

DESIGN THINKING

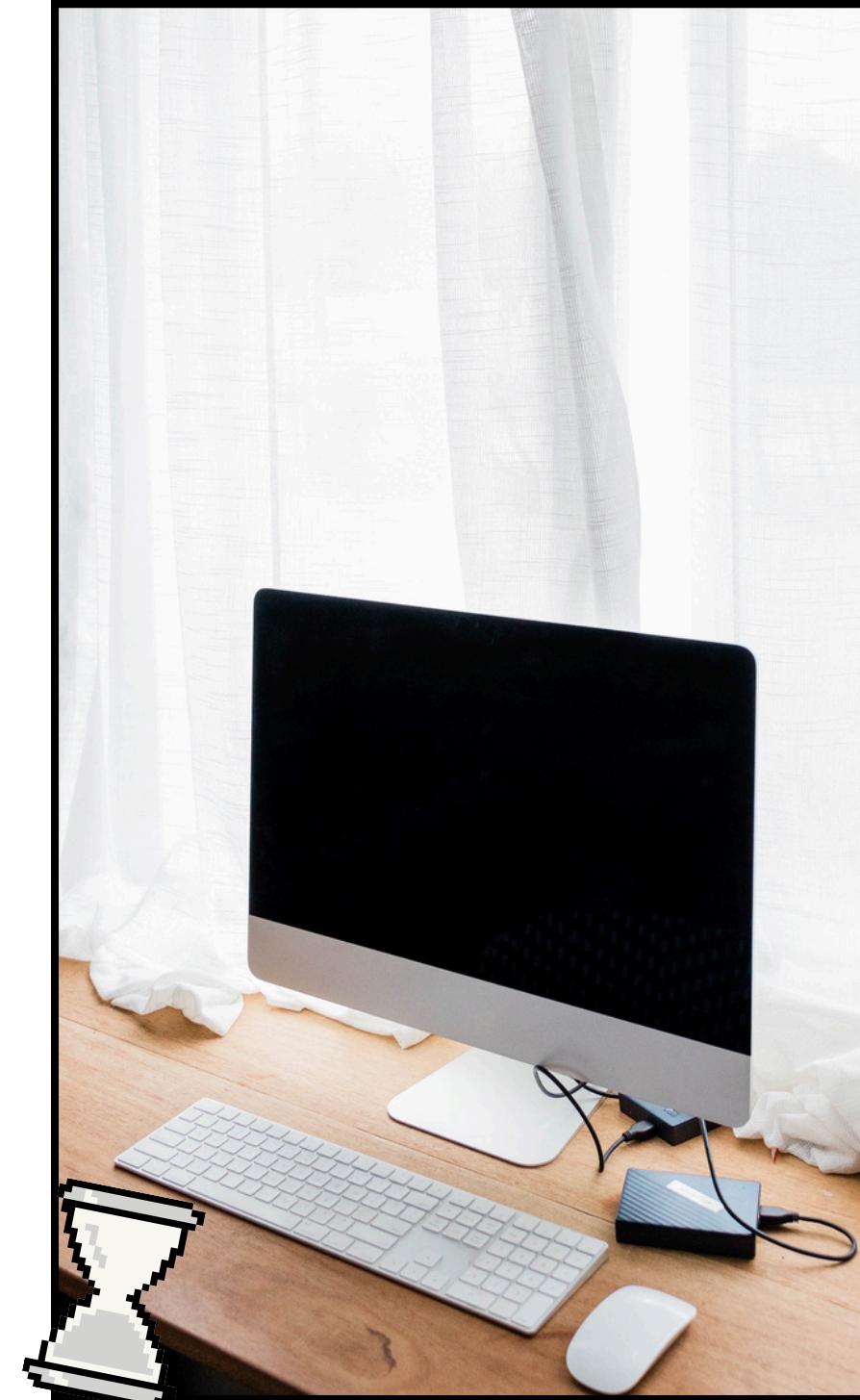
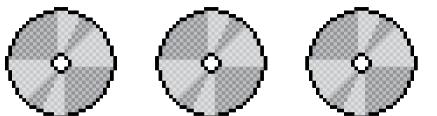
&

MOSCOW

Johan, Diego y Sharik

QUE ES DESIGN THINKING

Es un enfoque de innovación centrado en el ser humano, enfocado en generar empatía con los problemas y desafíos del cliente para crear soluciones, productos y servicios que satisfagan sus deseos y necesidades.



FASES DEL DESIGN THINKING

Empatizar

El proceso comienza con la comprensión de las necesidades, los problemas y las aspiraciones de los usuarios.

Definición

Tras recopilar la información de los usuarios, el equipo de desarrollo define el problema principal a resolver

Idear

Fomenta la lluvia de ideas y la generación de ideas innovadoras para abordar el problema definido

Prototipo

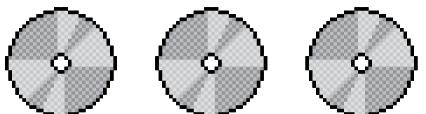
Este proceso iterativo ayuda a identificar fallas y refinar conceptos.

Prueba

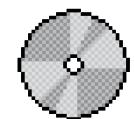
Los prototipos se prueban con usuarios reales y se recopilan comentarios.

¿CÓMO SE APLICA?

El proyecto se basa en crear y prototipar en un Mockup el aplicativo enfocado en un carrito de compras para una cafetería.

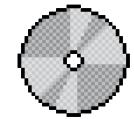


EMPATIZACIÓN



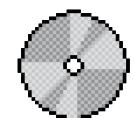
La cafetería presenta dificultad para la venta de su menú debido a las grandes filas que se pueden formar y lo difícil o demorado que es confirmar las compras.

DEFINICIÓN



Lo que se busca es agilizar las ventas, evitar filas largas y confirmación de ventas y asignación de compras

IDEAR



Preparación con tiempo de productos, control de inventario, control de compras y pedidos, seguimiento de pedidos, orden y pagos de manera online y remota.

¿CÓMO SE APLICA?



Coffee shop



Visualización de productos para su compra y en stock

Coffee shop

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris

○ Clx #xx-xx

○ @CoffeeShop

○ Coffee Shop

○ +57 XXX XXXX

○ coffee.shop@gmail.com

Agregar producto al carrito

Foto del producto

Nombre
lorem ipsum

Presentaciones

Sabor

Cantidad

← 2 →

\$ XXXX

Agregar

Se busca que el usuario pueda saber que productos puede comprar, sus presentaciones, sabores y precios

Facilidad de contacto entre clientes y empleados

¿CÓMO SE APLICA?

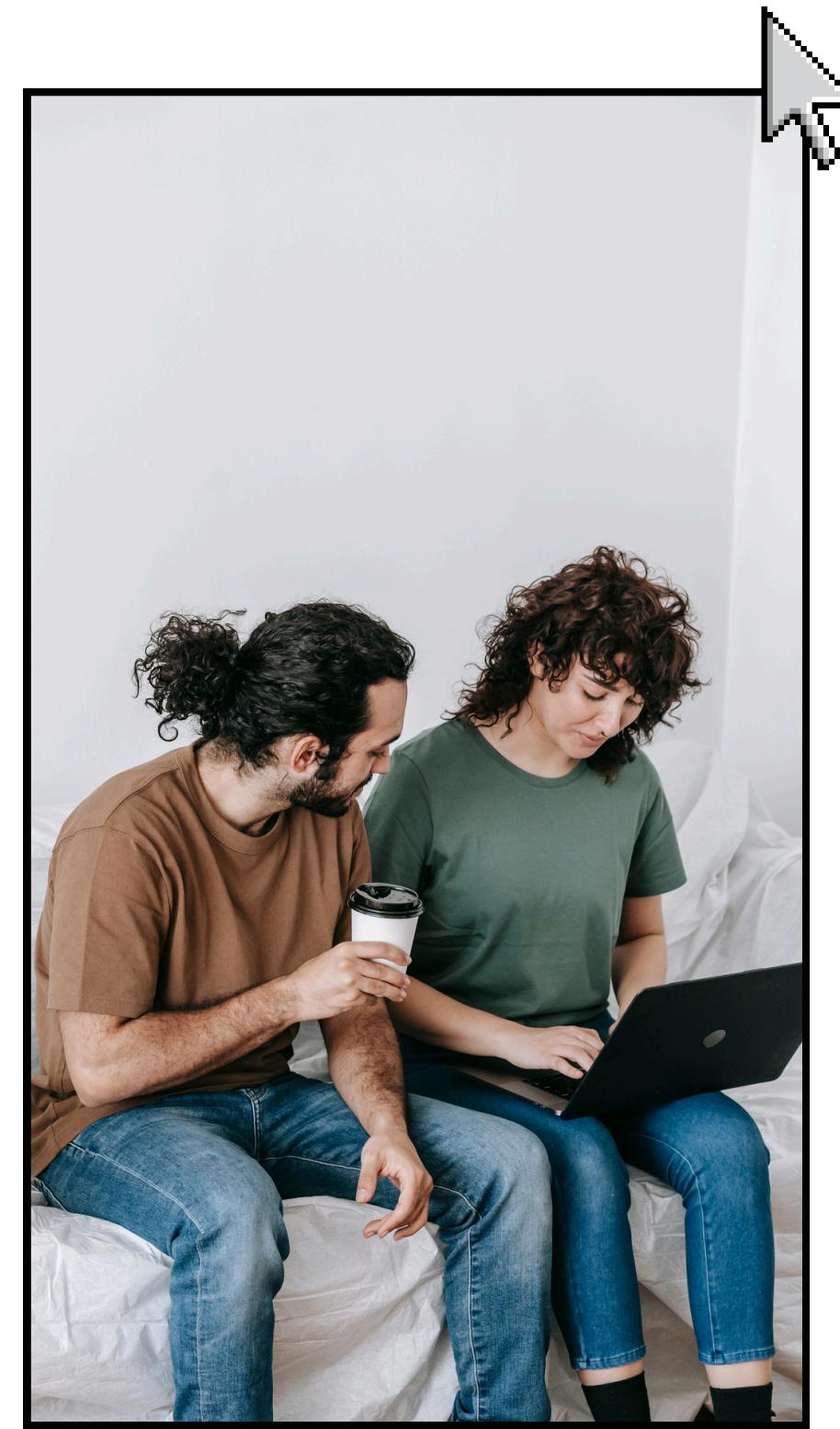
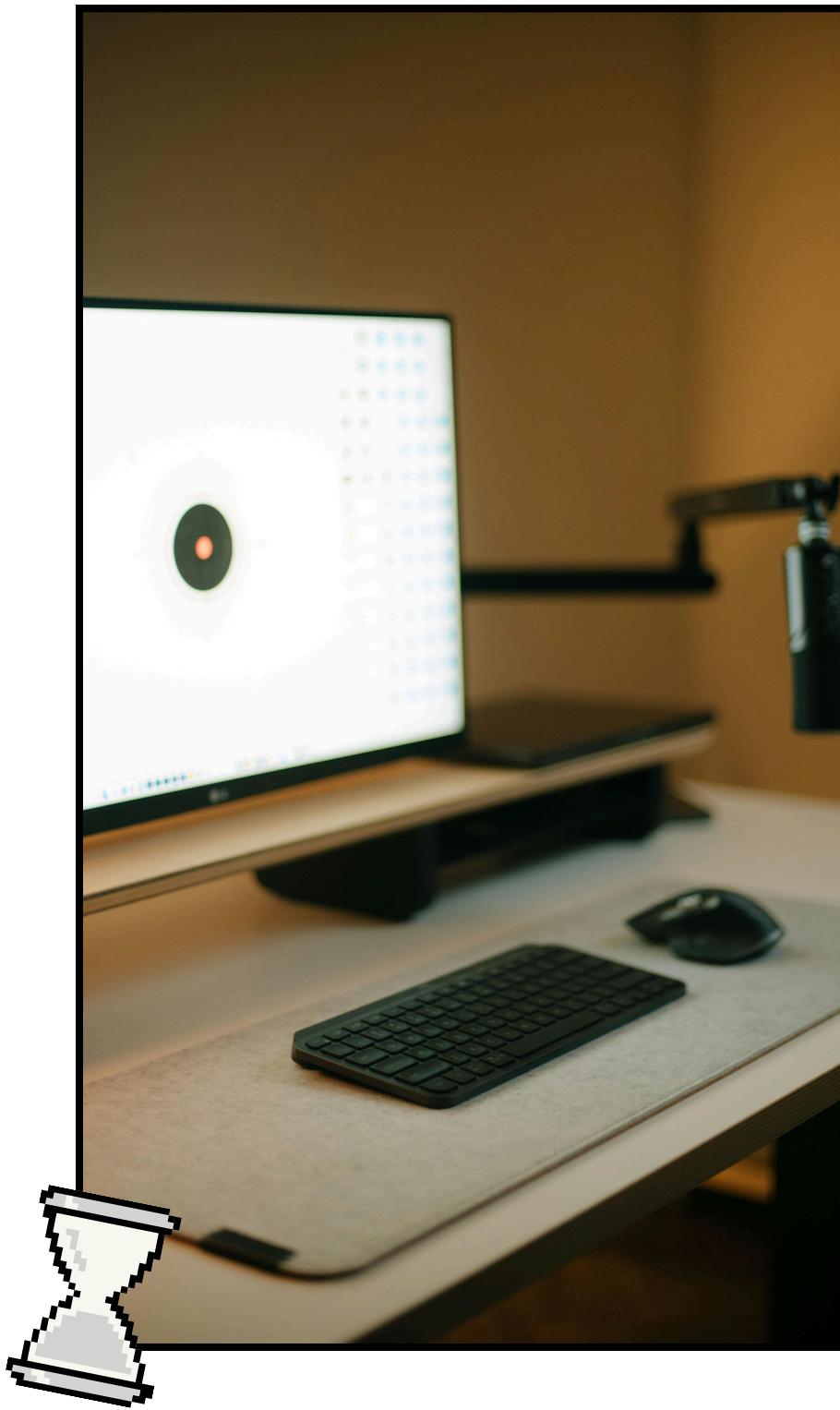
The screenshot shows a mobile application interface for a coffee shop. At the top, there's a header with a back arrow, the text "Coffee shop", a user icon, and a shopping cart icon. Below the header is a section titled "Mi carrito" (My cart) containing four items:

Producto	Descripción	Precio	Opciones
Milo frio	vaso grande - 550ml	\$14.000	eliminar
Café americano	vaso mediano - 250ml	\$17.000	eliminar
Galletas	Chispas de chocolate	\$20.000	eliminar
Rebanada de torta	Sabor brownie	\$20.000	eliminar
		\$73.000	

Below the cart, there's a button labeled "Ordenar". To the right of the cart, a modal dialog box is displayed with the title "Su pedido" (Your order) and the message: "Tardará aproximadamente 30 minutos en estar listo" (It will take approximately 30 minutes to be ready). The dialog also features a small coffee cup icon. At the bottom of the dialog are two buttons: "Cancelar" (Cancel) and "Aceptar" (Accept).

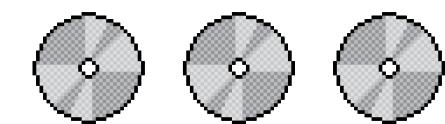
Annotations on the image include:

- An arrow pointing to the cart area with the text "Visualización de compras" (Purchase visualization).
- An arrow pointing to the "Aceptar" button in the modal with the text "El cliente escoge que comprar" (The customer chooses what to buy).
- An arrow pointing from the "Aceptar" button to the text "Producto eliminado" (Product deleted) with the text "La compra se hace completamente remota" (The purchase is made completely remotely).
- An arrow pointing to the "Seguro de eliminar este producto de su carrito?" (Are you sure you want to remove this product from your cart?) text with the text "Producto eliminado" (Product deleted).



MoSCoW

MoSCoW es una técnica de priorización creada por Dai Clegg en 1994, desarrollada originalmente en Oracle y popularizada a través del manual de Dynamic Systems Development Method (DSDM). Es utilizada para dividir las tareas; ayudando al equipo en enfocarse en lo esencial. Este método se divide en cuatro categorías: Must, Should, Could, Won't



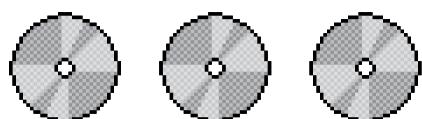
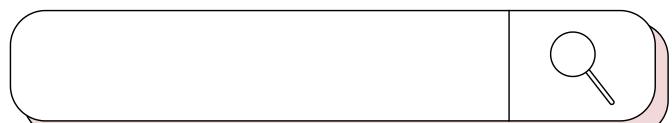
Must have

Son los elementos que se debe tener en el proyecto final para su funcionamiento



Should have

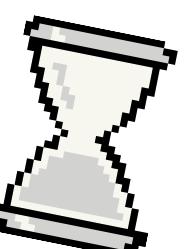
Son elementos NO vitales, que agregan valor al proyecto



PILARES

Will not have

Elementos que no son necesarios ni prioridad para el momento



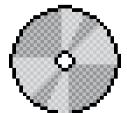
Could have

Elementos del proyecto que se pueden tener y son de bajo impacto



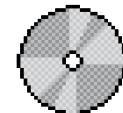
MOSCOW APLICADO

MUST HAVE



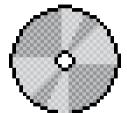
- Vista detallada de productos.
- Carrito de compras.
- Métodos de pago.

SHOULD HAVE



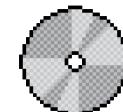
- Control del stock de los productos.
- Catálogo por categorías.

COULD HAVE

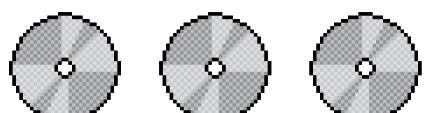


- Modificar mínimamente los productos. (sin azúcar, etc.)
- Algoritmo para recomendar productos.

WON'T HAVE



- Domicilios.
- Reseñas





BYEEEEEE

