



Erasmus+

Thrive! Las habilidades empresariales como base sólida para un futuro en la industria creativa.

Modulo 1

Nuevos/ Jóvenes Emprendedores

Manual de estudiante



Erasmus+

The “Thrive! El proyecto de habilidades empresariales como una base sólida para un futuro en la industria creativa ”tiene como objetivo central apoyar a las empresarias (jóvenes) (mujeres) y sus empleados en el sector creativo para que pasen por un proceso de transformación e innovación que es necesario para sobrevivir. Los tiempos actuales y convertirse en una empresa con un caso de negocio sostenible.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja solo los puntos de vista de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo.

Los socios del proyecto dentro de este programa son:



© 2018 Thrive project, Erasmus + 2016-1-NL01-KA202-022890. Ninguna parte de este documento puede reproducirse de ninguna forma sin la autorización de Stivako (coordinador del proyecto).

Contact address:

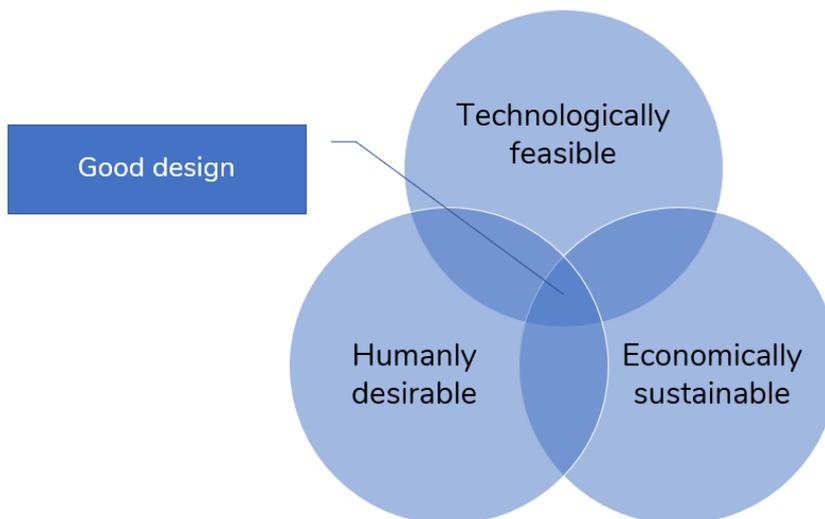
Stivako
Boeingavenue 207
1119 PD Schiphol-Rijk
The Netherlands
tel. +31 20 5435670
info@stivako.nl

Project website: www.thriveproject.eu

1. Introducción al diseño centrado en el hombre para abordar problemas perversos.

Durante este curso, usted, en un equipo, abordará un problema del mundo real presentado por un cliente. Para ello, utilizaremos una metodología llamada diseño centrado en el hombre. El fundamento de esta metodología es que un buen diseño se basa en tres elementos importantes:

- El diseño es técnicamente factible.
- El diseño es económicamente sostenible.
- Y, lo más importante, el diseño es deseado y adoptado por su usuario previsto.



Un buen diseño es tecnológicamente viable, económicamente sostenible y, lo que es más importante, deseable.

El diseño centrado en el hombre es una metodología para diseñar productos y servicios que golpean este punto dulce de buen diseño. Lo haremos centrándonos en soluciones que sean humanamente deseables. El siguiente video de IDEO ofrece una breve introducción al diseño centrado en el ser humano.

- ¿Qué es el Diseño Centrado en el Hombre, por IDEO?:

<https://www.youtube.com/watch?v=NBu1kkSCHfs>

Tal vez haya escuchado sobre el diseño centrado en el hombre antes, tal vez no. Pero también es posible que haya escuchado términos como diseño centrado en el usuario, diseño de pensamiento e investigación de diseño. Estas son todas las filosofías de diseño y / o investigación que se basan en los mismos principios. Por lo tanto, seguiremos la metodología de diseño centrado en el ser humano en este curso, pero si encuentra alguna de estas otras metodologías, descubrirá muchas similitudes.

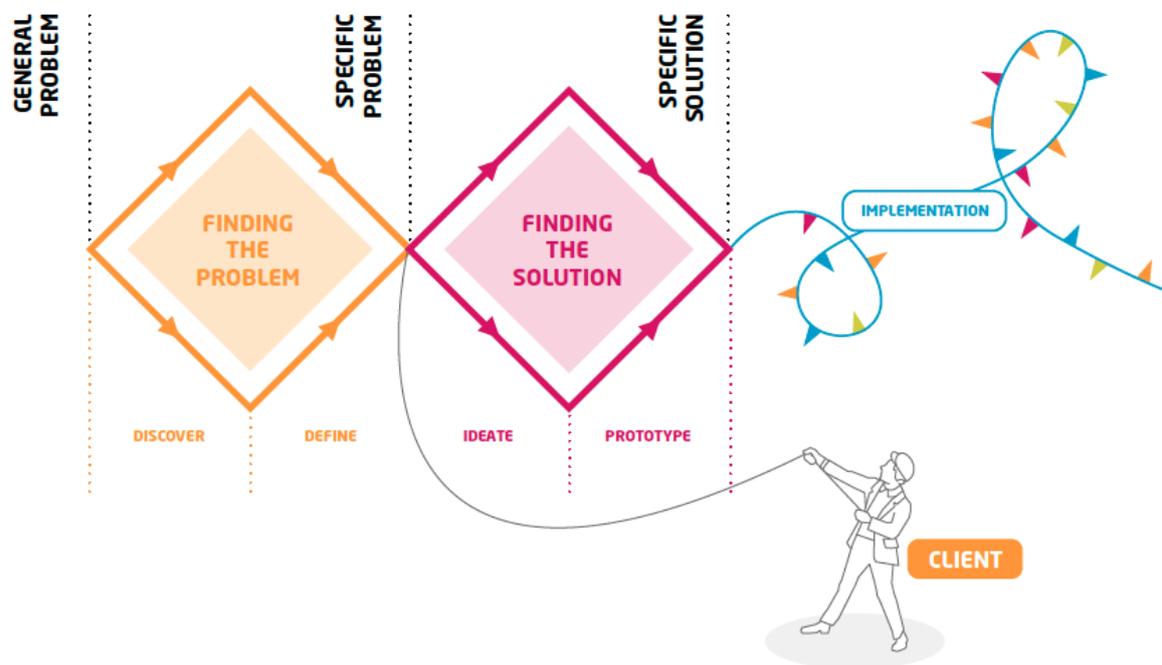
Mentalidad de HCD

El diseño centrado en el ser humano requiere cierta mentalidad. A continuación hay ocho declaraciones que necesitamos que usted y sus compañeros de equipo se suscriban. Por favor estudie cuidadosamente y discútalas con su equipo para ver si todos están de acuerdo.

- **1. ¡Todos son creativos!** Independientemente de si tiene un fondo de diseño o algo que tradicionalmente se considera menos creativo, tenga en cuenta que todo el mundo es un ser creativo, incluso usted. Todos fuimos creativos como niños, por lo que aún debes tener esta habilidad en algún lugar de ti. La creatividad tiene muchas formas: algunas son muy buenas para dibujar o construir cosas, mientras que otras son creativas para desarrollar ideas o aplicar conceptos existentes de nuevas maneras. Encuentra tu creatividad y utilízala. Construye tu confianza creativa.
- **2. Aprende de las personas para quienes estás diseñando.** No siempre mire el mundo desde su propia perspectiva, sino empatice con la gente para la que está diseñando. Las nuevas ideas no vienen cayendo del cielo, sino que son el resultado de ideas, empatía y comprensión de otras personas.
- **3. Si no conoce una solución inmediata a un problema, ¡entonces investigue!** Las soluciones a menudo requieren una cierta visión. No haga demasiadas suposiciones, sino prueba tus hipótesis.
- **4. Muestra, no digas!** Las palabras son ambiguas. Cuando quiera discutir o mostrar su idea, busque maneras de llevar sus ideas a la vida. ¡Dibújalos, haz una maqueta, haz juegos de rol, haz prototipos!
- **5. ¡Abrazar la ambigüedad!** No hay una sola verdad, ni hay una sola solución correcta para un problema. En su viaje, encontrará información conflictiva, y cuando hable con personas, le dirán muchas cosas diferentes. Acepte que sus usuarios finales no son homogéneos, son personalidades con diferencias. A veces es mejor desarrollar una solución muy buena para un pequeño subconjunto de su grupo de usuarios que una solución mediocre para todos.
- **6. ¡El fracaso es una oportunidad para aprender!** No hay daño en fallar, siempre y cuando usted falle temprano y falle de manera económica. Entonces, salga y pruebe las ideas inmediatamente antes de desarrollarlas. Si fracasas temprano y barato, significa que aprendiste algo y puedes cerrar ciertas puertas o hacer girar tu idea a algo mejor.
- **7. ¡Pregunta tu opinión!** Constantemente. Desde las ideas iniciales hasta las soluciones finales, sus usuarios finales le indicarán qué funciona y qué no. No tomes las críticas personalmente, pero dale la bienvenida como oportunidades de mejora.
- **¡Sé optimista!** No hay espacio para el cinismo en el diseño centrado en el hombre. Cree que hay una solución para tu problema en algún lugar y sigue trabajando para solucionarlo. La progresión siempre es posible.

Metodología

La metodología de diseño centrado en el ser humano consta de tres fases principales: un diamante doble y una fase de implementación..



El doble diamante y la aplicación. Fuente: Universidad de Artevelde.

Los dos diamantes cada uno consiste en una fase de divergencia y convergencia. En los próximos módulos, recorrerá los diamantes con más detalle, pero aquí hay una breve descripción:

- **Diamante 1:** encontrando el problema. Un problema con el diseño es que a menudo saltamos a soluciones rápidamente. En el primer diamante, solo estás investigando el problema, todavía no estamos pensando en soluciones. Vamos a tratar de entender a los usuarios y descubrir cuáles son realmente sus problemas. Después de todo, a menudo los problemas tienen causas subyacentes. Podría pensar que va a resolver el problema x, y descubrir a lo largo del camino que el problema real a solucionar es y.
- Descubrir (divergencia): Vas a descubrir lo más posible sobre los usuarios y el problema. Hable con las personas, obsérvelas, trate de entender realmente por qué hacen las cosas como lo hacen. Recoge tanto como sea posible.
- Definir (convergencia): en esta fase organizará toda la información que recibió en una cantidad limitada de problemas clave que considera que necesita abordar. A continuación, analizará estos problemas y seleccionará uno o algunos que desee resolver en el próximo diamante.

- **Diamante 2:** Encontrando la solución. ¡Finalmente, puedes empezar a pensar en soluciones en esta fase! Pero gracias al primer diamante, esperamos que sus soluciones se centren más en los problemas reales que deben resolverse.
- Ideate (divergencia): ¡Es hora de ser cuantitativo otra vez! Trate de proponer tantas ideas como sea posible que puedan resolver el problema. Nada es demasiado loco o ambicioso, la selección ocurre en la siguiente fase.
- Prototipo (convergencia): seleccionará algunas soluciones que parecen ambiciosas y realistas. Vas a hacer prototipos rápidos para probar con tus usuarios. Descubrirá que algunas soluciones no funcionan en la práctica o que necesitan modificaciones. ¡Aprende y adopta! La idea es reducir de nuevo y terminar solo con las mejores soluciones.
- Implementación. No lo cubriremos en este curso, pero una vez que haya encontrado las mejores soluciones y las haya probado con usuarios reales, puede implementarlas. Esto significa que los va a convertir en productos reales, pensar en el modelo de negocio, etc.

Información Adicional

- [How to prototype a new business](#), IDEO.
- [Desirability, Feasibility, Viability: The Sweet Spot for Innovation](#), Kristann Orton.