

Design Thinking

y

MosCoW

Que es Design Thinking

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 funciona y que no para realizar ajustes y mejoras



Ventajas:

Centrado en el
usuario

Fomentar
innovacion

Mejorar
la
colaboracion

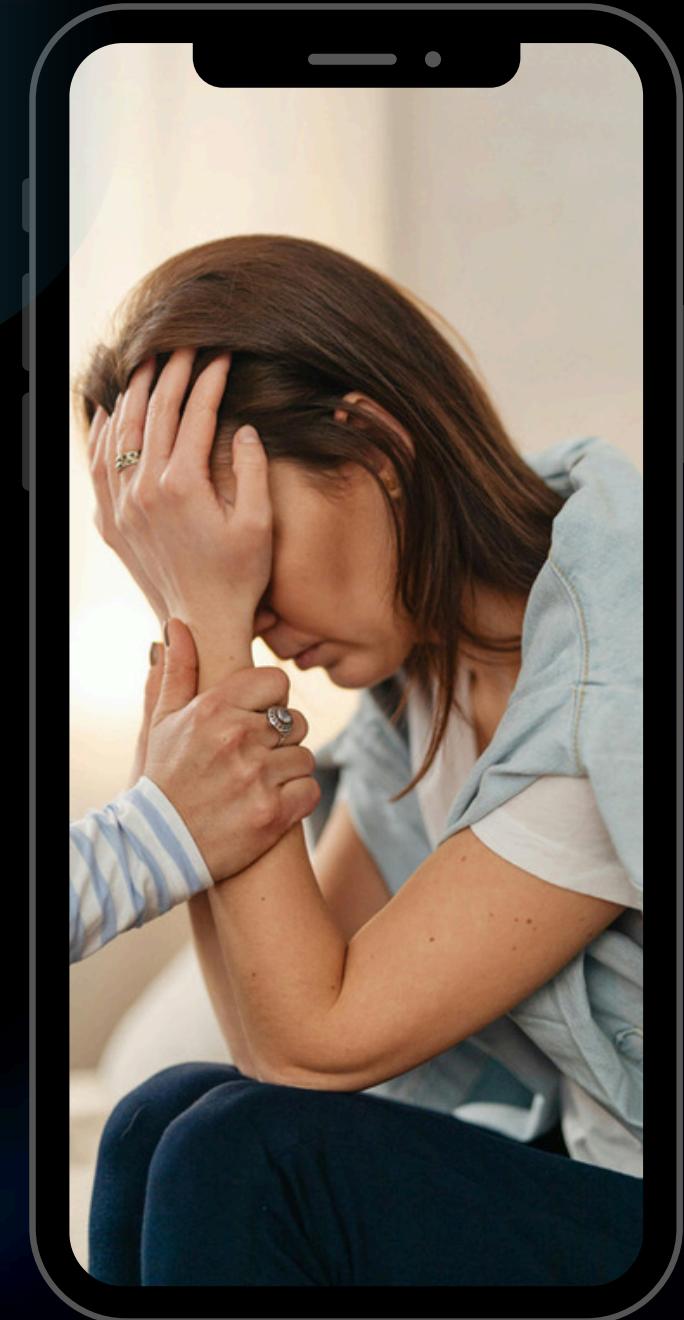




Desventaja:



Dificultades en la implementación



Design Thinking



next slide →

Design Thinking				
Empatizar	Definir	Idear	Prototipar	Testear
<p>1. Los clientes quieren pedir rápido y sin complicaciones.</p> <p>2. No cuentan con un menú claro.</p> <p>3. Necesita ver precios y total antes de pagar.</p>	<p>El problema principal es que los clientes necesitan una forma rápida 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>	<p>1. Tener un menú por categorías y que sea cílico.</p> <p>2. Tener precios de productos actualizados y validar disponibilidad.</p> <p>3. Tener diferentes métodos de pagos.</p> <p>4. Tener opciones de acompañamiento.</p>	<p>1. Pantalla de inicio.</p> <p>2. Pantalla de registrarse e iniciar sesión.</p> <p>3. Pantalla de productos según categoría.</p> <p>4. Carrito con detalles de productos.</p> <p>5. Pantalla de pagos.</p> <p>6. Pantalla de confirmación de pagos.</p>	

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 Apropriado
- 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
- Aregar/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.