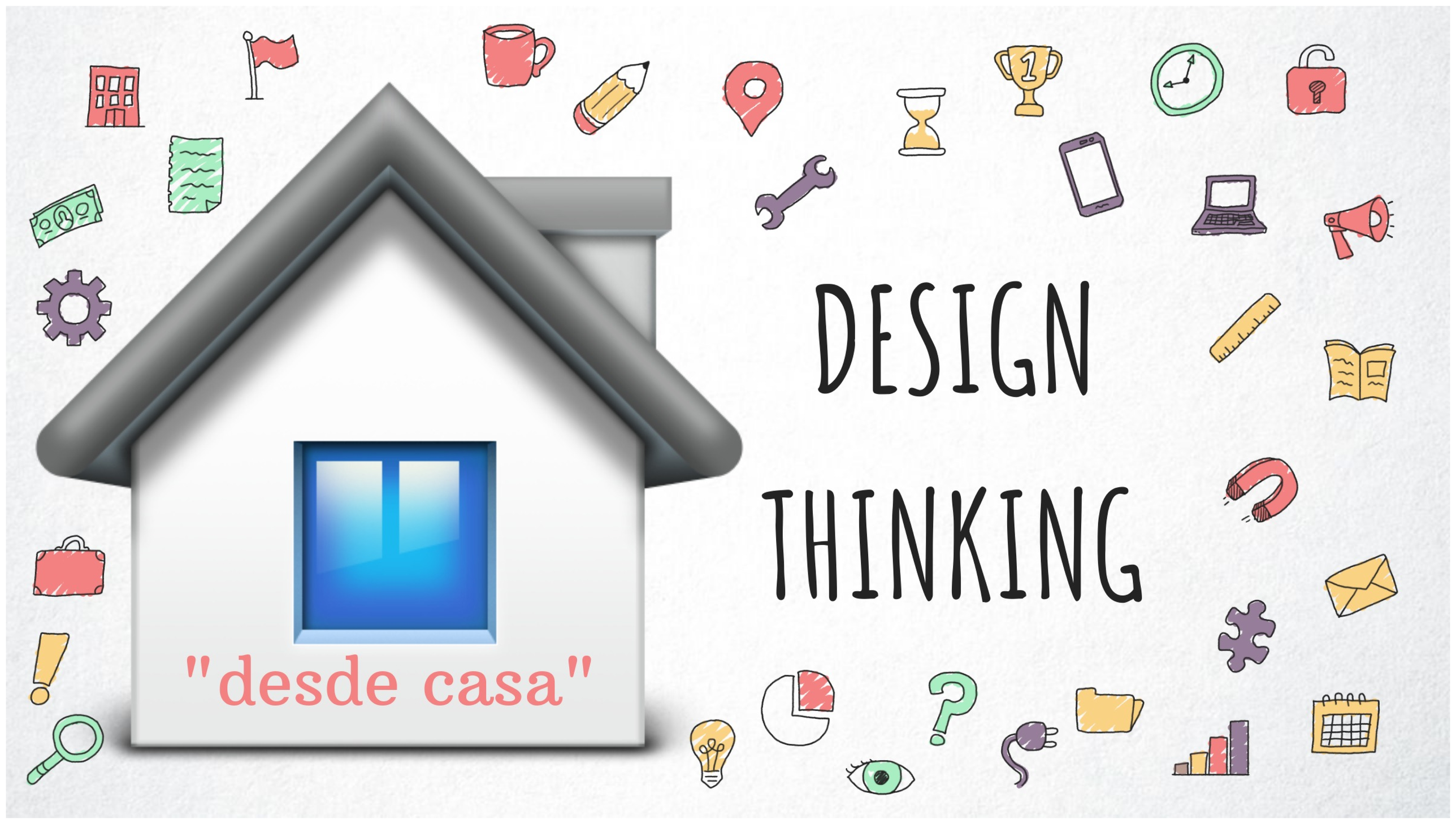

DESIGN
THINKING
"desde casa"

EMPATIZAR

APLICACIONES

KEEP

Un block de notas como Keep no requiere formato de texto y permite incorporar imágenes y audios en la misma nota.

JAMBOARD

Para crear un tablero colaborativo con notas *post-it* de colores.

PHILLIPS 66 para grandes grupos

1. El docente es el moderador encargado de promover la discusión de los estudiantes sobre un tema específico.
2. Debe organizar los equipos con 6 integrantes. Uno de ellos será el secretario y deberá tomar notas de lo que ocurre en el debate. Necesitará un cronómetro para tomar el tiempo, permitiendo que cada integrante se exprese en el término de 60 segundos, con vistas a obtener la espontaneidad en las participaciones. Es importante enfocar a los participantes en el cumplimiento de esa restricción.
3. Al término de todas las participaciones los secretarios presentan las notas al grupo total.
4. Entre todos intentan organizarlas en un solo tablero.

APUNTES POEMS para pequeños grupos

(personas, objetos, entornos, mensaje, servicios).
1. Seleccionar usuarios comunes y usuarios extremos (aquellos que difieren de la experiencia corriente).
2. Realizar una descripción de la observación (tiempo, lugar, circunstancia, etc.)
3. Describir a las personas observadas.
4. Analizar los objetos con los que la persona está interactuando.
5. Explicar cómo es el entorno.
6. Declarar cómo se produce la interacción, cuál es el mensaje, el tono, el canal y el entendimiento.
7. Describir el uso del producto, servicio o modelo.
8. Relatar la experiencia en una sola narrativa.
9. Identificar los puntos a analizar a partir de los resultados arrojados por la observación.

Customer Journey map

Organizar la información en:

1. Fases por las que atraviesa el usuario en su experiencia.
2. Objetivo que espera el usuario en cada fase.
3. Actividades que efectivamente realiza el usuario en cada fase.
4. Puntos de contacto: objetos o personas con los que interactúa el usuario en cada fase.
5. Sensaciones: ¿cómo se siente el usuario en cada fase?
6. Conclusiones: verificar las coincidencias de los elementos en cada fase. Registrar los puntos positivos y los que se deben mejorar.

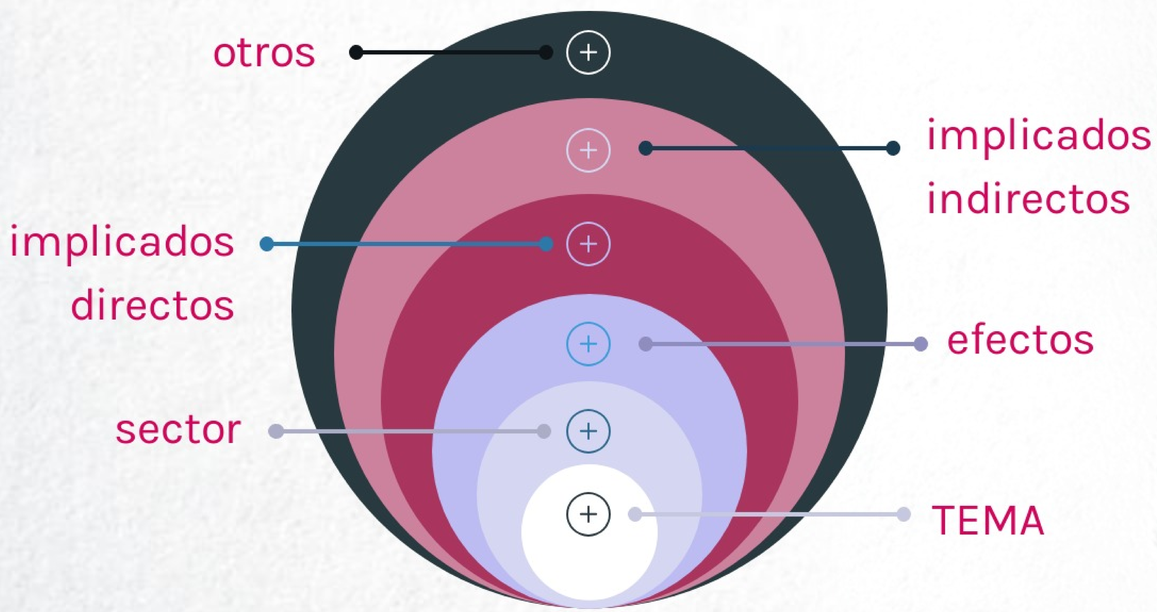
Fase	x	x	x
Objetivos			
Actividades			
Puntos de contacto			
Sensaciones			
Conclusiones			

Inmersión selectiva

Se trata de probar la experiencia como lo haría un usuario. Es importante registrar la situación y las emociones. Esta técnica requiere que se repita la inmersión hasta tener toda la información necesaria, porque hay que evitar "completar" datos fuera de contexto.

Stakeholders map

1. Graficar en el centro el tema: ¿qué sector ha sido afectado?
2. Vincular: ¿Quiénes son todos los implicados? Y en qué sentido.



AEIOU

1. Actividad: identificar una actividad crítica
2. Entorno: en qué entorno ocurre
3. Interacciones: qué interacciones se producen
4. Objetos: qué objetos intervienen
5. Usuarios: qué usuarios están implicados

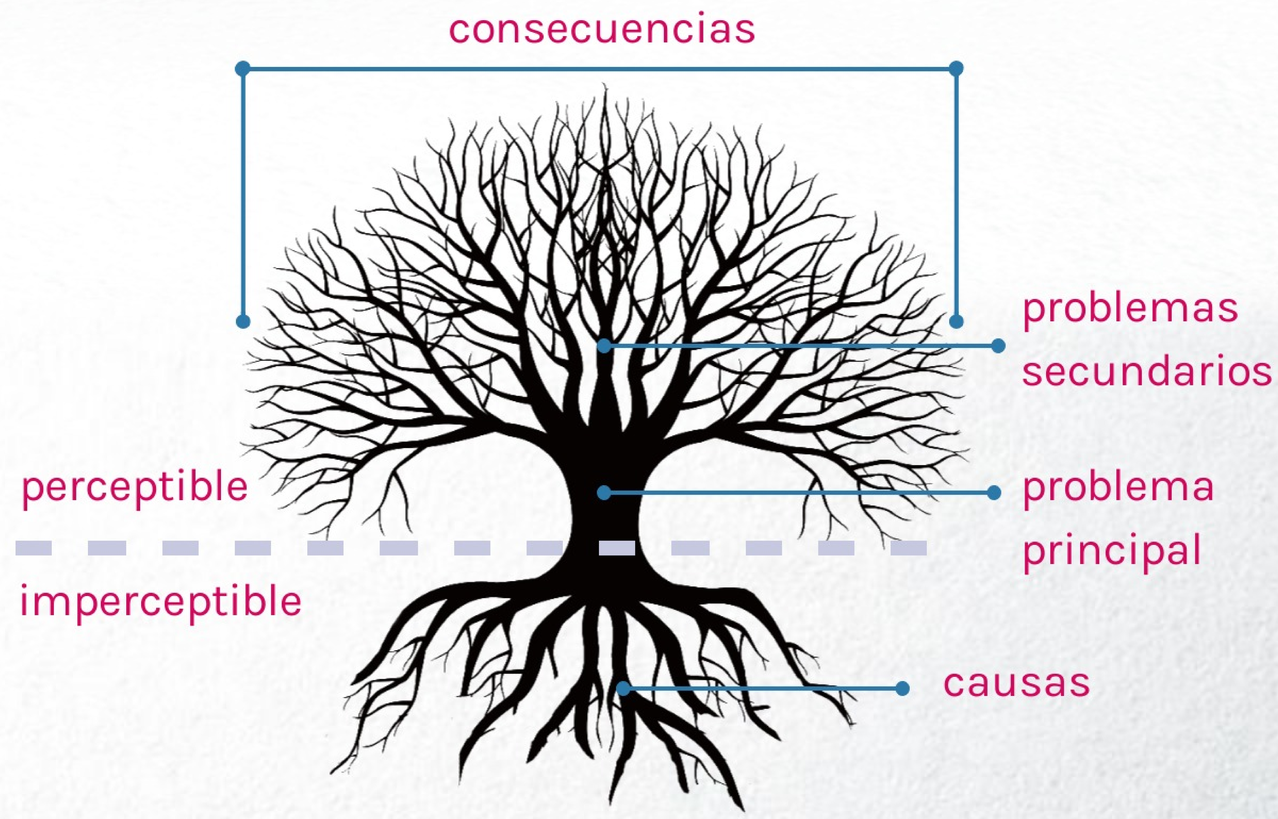
A	E	I	O	U
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...

¿Qué, cómo y por qué?

1. Qué le ocurre al usuario
2. En qué circunstancia pasa esto
3. ¿Por qué?

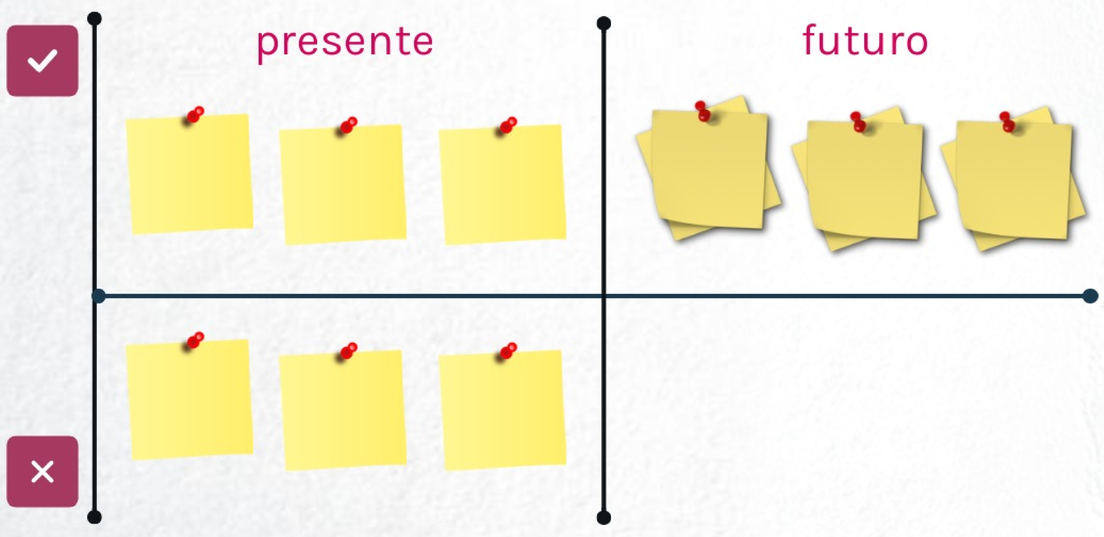
Árbol de problemas

1. Dibujar una matriz con forma de árbol y dividirlo en dos: lo perceptible y lo imperceptible
2. En el tronco establecer el problema principal
3. Ramificar consecuencias y usuarios afectados
4. Proseguir con problemas y efectos secundarios que se deriven de las consecuencias antedichas.
5. Argumentar y proporcionar datos acerca de las causas (ubicarlos a la altura de las raíces).



Mapa del presente y del futuro

1. Dibujar una matriz de experiencias en dos columnas: actual y futura
2. Ubicar post-it de colores en la matriz presente: arriba lo positivo, abajo lo negativo
3. Reubicar los post-it negativos en la matriz del futuro.
4. Describir cómo se realizó esa reubicación y cuáles fueron las dificultades.



Entrevista

1. Realizar un *brainstorming* de preguntas para estructurar la entrevista. El número de interrogantes no debe sobrecargar al entrevistado, así que se tienen que seleccionar sólo los que resultan fundamentales.
2. Poner en contexto al entrevistado y procurar introducir un *"¿por qué?"* después de cada pregunta.
3. Incentivar a los entrevistados a contar historias y evitar las respuestas breves o limitadas a opciones (sobre todo binarias).
4. Registrar los gestos y el lenguaje corporal que acompaña a las narraciones
5. Ofrecer todo el tiempo que el entrevistado requiera para responder
6. No sugerir respuestas
7. Preferir las entrevistas de audio o video y evitar las que requieran respuesta escrita.

ENCONTRAR PATRONES

APLICACIONES

MICROSOFT FORMS

Formularios y cuestionarios online.

GOOGLE FORMS

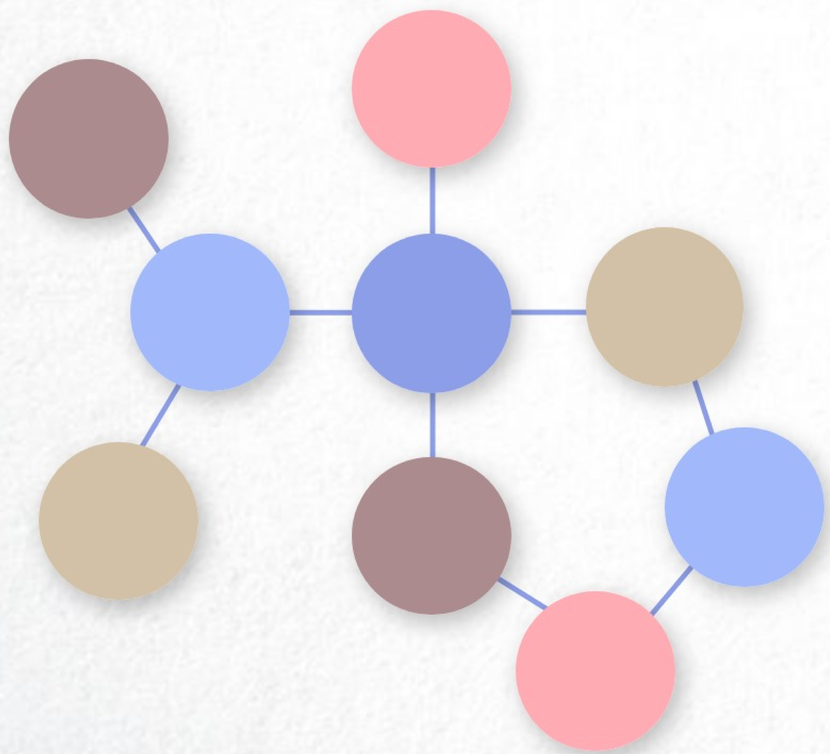
Formularios y cuestionarios online.

DIAGRAMAS.NET

Software de diagramación online

Mapa del presente y del futuro

Opción 1:
Usar un tablero digital para relacionar con líneas de colores los elementos identificados en la etapa anterior.

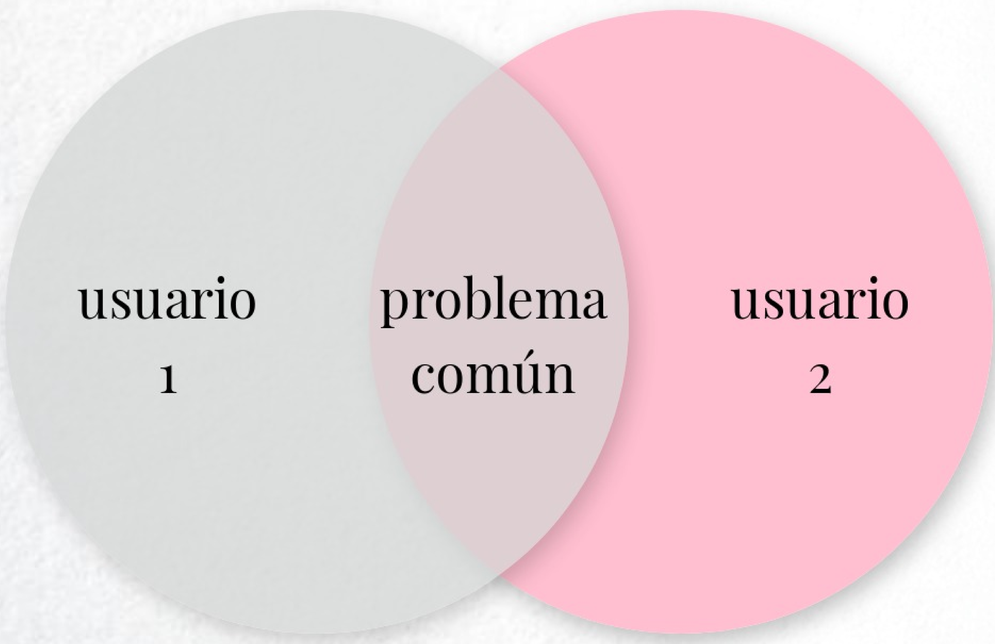


Opción 2:
Construir un cuadro de 4 partes acerca de lo que el usuario:

- Dice: qué le ocurre
- Hace: cómo se comporta cuando esto le ocurre (durante)
- Piensa: cómo cree que debería darse eso para que no aparezca el problema
- Siente: qué le provoca la presencia de ese problema

Brainstorming de problemas

Ordenar la información en:
1. Problemas por usuario
2. Problemas comunes
3. Selección de problemas



Generar una declaración que revele una oportunidad de innovación

1. Agrupar tres columnas:
* Usuario: determinado tipo de usuario
* Necesidad: necesita tener determinada experiencia
* Corazonada: por qué eso le provoca molestia

2. Responder a la pregunta ¿cómo podríamos evitar esa molestia? a partir de lo identificado en la etapa anterior.

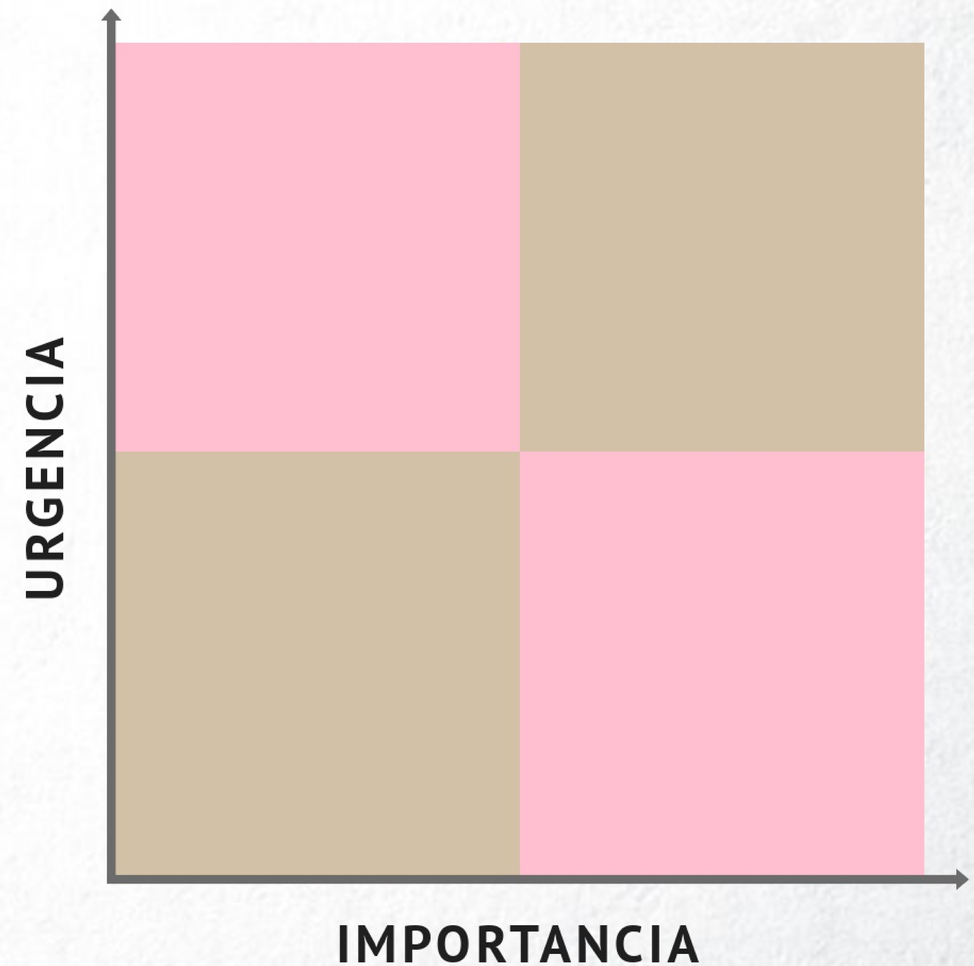
Detectar insight (resultados)

1. Hechos importantes para entender la experiencia.
2. “Puntos de dolor” o situaciones no deseadas.
3. “Puntos de felicidad” o situaciones deseadas.
4. Soluciones informales a problemas actuales.
5. Dilemas: ¿existen deseos o necesidades incompatibles por parte del usuario?
6. Ideas: soluciones que propone el propio usuario.

1	2	3	4	5	6
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...

Mapa de prioridades

Organizar la información en ejes cartesianos de baja y alta urgencia; y de baja y alta importancia.



IDEAR

APLICACIONES

GENERADOR DE PALABRA

Permite optener 6 palabras
random a la vez

FOROS DEL AULA VIRTUAL CAMPUS.MEC

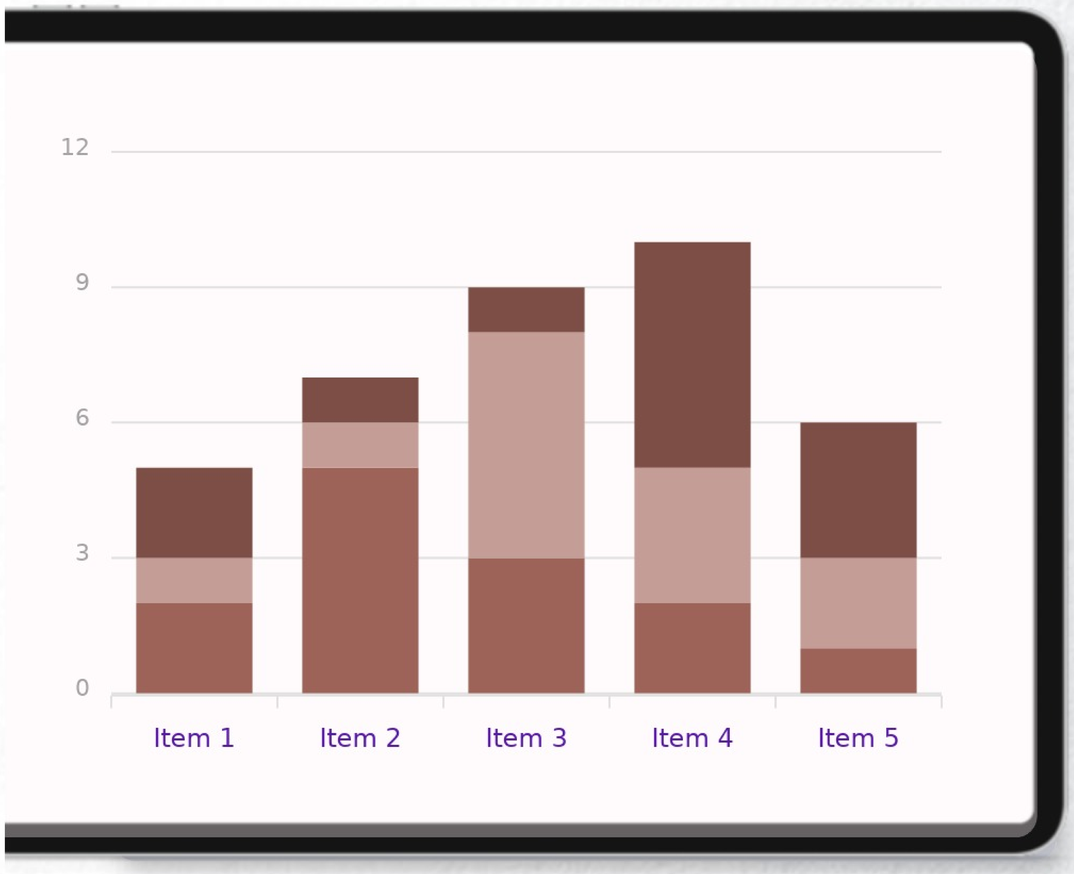
FOROS DE CLASSROOM

FOROS EN CANALES DE TEAMS

FOROS DEL SISTEMA EDUCATINA (SUPERIOR)

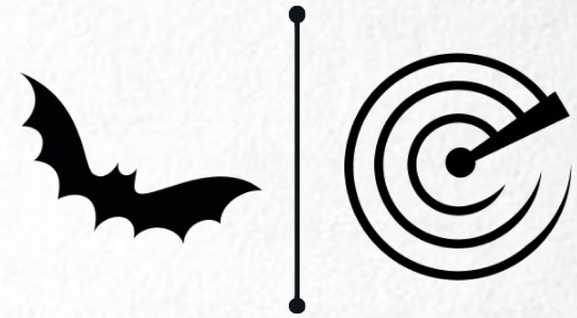
Ponderar factores

1. Elaborar un formulario digital con los objetivos sobre los que se requiere votación. El formulario debe incluir de forma clara la información necesaria sobre: qué se vota y cuál es el valor de las puntuaciones. Por ejemplo, ¿cómo evalúa X factor en el contexto de X experiencia? Otorgue un puntaje sabiendo que 5 es el mayor valor y 1 es el de menor valor. Explique por qué asignó ese valor. Tener en cuenta que las cuestiones deben atender a lo que se reconoce como positivo y también a lo negativo o restrictivo de la experiencia.
2. Seleccionar a los usuarios y asegurarse de que puedan realizar la votación.
3. Cuantificar las votaciones.
4. Determinar las prioridades del proyecto en relación con los resultados de la votación.



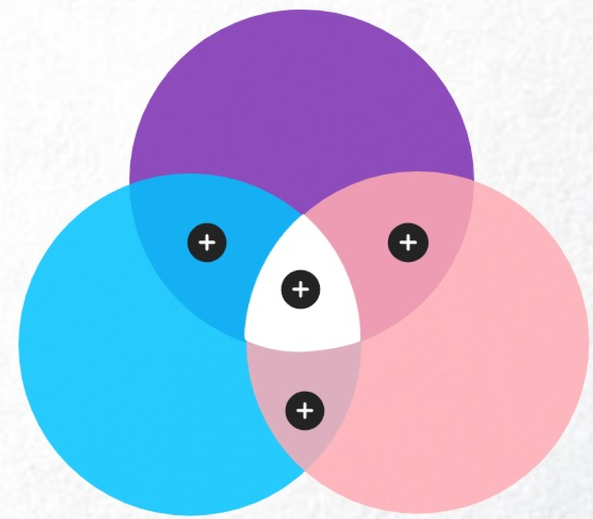
Brainstorming de ideas en relación con cada problema

Analogías:
Aprovechar las características o soluciones adoptadas en otros medios para trasladarlas al problema.



Relaciones forzadas:
Seleccionar una palabra random (aleatoria) y pensar qué elementos de esa palabra (objeto) pueden vincularse a la solución del problema. Se puede usar una lista de palabras eelaborada por el profesor de manera intencional o un generador de palabras virtual.

Combinación de ideas: trasladar ideas de otros sectores y realizar las adaptaciones adecuadas al problema.



"Mi idea"

- Abrir un foro virtual en el que los alumnos únicamente puedan acceder a la participación de los demás una vez que hayan intervenido con la suya propia. Es preferible un foro configurado para que la participación admita video.
- Asignar una modalidad en la que cada estudiante reciba la opinión de al menos dos compañeros acerca de su idea. Por ejemplo, cada uno deberá dejar un comentario al compañero que le antecede y al que le sigue en el listado de alumnos del curso.
- Inducir a que cada estudiante vuelva a exponer su idea, pero mejorándola en función de los comentarios que recibió de sus compañeros.

Colisión de ideas

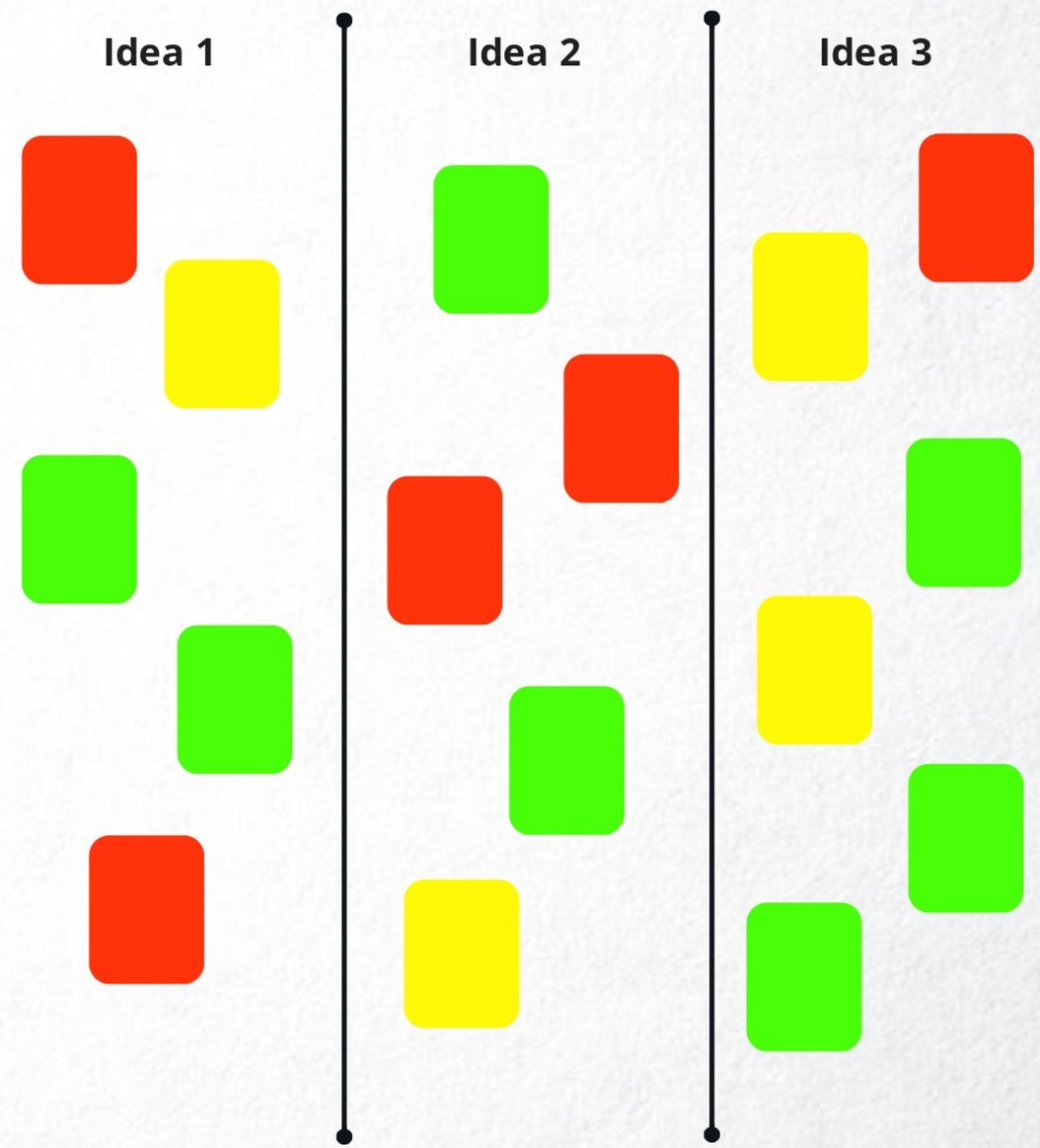
Desarrollar la *idea-solución* que sintetice los aportes más valiosos del proceso de creación de ideas.

Filtro SMART (Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Time)

- Especifico: Especificar la idea.
- Medible: Cuantificar la idea.
- Alcanzable: Definir cómo se va a alcanzar.
- Realista: Identificar los recursos necesarios para alcanzarla.
- Tiempo: Organizar las etapas y plazos requeridos.

Tarjetas rojas, amarillas y verdes

- Reunir al equipo en una sesión de sala virtual.
- Explicar la connotación que tiene cada tarjeta. Por ejemplo, verde=aprobar, amarillo=requiero aclaración y rojo= desaprobar una idea.
- Presentar una a una las ideas conseguidas hasta el momento y solicitar a los estudiantes que asignen una tarjeta a cada idea.
- Convocar a todos los que hayan introducido tarjetas amarillas y gestionar que reciban la información que requieren. Darles la oportunidad de que modifiquen su tarjeta.
- Analizar la posibilidad de avanzar en el desarrollo de las ideas que hayan acumulado mayor cantidad de tarjetas verdes.



PROTOTIPAR

APLICACIONES

DIAGRAMAS.NET

Software de diagramación online

GENIAL.LY

Herramienta para crear presentaciones, dossiers, learning experiences , gamificación, imágenes interactivas, infografías, guías, y más.

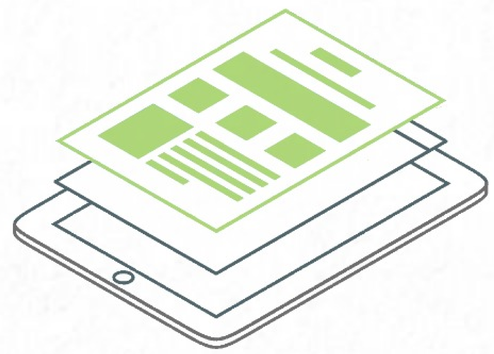
YOUTUBE

Permite alojar videos y producciones audiovisuales propias.

Imágenes o Infografías

Prototipar en papel

Realizar los dibujos del prototipo e interactuar con él como si se tratase del producto o servicio real.



Storyboards

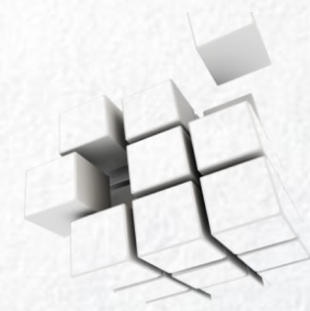
Storytelling

Artefactos

Actividades Simuladas

Como sketch o producciones de video.

Maquetas



TESTEAR

APLICACIONES

- ZOOM
- MEET
- WHATSAPP
- PRESENTACIONES DE GOOGLE
- TEAMS
- POWERPOINT
- SKYPE
- MICROSOFT FORMS
- MESSENGER
- GOOGLE FORMS
- TELEGRAM

Detectar insight (resultados)

1. Definir qué se va a evaluar del prototipo (producto, servicio, modelo).
2. Describir al grupo focal de usuarios.
3. Cómo será la interacción: tiempo, espacio, criterios.
4. Implementar y registrar la experiencia.
5. Redactar el insight (resultado obtenido) y analizarlo.

Cotejar los tres componentes de la evaluación del producto o servicio

1. Deseabilidad por parte del usuario
2. Viabilidad de producción
3. Funcionalidad en relación con el problema planteado

Matriz "me gusta, desearía, qué tal si..."

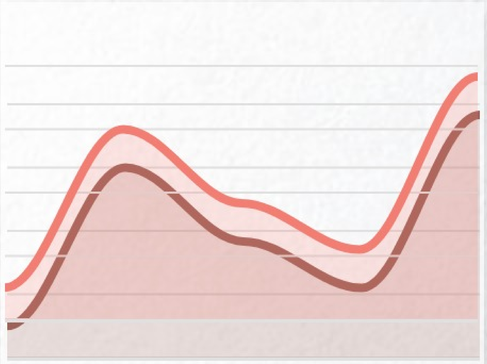
Esta técnica contribuye a decir lo que podría mejorar el diseño sin herir la susceptibilidad del diseñador. Por ejemplo, en lugar de decir que un producto no es adecuado, se puede decir: me gusta X elemento del producto, pero desearía que tuviera X cosa, así que, qué tal si se le agregara X mejora.

Malla receptora de información

Interacción constructiva

1. Estructurar un guion de preguntas para el usuario: cuáles son las preguntas, en cuánto tiempo, de qué forma se va a implementar la interacción, será individual o grupal, etc.
2. Definir criterios de selección de usuarios, la base es que sean honestos y eviten la condescendencia. Contactarlos y explicarles por qué han sido seleccionados y cómo se desarrollará el encuentro.
3. Realizar la intervención y grabarla en video.
4. Evaluar los resultados de la experiencia y reajustar el prototipo de *design thinking*.

Curva de valor



1. Identificar productos, servicios o modelos lo más análogos al propio.
2. Crear un tablero digital comparativo.
3. Establecer criterios de comparación.
4. Asignar un color a cada elemento (producto, servicio o modelo).
5. Ubicar los elementos en el tablero y trazar la curva para tener un panorama general.
6. Tomar decisiones acerca de cuáles son las variables que se pueden mejorar.

Preparar una campaña de comunicación para estimular al usuario

Incluir la confección de un manual de usuario.

Análisis PESTEL

Acerca del producto, servicio o modelo:

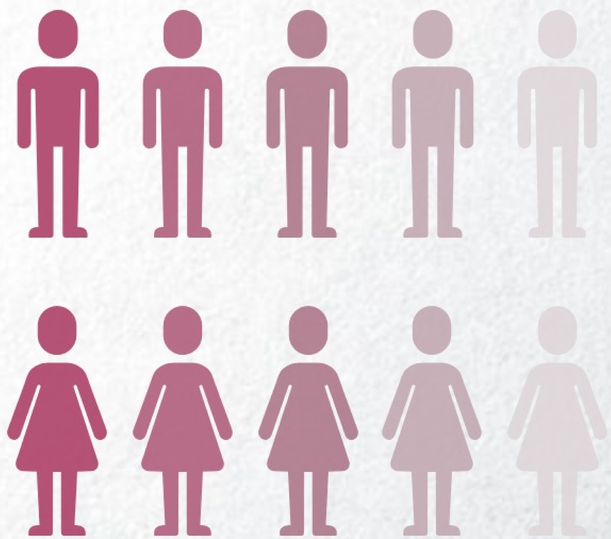
- Político: ¿es sostenible en relación con el entorno político del país?
- Económico: ¿es económicamente viable?
- Socio-Cultural: ¿es útil para el público objetivo?
- Tecnológico: ¿cuánto tiempo seguirá siendo tecnológicamente viable?
- Ecológico: ¿cuál es su impacto ecológico?
- Legal: ¿se asocia a restricciones o incentivos?

Entrevistar o encuestar

Al grupo focal relacionado al producto, servicio o modelo en cuestión.

Mapa de trayectoria

Elaborar un mapa de trayectoria a partir de la observación de la experiencia que el usuario tiene con el nuevo producto, servicio o modelo.



FUENTES COSULTADAS

- ANUOR AGUILAR. (28 de 9 de 2016). METODOLOGÍA . Obtenido de Qué es DESIGN THINKING? | CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: https://www.youtube.com/watch?v=66-WoUz779k
- Collage De Ideas. (13 de 6 de 2019). Cómo hacer un CUSTOMER JOURNEY map (con EJEMPLOS!) en español. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=YmFlcF6QPCA
- Collage De Ideas. (6 de 7 de 2019). Qué es el DESIGN THINKING. Obtenido de FASES y EJEMPLOS (en español): https://www.youtube.com/watch?v=CTKvYD4PGIA&feature=youtu.be
- Collage De Ideas. (9 de 5 de 2020). Taller de Design Thinking. Obtenido de Cómo aplicar la EMPATÍA: https://www.youtube.com/watch?v=d2GZSPj4TpI&list=PLhuUhYZw8Af-Fl7bt_zlx_hnANEKM-M_i&index=3
- Design Thinking 24/7. (2020). Design Thinking 24/7. Obtenido de https://www.youtube.com/channel/UCFzqL-oTtT9YRZTNCT7pFtA
- PlatziLab. (6 de 2 de 2018). Aprende con Platzi. Obtenido de Las 5 etapas del Design Thinking: https://www.youtube.com/watch?v=YZi7Gb5rK4U
- Taller Creatividad. (s.f.). Taller de Creatividad Design Thinking. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=kwIJo4Ia4qI

CORRIENTES

somos todos!

Ministerio de Educación