



1. TÍTULO DE LA SESIÓN

"El método Design Thinking: Empatizar y Definir — Identificando problemas reales de mi entorno para emprender con propósito"

2. DATOS INFORMATIVOS

Área	Educación para el Trabajo — Emprendimiento
Grado y nivel	4º año de Educación Secundaria
Duración	90 minutos (2 horas pedagógicas)
Tema	El método Design Thinking: Empatizar y Definir — Identificando problemas reales
Competencia EPT	Gestiona proyectos de emprendimiento económico y social
Capacidades	1. Aplica habilidades técnicas 2. Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas 3. Evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento
Desempeño esperado	Aplica las etapas Empatizar y Definir del Design Thinking para identificar un problema real de su entorno y formula una propuesta de solución con sentido ético y valor social.
Propósito de aprendizaje	Que el estudiante comprenda y aplique las dos primeras etapas del Design Thinking para identificar necesidades reales y definir problemas con claridad, como punto de partida para proponer ideas de emprendimiento ético.
Evidencia de aprendizaje	Lienzo de Propuesta de Valor (Value Proposition Canvas) sobre un problema real identificado en su entorno.

3. MARCO CONCEPTUAL / TEORÍA

3.1 ¿Qué es el Design Thinking?

El **Design Thinking** (o Pensamiento de Diseño) es una metodología centrada en las personas, desarrollada en la Universidad de Stanford, que ayuda a resolver problemas complejos de forma creativa e innovadora. A diferencia de los enfoques tradicionales, el Design Thinking no parte de una idea o producto, sino de comprender profundamente a las personas que tienen un problema para luego diseñar soluciones realmente útiles y significativas.

En el contexto escolar, el Design Thinking nos enseña que **antes de proponer una idea de negocio o proyecto, debemos primero escuchar, observar y entender la realidad de las personas a quienes queremos ayudar.**

3.2 Importancia del Design Thinking en el emprendimiento escolar

- Evita que los estudiantes propongan soluciones a problemas que nadie tiene realmente.
- Fomenta la empatía, el pensamiento crítico y la observación activa.
- Permite identificar oportunidades de negocio o de impacto social basadas en necesidades reales.
- Conecta el aprendizaje del aula con problemas reales de la comunidad.
- Desarrolla la capacidad de colaborar, escuchar y tomar decisiones responsables.

3.3 Etapas del Design Thinking

El Design Thinking se desarrolla en 5 etapas interconectadas:



1 Empatizar

2 Definir

3 Idear

4 Prototipar

5 Evaluar

★ Sesión de hoy

Las etapas no son rígidas ni lineales: se puede volver atrás y avanzar según sea necesario. En esta sesión trabajamos las dos primeras: **Empatizar y Definir**.

3.4 ¿Qué significa EMPATIZAR?

Empatizar significa **ponerse en el lugar de otra persona**: entender sus sentimientos, necesidades, frustraciones y sueños. Para un emprendedor, empatizar con el usuario es el primer paso para crear soluciones que realmente funcionen.

La empatía no es solo tener buenas intenciones: requiere **acción concreta**, como observar, escuchar y preguntar antes de asumir que sabemos lo que alguien necesita.

Técnicas para empatizar:

- Entrevista empática: Conversar directamente con la persona que tiene el problema. Se hacen preguntas abiertas como: ¿Cómo te sientes cuando...? ¿Qué es lo más difícil para ti cuando...?
- Observación directa: Ver cómo se comporta la persona en su entorno natural, sin interrumpirla.
- Escucha activa: Prestar total atención a lo que el usuario dice, sin juzgar, sin interrumpir, sin adelantarse a responder.
- Mapa de empatía: Herramienta visual que organiza la información del usuario en 4 dimensiones: qué piensa y siente, qué ve, qué escucha, qué dice y hace; además de sus dolores y ganancias.

3.5 ¿Qué significa DEFINIR el problema?

Definir es el proceso de **sintetizar la información recopilada en la etapa de empatía** para formular un enunciado claro del problema central que enfrentan las personas.

Un buen enunciado del problema (llamado también *Point of View* o *POV*) responde a la siguiente estructura:

[Nombre o descripción del usuario] necesita [necesidad o meta] porque [razón o insight profundo].

Ejemplo: "Los estudiantes de secundaria de zonas rurales necesitan acceso a materiales de estudio actualizados porque sus escuelas no tienen internet ni biblioteca bien equipada."

3.6 Diferencia entre necesidad, problema y solución

NECESIDAD	PROBLEMA	SOLUCIÓN
Lo que la persona requiere para vivir, crecer o mejorar.	La brecha o dificultad que impide satisfacer esa necesidad.	La acción, producto o servicio que resuelve el problema.
Alimentación saludable	Falta de tiempo para cocinar en familias trabajadoras	App de recetas rápidas con ingredientes de bajo costo

Muchos emprendedores fallan porque **saltan directamente a la solución sin entender bien el problema** . El Design Thinking nos pide resistir esa tentación y primero escuchar.

3.7 Relación entre Design Thinking, emprendimiento ético y entorno

El Design Thinking no solo sirve para crear negocios: también es una herramienta para **emprender con propósito y responsabilidad** . Cuando identificamos problemas reales y proponemos soluciones que generan valor para las personas, estamos practicando un emprendimiento ético, consciente e impactante.

- Emprendimiento ético: Genera valor sin dañar a las personas ni al medioambiente.
- Impacto social: La solución mejora la vida de las personas más allá del beneficio económico.
- Sostenibilidad: La propuesta puede mantenerse en el tiempo y crecer.



HOJA DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Apellidos y Nombres:	Grado y sección:	Fecha:
_____	_____	_____

Propósito de la actividad

Aplicar las etapas de Empatizar y Definir del Design Thinking para identificar un problema real de tu entorno y comenzar a construir una propuesta de valor ética y viable.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA INICIAL

Lee con atención y responde:

María tiene 16 años y vive en una urbanización donde los adultos mayores no pueden ir solos al mercado. Sus familiares trabajan todo el día y no tienen tiempo para acompañarlos. María observa esto todos los días y piensa: '¿Podría hacer algo al respecto?'

¿Qué problema identificas en esta situación? ¿A quién afecta? ¿Qué necesita esa persona?

ACTIVIDAD 1: Observamos nuestro entorno

Observa tu entorno (colegio, barrio, familia, comunidad) y responde:

- ¿Qué problema o necesidad identificas?
- ¿A quiénes afecta ese problema?
- ¿Con qué frecuencia ocurre?
- ¿Por qué nadie lo ha resuelto aún?

ACTIVIDAD 2: Entrevistamos o escuchamos a un usuario

Elige a la persona que tiene ese problema (usuario). Realiza una breve entrevista o simulación.

Nombre o descripción del usuario: _____

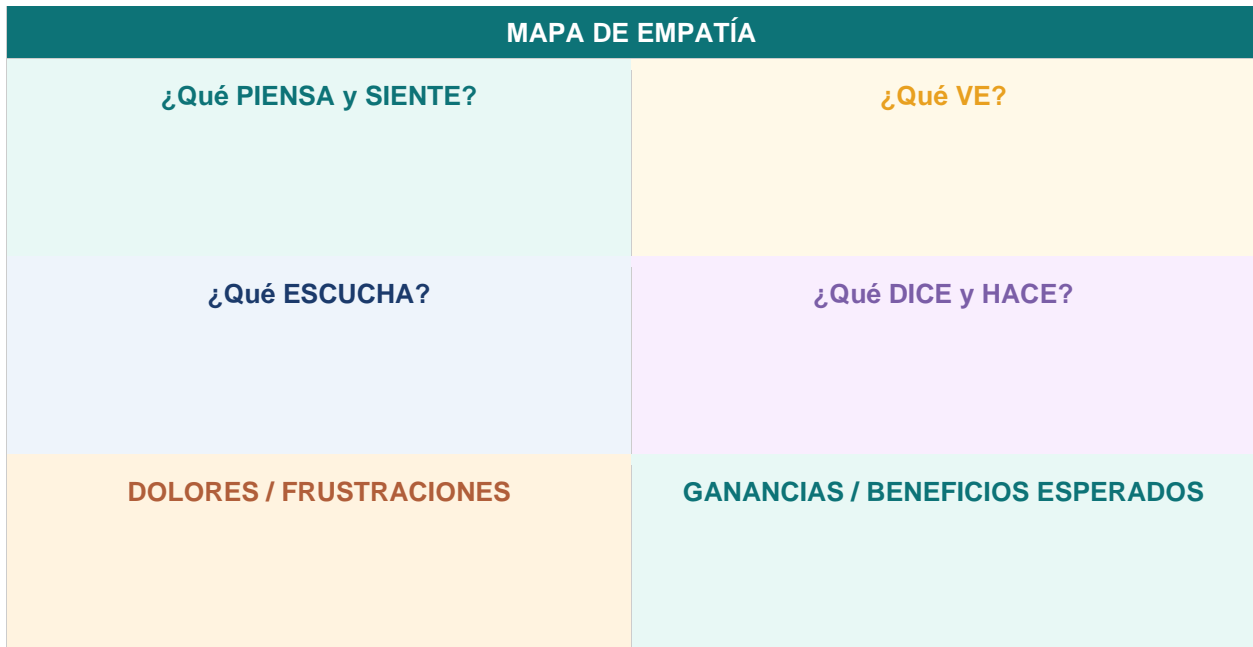
Pregunta que hice	Respuesta del usuario
1.	
2.	
3.	



4.

ACTIVIDAD 3: Identificamos necesidades reales

A partir de lo que observaste y escuchaste, completa el Mapa de Empatía:



ACTIVIDAD 4: Definimos el problema

Usando la información del mapa de empatía, escribe el enunciado del problema de tu equipo:

[Nombre del usuario]: _____
necesita: _____
porque: _____

ACTIVIDAD 5: Elaboramos el Lienzo de Propuesta de Valor

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR (Value Proposition Canvas)	
PERFIL DEL USUARIO	MAPA DE VALOR / PROPUESTA DE SOLUCIÓN
Nombre del usuario (persona o grupo):	Nombre de la propuesta de solución:
Necesidades del usuario:	Productos y servicios que ofrece tu solución:



Problemas / dolores del usuario:	Aliviadores de dolores (cómo resuelves sus problemas):
Beneficios que espera el usuario:	Generadores de ganancias (qué beneficios aportas):
Valor ético e impacto positivo en el entorno:	

Preguntas de reflexión final

- ¿Cómo te ayudó la empatía a entender mejor el problema?
- ¿Qué fue lo más difícil de definir el problema? ¿Por qué?
- ¿Tu propuesta de solución es ética? ¿Qué impacto tendrá en las personas?

PRODUCTO / EVIDENCIA DE APRENDIZAJE

El producto final de esta sesión es el **Lienzo de Propuesta de Valor (Value Proposition Canvas)** completado, que debe mostrar de forma coherente la relación entre el problema real identificado y la solución propuesta.

El Lienzo debe incluir obligatoriamente:

- Perfil del usuario o cliente: descripción de la persona que tiene el problema.
- Necesidades del usuario: qué requiere para mejorar su situación.
- Problemas o dolores identificados: qué le impide satisfacer esa necesidad.
- Beneficios esperados: qué ganancias o mejoras espera obtener.
- Propuesta de solución: producto, servicio o iniciativa que soluciona el problema.
- Valor ético de la solución: cómo respeta y beneficia a las personas y al entorno.
- Impacto positivo: cambio concreto que genera en la comunidad o sociedad.
- Coherencia entre el problema definido y la solución planteada.