

Innovación y Emprendimiento

Design Thinking

Clase 9



INTRODUCCIÓN

El ámbito del emprendimiento es muy activo y siempre exige crear soluciones nuevas e innovadoras. En este contexto, los recursos clave son fundamentales para transformar ideas en proyectos sostenibles. Estos recursos incluyen capacidades humanas, herramientas tecnológicas y metodologías que permiten comprender las necesidades del mercado y diseñar propuestas de valor efectivas. Uno de los enfoques más relevantes para lograrlo es el Design Thinking, una metodología centrada en las personas que fomenta la creatividad y la empatía como pilares para la innovación.

El Design Thinking no solo impulsa la creación de productos y servicios, también promueve una cultura organizacional orientada a la colaboración y a la experimentación. Su aplicación en el ámbito emprendedor permite reducir riesgos, validar hipótesis y generar soluciones que realmente conecten con los usuarios. En esta clase exploraremos sus fundamentos, la importancia de la empatía, las técnicas de ideación creativa y el prototipado, elementos esenciales para cualquier emprendedor que desee competir en mercados cada vez más exigentes.

Clase 9. RDA2: Identifica metodologías y herramientas de gestión de emprendimientos que faciliten la gestión de proyectos de forma estratégica e innovadora.

9. Design Thinking

9.1. Fundamentos del Design Thinking

El Design Thinking es una metodología de resolución de problemas que se centra en las personas y busca generar soluciones innovadoras mediante un enfoque iterativo. Esta metodología integra tres dimensiones: deseabilidad (lo que las personas necesitan), viabilidad (lo que es posible técnicamente) y factibilidad (lo que es sostenible económicamente). Esta combinación de los tres aspectos mencionados anteriormente permite que las soluciones no solo sean creativas, sino también aplicables en contextos reales.

Figura 1

Design Thinking



Nota. Imagen referente al Design Thinking. Tomado de <https://www.freepik.es/>
Para Interaction Design Foundation (2025), se trata de un enfoque centrado en las personas, que busca resolver problemas complejos mediante creatividad y colaboración. Este método propone iniciar los cambios desde lo humano, involucrando a las personas afectadas y creando condiciones para su participación activa. Se trata de generar pequeños experimentos que permitan demostrar el potencial de las ideas y construir confianza en el proceso.

El proceso de Design Thinking se estructura en cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Cada una cumple un rol específico en la generación de soluciones centradas en el usuario. Por ejemplo, la fase de empatía busca comprender profundamente las necesidades del usuario, mientras que la de idear fomenta la generación de múltiples alternativas sin restricciones iniciales (Latorre et al., 2020). Este enfoque iterativo permite aprender de los errores y mejorar continuamente.

Además, el Design Thinking se diferencia de otros métodos por su carácter colaborativo y multidisciplinario. Equipos diversos aportan perspectivas distintas, lo cual enriquece el proceso creativo y aumenta la probabilidad de encontrar soluciones innovadoras. Esta característica lo convierte en una herramienta estratégica para emprendedores que enfrentan problemas complejos y cambiantes.

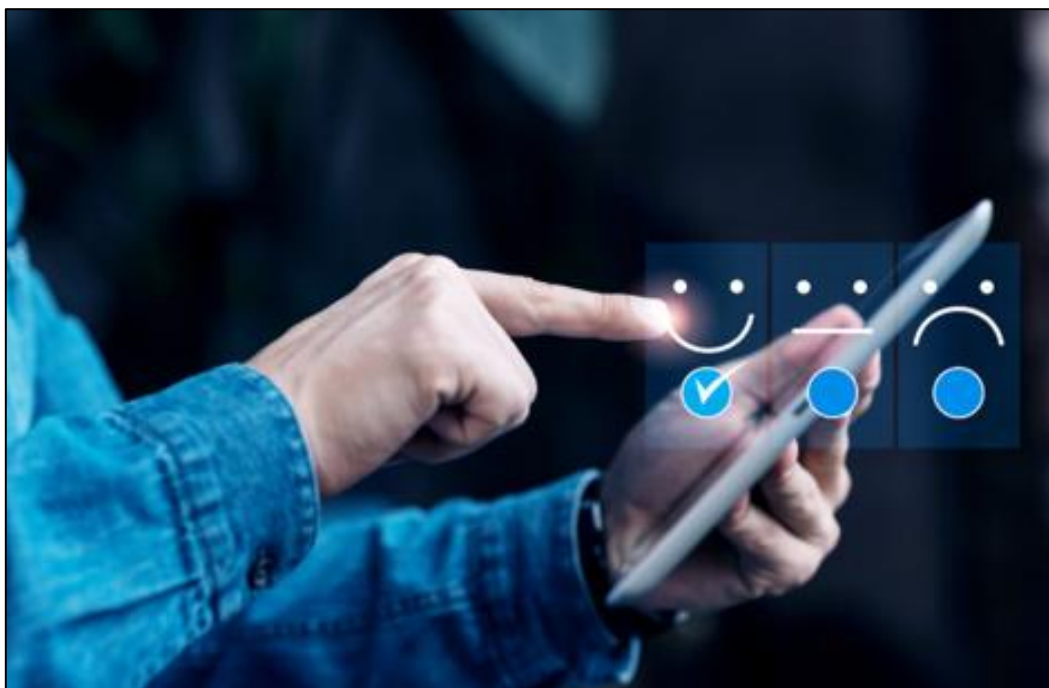
9.2. Empatía y conocimiento del usuario

La empatía es el punto de partida del Design Thinking y consiste en comprender las emociones, motivaciones y necesidades del usuario. Empatizar implica ‘sentirse dentro del otro’, lo que permite diseñar soluciones que respondan a problemas reales. Esta fase

requiere técnicas como entrevistas, observación y mapas de empatía para obtener información cualitativa profunda (Mattson, 2021).

Figura 2

Recopilación de información



Nota. Imagen referente a la aplicación de técnicas de recopilación de información. Tomado de <https://www.freepik.es/>

Comprender al usuario no se limita a escuchar sus opiniones; implica observar su comportamiento en contextos reales. Por ejemplo, en proyectos de salud, los diseñadores deben experimentar el sistema desde la perspectiva del paciente para identificar puntos críticos. La empatía también fomenta la inclusión y la diversidad en el diseño, creando soluciones más equitativas y accesibles (Capacitarte, 2023).

La empatía también fomenta la inclusión y la diversidad en el diseño. Al considerar diferentes perfiles de usuario, se crean soluciones más equitativas y accesibles. Esto es especialmente relevante en mercados globales, donde las necesidades varían según factores culturales, sociales y económicos.

Figura 3. Cultura



Nota. Imagen referente a la cultura en el emprendimiento. Tomado de <https://www.freepik.es/>

En síntesis, la empatía no solo mejora la calidad del diseño, sino que fortalece la relación entre la empresa y sus clientes. Cuando los usuarios perciben que sus necesidades son comprendidas, aumenta su confianza y lealtad hacia la marca.

9.3 Técnicas de ideación creativa

Las técnicas creativas son métodos o estrategias diseñadas para estimular la generación de ideas que sean originales, diversas y distintas. Se emplean en una amplia gama de campos, desde el arte hasta la ciencia, con el propósito de encontrar soluciones ingeniosas a desafíos de distinta índole (UNIR, 2024).

Su valor se aplica en cualquier situación: desde la resolución de problemas cotidianos hasta la definición de estrategias empresariales complejas o la mejora del trabajo en equipo. La base de estas diversas técnicas es la misma: utilizar ejercicios, nuevos enfoques y la exploración de perspectivas alternativas para alcanzar conclusiones. Al liberar la creatividad, estas herramientas se vuelven esenciales para impulsar la innovación tanto en el ámbito personal como profesional.



Figura 4

Creatividad

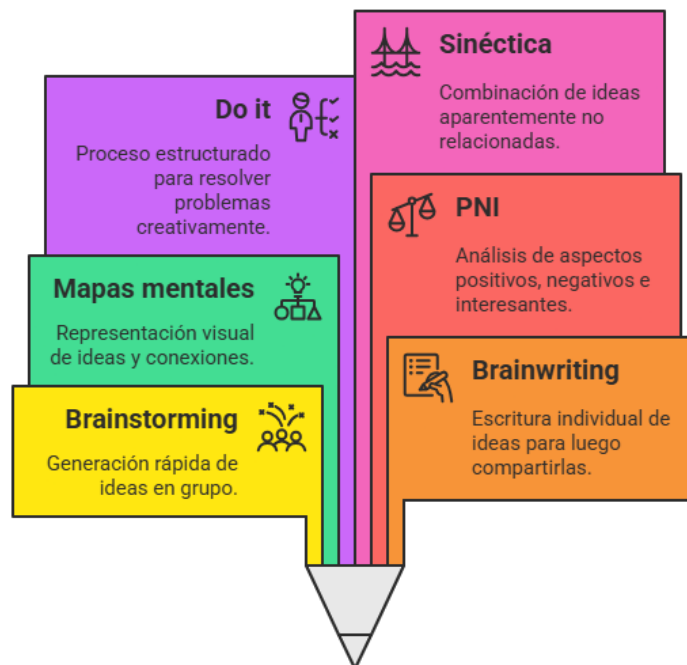
Nota. Imagen referente a la creatividad. Tomado de <https://www.freepik.es/>

Entre las técnicas más utilizadas se encuentran el *brainstorming*, el *brainwriting* y mapas mentales, Positivo, Negativo e Interesante (PNI), *Do it*, Sinéctica, Triz, Método 365, los seis sombreros de De Bono, que estimulan la creatividad y la exploración de soluciones no convencionales.

Figura 5

Tipos de técnicas creativas

Tipos de técnicas creativas



Made with Napkin

Nota. Imagen referente al crecimiento empresarial. Fuente: UNIR (2024)

- ✓ **Brainstorming (tormenta de ideas).** Es uno de los métodos más populares, especialmente en publicidad y diseño. Consiste en que una persona o un equipo aporten libremente todas las ideas que se les ocurran sobre un tema. En esta primera fase, no se ponen filtros ni se critica ninguna idea, ya que todo vale. En un segundo momento, se revisan las propuestas para seleccionar las que mejor se ajusten a los objetivos del proyecto.
- ✓ **Brainwriting.** Esta técnica está relacionada con el *brainstorming*, pero en este caso las ideas o conceptos se escriben en papel para generar una gran cantidad de propuestas en poco tiempo. Su principal objetivo es evitar las dudas o reparos que algunos miembros del equipo puedan tener al expresar sus ideas en voz alta. Una vez que las ideas están anotadas, se recomienda darles forma o desarrollar una narrativa (a menudo con *storytelling*) para responder al desafío.
- ✓ **Mapas mentales.** Este método ayuda a visualizar y a comprender las diferentes partes y conexiones de un problema o desafío. No se usa tanto para buscar soluciones como para abordar y entender todas las vertientes de una cuestión. Se dibuja un mapa partiendo de un concepto central y se abren líneas para anotar todos los elementos relacionados, permitiendo representar la estructura completa del planteamiento de un solo vistazo.
- ✓ **PNI (positivo, negativo, interesante).** Diseñada por Edward de Bono, esta técnica se basa en redactar tres listas (positivo, negativo e interesante) para cada problema. Anotar los puntos a favor, los puntos en contra y los aspectos curiosos u otros puntos de vista, obliga a abrir la mente y valorar las cuestiones sin prejuicios, basándose únicamente en la información. El PNI es útil tanto para decisiones profesionales como personales.
- ✓ **Do it.** Este método invita a la acción e insta a tomar la decisión más correcta y efectiva sin dedicar demasiado tiempo al análisis. Su objetivo es potenciar al máximo el instinto y la creatividad a través de la ejecución rápida.
- ✓ **Sinéctica.** Este proceso creativo busca respuestas conectando elementos que, aparentemente, no tienen relación. Utilizando conceptos existentes, es posible llegar

a conclusiones nuevas y originales. Se recomienda realizarla en sesiones grupales donde los miembros se retroalimentan con sus ideas para generar soluciones innovadoras.

- ✓ **Triz.** Proveniente de las siglas rusas para ‘Teoría para Resolver Problemas de Inventiva’, este método fue creado por el ingeniero Genrich Altshuller. Se basa en analizar patentes para buscar patrones comunes y aplicar una lógica al proceso de invención. Se logra al convertir los problemas en conceptos abstractos y, luego, buscar soluciones también abstractas para ellos, facilitando la invención de productos y servicios.
- ✓ **Método 365.** Es una técnica muy sencilla que solo requiere tres ideas, seis personas y cinco minutos, además de lápiz y papel. Al igual que el *brainstorming* o el *brainwriting*, busca conseguir muchas ideas en un periodo corto, sin filtros ni prejuicios en esta fase inicial.
- ✓ **Los seis sombreros de De Bono**
Es un método popular para abordar problemas desde diferentes perspectivas. Se utilizan seis ‘sombreros’ imaginarios con distintos significados: blanco (hechos), rojo (intuición), verde (ideas), negro (lo negativo), amarillo (optimismo) y azul (resultados). Aplicar cada color a un concepto ayuda a comprender todas sus aristas y a encontrar diversas soluciones.

9.4 Prototipado de soluciones

El prototipado es la fase donde las ideas se convierten en representaciones tangibles. Según IEBS Business School (2025), los prototipos permiten validar conceptos de manera rápida y económica, reduciendo riesgos antes de la implementación final. Estos pueden ser físicos, digitales o incluso simulaciones, dependiendo del tipo de solución.

El objetivo del prototipado no es crear un producto terminado, sino una versión simplificada que permita obtener retroalimentación del usuario. Esta práctica se basa en el principio de ‘fallar rápido para aprender rápido’, lo que acelera el ciclo de

innovación. Además, el prototipado fomenta la colaboración, ya que los equipos pueden visualizar y discutir las ideas de forma concreta.

Existen diferentes niveles de fidelidad en los prototipos. Los de baja fidelidad –como bocetos o maquetas– son útiles en etapas iniciales; mientras que los de alta fidelidad se emplean cuando se requiere probar funcionalidades específicas IEBS Business School (2025). La elección depende del objetivo de la prueba y de los recursos disponibles.

Finalmente, el prototipado no es un paso aislado; forma parte de un ciclo iterativo que incluye pruebas y ajustes continuos. Esta dinámica asegura que la solución final esté alineada con las expectativas del usuario y las condiciones del mercado.

ENLACES DE COMPLEMENTO

- ✓ **Título del enlace relacionado:** Cómo despertar la creatividad dentro de nosotros
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** YouTube – Video en español que explica cómo podemos trabajar la creatividad. Publicado por: TEDx Talks, 2020.
- ✓ **Enlace:** <https://www.youtube.com/watch?v=PLJwULvSQJo>

- ✓ **Título del enlace relacionado:** Guía del Design Thinking 2025
- ✓ **Descripción del enlace relacionado:** Publicación de European Scrum (en 2025), que habla acerca métodos, herramientas, y aplicaciones prácticas del Design Thinking
- ✓ **Enlace:** https://www.europeanscrum.org/uploads/2/4/5/1/24513648/gui%CC%81a_oficial_design_thinking_2024.v.1.0_-_europeanscrum.org.pdf

REFERENCIAS CITADAS EN LA CLASE 9

Capacitarte. (2023). *Capacitarte*. Obtenido de <https://www.capacitarte.org/blog/nota/que-es-el-design-thinking>

IEBS Business School. (2025). *IEBS School*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/hub/que-es-el-prototipado-digital-business/>

Interaction Design Foundation. (2025). *Interaction Design Foundation*. Obtenido de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

Latorre, C., Vásquez, S., Rodríguez, A., & Liesa, M. (2020). Design Thinking: creatividad y pensamiento crítico en la universidad. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 22(28), 1-13. Obtenido de <https://redie.uabc.mx/redie/article/view/2917/2056>

Mattson, C. (2021). *Design Review*. Obtenido de Design Thinking Parte 1: Conceptos y principios básicos

UNIR. (2024). *UNIR*. Obtenido de <https://www.unir.net/revista/artes/tecnicas-creatividad/>

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- **Empatía.** Capacidad de comprender las emociones y necesidades del usuario para diseñar soluciones centradas en él.
- **Prototipo.** Representación tangible de una idea que permite validar conceptos antes de su implementación final.

RECURSOS DE PROFUNDIZACIÓN

- ✓ **Título del recurso relacionado:** Caso práctico empresarial: Textiles del Norte S.A

Este recurso analiza cómo esta empresa aplicó la metodología **Design Thinking** para rediseñar sus procesos productivos.

- ✓ **Desarrollo del caso de estudio:**

Caso de Estudio:

Textiles del Norte S.A. es una empresa ecuatoriana dedicada a la producción de prendas de vestir para el mercado nacional e internacional. En 2020 enfrentaba problemas de eficiencia en sus procesos productivos, altos costos operativos y tiempos prolongados de entrega, lo que afectaba su competitividad frente a marcas extranjeras.

Para revertir esta situación, la empresa decidió implementar la metodología Design Thinking combinada con Business Process Redesign (BPR). El objetivo era rediseñar sus procesos internos para mejorar el desempeño en tiempo, costos, calidad y flexibilidad. El proyecto se desarrolló en tres fases: inspiración, donde se realizaron entrevistas y observaciones para comprender las necesidades del personal y los clientes; ideación, en la que se generaron propuestas innovadoras para optimizar la cadena de producción; y implementación, que incluyó prototipos de nuevos flujos de trabajo y simulaciones computacionales para validar los cambios antes de aplicarlos. Como resultado, la empresa logró un incremento del 19,77 % en el rendimiento por hora trabajada durante una quincena laboral, además de reducir desperdicios y mejorar la satisfacción del cliente. Este caso demuestra cómo el Design Thinking puede aplicarse no solo en el diseño de productos, sino también en la reingeniería de procesos para aumentar la competitividad empresarial.

Preguntas para resolver el caso de estudio

1. ¿Cómo influyó la fase de empatía en la identificación de problemas dentro de los procesos productivos?
2. ¿Qué técnicas de ideación se pudieron aplicar para generar soluciones innovadoras en la optimización de procesos?
3. ¿Por qué el prototipado y la simulación fueron claves para reducir riesgos antes de implementar los cambios?



La excelencia no se improvisa

síguenos

