MANUAL DE FORMACION EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL

2019

rise

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Coordinador del proyecto:

Universität Bremen

INSTITUTE TECHNOLOGY AND EDUCATION ITB INSTITUT TECHNIK UND BILDUNG

Colaboradores:

Florida Grup Educatiu

CIPFP CATARROJA

wilhelm wagenfeld schule

BSC Business Support Centre Kranj Regional Development Agency of Gorenjska

ŠOLSKI CENTER KRANJ ZA POKLICE PRIHODNOSTI

Licenciado bajo Creative Commons: "Atribución-No Comercial-Compartir Igual"

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación [comunicación] refleja únicamente la opinión del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

MANUAL DE FORMACION EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL

2019

rise

Contenido

Introducción **6**

Finalidad de la formación 8

Condiciones contextuales y grupo objetivo 9

Metodología 10

El diseño como motor del cambio 12

Design thinking 13

El proceso de diseño "doble diamante" 14

Diseño centrado en el ser humano 17

Actitudes 18

Preguntas "¿Cómo podríamos...?": Definiendo nuestro reto 20

Pasos del diseño centrado en el ser humano 22

Observación 24

Definición 28

Ideación 34

Prototipado y test 38

Emprendimiento social 42

¿Qué es el emprendimiento social? 43

¿Qué es empresa social? 44

Los siete principios de las empresas social 45

Objetivos sostenibles de desarrollo (SDG) 46

¿Es innovadora nuestra idea de empresa social? 48

Ejemplos de negocios sociales 50

Definiendo el impacto social 54

Teoría del cambio 55

Plan de Formación en Emprendimiento Social 58

Características de la sala de formación 59

Plan de formación detallado 60

Tareas a realizar y lista de control 66

Plantillas 70

Plantilla de investigación 72

Plantilla "perfil de persona" 74

Plantilla de hoja de ruta de soluciones innovadoras 76

Teoría del cambio 78

INTRODUCCIÓN

El Manual de Formación en Emprendimiento Social se crea para sensibilizar sobre el emprendimiento social y dar las herramientas para crear empresas innovadoras y/o relacionadas con el sector social. Esto tiene lugar en una etapa educativa específica de la formación profesional, donde los estudiantes empiezan a pensar en su futuro laboral.

Al mismo tiempo, la formación ayudará a desarrollar las competencias profesionales del estudiante a través de una educación empresarial hecha a medida para aumentar su creatividad y confianza. De esta manera, están mejor preparados para conseguir un trabajo o para considerar el autoempleo como una opción para el futuro. Los profesores también participarán en la formación y les ayudará a desarrollar sus competencias empresariales con el fin de mejorar la calidad de su enseñanza y de sus clases.

El objetivo de esta formación es mostrar los conceptos básicos sobre lo que significa ser emprendedor social y las empresas sociales. Asimismo, también sirve para desarrollar ideas innovadoras como punto de partida para la creación de empresas innovadoras. El pensamiento de diseño y los enfoques de diseño centrados en el ser humano serán los principales métodos que los estudiantes aplicarán en el proceso.

El Manual de Formación en Emprendimiento Social se complementa con otros tres documentos: el Manual de Formación de Validación, el Manual de Creación y Establecimiento de Centros Regionales de Innovación y la Insignia de Emprendedor Social (SEB, Social Entrepreneur Badge). Estos documentos se crean para la validación de las ideas generadas, la creación de espacios de co-trabajo en las escuelas y el reconocimiento de las competencias adquiridas después de la formación.

Este manual es el resultado del proyecto Europeo “RISE - Regional Innovation Hubs Strengthening Social Entrepreneurship through Cross-Border Community Projects” como parte del programa Erasmus+, que comenzó en septiembre de 2017 y finalizó en agosto de 2019.

Objetivo de la formación

El objetivo de la formación es sensibilizar a los estudiantes de formación profesional sobre la creación de empresas innovadoras en el sector social, así como también en otros sectores. Para lograrlo, la formación proporcionará a estudiantes y profesores herramientas de vanguardia centradas en la resolución de problemas y la generación de ideas.

Además, la formación tiene como objetivo desarrollar las competencias empresariales de los estudiantes y profesores para estar mejor preparados para el trabajo en el siglo XXI en una economía tan globalizada. Tony Wagner, profesor de Harvard, llama a estas competencias clave "siete habilidades de supervivencia para las carreras, la universidad y la ciudadanía"[1]:

Pensamiento crítico y resolución de problemas;

Colaboración;

Agilidad y Adaptabilidad;

Iniciativa y Emprendimiento;

Comunicación oral y escrita;

Acceso y análisis de la información;

Curiosidad e imaginación.

1 Wagner T. (2010): The Global Achievement Gap, Basic Books.

Condiciones contextuales y grupo objetivo

El Manual de Formación en Emprendimiento Social fue creado originalmente para los programas de formación profesional. Concretamente, la formación se centra en los alumnos que cursan los dos últimos niveles de formación profesional (18-25 años), donde empiezan a pensar en su futuro laboral.

El rango de edad de los estudiantes puede variar, siempre que los estudiantes que trabajan con otros compañeros a nivel local, regional, nacional o transfronterizo sean también del mismo rango de edad. Los contenidos deben ser adaptados según los criterios del profesor.

Los profesores de formación profesional son también el grupo objetivo de esta formación. Necesitan ser formados en los mismos contenidos que los estudiantes para poder entender el contexto. Los profesores también utilizan los aprendizajes para mejorar su calidad de enseñanza diaria.

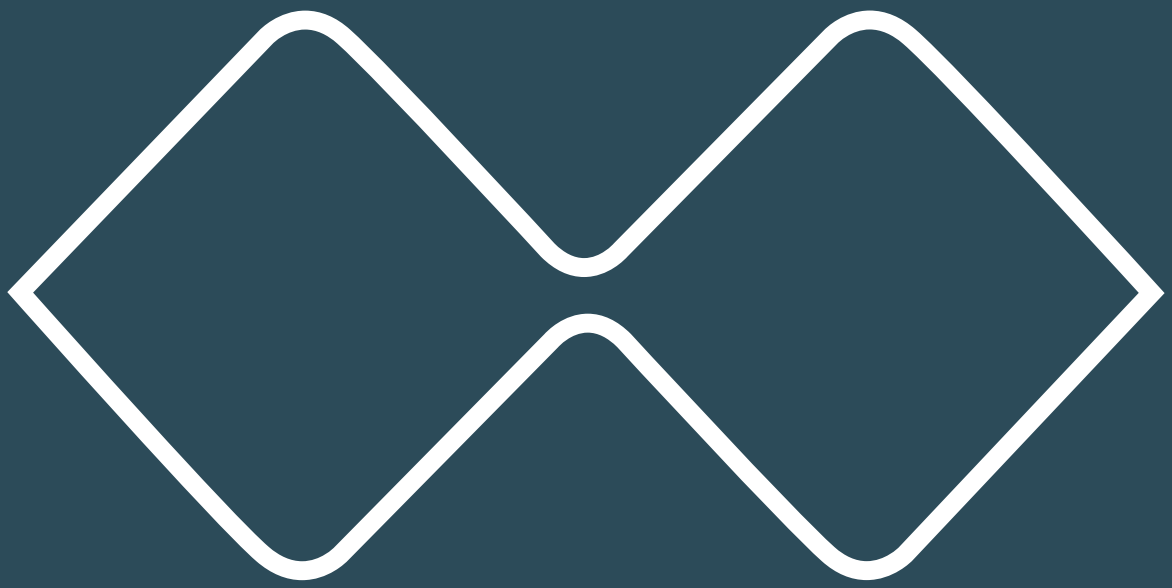
Las escuelas que participen en la formación podrán trabajar conjuntamente con escuelas similares de Europa resolviendo los problemas sociales actuales de las regiones de las escuelas participantes y de otras regiones de Europa. Esta cooperación proporciona a la formación un enfoque intercultural transfronterizo, en el que los estudiantes y los profesores desarrollan sus competencias interculturales.

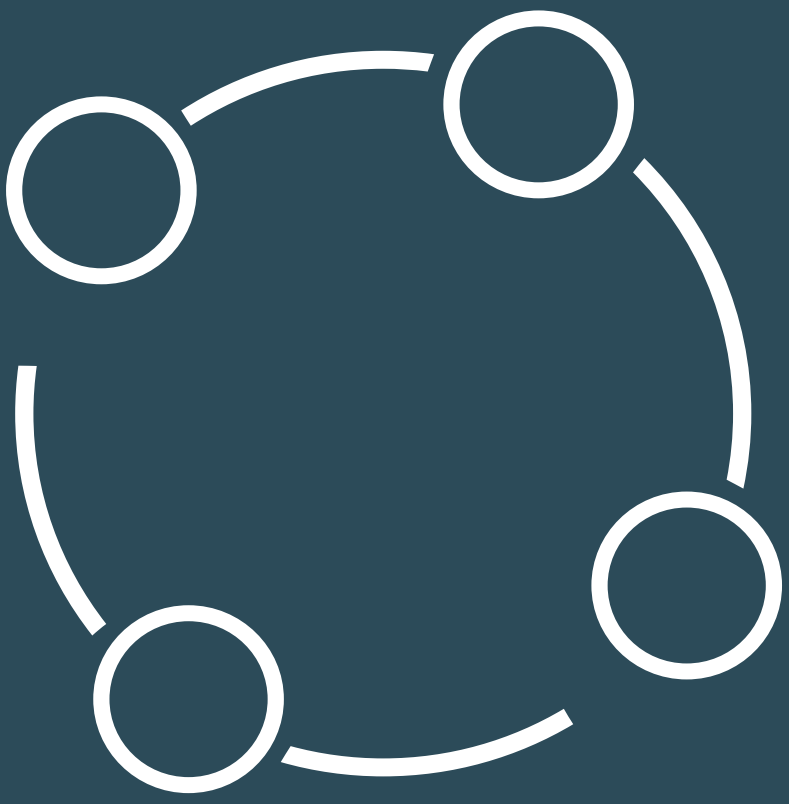
Metodología

La metodología utilizada en esta formación se basa en el DISEÑO. Desde hace décadas, los diseñadores se centran en diseñar grandes productos y en mejorar otros productos existentes para hacer la vida de las personas mucho más fáciles y crear una gran experiencia para el cliente. Actualmente todos estamos rodeados de grandes productos como muebles, electrónica, gadgets y otros productos que funcionan realmente bien. Sin embargo, hay otras cosas en nuestra sociedad que no están funcionando tan bien. Estos son problemas más complejos y son los que nos interesan.

Por lo tanto, aplicamos los métodos de diseño desde la creación de los productos industriales y los utilizamos para abordar problemas sociales como la contaminación, la pobreza, la educación, la salud y mucho más. Los pasos para crear soluciones innovadoras a los problemas sociales se basarán en el enfoque de diseño centrado en el ser humano. Aprenderemos a observar, idear, prototipar y probar las ideas para obtener valoraciones y repetir el proceso hasta llegar a la solución que satisfaga las necesidades del usuario.

Después de descubrir estos pasos para desarrollar soluciones innovadoras, aprenderemos qué son y qué hacen los emprendedores sociales, qué son las empresas sociales y por qué es tan emocionante iniciar tales iniciativas. Toda la formación se realizará con un enfoque práctico, en el que los participantes aprenderán a través de la práctica.





EL DISEÑO COMO MOTOR DEL CAMBIO

Design Thinking

Diseñadores. Su objetivo es crear grandes productos. Grandes productos que se adaptan bastante bien al grupo objetivo al que se dirigen. Esto se debe a que los diseñadores dedican mucho tiempo a descubrir los problemas reales con los que los usuarios puedan estar lidiando, para luego darles un producto que se ajuste a sus necesidades.

Los diseñadores se forman de una manera peculiar. Personas de otros sectores pueden estar formadas para resolver problemas, pero los diseñadores se forman para descubrir problemas reales. Los diseñadores no se limitan a resolver el problema identificado. Una vez que identifican un problema, en lugar de buscar una solución, tratan de entender el problema desde su raíz y utilizan varios métodos para obtener más información que no es visible a primera vista.

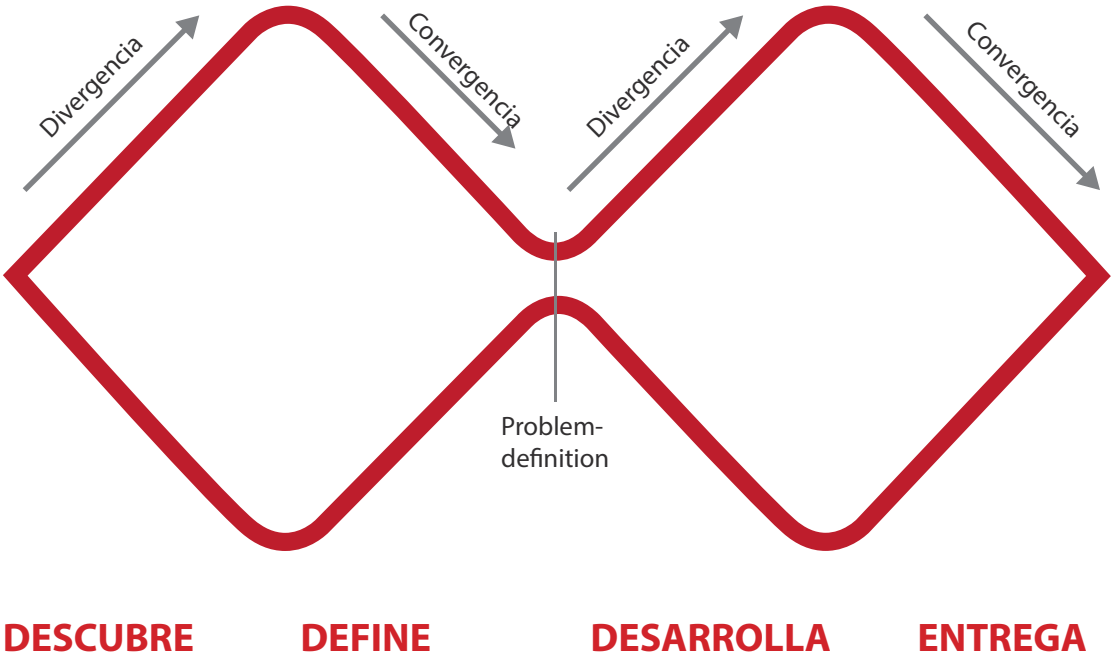
Una vez que han recopilado mucha información sobre el origen del problema, la analizan y tratan de averiguar y definir el problema real que afecta a los usuarios. Después, idearán posibles soluciones al problema, donde no surge una sola idea, sino muchas de ellas. Porque es más probable encontrar una buena idea entre cien ideas que entre cinco de ellas.

Luego viene la fase en la que ponen a prueba sus ideas. Elaboran prototipos de las ideas y las prueban con usuarios reales, de modo que pueden obtener comentarios y utilizarlos para mejorar la idea o incluso descartarla.

Los diseñadores van de un lado a otro hasta que llegan a una solución que se ajusta mejor al problema. Esta forma de trabajar se llama “design thinking” y este proceso se utiliza ampliamente en todas las disciplinas del diseño. Sin embargo, debido a su eficacia, este proceso es cada vez más utilizado en otros sectores tan diversos como por ejemplo: escritores, médicos, ingenieros, el mundo de los negocios y muchos más.

El Proceso de Diseño de Doble Diamante

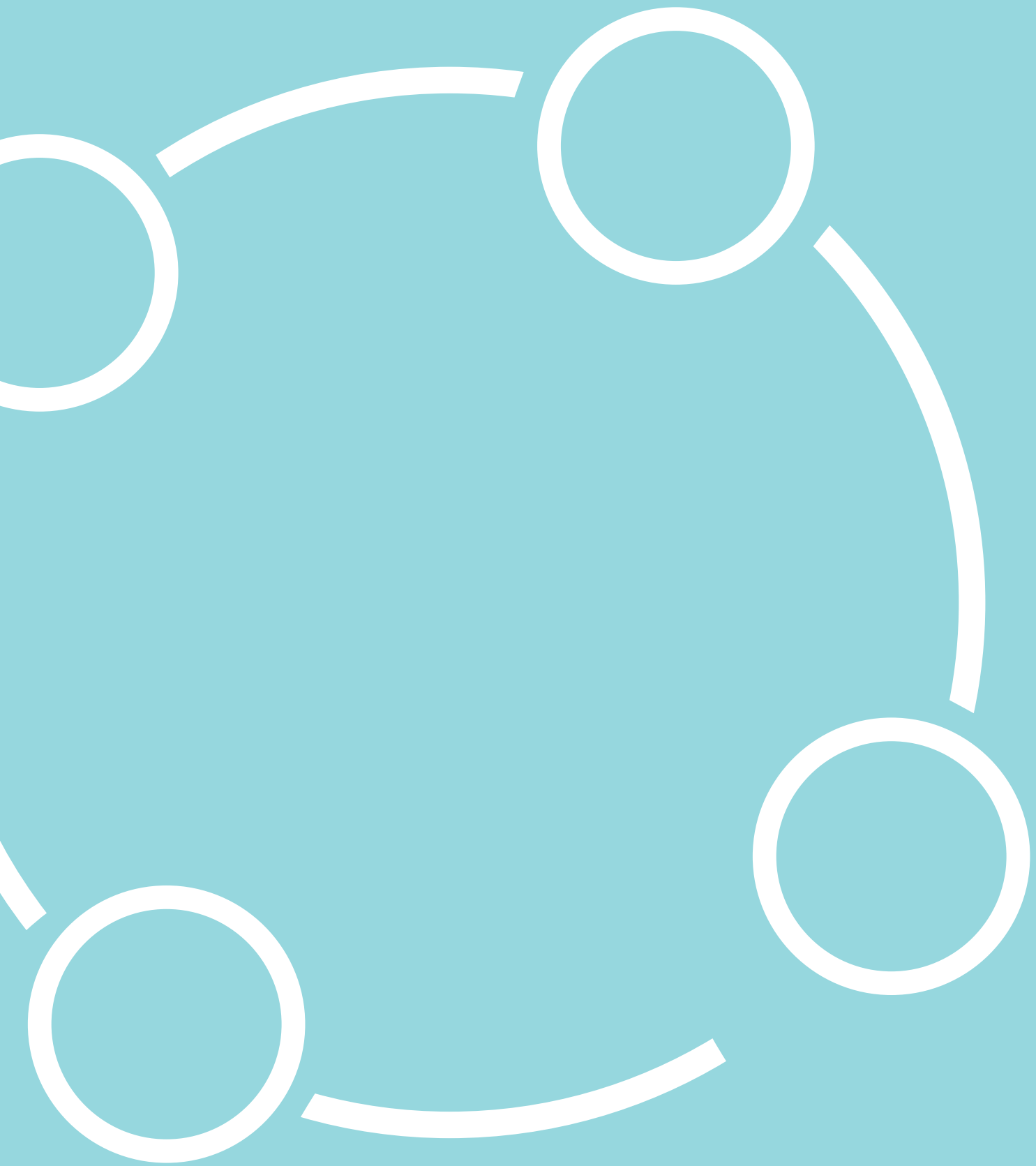
El proceso de design thinking puede ser representado en un gráfico, particularmente en el Modelo del Doble Diamante, que fue introducido por primera vez por el "British Design Council" en 2005.



Este modelo se divide en cuatro fases: Descubre la visión del problema, Define el área que debe ser el foco de atención, Desarrolla soluciones potenciales y Entrega soluciones que funcionen.

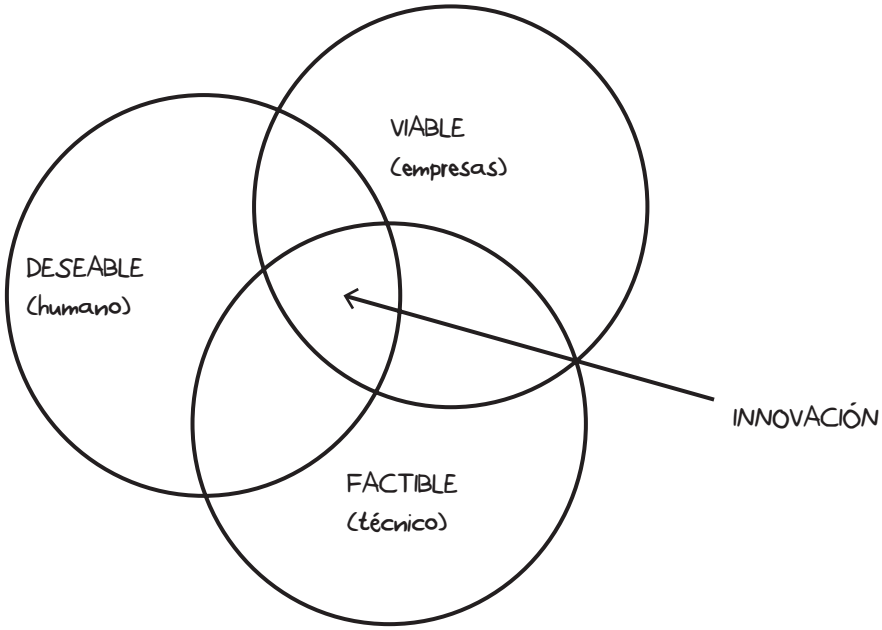
La forma de diamante (rombo) representa, por un lado, el "pensamiento divergente", en el que se generan nuevas opciones y elecciones, y, por otro, el "pensamiento convergente", en el que se eliminan opciones y se toman decisiones. Estos procesos divergentes y convergentes ocurren dos veces en el modelo del doble diamante, una para definir el problema correcto y otra para encontrar la solución correcta. En medio de estas dos formas de diamantes es donde se define el verdadero problema. En este punto podemos empezar a buscar posibles soluciones.

Este proceso de pensamiento divergente-convergente es reiterativo. Esto significa que podemos pasar de una etapa del proceso a otra si fuera necesario. De esta manera, una idea es creada, probada y mejorada varias veces hasta llegar a la mejor solución posible.



Diseño centrado en el ser humano

"Design Thinking es un enfoque de la innovación centrado en el ser humano que se basa en el conjunto de herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito empresarial"
—Tim Brown



El proceso de diseño centrado en el ser humano comienza con la identificación de las necesidades y lo que sea deseable para las personas además de lo que tenga sentido para ellas.

Después de seleccionar una posible solución deseada, la probamos para ver si es técnicamente factible, o dicho de otra manera, si se puede hacer.

Una vez que una idea funciona, empezamos a pensar en las posibilidades de hacerla parte de un modelo de negocio sostenible. Siguiendo estos pasos, podemos llegar a la innovación disruptiva.

Actitudes

El diseño centrado en el ser humano también requiere una mentalidad específica para abordar el propio proceso, en el que aprendemos a pensar de una manera que nos permita llegar a soluciones innovadoras. Veamos algunas mentalidades para el proceso de diseño centrado en el ser humano[2]:

1. Optimismo: ser optimista ayuda a alcanzar grandes soluciones aunque el reto sea enorme. Ser pesimista sólo te impide seguir adelante.

2. Creatividad: si crees que no eres creativo, te equivocas. Todos somos creativos y debemos tener la confianza de alcanzar grandes resultados. El paso firme nos llevará al éxito.

3. Empatizar: es ponerse en el lugar de las personas para las que se está creando una solución. Esto es para entender a la gente de una manera más profunda que descubrirá sus necesidades reales y nos dará una buena pista sobre la dirección que tenemos que tomar.

4. Acepta la ambigüedad: al principio del proceso no se sabe cuál es el camino o la solución al problema. Aparecerán opciones muy diferentes durante el proceso que reduciremos paso a paso.

5. Tangibilidad: ¿tienes una idea potencial? Házlo tangible! Se necesitan modelos o prototipos de soluciones potenciales para aprender de ellos y descubrir cosas que no podríamos hacer sin estas primeras representaciones de la solución final.

6. Aprender del fracaso: fracasar no es una derrota, sino una oportunidad para aprender de ella y aplicar lo aprendido a futuras versiones de nuestra solución.

7. Iteración: en nuestro camino hacia la solución final aprendemos muchas cosas, aprendemos de los fallos y obtenemos más información en las últimas etapas del proceso de diseño. Aplica este aprendizaje a nuevas versiones, vuelve a hacer un prototipo, pruébalo con gente real una y otra vez, y otra vez, y otra vez....itera!

2 Human-Centered Design Mindsets, basado en OpenIDEO.

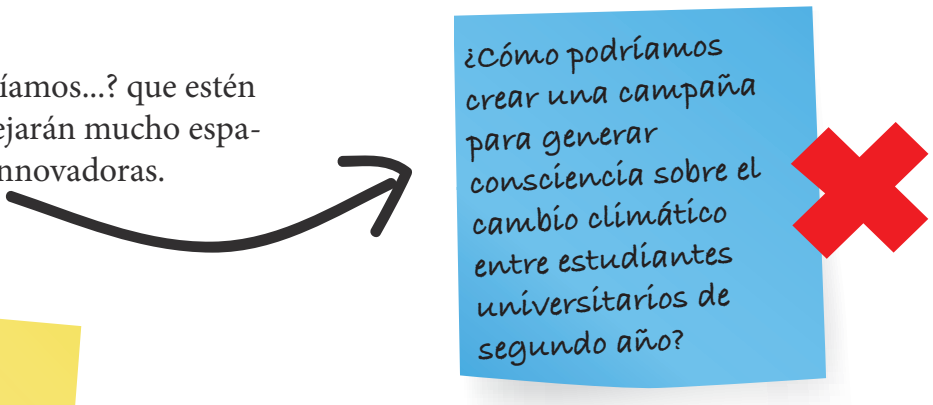
Optimism
Creativeness
Aprender del fracaso
Empatizar
Iterate
Tangibilidad
Acepta la ambigüedad

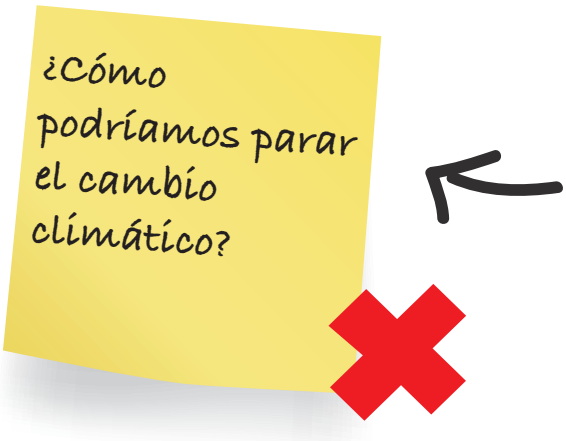
Preguntas "Cómo podríamos...": Definir el punto de partida de nuestro reto.

Para empezar a trabajar en nuestro reto, debemos buscar los problemas que queremos abordar buscando una solución para superarlos.

Para esta tarea, empezaremos a estructurar nuestras preguntas con "Cómo podríamos..." al principio, ya que enmarca el desafío que tenemos por delante de una manera positiva. Debemos asegurarnos de que formulamos las preguntas correctas para poder empezar a trabajar. Una pregunta bien formulada no debe estar demasiado definida ni demasiado indefinida.

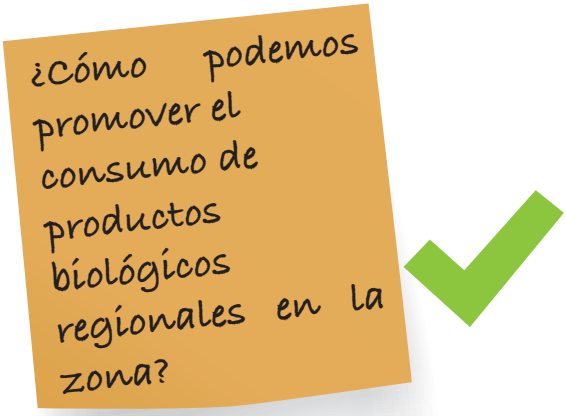
Preguntas de ¿Cómo podríamos...? que estén demasiado definidas no dejarán mucho espacio para idear soluciones innovadoras.





De la misma manera, preguntas de "¿Cómo podríamos...?" demasiado indefinidas son difíciles de abordar y hacen difícil empezar a idear soluciones.

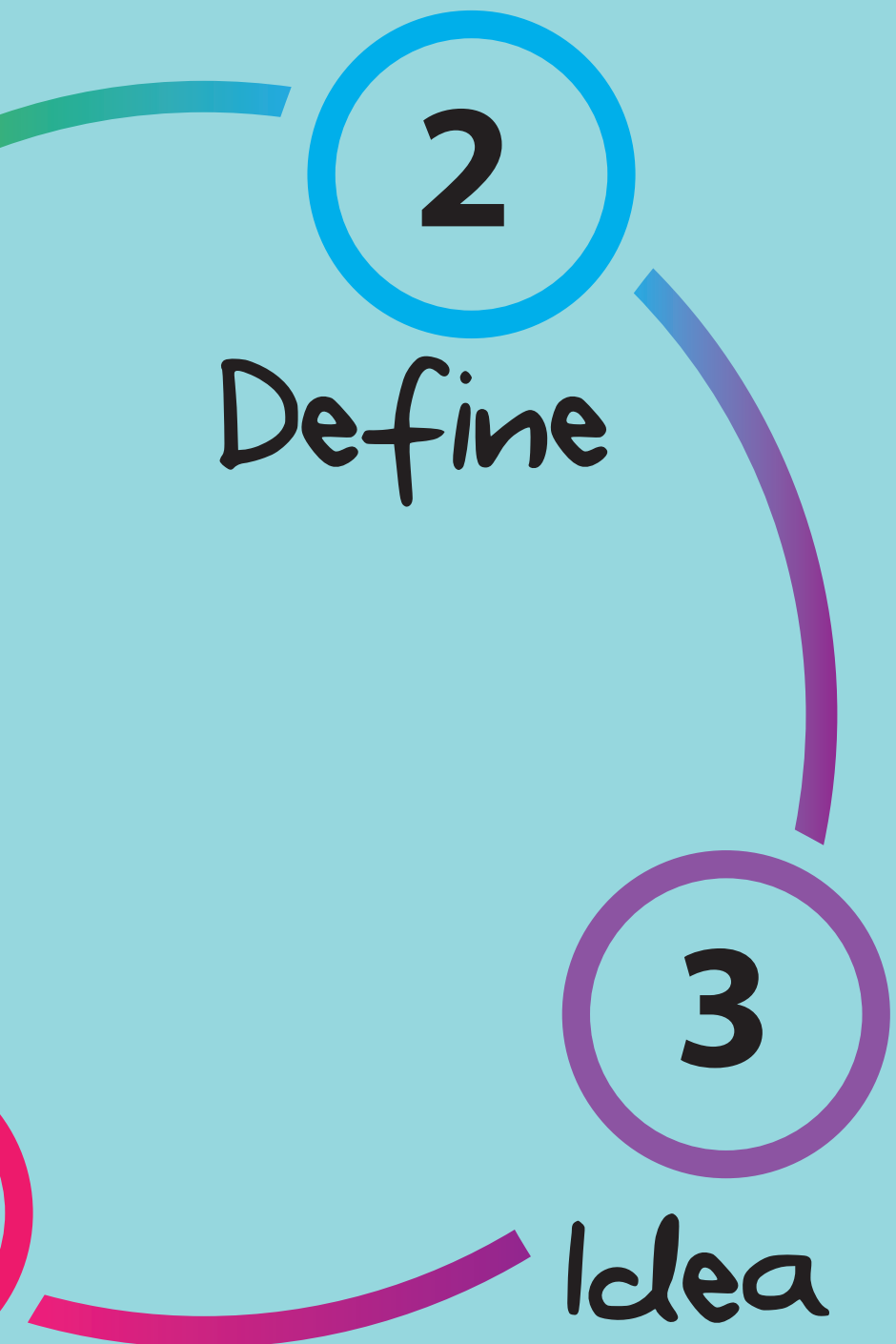
Por esta razón, debemos buscar una pregunta equilibrada de "cómo podríamos" que nos permita empezar a idear soluciones.



PASOS DEL D
CENTRADO E
HUMANO

El número de pasos en el proceso de diseño centrado en el ser humano puede variar dependiendo de quién lo está aplicando y sus preferencias, pero generalmente encontramos de tres a seis pasos a seguir. En nuestro caso, vamos a concentrar todo el proceso en cuatro pasos.

DISEÑO EN EL SER



Observa

En esta primera fase es donde buscamos información en el mundo real. El medio ambiente y el comportamiento de las personas pueden decirnos mucho sobre lo que necesitan nuestros usuarios objetivos. En este punto del proceso nos identificamos con la gente, o dicho de otra manera, nos ponemos en el lugar de los usuarios finales para entenderlos mejor.

para conseguir esto, hacemos una investigación basada en diseño. Para llevarla a cabo, podemos elegir diferentes fuentes de dónde obtener la información que estamos buscando. Vamos a ver algunas de ellas, de donde podemos obtener esta información...

1. PERSONAS

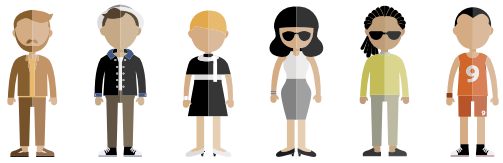
Durante una entrevista, no sólo debemos centrarnos en lo que la gente nos dice, sino que también debemos prestar atención a lo que hace, lo que piensa y lo que siente. De esta manera, podemos entenderlos mejor.

3. INMERSIÓN

Otra forma de entender a las personas que nos interesan es sumergirnos en su vida cotidiana. Esto significa prestar atención al lugar en el que viven, a lo que hacen en su rutina diaria, por qué hacen las cosas como las hacen, etc....

5. DIFERENTES GRUPOS OBJETIVO

También podemos buscar inspiración en grupos de usuarios totalmente diferentes, de modo que tengamos diferentes puntos de vista sobre el tema en el que estamos trabajando. Esto significa diferentes culturas, diferentes tamaños de familia, diferentes rangos de edad, etc.



2. EXPERTOS

Cuando buscamos información específica, tiene sentido ponerse en contacto con expertos en el tema que nos interesa, para que nos proporcionen la información y los conocimientos más avanzados al respecto.

4. INSPIRACIÓN ANÁLOGA

Podemos escoger una situación análoga de un sector diferente al que nos interesa, lo que nos ayuda a ganar inspiración para encontrar la mejor solución a nuestro problema. Por ejemplo, si buscamos una solución para mejorar los procesos de trabajo en las salas de emergencia de los hospitales, podemos echar un vistazo al “pit stop” de un coche F1 y buscar procesos que puedan ser utilizados en nuestro caso.

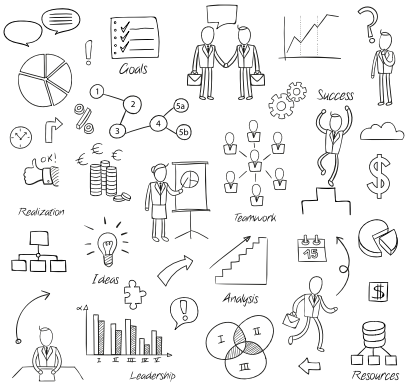
TÉCNICAS ÚTILES PARA ENTREVISTAS

Para inspirarnos en la gente, podemos elegir varias técnicas de entrevista que nos ayudarán a obtener la información que buscamos. Como encontraremos diferentes tipos de personas, debemos seleccionar la técnica de ajuste para sacar el máximo provecho de ellas. Aquí tienes varias técnicas que puedes probar:

1. LOS CINCO ¿POR QUÉ?

Esta técnica consiste en preguntar "por qué" varias veces para comprender mejor la raíz del problema. Una vez que recibimos una respuesta del entrevistado, preguntamos "por qué" sobre la respuesta que nos dieron, y así sucesivamente con las siguientes respuestas hasta que llegamos a una información más profunda que no podíamos obtener desde un nivel más simple.

- ¿Por qué comes comida rápida?
- porque no tengo tiempo
- ¿Por qué no tienes tiempo?
- porque mi trabajo no me lo permite
- ¿Por qué es eso?
- tenemos muchos clientes y pocos empleados
- ¿Por qué....?



2. RÁPIDOS Y SENCILLOS BOCETOS

Los entrevistados pueden hacer un dibujo rápidamente sobre lo que traten de decirnos. Algunas personas se expresan mejor dibujando sus pensamientos.

3. GENTE ENSEÑANDO SU FORMA DE HACER LAS COSAS

Normalmente la gente hace las cosas de una manera diferente a lo que dicen. Acompañarlos mientras realizan las tareas que nos interesan, nos muestran los problemas reales que tienen al hacerlo.

PLANTILLA DE INVESTIGACIÓN

También podemos utilizar una plantilla de investigación, lo que nos ayuda a determinar las personas a las que queremos hacer preguntas, qué lugares queremos observar y una lista de preguntas relevantes dirigidas a las personas a las que queremos entrevistar.

PLANTILLA DE INVESTIGACIÓN

Nuestro desafío:

¿Quiénes son las personas relevantes a las que queremos preguntar?

¿Cuáles son los lugares relevantes que queremos observar?

¿Qué preguntas queremos hacer para obtener información útil para nuestra investigación?

Define

En la fase anterior (observar) se recoge mucha información, lo que ayudará a entender mejor el problema real.

En la fase actual (definir) revisamos toda esa información recopilada y buscamos el problema real que hay que resolver.

RECOPILANDO INFORMACIÓN

1. MAPA DE EMPATÍA [3]

Este mapa consiste en un eje que separa cuatro cuadrantes. Cada cuadrante representa una de las palabras "Decir", "Hacer", "Pensar" y "Sentir". Llenaremos los cuadrantes con la información obtenida de nuestras investigaciones previas y entrevistas con personas.

DECIR: lo que la gente dice sobre el tema.
HACER: qué hacen las personas y cómo se comportan.
PENSAR: deducir las creencias de las personas a través de expresiones faciales, tono de voz, palabras.
SENTIR: deducir las emociones de las personas a través de expresiones faciales, tono de voz, palabras.

PROCEDIMIENTO: Dibuje los cuatro cuadrantes en una hoja grande o en una pizarra de papel (en adelante flipchart), donde escriba la información en diferentes notas post-it (una observación por post-it) y colóquelas en los diferentes cuadrantes.

El propósito del Mapa de Empatía es entender mejor lo que los clientes necesitan para darles una solución adecuada a su problema. Si echamos un vistazo a todo el mapa ya terminado, nos dará nuevas perspectivas para nuestro trabajo.

3 Mapa de Empatía, basado en Kelley and Kelley, 2003.

2. USUARIO, NECESIDADES Y OBSERVACIONES

Esta técnica consiste en la creación de un póster en el que se recoge información sobre el usuario entrevistado, sus necesidades y otras observaciones útiles que nos pueden ayudar a entenderlos mejor.

CÓMO: Tome una hoja de flipchart y divídala en 3 secciones:

USUARIO: *rellene esta sección con información personal aleatoria sobre los usuarios que entrevistamos en la fase de observación.*

NECESIDADES: *escriba aquí las necesidades identificadas de los usuarios.*

OBSERVACIONES: *aquí puede añadir cualquier otra observación útil que haya identificado.*

Recuerda incluír sólo una idea por cada post-it!

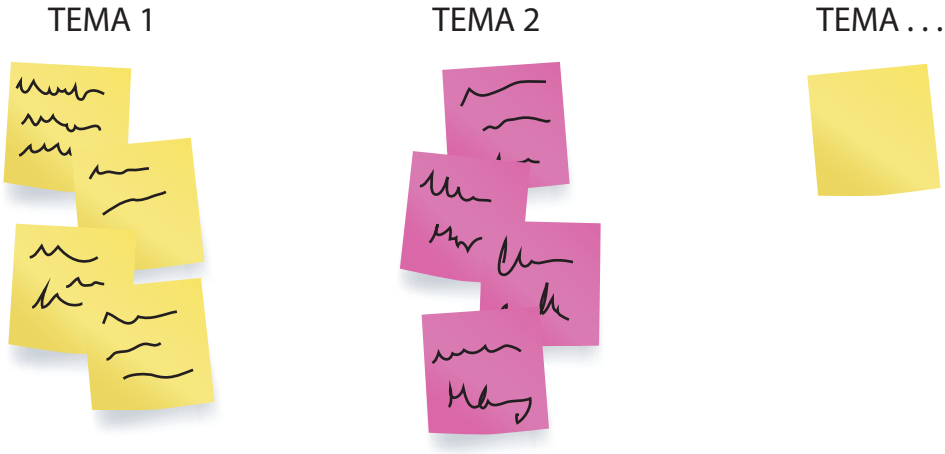
CLASIFICAR LA INFORMACIÓN

CLÚSTER Y PERSPECTIVAS

Una vez que haya utilizado cualquiera de los métodos anteriores para recopilar la información recopilada, puede organizarla mejor y escribir sus primeras conclusiones:

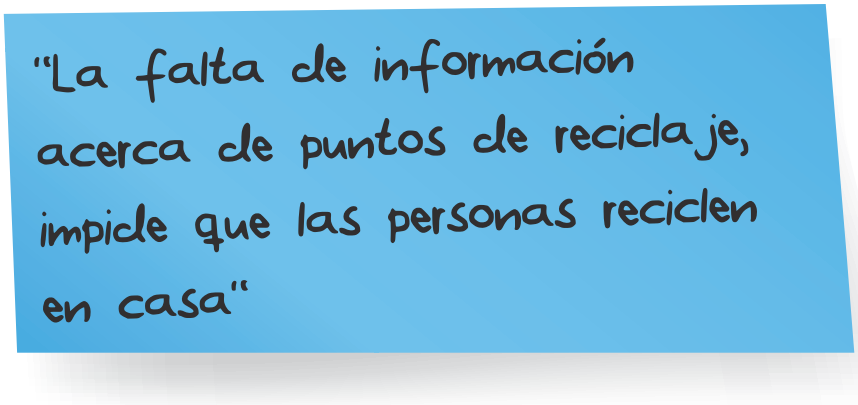
1. AGRUPAR LA INFORMACIÓN:

Para ordenar y simplificar la información de una manera más organizada, podemos agruparla en temas similares, donde pueden aparecer conceptos y temas parecidos.



2. DEFINIR IMPRESIONES

Una vez que agrupemos la información, podemos empezar a escribir algunas reflexiones respecto a lo recopilado, o dicho de otra forma, escribir declaraciones o primeras conclusiones basadas en la información recogida. Estos conocimientos sirven como un primer paso para encontrar una solución a nuestro desafío.



DEFINIR NUESTRO GRUPO OBJETIVO

En preparación para la futura fase de ideación y con el fin de definir las necesidades de las personas para las que buscamos una solución, tiene sentido pensar en una persona específica que represente a un grupo más amplio en lugar de pensar en una masa mayor. Esto se debe a que es más fácil diseñar una solución para un pequeño grupo de personas que para miles de ellas. De esta manera, podemos definir mejor una solución a medida para nuestro grupo objetivo.

A este grupo ficticio lo llamamos "personas" y creamos un perfil de persona con información general sobre ellas.

(Persona: la apariencia social o imagen de un individuo creado/no natural)

PLANTILLA DE LA PERSONA

Llenaremos una hoja con información sobre la persona para la que estamos diseñando una solución, donde pretendemos crear una persona ficticia lo más parecida posible a la realidad. Para ello se necesitará algo de imaginación, ya que también se deducirá parte de la información sobre el personaje. La información que podemos incluir en la plantilla de persona es, por ejemplo:

- Dibuja tu persona, nombre, edad, profesión, familia, marcas preferidas, hobbies.... y deja que tu imaginación trabaje para definirlo lo más posible.

- Información relacionada con el problema para el que estamos diseñando una solución: necesidades, buenos y malos sentimientos al respecto, problemas que tienen, etc.

- Una vez que tengamos un perfil muy detallado de la persona, nos será más fácil entenderla. Después, podemos crear una frase del problema para la persona creada usando una estructura similar a:

"(nombre de la persona) necesita (necesidad), porque (razón)".
"Pablo necesita _____, porque _____".
"María quiere _____, pero _____".
"Max (desea/necesita)_____, (porque/pero)_____".

Por ejemplo:

"Rafael quiere tener una vida más saludable, pero su equilibrio entre trabajo y vida privada le impide hacerlo".

Esta declaración que creamos servirá como punto de partida para la fase de ideación, lo que nos ayudará a movernos en una dirección específica para resolver el problema.

PLANTILLA DE LA PERSONA

PLANTILLA DE LA PERSONA

Nombre:

Edad:

Profesión

Familia:

Marcas preferidas:

Aficiones:

_____:

_____:

_____:

Imagen de perfil (dibuja tu persona):

Información relacionada con el problema para el cual estamos diseñando una solución (Necesidades, buenos y malos sentimientos, problemas que pueda tener…)

Observaciones:

Idea

Este es el paso donde vamos a generar ideas a partir de la información recogida y del problema definido en las etapas anteriores.

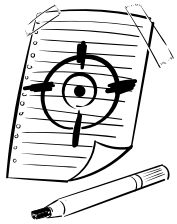
Para generar ideas, haremos un Brainstorming (lluvia de ideas), que es un método ampliamente utilizado para este propósito.

BRAINSTORMING

El Brainstorming es una técnica utilizada en un grupo de personas para generar muchas ideas. Tiene varias reglas que se deben mantener durante una sesión de lluvia de ideas para sacar el máximo provecho de ella:

Las reglas de lluvia de ideas que más nos gustan son [4]:

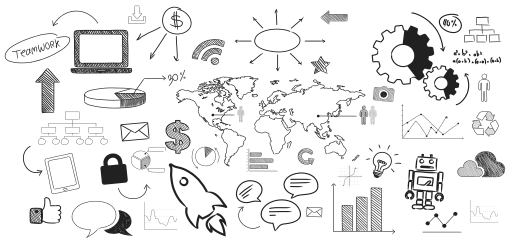
1. Mantente concentrado en el tema:
Concéntrate, sin distracciones, sin conversaciones sobre otros temas.



2. Solo una persona hablando al mismo tiempo:
Es importante prestar atención a cada idea presentada, para que podamos aprovecharla al máximo.

3. Apoye y anime a que surjan ideas locas y salvajes:
Toda idea es bienvenida, no importa cuán loca o imposible pueda parecer.

4. Visualizar ideas:
Es muy importante dibujar la idea o acompañar el texto con un pequeño dibujo relacionado con la idea, para que podamos tenerlo en cuenta más fácilmente e identificar las ideas más rápidamente.

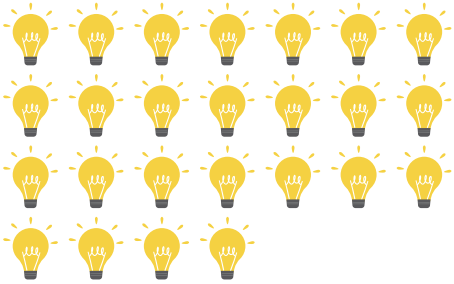


4 Reglas del Brainstorming, basado en Design Kit.

5. Combine y construya sobre las ideas de los demás:
Las ideas de otros pueden ser usadas en combinación con las nuestras o ser desarrolladas aún más.

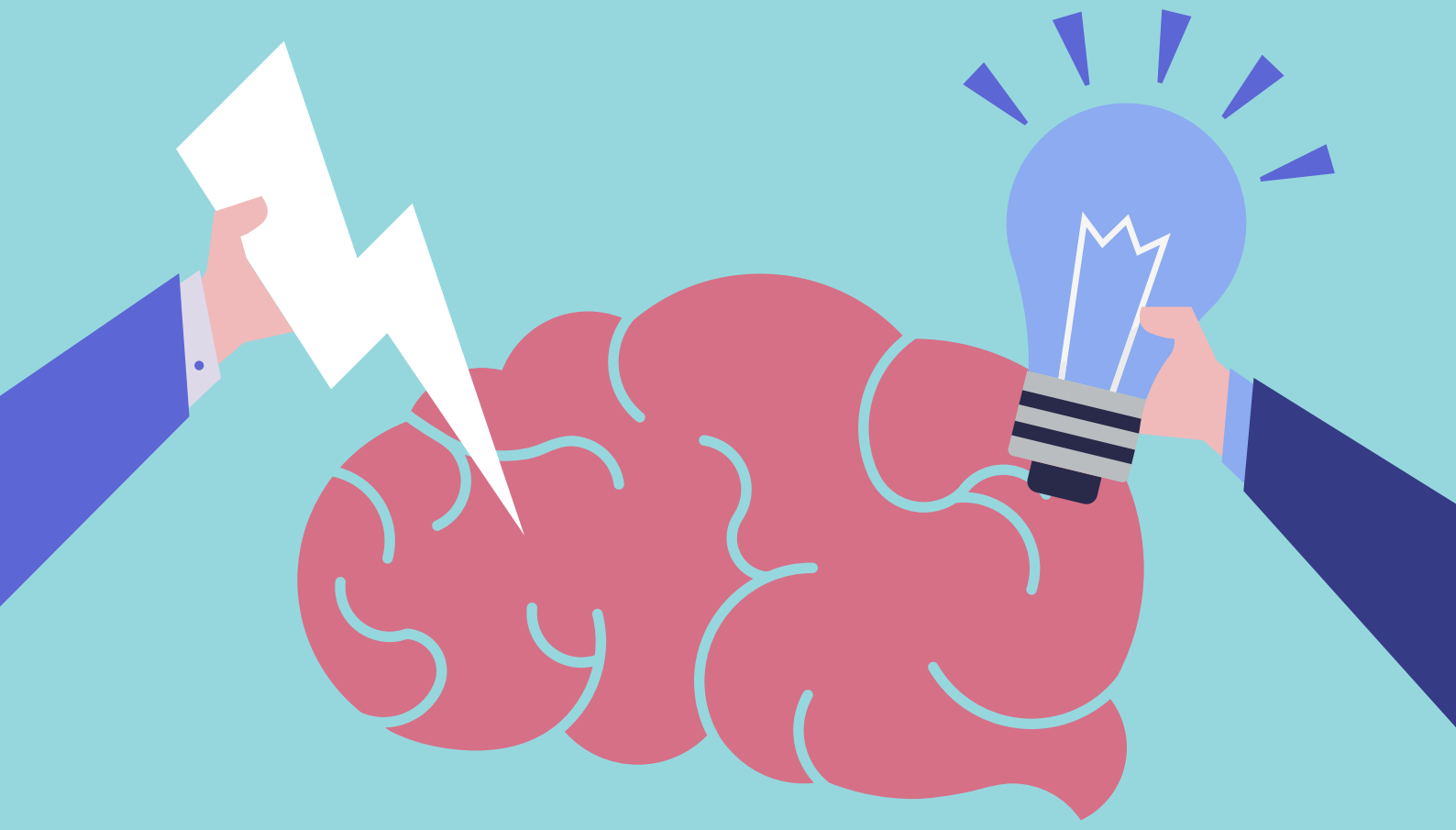
6. No critiques las ideas de los demás:
Cada idea es bienvenida. Más tarde tendremos tiempo para descartar opciones y seleccionar ideas prometedoras.

7. Generar muchas ideas:
El objetivo es generar muchas ideas. Es más probable que se encuentre una idea disruptiva entre 100 ideas que entre 5 de ellas.



8. Es mejor si los participantes tienen diferentes procedencias y experiencia:
Diferentes orígenes significan diferentes puntos de vista, lo que ayuda a ver diferentes soluciones posibles.

Para lograr los mejores resultados, los participantes inician la sesión de lluvia de ideas individualmente (5 minutos) y luego pueden compartir las ideas generadas en el grupo. Después, llevan a cabo una sesión de lluvia de ideas como grupo. ¡De esta manera podemos generar nuevas ideas construyendo sobre las ideas de los demás!



Prototipa y testea

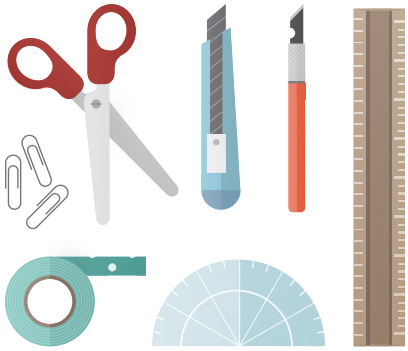
PROTOTIPAR

Un prototipo es un modelo de la solución final, no es una solución acabada. Podemos interactuar con él y buscar lo que funciona bien y lo que no. Por lo general, se crea en las primeras etapas del diseño, de modo que podamos identificar los problemas desde el principio y adaptar nuestra solución a lo que aprendimos de ellos.

El prototipado rápido es un método para obtener prototipos "rápidos y sucios" de nuestra solución diseñada. También podemos hacer prototipos de objetos, servicios, software y más:

Prototipado rápido:

Este método es bueno para prototipar productos físicos de una manera "rápida y sucia". CÓMO: Cajas de cartón, tubos de limpieza, papel variado, cinta adhesiva, pegamento, tijeras, … Puede utilizar lo que tenga a mano para crear una representación rápida de su producto. No importa mucho la estética, sino representar la funcionalidad de su diseño.

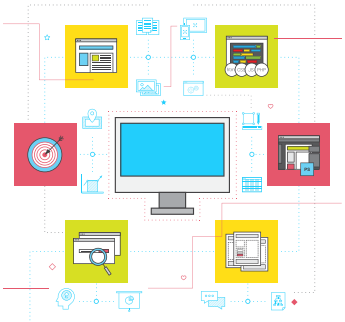


Prototipado de roles:

¿Estamos haciendo un prototipo de un servicio? Este método permite definir servicios o interacciones paso a paso, donde cada persona y rol que vaya a formar parte del servicio es prototipada.
CÓMO: Su equipo puede desempeñar diferentes roles o papeles en un servicio y pasar por todo el proceso del servicio, para que podamos identificar mejor lo que sucederá en cada una de sus fases y mejorarlo.

Prototipos digitales:

Podemos hacer prototipos de software utilizando notas post-it simples como representaciones de cada pantalla de la solución final (App, web,...).



TESTING

Los prototipos construidos están concebidos para ser probados por usuarios reales. Los prototipos deben incluir al menos las características necesarias que estemos interesados en probar. Esto también se denomina "producto mínimo viable" (MVP, Minimum Viable Product).

De esta manera, podemos obtener la valoración necesaria para aprender lo que está funcionando bien y lo que no. Posteriormente, podemos aplicar los aprendizajes a las nuevas versiones del prototipo hasta llegar a una buena solución que satisfaga las necesidades de nuestros usuarios finales o grupo objetivo.

Profundizaremos en las pruebas del Manual de Formación de Validación, donde aprenderemos a validar las ideas y a potenciarlas para alcanzar el éxito más rápidamente.

CONSEJOS

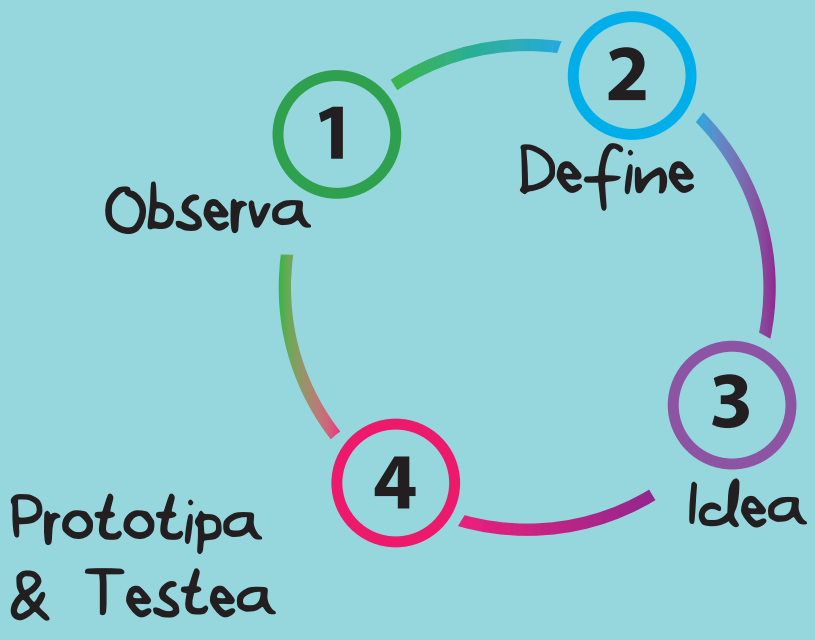
¿Tiene curiosidad por conocer más recursos de observación, definición, ideación y pruebas de diseño centrados en el ser humano? Mira esto:

Design Kit	www.designkit.org/methods
18F	methods.18f.gov

HERRAMIENTAS TIC QUE PUEDEN AYUDAR EN EL PROCESO

Nos gusta usar notas post-it, pizarras, paredes y más cosas físicas para nuestro trabajo en equipo. Sin embargo, las herramientas TIC pueden ayudarnos a trabajar con personas a distancia. Por lo tanto, aquí tienes algunos consejos para el trabajo en línea:

¿Buscas una pizarra en línea para compartir ideas y bocetos fáciles?	www.padlet.com
¿Buscas una herramienta de gestión de tareas?	www.asana.com
¿Buscas una herramienta para encontrar citas con tu equipo?	www.doodle.com
¿Buscas videoconferencias?	www.skype.com www.zoom.us



EMPRENDIM SOCIAL

IENTO

¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO SOCIAL?

Un diseñador de productos se enfoca en crear grandes productos y resolver problemas para mejorarlos y hacer su uso más fácil, simple y también hacerlos hermosos. Los emprendedores sociales también podrían definirse como diseñadores, pero se centran en otro tipo de problemas. Un emprendedor social se preocupa por problemas complejos y de gran escala, cuyas soluciones pretenden crear impacto en la sociedad de una manera sostenible.

El emprendedor social identifica lo que no funciona en la sociedad y busca formas de resolver estos problemas. Las soluciones pueden incluso cambiar sistemas completos e inspirar a otras personas para que aporten su granito de arena al cambio. A veces, las soluciones adoptadas no muestran sus efectos de inmediato, sino que muestran resultados a largo plazo.

El objetivo del emprendedor social no se centra en obtener beneficios de la solución adoptada, sino más bien en generar impacto en la sociedad. Además, las soluciones adoptadas animan a otras personas a convertirse en emprendedores sociales.

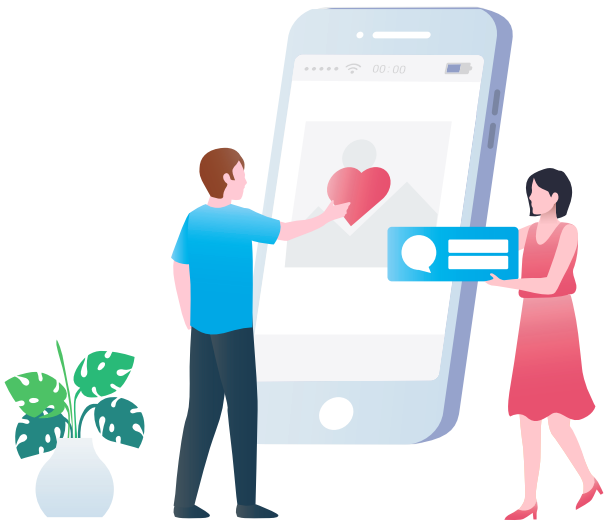
¿Qué es un negocio social?

Un negocio social es un negocio impulsado por una causa. El objetivo de la empresa es resolver los problemas que pueden amenazar a nuestra sociedad.

El beneficio generado no juega aquí el papel principal. Los inversores del negocio social recuperan su inversión aportada a la empresa, pero una vez que la recuperan, el beneficio generado se reinvierte en la empresa para mejorar su actividad. Esto significa que los inversores normalmente no reciben dividendos de la empresa.

El propósito de la inversión es lograr objetivos sociales como resultado de la operación de la empresa. Los empleados de la empresa social son remunerados a precios de mercado, pero trabajan en mejores condiciones.

El éxito de los negocios sociales se mide por el impacto generado en las personas o en el medio ambiente, no por la cantidad de beneficios obtenidos. El punto similar a otros negocios es que los negocios sociales también son sostenibles; generan suficientes ganancias para continuar operando [5].



5 Definition of social business, based on Yunus.

Siete principios de los negocios sociales

1. El objetivo empresarial será superar la pobreza, o uno o más problemas (como la educación, la salud, el acceso a la tecnología y el medio ambiente) que amenazan a las personas y a la sociedad; no la maximización de los beneficios.

2. Sostenibilidad económica y financiera.

3. Los inversores sólo recuperan el importe de su inversión. No se da ningún dividendo más allá del dinero de inversión.

4. Cuando se devuelve el importe de la inversión, los beneficios de la empresa permanecen en la empresa para su expansión y mejora.

5. Sensible a la igualdad de género y consciente del medio ambiente.

6. La fuerza de trabajo recibe un salario de mercado con mejores condiciones de trabajo.

7. ...hazlo con alegría. [6]

6 Siete principios de las empresas sociales, desarrollado por Yunus y Reitz.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas fue una reunión celebrada en septiembre del año 2000 en la sede de las Naciones Unidas en la ciudad de Nueva York, que reunió a 149 Jefes de Estado y de Gobierno y altos funcionarios de más de 40 países.

El documento principal, aprobado por unanimidad, es la Declaración del Milenio, que contiene una declaración de valores, principios y objetivos para el programa internacional del siglo XXI. También establece plazos para muchas acciones colectivas.

Durante esta reunión, los Estados miembro de las Naciones Unidas acordaron ayudar a los ciudadanos de los países más pobres del mundo a lograr una vida mejor. Se establecieron ocho objetivos internacionales de desarrollo y se comprometieron a ayudar a alcanzarlos para 2015. Los objetivos estaban relacionados con la pobreza, la educación, la igualdad entre los géneros, la mortalidad infantil, la salud materna, las enfermedades, las cuestiones ambientales y el desarrollo.

Después de 2015, en otra cumbre de las Naciones Unidas se establecieron nuevos objetivos, que forman parte de la agenda para 2030. Se establecieron un total de 17 objetivos que se aplican a todos los países, sin distinción entre países "desarrollados" o "en desarrollo".

Cada objetivo tiene sus propias metas e indicadores utilizados para medir el progreso hacia el logro de las metas. Se establecieron un total de 169 metas y 304 indicadores. [7]

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible sirven como fuente de inspiración inicial para resolver problemas sociales que ocurren a escala regional, nacional, de la Unión Europea e incluso mundial.

7 Más información en: https://sustainabledevelopment.un.org/

¿Es nuestra idea de negocio social innovadora?

Para saber si estamos trabajando en una idea de negocio social innovadora, deberíamos hacernos una serie de preguntas. Esto nos ayudará a diseñar una solución única para el problema que abordamos.

En primer lugar, queremos definir el problema que estamos tratando:

- ¿Cuál es el objetivo global que estamos abordando?
- ¿Cuál es el problema específico que queremos resolver?
- ¿Dónde está ocurriendo este problema? (continente, país, región,...)
- ¿Quiénes son las personas afectadas por el problema? (grupo destinatario)
- ¿Cuál es la solución que les ofrezco? (producto o servicio creado)

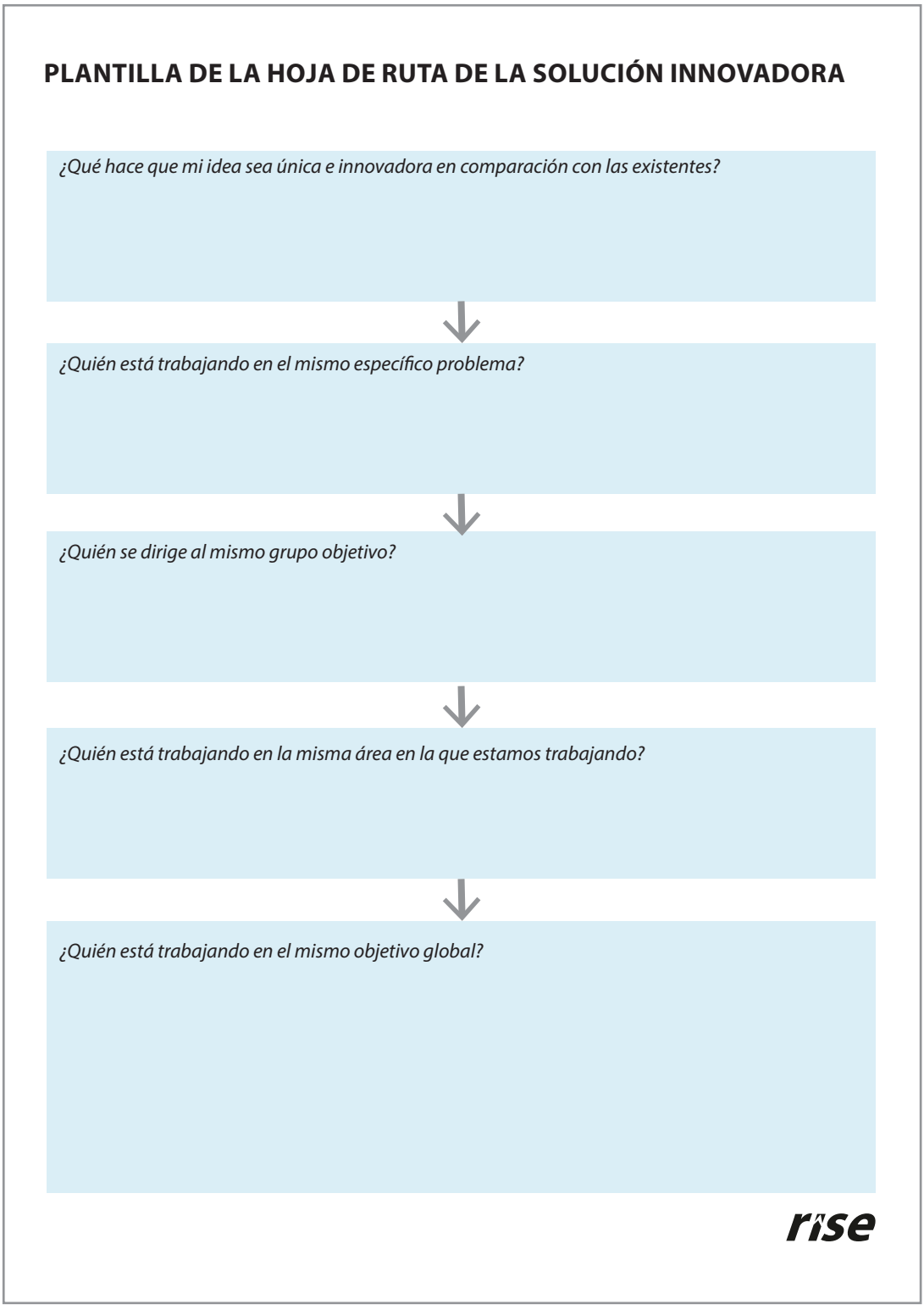
Después, también queremos saber quién está trabajando en el mismo tema y qué se ha hecho ya para abordar el problema. De esta manera, podemos construir sobre las ideas de otros o incluso colaborar con ellos para alcanzar nuestro objetivo:

- ¿Quién está trabajando en el mismo objetivo global?
- ¿Quién está trabajando en el mismo problema específico?
- ¿Quién está trabajando en la misma área en la que estamos trabajando?
- ¿Quién se dirige al mismo grupo objetivo?
- ¿Qué hace que mi idea sea única e innovadora en comparación con las existentes?

Finalmente, a partir de este último grupo de preguntas, podemos desarrollar nuestra propia "Hoja de ruta para la solución Innovadora"[8], que nos ayuda a seguir la dirección de la innovación empresarial social.

8 Innovative Solution Roadmap, based on +Acumen.

PLANTILLA DE LA HOJA DE RUTA DE LA SOLUCIÓN INNOVADORA



Ejemplos de Emp

SELFAIR

"¿Realmente tenemos que empaquetar los alimentos en plástico?" Esa fue la pregunta que se hizo el propietario de Selfair en Bremen (Alemania) antes de iniciar su iniciativa de tiendas de alimentación en 2016. El plástico está presente en todos los supermercados y también en muchos productos biológicos y no biológicos. Esto es una amenaza para el medio ambiente, ya que el plástico dura mucho tiempo en desaparecer, lo podemos ver en el mar y también en el campo. Los clientes tienen la clave para cambiar esta situación y necesitan un cambio de opinión.

Selfair ofrece todos los productos sin embalaje, sólo bolsas de papel para alimentos. Los clientes pueden traer sus propios recipientes para comprar productos como vegetales, cereales, zumos, detergentes y muchos más. Si los clientes no tienen ninguno con ellos, pueden comprar algunos en la misma tienda por un precio barato. Un cambio es posible y Selfair está contribuyendo con esta iniciativa para alcanzarlo.

Para más información visite: www.selfair.de

resas Sociales (1)

PREMIUM COLA

Una queja contra el cambio de una receta de una bebida de cola existente dio origen a esta nueva empresa en Hamburgo (Alemania). No sólo crearon su propia receta, sino que también crearon un negocio social que se preocupa por los derechos de sus trabajadores, proveedores y también de sus clientes. Los derechos de todos son respetados en términos de condiciones de trabajo justas, contratos de suministro justos y precios justos para los clientes.

Para más información visite: www.premium-cola.de

Ejemplos de Emp

_TIVITY

Se trata de una organización sin ánimo de lucro que promueve el establecimiento de un modelo turístico alternativo, social y sostenible en las Islas Canarias (España). Su objetivo es mejorar las oportunidades de la población local y ofrecer actividades de ocio alternativas. Distribuyen los beneficios del turismo de manera más eficaz y garantizan el respeto de la naturaleza y de los valores culturales de la comunidad local. Movilización, desarrollo comunitario, preservación del medio ambiente, educación ambiental y social, cohesión social y relaciones interculturales son conceptos integrados en las actividades de Desaplatánate.

Para más información visite: www.desaplatanate.org

resas Sociales (2)

HOODTRAINING

Esta iniciativa de Bremen (Alemania) ofrece proyectos, cursos de formación y talleres gratuitos para niños y jóvenes de barrios con necesidades de desarrollo. El Hoodtraining está dirigido a seguir nuevas perspectivas, superar los problemas del día a día, la frustración y las agresiones se transforman en fuerza de voluntad. El proyecto conecta a personas de diferentes grupos de edad y procedencia. En la comunidad, los niños y jóvenes son aceptados, adquieren confianza en sí mismos y aprenden sobre las estructuras y las reglas. Juntos siguen los objetivos deportivos mientras aprenden el espíritu de equipo, la confianza y el respeto mutuo. Para Hoodtraining, el deporte es más que un hobby, porque quien hace ejercicio no sólo entrena sus músculos, sino sus competencias sociales.

Para más información visite: www.hoodtraining.de

HOOD TRAINING
schafft Perspektiven

DEFINIENDO IMPACTO SOCIAL

Cuando hablamos de impacto, hablamos del cambio a largo plazo que está haciendo en la sociedad o en el medio ambiente como resultado de su actividad empresarial social.

Cuando se crea un nuevo negocio social, se plantea la hipótesis de que creará un cambio específico a largo plazo de alguna manera, en el que las personas o el medio ambiente se verán afectados positivamente. Sin embargo, no se sabe si las mejoras generadas se deben a un resultado directo del producto o servicio generado por su negocio social o si estas mejoras están influenciadas por otros factores de la sociedad que también afectan al resultado.

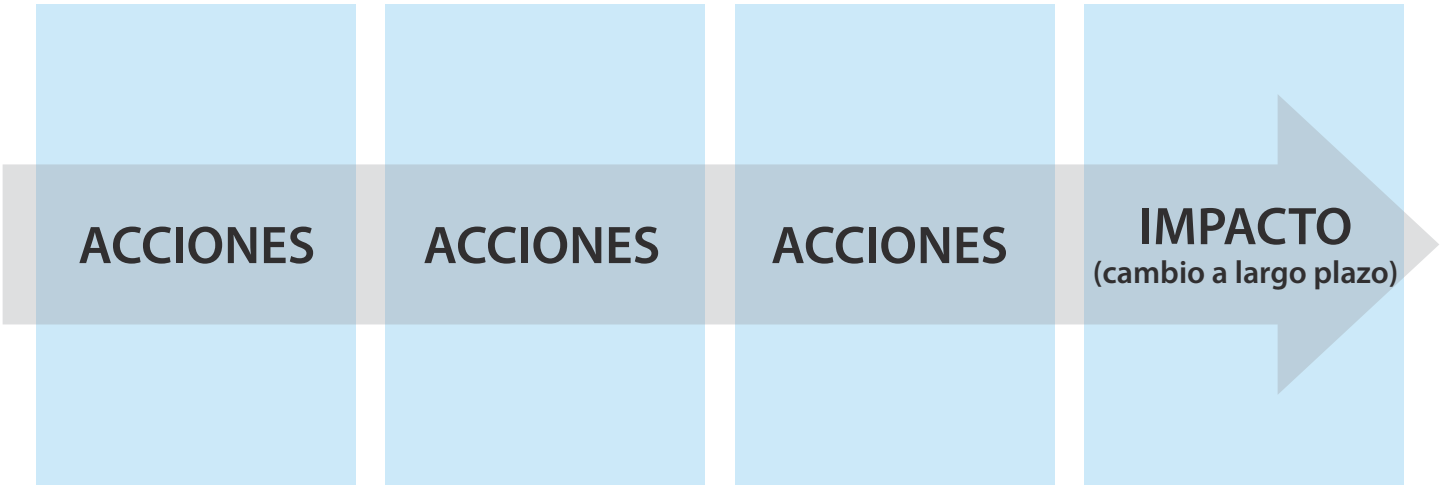
Por esta razón, al comienzo de la creación de una empresa social es importante definir el cambio específico a largo plazo que desea crear con su producto o servicio. Además, es posible que desee crear un plan para verificar cómo se están alcanzando sus objetivos en cada etapa del proceso hacia el cambio a largo plazo.

Para poder definir el cambio a largo plazo, podemos crear una "Teoría del Cambio", que nos ayudará a definir el impacto esperado y cómo planeamos alcanzarlo.

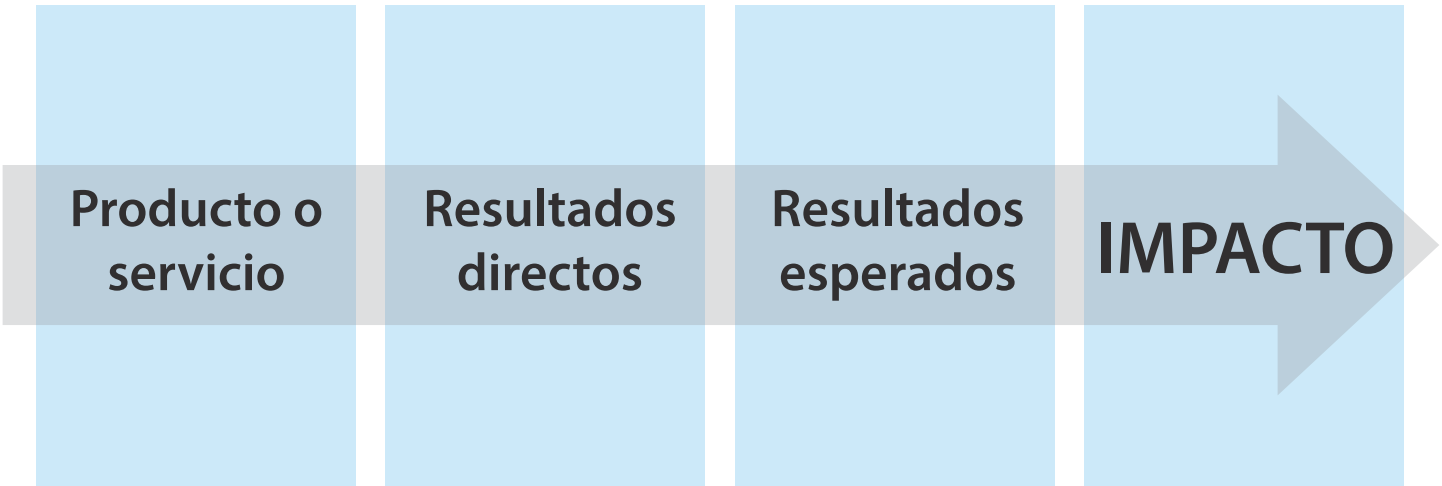
Teoría del cambio

Una Teoría del Cambio se presenta generalmente en forma de diagrama, el cual puede ser representado de diferentes maneras.

En nuestro caso, utilizaremos un diagrama cronológico que muestra el cambio esperado a largo plazo al final (impacto). Para llegar a este cambio esperado a largo plazo, definiremos los pasos previos necesarios. O para decirlo de otra manera, crearemos las acciones necesarias que conduzcan al impacto esperado.



Estas acciones son en realidad el producto o servicio ofrecido, sus productos directos y sus resultados esperados que conducirán al impacto deseado[9]:



9 Basado en Learning Lab.:

Teoría del cambio

Producto o servicio

Esta es nuestra contribución, nuestra solución diseñada para el problema que queremos abordar.

Expectativas sobre nuestra aportación:

- ¿Qué características especiales tiene nuestro producto o servicio que generan un impacto positivo en la sociedad?

- ¿Cómo nos aseguramos de que nuestro producto o servicio genere resultados directos?

Resultados directos

Estos son los resultados directos que provienen de nuestro producto o servicio, cómo lo usa la gente.

Expectativas sobre los resultados directos:

- ¿Cómo utiliza la gente nuestro producto o servicio?

- ¿Qué puede salir mal o diferente a lo esperado?

- ¿Qué debe ocurrir con estos resultados directos para que generen los resultados esperados?

Resultados esperados

Así es como nuestro producto o servicio ayuda a los usuarios finales y los beneficios que les aporta. Estos resultados son visibles después de un período de uso o prueba piloto (generalmente meses).

Expectativas sobre nuestros resultados:

- ¿Qué beneficios tienen los usuarios finales como resultado del uso de nuestro producto o servicio?

- ¿Cómo ayuda nuestro producto o servicio a crear un cambio o impacto a largo plazo?

- ¿Cuáles son los posibles riesgos que podrían impedir que nuestro producto o servicio tenga el impacto esperado?

IMPACTO

Estos son los cambios positivos a largo plazo en la sociedad o el medio ambiente que se generan gracias a nuestro producto o servicio.

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO SOCIAL

CARACTERÍSTICAS DE LA SALA DE FORMACIÓN

Para llevar a cabo un taller en condiciones óptimas, debemos asegurarnos de seleccionar un lugar que se ajuste a las necesidades de nuestro taller. Además, los siguientes consejos nos ayudarán a llevarlo a cabo con éxito:

- Ubicación: elija un lugar donde los participantes puedan llevar a cabo su investigación específica (la escuela o los espacios públicos pueden ser una buena opción).

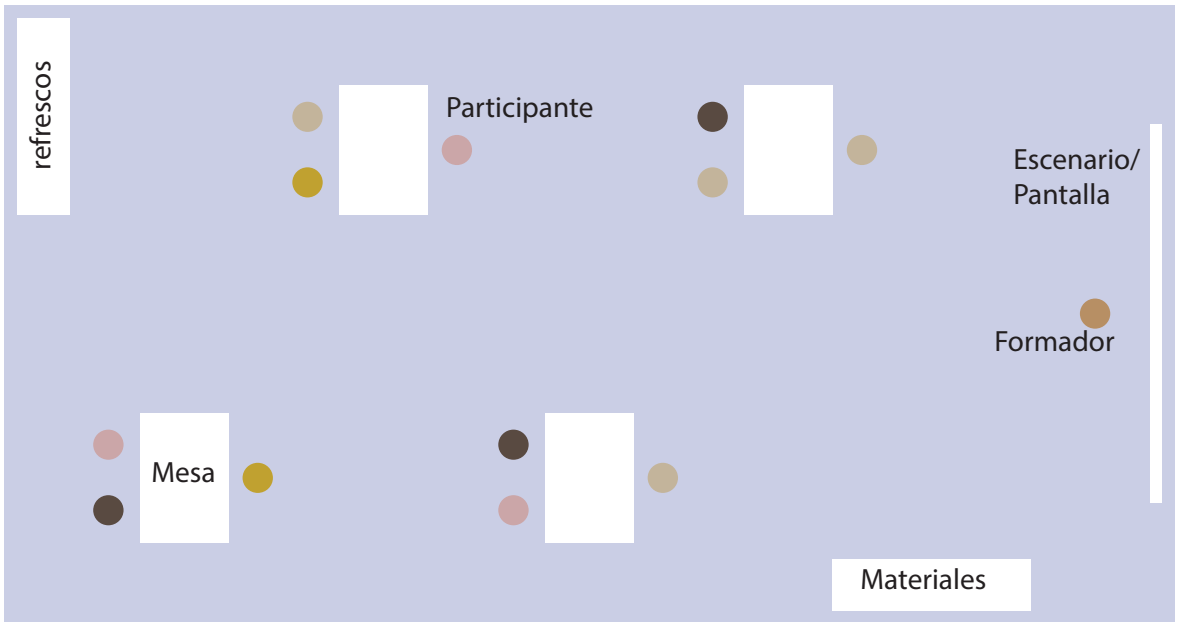
- Capacidad: nuestro taller puede contar entre 4 y 12 participantes + el facilitador del taller. Para un mayor número de participantes, sería mejor contar con co-facilitadores que nos ayuden con la organización y con el curso del taller.

- Mesas: máximo 4 participantes por mesa para facilitar el trabajo en equipo. Número de sillas correspondiente. (Opción: Las mesas regulables en altura se adaptan perfectamente a las diferentes secciones del taller).

- Espacio: la sala debe permitir que el facilitador se mueva libremente para ir de mesa en mesa y ayudar a cada grupo.

- Luz: asegúrese de tener una habitación bien iluminada y preferiblemente con ventanas.
- Espacio en la pared: las paredes libres son mejores para pegar post-its y otros trabajos. De lo contrario, también podemos utilizar paneles de moderación (1-2 por grupo).

- Snacks y refrescos: Planee algunos bocadillos, café, té y refrescos para los participantes. Las mentes geniales necesitan algo de combustible :)



PROGRAMA DE FORMACIÓN DETALLADO

El siguiente programa ayudará al formador a dirigir el taller. Las actividades se describen en detalle y se programan en franjas horarias. Además, los materiales necesarios para cada parte de la formación se enumeran aparte.

El taller se distribuye en tres días y está planeado con franjas horarias. Sin embargo, la duración del taller y sus diferentes actividades pueden adaptarse a las necesidades del formador.

Día 1			
Diseño centrado en el ser humano - Parte 1			
Hora	**Actividad**	**Detalles**	**Materiales**
8:00 (1 h)	Preparación de la sala	- Configurar el ordenador, el proyector y los altavoces - Compruebe el vídeo y el sonido - Prepare papel de flipchart, mesas, sillas, marcadores, notas adhesivas y otros materiales que se utilizarán durante la capacitación. - Preparar refrescos - Preparar etiquetas de identificación	- Ordenador - Cámara - Etiquetas nombre - Rotuladores - Paredes - Papel de flipchart - Post-Its - Refrescos - Puntos de color - Temporizador - Papel DIN A4 - Plantilla de investigación
9:00 (20 min.)	Bienvenida + Warm-up	- Entregar etiquetas a los participantes - Comenzar en círculo - Dar la bienvenida a los participantes - Explicar el propósito de la formación - ACTIVIDAD: Warm-up (5 min.) - Repasar la agenda del día	- Etiquetas de identificación - Warm-up - Agenda - Flipchart
9:20 (40 min.)	Diseño centrado en el ser humano (DCH) - Introducción	- Explicar que es el pensamiento de diseño - Explicar el doble diamante - Introducir el diseño centrado en el ser humano y mostrar ejemplos - Introducir actitides - Introducir las preguntas “Cómo podríamos?” - ACTIVIDAD: crear preguntas “Cómo podríamos?” (5 min.) - Seleccione la pregunta “Cómo podríamos?” - Explicar los pasos del DCH y el proceso	- Flipchart - Ejemplo de DCH - Proceso del diseño de doble diamante - Post-it grandes - Marcadores - Puntos de color para votar - Temporizador - Pasos DCH

Día 1			
Diseño centrado en el ser humano - Parte 1			
Hora	**Actividad**	**Detalles**	**Materiales**
10:00 (5 min.)	Grupos	- Crear grupos - Distribuya a los participantes por mesas	
10:05 (20 min.)	Observación	- ¿En qué punto del proceso nos encontramos? - Introducir la fase de observación - Introducción a la investigación del diseño	- Flipchart - Pasos DCH
10:25 (15 min.)	**Pausa**		
10:40 (20 min.)	Preparación de la investigación sobre el terreno	- ACTIVIDAD: Los equipos preparan la plantilla para la investigación sobre el terreno: preguntas, roles, etc. (20 min.)	- Plantilla de investigación - Bloc de notas - Bolígrafos - Temporizador
11:00 (2 h)	Investigación sobre el terreno	- Los equipos salen al terreno para buscar inspiración observando y entrevistar a gente. *(Mientras tanto, el formador puede preparar la sala para la siguiente fase de "definición" preparando las paredes para recoger la información recogida).	- Plantilla de investigación (rellenada) - Bloc de notas - Bolígrafos - Cámara
13:00 (1,5 h)	**Pausa**		
		WELCOME BACK!	
14:30 (75 min.)	Define	- Los participantes regresan de la investigación sobre el terreno. - ¿En qué punto del proceso nos encontramos? - Introducir la fase de definición como la fase de recopilación y organización de la información recopilada. - ACTIVIDAD: Anote la información obtenida (20 min.) - ACTIVIDAD: Agrupación por temas similares (15 min.) - ACTIVIDAD: Crear las primeras conclusiones o ideas (10 min.)	- Pasos del DCH - Paredes - Papel de flipchart - Notas autoadhesivas - Marcadores - Temporizador
15:45 (15 min.)	Reflexión	- Crear un círculo de sillas en el centro - Reflexión de la jornada	
16:00	**Final del día 1**		

DETAILED TRAINER CURRICULUM

Día 2			
Diseño centrado en el ser humano - Parte 2			
Hora	**Actividad**	**Detalles**	**Materiales**
8:30 (30 min.)	Preparación de la sala	- Configurar el ordenador, el proyector y los altavoces - Compruebe el vídeo y el sonido - Prepare papel de flipchart, mesas, sillas, marcadores, notas adhesivas y otros materiales que se utilizarán durante la capacitación. - Preparar refrescos - Preparar etiquetas de identificación	- Ordenador - Cámara - Etiquetas de nombre - Rotuladores - Paredes - Papel de flipchart - Post-its - Refrescos - Puntos de color - Temporizador - Papel DIN A4
9:00 (20 min.)	Warming up	- ACTIVIDAD: Warm-up (5 min.) - Repasar la agenda del día - Revisar los pasos realizados	- Warm up - Agenda - Pasos del DCH
9:20 (1 h)	Personas	- Explicar la utilidad de las personas (5 min.) - Explicar el proceso de creación de la persona (10 min.) - ACTIVIDAD: Crear una persona o dos (45 min.) - Mostrar resultados de los participantes	- Papel de flipchart - Marcadores - Temporizador
10:25 (15 min.)	**Pausa**		
10:35 (50 min.)	Idear	- ¿En qué fase del proceso nos encontramos? - Introducir la fase de Ideación. (5 min.) - Introducción a las reglas del Brainstorming. (3 min.) (Solo, reunir ideas, volver a hacer una lluvia de ideas). - ACTIVIDAD: ¡Idea! (40 min.)	- Pasos del DCH - Notas post-it - Temporizador
11:25 (70 min.)	Prototipar	- ¿En qué punto del proceso nos encontramos? - Introducir la fase de prototipado. (15 min.) (Tipos de prototipos). - ACTIVIDAD: ¡Prototipa! (50 min.)	- Pasos DCH - Materiales para prototipos - Temporizador

Día 2			
Diseño centrado en el ser humano - Parte 2			
Hora	**Actividad**	**Detalles**	**Materiales**
12:35 (1,5 h)	**Pausa**		
14:05 (35 min.)	Compartir resultados de prototipos	- ACTIVIDAD: Comparta los resultados de los equipos con el resto de los participantes.	- Temporizador
14:40 (30 min.)	Introducción al testeo	- ¿Revisar el proceso? - Introducir el testeo (5 min.) - ACTIVIDAD: Pruebe los prototipos con personas reales (30 min.)	- Pasos del DCH
15:10 (15 min.)	Reflexión	- Crear un círculo de sillas en el centro - Reflexión de la jornada	
15:25	**Final del día 2**		

DETAILED TRAINER CURRICULUM

Día 3			
Social Entrepreneurship			
Hora	**Actividad**	**Detalles**	**Materiales**
8:45 (15 min.)	Preparación de la sala	- Configurar el ordenador, el proyector y los altavoces - Compruebe el vídeo y el sonido - Prepare papel de flipchart, mesas, sillas, marcadores, notas adhesivas y otros materiales que se utilizarán durante la capacitación. - Preparar refrescos - Preparar etiquetas de identificación	- Ordenador - Cámara - Etiquetas de nombre - Rotuladores - Papel de flipchart - Post-its - Refrescos - Temporizador
9:00 (20 min.)	Warming up	- ACTIVIDAD: Warm-up (5 min.) - Repasar la agenda del día - Revisar los pasos realizados	- Warm up - Agenda - Pasos del DCH
9:20 (25 min.)	¿Qué es el emprendimiento social?	- Explicar qué es el emprendimiento social - Explicar qué son los negocios sociales - Objetivos de desarrollo sostenible	- Presentación - flipchart
9:45 (30 min.)	Empresas Sociales	- Ejemplos de empresas sociales (30 min.) - Comentar los ejemplos	- Presentación - Flipchart
10:15 (15 min.)	**Pausa**		
10:30 (2 h)	Buscando problemas sociales	- TRABAJO EN EQUIPO: Empiece a buscar problemas sociales para resolver aplicando los métodos ya aprendidos. - ¿Es innovadora nuestra idea de negocio social?	- Pasos del DCH - Rotuladores - Paredes - Flipchart - Post-its - Temporizador
12:35 (1,5 h)	**Pausa**		
14:00 (1 h)	Impacto Social	- Definiendo impacto social - ACTIVIDAD: Crear una Teoría de Cambio para su idea de negocio social (40 min.)	- Cronómetro - Rotuladores - Flipchart - Post-its
15:00 (15 min.)	Reflection	- Crear un círculo de sillas en el centro - Jornada de reflexión	
15:15	**Final del día 3**		

ACTIVIDADES ADICIONALES QUE PUEDES INCLUIR EN TU FORMACIÓN DE EMPRENDEDOR SOCIAL:

Actividad 1

Muestre diferentes empresas sociales y no sociales y discuta cuáles son empresas sociales, cuáles no y por qué.

Desde las empresas sociales, discuta con los participantes las siguientes preguntas:

¿Qué productos o servicios ofrece la empresa social?
¿Cuál es el propósito de la empresa social?
¿Qué y a quién apoya la empresa social? ¿Cómo?
¿Podríamos mejorar la idea de la empresa social?

Duración de la actividad: unos 30 minutos.

Actividad 2

Lleve a los participantes a dar un paseo por el centro de la ciudad. Dígales que anoten los diferentes negocios por los que pasan. También pueden escribir comentarios y tomar fotografías.
De vuelta en el lugar en el que se realice la formación, inicie un debate sobre qué empresas son empresas sociales y cuáles no. Pida a los participantes que expliquen sus decisiones.

Duración de la actividad: 1 - 2 horas.

To-Do's & Checklist para el taller

Para ayudarnos en el proceso de planificación, podemos usar listas de cosas por hacer (To-Do lists) y listas de comprobación (Checklists). Estas listas son buenas para llevar un registro de las actividades que se llevarán a cabo antes del día del taller y de los materiales que se utilizarán durante el taller.

Para ello hemos creado dos plantillas para anotar las tareas más importantes a realizar. Por un lado, una lista de lo que hay que hacer cuatro semanas, dos semanas y un par de días antes del día del taller. También las actividades a tener en cuenta el mismo día del taller.

Por otro lado, podemos crear una lista de comprobación para hacer un seguimiento de los materiales necesarios, para que no olvidemos ningún elemento importante para el gran día.

Las siguientes plantillas pueden servir de inspiración para crear sus propias plantillas:

TO-DO LIST

4 semanas antes del día del taller:

Por ejemplo:
- Reúna al equipo de formadores y especifique las funciones de cada persona.
- Reserve la sala de talleres en su institución si es necesario.
- Enviar invitaciones / promover el taller a las personas interesadas.
- . . .

2 semanas antes del día del taller:

Por ejemplo:
-Prepare cualquier material necesario para el taller.
-Revise la agenda y las secciones con su equipo de instructores.
- . . .

1-2 días antes del día del taller:

Por ejemplo:
- Prepare la sala y organícela de acuerdo con las necesidades del taller.
- Prepare cualquier material necesario. Imprima cualquier documento que necesite.
- Ensaye las diferentes secciones del taller con su equipo. Ensayar los roles.
- . . .

Día del taller:

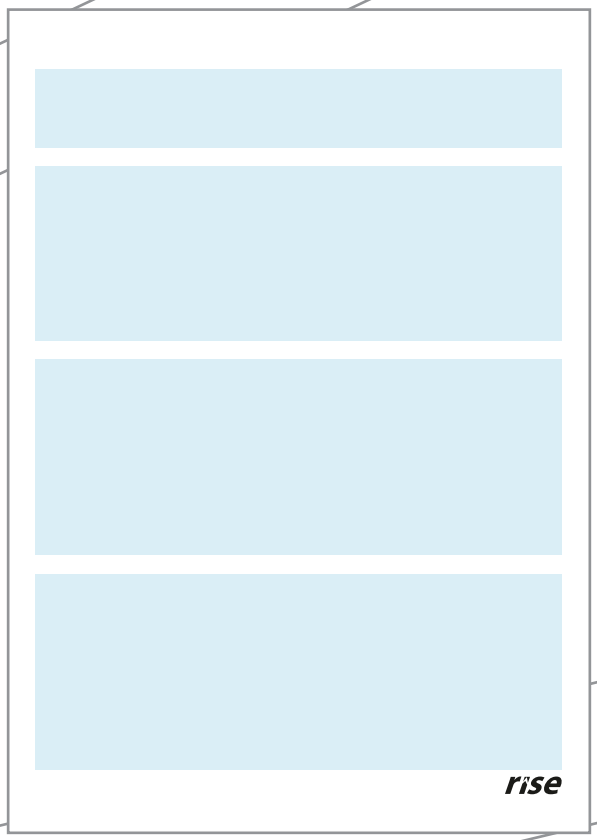
- Organice la sala 1 hora antes de la salida y compruebe los dispositivos de audio y vídeo si se utilizan.
- Realice el taller con su equipo.
- Asegúrese de registrar los resultados del taller (fotos del evento y documentación).
- . . .

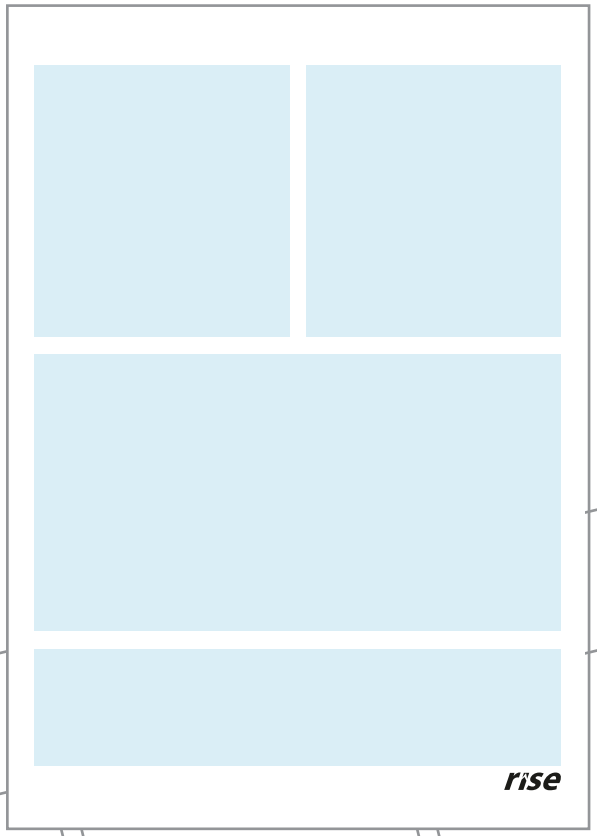
LISTA DE COMPROBACIÓN (CHECKLIST)

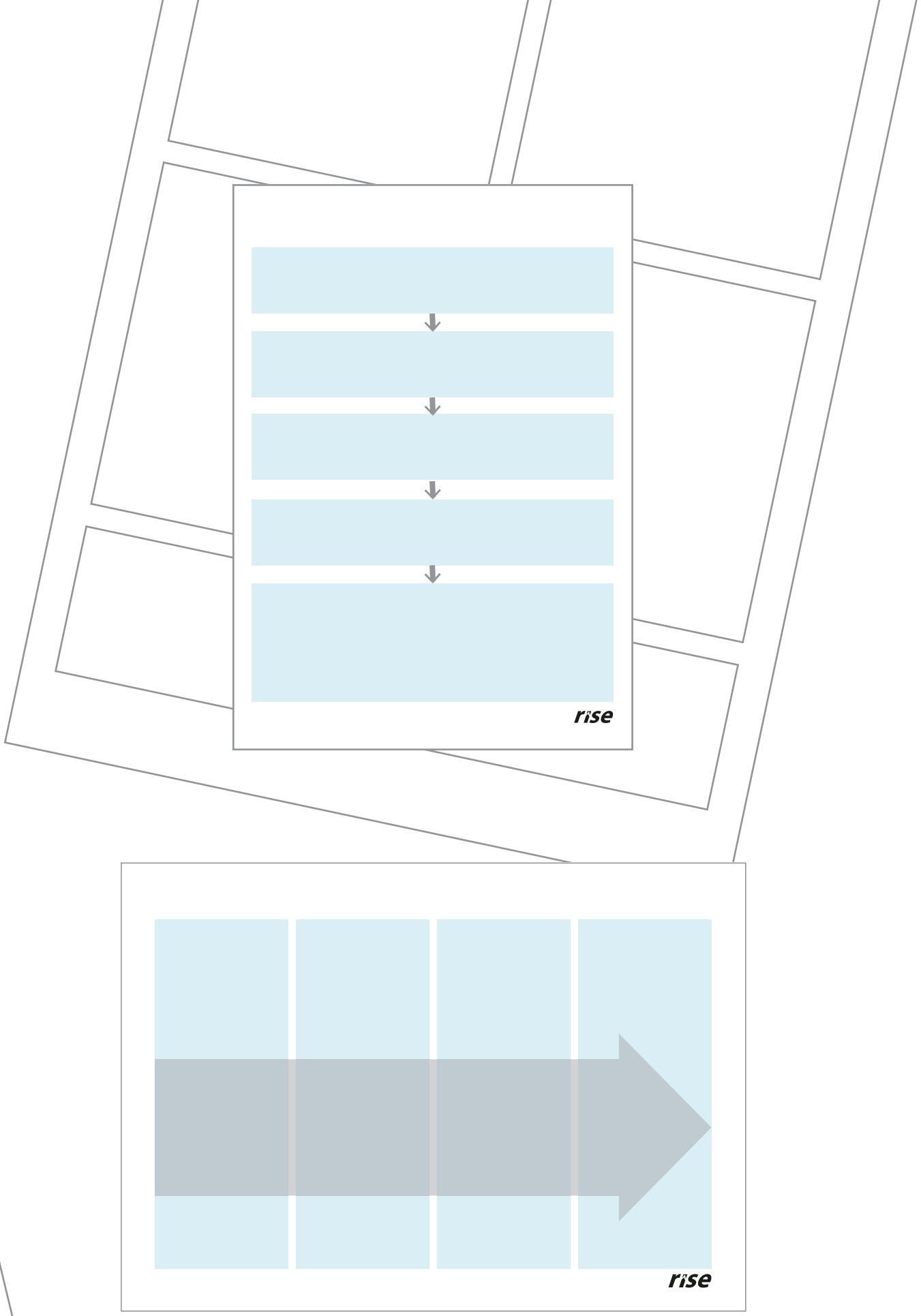
- [x]
- [ ] Ordenador / cables / altavoces
- [ ] Presentación
- [ ] Papel de flipchart
- [ ] Notas Post-It (una libreta por persona)
- [ ] Barra de pegamento (1 por equipo)
- [ ] Cinta adhesiva (1 por equipo)
- [ ] Marcadores y bolígrafos (1 por persona)
- [ ] Tijeras (1 por equipo)
- [ ] Puntos de colores
- [ ] Plantillas necesarias (1-2 por equipo)
- [ ] Different prototype materials (in boxes for the whole group)
- [ ] Paneles de moderación (1-2 por equipo)
- [ ] Diferentes materiales prototipo (en cajas para todo el grupo)

- [x]
- [ ] Bloc de notas o papel para tomar notas (1 por equipo)
- [ ] Refrescos
- [ ] Cámara de fotos
- [ ] Temporizador
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...
- [ ] ...

PLANTILLAS






rise
rise

PLANTILLA
DE INVESTIGACIÓN

PLANTILLA DE INVESTIGACIÓN

Nuestro desafío:

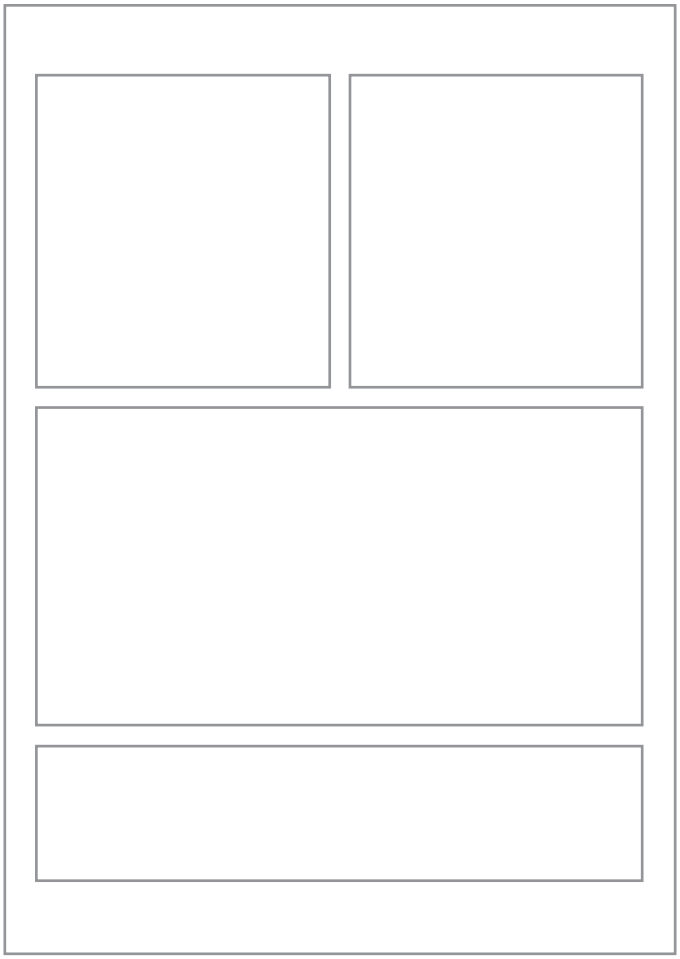
¿Quiénes son las personas relevantes a las que queremos preguntar?

¿Cuáles son los lugares relevantes que queremos observar?

¿Qué preguntas queremos hacernos para obtener información útil para nuestra investigación?

rise

PLANTILLA DE PERSONA



PLANTILLA DE PERSONA

Nombre:

Edad:

Profesión:

Familia:

Marcas preferidas:

Aficiones:

_____:

_____:

_____:

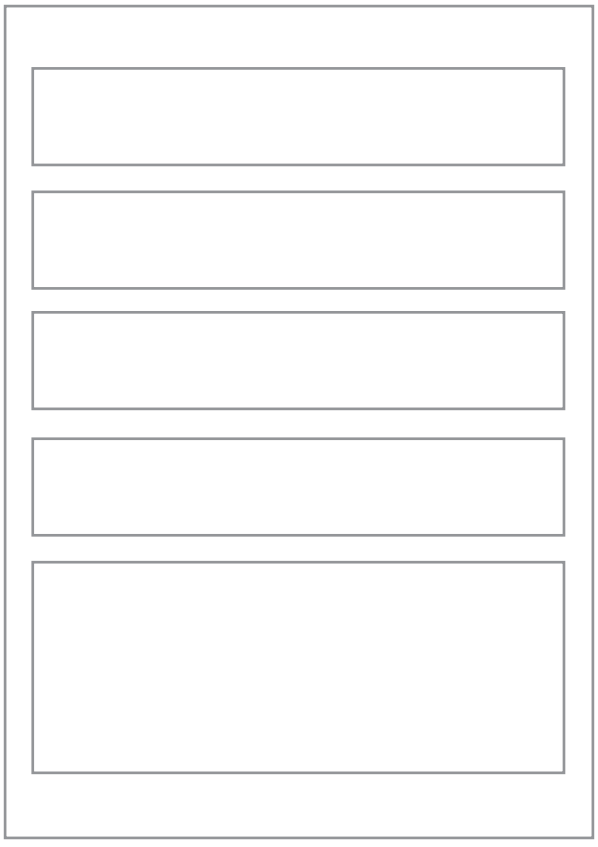
Imagen de perfil (dibuja tu persona)

Información relacionada con el problema para el que estamos diseñando una solución (necesidades, buenas y malas sensaciones, problemas que tienen...)

Observaciones

rise

PLANTILLA DE HOJA DE RUTA DE SOLUCIONES INNOVADORAS



PLANTILLA DE HOJA DE RUTA DE SOLUCIONES INNOVADORAS

¿Quién se está dirigiendo al mismo grupo objetivo?

¿Quién está trabajando en el mismo problema específico?

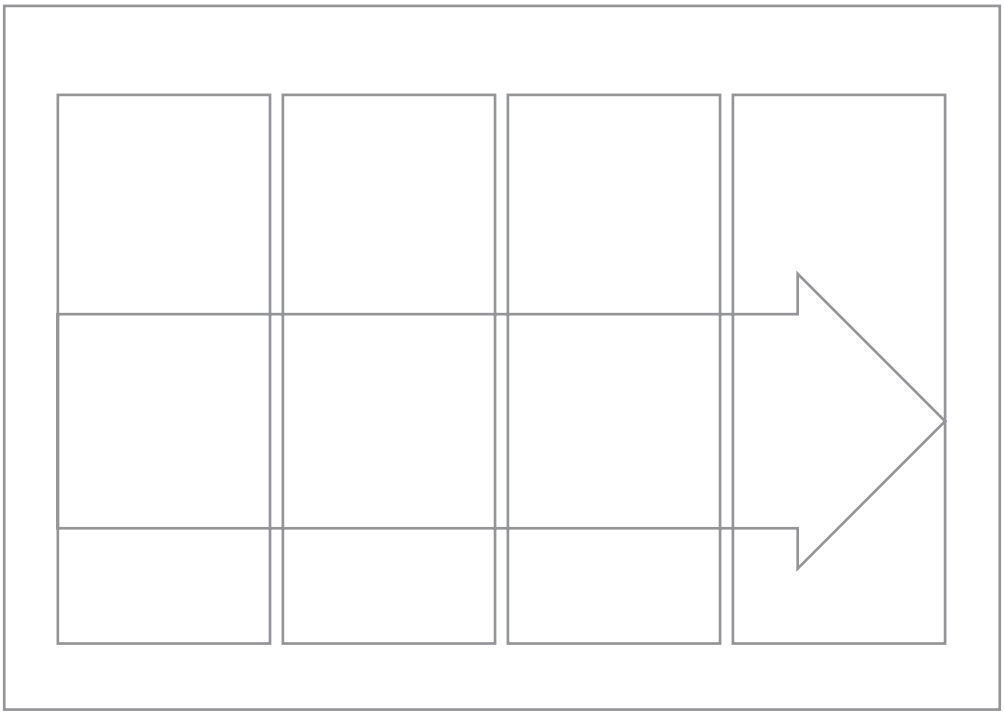
¿Quién está trabajando en la misma área en la que estamos trabajando?

¿Quién está trabajando en el mismo objetivo global?

¿Qué hace que mi idea sea única e innovadora en comparación con las ya existentes?

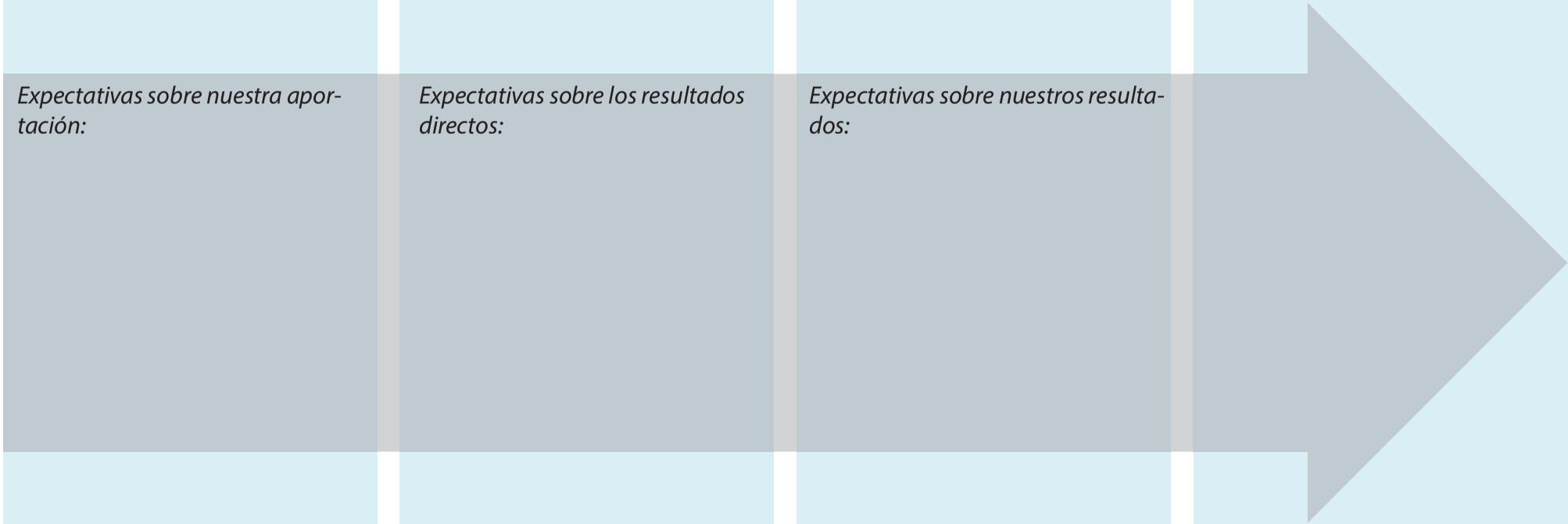
rise

PLANTILLA DE LA TEORIA DEL CAMBIO



PLANTILLA DE LA TEORIA DEL CAMBIO

Producto o servicio	*Resultados directos*	*Resultados esperados*	*Impacto*
Expectativas sobre nuestra aportación:	*Expectativas sobre los resultados directos:*	*Expectativas sobre nuestros resultados:*	



RECONOCIMIENTOS DE IMÁGENES

Page 1: Elaboración propia

Page 11: Elaboración propia

Page 14: Elaboración propia

Page 15: Elaboración propia, basado en “British Design Council’s work, 2005”.

Page 16: Elaboración propia

Page 17: Elaboración propia. Versión modificada ligeramente de la versión de designthinking.ideo.com.

Page 19 Diseñado por Freepik (versión modificada).

Page 20: Diseñado por rawpixel.com / Freepik (versión modificada).

Page 21: Diseñado por vilmosvarga / Freepik (versión modificada).

Page 22+23: Elaboración propia.

Page 25: 1)4)5) Diseñado por rawpixel.com / Freepik. 2) Diseñado por katemangostar / Freepik. 3) freedesignfile.com.

Page 26: 1) Elaboración propia. 2) Diseñado por Freepik. 3) Diseñado por rawpixel.com / Freepik.

Page 27: Plantilla de investigación. Elaboración propia.

Page 29: Grafico diseñado por https://hbr.org (link actualizado en diciembre 2018)(versión modificada).

Page 30: Diseñado por iconicbestiary / Freepik versión modificada).

Page 33: Plantilla de Persona. Elaboración propia.

Page 35: 1)3)4) Diseñado por rawpixel.com / Freepik. 2) Diseñado por Freepik.

Page 36: 1)2)3)4) Diseñado por rawpixel.com / Freepik.

Page 37: Designed by rawpixel.com / Freepik.

Page 39: 1) Diseñado por rawpixel.com / Freepik. 2) Diseñado por macrovector / Freepik.

RECONOCIMIENTOS DE IMÁGENES

Page 40: Diseñado por Freepik

Página 42: Diseñado por rawpixel.com / Freepik.

Página 44: Diseñado por pikisuperstar / Freepik.

Página 46: www.sustainabledevelopment.un.org (link actualizado en Diciembre 2018).

Página 50: www.facebook.com/selfairbremen (link actualizado en Diciembre 2018).

Página 51: www.hamburg-startups.net (link actualizado en Diciembre 2018).

Página 52: www.tivity.es (link actualizado en Diciembre 2018).

Página 53: www.kreiszeitung.de (link actualizado en Diciembre 2018).

Página 59: Elaboración propia

Página 66: Diseñado por Freepik.

REFERENCIAS

1 Wagner T. (2010): The Global Achievement Gap, Basic Books.

2 https://challenges.openideo.com (access on December 2018).

3 Kelley and Kelley, 2003.

4 http://www.designkit.org (access on December 2018).

5 http://www.muhammadyunus.org (access on December 2018).

6 http://www.muhammadyunus.org (access on December 2018).

7 https://sustainabledevelopment.un.org (access on December 2018).

8 https://acumen.org (access on December 2018).

9 https://usaidlearninglab.org (access on December 2018).

rise 2019

Coordinador del proyecto:

Universität Bremen

INSTITUTE TECHNOLOGY AND EDUCATION IT+B INSTITUT TECHNIK UND BILDUNG

Colaboradores:

Florida Grup Educatiu

CIPFP CATARROJA

wilhelm wagenfeld schule

BSC Business Support Centre Kranj Regional Development Agency of Gorenjska

ŠOLSKI CENTER KRANJ ZA POKLICE PRIHODNOSTI

CC BY NC ND

Licenciado bajo Creative Commons: "Atribución-No Comercial-Compartir Igual"

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación [comunicación] refleja únicamente la opinión del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

rise 2019

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union