



Curso

METODOLOGÍAS DE DESIGN THINKING PARA LA INNOVACIÓN

Departamento de Diseño

Duración Larga > 7 semanas
Nivel Intermedio
Intensidad horaria >4 y ≤ 8 h/sem



Fechas:

28 de abril al 12 de junio de 2025



Duración:

24 horas - 12 sesiones - 7 semanas



Modalidad:

Virtual



Horario:

Lunes y jueves de 6:00 p.m. a 8:00 p.m.



Inscripciones abiertas



Lugar:

Plataforma virtual



Inversión:

Sin créditos académicos

\$ 1.764.000 hasta el 24 de abril de 2025

\$ 1.604.000 hasta el 21 de abril de 2025

Metodologías de Design Thinking para la innovación

El curso se enfoca en aprender a utilizar las metodologías propias del pensamiento de diseño (design thinking) para realizar proyectos de innovación, tanto en el sector privado como en el sector público. Los estudiantes relacionarán diferentes herramientas para abordar problemas y crear proyectos sostenibles centrados en las personas y en las pequeñas empresas (negocios), ya que cuando se habla de innovación suele pensarse casi que automáticamente en actividades y productos industriales y en medianas y grandes empresas. Abordaremos el proceso completo desde la investigación hasta la implementación exitosa y el plan de seguimiento de un proyecto de innovación.

Dirigido a

Profesionales del sector privado y el sector público que necesitan aplicar herramientas y metodologías para crear proyectos de innovación centrados en las personas. En la parte correspondiente al sector público se ofrecerán herramientas a profesionales que necesiten liderar procesos de cocreación para

diseñar políticas centradas en comunidades y poblaciones.

Paralelamente, en el sector privado se apoyará a profesionales o emprendedores que buscan crear innovación sistemática diseñando productos o servicios centrados en las personas con impacto sostenible.

Objetivos

Al finalizar el curso, estarás en capacidad de:

- Conocer e implementar herramientas para desarrollar cada fase del proceso del design thinking en proyectos de innovación.
- Identificar casos del sector privado y público que se pueden abordar con metodologías de design thinking.
- Proyectar guías para diseñar proyectos, productos o soluciones centrados en las personas.
- Concebir proyectos de innovación sostenibles.
- Identificar las variables relevantes a la hora de evaluar un proyecto de innovación.

Metodología

Cada clase será guiada por un tema principal de la metodología de design thinking enfocada en innovación. Cada sesión consta de clases sincrónicas con una parte magistral donde se explicarán los conceptos claves del pensamiento de diseño, seguida por una discusión crítica de la aplicación de esas nociones en los casos prácticos que se evaluarán tanto en el sector público como el privado. Los profesores introducirán los temas de cada clase, pero el énfasis del curso está en la discusión y la aplicación práctica de las competencias necesarias para cada fase del proceso de *design thinking*. La metodología principal reposa en el aprendizaje basado en competencias, las cuales se estructuran en diversas herramientas y metodologías. Las clases se desarrollan por medio de sesiones asistidas por tecnología a través de la herramienta Zoom. El curso contará también con la plataforma Bloque Neón como repositorio académico.

Contenido

Sesión 1:

- Introducción al *Design Thinking*: Una introducción a la metodología del pensamiento de diseño, su origen y sus aplicaciones.
- Tipos de innovación: Qué es la innovación, cuál es su función y cuáles son los tipos de innovación.

Sesión 2:

- El entorno económico y social propicio para la innovación: Examina las razones de la carencia de una apuesta decidida por la innovación en el país y, en consecuencia, busca conocer cómo forjar una verdadera apuesta por la innovación.

Sesión 3:

- Intangibles de las organizaciones: Qué son los activos intangibles de las organizaciones, qué representan, por qué son importantes.
- El papel de la innovación en las políticas públicas: El ejercicio de la productividad en instituciones públicas encuentra dificultades considerables. Por una parte, la propia conceptualización y terminología utilizada para analizar el fenómeno es confusa y de escasa precisión. En el sector público no se crea valor en la forma que es habitual en el sector privado (la creación de productos y/o servicios que en el mercado tiene un precio que concreta ese valor. Estos factores estructurales conllevan una sustitución del mercado por el proceso político en la asignación de los recursos. En este contexto, ¿es posible la innovación en las políticas sociales?

Sesión 4:

- Fase de investigación: Herramientas de investigación etnográfica centrada en las personas. Cómo balancear la investigación cualitativa y cuantitativa.
- ¿Tienen los negocios de subsistencia oportunidades de innovar y mejorar su competitividad?: En 2020 el DANE estimó la existencia de 5.446.329 micronegocios (menos de nueve trabajadores) en el país. Son unidades que se dedican únicamente a proveer recursos para cubrir sus necesidades básicas y que, por lo tanto, la política pública no debe entender como empresas; ¿tienen alguna posibilidad de crecimiento?

Sesión 5:

- Fase de ideación: Herramientas para la ideación y la construcción creativa de soluciones.

Sesión 6:

- Fase de prototipado: Herramientas para hacer prototipos de diferentes resoluciones y cómo planear iteraciones.
- Producto Mínimo Viable: Qué es un producto mínimo viable, cuáles son sus características y cuál es su propósito.

Sesión 7:

- Diseñar modelos de negocio: Herramientas para diseñar un modelo de negocio centrado para proyectos de innovación.
- Indicadores y mejoramiento continuo: Herramientas para la evaluación de proyectos de innovación.

Sesión 8:

- Optimización de una oferta financiera para los trabajadores informales: El acceso limitado a la oferta de servicios financieros formales (pagos y transferencias, ahorro, crédito y seguros) obliga a los micronegocios a recurrir a mecanismos informales caracterizados por: ofrecer una baja rentabilidad en el caso del ahorro; tener altos costos en términos de tasas de interés y generar pérdida o disminución de activos. La conocida

afirmación que la inclusión financiera conlleva la inclusión social debe incorporar los factores de oferta que la impiden (acceso, diseño-términos y condiciones, suministro y costos). Se evalúa el papel de las tecnologías financieras.

Profesores



Valentina Osorio Mojica

Diseñadora con énfasis en Comunicación de la Universidad de los Andes. Cuenta con una maestría en innovación y emprendimiento de la Universitat de Barcelona. Experta en gestión de la innovación corporativa con base en metodologías de design thinking. Miembro de la junta directiva de "Hora del café" asociación de la Cámara de Comercio de Bogotá que reúne empresas colombianas que tienen procesos estructurados de innovación. Ha liderado certificaciones en la norma NTC 5801 de sistemas de gestión para la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) de ICONTEC y proyectos merecedores de beneficios tributarios por inversión en CTel.



Sara Donado Moreno

Diseñadora y psicóloga de la Universidad de los Andes. Cuenta con experiencia en Innovación, desarrollo de marca, investigación de mercados, proyectos de cultura, diversidad e inclusión en empresas de consumo masivo como AB InBev y PEPSICO. Los proyectos que ha desarrollado a lo largo de su vida laboral han sido reconocidos en festivales de mercadeo y publicidad como Cannes Lions, El Ojo de Iberoamérica, Clio Awards, Effie Colombia, entre otros, y han sido reconocidos por entidades que impulsan a las compañías a convertirse en espacios más inclusivos. Su enfoque profesional se ha basado en la búsqueda y solución de oportunidades a través de la metodología de Design Thinking y el entendimiento del consumidor, lo cual la ha llevado a implementar soluciones escalables destacadas por su impacto y alcance. Actualmente se desempeña como gerente de cultura en PEPSICO y lidera la estrategia para todo Latinoamérica.

Certificado

La Universidad de los Andes otorgará un certificado de asistencia, a los participantes que cumplan con los

requisitos académicos definidos por el Departamento de Diseño y hayan cursado como mínimo el 80% de horas programadas.

Modalidad de pago

Condiciones

Eventualmente la Universidad puede verse obligada, por causas de fuerza mayor a cambiar sus profesores o cancelar el programa. En este caso el participante podrá optar por la devolución de su dinero o reinvertirlo en otro curso de Educación Continua que se ofrezca en ese momento, asumiendo la diferencia si la hubiere.

La apertura y desarrollo del programa estará sujeto al número de inscritos. El Departamento/Facultad (Unidad académica que ofrece el curso) de la Universidad de los Andes se reserva el derecho de admisión dependiendo del perfil académico de los aspirantes.

Más información

Dirección de Educación Continua

Calle 19 Bis # 1 – 67 | Bloque ÑL

Bogotá - Colombia

Código Postal: 111711

Website: educacioncontinua.uniandes.edu.co

E-mail: educacion.continua@uniandes.edu.co

Tel: (60 + 1) 332 43 63

WhatsApp: [+\(57\) 312 410 49 51](https://wa.me/573124104951)

01 8000 123 021