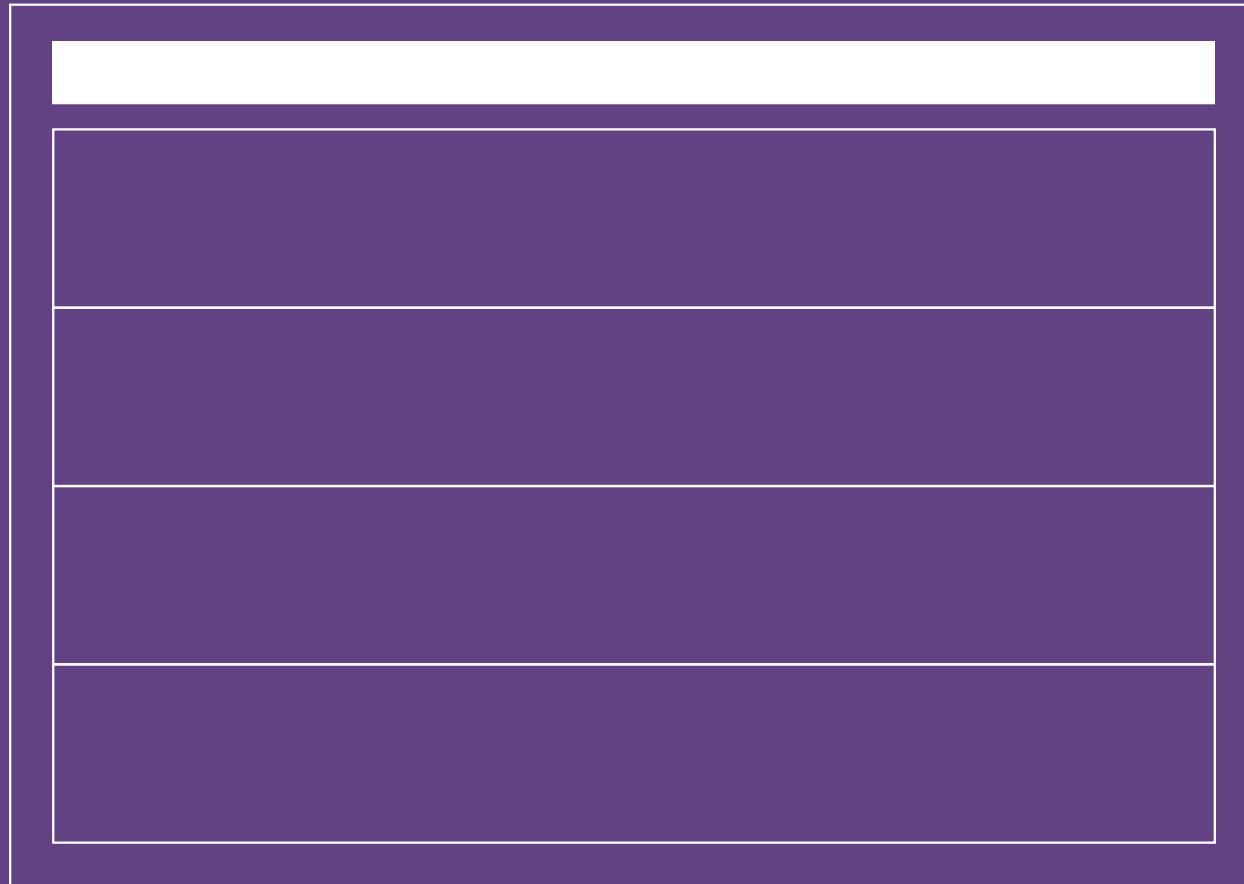


Design criteria canvas



 **Subetapa:**
Desarrollo

 **Tiempo:**
45 min

 **Dinámica recomendada:**
Individual o equipo de innovadores

 **Materiales aplicación física:**

- Formato impreso (carta o póster)
- Plumones de punto fino
- Post-its

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

Design criteria canvas

ImAd · 9

Es una herramienta que permite definir las características que debe tener un producto/servicio para generar valor significativo en un segmento de mercado.

Esta herramienta fue creada por Design a Better Business y tiene como objetivo la identificación de las características y componentes principales que debe tener un producto o servicio. Sirve para la determinación del producto/servicio definitivo o que se debe validar a través de prototipos.

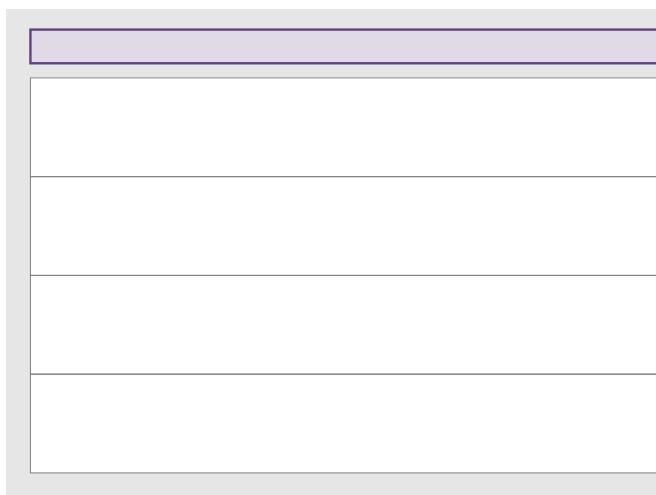
Autor:
Design a better business

Bibliografía:
DesignABetterBusiness.tools | Design Criteria Canvas.
(n.d.). <https://www.designabetterbusiness.tools/tools/design-criteria-canvas>

Referencias adicionales:
NA

Se divide en cuatro categorías principales que son:

- 1. Deben (must).** Son los componentes que obligatoriamente debe tener un producto o servicio. No es negociable que no los tenga. Por ejemplo, un teléfono celular debe tener conexión a la red, ya que sin esta conexión su core no sirve.
- 2. Debería (should).** Son los componentes o características que un producto o servicio son recomendables que tengan, ya que son importantes debido a que el cliente las busca y además toda la competencia las tiene incluidas. Por ejemplo, las buenas cámaras de los teléfonos celulares no es el core del producto, sin embargo, la mayoría de los celulares las tienen y la mayoría de los clientes la piden.
- 3. Opcional (could).** Son los componentes que son opcionales y que tienen relevancia para ciertos segmentos de mercado. Por ejemplo, una cámara muy especializada que hace tomas en cámara lenta.
- 4. No (won't).** Son componentes que no deben ser incluidos ya que no son deseados por el mercado meta. Por ejemplo, un teclado en los celulares.



Paso 1.

Se identifica cuál es el producto o servicio resultante de un proceso creativo, y que se quiere prototipar o prototipar.



Paso 2.

Se deben identificar las características del producto/servicio que satisfacen directamente las necesidades del cliente y que son parte del core del mismo.

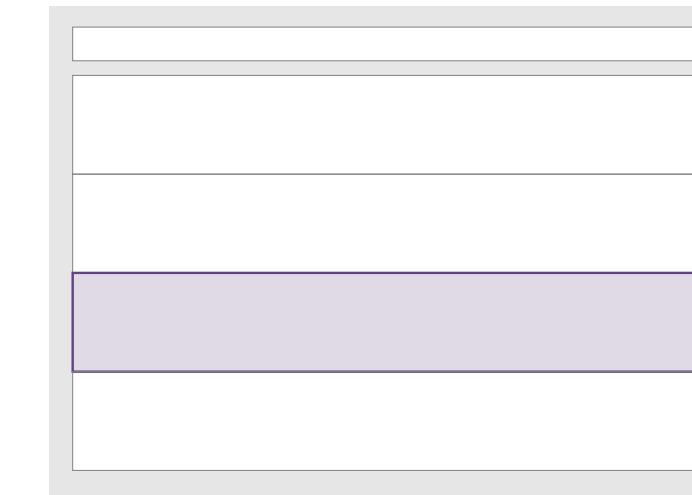


Paso 3.

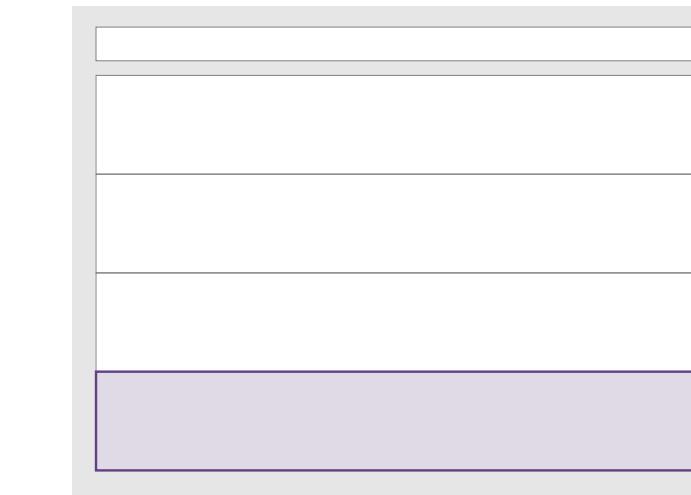
Se deben identificar las características del producto/servicio que son comunes en la competencia y que son deseadas por el cliente. Estas características son las que identifican en qué categoría o gama se encuentra el producto, por ejemplo, los autos de gama alta tienen sistemas como los frenos ABS en las 4 ruedas que no tienen los autos de gama media y baja.

Design criteria canvas

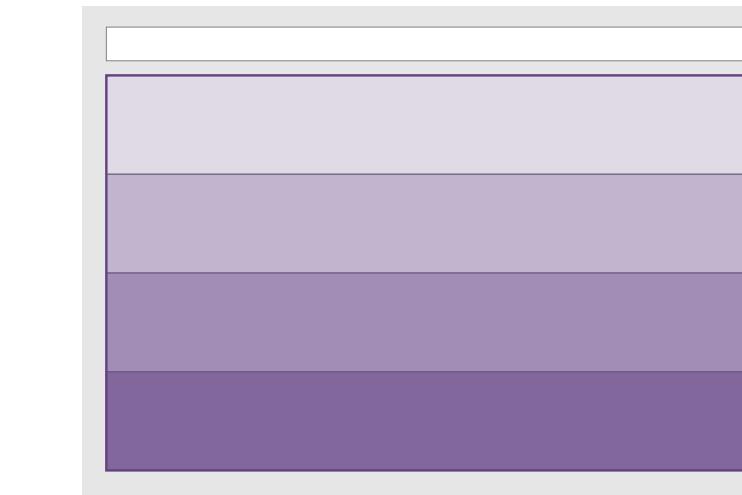
ImAd · 9

**Paso 4.**

Se deben determinar las características que el producto/servicio puede tener para generar diferenciación en el segmento de mercado elegido.

**Paso 5.**

Se deben identificar las características que el mercado meta no quiere que tenga el producto.

**Paso 6.**

Hacer una revisión de todas las características del producto/servicio para identificar que todas hayan sido incluidas.

Design criteria canvas

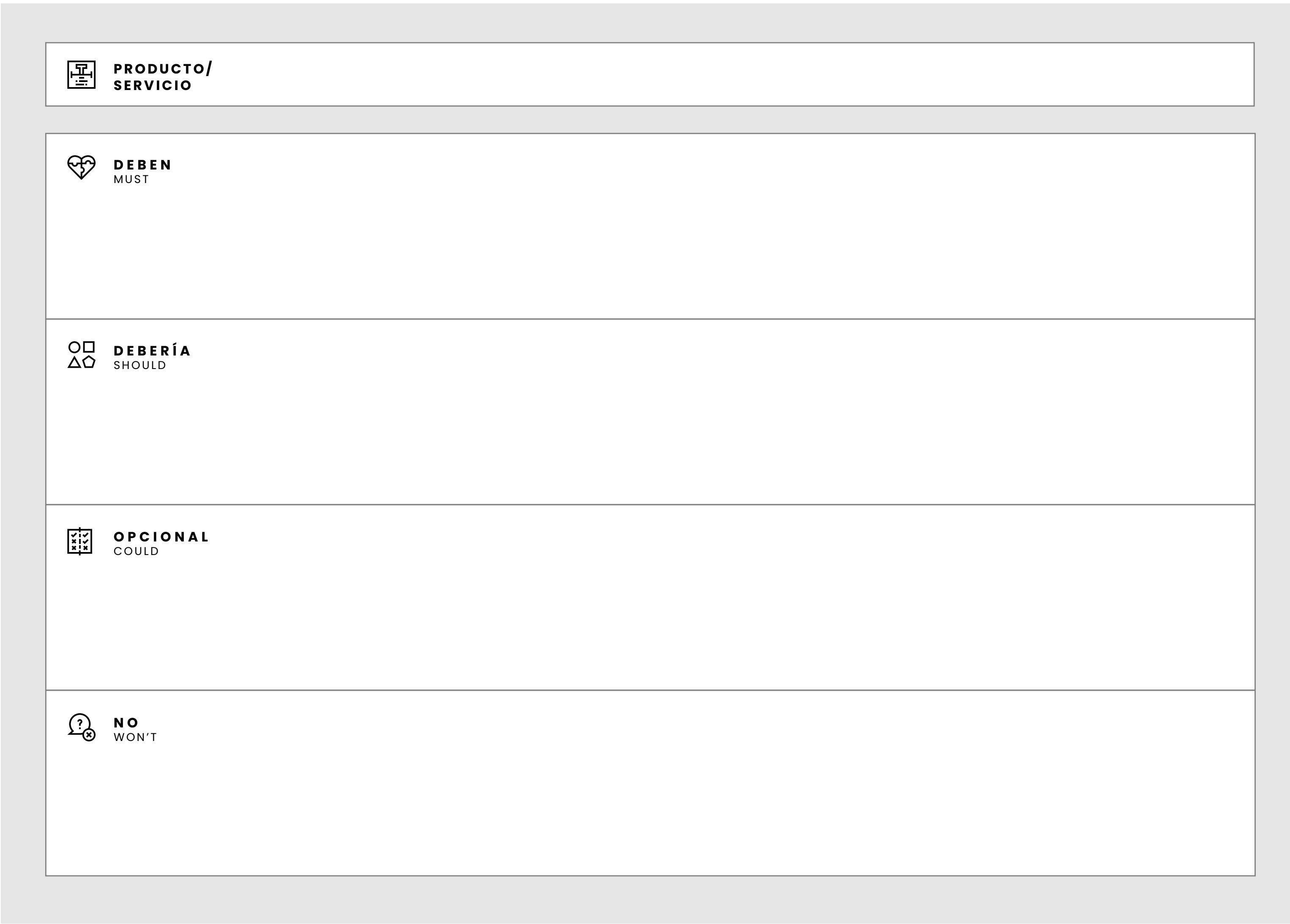
ImAd · 9

Diseño original:

DesignABetterBusiness.tools / Design Criteria Canvas. (n.d.). <https://www.designabetterbusiness.tools/tools/design-criteria-canvas>

Adaptación:

ToolTec



© 2022 ToolTec.