



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

Aplicación de la metodología desing tinking en la elaboración de retratos, enfatizando en el bolígrafo azul del emprendimiento “Retratos y más”

Corporación Universitaria Remington.  
Facultad de ingenierías.  
Ingeniería Industrial  
Especialización en Dirección de Operaciones y Mejoramiento Continuo

Andrés Enrique Paternina De alba  
Kelinn Alexandra Saavedra Moreno  
Ludys Eliana Saldarriaga Arroyave

Nombre del Tutor del trabajo de grado: Alejandro Arango Correa  
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado  
2025.

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, quienes han sido nuestra fuente constante de fortaleza, paciencia y apoyo a lo largo de todo este proceso. Gracias por su confianza, por cada palabra de ánimo y por acompañarnos en cada paso del camino. Este proyecto también es fruto de su esfuerzo y del amor con el que nos sostuvieron incluso cuando sentimos que íbamos a rendirnos. Simplemente, gracias.

## Agradecimientos

Agradecemos a el docente **Alejandro Arango** por su orientación, acompañamiento y aportes durante el desarrollo de este trabajo. Su guía fue fundamental para estructurar adecuadamente el plan de empresa.

Agradecemos también a la **Corporación Universitaria Remington** por brindarnos las herramientas necesarias para nuestra formación profesional.

**Tabla de Contenidos**

Resumen.....	4
Marco conceptual y contextual .....	6
Marco contextual .....	6
Marco conceptual.....	6
Imagen 1. Metodología Design Thinking .....	9
Etapa 1: Empatizar .....	9
Etapa 2: Definir .....	9
Etapa 3: Idear .....	10
Etapa 4: Prototipar .....	10
Etapa 5: Testear.....	11
Imagnes de encuestas 1 .....	12
Imagen de encuesta 2 .....	13
Conclusiones .....	13
Referencias.....	13

## **Resumen**

En el Municipio de Chima, Córdoba, el cual se ubica al norte de este Departamento, se ha evidenciado falta de un estilo de arte referente al retrato tradicional, la mayoría del arte se aprecian tratan de muralismo, en gran parte hecho con aerógrafo, es por eso que surge la idea de un emprendimiento artístico enfocado en el retrato, enfatizando en el estilo a lapicero azul, que suele ser muy llamativo dado a que no es muy común, es una técnica complicada y que requiere de gran paciencia en su elaboración, al tratarse de materiales barato y accesible se identificó una manera de llegar a esas personas que quieren tener una obra personalizada en su hogar o lugar de estancia pero que a su vez no cuentan con los recursos económicos para pagar por un retrato hecho con material profesional, si bien la elaboración de los retratos es compleja el emprendedor no solo busca generar ingresos si no también llegar de manera emocional a sus clientes ya que se puede decir que trabaja por amor al arte. Identificado todo esto, por medio de la design thinking se empatizo con las necesidades de la población y la región, se definió el problema base, después se elaboró una propuesta de valor, el perfil de los clientes y se estructuro el plan de empresas, se ingresó gráficos e imágenes de las obras y al final se retroalimentó acerca del público, se ajustaron precios para concluir que era una iniciativa viable

## **Palabras clave**

Design Thinking, Gestión de proyecto, Proyectos creativos, Metodologías ágiles, Empatía, Idear, Prototipar Testear, productos personalizados, Retratos

## **Marco conceptual y contextual**

## **Marco contextual**

El proyecto “Retratos y más” se trata de un emprendimiento artístico que está ubicado en el municipio de Chimá, Córdoba, y consiste en la elaboración de retratos personalizados utilizando técnicas como grafito, lapicero azul, colores escolares y Lápiz de grafito. Este emprendimiento surge a partir de la experiencia del fundador: Andrés Paternina De Alba, quien ha ido perfeccionando sus habilidades en el dibujo realista desde temprana edad, identificando en su entorno una falta de oferta profesional en este tipo de servicios, ya que la actividad artística local se enfoca más que todo en murales y aerografía.

El grupo, en el marco de este trabajo de grado, analiza este caso como una iniciativa creativa que responde a una necesidad real en el municipio, contar con obras originales, hechas a mano y con valor sentimental, ofreciendo una propuesta artística diferente y accesible para la población. El emprendimiento surge tanto de una oportunidad en el mercado como de una motivación muy personal, el creador trabaja también por amor al arte y busca que sus retratos transmitan emociones verdaderas. Esto se refleja en la elección de técnicas accesibles y materiales de bajo costo, que no solo facilitan el proceso creativo, sino que también permiten ofrecer precios al alcance de la comunidad, creando una especie de conexión con el entorno y demostrando que el arte puede ser cercano, significativo y económicamente viable.

## **Marco conceptual**

La gestión de proyectos es un conjunto de técnicas y conocimientos orientados a planificar, organizar y controlar recursos para alcanzar objetivos específicos en un tiempo determinado (Project Management Institute, 2021). En este contexto, es esencial aplicar métodos que garanticen la eficiencia y adaptación a cambios, especialmente en proyectos creativos como el emprendimiento artístico. La gestión adecuada permite coordinar actividades y evaluar riesgos, asegurando que el producto final cumpla con las expectativas planteadas.

Las metodologías ágiles surgen como una respuesta a los enfoques tradicionales rígidos, promoviendo la flexibilidad, la colaboración constante y la entrega incremental de valor (Beck et al., 2001). Estas metodologías, como Scrum o Kanban, se basan en ciclos cortos de trabajo (sprints) que facilitan la adaptación rápida a nuevas demandas o retroalimentación. En el ámbito artístico, donde la innovación y la experimentación son clave, las metodologías ágiles pueden potenciar la creatividad y acelerar el desarrollo de productos, permitiendo iterar hasta alcanzar propuestas más sólidas.

Por otra parte, la metodología Design Thinking se centra en la resolución de problemas desde una perspectiva humanista, fomentando la empatía con el usuario y la generación de soluciones innovadoras a través de etapas estructuradas: empatizar, definir, idear,

prototipar y testear (Brown, 2009). Este enfoque resulta útil en emprendimientos creativos, ya que guía el proceso desde la profunda comprensión de las necesidades del cliente hasta la creación de productos personalizados y diferenciados, como ocurre en el arte aplicado al diseño de retratos.

El emprendimiento artístico, especialmente en nichos como la creación de retratos con bolígrafo azul, combina la creatividad con la gestión empresarial para transformar una habilidad artística en una actividad económica sostenible (Caves, 2000). Este tipo de emprendimiento exige no solo destrezas técnicas, sino también conocimiento en marketing, finanzas y gestión de proyectos para posicionarse en un mercado competitivo. El bolígrafo azul, como medio, aporta un estilo distintivo que puede ser un factor clave en la diferenciación y fidelización de clientes.

En suma, integrar la gestión de proyectos con metodologías ágiles y Design Thinking aporta un marco robusto para el emprendimiento artístico. Esto posibilita no solo estructurar el proceso creativo, sino también adaptarlo a las demandas del mercado y las tendencias actuales, optimizando recursos y resultados. El caso del retrato en bolígrafo azul ilustra cómo la combinación de creatividad, metodología y gestión puede dar origen a un proyecto artístico viable y sostenible.

## Desarrollo e implementación del aprendizaje

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicó la metodología Design Thinking, la cual permitió al grupo comprender las necesidades del usuario y estructurar una propuesta coherente con el contexto interno y externo. En la fase de empatizar, se identificó la ausencia de servicios de retratos personalizados en Chimá; en definir, se precisó el problema como la falta de acceso a obras artísticas únicas con significado emocional; en idear, se exploraron diferentes técnicas, modelos de servicio y posibilidades de comercialización; en prototipar, se tomaron como referencia muestras reales elaboradas por el emprendedor; y en testear, se analizaron reacciones y comentarios del público para ajustar aspectos como precios, tiempos de entrega y presentación. Esta metodología permitió al grupo evaluar la viabilidad del proyecto y estructurarlo de manera centrada en las necesidades del cliente. La empatía también estuvo presente al reconocer no solo las necesidades económicas del público, sino la motivación del fundador, quien trabaja por amor al arte y busca que sus obras sean accesibles para la comunidad. Por ello, se emplean materiales económicos como grafito, bolígrafo azul y colores escolares, que permiten mantener precios asequibles sin afectar la calidad artística.

Antes de abordar el desarrollo, se presenta la Imagen 1, la cual muestra de manera detallada la descripción de la metodología empleada en el proyecto:



Imagen 1. Metodología Design Thinking. Fuente: Canva

Para el Desarrollo e implementación del aprendizaje se llevaron a cabo los siguientes pasos:

### **Etapas 1: Empatizar**

Se realizó a través de 5 encuestas de manera virtual, y a través de observaciones en la región para identificar y comprender las necesidades y la falta de servicios de retratos personalizados.

Durante este proceso se identificó que no existía una oferta de retratos personalizados hechos a mano, así como los habitantes de la región valoraban mucho las obras con significado emocional. La mayoría de la actividad artística local estaba centrada en murales y aerografía, lo cual evidenciaba una oportunidad clara en los retratos.

### **Etapa 2: Definir**

Con base en la información recopilada en las entrevistas y observaciones del emprendedor, se identificó el problema principal, en Chimá no existía un servicio accesible que ofreciera retratos personalizados, los cuales fueran capaces de transmitir emociones, sentimientos y con un valor cercano para la población. Los habitantes de la región querían un arte humano, con conexión y esto ayudó a enfocar el objetivo del emprendimiento y consolidar la motivación para tomar forma dicho proyecto.

### **Etapa 3: Idear**

Se realizaron entre el emprendedor y su equipo de trabajo sesiones de lluvia de ideas para explorar diferentes técnicas artísticas viables con materiales de bajo costo, se identificaron técnicas como grafito, lapicero azul, lápices de colores escolares, la idea es que las técnicas permitieran mantener la calidad, pero con precios accesibles. También se diseñaron posibles modelos de servicio y atención incluyendo opciones de pedidos personalizados a diferentes escalas, estandarización de tamaños y presentaciones para distintos públicos. También se discutieron que canal se utilizaría para la comercialización, optando por mejores opciones la venta directa en la comunidad y el uso de redes sociales para ampliar el alcance.

### **Etapa 4: Prototipar**

Se pintan varios prototipos de retratos utilizando las técnicas seleccionadas demostrando que era posible crear obras con valor artístico y emocional a partir de materiales económicos. Estos prototipos se presentaron en pequeños eventos y exhibiciones locales, se detallaba los materiales empleados y el costo aproximado para que la comunidad comprendiera y valorara la propuesta.



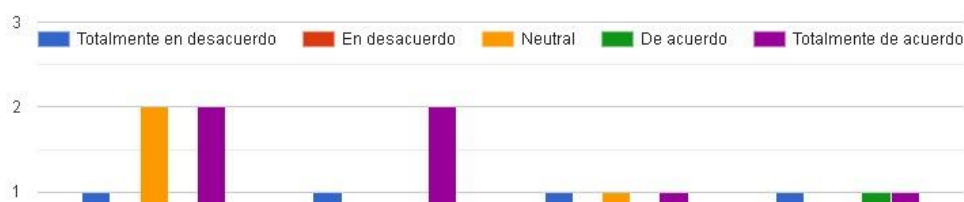
Imagen 2. Retratos en diferentes técnicas. Fuente: Elaboración propia  
**Etapa 5: Testear**

Los prototipos creados fueron mostrados a diferentes grupos dentro de la comunidad, quienes brindaron retroalimentación sobre aspectos como la calidad, los precios, los tiempos de entrega y el estilo general de los retratos. La respuesta fue positiva, pero se hicieron algunos ajustes recomendados, como mejorar la presentación visual y modificar algunos precios para facilitar el acceso. De esta forma, se validó la viabilidad del proyecto y se adaptó la oferta completamente a las expectativas y necesidades del público.

Bajo esta implementación, el emprendimiento logró un servicio artístico sostenible, teniendo en cuenta las necesidades reales de la comunidad y con una propuesta de valor diferencial realizando un modelo que además de promover el arte local también fortalece la conexión emocional entre los habitantes y sus historias personales, haciendo así que cada retrato sea una experiencia significativa y accesible.

9. ¿Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones sobre el arte y los retratos personalizados?

 Copiar gráfico

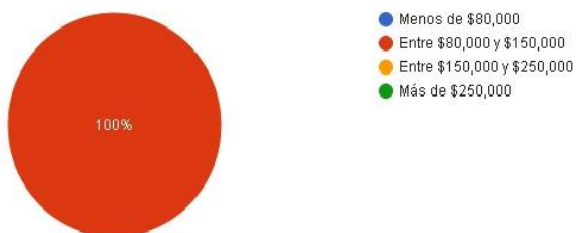


6. Considerando que es una obra de arte única y hecha a mano, ¿Qué rango de precio te parecería justo pagar por un retrato tamaño carta (aproximadamente 22x28 cm)?



(Esta pregunta ayuda a medir el "valor percibido" y a fijar precios realistas)

5 respuestas



8. Apoyaría a un emprendedor artístico de mi región antes que comprar arte de grandes cadenas comerciales. Donde



- 1 Nunca apoyaría
- 2 No apoyaría
- 3 Quizás apoyaría
- 4 posiblemente apoyaría
- 5 seguro apoyaría

5 respuestas

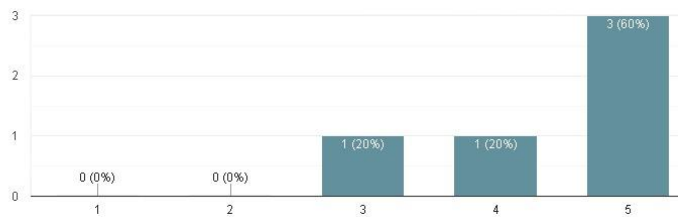


Imagen 3. Resultados encuesta de la etapa 5. Testear. Fuente: Elaboración propia

### Conclusiones

La metodología Design Thinking permitió comprender las necesidades, expectativas y oportunidades presentes en la comunidad de Chimá en el departamento de Córdoba, respecto a los retratos personalizados. Con la investigación, la definición precisa del problema, la generación de ideas viables, la creación de prototipos accesibles y la validación con la comunidad, el proyecto consolidó una propuesta artística que responde tanto al valor emocional que las personas otorgan a este tipo de obras como a la necesidad de contar con un servicio cercano y principalmente asequible. Durante el proceso se evidenció que existe un amplio potencial para desarrollar un emprendimiento que combine calidad, sentido humano y acceso económico.

Entre los prototipos desarrollados, se eligieron las técnicas grafito y lapicero azul ya que estas abarcan lo que se busca con el emprendimiento: calidad, economía y estética. Así mismo conectar con la comunidad ofreciendo un producto para su entorno

### **Referencias**

Beck, K., Beedle, M., van Bennekum, A., Cockburn, A., Cunningham, W., Fowler, M., ... y Thomas, D. (2001). Manifiesto para el Desarrollo Ágil de Software . <https://agilemanifesto.org/>

Brown, T. (2009). Cambio por diseño: Cómo el Design Thinking crea nuevas alternativas para las empresas y la sociedad . HarperBusiness.

Caves, RE (2000). Industrias creativas: contratos entre el arte y el comercio . Harvard University Press.

Instituto de Gestión de Proyectos (2021). Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía del PMBOK®) (7.<sup>a</sup> ed.). PMI.