



# DESIGN THINKING



## Equipo 1

- ✓ Aguilar Morales Marco Antonio
- ✓ Ballazar Real David
- ✓ Corte Aguirre Isai Misael
- ✓ Gil Quezada Daniel Arturo
- ✓ López Cabagné Oscar Eduardo
- ✓ Panloja Rodríguez Lizbeth
- ✓ Villaruel Castro Daniela Michael





**¿QUÉ  
ES?**

Es un método cuya finalidad es la de generar ideas innovadoras centrándose en atender las necesidades reales de los usuarios.

Orienta los esfuerzos en 3 acciones:

# 01 EMPATIZAR

con usuarios y público en general.

# 02 SINTETIZAR

la información de las necesidades en ideas factibles y ejecutables.

# 03 IMPLEMENTAR

las ideas en prototipos que anticipen lo que se puede hacer en versiones alfa y beta



# ¿QUIÉNES LO UTILIZAN?

“Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

**Tim Brown, CEO de IDEO**



# EMPRESAS

The Google logo is displayed in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red).

Google

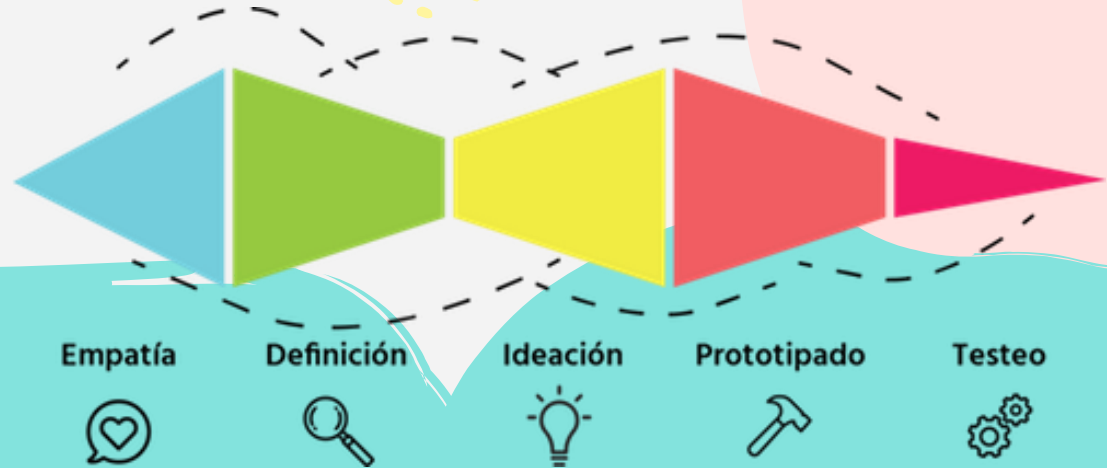


Al ser un gran generador de innovación, se puede aplicar a cualquier campo. Desde el desarrollo de productos o servicios hasta la mejora de procesos o la definición de modelos de negocio. Su aplicabilidad tiene como límites nuestra propia imaginación.



# PROCESO

- Se compone de cinco etapas.
- No es lineal.
- En cualquier momento se podrá ir hacia atrás o hacia delante si es necesario, saltando incluso a etapas no consecutivas.



# ETAPAS

## EMPATIZA

Es delimitar el público y área a la que se quiere dedicar el producto, hacer los estudios para entender a los potenciales usuarios y comenzar los análisis estadísticos de factibilidad

## DEFINE

Priorizamos la información recopilada y nos quedamos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes.

# ETAPAS

## IDEA

La etapa de Ideación tiene como objetivo la generación de un sinfín de opciones. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra.

## PROTOTIPO


Aquí volvemos las ideas realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones



# ETAPAS

## PRUEBA

Probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estamos desarrollando; aquí debemos evolucionar nuestra idea hasta convertirla en la solución.

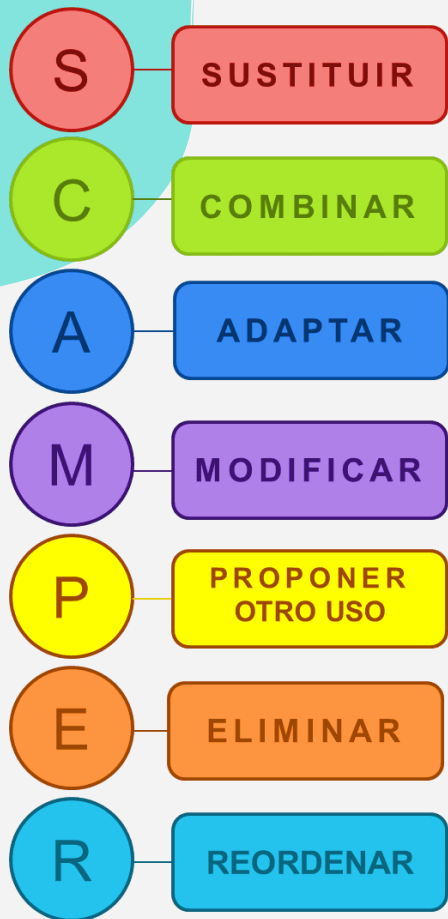


Existen multitud de técnicas creativas para facilitar la generación de ideas innovadoras, entre ellas podemos destacar:

- Scamper
- Customer Journey
- Mapa Mental



## TECNICAS DE DESING THINK

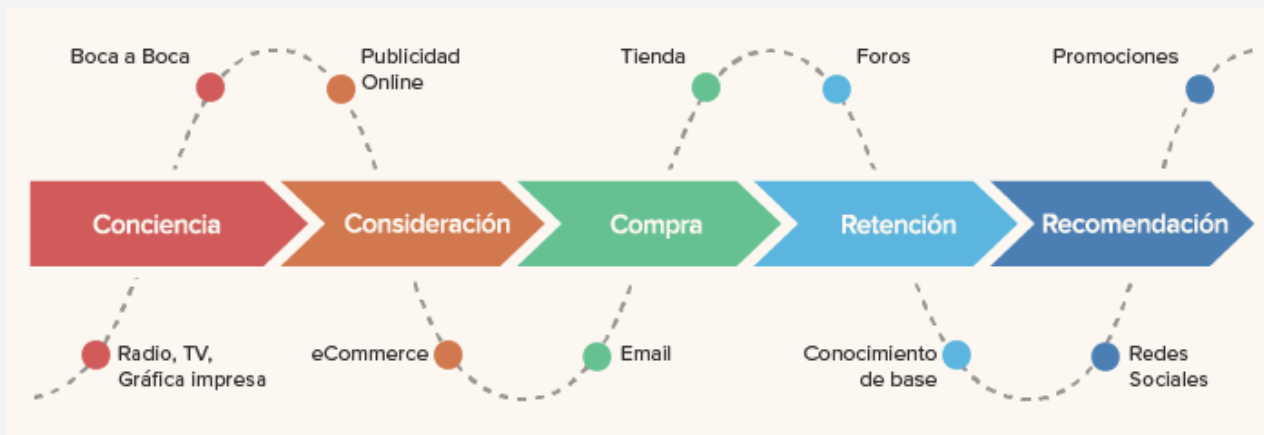


# SCAMPER

Consiste en cambiar algo de función, pensar en algo pero con una nueva utilidad o funcionalidad, sería como asociar a algo que ya existe una nueva idea de uso o concepto

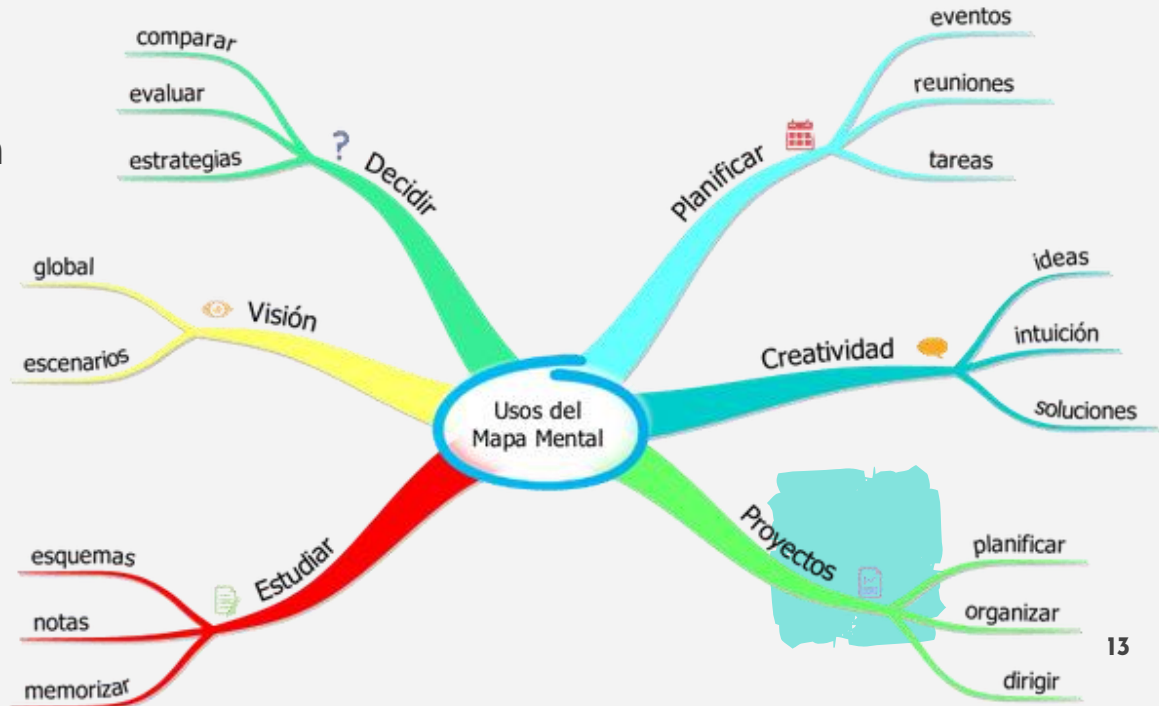
# CUSTOMER JOURNEY

Centrado en la experiencia de usuario, en el uso o recorrido que hace un usuario de un servicio, una aplicación o un producto, en este caso es fundamental la recolección de datos y en base a ellos se detectan fallos y se diseñan soluciones para la mejora.



# MAPA MENTAL

Es una herramienta visual por medio de la cual se favorece el afloramiento de ideas en base a sus conexiones con otras. Se coloca un tema principal en el centro del mapa y se van conectando a él conceptos concretos de forma ramificada.





**¡GRACIAS  
POR SU  
ATENCIÓN!**

# REFERENCIAS

[1] Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23 (107), 76-77. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

[2] Modelo Canvas. [Ebook]. Retrieved from

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA\\_REFORZAMIENTO\\_MODULO\\_2.pdf?1463794988=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA\\_REFORZAMIENTO\\_MODULO\\_2.pdf&Expires=1603391565&Signature=cgEFlliL2RAS-fgvPFqdWa-fDMpRJV1jXWr7bG9Umelv6f5WONNTjwPGJ7A~lmjlH6f2-ktMB1nBiPwVmNnDRzdh2HcumekBohSWsKHhdqaVCgrNMTRsnl0WVWz2Q6VYUPRLM~jwDJnLA2ZTAalTfiBmkTu9VgaO5T~hdSx5ChrwuUX-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf?1463794988=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf&Expires=1603391565&Signature=cgEFlliL2RAS-fgvPFqdWa-fDMpRJV1jXWr7bG9Umelv6f5WONNTjwPGJ7A~lmjlH6f2-ktMB1nBiPwVmNnDRzdh2HcumekBohSWsKHhdqaVCgrNMTRsnl0WVWz2Q6VYUPRLM~jwDJnLA2ZTAalTfiBmkTu9VgaO5T~hdSx5ChrwuUX-)

[5LLFJnXw2whwxDsIVUtGHE70KexcMBqPbvCiWSxdV2JGYV5S7Y9ZPJgGSbQZCtGJfPbdFgrXxQ32bJN09OI2RS7Vbl3BAWnxqTdmSyl2rbflq8gO2Qz8ExV~wRrEKbLuV~Wq5Kllw2KjTL42MKKTeo~TcZ7m6okFUIoLGg\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf?1463794988=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf&Expires=1603391565&Signature=cgEFlliL2RAS-fgvPFqdWa-fDMpRJV1jXWr7bG9Umelv6f5WONNTjwPGJ7A~lmjlH6f2-ktMB1nBiPwVmNnDRzdh2HcumekBohSWsKHhdqaVCgrNMTRsnl0WVWz2Q6VYUPRLM~jwDJnLA2ZTAalTfiBmkTu9VgaO5T~hdSx5ChrwuUX-5LLFJnXw2whwxDsIVUtGHE70KexcMBqPbvCiWSxdV2JGYV5S7Y9ZPJgGSbQZCtGJfPbdFgrXxQ32bJN09OI2RS7Vbl3BAWnxqTdmSyl2rbflq8gO2Qz8ExV~wRrEKbLuV~Wq5Kllw2KjTL42MKKTeo~TcZ7m6okFUIoLGg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[3] Antúnez, M. (2015, 9 abril). Usa el design thinking para validar tu negocio. *Entrepreneur*.

<https://www.entrepreneur.com/article/268116#:~:text=Esta%20metodolog%C3%ADa%20permite%20crear%20productos,de%20ideas%20traducidas%20en%20soluciones.&text=El%20pensamiento%20del%20dise%C3%B1o%20o,para%20crear%20productos%20y%20servicios>

[4] Design Thinking en Español. (s. f.). Design Thinking en Español. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español. <http://www.designthinking.es/inicio/?fbclid=IwAR2nR0gTuQmfPIUp0FHv3NQwSultxj3Byv8-Z6KFHQGoJn1LL8AhhZIDJJA>