tu rol.

Algunos casos de uso que salieron obviamente demasiado pronto y para los diseñadores se encuentran en fase de investigación. Como menciona Janelle Estes, profesora en la Universidad de Bentley y ex directora de insights en UserTesting **destaca**" (Escribir planes de investigación) utilizar IA generativa es un ahorro de tiempo total. Estoy revisando este plan y digo 'vale', esto está un 70-80% ahí."



De todas formas, llevar las cosas a otro nivel es otra historia. **"Siento que tengo un pequeño margen de seguridad porque sé lo que es algo bueno. Para aquellos que no tienen la experiencia o la educación para saber qué es algo bueno, ¿cómo sabes el 30% que falta?"** dice Janelle.

En muchos roles, la IA ya está cambiando ciertas tareas (y habilidades necesarias para llevarlas a cabo).

Si por un momento, la IA puede ayudar a alguien a generar una imagen rápido, la gente puede usarla para generar mood boards, imágenes o interfaces, y muchas otras opciones visuales. En este punto, las habilidades y el expertise cambia de generar imágenes a elegir la adecuada.

Y mientras la IA ayuda a todo el mundo a moverse más y más rápido, lo que realmente importa es lo que los diseñadores, desarrolladores y los investigadores de usuarios saquen ahí fuera. Por ejemplo, los diseñadores necesitarán habilidades de persuasión para explicarles a las partes interesadas por qué una imagen es la correcta, o cómo funciona mejor la interfaz para resolver sus problemas.

¿Qué es lo que no ha cambiado? los equipos de producto de diseño deben entender las motivaciones y las preocupaciones del usuario y de los inversores. En otras palabras, ellos son la base de todo.

"Si la forma en que se llevan a cabo las tareas cambia, entonces la capacidad de persuadir o contextualizar puede volverse más integral", dice Andrew Hogan, director de insights de Figma. "Será más importante contar una historia y tener la confianza y la experiencia para elegir la opción correcta. ¿Cómo trabajarás junto a las personas para llegar al mejor resultado?"



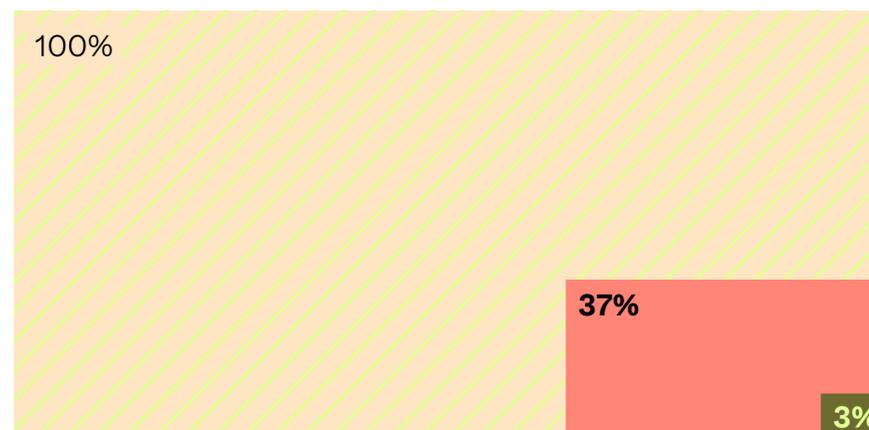
La primera ola de impactos de IA

Nuestra investigación muestra que los diseñadores han sido más lentos que los desarrolladores en sentir los efectos transformadores de la IA: los ingenieros tienen más del doble de probabilidades de decir que la IA ha "impactado significativamente" o ha sido "transformadora" para su trabajo.

Los desarrolladores tienen muchas más probabilidades de reportar ganancias en productividad y eficiencia, y tienen más probabilidades de decir que el resultado de la IA es de confianza. Cuando se les pregunta sobre los cambios en su trabajo, los desarrolladores describen el uso de modelos de lenguaje a gran escala (LLM) para ayudarles con las tareas que realizan a diario.

Esto no va solo de las herramientas. Los desarrolladores tienen un 60% más de probabilidades de decir que la IA ha tenido un impacto transformador en los productos en los que trabajan.

Sin embargo, los ejecutivos son quienes están sintiendo más el impacto y la urgencia. *Ver tabla - El impacto de la IA por seniority, página 7.*



Solo el 3% de los ejecutivos dicen que la IA no ha tenido impacto en su trabajo, y un 37% dice que ya ha creado un impacto "significativo" y "transformador" en los pasados 12 meses.

Esto probablemente refleje un impulso por averiguar cómo la IA puede hacer que sus empresas sean más eficientes, rentables y competitivas, ya sea reduciendo precios o mejorando productos y servicios. Dado el entusiasmo de los ejecutivos por la IA, esperamos ver presión desde arriba para incorporarla al trabajo, pero son con los colaboradores individuales con quien la mayoría de los casos de uso reales tomarán forma.

Eso le da a los diseñadores, ingenieros y otros colaboradores individuales mucho poder y una gran oportunidad ahora mismo.

A ella "**Pensamientos emergentes sobre el diseño asistido por IA**" Presentación de Config 2023, la gran investigadora principal Jane Davis compartió su visión:"



"[Es] nuestra responsabilidad y nuestra oportunidad, como profesionales, establecer los términos en los que se utilizarán estas herramientas en nuestro trabajo. Este es un momento de cambio tecnológico y un cambio de paradigma tremendo.

Colectivamente, podemos tomar esas decisiones y establecer esos términos, pero tenemos que hacerlo de forma colectiva y reflexiva".

El impacto de la IA por seniority

La presión de la IA se está filtrando de arriba hacia abajo.

En los pasados 12 meses, ¿a qué nivel la IA ha afectado a tu trabajo?			
	Seniority		
	IC	Mandos intermedios	Ejecutivos
Impacto transformador	2.3%	3.7%	10.2%
Impacto significativo	12.4%	18.2%	26.5%
Impacto moderado	32.7%	33.2%	28.6%
Menor impacto	43.5%	41.2%	32.7%
Sin impacto	9.2%	3.7%	2.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Los ejecutivos son el porcentaje más alto de los que están experimentando un efecto más significativo y transformador de la IA.

El impacto de la IA por industria

El impacto de la IA es notablemente similar a través de los sectores, aunque la industria de servicios financieros y seguros está tomando un enfoque más cauteloso que otros.

Industria	Average
Publicidad y/o Marketing	42.9
Salud	42.8
Medios	42.3
Tecnología y/o servicios tecnológicos	42.1
Servicios de telecomunicación	41.7
Retail	41.3
Profesionales y servicios de empresa	40.1
Servicios financieros y/o seguros	34.9
Energía, utilidades y/o servicios de gestión	32.6
Total (9)	41.1

Los resultados representan un promedio ponderado basado en el grado general de impacto de la IA en la vida laboral de los encuestados.



La era del IA DIY

El fenómeno IA DIY es probablemente una oportunidad que probablemente pronto transformará a la mayoría de las personas.

La IA generativa le ha dado a las personas sin habilidades de codificación o automatización la capacidad de crear sus propias ayudas de automatización.

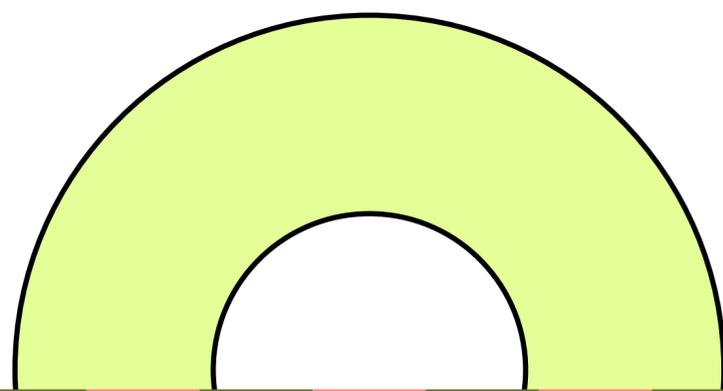
Un ejemplo nos llega de un diseñador de agencia con el que hablamos, se frustraba al tener que hacer seguimiento de los cambios en el contenido manualmente o volver a retocar texto que no era definitivo. Usaron ChatGPT para construir una herramienta sencilla para verificar los cambios en un documento fuente, lo que les ahorró tiempo y probablemente redujo los errores.

Es probable que existan millones de ejemplos de proyectos de IA DIY que diseñadores e ingenieros emprendedores han utilizado para hacer su trabajo más eficiente. Pero aún a menudo requiere investigación, trabajo y prueba y error para encontrar las herramientas, plugins e incluso los prompts adecuados para la máquina.

Por supuesto, en muchas empresas estas iniciativas están patrocinadas por la compañía. De hecho, en Figma hemos

integrado **IA en FigJam** para ayudar a los equipos de productos a realizar reuniones más efectivas, visualizar ideas y planes, sugerir mejores prácticas y, por supuesto, automatizar tareas tediosas, para que puedan enfocarse y tener una visión global.

"Cuando hablamos de bajar el piso y subir el techo, nos referimos a crear productos que sean más accesibles pero que también amplíen las posibilidades", afirma Noah Levin, vicepresidente de diseño en Figma.



Colaboración y precaución

IA te da la oportunidad de mejorar el trabajo en equipo a través de toda la compañía, pero no estamos viendo el impacto todavía.

Según nuestra encuesta, la IA ha cambiado los workflows individuales y no ha impactado tanto en la colaboración. **Solo el 6% de los encuestados afirman que la IA ha tenido un efecto transformador importante en la colaboración mientras que el triple de éstos dijeron que había cambiado su trabajo individual.**

No es de extrañar que muchas de las organizaciones todavía no hayan encontrado la forma de aplicar la IA a través de sus equipos. Actualizar los workflows de más de una persona requiere pensarlo bien, más aportaciones y establecer expectativas. Invertir este tiempo significa que hay un coste más alto al cambiar de herramientas, así que las organizaciones deberían tomarse un tiempo para seleccionar y probar las herramientas antes de implementarlas.



Se viene una ola de IA: nuevos productos, funcionalidades y servicios

El FOMO (miedo a quedarse atrás) impulsa los primeros esfuerzos

Nuestra encuesta mostró que las empresas se están moviendo con rapidez para lanzar funciones y productos de IA, y un número enorme - **un 89%** dice que la IA impactará en sus productos y servicios en 12 meses.

Pero están pasando muchas cosas bajo la superficie:



Menos de la mitad de la gente que trabajó con funcionalidades IA no ha lanzado nada actualmente



Solo un tercio de las respuestas han afirmado haber lanzado una funcionalidad IA y se sienten orgullosos de ello



EL 72% de los encuestados que han lanzado funcionalidades IA dicen que juega un rol minoritario o no significativo

Así que si la IA está haciendo tantas cosas y si es tan importante, ¿por qué tantos de los primeros esfuerzos han fracasado?

Es evidente que la tecnología (y no las necesidades de los usuarios) está impulsando las funcionalidades IA y el desarrollo de producto ahora mismo. En este momento, en algunas organizaciones, es la innovación la que busca el problema.

Pero no es inusual, según Mia Blume, fundadora de diseño con IA. “La tecnología siempre llega primero”, dijo en **nuestro reciente webinar**, “nos muestra nuevas oportunidades. Nosotros todavía estamos intentando entender qué es posible (mientras experimentamos, jugamos, descubrimos e investigamos). Lo que significa que la parte de producto y diseño viene un poco más tarde. Sí, el diseño vendrá. Esto no significa que el diseño no tuviera que estar pasando ya.”

Fatiga de IA

Las empresas que tienen prisa por ser las primeras en lanzar funciones IA, o simplemente intentan mantenerse al día, se encontrarán con un mercado inundado de productos y funciones IA.

Los investigadores de Figma realizaron decenas de entrevistas con los usuarios finales de productos IA y notaron una creciente indiferencia hacia la idea de "otra función IA más", un fenómeno que estamos llamando "fatiga de funcionalidades IA".

¿Por qué? Incluso la gente que está construyendo productos y funciones son escépticos sobre cuál es la necesidad. Más del 20% dicen que resolver problemas de usuario es un gran reto.

Solo unos pocos obstáculos se cruzan en su camino:

- **Modelos de IA y resultados impredecibles:**
La IA generativa a veces saca resultados o conclusiones incorrectas o sin sentido, así que deja de ser una opción cuando no puedes verificar los resultados.
- **Preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad:**
Introducir datos en modelos de IA públicos puede conducir a resultados impredecibles. Pero incluso usando IA privada y cerrada a una empresa, se introducen riesgos de seguridad, como compartir datos con un empleado con el nivel de acceso equivocado.
- **Integración coherente de nuevas funcionalidades:**
En muchos casos, las empresas están agregando IA generativa a productos, sitios web y aplicaciones existentes. ¿Debería la IA ser una nueva pestaña, una varita mágica o algún tipo de función beta al margen? El exceso de funciones y la complejidad en la arquitectura de la información siempre son un riesgo, pero aún más con una capacidad completamente nueva.
- **El diseño de las interacciones:** La IA generativa impulsa el desarrollo de diseños de interacción diferentes, como chatbots, pero estas experiencias pueden resultar confusas. Los usuarios tal vez ni siquiera sepan por dónde empezar o qué preguntas hacer. También es necesario ayudar a los usuarios a entender qué pueden esperar e indicar qué tan confiados estamos en que nuestra herramienta les está dando la respuesta correcta. El siguiente paso serán agentes que completen tareas en nombre de los usuarios, pero que también necesitarán supervisión y orientación.

No todas las mejoras de productos de IA tendrán que aparecer como una función específicamente etiquetada. Al centrarse en las necesidades de los clientes, y no en la tecnología por sí misma, las empresas pueden agregar un enorme valor a sus ofertas.

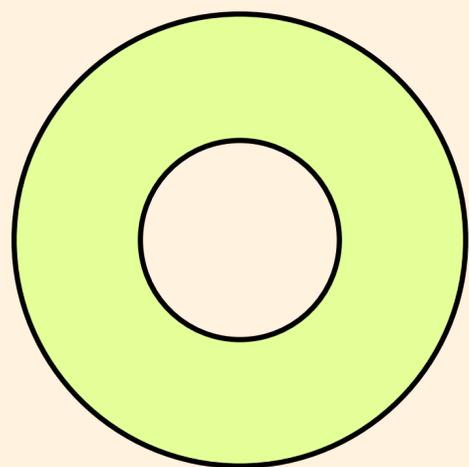
Zan Gilani, product manager de Duolingo, compartió cómo están pensando en la IA en nuestra **reciente transmisión en vivo**:

Él dijo que ya les está ayudando a escalar procesos existentes, como la creación de contenido. Mencionó que si estás creando un conjunto de anuncios para diferentes públicos objetivo, puedes usar IA para replicarlo a un nivel mucho más detallado.

Quizás hay una gran sensación de urgencia entre las empresas que compiten por llevar productos y servicios que incorporan IA al mercado. Pero los usuarios no están interesados en la IA por sí misma, particularmente si los servicios no han sido bien diseñados. Esa brecha llegará a su punto máximo en 2024 y 2025.



Es hora de actuar: cómo evolucionar con IA



Avanza más rápido en un entorno IA que no para de cambiar

En este momento, la IA generativa está siendo promocionada como una tecnología completamente nueva. Esto no es inusual, muchas veces cuando se lanzan nuevas tecnologías, no queda claro cómo se utilizarán. A menudo, la tarea del diseño es conectar la tecnología con las necesidades de los usuarios.

En algún punto los libros también fueron nueva tecnología. Las imprentas. Los ordenadores. Teléfonos. Todos ellos se volvieron más útiles con el tiempo.

Cuando se lanzó el iPhone no había ninguna app store, pero solo unos años más tarde ya había millones de apps que resolvían un montón de necesidades, y los smartphones se volvieron el centro de nuestras vidas.

Andrew Hogan, jefe de inteligencia de Figma:

"En 2010, Apple registró la frase 'hay una aplicación para eso'. En 2014, había tantas aplicaciones que la competencia presionaba para la excelencia. Simplemente tener una aplicación no era suficiente. Las empresas que hicieron del diseño una prioridad tuvieron una ventaja, porque el móvil creó muchas oportunidades, pero también lo hizo todo más complejo."

Esa es una lección para quienes crean productos y servicios: nunca estás vendiendo tecnología. Estás vendiendo soluciones y oportunidades que provienen de entender las necesidades humanas.



Toma el control de la IA ahora: pasos rápidos para empezar

Las herramientas y casos de uso de IA están proliferando a lo bestia, y es fácil quedarse atascado en la parálisis que crea el análisis. Aquí algunas formas de superar la indecisión y renovar tu trabajo, la forma en que colaboras e incluso los productos de tu empresa.

Tu trabajo

Ir probando con la IA ahora te ayudará a entender su potencial y sus limitaciones, preparándote para un futuro en el que seguramente jugará un papel cada vez más importante. Y quizá descubres que le inyecta una nueva energía a tu trabajo.

- Investiga qué herramientas te permiten usar en el trabajo.
- Pregunta a tus compañeros para qué usan la IA.
- Empieza pequeño. Descubre cómo aplicar la IA a un nuevo tipo de tarea, sea algo que haces a menudo (vamos a decir redimensionar imágenes), o una tarea poco rutinaria como el brainstorming.
- Encuentra algún tipo de guía para crear un prompt que solucione tu problema. Hay posibilidades de que alguien haya invertido ya un montón de tiempo usando la IA para resolver un problema como el tuyo.

Tu trabajo en equipo

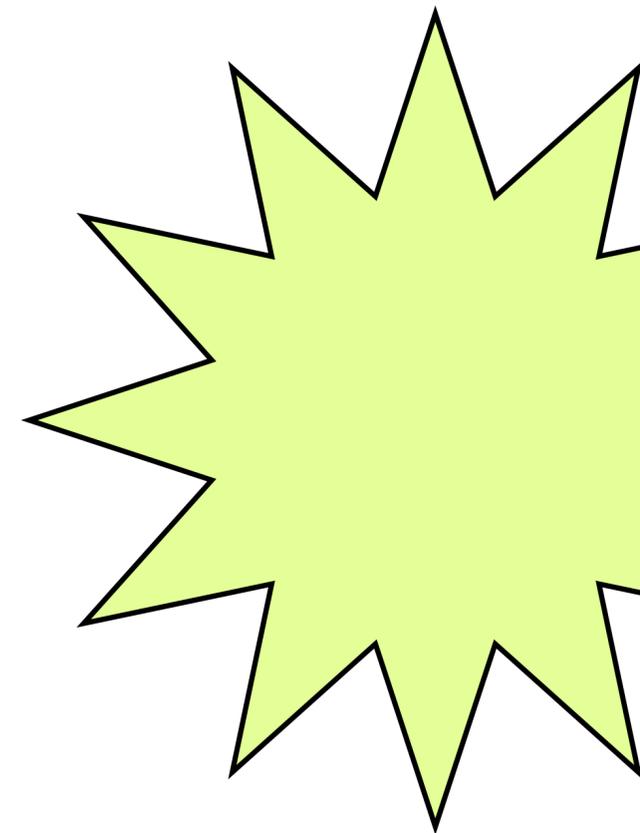
Lograr una colaboración sólida requiere mucho trabajo: a veces son notas de reuniones, herramientas para sesiones de brainstorming, o echar una mano o dos. Usar la IA para potenciar la forma en que colaboráis podría aportar nuevas ideas y más alineación en tus equipos.

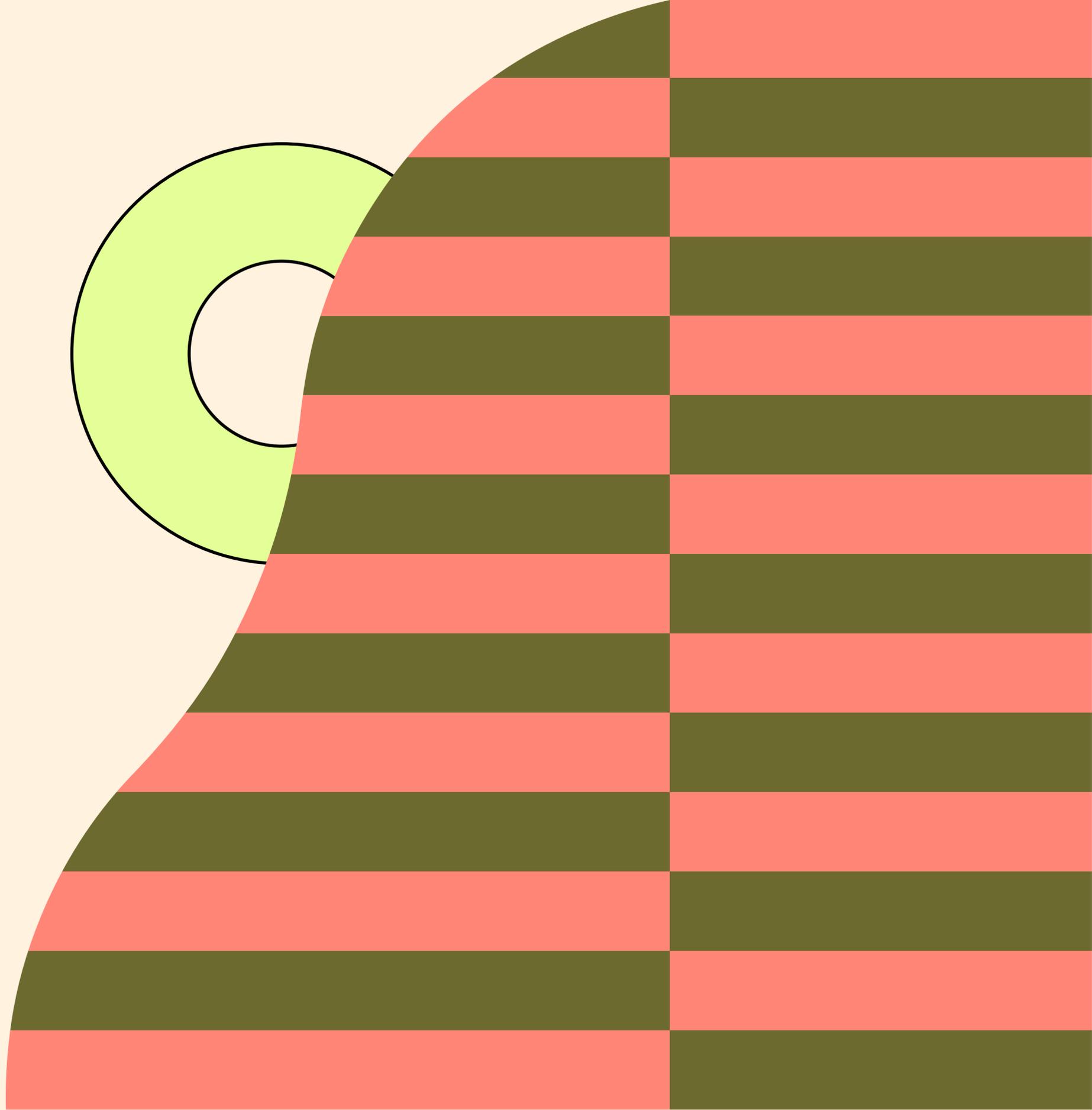
- Las reuniones son el terreno perfecto para la innovación. Prueba a utilizar la IA para generar brainstorming y reuniones con plantillas donde se pueda colaborar visualmente. "Cuando empiezas con un archivo en blanco, intimida no saber cómo llenarlo", dice Jenny Wen, gerente de diseño de Figma. "Puede que no te sientas como un pensador visual porque, ya sabes, no todo el mundo es diseñador, y no pasa nada".
- Introduce el juego para quitar presión y aprender juntos cómo funciona la IA. Crea un entorno divertido. Por ejemplo, una de las primeras cosas que las personas hacen con la IA es hacer preguntas tontas como "¿cómo se hace un sándwich de jamón?". Este tipo de juegos y trucos ayudan a las personas a imaginar cómo usar las herramientas para un trabajo real. Entonces, piensa en cómo pueden jugar y experimentar en grupo. Podéis "hacer sándwiches de jamón" y comparar las respuestas o organizar una salida de team building fuera de la ofi con la IA.
- Crear un resumen con IA en una sesión con un pizarra virtual para filtrar los comentarios y que el equipo esté alineado antes de marcar los próximos pasos.
- Usa la IA como otro colaborador quien puede inspirar nuevas formas de pensar. "La colaboración buena con IA no presenta resultados finales, ellos hacen sugerencias en una forma tangible, en baja, que invitan a que construyas sobre ellos", dice Aosheng Ran, diseñador de producto de Figma.

Los productos y servicios de tu compañía

La IA es un campo abierto de posibilidades, y las mejores ideas es probable que no vengan de arriba, vendrán de los diseñadores, ingenieros, los equipos de servicio al cliente, y otros en primera línea. Esto depende de ti, aquí algunos territorios a considerar:

- ¿Qué desafíos con los consumidores ves frecuentemente?
- ¿Qué oportunidades has declinado analizando el pasado porque escalar era demasiado costoso e ineficiente?





La ola de la IA solo acaba de empezar

La IA nos trae cambios y también algunos dolores de cabeza. Pero pensamos que representa una oportunidad, especialmente para gente que profundiza con intención.

Igual que el iPhone llegó a nuestra vidas y creo un montón de nuevas oportunidades para diseñadores e ingenieros, la IA creará todo un mundo nuevo de desafíos y oportunidades.

Y esto significa que diseñadores e ingenieros deberían estar preparados para estar muy muy ocupados en los próximos años.

Mientras que la IA va asumiendo las tareas más mundanas en diseño y codificación, se necesitará de diseñadores e ingenieros para pensar en el salto de nivel que creará la próxima ola de innovaciones que cambiarán nuestra vida y trabajo.



Este informe se recopiló en mayo de 2024.
Descubre las funciones de IA lanzadas por Figma en Config, en junio de 2024.

Lee más sobre la visión de Figma sobre la IA

[Más información →](#)

