

# Design Thinking y MoSCoW

# Que es Desing Thinking

next slide →

El Design Thinking es un enfoque centrado en la solución de problemas que se utiliza en el diseño de productos, servicios y experiencias.

Se basa en la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios, fomentando la innovación y la creatividad a través de un proceso estructurado.

# Etapas:

## 1. Empatizar

Entender al usuario, utilizar herramientas de recopilación de datos, ponerse en el lugar del usuario



“

## 2.Definir

Analizar los datos y dar una  
definición clara del problema



“

### 3.Idear

En esta fase se generan ideas, se fomenta la creatividad

Se hace Brainstorming para encontrar la mejor idea para solucionar el problema.







“

## 4.Prototipar

En esta etapa se crean objetos como bocetos como una versión inicial del producto, con el fin de visualizar las ideas



“

## 5. Testear

Es la etapa final donde se realizaron pruebas con los usuarios y se recopilan los datos para saber que funcione y que no para realizar ajustes y mejoras

# “Ventajas:



Centrado en el  
usuario



Fomentar  
innovacion



Mejorar  
colaboracion

la

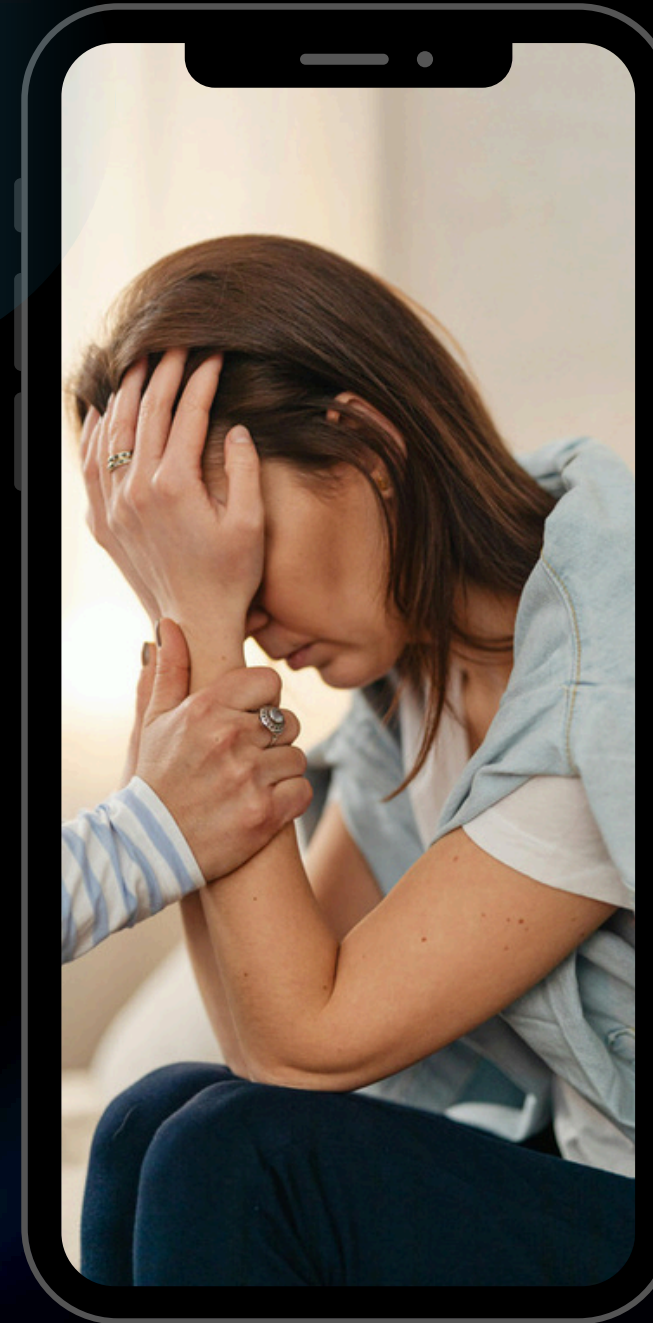




# “ Desventaja:



Dificultades en la  
implementación



# Design Thinking

next slide



Design Thinking				
Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Testear
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Los clientes quieren pedir rápido y sin complicaciones.</li><li>2.No cuentan con un menú claro.</li><li>3.Necesita ver precios y total antes de pagar.</li></ol>	<p>El problema principal es que los clientes necesitan una forma rapida y clara de ver el menú , agregar productos a un carrito y conocer el total a pagar, porque actualmente no hay un menú organizado y eso genera demoras y confusión.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Tener un menú por categorias y que sea ciclico.</li><li>2. Tener precios de productos actualizados y validar disponibilidad.</li><li>3. Tener diferentes metodos de pagos.</li><li>4. Tener opciones de acompañamiento.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pantalla de inicio.</li><li>2. Pantalla de registrarse e iniciar sesión.</li><li>3. Pantalla de productos según categoria.</li><li>4. Carrito con detalles de productos.</li><li>5. Pantalla de pagos.</li><li>6. Pantalla de confirmación de pagos.</li></ol>	

# Que es el metodo MoSCoW

Es una herramienta de priorización que ayuda a los profesionales a gestionar su tiempo y esfuerzos.

Para ello, propone clasificar la importancia de las diferentes características de un producto (o proyecto) de acuerdo a su prioridad.



# Metodo MoSCoW

## Método MoSCoW

**DEBE TENER**

- Requisitos
- Aspectos Críticos
- Sin Sustitución
- Sin Alternativa

**DEBERÍA  
TENER**

- Importante
- Lo que se Desea
- Se Valora si está
- Tiene Sustitución

**PODRÍA  
TENER**

- No es Necesario
- Mejoras Posibles
- Se Valora a Veces
- Con Alternativas

**NO TENDRÁ**

- Menos Importante
- No es Apropiado
- No Vale la Pena
- No se Programa



# MoSCoW

next slide



## Must have

- Catálogo por categorías
- Cada producto con nombre, precio y disponibilidad.
- Carrito de compras funcional
- Agregar/quitar productos, cambiar cantidades, ver subtotal y total.
- Datos mínimos: nombre, método de entrega si aplica.
- Registro e inicio de sesión simple y seguro
- Validaciones básicas, contraseña protegida
- Opciones de pago definidas

## Should Have

- Diseño atractivo y consistente
- Tipografía legible, botones claros, buena jerarquía visual.
- Búsqueda y filtros
- Buscar por nombre, filtrar por categoría / promos.
- Rendimiento: navegación rápida
- Cargar productos rápido y checkout sin pasos innecesarios.
- Notificaciones de promos
- Tipo banner o sección “Promos de hoy”.

# MoSCoW

next slide



## Could Have

- Favoritos
- Marcar productos y ver lista rápida.
- Modo oscuro
- Historial de pedidos
- Repetir pedido anterior
- Recomendaciones simples

## Won't Have

- Anuncios o publicidad

“

Gracias.