

Badajoz | 13 NOV 2019

foro de emprendimiento social



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolupament Regional



Ecosistema transfronterizo
para el fomento del emprendimiento
y economía social con impacto
en la Región Euroace

Design Thinking: diseña tus productos sociales

Ángel Álvarez Taladriz

Brain CO



Badajoz | 13 NOV 2019

foro de
**emprendimiento
social**



Interreg
España - Portugal



El sistema transfronterizo
para el fomento del emprendimiento
y economía social con impacto
en la Región Europea



QUÉ VAMOS A VER HOY

QUÉ ES EL DESIGN THINKING

IDENTIFICAR RETOS SOCIALES

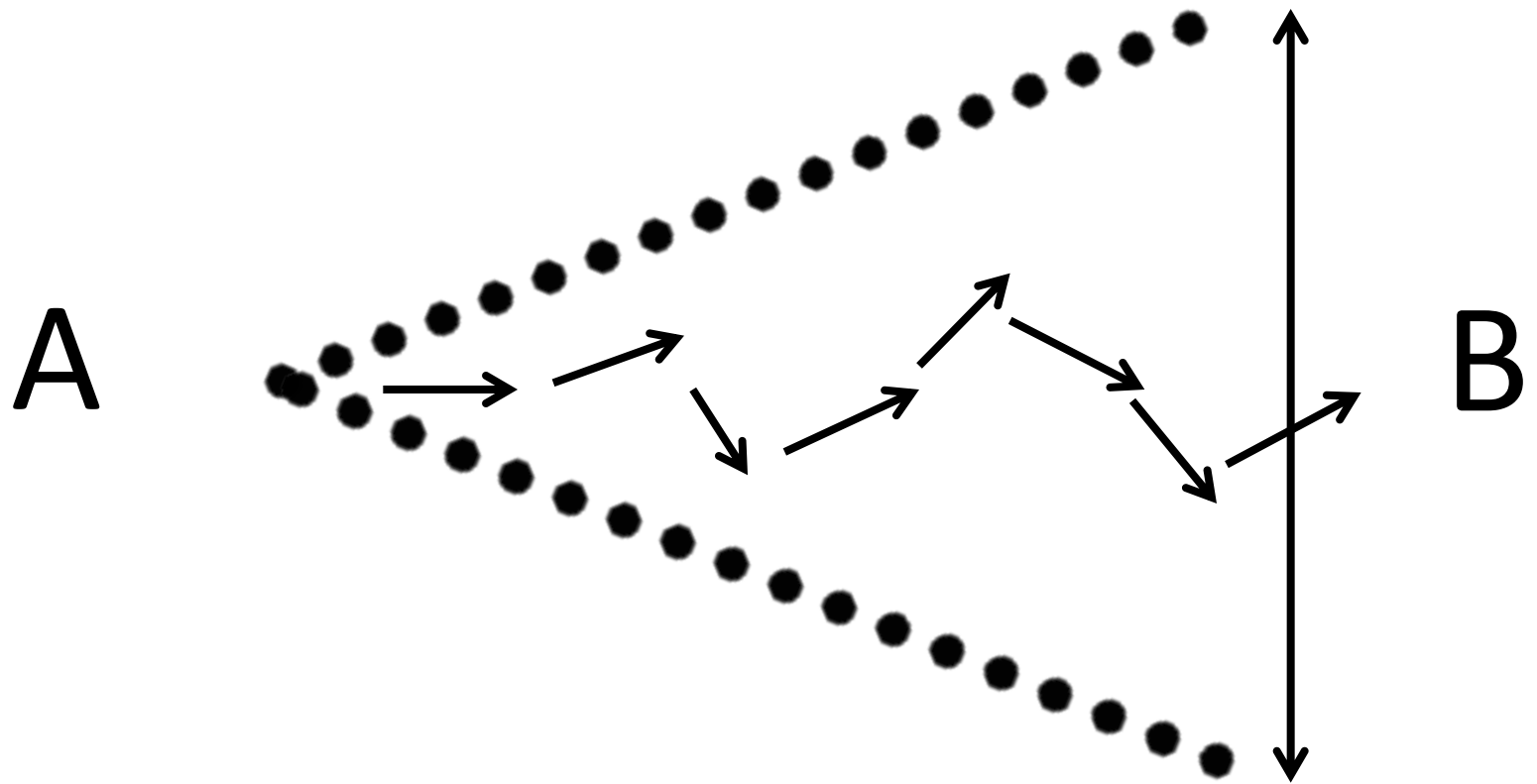
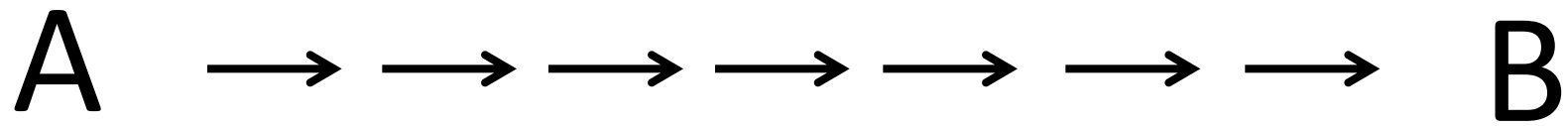
DISEÑAR PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CARÁCTER SOCIAL Y AMBIENTAL

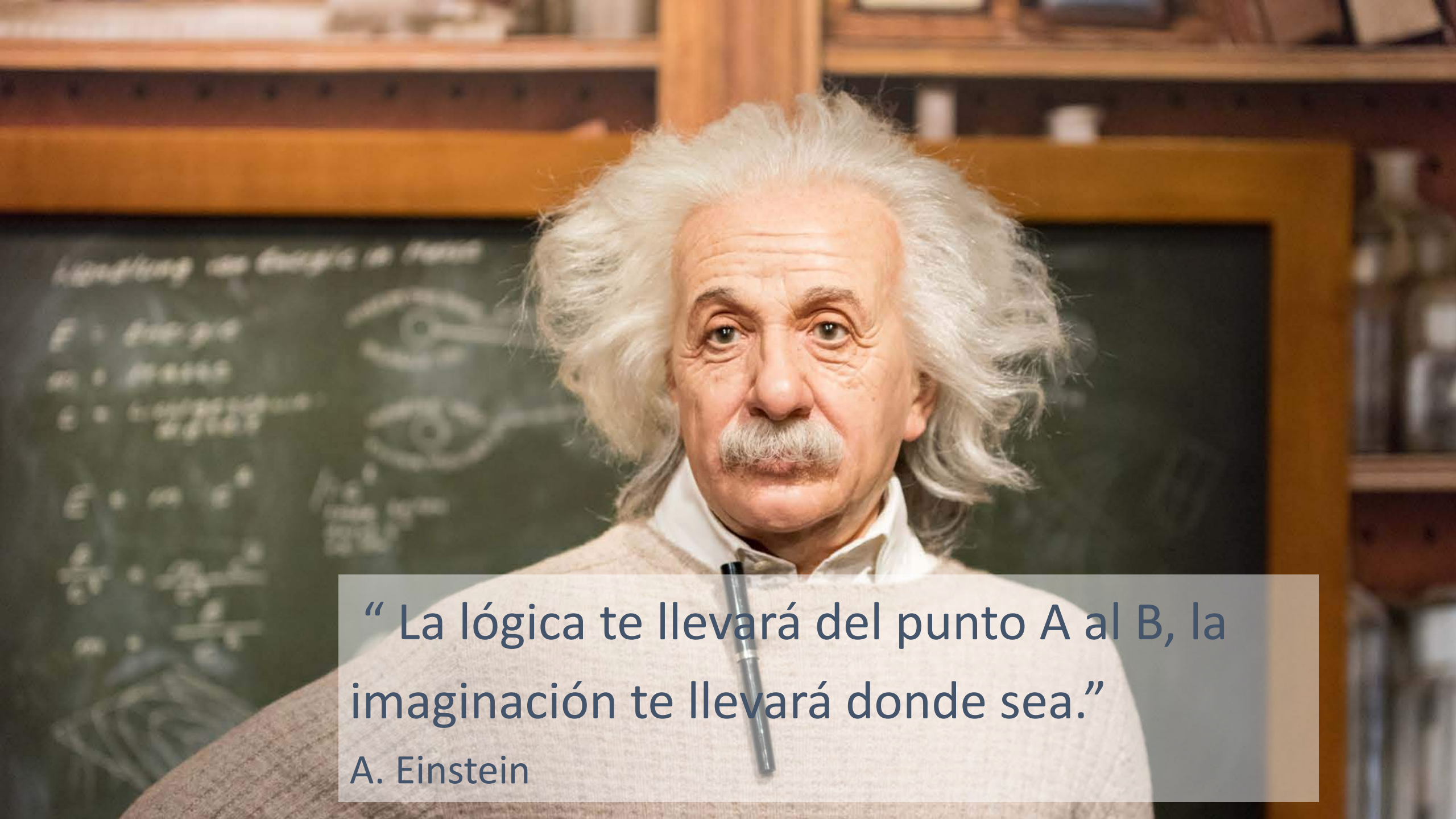
CODISEÑO CON USUARIOS.

PROTOTIPADO CON UN TEST DE VALIDACIÓN









“ La lógica te llevará del punto A al B, la imaginación te llevará donde sea.”

A. Einstein





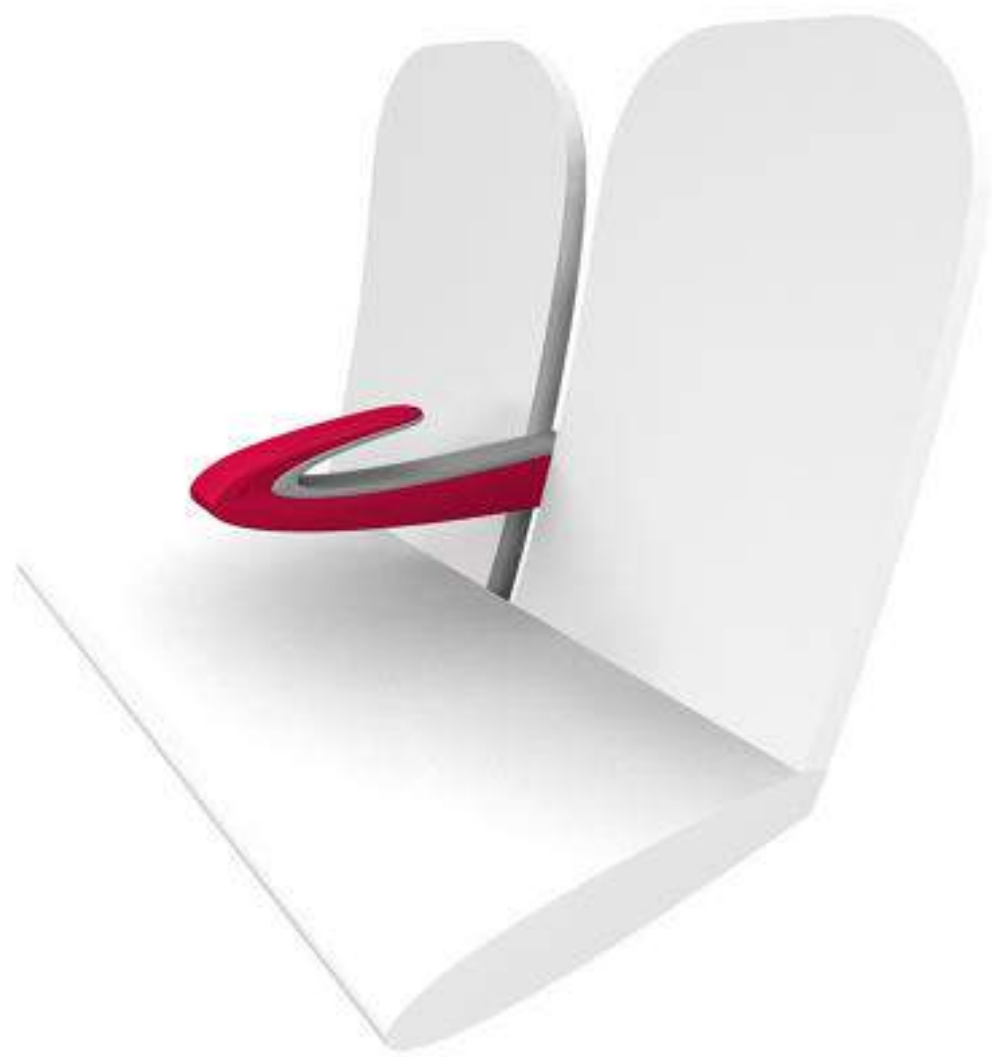










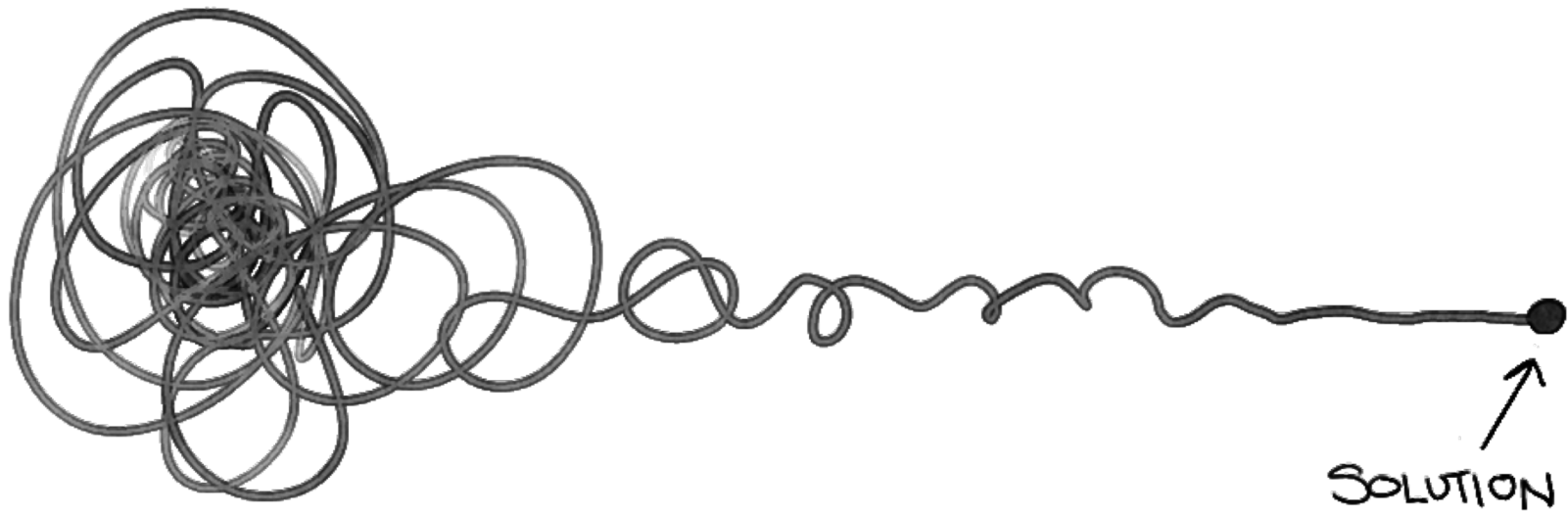




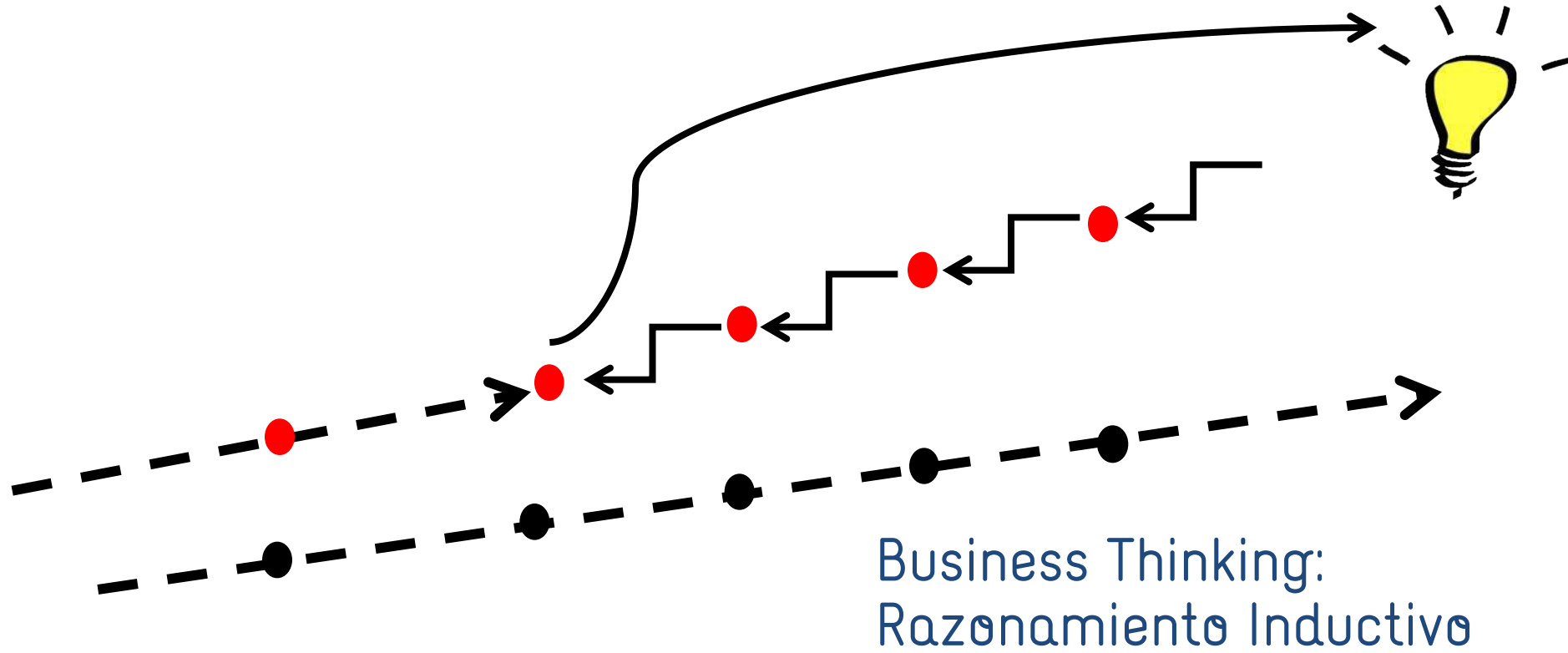


Se trata de entender la cultura y el contexto antes de empezar a desarrollar ideas.

Tim Brown. IDEO



Design Thinking.
Razonamiento Abductivo

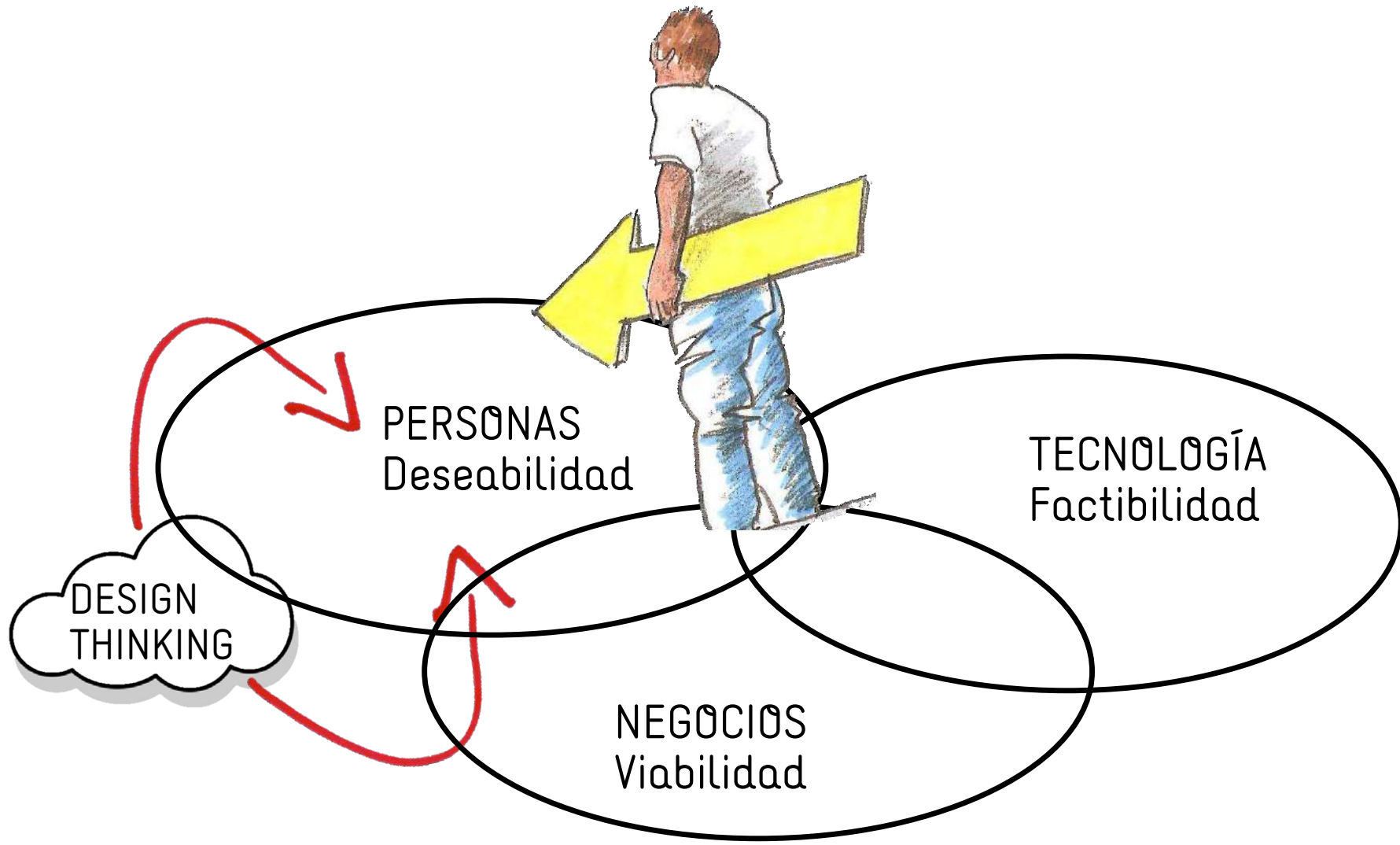


PASADO

PRESENTE

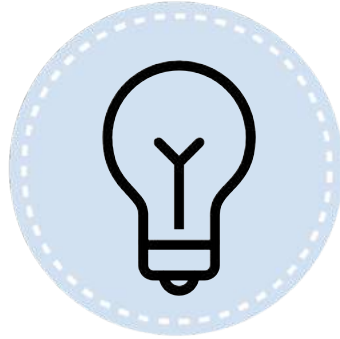
FUTURO

Business Thinking:
Razonamiento Inductivo

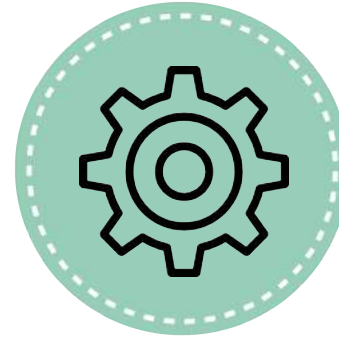




INSPIRACIÓN



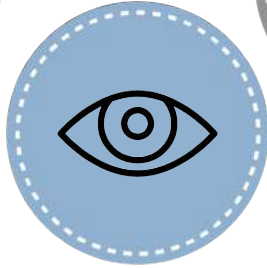
IDEACIÓN



IMPLEMENTACIÓN



COMPRENDER



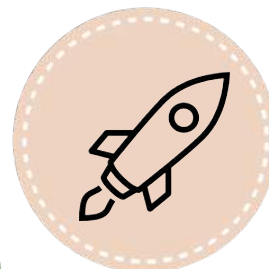
OBSERVAR



DEFINIR



IDEAR



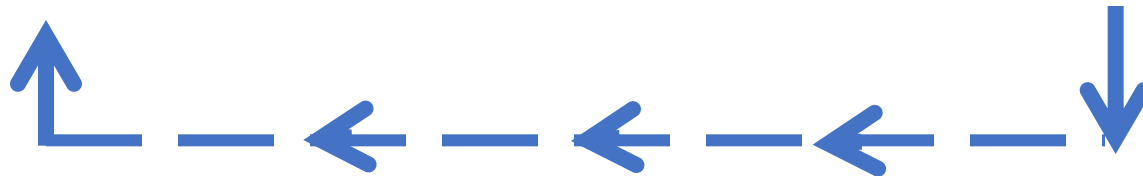
PROTOTIPAR

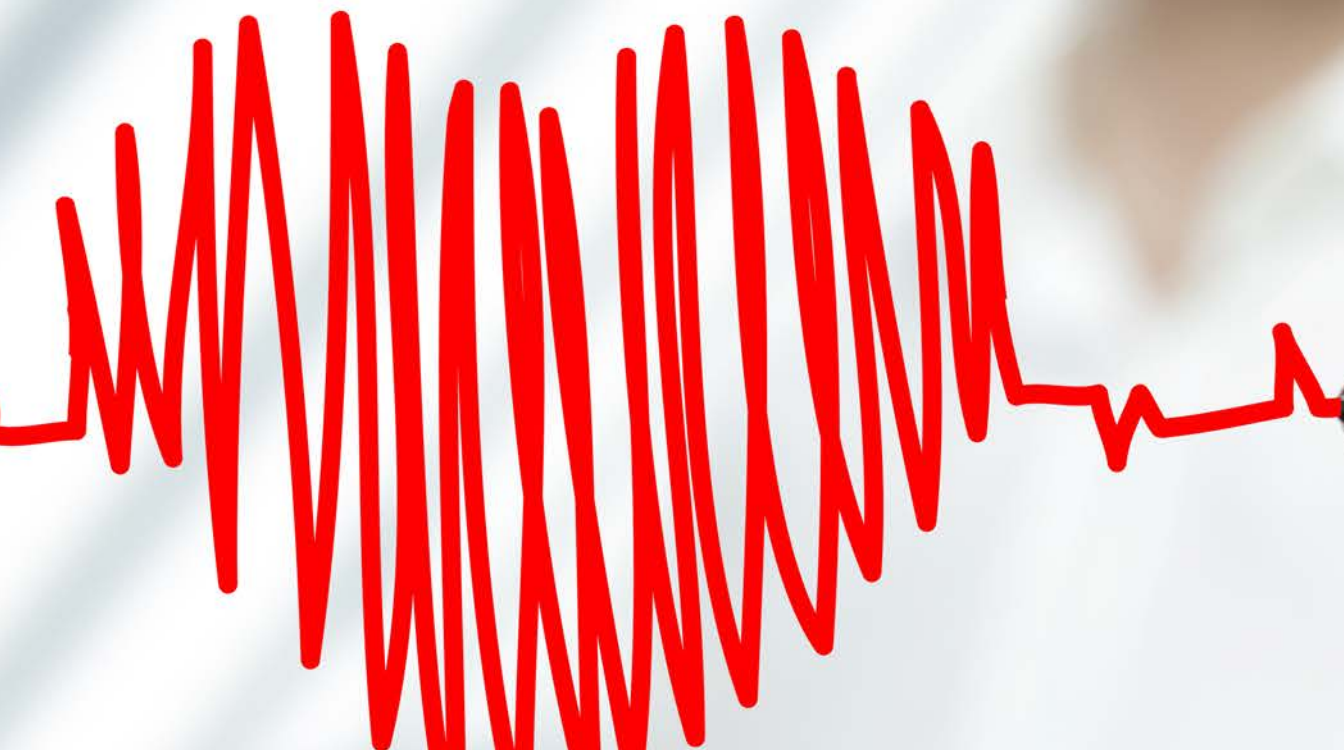


VALIDAR



IMPLEMENTAR

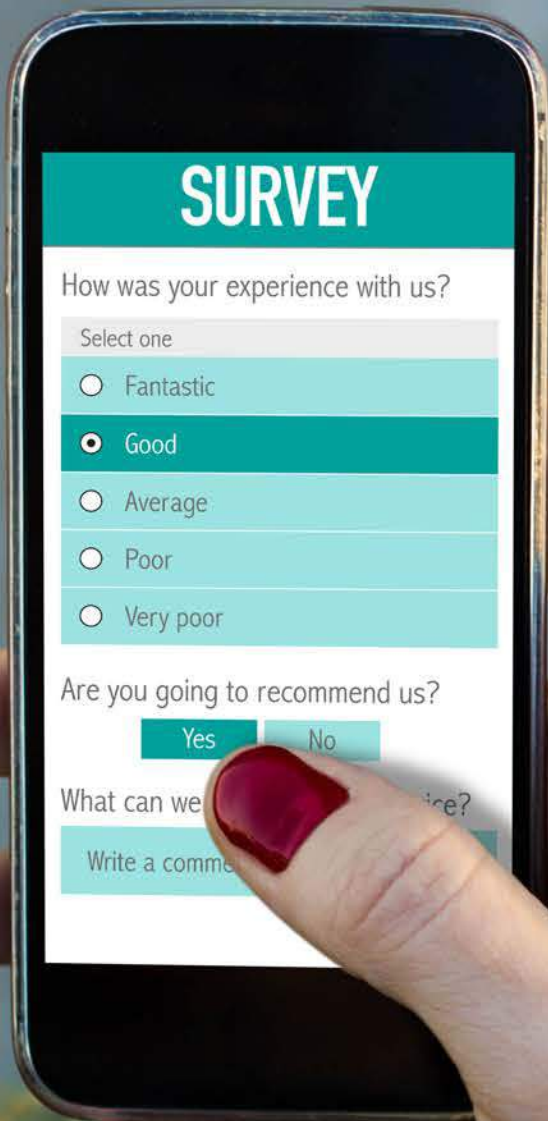




COMPRENDER

Repensar, redefinir y enfocar los problemas y oportunidades.

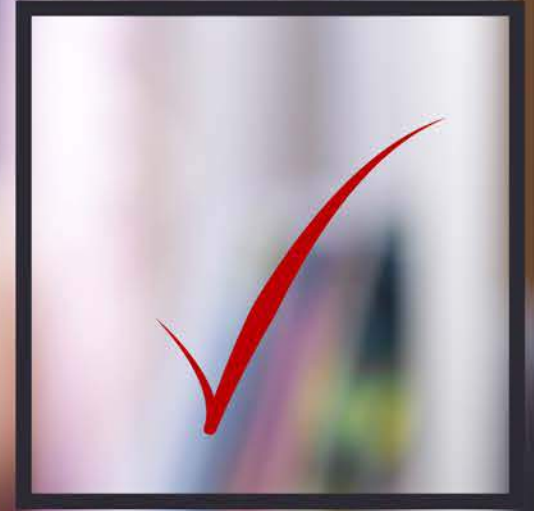
Centrarse en la actividad.



OBSERVAR

A través del Design Research tratamos de descubrir y conseguir más información e insights

Empatizar y observar desde fuera



DEFINIR

Enfocar el problema u oportunidad

Concretarlo

Organizar la info.

IDEAR

Generar nuevas ideas
a través del
pensamiento
abductivo y divergente

Suspender juicio

Compartir ideas

Cocrear

Conectar

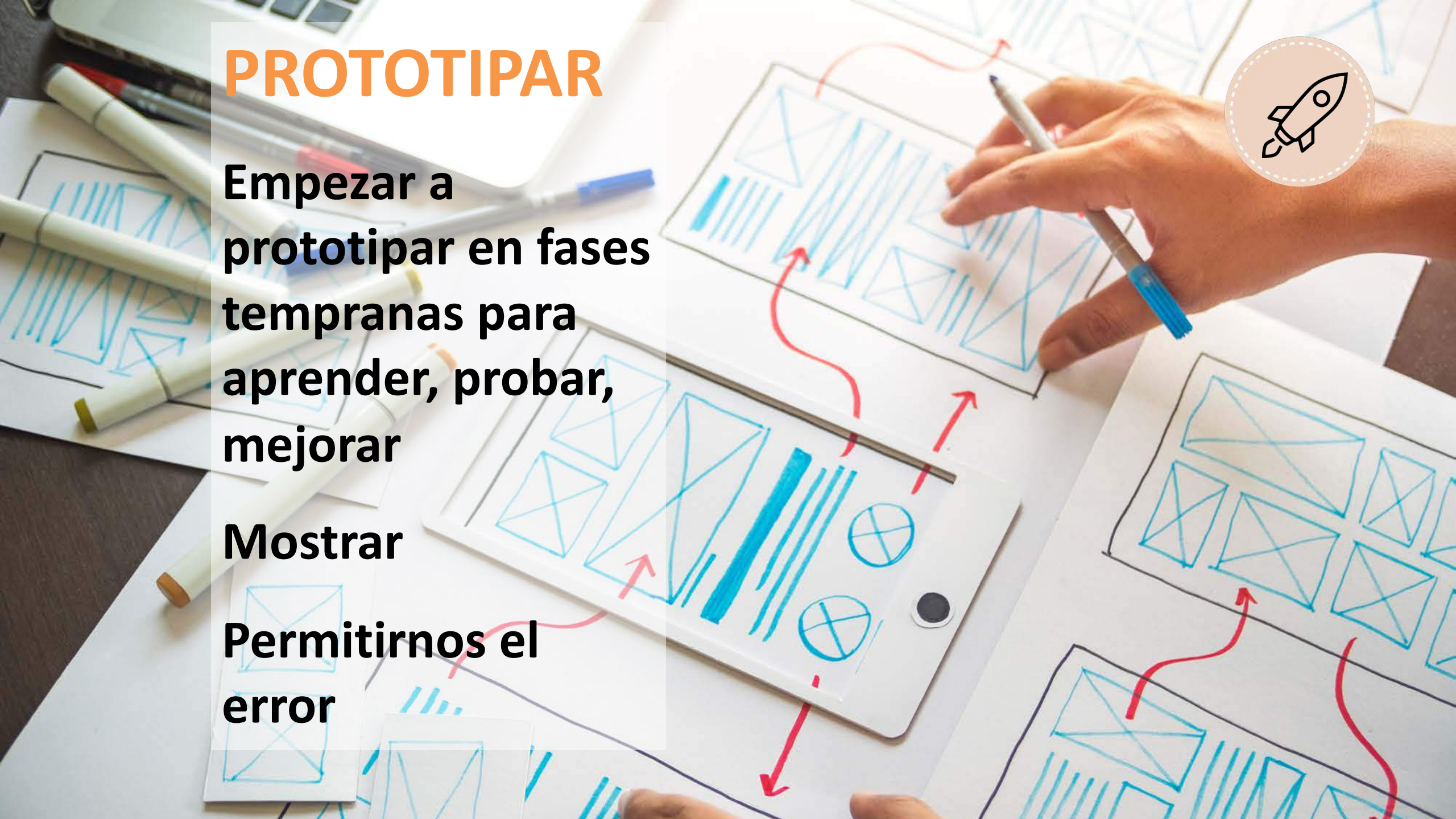


PROTOTIPAR

Empezar a prototipar en fases tempranas para aprender, probar, mejorar

Mostrar

Permitirnos el error





VALIDAR

Buscar la retroalimentación con usuarios y expertos

Iterar





IMPLEMENTAR

Describimos y planificamos todos los aspectos relacionados con el servicio.

Diseñando los Touch Points

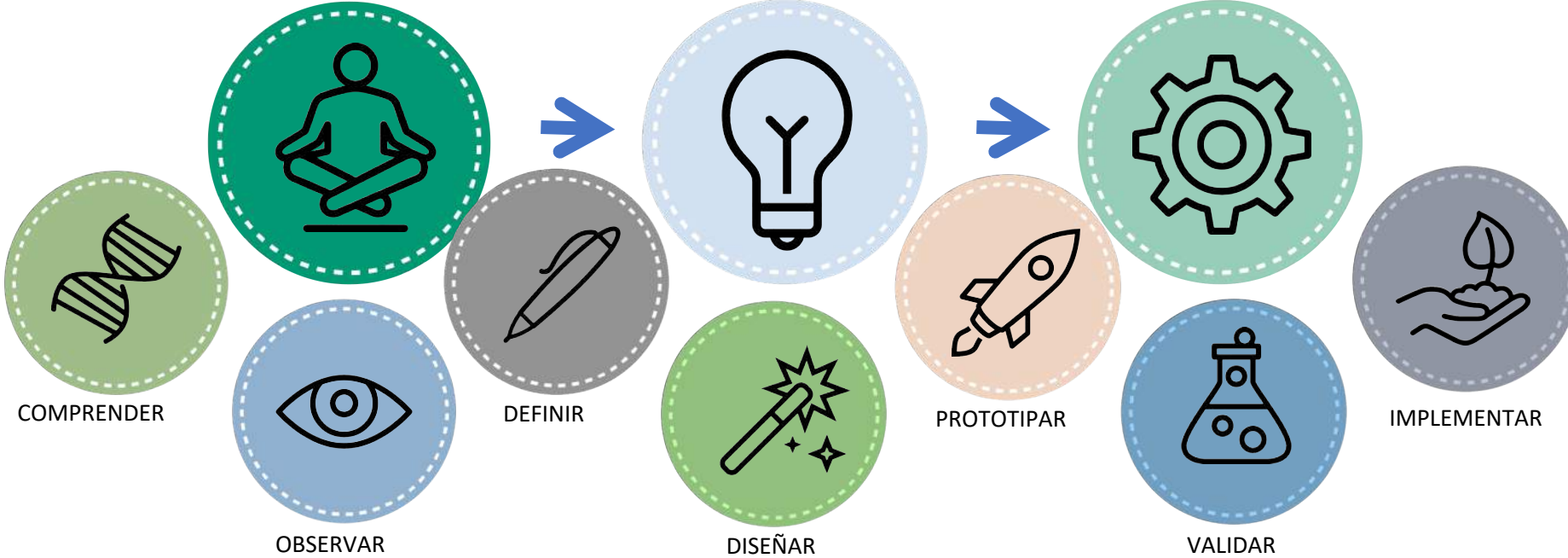
Diseño del Servicio

Ejecutar-Evaluar

INSPIRACIÓN

IDEACIÓN

IMPLEMENTACIÓN



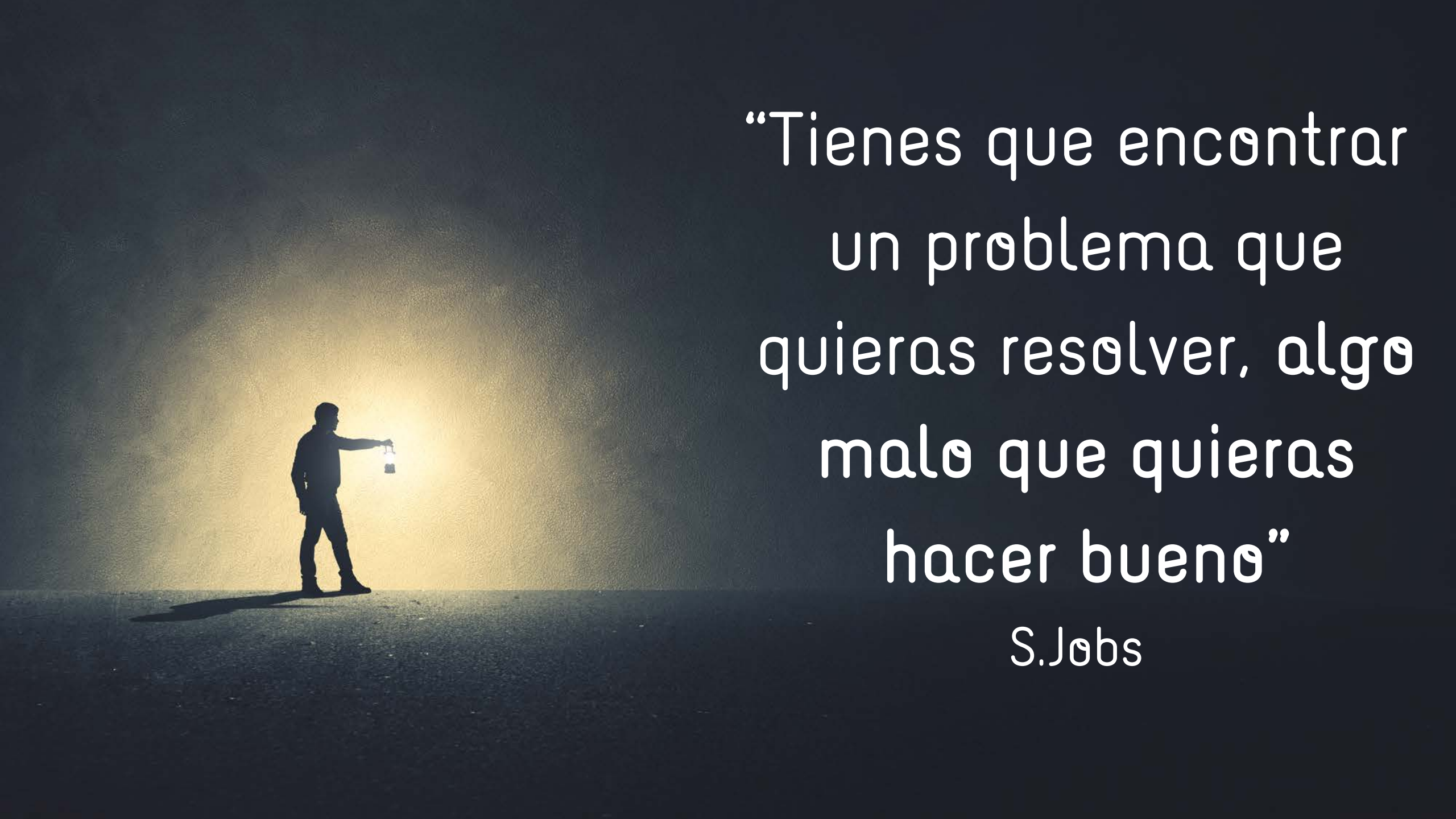
Herramientas y resultados



IDENTIFICAR RETOS SOCIALES

¿quién soy / ¿qué hago? / ¿que valor agrego? / ¿a quién?
/ ¿dónde?



A silhouette of a person standing in a dark, misty environment, holding a lantern. The person is positioned on the left side of the frame, facing right. The lantern is lit, casting a bright glow that illuminates the person's silhouette and the surrounding mist. The background is a gradient of dark colors, with the light from the lantern creating a bright, hazy area behind the person. The overall mood is mysterious and contemplative.

“Tienes que encontrar
un problema que
quieras resolver, algo
malo que quieras
hacer bueno”

S.Jobs



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



We Can Repair It!







RISE OF THE
SILVER SURFER

INVISIBLE
WOMAN

Let's Design a Better World with Everyone.

Leveraging Data for Rural Farmers



Tools for Transformation



Better data, Better care



Banking tools for informal savers





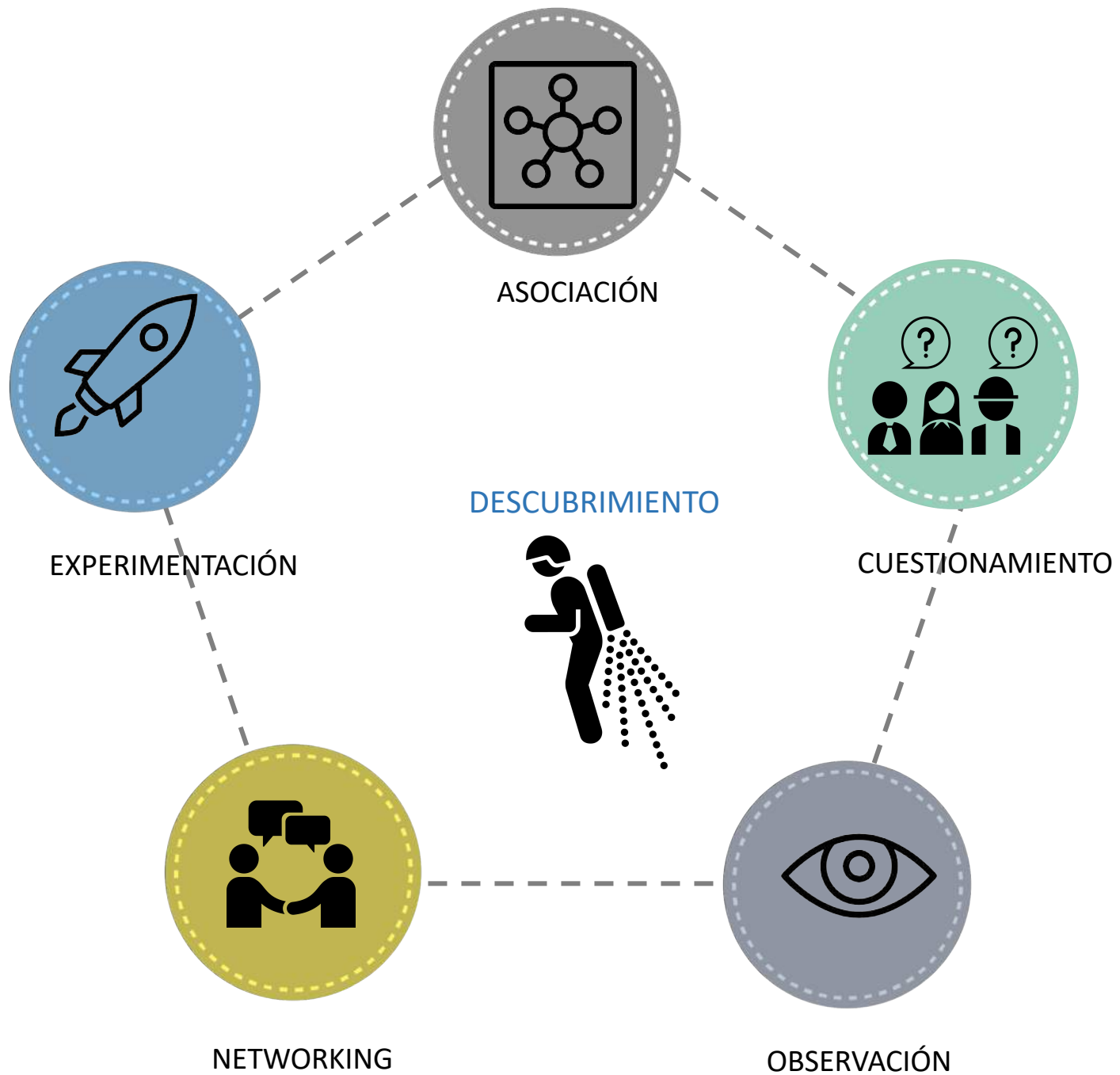
STEP 1:
Thick back
ridge cracks
pod open



STEP 3:
Pronged scooper
removes beans from
the placenta

STEP 2:
Narrow edge
pries cracked pod
open

PLUS:
Ergonomic handle
for comfortable grip



JEFF H. DYER
HAL B. GREGERSEN
CLAYTON M. CHRISTENSEN
Graduados del *Therasys* Innovation Award 2011.

EL
ADN
DEL
INNOVADOR

Clares para
dominar las
cinco habilidades
que necesitan
los innovadores

DEUSTO



Los pocos que tienen los cortan para que duren más cuando aumentan de talla.









WE GIVE LIFE-CHANGING SHOES TO INCREDIBLE KIDS.

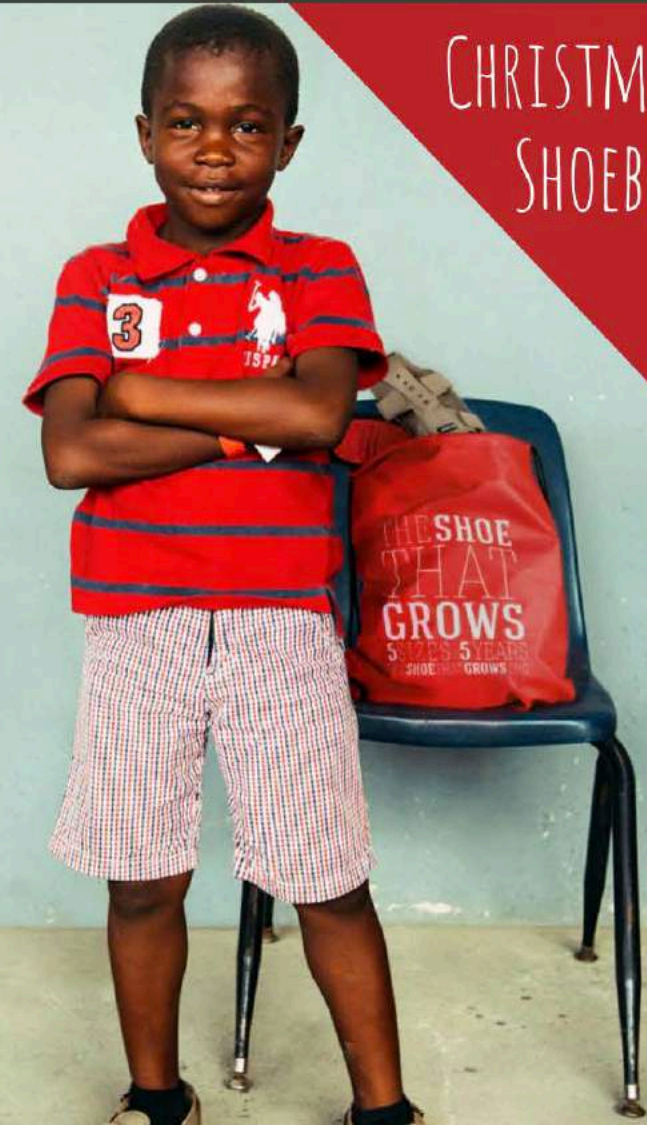
With shoes, kids are more healthy, attend school more often, and are more confident. The Shoe That Grows has 5x the impact of ordinary shoes because it expands 5 sizes and lasts for years.

Can you help us get more shoes to kids today?

Yes! I can distribute shoes to kids

I can't distribute The Shoe, but **I'd like to donate** so others can!

CHRISTMAS
SHOEBOX



<https://theshoethatgrows.org>



THINK
← OUTSIDE →
THE BOX











¿Cuál es el problema clave que estás tratando de abordar y por qué es tan importante?

¿Para quién es un problema?


¿Qué factores sociales/culturales componen este problema?

¿Qué evidencias tienes que indican que esto vale la inversión?

¿Puedes pensar en este problema desde un enfoque diferente? ¿Puedes replantearlo?

AUARA

Para ti | Para tu

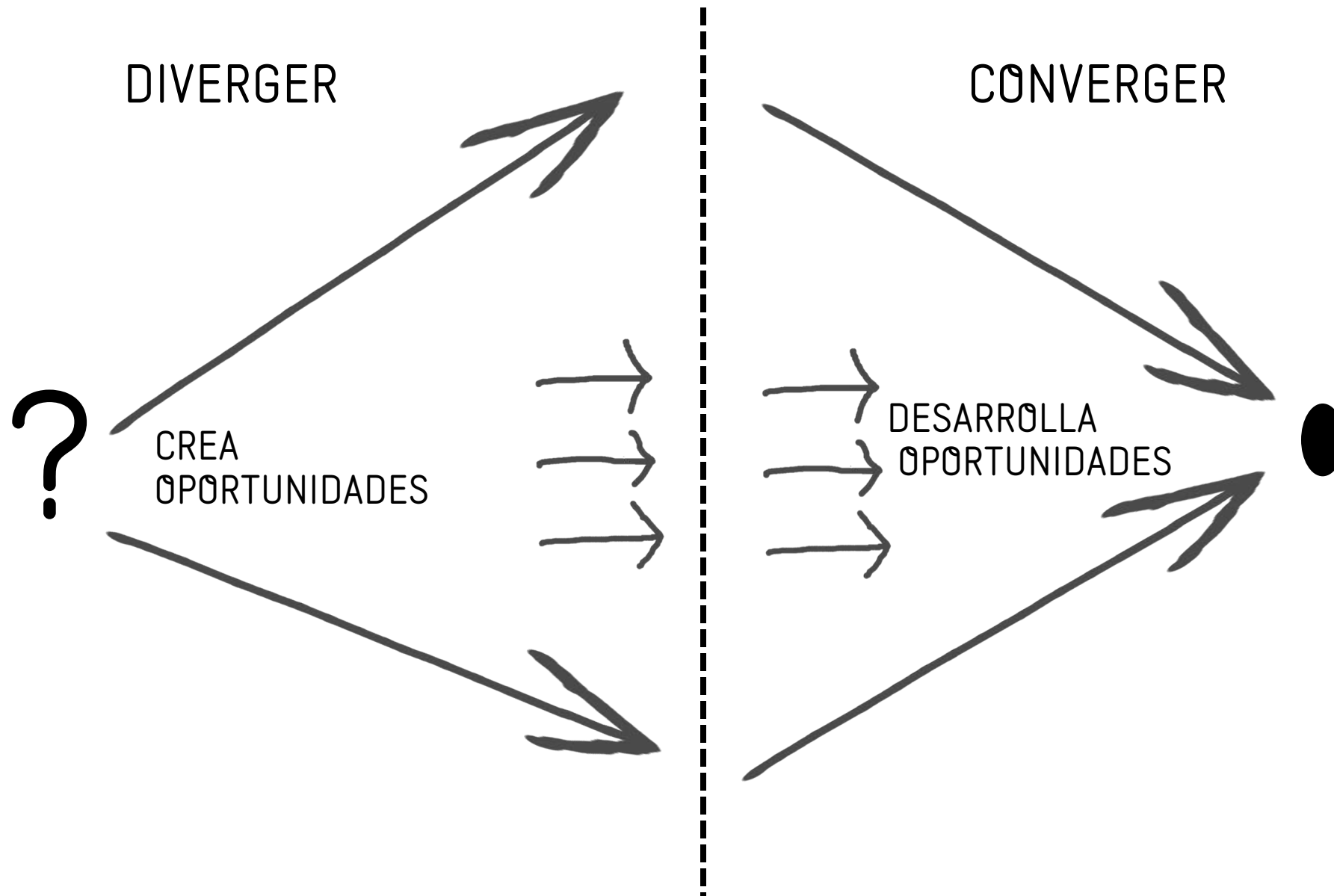
A close-up portrait of a young Black woman with her hair styled in braids. She has white body paint or clay applied to her forehead and cheeks. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

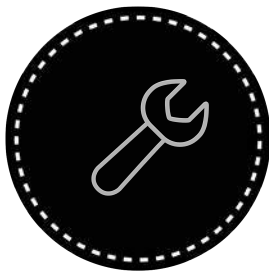
TÚ BEBES
OTROS BEBEN



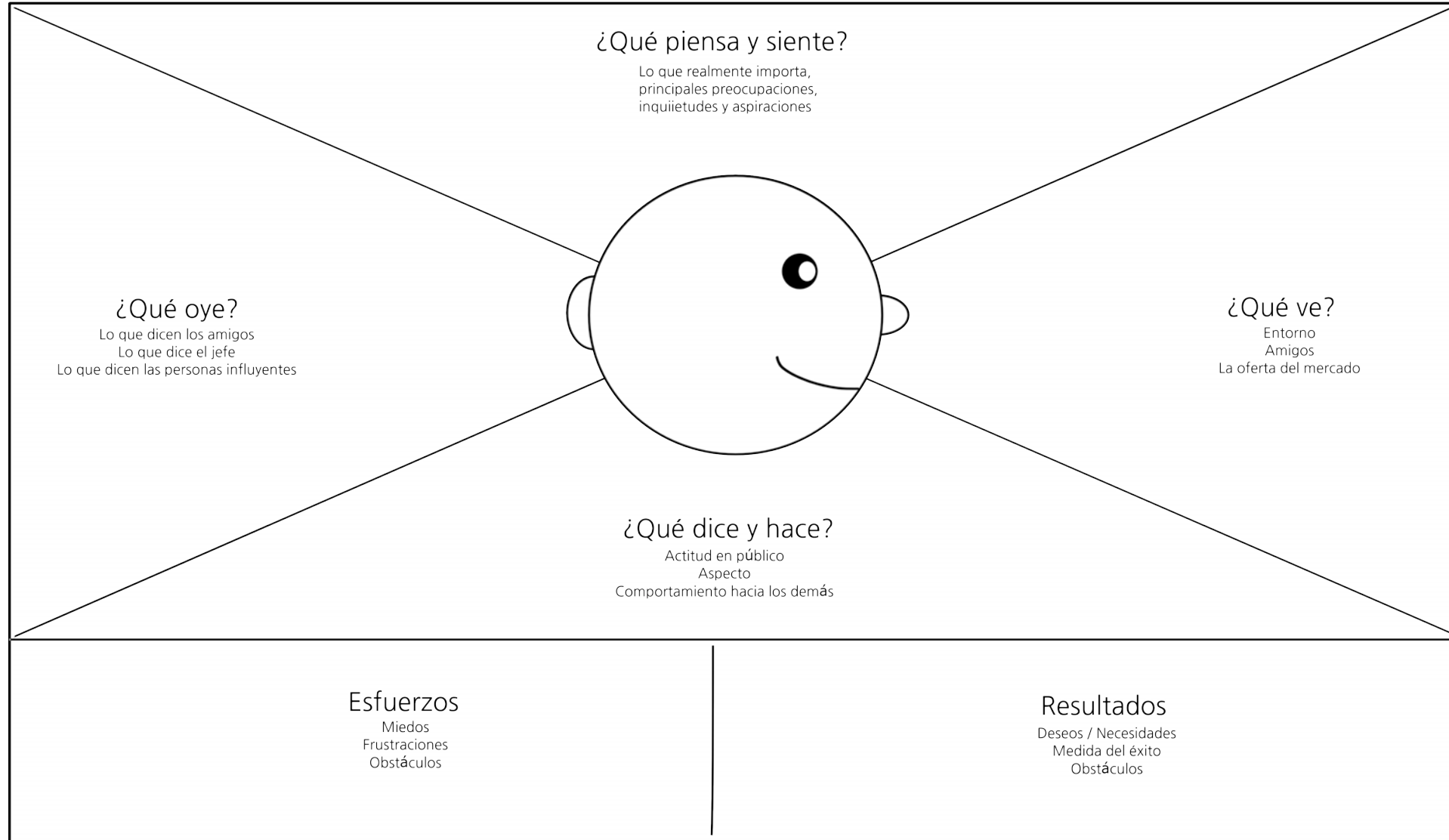
DISEÑAR PRODUCTOS Y SERVICIOS







Mapa de empatía

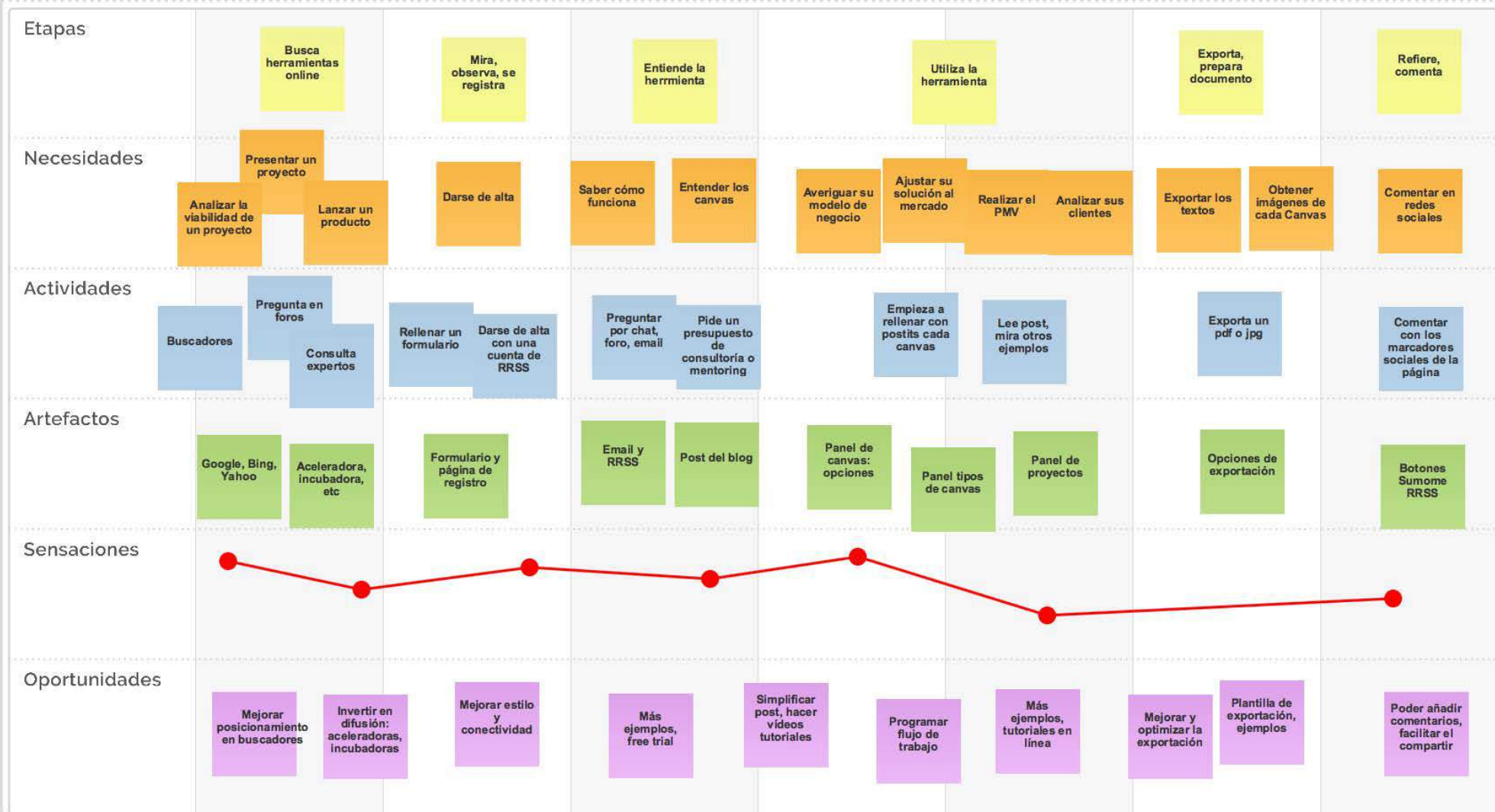




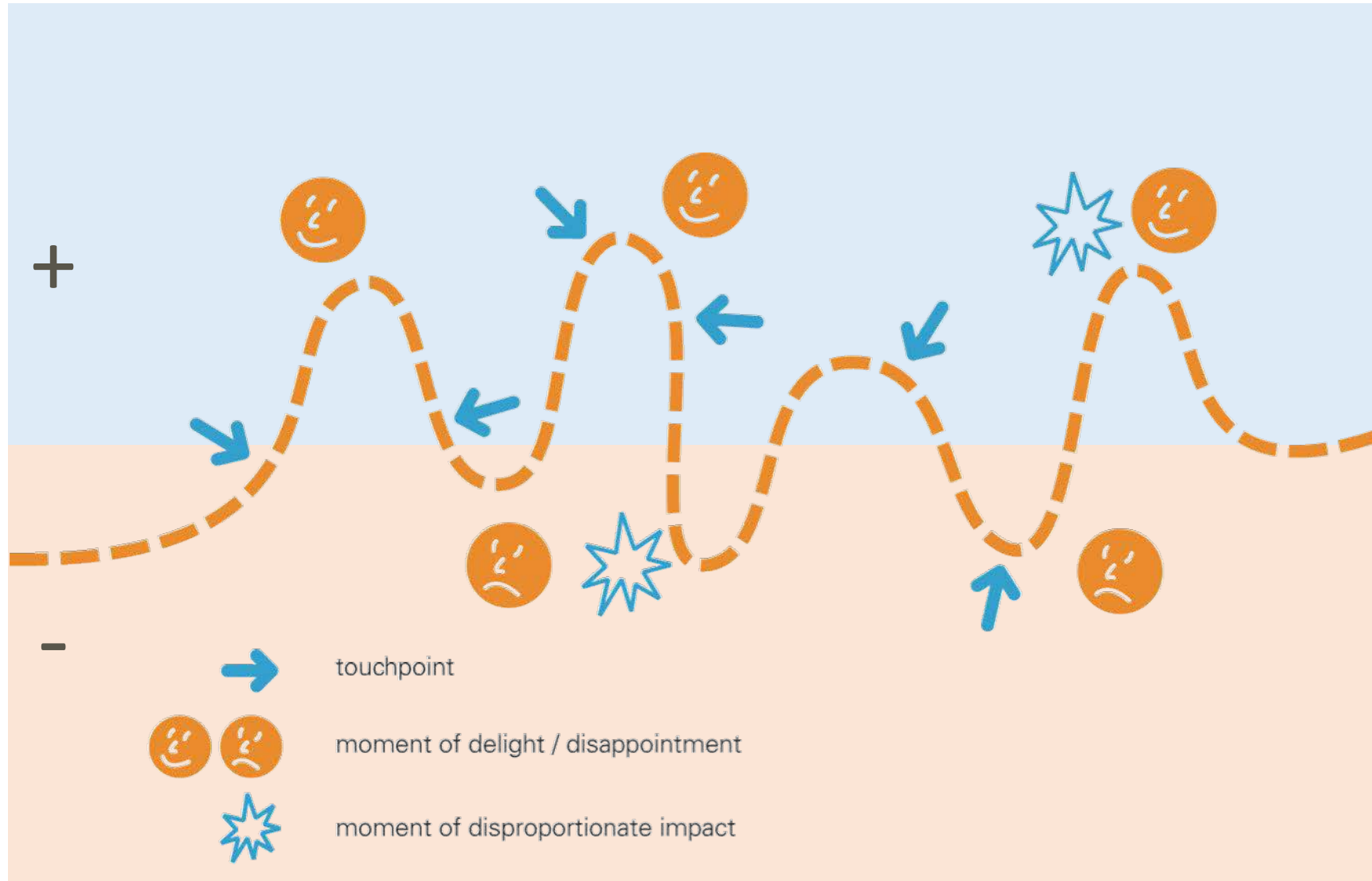




Customer Journey



Comprender los puntos de contacto



Insight Card

| | |
|-------|--------|
| Title | Number |
|-------|--------|

Theme: _____

Fact: _____

Source: _____

Challenge related to the theme



Insight Card

| | |
|-------|--------|
| Title | Number |
|-------|--------|


Theme: _____

Fact: _____

Source: _____

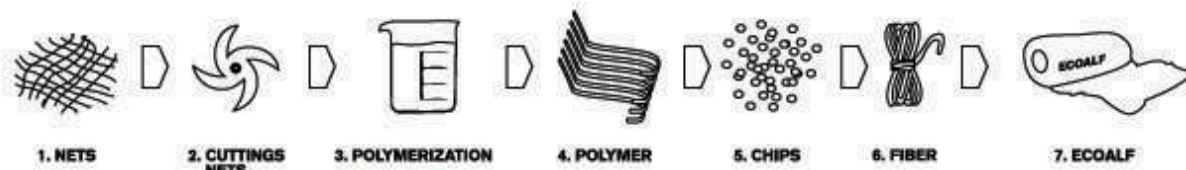
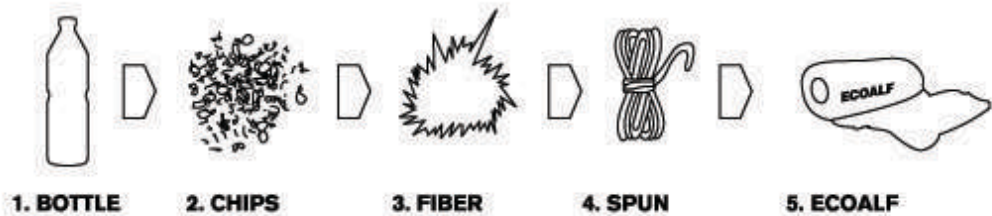
Challenge related to the theme



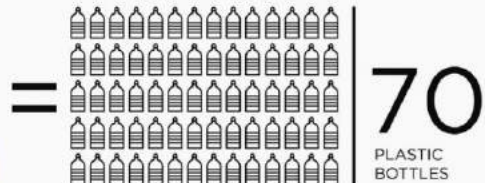


**.INCLUIR PRINCIPIOS
SOCIALES AMBIENTALES Y
REGENERATIVOS EN LA FASE
DE CONCEPCIÓN DE
PRODUCTOS, SERVICIOS Y
NEGOCIOS**

HOW IS IT RECYCLED?



ECOALF



RECICLANDO
REDES DE PESCA ABANDONADAS
CONTRIBUIMOS CON LOS
SIGUIENTES BENEFICIOS

27%
MENOS DE CONSUMO DE
RECURSOS NATURALES

28%
REDUCCIÓN EN LA EMISIÓN
DE GASES INVERNADERO

PREVENCIÓN DE LA
CONTAMINACIÓN MARINA



TEJIDOS RECICLADOS DE POSOS CAFÉ



¿Sabías que el café no es sólo para beber?



Aporta nuevas propiedades a nuestros tejidos



[Ver proceso](#)

WE BELIEVE

ECOALF



IN REINCARNATION
ECOALF



99% recyclable
37% recycled
disassemblable
in 15'
no toxics



 **Herman Miller**



VEJA

MINI 1
5-10kg / 2-8kg

Beaming baby

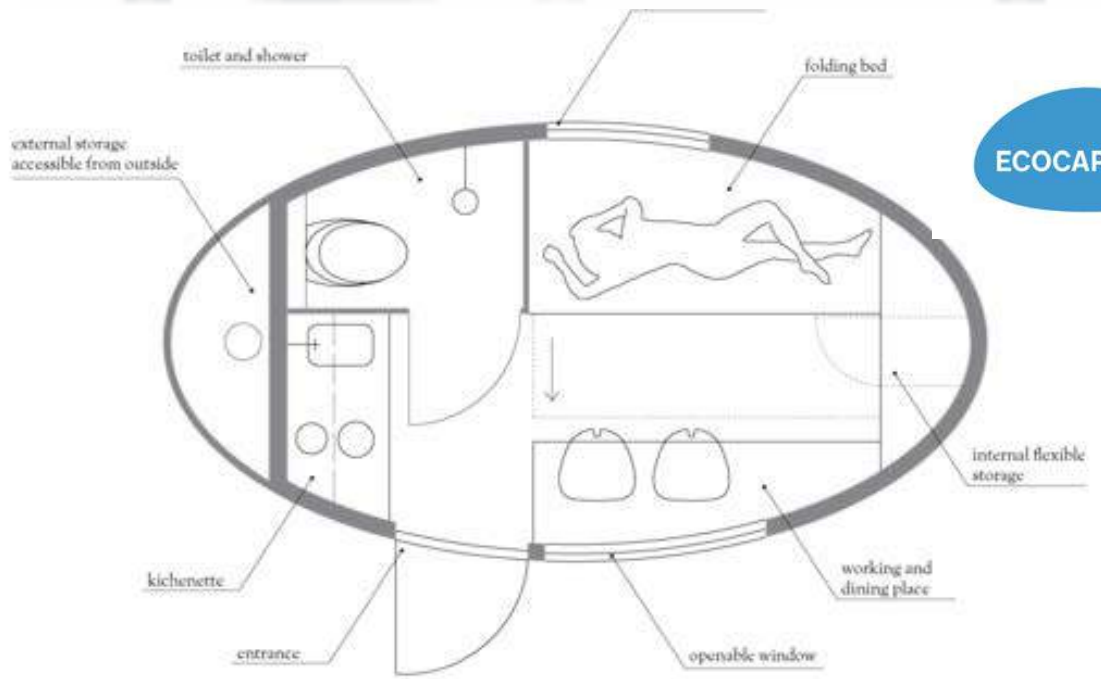
BIO-DEGRADABLE NAPPIES



20 BIO-DEGRADABLE, PERFORMANCE NAPPIES
DESIGNED TO LAST UP TO 12 HOURS, WITH
CHAMOMILE TO PROTECT YOUR BABY'S SKIN

Small vertical text on the left side of the box, likely containing product details and a barcode.





ECOCAPSULE







Estrena segunda residencia rural en una red de pueblos

SOLANELL, LLEIDA

Descubre nuestros pueblos con otras startups, makers y digital nomads

ME VOY A SOLANELL



1



2



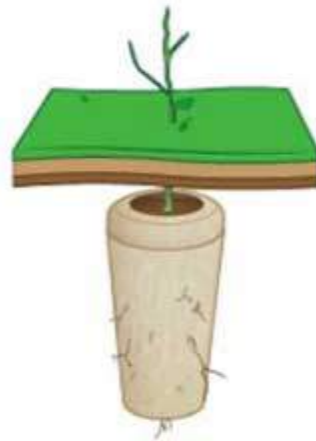
3



4



5



6





¿PARA QUÉ
PERSONAS?

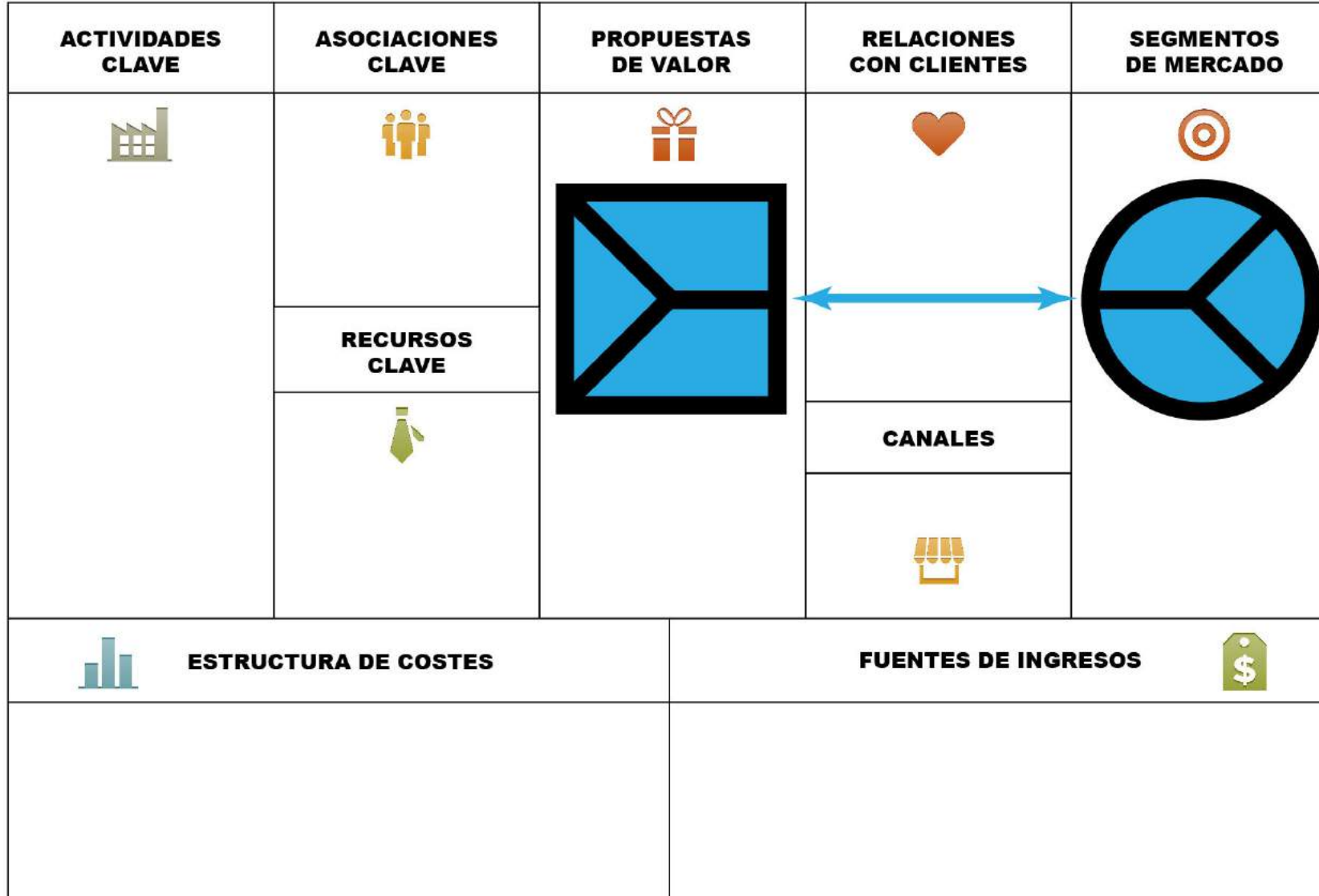
Define y
segmenta
a tus usuarios

Liempo de modelo de negocio

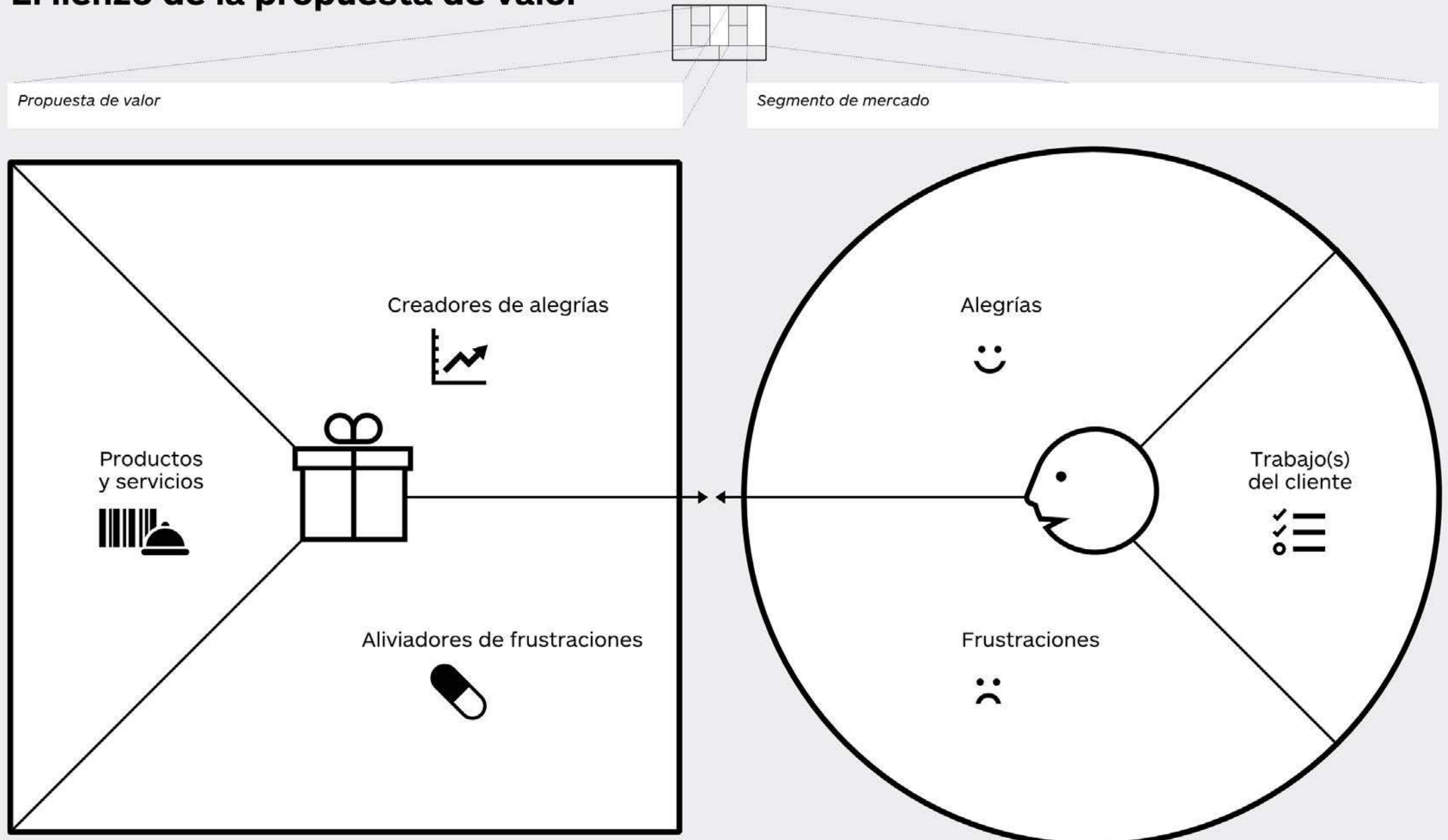
Empresa:

Diseño por:

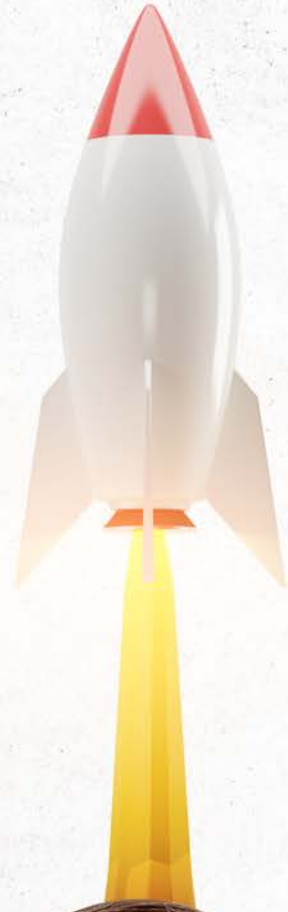
Fecha:



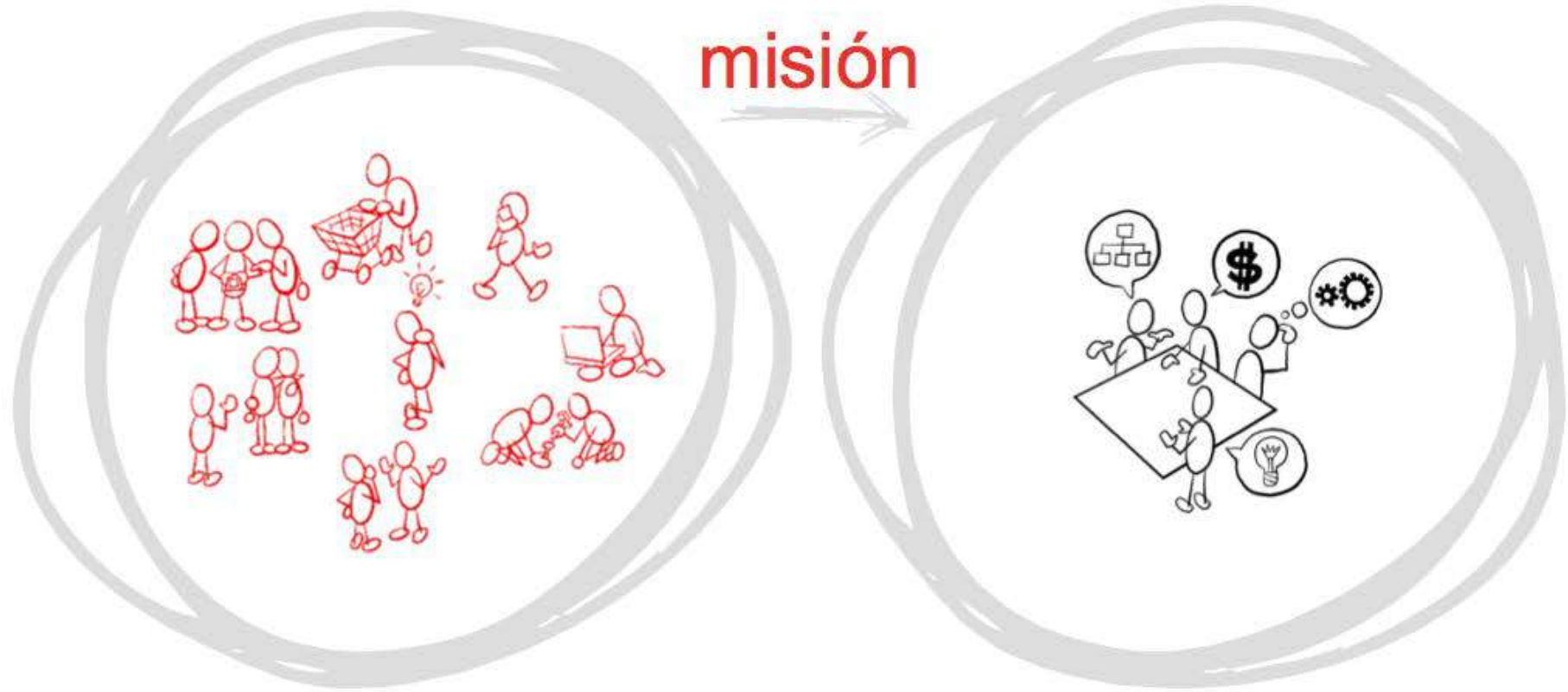
El lienzo de la propuesta de valor



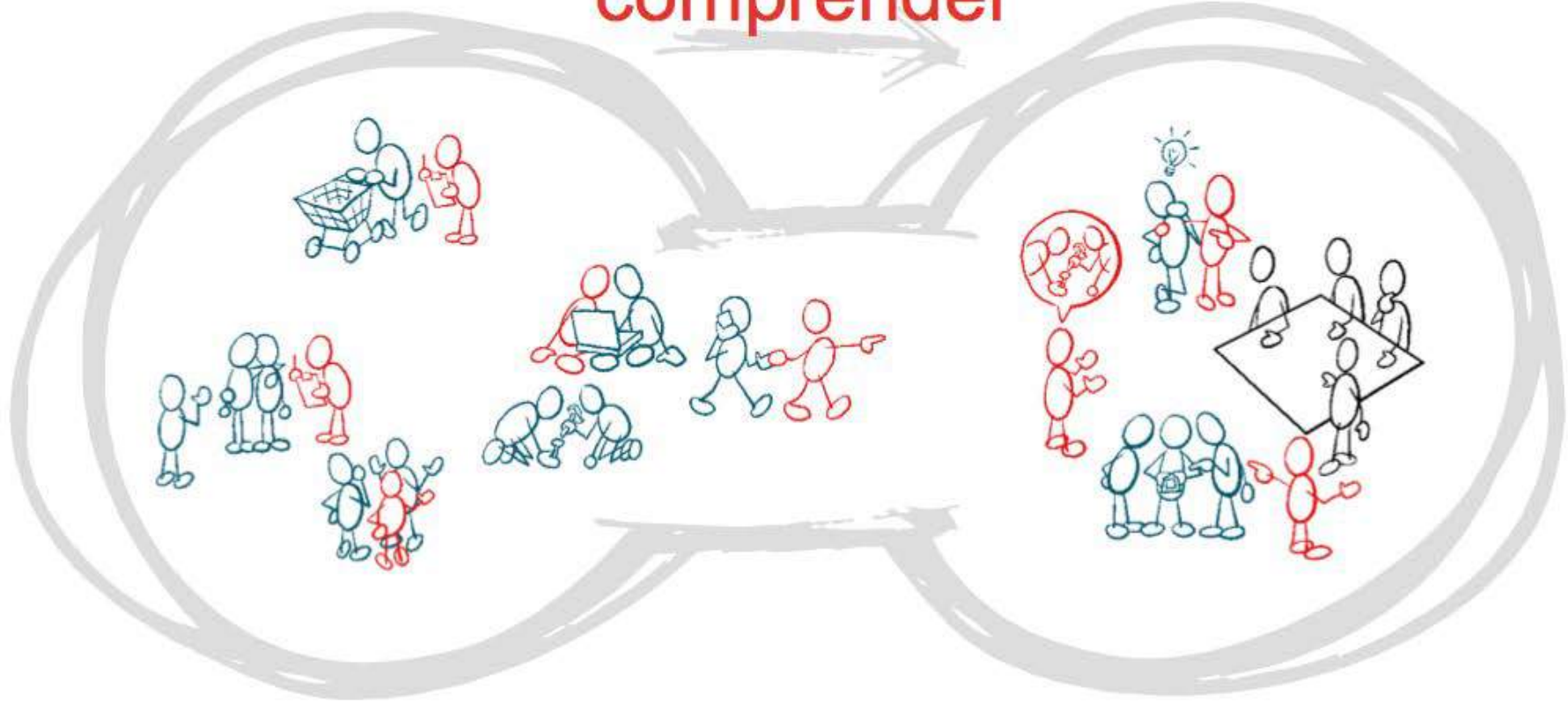
CODISEÑO CON USUARIOS

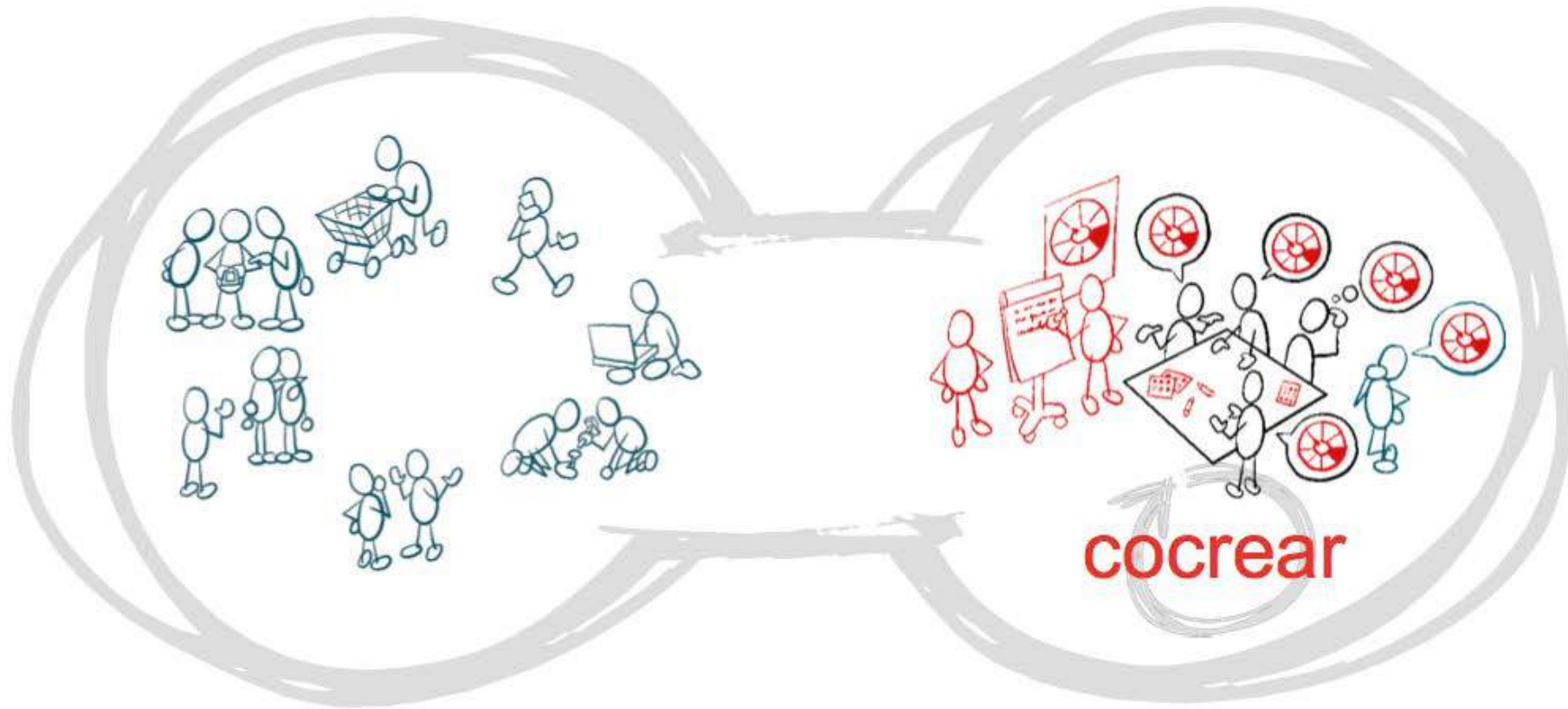


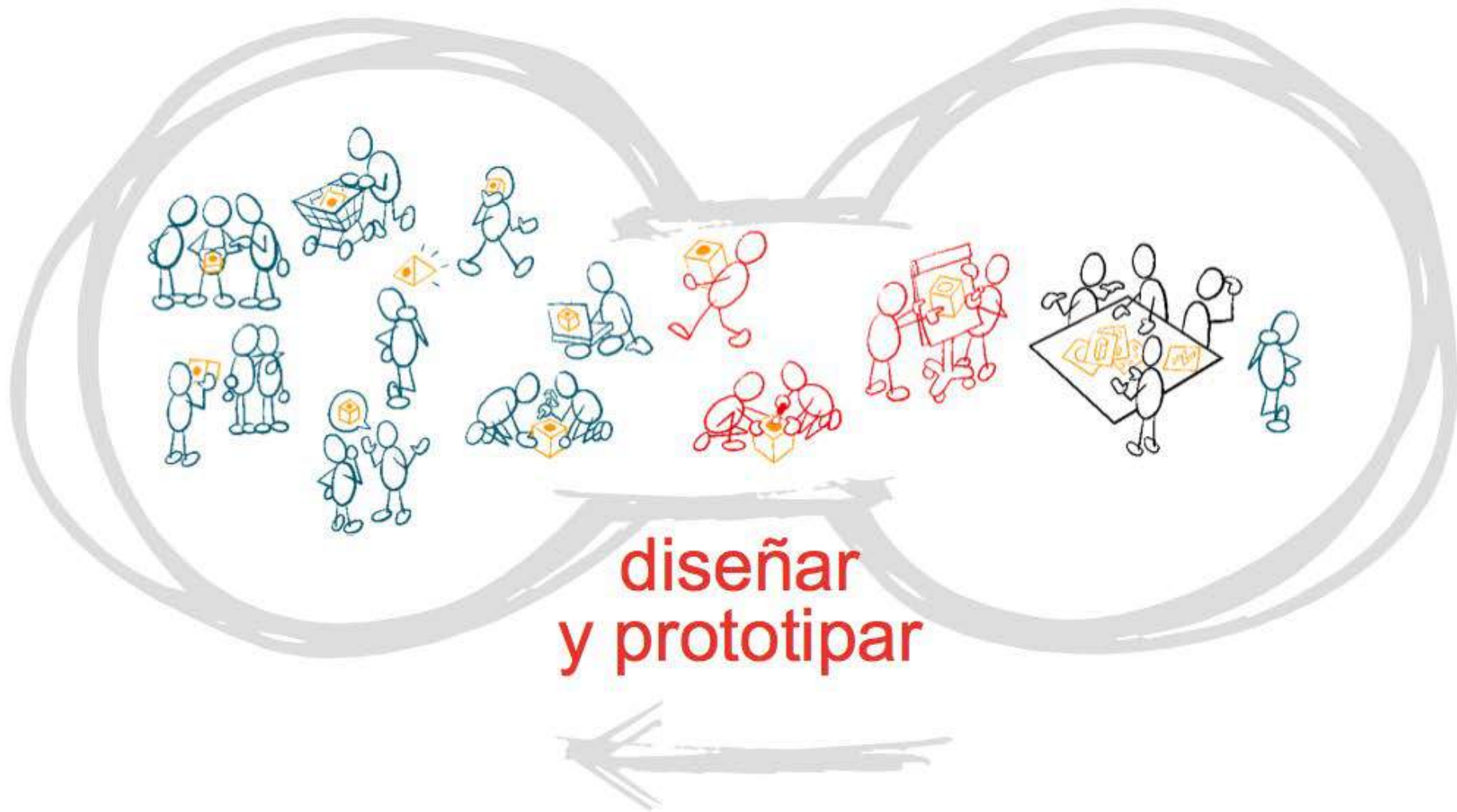




comprender

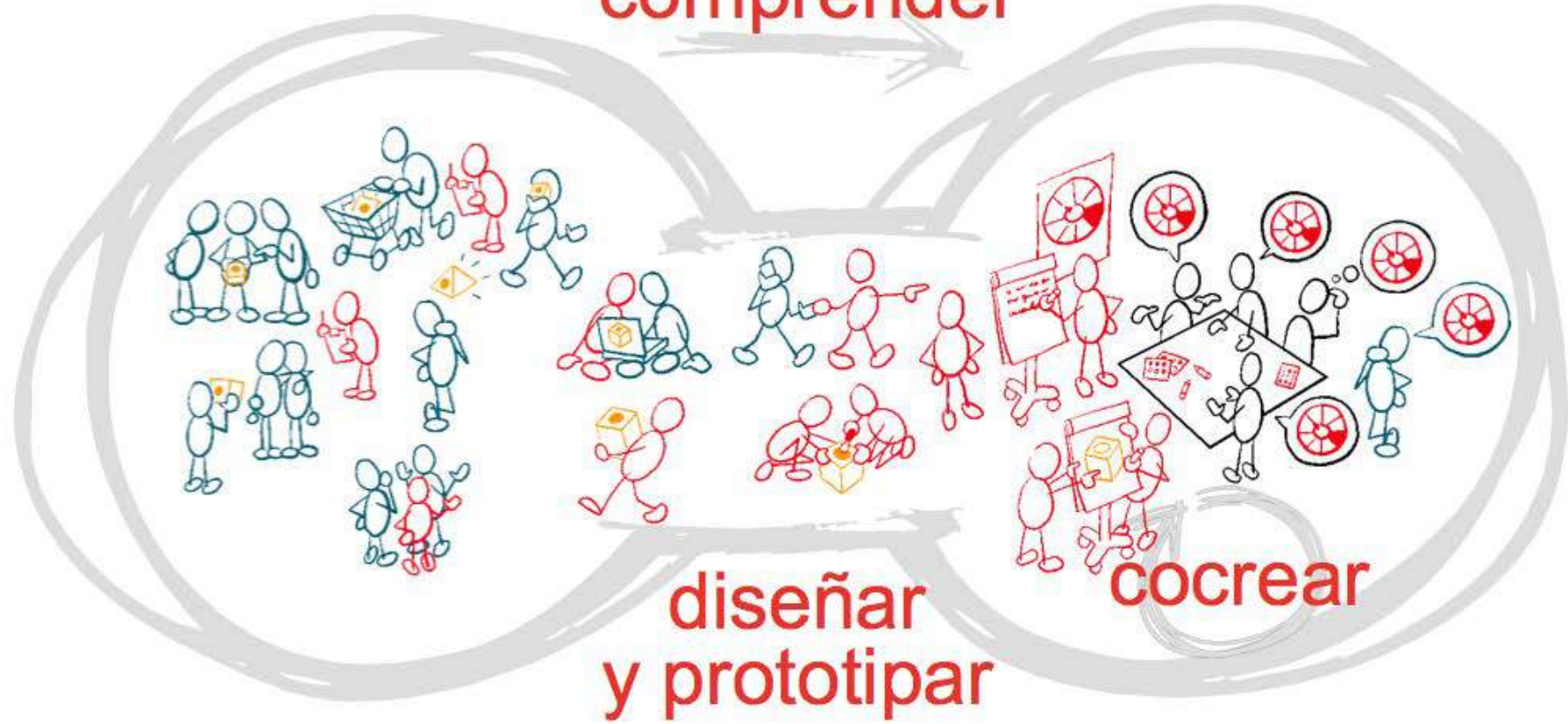






diseñar
y prototipar

comprender



Sociología
Etnografía
Netnografía







Nunca vayas a una
presentación sin
un prototipo




Si no te sientes avergonzado de la primera versión de tu producto o servicio es que lo has lanzado demasiado tarde.








TEDx in a BOX
Final Prototype


Charging the system


- 1 Home**


Plug battery and charger into adapter and then into wall plug with at least six hours for a full charge.
- a. Battery Charging**


Plug battery and charger into adapter and then into wall plug with at least six hours for a full charge.
- b. Device Charging**



Plug devices and charger into adapter and then into wall plug with at least six hours for a full charge.
- 2 Car**



Plug battery and charger into inverter and then into car lighter plug with at least six hours for a full charge.
- a. Battery Charging**



Plug battery and charger into inverter and then into car lighter plug with at least six hours for a full charge.
- b. Device Charging**



Plug devices and charger into inverter and then into car lighter plug with at least six hours for a full charge.


Watching a TED Talk

- 

1 Set projector at seven feet from screen to get a large image.
- 


2 Connect projector to laptop.
- 


3 Connect projector to inverter and battery.
- 


4 Connect projector to DVD Player.
- 

5 Connect DVD Player to PK System (1 and Microphone if you wish to do simultaneous translation).

Live Presentation

- a. Without Slides**


1 Set up PK System and wireless Microphone.
- b. With Slides**


2 Connect PK System to personal laptop.
- 

3 Connect personal laptop to projector and battery system (use TED Talk manual).

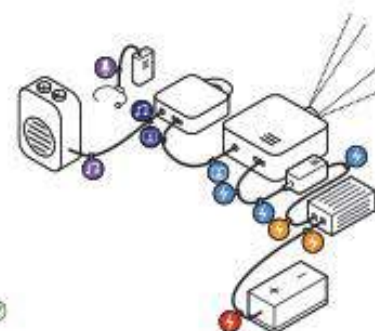
Parts Checklist

- Projector
- Travel Charger
- HDMI - HDMI Cord
- PK System
- Microphone
- Charger
- Audio - Audio Cord
- DVD Player
- Charge Remote
- SD Card
- Power Strip
- Battery
- Charger
- Inverter
- Car Charger
- 2x Connector
- Input
- 2x Charger
- Plug Adapter

Helpful Tips

- 1 Dress up your space!**
Think about adding a large sign with the name of your event, plants, or a rug in the area where speakers will stand.
- 2 Practice at home before the event!**
Set up the entire system you plan to use and do several trial runs at home, to make sure it will work on the day of the event.
- 3 Pick a good time and location!**
Hold your system either indoors or during the evening to ensure that your projections will be bright and visible to your audience.

Quickstart Guide

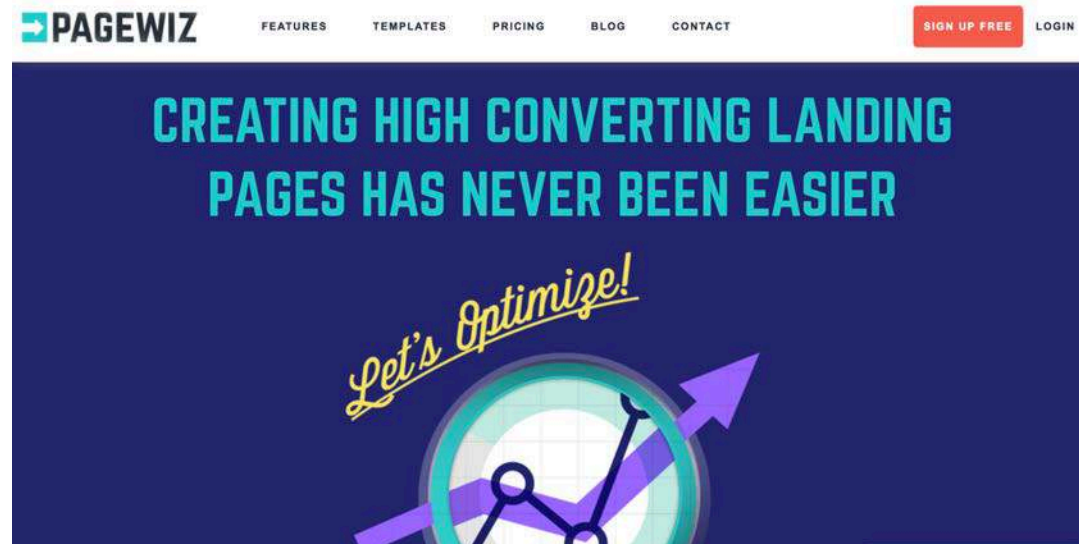


TED^x In a Box
x = independently organized TED event





Landing Page

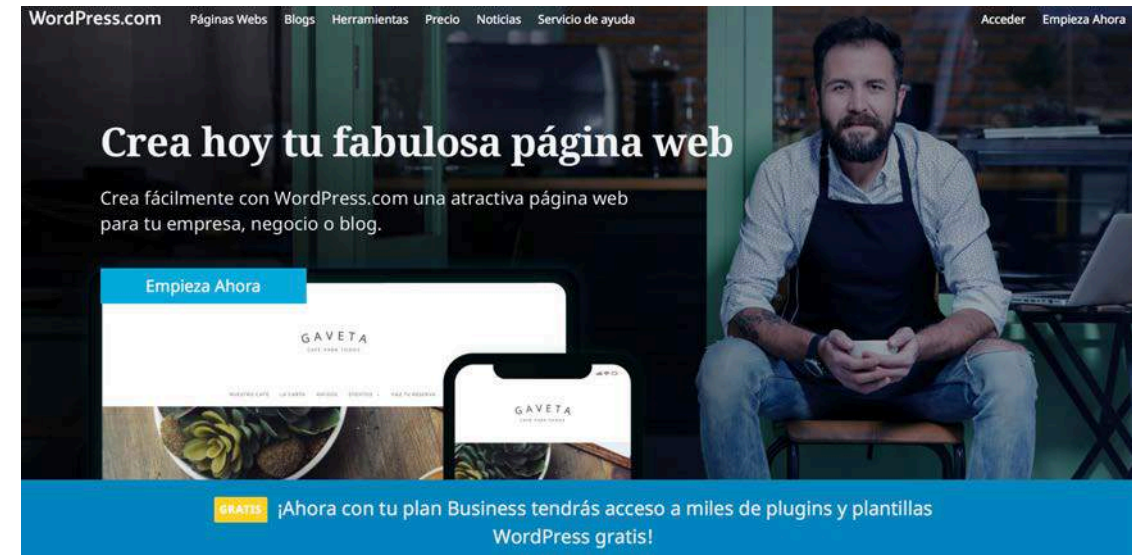


PAGewiz FEATURES TEMPLATES PRICING BLOG CONTACT [SIGN UP FREE](#) [LOGIN](#)

CREATING HIGH CONVERTING LANDING PAGES HAS NEVER BEEN EASIER

Let's Optimize!

The landing page for PAGewiz features a dark blue background with a light blue line graph and a purple arrow pointing upwards. The text is in a clean, sans-serif font, with the main headline in a larger, bold font. The navigation menu is at the top, and the call to action is a prominent red button.



WordPress.com Páginas Webs Blogs Herramientas Precio Noticias Servicio de ayuda [Acceder](#) [Empieza Ahora](#)

Crea hoy tu fabulosa página web

Crea fácilmente con WordPress.com una atractiva página web para tu empresa, negocio o blog.

[Empieza Ahora](#)

GRATIS ¡Ahora con tu plan Business tendrás acceso a miles de plugins y plantillas WordPress gratis!

The WordPress.com landing page features a dark background with a man in a black apron sitting on a stool. The text is in a clean, sans-serif font, with the main headline in a larger, bold font. The navigation menu is at the top, and the call to action is a prominent blue button. The background image shows a man in a black apron sitting on a stool, looking at a laptop.

Test de humo



Test de comprensión



Crowdfunding

GOTEO Registrarse Iniciar sesión

QUIERO > cookies propias y de terceros para mejorar su experiencia y nuestros servicios, analizando la navegación en nuestro sitio y continuas navegando, se considera que das tu consentimiento para su uso. Puede obtener más información en nuestra [Política de Cookies](#)

NUESTRA FUNDACIÓN MATCHFUNDING CREA UN PROYECTO

#DONESDEGOTEO

Más de la mitad de nuestras impulsoras son mujeres ¿quieres conocer su experiencia?

Laura Huerga Elena Carrillo Rosa Batalla

MÁS INFORMACIÓN

Inicio Proyectos La Caja Lánzanos PRO Loogic Partners Loogic Crowdfunding Envía tu proyecto Blog

FUNDACION ALVIN BAYONA (deportes adaptados)

Descripción Necesidades Comentarios (0) Galería (7) Actualizaciones (0) Apoyos (100)



102% RECAUDADO

19 días Para finalizar

100 Apoyos

8165€ de 8000€

verkami proyectos qué es verkami FAQ Empieza tu proyecto iniciar sesión Buscar...

Reproducir vídeo

VIDA PARA MARÍA

#vidaparamaria

LITERATURA

VIDA PARA MARÍA

CONSEGUIDOS DE **103.560€** DE **10.000€**

María tiene un agresivo cáncer de hueso en un lugar de difícil acceso y su tratamiento requiere una compleja y costosa cirugía. Su padre ha escrito el libro 'Contra la desolación' que, junto a fotografías cedidas por sus autores, recompensará a quienes les apoyen en su lucha contra la enfermedad.

Una idea de: **Doménico Chiappe**
Creado en: **Madrid**

19 preguntas 0 actualizaciones

¡Gracias!
Esta campaña de crowdfunding terminó el 27 de Noviembre de 2016.

Aportando 15€

Descripción del proyecto

¡CASI HEMOS LLENADO DIEZ HUCHAS CUANDO QUEDAN POCOS DÍAS PARA EL FINAL DE LA CAMPAÑA!

Hemos activado nuevas recompensas fotográficas. Puedes ver las fotografías en este enlace [GALERIA FOTOGRAFICA](#) Si te interesa alguna sigue las instrucciones que explicamos más abajo para conseguirla. Recordad que gracias a vuestro increíble apoyo todo el dinero recaudado sirve ahora para dos fines: costear el tratamiento de María y ayudar a otros niños con cáncer, a través de la Fundación Niños contra el Cáncer. Y, siempre, ¡gracias!

We've launched an exciting new project of our own! Introducing the Kickstarter app for iPhone!

KICKSTARTER What is Kickstarter? Discover great projects Start your project Search projects Help Sign up Log in

Bringing creativity to life

Curious about how it works?

Learn more

Laurel is writing Spindrift, a memoir about her late father.

Staff Picks: Publishing See all 599 Publishing projects

Project of the Day

Alphabet of the Other Childhood - A Darkly Humorous Art Book

Art Comics Dance Design

El protocolo de la creación de prototipo, cuando se destina a un design de servicio, es un documento creado para guiar al equipo acerca de lo que se desea probar y ajustar los aspectos en la creación de los prototipos.

1. Qué va a ser probado?

2. Objetivos del prototipo

3. Ponga recordatorios como: lo que no se puede olvidar de registrar en fotos o videos, hacer una lista de lo material necesario de tener.



4. Escribe un texto o storyboard con las interacciones con el usuario/punto de contacto del servicio.

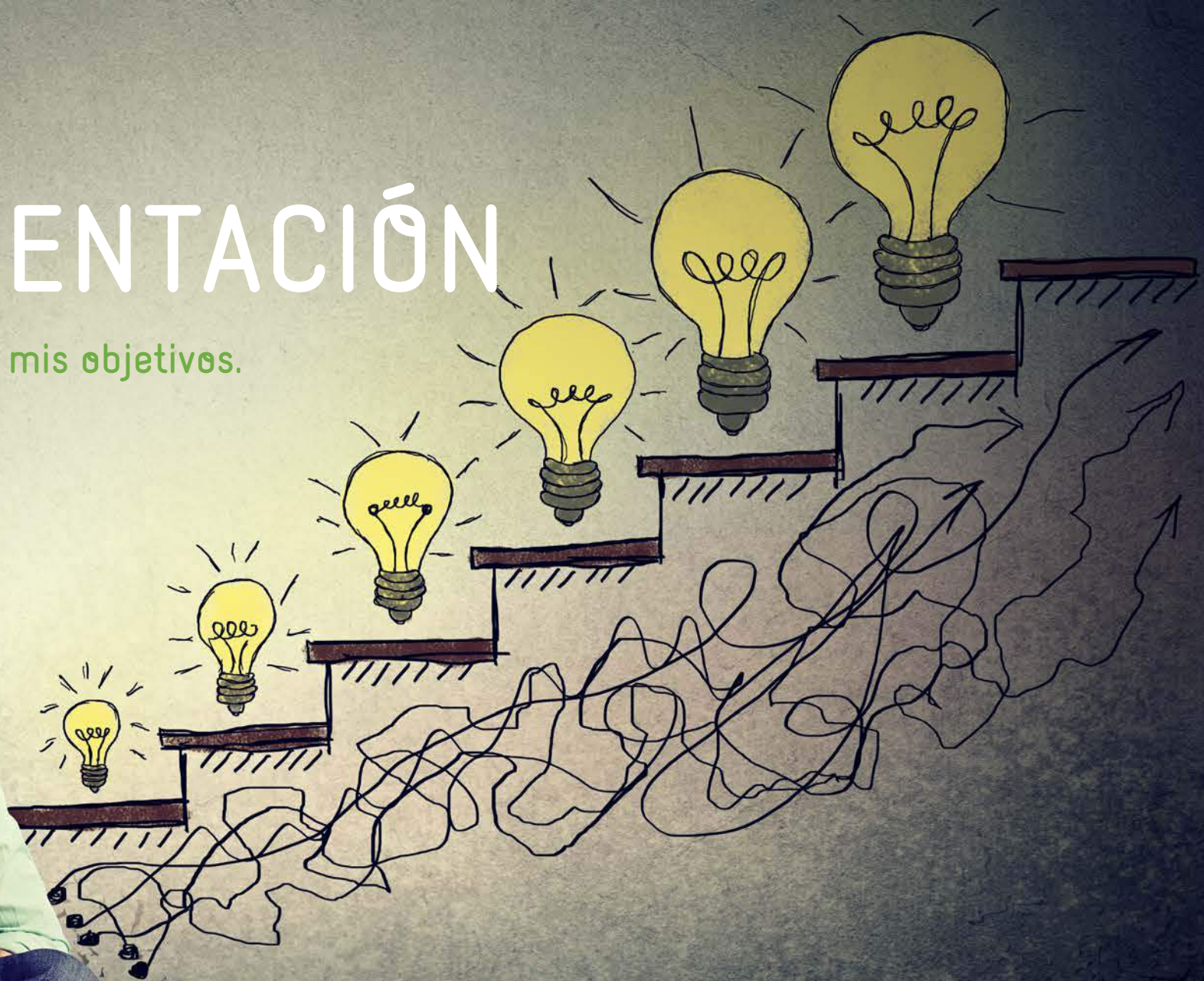


| Track Pivots | Comienzo | 1er Pivot | 2do Pivot | 3er Pivot | 4to Pivot |
|--------------------------|--|---|-----------|-----------|-----------|
| Hipótesis del cliente | Para dos segmentos, siempre validar el más arriesgado primero | | | | |
| Hipótesis del problema | | Recuerda no escribir más de una ideas por Post-it | | | |
| Hipótesis de la solución | No definas la solución, si todavía no has definido el problema | | | | |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p>Diseño de experimentación</p> <p>HIPÓTESIS CLAVE</p> <p>Aquellas que se demostrases incorrectas podría poner en juego nuestro modelo de negocio</p> | <p>Suposiciones más arriesgadas</p> <p>¿Cuáles suponen el mayor nivel de incertidumbre?</p> | <p>RESULTADOS</p> <p>Salir fuera del edificio</p>  | <p>INVÁLIDOS si son inválidos pivota al menos una hipótesis clave.</p> <p>1</p> <p>2</p> | <p>VÁLIDOS si son válidos, continua con la siguiente suposición arriesgada</p> <p>1</p> <p>2</p> |
| | <p>Método</p> <p>¿Cuál es el camino más barato para testar ese riesgo?</p> | | <p>3</p> <p>4</p> | <p>3</p> <p>4</p> |
| | <p>Criterio de éxito mínimo</p> <p>¿Cuál es el resultado mínimo que aceptaría como validación?</p> | | <p>5</p> <p>6</p> | <p>5</p> <p>6</p> |
| | <p>Documenta datos y aprendizajes separadamente</p> | | | |

IMPLEMENTACIÓN

Cómo llego a mis objetivos.





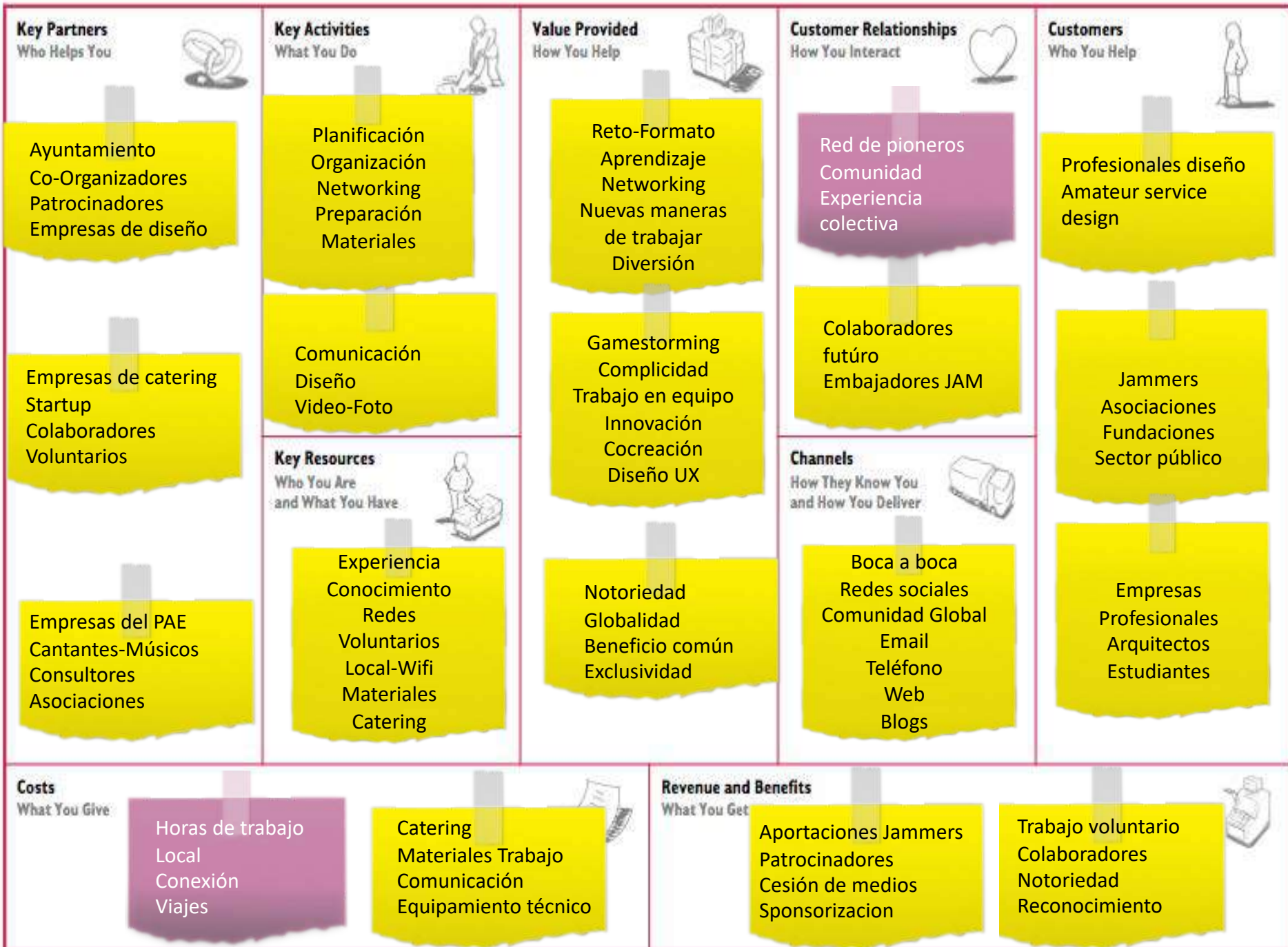
 #triplebalance
@praxis_XXI

HERRAMIENTAS



















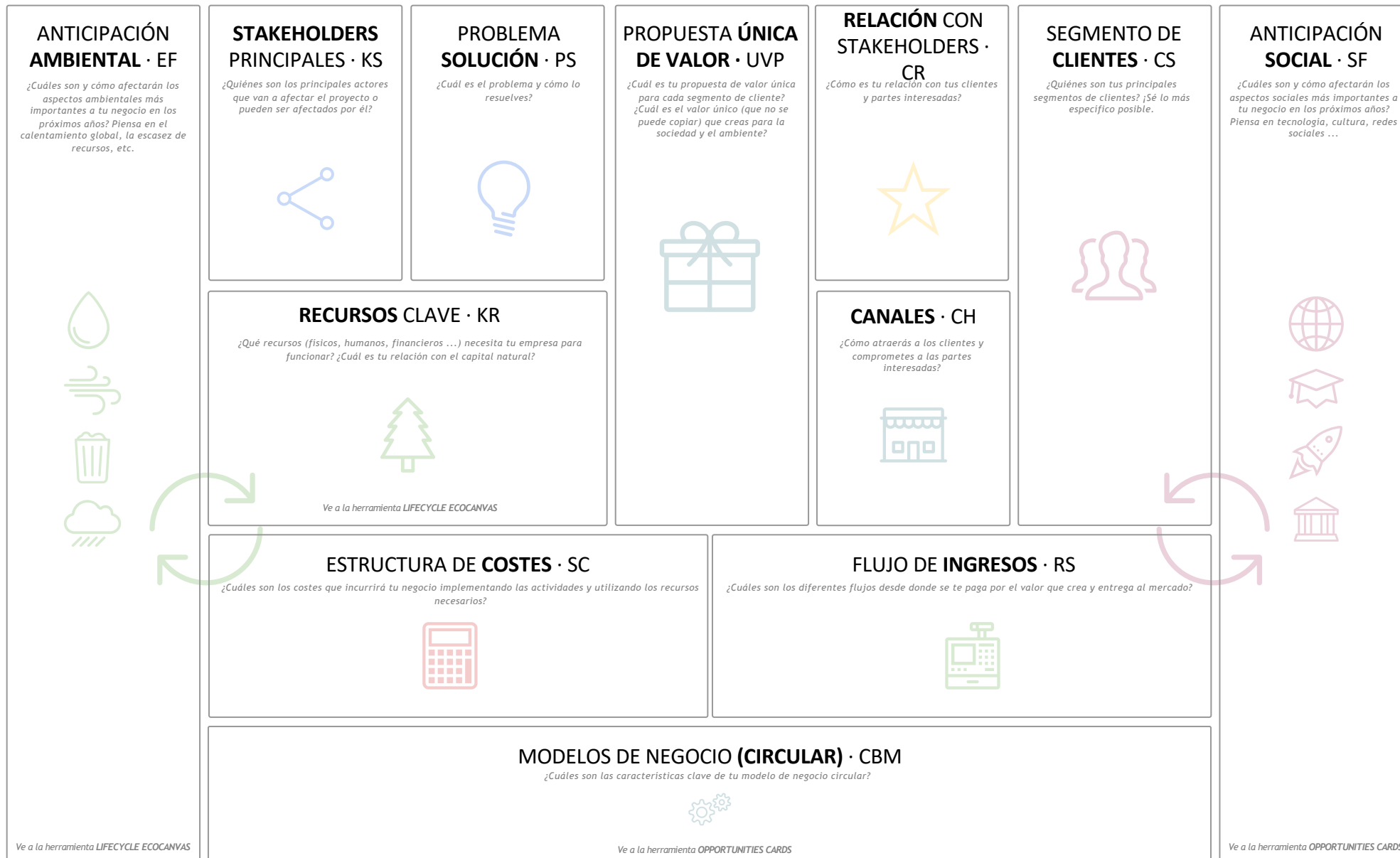
HERRAMIENTAS



Canvas del modelo de negocio social

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| <p>PROBLEMA</p> <p> 1</p> <p>¿Cuál es el problema que estás intentando resolver?</p> | <p>SOLUCIÓN Y ACTIVIDADES CLAVE</p> <p> 4</p> <p>¿Cómo vas a dar solución al problema planteado?</p> | <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Propuesta de valor social</p> <p> 5</p> | <p>VENTAJA DIFERENCIAL</p> <p> 8</p> <p>¿Qué hace que tu proyecto sea único y no sea fácil de copiar?</p> | <p>SEGMENTOS</p> <p>Beneficiarios 2</p> <p></p> <p>¿Para quién es un problema?</p> |
| <p>¿Cuál es el problema que estás intentando resolver?</p> <p>Alternativas existentes 3</p> <p></p> <p>¿Qué otros proyectos o empresas tiene tu segmento como alternativa?</p> | <p>RECURSOS, SOCIOS Y ACTORES CLAVE</p> <p> 10</p> <p>Permisos, recursos materiales y recursos humanos que necesito; y personas/entidades que me puede ayudar a llevar a cabo la solución</p> | <p>Propuesta de valor al cliente</p> <p> 7</p> <p>¿Qué valor tangible e intangible obtiene el cliente que paga por tu producto o servicio?</p> | <p>CANALES 9</p> <p></p> <p>¿Cómo te comunicas con tus clientes y beneficiarios? ¿Cómo le entregas tu producto o servicio?</p> | <p>Cientes 6</p> <p></p> <p>¿Quién paga por tu producto o servicio?</p> |
| <p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p> 12</p> <p>Gastos e inversiones necesarias para desarrollar la actividad</p> | | <p>SURPLUS</p> <p> 13</p> <p>¿Cómo vas a invertir el beneficio que obtengas?</p> | | <p>INGRESOS</p> <p> 11</p> <p>¿Cuáles son tus fuentes de ingresos?</p> |
| <p>IMPACTOS Y MÉTRICAS</p> <p> 14</p> <p>¿Qué impacto social y/o mediambiental vas a conseguir? ¿Cómo lo vas a medir?</p> | | | | |

ECOCANVAS: DISEÑO CIRCULAR DE NEGOCIOS



Ve a la herramienta LIFECYCLE ECOCANVAS

Ve a la herramienta OPPORTUNITIES CARDS

Ve a la herramienta OPPORTUNITIES CARDS

Certified



®

Corporation

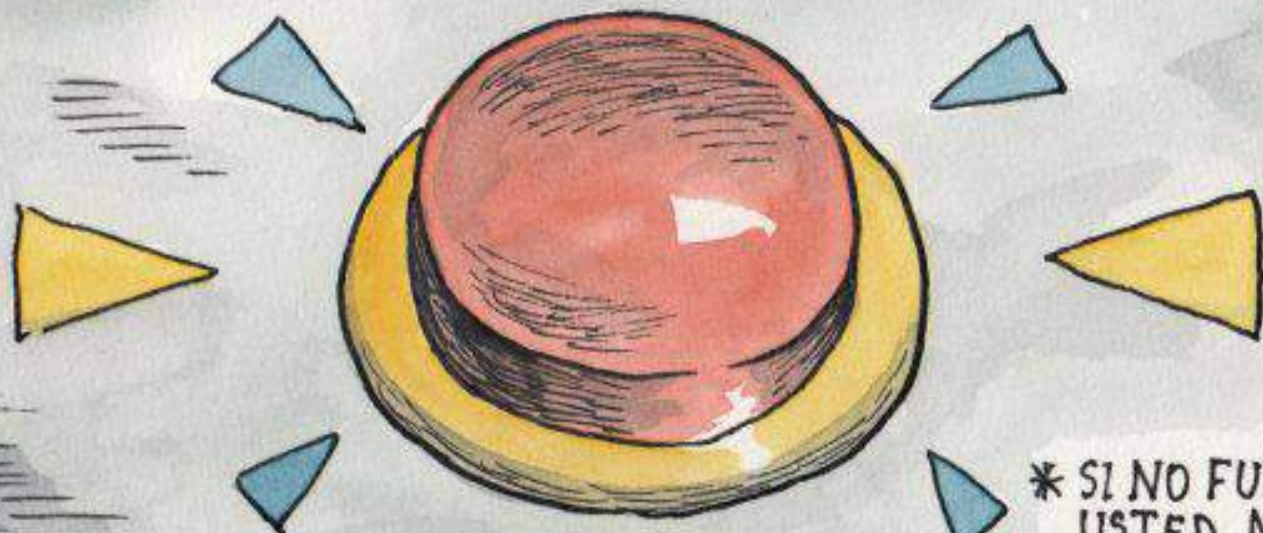


BEST
for

2017

THE
WORLD

PRESIONE EL BOTÓN PARA ARREGLAR TODOS LOS PROBLEMAS QUE TIENE EL MUNDO*



* SI NO FUNCIONA, HAGA ALGO
USTED MISMO.

Design Thinking: diseña tus productos sociales

Ángel Álvarez Taladriz

Brain CO

angel@brain-co.es

www.brain-co.es



Badajoz | 13 NOV 2019

foro de
**emprendimiento
social**



Interreg
España - Portugal



El sistema transformador
para el aumento del emprendimiento
y economía social con impacto
en la Región Europea