



# Especialista en Innovación Social ligada a la metodología Living Lab

## Paso 3: Co-diseñando la Solución

El **objetivo del co-diseño** es llegar a la definición de los nuevos servicios que realmente se implementan y que marcan una diferencia real para los usuarios.





## Analiza el problema

**Explora el problema** que estás abordando, prestando especial atención a las formas en que puedes transformar los problemas en oportunidades.

Tus socios pueden ser de gran ayuda en estos pasos, **¡cuente con ellos!**





## Conceptos sobre el co-diseño de servicios

Define los actores clave para liderar y ser el propietario del proceso y el cronograma de la fase de diseño.

Necesitas seleccionar uno o más métodos.





## Seguimiento a la creatividad

El **seguimiento** es importante para garantizar que todos los beneficios del co-diseño se repiten o son sostenibles.





## Ritmo del desarrollo

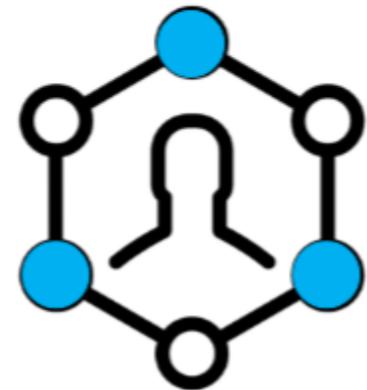
Define de forma conjunta **los resultados intermedios** que pueden constituir los momentos apropiados para la **difusión, evaluación y desarrollo** compartido con un público más amplio, maximizando el valor del proceso a medida que avanza.



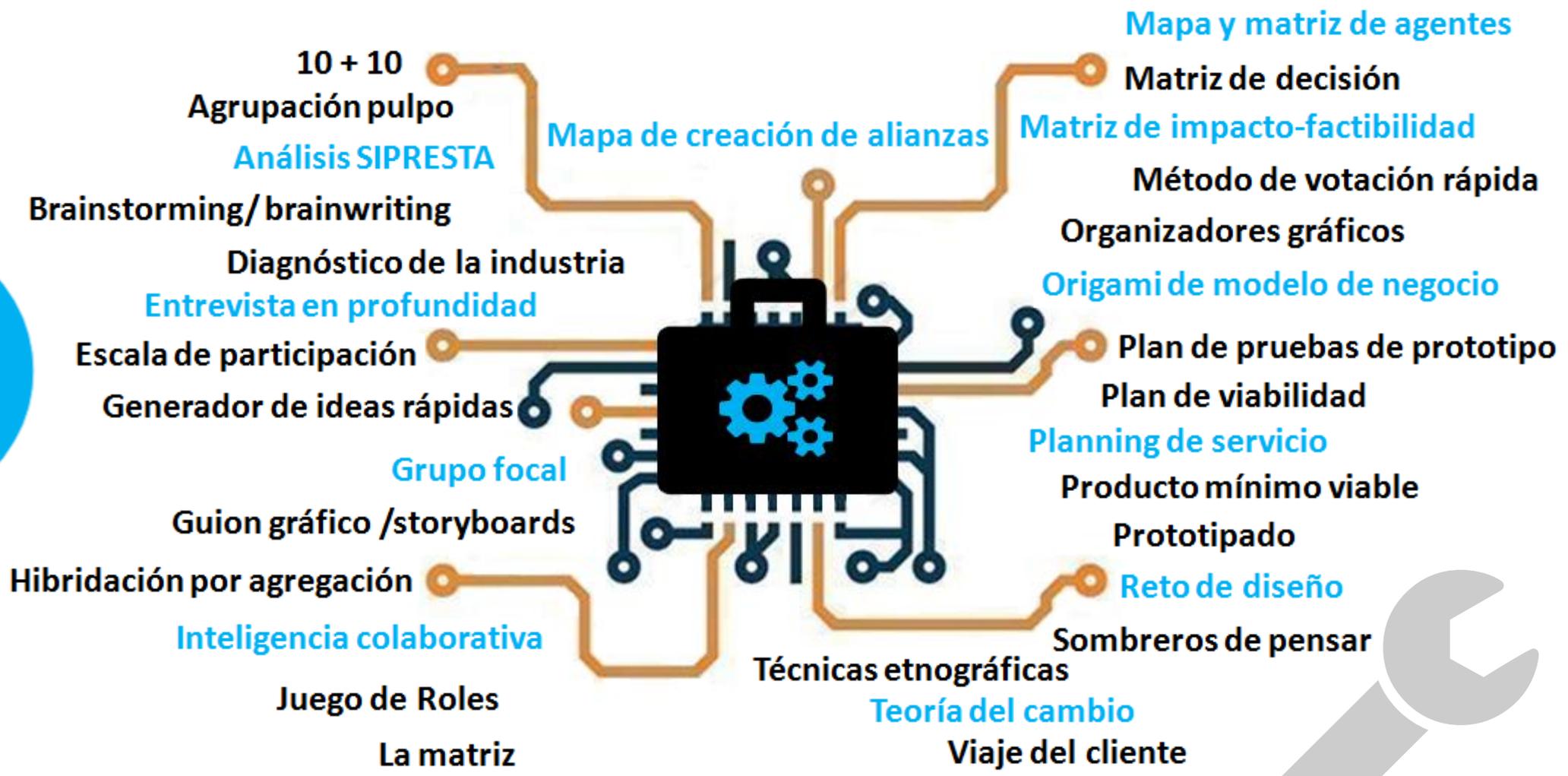


## Hazlo oficial

Tu idea conceptual puede ser una buena oportunidad para **atraer la atención de otros jugadores** .



**Co-Diseñando la Solución**  
3



## Co-Diseñando la Solución

3

### 10+10

Fuente: <https://www.thisisservice.design/doing.com/methods/10-plus-10>

### DESCRIPCIÓN

Este método es una forma rápida de generar gran cantidad de ideas en grupo. Se persigue la cantidad, no la calidad.

Tras elegir un reto se les proporciona al equipo unos pocos minutos para que bocete de forma individual 10 conceptos. Después los individuos explican sus bocetos al resto del grupo. Cada uno debe escoger una idea y realizar 10 variantes sobre ella.

Finalmente se comparten y seleccionan las más prometedoras.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear.

**CONSEJO:** *En ejercicios de creatividad es importante hacer ejercicios de calentamiento (warm-up) o para romper el hielo (ice breakers) entre los participantes.*



## Co-Diseñando la Solución

3

### AGRUPACIÓN PULPO/OCTOPUS CLUSTERING

Fuente:

<https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/octopus-clustering>

#### DESCRIPCIÓN

Se agrupan las ideas en base a temáticos o claves comunes.

Se coloca al grupo en filas delante de una pared con todos los Post its. Los primeros de la fila se encargan de agruparlas en base a elementos comunes que vayan identificando. Los segundos en la fila que tienen una perspectiva un poco más amplia pueden aconsejar al primero. Cada 30 segundos la primera fila pasa a ser la última y se repite el proceso.

Entre otras cosas, permite también identificar esas ideas “huérfanas” que a menudo son una oportunidad interesante.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear.

**CONSEJO:** Se pueden hacer variantes del ejercicio asignando a cada fila un área concreta (ej.: modelo de negocio) y todas las ideas relativas a esa área deberían terminar en dicha fila.



Co-Diseñando  
la Solución

3

## Análisis SIPRESTA

Herramienta propia

### DESCRIPCIÓN

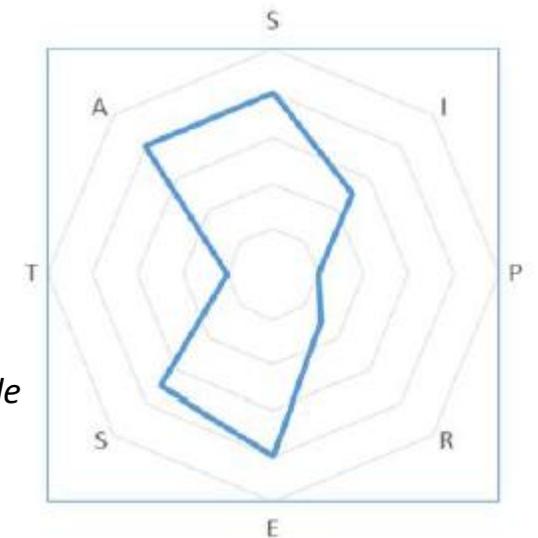
Es un sistema de diagnóstico que valora los diferentes elementos de innovación social de un proyecto, generando un perfil:

- S:** Solución innovadora.
- I:** Impacto Social.
- P:** Participación.
- R:** Replicabilidad y escalabilidad.
- E:** Económicamente sostenible.
- S:** Sostenibilidad medioambiental.
- T:** Transformación social.
- A:** Abierto.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Todas.

**CONSEJO:** Además de utilizarlo para evaluar, usarlo para identificar aquellos aspectos de innovación social en los que el proyecto tiene potencial de mejora para ser más completo.

	Valor
S	8
I	5
P	2
R	3
E	8
S	7
T	2
A	8



Fuente Julen Etxebeste UIS<sup>3</sup>

Co-Diseñando  
la Solución

3

## BRAINSTORMING/BRAINWRITING/BODYSTORMING

Fuente: <https://thinkernautas.com/15-tecnicas-brainstorming-parte-2>

### DESCRIPCIÓN

En el **brainstorming** se presenta el tema y permite que la gente proponga ideas locas que irás recogiendo en un soporte como una pizarra, visible a todos.

El **brainwriting** pide a los participantes de forma individual y en silencio escribir / dibujar ideas sobre el tema (una por página o post-it). Después se comparten, se pegan en una pared o se decide mantener secretas...

En el **bodystorming** el grupo tiene que hacer una inmersión en el contexto real o simulado y el facilitador describir una serie de situaciones a explorar para ver cómo reaccionan.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear.

**CONSEJO:** *En el siguiente enlace encontraréis algunos consejos sobre la actitud en este tipo de sesiones:* <https://blog.hubspot.es/marketing/tecnicas-lluvia-de-ideas-creativas>



Co-Diseñando  
la Solución

3

## DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA

Fuente: <https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/mapear/diagnostico-de-la-industria>

### DESCRIPCIÓN

El diagnóstico de la industria lo realizamos a través del Análisis Porter de las cinco fuerzas.

A través de un diagrama de cinco secciones analizaremos el impacto de las cinco fuerzas clave de la industria: **competidores, participantes potenciales, clientes/compradores, ofertas sustitutivas y proveedores.**

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Se puede revisar a lo largo de todo el proyecto.

**CONSEJO:** *En el link de la fuente se puede descargar la plantilla de trabajo pero es recomendable profundizar en la herramienta con vídeos explicativos como el siguiente:* <https://www.youtube.com/watch?v=BPNN1pYuKAO>



Co-Diseñando  
la Solución

3

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Fuente: <https://designthinking.gal/la-entrevista-en-profundidad/>

### DESCRIPCIÓN

El objetivo de la entrevista en profundidad es conseguir **información** acerca de la vida, experiencia, situación, conocimiento, interacción o relación de una persona sobre un objeto/evento/situación/tema concreto, **expresado con sus propias palabras y visto desde su propia perspectiva.**

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Identificar. Explorar. Evaluar. Escalar. Aplicable en todas las fases de la ISE.

**CONSEJO:** *Existen distintos tipos de entrevistas. Por ejemplo, la entrevista contextual donde el contexto es el propio sobre el cual se quiere profundizar.*

*Es importante generar un clima de confianza, un entorno confortable para que la persona pueda expresarse sin la sensación de estar siendo evaluada.*



- 1. Preparación de la entrevista.** Definir uno (o varios) objetivos y un método (vis-a-vis, remota...)
- 2. El guión.**
- 3. Durante la entrevista.** Hay que realizar una introducción y ser conscientes de que el guion es sólo una guía
- 4. Post entrevista.** Pasa a limpio y procesa la entrevista.



## Co-Diseñando la Solución

3



## ESCALA DE PARTICIPACIÓN

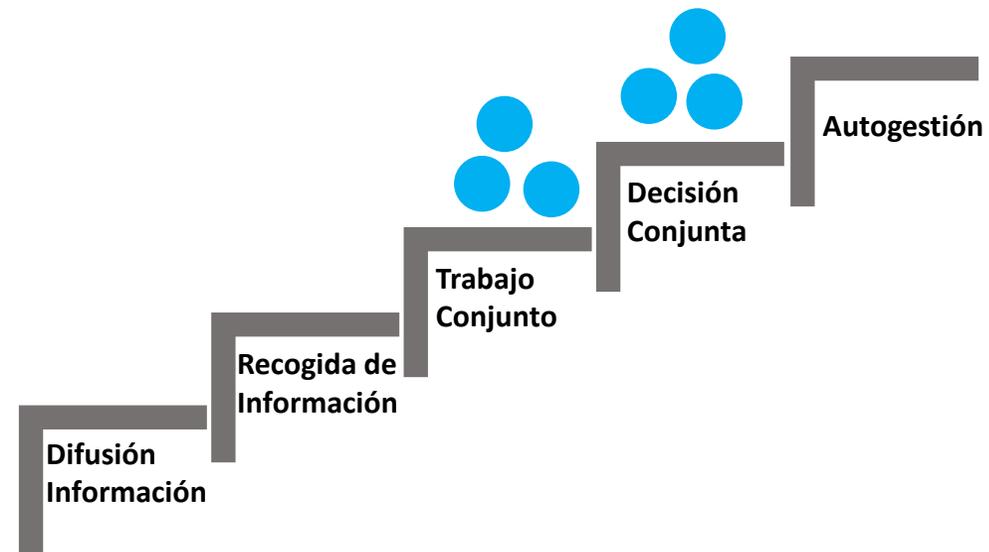
### DESCRIPCIÓN

Esta herramienta se utiliza para ver en **qué grado de empoderamiento** estamos en los diferentes procesos del proyecto.

La participación tiene 5 grados diferentes, que van en una escala ascendente en cuanto a grado o poder de decisión.

Las personas participantes al acabar la fase o actividad realizada deben poner un gomets en el escalón que ellos consideren han estado participando.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Evaluar LA PARTICIPACIÓN en todas las tareas.





## GENERADOR IDEAS RÁPIDAS

Fuente: <https://es.diytoolkit.org/tools/fast-idea-generator-2/>

### DESCRIPCIÓN

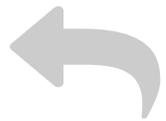
Esta herramienta ayuda a replantearse el reto y generar ideas desde distintos enfoques que no nos planteamos habitualmente.

Extiende el pensamiento **en torno a un concepto en diferentes direcciones**, proporcionando una estimulante discusión que fortalecerá dicho concepto. Para utilizar la herramienta de forma efectiva, el punto de arranque debe estar claramente definido.

Ej. Inversión: Voltea completamente la solución normal.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** CoCrear.

**CONSEJO:** *La fuente original de la herramienta en inglés se puede encontrar en: [https://media.nesta.org.uk/documents/Resources\\_2017\\_version\\_11.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/Resources_2017_version_11.pdf)*



Quiero generar nuevas ideas pensando diferente

**DIY 20**  
GENERADOR DE IDEAS RÁPIDAS

EL ACERCAMIENTO		LA FORMA TRADICIONAL	PROPUESTAS QUE DOBLEN, ROMPAN O EXTIENDAN LA REGLA
<b>^</b> Inversión	Voltea completamente la solución normal	Los doctores tratan pacientes	¿Qué tal si los pacientes se convierten en doctores?
<b>∫</b> Integración	Integra la propuesta con otras propuestas	Personas que acceden a una gran variedad de servicios en diferentes lugares	¿Qué tal si diferentes servicios pudieran accederse en un mismo lugar?
<b>x</b> Extensión	Extiende la oferta	Las escuelas proveen oportunidades de aprendizaje durante el día para niños y jóvenes	¿Qué pasaría si las escuelas ofrecieran deportes y recreación, o aprendizaje comunitario después del horario normal?
<b>@</b> Diferenciación	Segmenta la propuesta	Existen los acercamientos "unitalia"	¿Qué tal si un servicio fuera personalizado y segmentado de forma distinta?
<b>+</b> Adición	Agrega algún elemento nuevo	Los supermercados entregan víveres	¿Qué tal si los supermercados también entregaran comidas a los adultos mayores en sus casas?
<b>-</b> Sustracción	Quita algo	Las prisiones son fundamentales para el sistema criminal de justicia	¿Qué haríamos si fuéramos que cerrar 3 cárceles?
<b>t</b> Traducción	Traduce una actividad asociada con otra disciplina	Los hospitales y los aeropuertos requieren distintos tipos de operación	¿Qué pasaría si las prácticas de gestión aeroportuaria fueran aplicadas a los hospitales?
<b>g</b> Inserción	Inserta un elemento o práctica desde otra disciplina	La enseñanza y el entrenamiento son actividades distintas	¿Qué pasaría si el entrenamiento fuera parte de la educación media?
<b>∞</b> Exageración	Presiona algo hasta su expresión más extrema	Las escuelas fomentan la educación de niños y jóvenes, pero sólo en tiempos y lugares designados	¿Qué tal si los estudiantes pudieran aprender, a cualquier hora y en cualquier lugar que ellos seleccionen?

HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA IMPULSAR Y APOYAR LA INNOVACIÓN SOCIAL | Desarrollo e Impacto, IIA

## Co-Diseñando la Solución

3

### GRUPO FOCAL

Fuente: <https://designthinking.gal/el-focus-group-o-grupo-de-discusion/>

#### ¿QUÉ ES?

Con un grupo focal (focus group), los investigadores se esfuerzan por comprender las percepciones, opiniones, ideas o actitudes hacia un tema determinado. La mayoría de los focus groups se llevan a cabo en **un entorno bastante informal**, como una sala de reuniones o una sala especial donde los investigadores observan la situación de manera no participativa a través de un espejo unidireccional o mediante la cobertura de video en vivo en otra sala. El objetivo es que los participantes se sientan libres de **discutir los temas dados desde su propia perspectiva**. Cuenta con un facilitador/moderador.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Explorar. Experimentar. Evaluar

**CONSEJO:** *El término focus group no se aplica para aquellas sesiones creativas donde el grupo de trabajo resuelve o termina con una propuesta sobre algo.*



1. **Define el objetivo**
2. **Las preguntas.** Realiza una lista y cerciérate que estén enfocadas en tu objetivo. Comienza con las más importantes.
3. **Programa la sesión.** Programa la fecha, la hora de inicio y la hora en la que la sesión terminará.
4. **Ejecuta y documenta.** En un espacio amplio, con bebida y acceso a servicios. Graba la sesión y emite un informe con las conclusiones.

## GUIÓN GRÁFICO/STORYBOARDS

Fuente: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/guia/storyboard/>

### DESCRIPCIÓN

Esta técnica consiste en **definir y plasmar** las distintas actividades que se deben desarrollar **de forma gráfica** mediante viñetas que ayudarán a entender y a evaluar la experiencia.

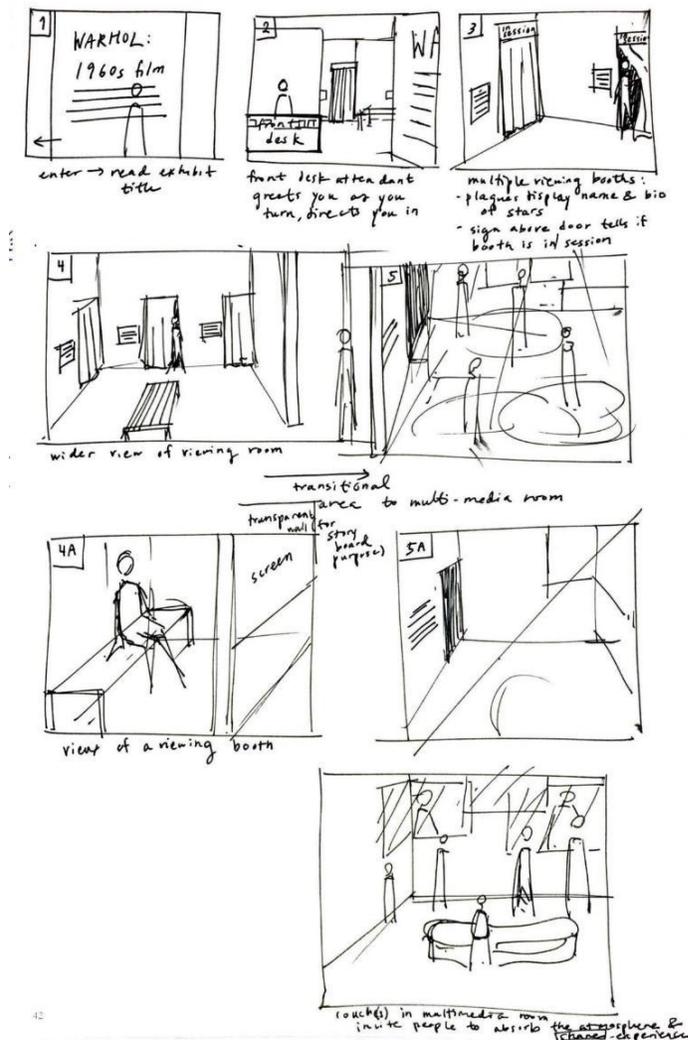
El método del storyboard nos ayudará a:

- Centrarnos en los altibajos de una experiencia específica.
- Evaluar ideas conceptualmente.
- Experimentar con diferentes secuencias de acción.
- Representar el flujo de la experiencia antes de construir el prototipo.
- Poner a las personas en acción, teniendo en cuenta diferentes requisitos y contextos.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Experimentar.

**TIP:** Existen herramientas digitales como Canva que te ayudan a realizar storyboards de forma realmente sencilla:

<https://www.canva.com/es-es/crear/storyboards/>



Co-Diseñando  
la Solución

3



## HIBRIDACIÓN POR AGREGACIÓN

Fuente: <https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/construir/hibridacion-por-agregacion>

### DESCRIPCIÓN

En este ejercicio de **hibridación por agregación** partía del reto de fusionar la empresa de yogures Danone y la sección de libros digitales del Grupo Planeta para ver qué nuevas oportunidades de negocio surgían. Construimos listas de cada elemento y forzamos relaciones para ver el resultado. De una de esas conexiones surgió la idea de “la tapa bilingüe” que se sustentaba en el concepto de ¿Cómo aprender un segundo idioma y alimentarte?:1) Destapa tu yogur.2) Escanea el código QR.3) Sigue la lección que te hemos preparado para hoy. Fácil. Sencillo. Cómodo.

**FASES:** Cocrear.

**CONSEJO:** *En la misma página de la fuente podréis encontrar otras formas de hibridación como puede ser por síntesis o por traslación.*



## Co-Diseñando la Solución

3

### INTELIGENCIA COLABORATIVA

Grupos inteligentes - agrupación de ideas

#### DESCRIPCIÓN

Herramienta para después de un trabajo de ideación y de generación de **conceptos** sobre una temática para **agruparlos mediante inteligencia grupal**.

Se disponen todas las ideas en cuartillas de colores en un círculo en el suelo y las personas participantes se colocan en el exterior del círculo.

Van moviéndose en SILENCIO y agrupando según su criterio. Al final se tienen que quedar delante de la agrupación que mas les motive para el trabajo.

Por grupos ponen en panel las tarjetas agrupadas y explican al resto la agrupación y posibles acciones posteriores.

Para luego priorizar posibles acciones y responsables de las mismas.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Identificar, Cocrear, Escalar.



## Co-Diseñando la Solución

3

### JUEGO DE ROLES (Role Playing)

Fuente: <https://www.designthinking.services/herramientas-design-thinking/role-play/>

#### DESCRIPCIÓN

El Juego de Roles es una entre varias técnicas que persiguen **ponernos en la piel del usuario** para comprender mejor su experiencia con productos o servicios, tanto existentes como aquellos que estemos diseñando. Personas del equipo de proyecto deben asumir el papel de los usuarios, sus rutinas y comportamientos en base a determinados escenarios que se quieren experimentar. Esta técnica se puede combinar con los prototipos de nuevos productos y servicios para anticipar necesidades de los usuarios que a priori no se habían detectado.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Explorar. CoCrear. Experimentar

**CONSEJO:** Esta técnica es parecida a la de Bodystorming. La diferencia es que el objetivo de esta última no es ponerte en la piel del usuario como es el caso del Juego de Roles.



Fuente: <https://twitter.com/opensdacademy/status/929383075703939072>

- 1. Define el objetivo.** Identifica qué aspectos quieres analizar durante el ejercicio (estado emocional, aspectos del entorno, improvisación...)
- 2. Planifica.** Define el espacio, los participantes y la información que deben saber a la hora de actuar (el contexto, el rol a representar, atributos del personaje...) Los observadores deben contar con el material para documentar en base a los objetivos.

Co-Diseñando la Solución  
3

### LA MATRIZ (The Grid)

Fuente: <https://www.matt-watkinson.com/the-grid-model>

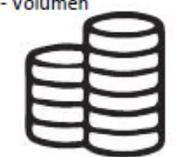
#### DESCRIPCIÓN

The Grids una herramienta que ayuda a **alinear los distintos bloques de un negocio** en base al usuario, el mercado y la propia organización/empresa para poder tomar decisiones y ver cómo estas impactan en el resto de bloques.

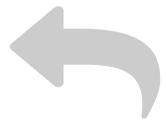
La cuadrícula define los 9 aspectos que han de tenerse en cuenta al tomar cualquier tipo de decisión.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Evaluar.

**CONSEJO:** En el siguiente vídeo el autor, MattWatkinson, presenta su herramienta en el Samsung Forum: <https://www.youtube.com/watch?v=Fxe1VJMVQ9A>

	<b>Deseabilidad</b>	<b>Rentabilidad</b>	<b>Longevidad</b>
<b>Usuario</b>	<b>Necesidades</b> - Valores - Objetivos - Barreras 	<b>Beneficios</b> - Modelo de ingresos - Precio - Volumen 	<b>base de usuarios</b> - Consideración - Conversión - Retención 
<b>Mercado</b>	<b>Competencia</b> - Categoría - Territorio - Alternativas 	<b>Poder Negociación</b> - con Clientes - con Proveedores - Legislación 	<b>Imitabilidad</b> - Protección legal - Ventaja competitiva - Retraso de la competencia 
<b>Organización</b>	<b>Oferta</b> - Propuesta - Apariencia de marca - Experiencia de cliente 	<b>Costes</b> - Costes fijos - Costes variables - Inversiones 	<b>Adaptabilidad</b> - Liquidez - Escalabilidad / Capacidad - Complejidad / Rigidez 

Fuente Julen Etxebeste UIS<sup>3</sup>





## MAPA DE CREACIÓN DE ALIANZAS

Fuente: <https://es.diytoolkit.org/tools/building-partnerships-map-2/>

### DESCRIPCIÓN

En problemas complejos, como suelen ser los de ámbito social, es importante **identificar las organizaciones/partners** relevantes en cada una de las fases del proyecto.

La herramienta identifica etapas del proyecto donde indicar qué alianzas, cómo van a funcionar, guías y reglas.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cualquier fase.

**CONSEJO:** Breve vídeo explicativo de la herramienta en <https://vimeo.com/89106473>

Quiero desarrollar un plan claro para trabajar con otros grupos que tienen la misma visión que yo

### MAPA DE CREACIÓN DE ALIANZAS



Co-Diseñando la Solución  
3

## MAPA Y MATRIZ DE AGENTES/STAKEHOLDERS

Fuente: <http://advenio.es/stakeholders-map-quien-es-quien-en-tu-modelo-de-negocio/>

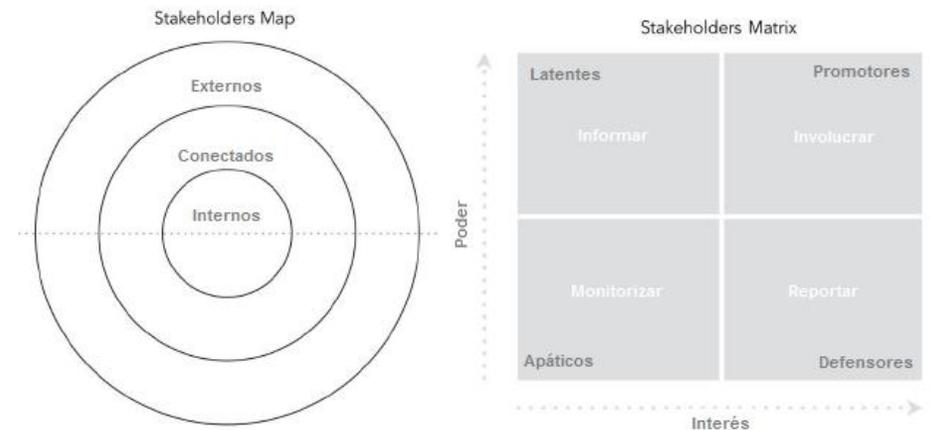
### DESCRIPCIÓN

Con la herramienta **Stakeholders Map**, el objetivo es mapear “quién es quién” en nuestro sector, identificando los posibles grupos de interés y de poder, para poder analizar cómo pueden influir en nuestro proyecto.

Según la **Stakeholders Matrix** podremos realizar una división en función del poder que puedan ejercer y tener sobre nuestro proyecto y del interés que se muestra por el mismo. En ese sentido obtendremos una matriz 2x2.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Identificar. Explorar.

**CONSEJO:** *Los círculos generalmente sitúan a los agentes más relevantes en el centro y los menos en los círculos exteriores. El número de círculos y su definición se puede variar.*



Fuente Julen Etxebeste UIS<sup>3</sup>

Co-Diseñando la Solución

3

## MATRIZ DE DECISIÓN

Fuente: <https://goleansixsigma.com/solution-selection-matrix/>

### DESCRIPCIÓN

La matriz de decisión MCDA Multiple Criteria Decision Analysis (Excel descargable en la fuente) es **un método analítico para seleccionar ideas**.

Se listan las ideas en el lado izquierdo de la tabla. Las columnas se identifican en su encabezado por el criterio que evaluarán.

A cada columna hay que asignar a un peso en función de su relevancia que multiplicará la puntuación asignada.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear. Evaluar.

**CONSEJO:** *El resultado de esta herramienta es cuantitativo en base a los criterios seleccionados. Son muy importantes las discusiones sobre el peso de los parámetros y los comentarios durante el desarrollo de la misma.*

Solution Selection Matrix							
Project Goal Enter Goal Statement below: (As stated on Project Charter)	Please rank each solution for each criteria by using the 1-5 Scale as indicated below						
	Very Low (less good)	Moderate		Very High (best)			
	1	2	3	4	5		
Potential Solution (Provide Brief Description)	Potential to Meet Goal	Positive Customer Impact	Cost to Implement (1 = \$\$\$ & 5 = \$)	Stakeholder Buy-in	Time to Implement (1 = Long & 5 = Quick)	Total Score	Implement? Yes/No
Weighted Criteria	10	9	8	7	5		
Don't include condiments with takeout	5	3	4	4	5	162	Yes

En la imagen los criterios de evaluación son 1= muy bajo, 5 = muy alto

## Co-Diseñando la Solución

3

### MATRIZ IMPACTO-FACTIBILIDAD

Elaboración propia

#### DESCRIPCIÓN

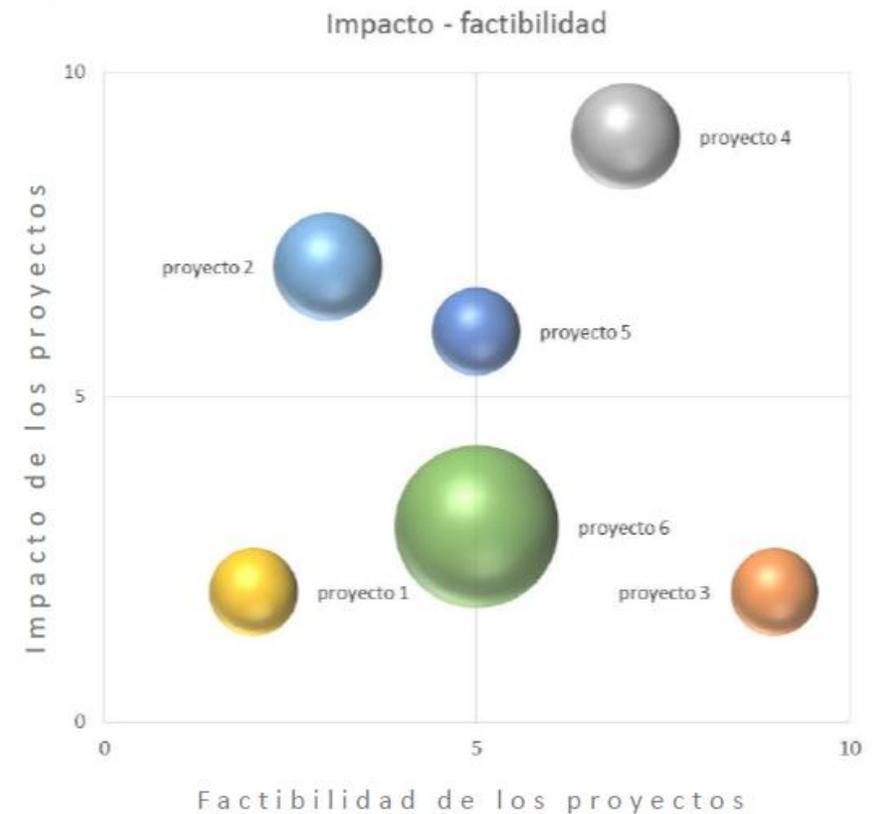
Es una matriz que sirve para **valorar, priorizar y seleccionar proyectos, prototipos o soluciones**, al situarlas en relación a dos ejes:

- Su impacto potencial.
- Su factibilidad.

Nos permite elegir los proyectos más factibles y de mayor impacto y descartar proyectos.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Todas.

**CONSEJO:** Aunque las valoraciones tengan una carga subjetiva, la matriz nos da una visión global de los proyectos o soluciones y es muy útil para la priorización.



Ej. Para enriquecer la información, se puede añadir diferente volumen a las burbujas, representando la dimensión económica del proyecto.

Co-Diseñando  
la Solución

3

## MÉTODOS DE VOTACIÓN RÁPIDA

Fuente: <https://www.thisisservice.design/doing.com/methods/quick-voting-methods>

### DESCRIPCIÓN

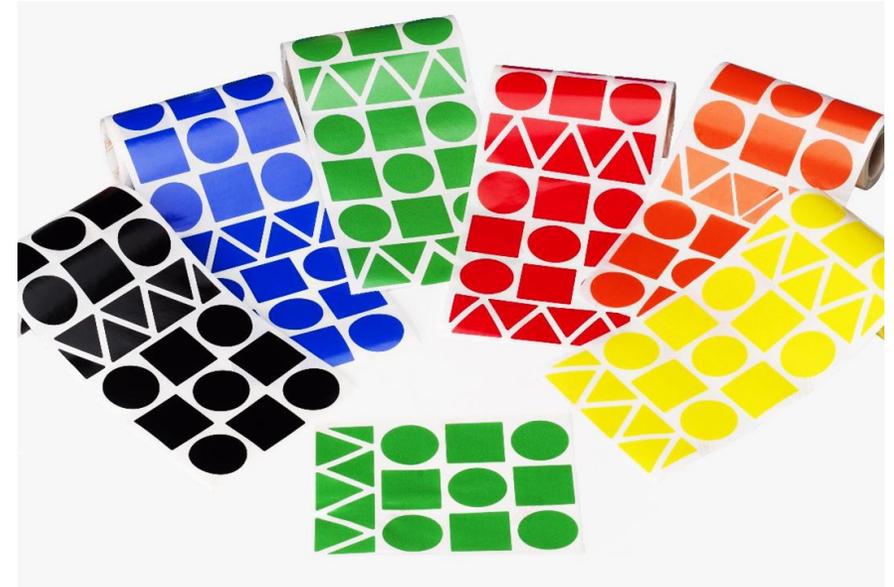
En sesiones de co-ideación con grupos grandes puede interesar acelerar las votaciones para definir direcciones. Los gomets son una herramienta ideal para ello.

Se les proporcionan a los participantes un número cerrado de gomets a los cuales, previamente se les a asignado una puntuación (ej.: tres gomets verdes x 1 punto y 1 gomet azul x 3 puntos).

A continuación se define el criterio bajo el cual votar en esa ronda (ej.: ¿cuál es la idea más viable?) y se acota un tiempo corto para posicionar los gomets sobre las ideas.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear.

**CONSEJO:** *Se pueden realizar varias rondas de votación en base a distintos criterios.*



Co-Diseñando  
la Solución

3

## ORGANIZADORES GRÁFICOS( BRAISTORM ORGANIZERS)

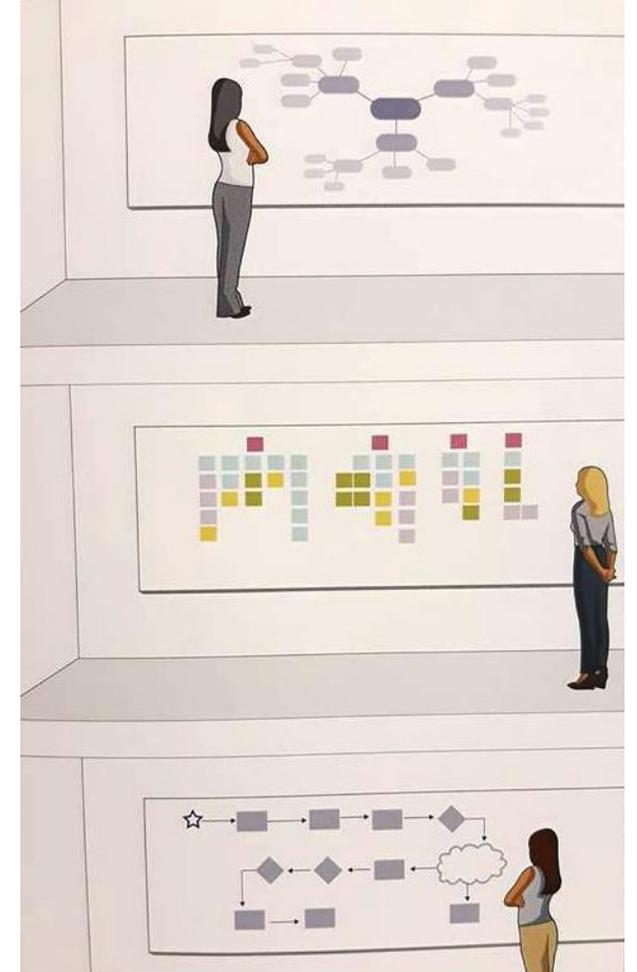
### DESCRIPCIÓN

Los Organizadores Gráficos ayudan a **estructurar la información** y desarrollar una visión clara sobre problemáticas o proyectos. Permiten representar lo anterior de forma muy gráfica y sencilla para identificar patrones y tomar decisiones. Entre las tipologías encontramos:

- **Redes:** Se utilizan para analizar un tema central e identificar los elementos, características, causas... más relevantes.
- **Árbol:** Cuando hay que comprender y clasificar varios aspectos en relación a su jerarquía o agrupaciones.
- **Flujo:** Funcionan para comprender una secuencia dentro de un proceso, identificar causas, efectos e interrelaciones.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cualquier tarea de análisis/reflexión.

**CONSEJO:** *Esta forma de razonar gráficamente se puede utilizar tanto para analizar como para desarrollar una idea.*



## Co-Diseñando la Solución

3

### ORIGAMI DE MODELO DE NEGOCIO

Fuente: <http://uxpamagazine.org/business-origami/?lang=es>

#### DESCRIPCIÓN

El Origami de Modelo de Negocio o Business Origami persigue crear una representación física para:

- Mediante flechas entre los distintos elementos de un sistema (existente o nuevo), **señalar las relaciones**.
- Experimentar nuevos escenarios cambiando las configuraciones.

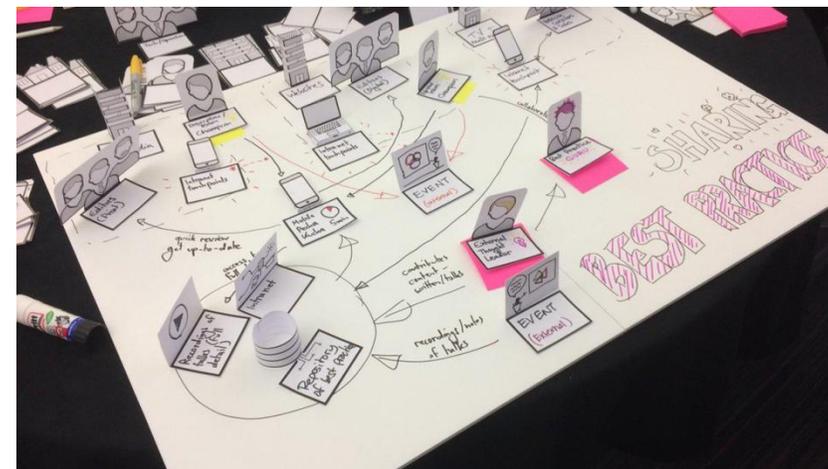
Este ejercicio se realiza en grupos multidisciplinares de 4-6 personas entre las cuales también se pueden incluir a los usuarios del sistema o servicio.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** CoCrear.  
Experimentar.

**CONSEJO:** *La conversación que se genera entre los participantes tiene ya mucho valor en sí misma.*



Fuente: <https://www.flickr.com/photos/jessmcmullin/3995914375>



Fuente Julen Etxebeste UIS<sup>3</sup>



## PLAN DE PRUEBAS DE PROTOTIPO

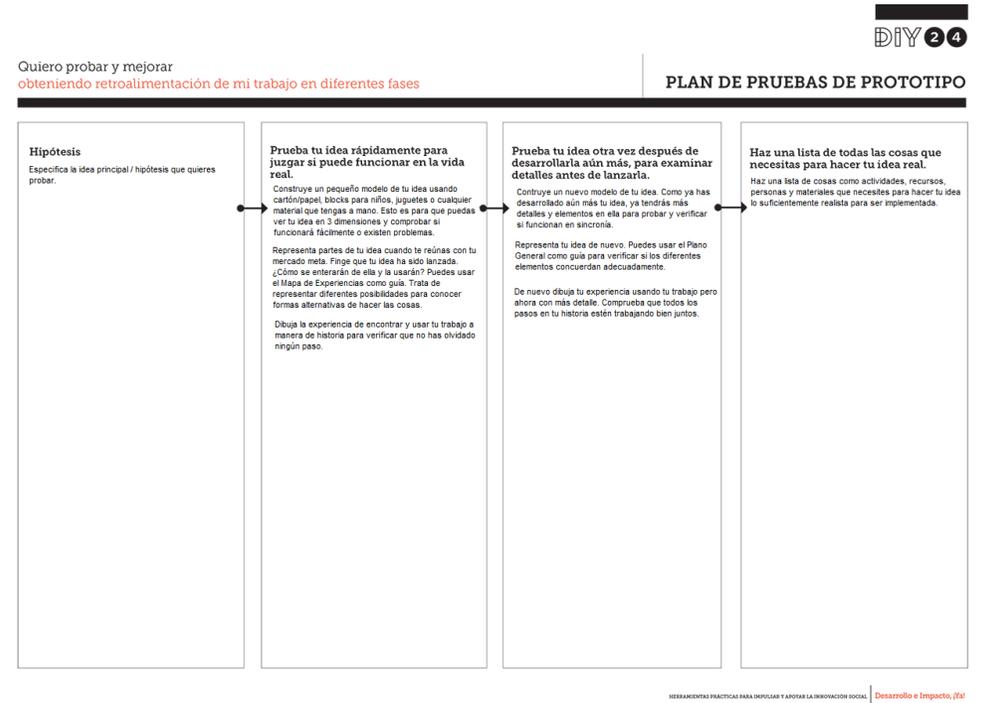
Fuente: <https://es.diytoolkit.org/tools/prototype-testing-plan/>

### DESCRIPCIÓN

El trabajo de hacer un prototipo es más que solo “probar”; se hace a través de una forma estructurada para verificar si se tiene una solución o un acercamiento eficiente y adecuado antes de llevarlo a cabo o hacer una gran inversión en él. La plantilla de la derecha guía en la planificación sobre cómo avanzar en el prototipado de las distintas hipótesis de la idea. La sofisticación en el prototipo es incremental por tanto, tal y como se plantea en la herramienta, las primeras pruebas son prototipos de baja resolución.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Experimentar.

**CONSEJO:** *Puedes revisar herramientas de la fase Identificar como Mapa del Flujo de Innovación o Mapa de Alianzas donde quizás ya identificaste algunos elementos clave para esta fase.*





## PLAN DE VIABILIDAD/PLAN DE EMPRESA (BUSINESS PLAN)

Fuente: <https://es.diytoolkit.org/tools/prototype-testing-plan/>

### DESCRIPCIÓN

Es un documento donde se planifica de forma ordenada las previsiones de cada uno de los aspectos principales del negocio, finalizando en una proyección de resultados económico-financieros a varios años. Suele contemplar:

- Análisis de mercado
- Plan de marketing y comercial
- Plan de producción/personas
- Inversiones y financiación
- Cuentas previsionales
- Conclusiones

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Evaluar y escalar.

**CONSEJO:** *Nos sirve para diagnosticar problemas y fortalezas y reenfozar la estrategia y acciones.*

Cuenta de Pérdidas y Ganancias (Resultados Previsionales)					
Concepto	Saldo				
	Año Inicial	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas					
Existencias Finales					
Ingresos financieros					
Subvenciones					
Otros					
<b>Total ingresos</b>					
<b>Costes</b>					
Compras					
Existencias Iniciales					
Retribución Propia					
Seguros autonomos					
Sueldos de personal					
Seguridad Social a cargo de Empresa					
Gastos financieros					
Tributos (contribuciones, tasas,...)					
Suministros (Agua, teléfono, electricidad, ...)					
Alquileres					
Seguros					
Mantenimiento y reparaciones					
Servicios exteriores (gestoría)					
Transportes					
Publicidad					
Gastos diversos					
Dotación de amortización de inmovilizado					
Pérdidas por deterioro y otras dotaciones					
<b>Total costes</b>					
<b>Beneficios /Perdidas (antes impuestos)</b>					
Recursos autogenerados					
Impuesto sobre el beneficio					
<b>Resultado despues de impuestos</b>	0	0	0	0	0



## PLANNING DE SERVICIO (SERVICE BLUE PRINTING)

Fuente de vídeo explicativo: <https://www.youtube.com/watch?v=xXkB3uojQ0s>

### DESCRIPCIÓN

Puede suceder que se co-cree un producto o servicio y el equipo se centre únicamente en la fase de uso del mismo, sin embargo hay muchas otras fases a tener en cuenta para conseguir escalar de la idea a la experiencia completa.

Esta herramienta ayuda a tener una **visión más amplia para ir analizando todas las etapas.**

Se trata por tanto de una herramienta de reflexión, anotando en cada casilla los comentarios que se consideren oportunos.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Escalar.

**CONSEJO:** *La herramienta Service Blue printing puede variar y es algo que debe adaptarse en función del interés de cada equipo.*

USUARIO:	DESCUBRIR	COMPARAR	ADQUIRIR	USO	POST-USO
<b>EXPERIENCIAS</b>					
LO QUE UN USUARIO HACE, SABE, PIENSA, SIENTE...					
PUNTOS DE CONTACTO CON EL USUARIO (WEB, PRODUCTOS, LUGARES...)					
OTRAS PERSONAS IMPLICADAS (PERSONAL DE SERVICIO, VOLUNTARIOS, USUARIOS...)					
<b>ASPECTOS INTERNOS</b>					
MARKETING, VENTAS Y COMUNICACIÓN					
OPERACIONES					
TECNOLOGÍA					
FINANZAS					
<b>INFRAESTRUCTURA</b>					
CONEXIONES, BIENES Y ESTRUCTURAS QUE SOPORTAN EL NEGOCIO					



## PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Fuente: <https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/construir/minimo-producto-viable>

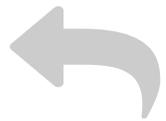
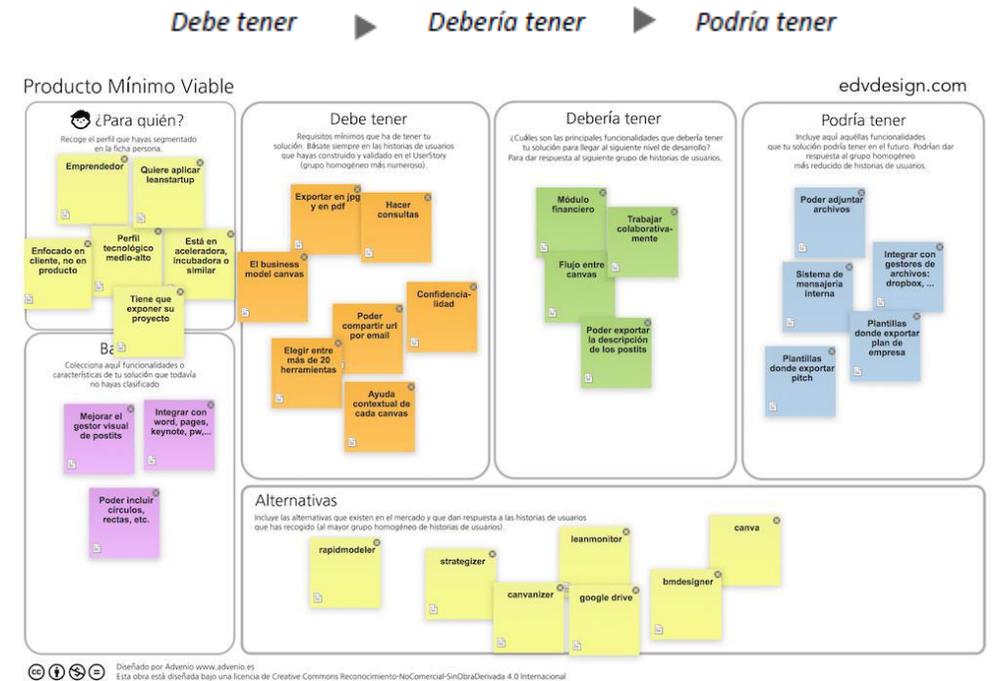
### DESCRIPCIÓN

El Producto Mínimo Viable (PMV) es una **primera versión del producto con las características fundamentales** que nos permite testar la propuesta en el mercado.

1. Debe tener funcionalidades mínimas sin los cuales no se satisface al usuario.
2. Debería tener principales funcionalidades que debería tener a corto plazo para llegar al siguiente nivel de desarrollo.
3. Podría tener Aquellas a desarrollar a futuro si se validan con el usuario.

**FASES:** Experimentar. Escalar. Evaluar.

**CONSEJO:** En cada uno de los apartados se pueden especificar aspectos como quién va a desarrollar los aspectos que se describen, cómo se van a desarrollar y cuánto cuesta desarrollarlos. Algunos elementos puede que necesiten moverse entre las columnas Debe -Debería –Podría.



## PROTOTIPADO

Fuente: <http://mpiua.invid.udl.cat/fases-mpiua/prototipado/categorias-de-tecnicas-de-prototipado/>

### DESCRIPCIÓN

El prototipado consiste en hacer **tangible** el producto o servicio que estamos planteando.

Los prototipos se clasifican en función de su semejanza con lo que sería el producto final, Baja Fidelidad (Low Fidelity, Low-Fi) o Alta Fidelidad (High Fidelity, Hi-fi).

En las fases tempranas de diseño nos sirven para validar el concepto lo antes posible con el usuario y en este caso no precisamos de prototipos costosos. Conforme avanzamos debemos ir sofisticándolos para testar aspectos funcionales (uso, transporte, almacenamiento...) o estéticos.

**FASES:** CoCrear.Experimentar.

**CONSEJO:** En la página de Designpedia hay explicaciones para distintos tipos de prototipado.

<https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/construir>



Fuente: <https://theblog.adobe.com/prototyping-difference-low-fidelity-high-fidelity-prototypes-use/>



Fuente: <https://www.cnet.com/news/cardboard-move-it-makes-for-instant-box-trolley/>

Fuente Julen Etxebeste UIS<sup>3</sup>

Co-Diseñando la Solución  
3

## RETO DE DISEÑO

Fuente: <http://www.designkit.org/methods/60><https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/quick-voting-methods>

### DESCRIPCIÓN

Reformular la observación del problema como un reto ni demasiado específico, ni demasiado amplio para poder comenzar una fase de ideación no es tarea fácil.

1. **“¿Cómo podríamos...?”** Prueba a formular preguntas que inicien con de esta forma para orientarlo hacia soluciones.
2. **Verbo + Tema + Usuario + Objetivo de cambio.** Trata de recoger todo lo anterior en la frase del reto. Ej.: “¿Cómo podríamos optimizar el transporte para las personas mayores con el objetivo de que sea más ergonómica?”
3. **Iterar** No persigas hacer el reto perfecto sino iterar y repetirlo varias veces, generar muchas variantes..

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Explorar. Co-Idear.

**CONSEJO:** Más información en <https://www.saraclip.com/metodo-how-might-we/>

## RETO DE DISEÑO

¿Cómo podríamos...?

### OBSERVACIÓN

*Un estudiante de 8 años en una nueva escuela quiere sentirse socialmente aceptado cuando come comida saludable en vez de chucherías porque en su vida le preocupa no ser capaz de integrarse socialmente.*

### RETOS

- ... HACER QUE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE SEA LO HABITUAL?
- ... AYUDAR A PEDRO A SENTIRSE MÁS CÓMODO CON SUS PROPIAS DECISIONES?
- ... CONVERTIR LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN ALGO GENIAL Y DIVERTIDO?
- ... HACER COMPRENDER A SUS COMPAÑEROS EL VALOR DE LA ALIMENTACIÓN SANA?
- ...ELIMINAR POR COMPLETO O REDUCIR LA ALIMENTACIÓN NO SALUDABLE?

En la imagen se ve un ejemplo de cómo una situación puede desembocar en retos totalmente distintos que lleven a soluciones diferentes.



## SOMBROS DE PENSAR O THINKING HATS

Fuente: <https://es.diytoolkit.org/tools/thinking-hats-2/>

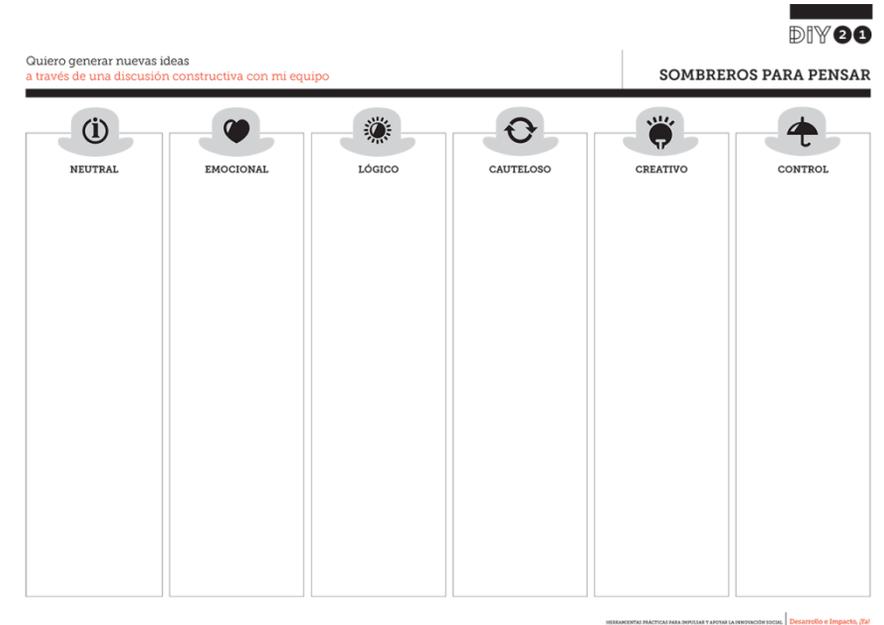
### DESCRIPCIÓN

Los sombreros para pensar permiten incluir en una discusión una gran variedad de puntos de vista y perspectivas, mientras se mantiene el enfoque en un problema actual.

El equipo aprende a separar el pensamiento en seis funciones o roles claros, observando todos los lados de un problema. Al estructurar la plática alrededor de estos distintos puntos de vista se evitan debates interminables y que fluyen libremente, creando una discusión significativa y enfocada.

Esta técnica se popularizó con el libro Seis Sombreros para Pensar (De Bono, 1985).

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Cocrear.Evaluar.



## Co-Diseñando la Solución

3

### TÉCNICAS ETNOGRÁFICAS

Fuente: <https://www.thisisservice.designdoing.com/methods/autoethnography>

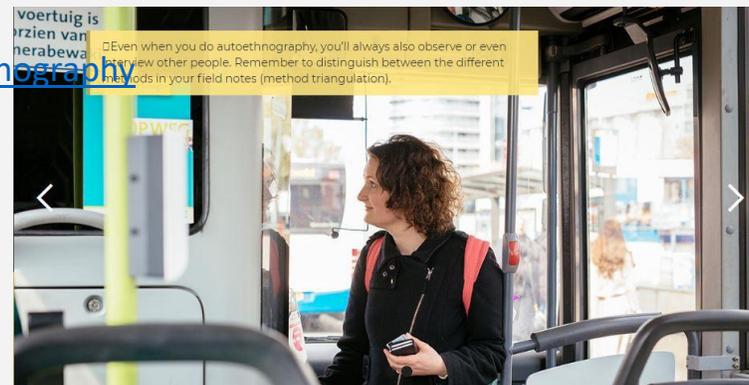
#### DESCRIPCIÓN

Se llaman auto etnográficos a una serie de técnicas de investigación (cliente misterioso, shadowing, service safari...) en las que los investigadores observan e interpretan—y en ocasiones participan—en el contexto del problema o experiencia a analizar.

Estas técnicas son necesarias para comprender la situación que queremos mejorar y permiten proceder con otras técnicas como las entrevistas con mucho más conocimiento.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Identificar. Explorar

**CONSEJO:** *Es importante no lanzarse a explorar el contexto sin preparación previa o sin tener en cuenta cuestiones éticas sobre quién vamos a observar.*



- 1. Definir la cuestión clave.** *Qué queremos descubrir y qué haremos con esa información.*
- 2. Planificar.** *Cuándo y dónde haremos la investigación, qué medios necesitaremos u otros aspectos como si será investigación encubierta o descubierta.*
- 3. Ejecutar la investigación etnográfica.** *Se puede diferenciar entre un primer nivel, reflejando objetivamente lo que se ve, se escucha... y un segundo nivel sobre cómo interpretas esa experiencia.*



## TEORÍA DEL CAMBIO

Fuente: <https://diytoolkit.org/tools/theory-of-change//>

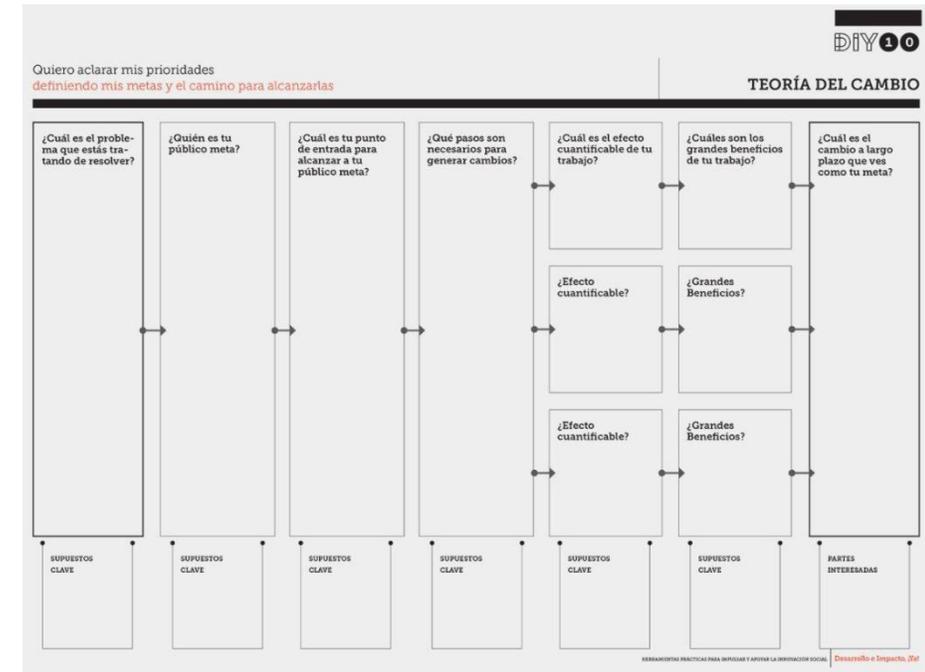
### DESCRIPCIÓN

La herramienta de Teoría del Cambio no solo te ayuda a articular claramente y conectar tu trabajo con tu meta principal, también te permite encontrar riesgos potenciales en tu plan, compartiendo las suposiciones subyacentes en cada paso.

Esta herramienta también puede ayudar a alinear compañeros de equipo hacia un fin más grande y ayudar los a entender su rol en lograrlo.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Identificar. Explorar

**CONSEJO:** *Puedes ampliar la información sobre esta herramienta en el enlace de la fuente o en este post <https://innovationforsocialchange.org/en/tool-develop-theory-change/>*





## VIAJE DEL CLIENTE/MAPA DE LA EXPERIENCIA

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=751P40bzxMI>

### DESCRIPCIÓN

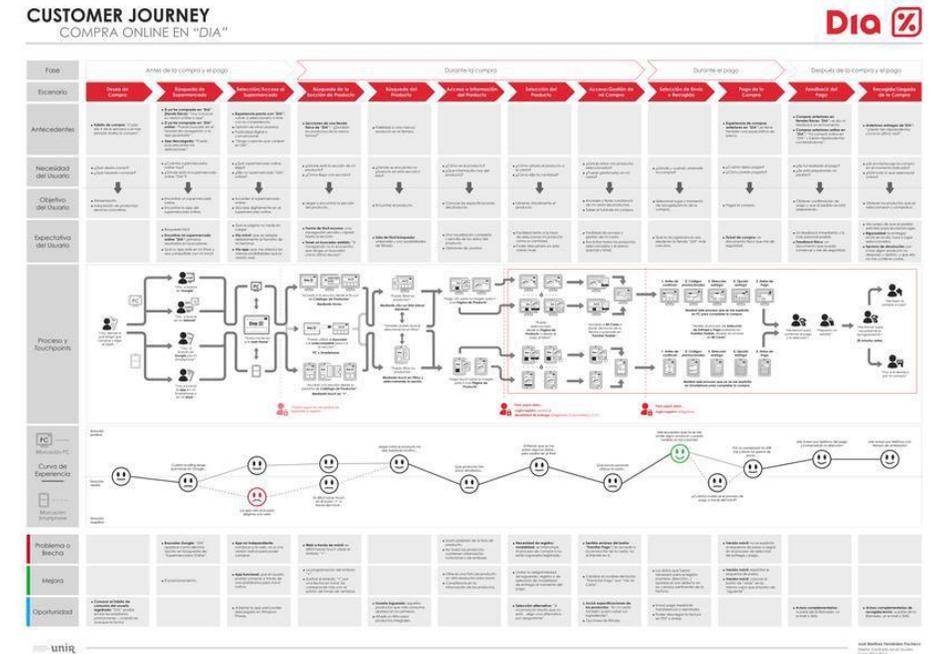
El Viaje del Cliente es una herramienta para analizar la experiencia con un producto/servicio poniendo en el centro al usuario.

Las plantillas se estructuran en columnas las cuales recogen las acciones del usuario antes/durante y después de la experiencia.

Las filas horizontales las podemos definir en base a aquello que queremos analizar.

**TAREAS EN LAS QUE APLICARLA:** Explorar. Co-Idear. Experimentar.

**CONSEJO:** Puede utilizarse para analizar experiencias de productos/servicios existentes y para diseñar nuevas mejorando aquellos aspectos que hemos identificado como problemáticos.





## Control para Co-diseñando la Solución

Revisemos si has realizado todos los pasos necesarios durante el paso sobre Soluciones de Co-diseño. ¿Has tenido en cuenta los siguientes aspectos?

- ✓ ¿Has **descubierto al menos una iniciativa ya financiada** que puede atraer una nueva dirección a través del co-diseño?
- ✓ ¿Has realizado un **evento público** con tu asociación de innovación para mostrar resultados y comprometerte a realizar un seguimiento?
- ✓ ¿Has identificado los departamentos administrativos apropiados que se puedan involucrar en la implementación del servicio?
- ✓ ¿Has dado las **directrices** necesarias para incorporar el nuevo servicio o producto?