

NUEVA FORMA HUMANA DE INNOVAR

Design Thinking como innovación centrada en las personas

Bienvenido 2015, es tiempo de innovar



Una de las cosas que nos trae este 2015, es que los profesionales del sector de marketing y publicidad buscaremos innovar en un contexto de enfriamiento de la economía peruana, y deberemos hacerlo mucho más centrado en las personas y no solo basados en la cultura de una empresa o punto de vista aislado de un Gerente sentado frente a su escritorio.

Es por ello que te presentamos unas preguntas y respuestas sencillas de la metodología de innovación **Design Thinking**, metodología que viene siendo empleada en empresas como Apple, Google o Zara, y debido a que es un gran generador de innovación, esta se puede aplicar en cualquier campo.



¿Que és Design Thinking?

Es una metodología para conocer a las personas/usuarios desde un punto de vista práctico y real.

¿Para qué?

El objetivo es entenderlas en su entorno real para la generación de una innovación centrada en personas.

¿Quiénes realizan este trabajo?

El trabajo es efectuado por equipos que deben ser multidisciplinarios

¿Por qué Multidisciplinario?

Para generar distintos puntos de vista y para generar oportunidades de innovación: factibles y rentables.

¿Cómo está estructurado esta metodología?

Esta metodología consta 5 pasos base, que son los siguientes:



Todo es un proceso iterativo y no necesariamente se ejecuta de forma lineal, puedes avanzar, retroceder, o como lo desees.

¿Dónde se originó?

Se origina en Standord University (California, EE.UU. en los años 70). Siendo aplicada con fines comerciales por IDEO, la principal consultora actualmente.

Fuente: [Neuropista](#)