

Equipo: Jonas Brothers
 Nombres: Tomas - Yoe - Yacumi - Cynthia - Luis

TÍTULO DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE:
 DESCREBIENDO EL DESIGN THINKING Y RECONOCEMOS A NUESTRO SEGUNTO DE PERSONAS
 AFECTADAS

Propósito: En esta sesión, conoceremos la metodología Design Thinking para resolver problemas de nuestro entorno y segmentaremos el mercado que vamos a beneficiar.

RECURSO N° 01: LA METODOLOGIA DESIGN THINKING

¿Qué la metodología Design Thinking?

El Design Thinking es una metodología iterativa y centrada en el ser humano para la resolución de problemas compleja y la innovación. Se basa en la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios, la generación de múltiples ideas creativas, la experimentación rápida a través de prototipos y el aprendizaje continuo a partir de la retroalimentación. No es un proceso lineal, sino más bien un ciclo flexible que permite volver a etapas anteriores según sea necesario.

¿Cuáles son las fases de la metodología Design Thinking?

El proceso de Design Thinking se compone de cinco fases:



Empatizar

La piedra angular del proceso, implica sumergirse en el mundo del usuario para comprender sus experiencias, motivaciones, necesidades emocionales y racionales. Esto se logra a través de las entrevistas y observaciones.

Definir

En esta etapa, se sintetiza la información recopilada durante la fase de Empatizar para definir claramente el problema específico que se intentará resolver. Un buen enunciado del problema está centrado en el usuario y sus necesidades.

Idear

Es la fase de generación masiva de ideas. Se fomenta el pensamiento divergente para explorar un amplio espectro de posibles soluciones sin juicio inicial. Finalmente se selecciona la idea innovadora a implementar.

Prototipar

Se construyen versiones tangibles y de bajo costo de las ideas seleccionadas. Los prototipos pueden ser desde bocetos rápidos hasta maquetas funcionales. El objetivo es probar las ideas rápidamente y obtener retroalimentación temprana.

Evaluar o Testear

Los prototipos se presentan a los usuarios reales para obtener su retroalimentación. Esta fase es crucial para aprender qué funciona, qué no y qué necesita ser mejorado. La retroalimentación informa la siguiente iteración del diseño.

ACTIVIDAD N° 01: EXPLICAMOS LAS FASES DEL DESIGN THINKING

Lee detenidamente la siguiente situación:

En nuestra institución educativa, es común observar aulas y pafios con residuos orgánicos e inorgánicos lo que genera un ambiente poco saludable y desordenado. Además, la falta de ideas verdes transmite una imagen de descuido institucional, afectando el bienestar, la motivación y la convivencia. Esta situación revela la necesidad de fomentar una cultura institucional de limpieza, reciclaje y cuidado del entorno, que promueva la correspondencia ambiental entre todos los actores educativos.

Ahora, completa la tabla:

Fase	¿Qué acciones podríamos aplicar en esta fase?	¿Qué valor aporta esta fase para abordar la problemática?
Empatizar	¿Residuos? ¿Indique cuáles son los residuos orgánicos e inorgánicos que produce? ¿Dónde los desecha? ¿Organizamos los residuos en un esquema	Nos permite conocer las actividades de desecho de los integrantes de la IE
Idear	1. Investigar sobre los residuos educativos 2. Caracterizar los residuos 3. Diseñar un deceto de un afiche	"Concientizar a la comunidad educativa sobre los residuos educativos para que lo puedan visualizar y mejorarlos"
Prototipar	Realizar un deceto de un afiche	Para que lo puedan visualizar y mejorarlos
Evaluar	Realizar un deceto de un afiche	Para recibir opiniones y mejorarlo

Finalmente, responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué ventajas ofrece el enfoque de Design Thinking frente a metodologías tradicionales de solución de problemas escolares?

Resolver problemas, en este caso de nuestra IE.

2. ¿Qué barreras institucionales podrían dificultar la aplicación de esta metodología? ¿Cómo podríamos afrontarlos?

Que las autoridades de la IE no quieran colaborar o los estudiantes.

3. Decide tu experiencia, ¿cuál de las fases te parece más desafiante y por qué?

Definir
 Es importante organizar la información correctamente para conocer el problema real.

RECURSO N° 02: LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

¿Qué es la segmentación de mercado?

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado heterogéneo en subgrupos más pequeños y homogéneos de consumidores o clientes potenciales. Estos subgrupos comparten características, necesidades, deseos y comportamientos de compra similares, lo que los hace más propensos a responder de manera favorable a una mezcla de marketing específica.

¿Cuáles son los tipos de segmentación de mercado?

Los tipos de segmentación más comunes incluyen:

1. Segmentación demográfica

Divide el mercado según variables como:

- Edad
- Sexo
- Tamaño de la familia
- Ingresos económicos
- Ocupación
- Nivel educativo

2. Segmentación geográfica

Divide el mercado según la ubicación:

- Países
- Regiones
- Ciudades
- Densidad de población (urbana, suburbana, rural)
- Clima

3. Segmentación psicográfica

Divide el mercado según características psicológicas y de estilo de vida:

- Estilo de vida
- Personalidad
- Valores
- Actitudes
- Intereses

4. Segmentación conductual

Divide el mercado según el comportamiento del consumidor:

- Ocasiones de compra
- Beneficios buscados
- Estado del usuario (no usuario, ex usuario, usuario potencial, primer usuario, usuario regular)
- Tasa de uso del producto
- Estado de lealtad
- Actitud hacia el producto

ACTIVIDAD N° 02: SEGMENTAMOS NUESTRO MERCADO

Define los variables de tu segmento de mercado:

Criterio	Demográfico	Geográfico	Psicográficos	Conductual
Variable	Edad Sexo Nivel educativo Estado civil Profesión Ocupación Ingreso económico País Región Ciudad Zona rural o urbana Clima Costumbres Cultura Andarines Andarines Andarines	País Región Ciudad Zona rural o urbana Clima Costumbres Cultura Andarines Andarines Andarines	Gustos Aficiones Actividades Hobbies Intereses Necesidades Valores Actitudes Estilo de vida	Sensibilidad al precio Lealtad a la marca Comportamiento de compra Estado de lealtad Actitud hacia el producto

Equipo: Los Emprendedores Peruanos
 Nombre: Ruth A. - Darwin P. - Neymar A.
 Alumno: H. Louisa T.

TÍTULO DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE:
 DESARROLLO DEL DESIGN THINKING Y RECONOCIMIENTO A NUESTRO SEGUNDO DE PERSONAS APTAS

Propósito: En esta sesión, conoceremos las metodologías Design Thinking para resolver problemas de nuestro entorno y segmentaremos el mercado que vamos a beneficiar.

RECURSO Nº 01: LA METODOLOGÍA DESIGN THINKING

¿Qué es la metodología Design Thinking?
 El Design Thinking es una metodología iterativa y centrada en el ser humano para la resolución de problemas complejos y la innovación. Se basa en la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios, la generación de múltiples ideas creativas, la experimentación rápida a través de prototipos y el aprendizaje continuo a partir de la retroalimentación. No es un proceso lineal, sino más bien un ciclo flexible que permite volver a etapas anteriores según sea necesario.

¿Cuáles son las fases de la metodología Design Thinking?
 El proceso de Design Thinking se compone de cinco fases:



Empatizar
 Comprender sus experiencias, motivaciones, necesidades emocionales y racionales. Esto se logra a través de las entrevistas y observaciones.

Definir
 En esta etapa, se sintetiza la información recopilada durante la fase de empatizar para definir claramente el problema específico que se intenta resolver. Un buen enunciado del problema está centrado en el usuario y sus necesidades.

Idear
 Es la fase de generación masiva de ideas. Se fomenta el pensamiento divergente para explorar un amplio espectro de posibles soluciones sin juicio inicial. Finalmente se selecciona la idea innovadora o implementarla.

Prototipar
 Se construyen versiones tangibles y de bajo costo de las ideas seleccionadas. Los prototipos pueden ser desde bocetos rápidos hasta maquetas funcionales. El objetivo es probar las ideas rápidamente y obtener retroalimentación temprana.

Evaluar o Testear
 Los prototipos se presentan a los usuarios reales para obtener su retroalimentación. Esto es crucial para aprender qué funciona, qué no y qué necesita ser mejorado. La retroalimentación informa la siguiente iteración del diseño.

ACTIVIDAD Nº 01: EXPLICAMOS LAS FASES DEL DESIGN THINKING

Lee detenidamente la siguiente situación:
 En nuestra institución educativa, es común observar que los niños con residuos orgánicos e inorgánicos, lo que genera un ambiente poco saludable y desordenado. Además, la falta de información y la conciencia ambiental en la comunidad es baja. Por lo tanto, se necesita una estrategia para mejorar la gestión de residuos y promover la sostenibilidad en la escuela.

Fase	¿Qué acciones podríamos aplicar en esta fase?	¿Qué valor aporta esta fase para abordar la problemática?
Empatizar	Entrevistar a los estudiantes y profesores sobre sus hábitos de generación de residuos.	Información importante sobre el problema.
Definir	Organizar la información recopilada y definir el problema central: "¿Cómo podemos reducir los residuos orgánicos y mejorar la gestión de los residuos inorgánicos?"	Aclarar la naturaleza del problema y establecer objetivos claros.
Idear	Realizar una lluvia de ideas para generar soluciones innovadoras.	Generar una variedad de ideas para abordar el problema.
Prototipar	Realizar un prototipo de una solución, como una estación de compostaje o un sistema de clasificación de residuos.	Probar la viabilidad de las ideas generadas.
Evaluar	Implementar el prototipo y observar su impacto en la generación y gestión de residuos.	Medir el progreso y obtener retroalimentación para mejorar la solución.

1. ¿Qué ventajas ofrece el enfoque de Design Thinking frente a metodologías tradicionales de solución de problemas escolares?

2. ¿Qué barreras institucionales podrían dificultar la aplicación de esta metodología? ¿Cómo podríamos superarlas?

3. Desde tu experiencia, ¿cuál de las fases te parece más desafiante y por qué?

Idea: porque no podemos elegir cualquier idea, una idea creativa e innovadora que ayude a resolver el problema.

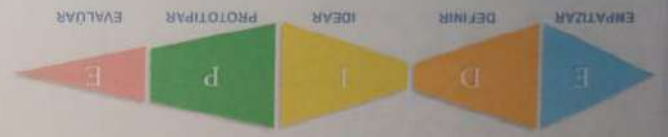
Equipo: Los Emprendedores Peruanos
 Nombre: Ruth Q. - Dorian P. - Neymar A.
 Alumno: H. Louisa T.
 TÍTULO DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE:
 DESCUBRIENDO EL DESIGN THINKING Y RECONOCIENDO A NUESTRO SEGUNDO DE PERSONAS Afectadas

Propósito: En esta sesión, conoceremos la metodología Design Thinking para resolver problemas de nuestro entorno y argumentaremos el mercado que vamos a beneficiar.

RECURSO Nº 01: LA METODOLOGÍA DESIGN THINKING

¿Qué es la metodología Design Thinking?
 El Design Thinking es una metodología iterativa y centrada en el ser humano para la resolución de problemas complejos y la innovación. Se basa en la comprensión profunda de las necesidades de los usuarios, la generación de múltiples ideas creativas, la experimentación rápida a través de prototipos y el aprendizaje continuo a partir de la retroalimentación. No es un proceso lineal, sino más bien un ciclo flexible que permite volver a etapas anteriores según sea necesario.

¿Cuáles son las fases de la metodología Design Thinking?
 El proceso de Design Thinking se compone de cinco fases:



Empatizar
 El primer ángulo del proceso. Implica sumergirse en el mundo del usuario para comprender sus experiencias, motivaciones, necesidades emocionales y racionales. Esto se logra a través de las entrevistas y observaciones.

Definir
 En esta etapa, se sintetiza la información recopilada durante la fase de Empatizar para definir claramente el problema específico que se intentará resolver. Un buen enunciado del problema está centrado en el usuario y sus necesidades.

Idear
 Es la fase de generación masiva de ideas. Se fomenta el pensamiento divergente para explorar un amplio espectro de posibles soluciones sin juicio inicial. Finalmente se selecciona la idea innovadora a implementar.

Prototipar
 Se contruyen versiones tangibles y de bajo costo de las ideas seleccionadas. Los prototipos pueden ser desde bocetos rápidos hasta maquetas funcionales. El objetivo es probar las ideas rápidamente y obtener retroalimentación temprana.

Evaluar o Testear
 Los prototipos se presentan a los usuarios reales para obtener su retroalimentación. Esta fase es crucial para aprender qué funciona, qué no y qué necesita ser mejorado. La retroalimentación informa la siguiente iteración del diseño.

ACTIVIDAD Nº 01: EXPLICAMOS LAS FASES DEL DESIGN THINKING

Lee detenidamente la siguiente situación:
 En nuestra institución educativa, es común observar quiles y pafos con residuos orgánicos e inorgánicos, lo que genera un ambiente poco saludable y deteriorado. Además, la falta de higiene y la contaminación afectan la salud de los estudiantes y el personal. Esta situación requiere la necesidad de fomentar una cultura de responsabilidad ambiental entre todos los actores educativos.

Fase	¿Qué opciones podríamos aplicar en esta fase?	Ahora, completa lo falta:
Empatizar	Enfocarse a los estudiantes y profesores	Información importante
Definir	Organizar la información recolectada para identificar el problema	A generar las que nos ayuden a resolver el problema
Idear	Con la lluvia de ideas para obtener una idea de solución	Realizar un dibujo para representar la solución
Prototipar	Realizar un dibujo para representar la solución	Que represente la idea de solución y mostrarla a los estudiantes
Evaluar	Implementar la solución	Para saber los errores y mejorar el proceso

Finalmente, responde las siguientes preguntas:
 1. ¿Qué ventajas ofrece el enfoque de Design Thinking frente a metodologías tradicionales de solución de problemas escolares?
 2. ¿Qué barreras institucionales podrían dificultar la aplicación de esta metodología? ¿Cómo podríamos superarlas?

Después de leer la experiencia, ¿cuál de las fases te parece más desafiante y por qué?
 He confor con el apoyo de la institución educativa

Después de leer la experiencia, ¿cuál de las fases te parece más desafiante y por qué?
 Idea: crear una idea clara e innovadora que ayude a resolver el problema