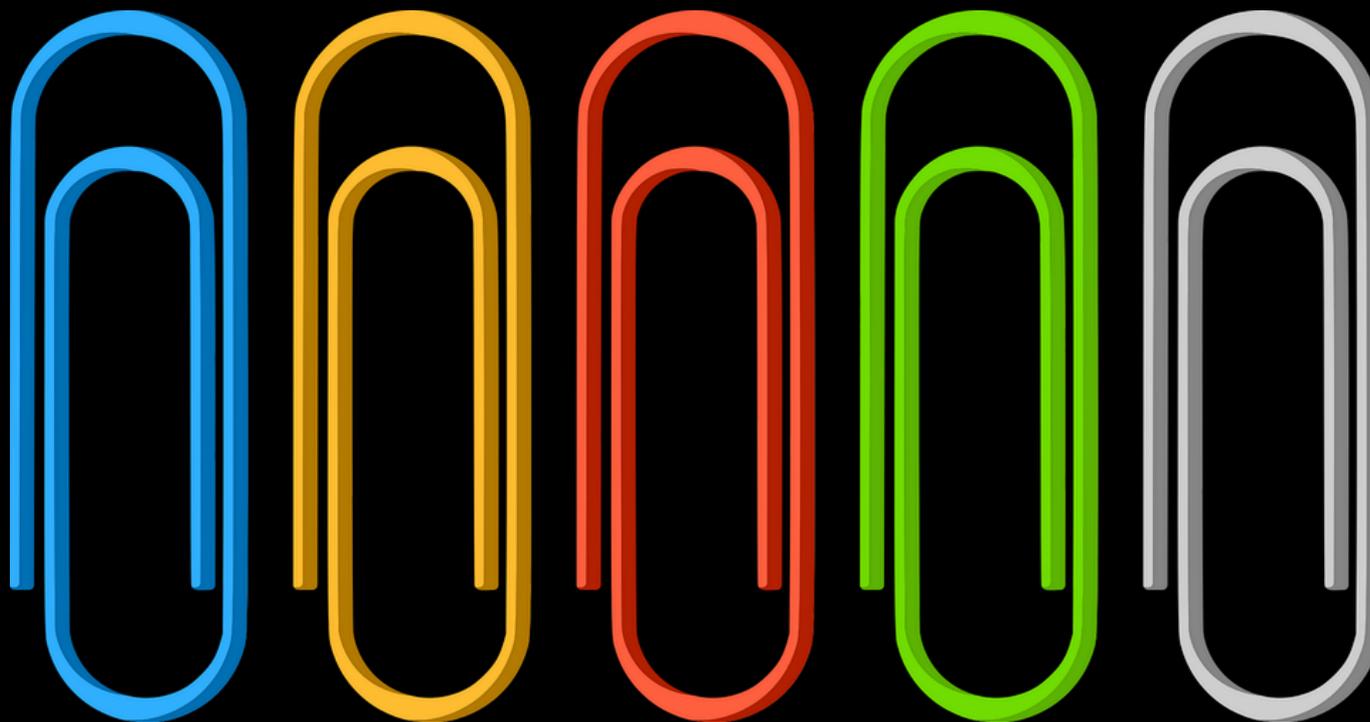


# Design Thinking



Mg. Lita Cervantes



30 usos de un CLIP

3 minutos



**Creatividad  
e  
Innovación**

# CREATIVIDAD

ES PENSAR EN NUEVAS IDEAS

---

# INNOVACION

ES HACER COSAS NUEVAS





Implementar ideas creativas en el mercado que creen valor

**¿Qué tan creativos somos?**



¿Qué es Pensamiento Divergente?

# ¿Cómo accionar el pensamiento divergente?

Cantidad más que  
calidad

Varios miran más  
que uno

Los diferentes  
puntos de vista  
suman

La solución es de  
todos, no del último

Se construye por  
diferentes lados

No penalizar el  
error



**THINK OUTSIDE THE BOX**

# Juegos Serios





**SOMOS GERENTES EN MATTEL, LA  
PODEROSA FÁBRICA DE JUGUETES Y  
QUEREMOS SACAR NUESTRA NUEVA  
LÍNEA DE JUGUETES PARA EL PROXIMO  
VERANO PARA AUMENTAR LA  
RENTABILIDAD.**

# Juegos Serios

**Escriban la mayor cantidad de**

**Verbos: Acciones**

**Adjetivo: Colores, tamaños, formas**

**Sensaciones: Cosquillas, luces, ruido**

# Juegos Serios

Veo a un niño (VERBO) con algo (ADJETIVO) que le hace (SENSACION) y lo pone muy feliz. Está jugando con un

---

# David M. Kelley

David Kelley funda en 1978, [David Kelley Design](#), quien ayuda a desarrollar el mouse para Apple.

Profesor de Stanford.

En 1991 funda [IDEO](#), que llevó el diseño industrial al mundo empresarial.

# ¿Qué es Design Thinking?

Es un enfoque para la innovación centrado en el ser humano que se nutre de un kit de herramientas de los diseñadores para integrar:

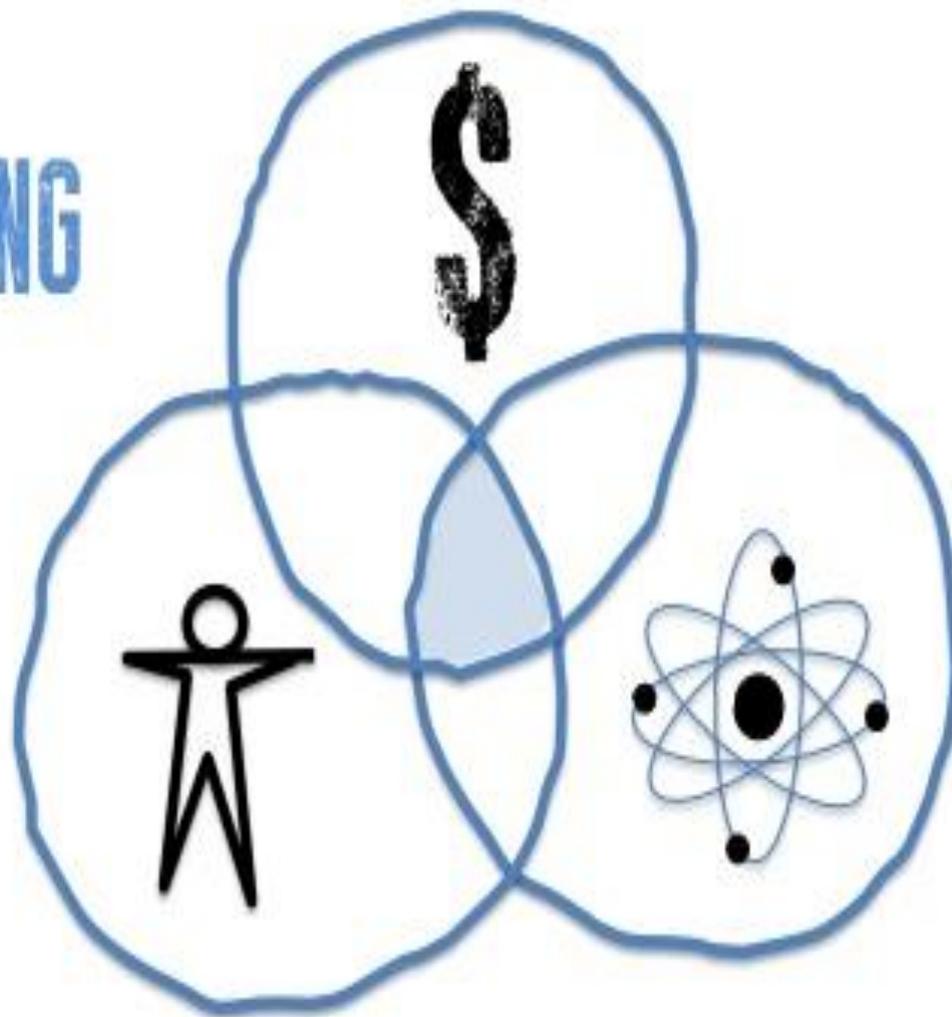
1. las necesidades de las **personas**
2. las posibilidades de la **tecnología**, y
3. los requisitos **económicos** para el éxito del negocio.

-Tim Brown, presidente y CEO de IDEO

**Negocio**  
(viable)

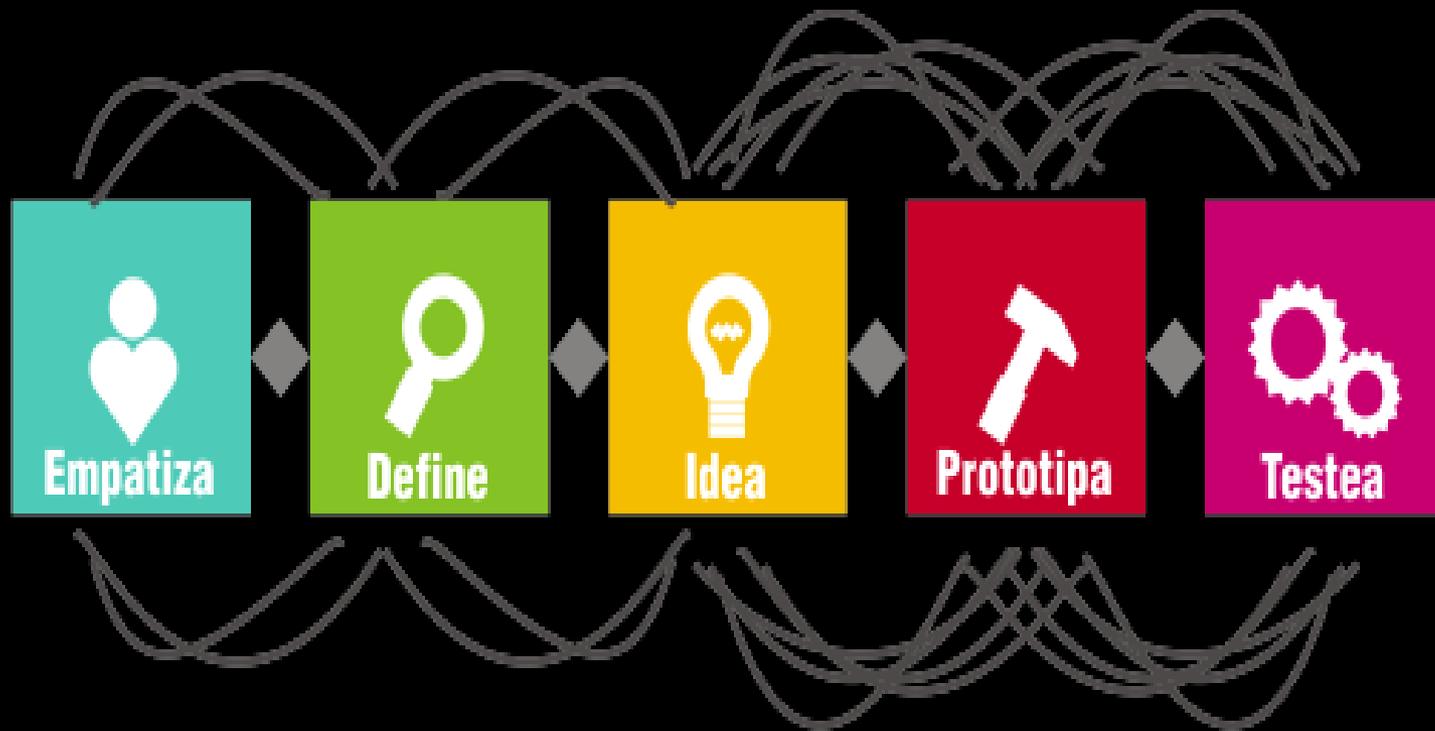
# DESIGN THINKING

**Personas**  
(Desirable)



**Tecnología**  
(Factible)

# Design Thinking



# RETO

¿Cómo hacer para que los estudiantes obtengan mejores notas en matemáticas?

**empatizar**

**¡Ahora comprendo!**



© 2010 by [illegible]

# ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?



Se trata de analizar una situación a partir de lo concreto y observable hasta llegar a comprender las motivaciones y emociones más abstractas. Así partiendo de una situación particular (observación directa, fotografía, etc.), nos preguntamos: ¿Qué está ocurriendo? ¿Qué hacen? // ¿Cómo lo hacen? // ¿Por qué lo hacen de esa manera?. Esta última fase requiere aventurar ideas, formular hipótesis, que deberemos comprobar con los propios usuarios.

QUE?	COMO?	POR QUE?
<small>Concreto</small>		<small>Emocional</small>
<b>WHAT</b> ¿Que están haciendo en la foto?	<b>HOW</b> ¿Cómo lo están haciendo?	<b>WHY</b> ¿Por qué lo hacen así? Adivinal
Comprando muebles	Hacen las cosas juntos y toman decisiones	De alguna manera lo consideran importante pero también es el pasatiempo del fin de semana



# Empatizar

1. Escuchar
2. Observar
3. “Leer la mente”

# Lucho Flores

- Universitario
- 20 años
- Vive con sus padres
- Viaja en combi
- Pelotero
- Chelero
- Va con la camiseta de la selección

Su lema es :

**Vao con fe  
“defiende el 11”**

