

youthemprende

Guía didáctica de apoyo 2019/2020

®nevojiniciativa



Introducción a Youthemprende	4
Youthemprende: resolvemos retos	5
Alineados con la cultura emprendedora	6
EntreComp: marco competencial de emprendimiento	8
Algunas claves metodológicas	9
Creamos Agencias de Diseño.....	9
Espacios de trabajo inspiradores.....	10
La importancia del proceso.....	10
¿Quién es quién en Youthemprende?.....	11
Las Fases y sus sesiones.....	11
Apertura de sesiones.....	13
Cierre y tareas entre sesiones.....	13
Ante todo, flexibilidad.....	15
Recursos Youthemprende.....	16
Referencias	17
Sesiones de trabajo	18
CONFLUIR: Crear Agencias de Diseño	19
Sesión 1.....	20
Dinámica de activación. Los satélites.....	21
Calentamiento metodológico. La torre.....	22
Los roles de equipo. El puente.....	24
Sesión 2.....	26
Creación de las Agencias de Diseño. Valores de equipo.....	27
Presentación de retos: La elección.....	30
Tareas para la siguiente sesión.....	31
EXPLORAR: Conocer el Reto	32
Sesión 3.....	33
Somos diseñadores y diseñadoras, ¿Qué significa? Diseña la cartera.....	34
Panel de insights de las Agencias.....	36
Explorar el reto: buscar las causas. 5 Why.....	38
Descubrir al usuario.....	40
Tareas para la siguiente sesión.....	41
Sesión 4.....	43
Diseño de entrevistas a usuarios.....	44

Trabajo con el cliente: envío de dudas claves.....	45
Tareas para la siguiente sesión.....	48
Sesión 5.....	49
Dinámica de Activación: Usos diferentes.....	50
Feedback del cliente, respuestas a las dudas claves.....	52
Tareas para la siguiente sesión.....	53
IDEAR: Generación y filtrado de ideas	54
Sesión 6.....	55
Activación creativa: reinventar.....	56
Generación de Ideas. Relaciones forzosas.....	58
Tareas para la siguiente sesión.....	60
Sesión 7.....	61
Activación creativa: Desenredar el nudo.....	62
Filtrado de las ideas. En búsqueda de las buenas ideas (ahora).....	63
Decidir la solución. El estado de las ideas.....	65
Tareas para la siguiente sesión.....	65
DEFINIR: Concretar la solución al reto elegido.....	66
Sesión 8.....	67
Primer prototipo: el cartel.....	67
Test de usuario en el aula.....	70
Tareas para la siguiente sesión.....	71
COMUNICAR: Preparar la solución para el cliente	72
Sesión 9.....	73
Contexto de la comunicación.....	74
Antes de grabar, el storyboard.....	76
Elaboración del video. Primera versión.....	78
Tareas para la siguiente sesión.....	79
Sesión 10.....	80
Revisión y ajuste.....	81
Elaboración del video. Segunda versión.....	81
El video en Instagram.....	81
Tareas para la siguiente sesión.....	82
PROTOTIPAR: Evento Youthemprende	83

Introducción a Youthemprende

Youthemprende: resolvemos retos.

La presente guía didáctica es un apoyo para el profesorado participante en el programa Youthemprende, así como para cualquier persona involucrada en la dinamización de las sesiones propuestas con el alumnado.

La variable sobre la que se sustentan las competencias emprendedoras a entrenar con el alumnado, son los retos específicos que se presentan en cada edición de Youthemprende. Los retos son situaciones complejas de la realidad, problemas a los que enfrentarse en equipo para descubrir sus causas, impactos y posibles soluciones. En nuestro caso, los retos son desafíos sobre los que iniciar una nueva aventura emprendedora.

Estos retos se enmarcan en ámbitos estratégicos globales, en concreto en esta edición 2019/2020 son: *la accesibilidad (Extremadura saludable)*, *la despoblación rural (Extremadura creativa)* y *el medio ambiente (Extremadura sostenible)*.

Cada reto está liderado por una empresa o entidad de referencia en la región que asume el papel de “cliente” para el alumnado, aportando experiencia y conocimiento en los sectores elegidos.

Los retos, aunque parten de ámbito globales, también tienen impacto en el entorno de cada centro participante. De ahí que una fase muy importante del proceso que dirige el docente sea conectar esos dos niveles; el marco global del reto, con la realidad del entorno local. El proceso de Youthemprende exige una inmersión directa en el entorno más inmediato a través de entrevistas con empresas del sector, posibles usuarios, asociaciones, entidades o agentes locales relacionados en algún aspecto con el reto. Exploramos para conocer y comprender el problema en sus diferentes dimensiones, el siguiente paso, idear la mejor solución posible.

Alineados con la cultura emprendedora.

Los Programas de Cultura Emprendedora de la Junta de Extremadura, aúnan la voluntad de diferentes ámbitos de gestión de la administración; Educación y Empleo, Empresa, y Juventud, diseñan acciones de manera transversal, explicitando la visión que la Junta tiene acerca del emprendimiento y su desarrollo en la sociedad extremeña: trabajar las habilidades emprendedoras con los y las jóvenes de hoy supone asegurarse los emprendedores y las emprendedoras de mañana. Emprender es algo más que generar ideas de negocio, supone desarrollar habilidades personales que atiende a un crecimiento integral de los y las jóvenes que les permite afrontar con más recursos su quehacer diario.

Y este desarrollo de habilidades emprendedoras, en la educación formal, se inicia desde la Educación Primaria con el programa **Junior**emprende, continúa en la Educación Secundaria Obligatoria con el programa **Teen**emprende, Bachillerato con **Youth**emprende, en la Formación Profesional con el programa **Expert**emprende, y termina en la etapa Universitaria con el programa Emprendedorext y Campus Emprende.

Por otro lado, en la educación no formal, el programa para desarrollar las habilidades emprendedoras desde las familias, genera el espacio para empoderar y dotar de herramientas a padres y madres para que desde su cotidianeidad puedan reforzar y desarrollar la adquisición de estas habilidades en sus hijos e hijas.

Desde 2005 en Extremadura se han venido desarrollando distintos programas relacionados con la Cultura Emprendedora en las diferentes etapas educativas. En cada uno de ellos, con unos objetivos concretos y dependiendo del nivel en el que nos encontremos, se fomentan, desarrollan o afianzarán las diferentes habilidades emprendedoras, como las que establece el currículum de Educación Primaria, E.S.O y Bachillerato: autonomía, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en una/o misma/o, sentido crítico, solidaridad y creatividad. Esta última, entendida como gran eje en todos los programas y propuestas de trabajo, se puede considerar clave para construir muchas de estas aptitudes y actitudes; alimenta la autoestima, la comunicación y la socialización, y es fundamental también para encontrar soluciones a los retos que se nos presentan día a día.

Itinerario Educativo

Cultura
Emprendedora

novo|iniciativa



Todas las propuestas metodológicas, tanto la de **Junior**emprende, como la de **Teen**emprende y la de **Expert**emprende, o la de **Youth**emprende, proponen un modelo pedagógico de aprendizaje participativo y experiencial.

El alumnado se convierte en protagonista de su aprendizaje, a través de esta metodología: analizan, toman decisiones, se organizan, gestionan los trabajos en equipo, y comunican sus ideas.

Por otro lado, el profesorado adopta un papel de facilitador que guía las potencialidades personales del alumnado y la elaboración del proyecto, trabajando, a su vez, la motivación del grupo. La realización de un proyecto alrededor de un problema o reto real facilita que se puedan involucrar distintas áreas, pudiendo darle de esta manera, un carácter transversal.

Esta metodología de aprendizaje basado en proyecto propicia la colaboración entre alumnado, equipo docente, familias y personas involucradas del entorno, con el objeto, entre otros, de compartir el conocimiento entre la comunidad educativa.

Con carácter general, podríamos afirmar que los distintos programas de Cultura Emprendedora tienen unos **objetivos generales comunes**, entre los que destacamos:

- Difundir una **perspectiva amplia e inclusiva** del emprendimiento.
- Sensibilizar y acercar **metodologías activas al aula** para el trabajo de la competencia emprendedora.
- Propiciar un acercamiento entre el alumnado, profesorado y centros educativos con su **entorno emprendedor**.

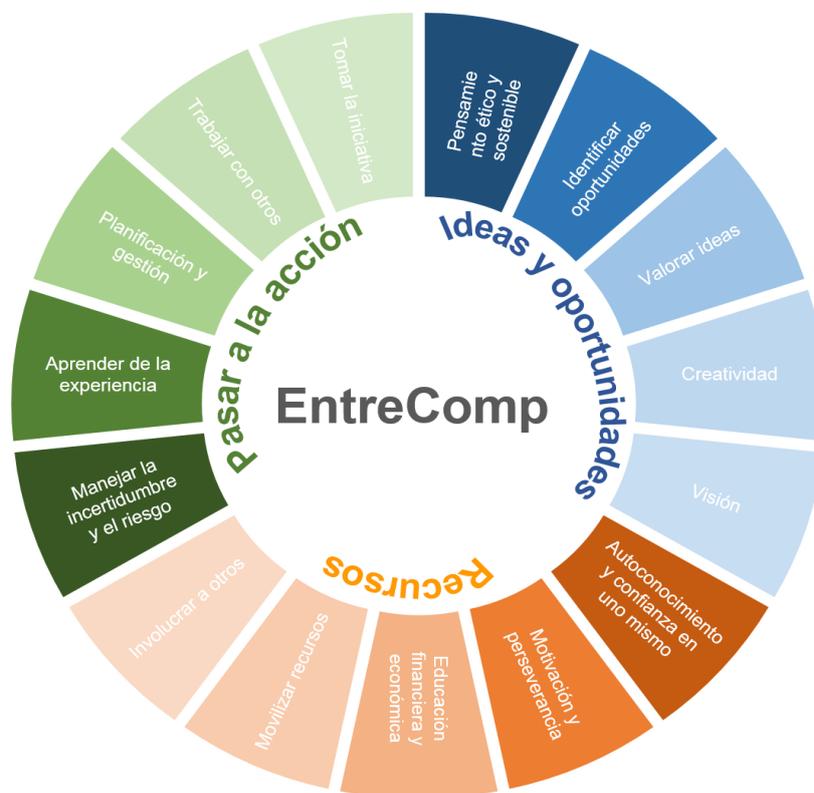
El aprendizaje del alumnado se produce hoy en un entorno muy dinámico y cambiante, que nos exige, tanto al profesorado como a la Administración, saber conjugar los aspectos estrictamente curriculares con aquellos otros competenciales que son imprescindibles para que el alumnado adquiera una capacidad real de flexibilidad y adaptación al entorno.

En definitiva, los programas de Cultura Emprendedora os invitan a generar espacios de aprendizaje que reten los conocimientos de vuestro alumnado, donde se pueda trabajar el currículum en torno a grandes temas significativos para ellos y ellas, donde se estimule su autonomía y su iniciativa donde la evaluación se haga también a través de las actividades diarias; siendo vosotros y vosotras, como docentes, quienes lideréis el cambio educativo real.

EntreComp: marco competencial de emprendimiento.

La Comisión Europea ha identificado el “sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor” como una de las 8 competencias clave necesarias para impulsar el desarrollo de habilidades emprendedoras. La UE lleva desde el 2003, en el Libro Verde europeo sobre el espíritu emprendedor en Europa, invitando a los países miembros a implementar estos contenidos en los centros educativos, diseñando iniciativas que favorezcan el fomento de habilidades, actitudes y conocimientos, y proporcionando herramientas para evaluar esta competencia transversal.

En este contexto nace Entrepreneurship Competence (EntreComp) lanzado por la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión en enero de 2015. Entre los objetivos específicos de este marco es *tener un enfoque conceptual común*, que apoye el desarrollo del espíritu emprendedor como competencia clave a nivel europeo; establecer puentes entre el mundo educativo y empleo; y crear un marco de inspiración adaptados a los diferentes contextos (formal, no formal, e informal).



Las tres áreas de este modelo hacen hincapié en la competencia emprendedora como **la capacidad para transformar ideas y oportunidades en acción movilizando recursos**, una definición que sintoniza con el planteamiento de los Programas de Cultura Emprendedora de la Junta de Extremadura.

Es por ello que actualmente, estamos interiorizando la propuesta de tal manera que nos permita identificar cómo y en qué medida se trabajan las sub-competencias de estas tres áreas, en nuestro caso, desde la propuesta de Youthemprende.

Algunas claves metodológicas.

El proceso metodológico de Youthemprende se soporta en variados flujos de trabajo estandarizados que permiten trasladar los valores y las competencias de la cultura emprendedora al alumnado. Su aspecto participativo contribuye a una mayor motivación del mismo y facilita la adquisición y la evaluación de sus aprendizajes.

- **Resolución de retos globales y reales.** El alumnado participante, constituido en *Agencias de Diseño*, elegirá un reto entre los planteados por entidades de relevancia en la región, aportando su talento para buscar soluciones originales en un entorno real.
- **Pensamiento de diseño.** Cada una de las *Agencias de Diseño*, experimentará un proceso estructurado basado en generar ideas que centren su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Proviene de la forma en la que trabajan los *equipos de diseño de producto*.
- **Prototipado.** Entendido como una de las fases del proceso de pensamiento de diseño, la construcción de prototipos aporta el testeo necesario de la idea construyendo la solución en contacto con la entidad que lidera el reto, *cliente de la Agencia de Diseño*.

Podemos decir que Youthemprende coge y adapta algunas de las herramientas de distintas metodologías del entorno empresarial y profesional para aplicarlas al entorno educativo, focalizándose en el trabajo en equipo, la generación de empatía, y utilizando la construcción como elemento facilitador del pensamiento.

Creamos Agencias de Diseño.

La propuesta parte de la construcción de unos equipos de trabajo, en base a intereses y valores de equipo, que actuarán desde el inicio como si estuvieran trabajando de forma real para un cliente que les plantea un reto.

Estos equipos de trabajo, formados por 4-6 personas, a los que denominamos agencias de diseño, y dispondrán de unos recursos que tendrán que gestionar, y serán facilitados por el profesorado. Cada clase tendrá por tanto varias agencias de diseño, siendo idóneo que al menos haya una agencia identificada por cada uno de los retos.

La Agencia será, por tanto, el equipo de trabajo sobre el que se articularán las prácticas y entrenamientos en competencias y habilidades emprendedoras.

Espacios de trabajo inspiradores.

Uno de los elementos que influyen en los procesos creativos es el entorno de trabajo. Nos motiva, nos ayuda a enfocar y concentrarnos en el objetivo. A la vez puede provocar el efecto contrario. Dentro de las posibilidades de tu centro, sigue estas recomendaciones:

¿El mismo espacio para todas las sesiones? No es necesario que todas las sesiones sean en el mismo espacio. Tampoco que cada sesión sea en un lugar diferente. Valora cuándo un cambio puede venir mejor al proceso. El aula será el primer espacio que tendremos en la mente, pero analiza si tienes otras opciones ya sea dentro del centro educativo, o fuera del centro, como un Espacio para la Creación Joven, o incluso un espacio de una empresa cercana.

Cualquier lugar es bueno para generar ideas. Paredes, ventanas, suelo, etc., es probable que durante las sesiones los post-it y plantillas invadan todo el espacio de trabajo. No te asustes. De hecho, invita a utilizar cualquier espacio. Es inspirador ver que las ideas nos rodean. Eso sí, antes de cerrar la sesión podéis recoger entre todos y dejarlo como estaba en menos de 5 minutos.

Flexibilidad. Aunque las sesiones suelen ser cortas, en Youthemprende nos gusta cambiar el “tempo” de trabajo de los participantes. Nos gusta combinar momentos en los que trabajamos de pie o en los que estamos sentados concentrados, en los que trabajamos de forma individual o en los que las agencias trabajan en equipo, momentos en los que será necesario que haya movimiento o tranquilidad, ... Como sabes el espacio de trabajo facilita o dificulta los ritmos de trabajo.

Facilitar el trabajo en equipos, las agencias de diseño. Es deseable que cuando los participantes lleguen al espacio de trabajo tengan preparado el material elaborado en sesiones anteriores por las agencias de diseño; panel de insights, kit de agencias, etc., de esta forma, todos sabrán dónde tienen que dirigirse y cuál es su “oficina” de agencia.

La importancia del proceso.

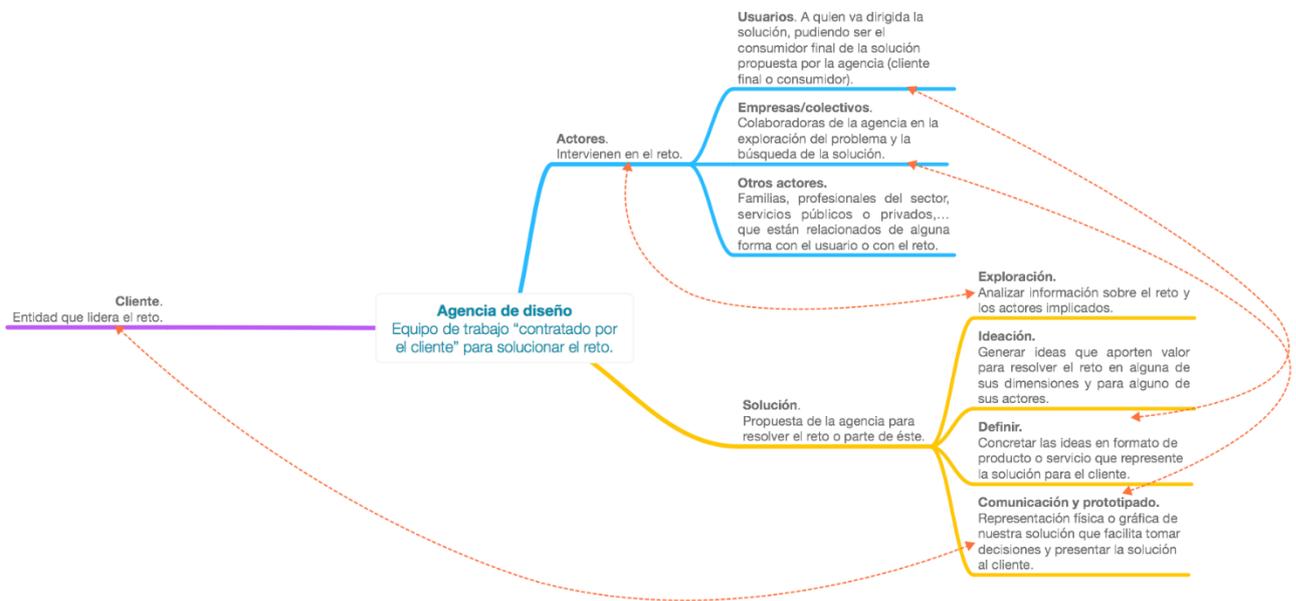
El proceso es el camino en el que se genera el aprendizaje, cada etapa forma parte del todo.

Al poner la atención en el proceso, sin tener en mente ninguna idea sobre el resultado al que se pretende llegar, permite llegar a un producto final inesperado pero efectivo, permitiendo así la entrada de la innovación y la transformación de la idea inicial durante el prototipado, de forma rápida, barata y efectiva. Este proceso tendrá en todo momento presente algunos aspectos que podrían ser principios del programa:

- El **principio de aprender haciendo**, fomentando la experimentación y la reflexión en cada etapa, entendiendo el error como un elemento necesario para la construcción del aprendizaje.

- El **principio lúdico**. A través de la participación activa se trabaja la flexibilidad, la originalidad, la autoconfianza y la cohesión grupal, todas ellas variables necesarias a la hora de adquirir aprendizajes y desarrollar competencias.
- El **principio creativo**. La creatividad nos ayuda a resolver problemas, a través de la generación de ideas para intentar disipar la tensión creativa que surge entre la situación actual y el objetivo de resolver el reto que se nos plantea.

¿Quién es quién en Youthemprende?



ENTIDAD

Es el cliente para el que trabajan las Agencias de Diseño



ACTORES

Cualquier persona a la que afecte un problema.
Ej: quien lo vive en primera persona, familias, trabajadores, empresas, AAPP, profesionales, organizaciones,...



USUARIO

El perfil de actor que vamos a priorizar, sobre el que vamos a focalizar la solución.

Las Fases y sus sesiones.



Esta propuesta recoge 6 fases de trabajo, con 10 sesiones de 50 minutos de duración cada una, más un evento final de prototipado.

La fase **Confluir** la integra las **sesiones 1 y 2** de esta guía. Aunque para su diseño se ha tenido en cuenta que la duración más habitual de clase en los centros es de 50 minutos, es recomendable hacer esta fase en una única sesión de 100 minutos.

La fase **Explorar** la integra las **sesiones 3, 4 y 5**. Esta fase es crucial para todo el proceso, pues sienta las bases para el diseño de la solución al reto. Es por ello que, si se necesita dedicar alguna otra sesión para reforzar la investigación, es preferible ampliar el tiempo dedicado a esta fase antes que avanzar sin haber recabado un buen volumen de información.

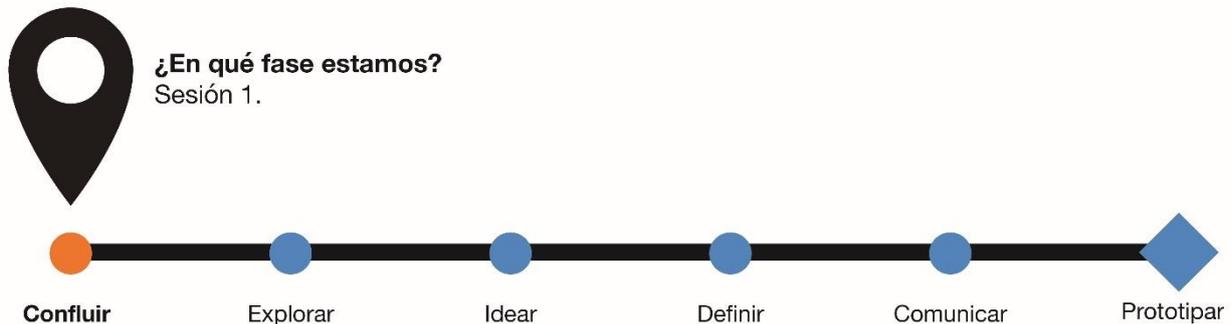
La fase **Idear** la integra las **sesiones 6 y 7**. Para optimizar el tiempo de trabajo, es recomendable hacerlas seguidas, o bien con poco tiempo entre sesiones.

La fase **Definir** la integra la **sesión 8**. En esta sesión se depurarán las ideas de la fase anterior.

La fase **Comunicar** la integra las **sesiones 9 y 10**. En esta fase se continúa perfilando la definición de la idea, a la vez que se incorpora la realización de bocetos de comunicación de prototipos, y los primeros test de usuarios.

La fase **Prototipar**, se desarrollará un **encuentro entre todas las Agencias** y los distintos clientes, en el caso de Youthemprende, las entidades que lideran los retos.

Apertura de sesiones.



Cada nueva sesión comienza con una misma imagen, “estamos aquí”, es decir, mostramos en qué punto del proceso se encuentran las agencias de diseño, para que vean y valoren el avance y el trabajo pendiente.

Entendemos que hablar de design thinking, de procesos creativos, o de generación de ideas, es complejo para el alumnado y por tanto debemos recordarles en qué fase nos encontramos y que su esfuerzo les permite seguir avanzando.

Dedicaremos siempre unos minutos a recordar qué hemos conseguido y cuál es la siguiente tarea/meta para no perder el ritmo.

Recuperar las tareas de la sesión anterior.

Entre sesión y sesión pasarán varios días y lo normal suele ser que las personas que configuran cada agencia de diseño hayan perdido el hilo. Por eso necesitamos dedicar 5 minutos a “sincronizarnos”, a poner en común el trabajo hecho para estar todos en el mismo punto de partida. Así afrontaremos mejor las tareas de esta nueva sesión.

En este sentido las pautas de trabajos serán las mismas en cada inicio de sesión:

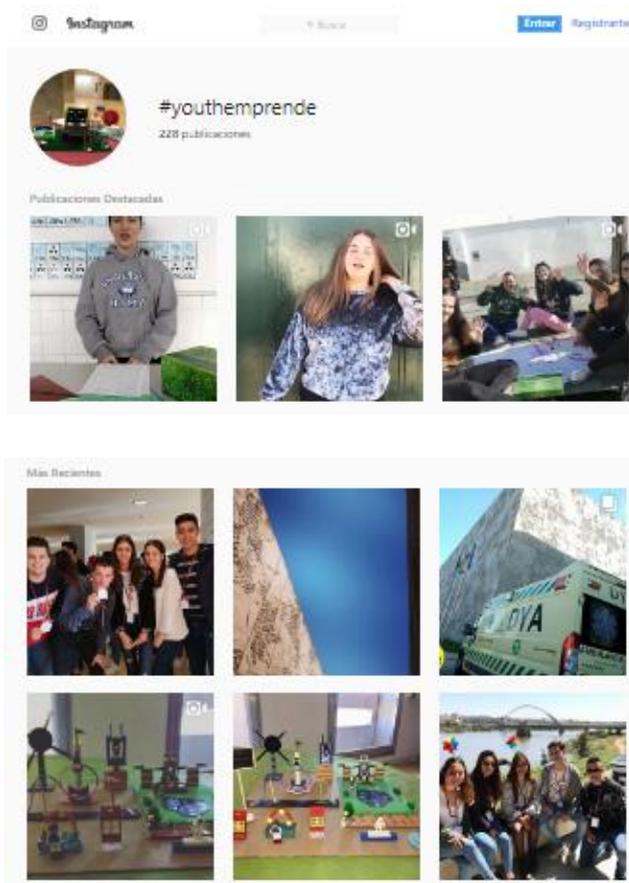
1. **Reunirse en “la oficina de la agencia”.** Después de poner en contexto la sesión de trabajo indicamos que las agencias se ubiquen en el espacio donde tengan su panel de insights y su kit de trabajo. Es decir, que vayan a su oficina.
2. **Recuperar materiales.** Deben recuperar, y si corresponde, ubicar, el material que generaron en la sesión anterior o el que han generado entre sesión y sesión.
3. **Sincronizar.** Es una tarea sencilla, tan solo deben leer y comentar en conjunto las ideas aportadas y las decisiones que tomaron durante el proceso.
4. **Resolver dudas internas de la agencia.** Estar todos de acuerdo en las decisiones tomadas facilitará dar nuevos pasos. Si una persona de la agencia de diseño tiene dudas es el momento de ponerlas en la mesa y resolverlas.

Cierre y tareas entre sesiones.

Al igual que al inicio, dedicaremos unos minutos a cerrar la sesión con cierto orden. Cada sesión termina con una tarea que el profesorado marcará, y que habrá que realizar antes de la siguiente sesión.

Estas *tareas entre sesiones* representan el punto de partida de la siguiente sesión, de forma que, si no nos ha dado tiempo a terminar alguna tarea planificada, será necesario que se recuerde al grupo la necesidad de completarla, y que se marque la entrega de la tarea antes de comenzar la siguiente sesión, para así no perder el hilo del proceso y no atascarse. Habrá que valorar la necesidad de reforzar con alguna sesión extra

Proponemos que cada una de estas tareas, se compartan en la red social **Instagram** con el hashtag **#youthemprende**, de modo que las agencias participantes tengan un sentido de pertenencia al Programa y facilite el conocimiento de todo el proceso de trabajo por parte de las entidades y del resto de agencias de otros Centros.



Es por ello que la primera tarea que le propondremos a las Agencias es que creen una cuenta en esta red social, con el nombre de la Agencia, en la que incluir su logotipo, así como fotos y/o videos del proceso de trabajo: entrevistas a empresas (bajo consentimiento de éstas), visitas o salidas a entidades, sesiones de creatividad y generación de ideas, trabajo sobre carteles, prototipos etc.

Es recomendable que el profesorado disponga también de una cuenta, con la que poder chequear y evaluar las aportaciones de cada una de los grupos de trabajo.





Agencias en marcha, recuperando las ideas de las sesiones anteriores.

Ante todo, flexibilidad.

Un factor importante a tener en cuenta a la hora de trabajar en entornos y procesos creativos es la cuestión del tiempo. Al principio cuesta arrancar, hay que calentar, sintonizar y empezar a producir. Por lo que, si fuera posible, sería óptimo poder acometer las sesiones en bloque de 2, con una duración de 100 minutos totales, sabiendo y teniendo en cuenta que la duración media de una clase en la mayoría de los Institutos es de 50 minutos.

Aunque matizamos repetidamente la cuestión de los tiempos, más que fijar el foco en ellos, bien sería hacerlo en el objetivo de la sesión, de forma que en función de cómo se vaya desarrollando, el profesor o profesora pueda virar hacia distinto lugar con las distintas herramientas de las que dispone, sin perder de vista ese objetivo.

En las siguientes propuestas de sesiones se ha incluido un apartado denominado “duración” que recoge el tiempo aproximado de realización de cada una de las dinámicas o tareas a realizar en cada sesión.

Cabe decir que estos tiempos son meramente estimativos, y no han de entenderse como rígidos ni absolutos. A estos tiempos habría que añadirle una buena dosis de flexibilidad y de atención a lo que esté ocurriendo en el grupo clase. En nuestra opinión, habría que valorar los beneficios que podría aportar dejar cerrado un proceso que prevea riqueza creativa, antes de terminar toda la sesión completa, con cada una de sus actividades.

Cierto es que, para que el proceso no se paralice, y completemos las fases de exploración, e ideación antes de llegar al prototipado, en caso de no terminar una sesión en el tiempo estimado, podría buscarse un poco de tiempo alternativo para completar alguna presentación, o bien aprovecharnos de las ventajas que las redes y la tecnología ofrece para profundizar o aclarar algún tema pendiente a través de herramientas como Google Classroom o Teaching.

Recursos Youthemprende.

Cada una de las sesiones, recoge un apartado donde se indican los recursos necesarios para el desarrollo de las dinámicas y ejercicios propuestos.

De forma general, es recomendable tener materiales básicos, bien por agencia o por aula, con el que poder experimentar y empezar a prototipar las ideas desde un principio en tres dimensiones. Algunas ideas son:

- tijeras, papel celo, pegamento, pajitas o palitos para ensamblar, distintos tipos de papeles y colores, plastilina, rotuladores de colores, post-it, gomets de colores, telas, maderas, tapones...

Por otro lado, es recomendable que cada agencia tenga una carpeta de proyectos, en la que poder guardar ordenadamente todas las fichas de trabajo propuestas por sesión.

Desde el programa se facilitarán como recursos:

- Guía didáctica digital para docentes con el desarrollo de las sesiones de trabajo.
- Presentaciones de las sesiones descargables.
- Un kit Youthemprende por agencia con elementos identificativos del Programa para sus componentes, fichas de trabajo, algunos materiales como rotuladores y post-it.

Referencias.

Para el diseño de esta guía hemos tomado ideas y herramientas de las siguientes organizaciones y webs:

Roberta Tassi. Service design tools.

<http://www.servicedesigntools.org/>

Design Thinking en español.

<http://designthinking.es/inicio/index.php>

OpenIdeo. Portal de innovación abierta de la compañía IDEO.

<https://openideo.com>

Design Thinking para educadores, de la compañía IDEO.

<https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-educators>

Guía para facilitadores, Design for change Spain.

<http://tinyurl.com/GUIADESIGNFORCHANGE>

Design Thinking para educadores, CEFIE.

<http://tinyurl.com/DTCEFIE>

Mini guía, una introducción al Design Thinking, universidad de Stanford.

<http://tinyurl.com/GUIASTANFORD>

Roles de equipo en el trabajo

<http://www.belbin.es/>

Sesiones de trabajo

CONFLUIR: Crear Agencias de Diseño.

Sesión 1

TIEMPO	CONTENIDO
10 min	Bienvenida y presentación del Programa.
5 min	Dinámica de activación. Los satélites.
15 min	Calentamiento metodológico. La torre.
20 min	Los roles de equipo. El puente.
50 min	

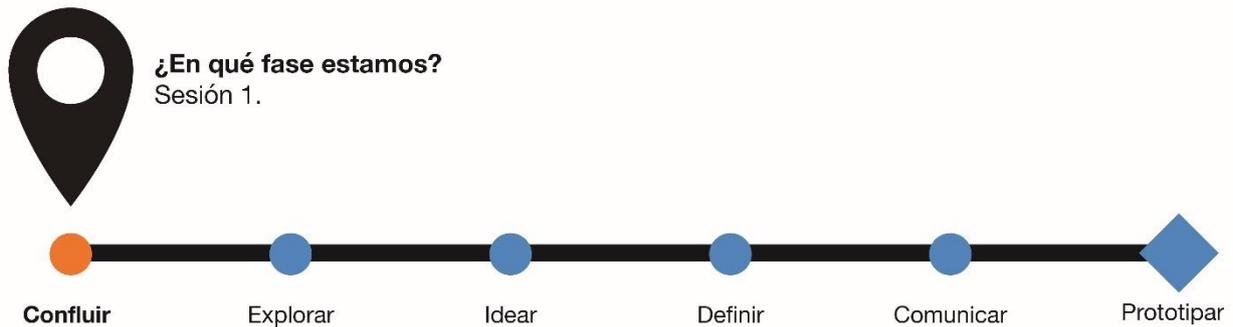
Sesión 2

TIEMPO	CONTENIDO
30 min	Creación de las Agencias de Diseño. Valores de equipo.
15 min	Presentación de retos. La elección.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

* Recomendamos abordar esta fase en un solo momento, uniendo las dos sesiones en una gran sesión de 100 minutos.

Incluso si fuera posible, se propone unir varios centros participantes en un mismo espacio para hacer un trabajo más amplio, y contar con las entidades o empresas que contextualicen al alumnado, los retos que lideran.

Sesión 1



Objetivos:

- Promover la implicación y el compromiso de los participantes en el programa Youthemprende.
- Facilitar que los participantes conozcan mejor sus intereses y roles, y los de sus compañeros/as.

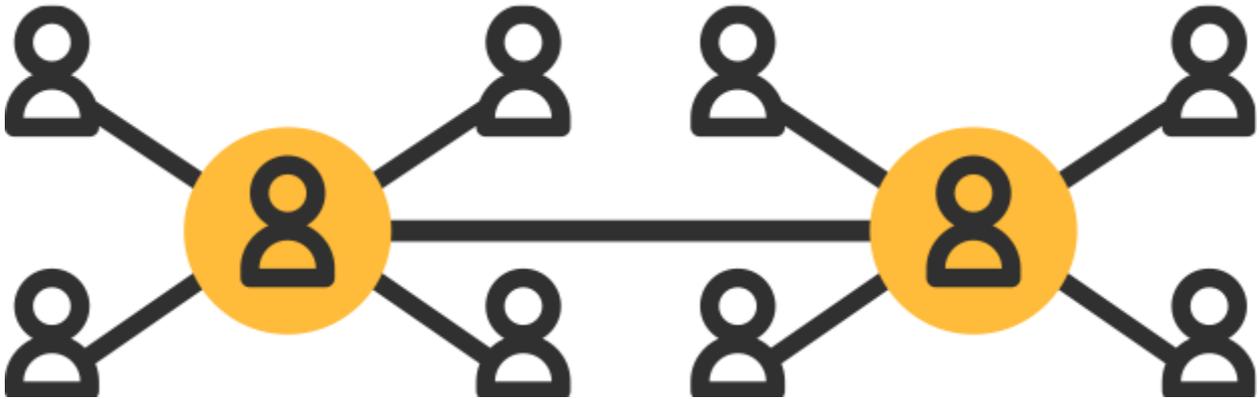
Se abordará:

- En qué consiste el programa Youthemprende en el que van a participar; de dónde viene, cuáles son sus objetivos, la metodología del pensamiento de diseño y las etapas del proceso de trabajo.
- De forma individual se irán familiarizando con las metodologías del programa, empezando a dar tres dimensiones a las ideas. Las dinámicas grupales facilitarán al grupo a reflexionar sobre los diferentes roles que asume cada uno y cada una cuando trabaja en equipo.

Recursos:

- Presentación del programa Youthemprende.
- Kit piezas Lego.
- Espacio de trabajo diáfano con sillas y mesas de trabajo móviles.
- Para profundizar en contenidos sobre roles de equipo en el trabajo <http://www.belbin.es/>.

Dinámica de activación. Los satélites.



Objetivo:

- Vivenciar la influencia que tienen entre sí las personas que integran un equipo.

Duración: 5 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Se pone todo el grupo de pie en un espacio diáfano.
2. Se les pide que piensen en dos personas de las que están allí (que no lo digan en voz alta).
3. Se les indica que todos y todas a la vez se pongan en línea con esas dos personas, poniéndose en uno de los extremos.

Mensajes a reforzar:

- Hay que tomar consciencia de la conexión que hay entre los y las miembros de un equipo (sistema, red), donde los movimientos de sus integrantes se influyen entre sí.

Recursos:

- Espacio diáfano para que todo el grupo se pueda mover libremente.

Calentamiento metodológico. La torre.



Empezaremos a tomar contacto con qué es construir para pensar. El uso de piezas de lego propiciará la participación y la integración de los participantes, y hará más fluida la exposición de sus opiniones.

Objetivos:

- . Conectar a los participantes con la metodología Youth.
- . Fomentar la integración y participación del alumnado.

Duración: 15 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Dividir el grupo aula en dos (si fuesen más de 15) para facilitar los tiempos de escucha.
2. Presentarles el material.
3. Se les pedirá que de forma individual construyan una torre usando unas piezas concretas, por ejemplo, solo piezas negras y naranjas.
4. Compartir presentando al grupo la torre que cada cual ha construido.

Mensajes a reforzar:

- . Todas las personas somos diseñadoras, creativas y cada torre nos cuenta una historia.
- . Cuando construimos imágenes fuera de la mente, construyendo con las manos las ideas y el pensamiento, es más fácil la comunicación y la reflexión.

Recursos:



CONFLUIR

youthemprende

- Kit piezas Lego.

Los roles de equipo. El puente.



Objetivos:

- . Conocer los roles que pueden tener los participantes de un equipo.
- . Reflexionar acerca del comportamiento (rol) que cada uno/a tiene dentro de un equipo.

Duración: 20 min.

Pautas de trabajo:

1. Se divide la clase en dos grupos.
2. Se les indica la tarea de construir un puente, sin dar ningún criterio más, cada grupo dará sus prioridades a la construcción (bonito, sólido, alto, etc.).
3. De forma discreta y sin que el resto del grupo se entere, a una de las personas de cada grupo se le asignará un rol forzado, el rol de control o mando.
4. Compartirán presentando a la clase el puente que han construido en cada grupo.
5. Se les mostrará la clasificación de los Roles de Belbin.
6. Se les invitará a hacer una autorreflexión a cerca del rol que ha tenido cada uno y cada una dentro del grupo en la ejecución de la tarea, comentando la existencia del rol forzado asignado. Después de forma individual podrán reflexionar cuál o cuáles les gustaría desarrollar.

Mensajes a reforzar:

- Los roles se complementan entre ellos y son necesarios dentro de un equipo.
- La importancia de trabajar en equipo para avanzar y aprender.

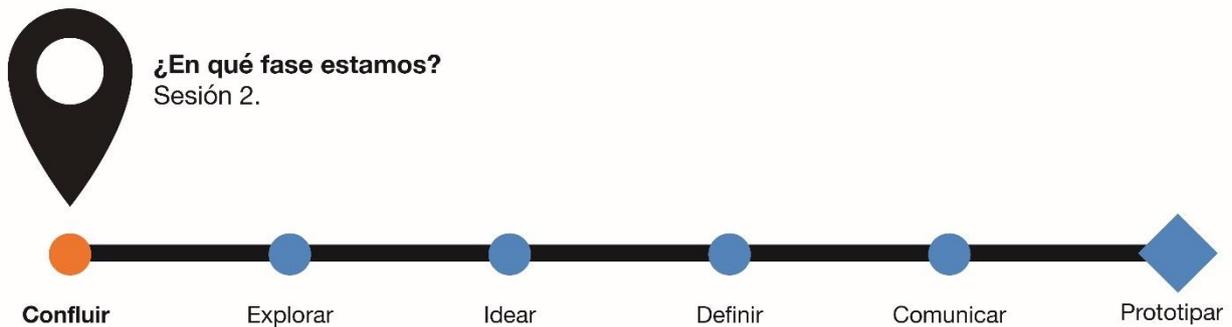
Roles de Belbin:

ROL	CONTRIBUCIÓN	DEBILIDAD PERMITIDA	PISTAS...
Investigador/a de recursos	Persona extrovertida, entusiasta, comunicativo/a. Busca oportunidades y desarrolla contactos.	Puede ser demasiado optimista y puede perder el interés una vez que el entusiasmo inicial ha desaparecido.	Puede olvidarse de dar seguimiento a las iniciativas
Cohesionador/a	Persona cooperadora, perceptiva y diplomática. Escucha e impide los enfrentamientos.	Puede ser indeciso/a en situaciones cruciales y puede tender a evitar las confrontaciones.	Puede dudar a la hora de tomar decisiones poco populares.
Coordinador/a	Persona madura, segura de sí mismo, identifica el talento. Aclara las metas. Delega eficazmente.	Se le puede percibir como manipulador/a y se puede descargar de trabajo personal.	Puede delegar en exceso, dejando para sí mismo/a poco trabajo que hacer.
Cerebro	Persona creativa, imaginativa, librepensadora. Genera ideas y resuelve problemas difíciles.	Puede ignorar los incidentes y puede estar demasiado absorto/a como para comunicarse eficazmente.	Puede ser despistado/a, abstraído/a u olvidadizo/a.
Monitor/a evaluador/a	Persona seria, perspicaz y estratega. Percibe todas las opciones y juzga con exactitud.	En ocasiones carece de iniciativa y de habilidad para inspirar a otras personas. Puede ser excesivamente crítico/a.	Puede ser lento/a a la hora de tomar decisiones
Especialista	Persona entregada, independiente, con intereses limitados. Aporta cualidades y conocimientos específicos.	Puede contribuir solo en áreas muy limitadas y explayarse en tecnicismos.	Puede contribuir solo en áreas muy limitadas y explayarse en tecnicismos.
Impulsor/a	Persona retadora, dinámica, trabaja bien bajo presión. Tiene iniciativa y coraje para superar obstáculos.	Puede ser propenso/a a provocar y en ocasiones puede ofender los sentimientos de la gente.	Puede tornarse agresivo/a y malhumorado/a en su afán de conseguir que las cosas se hagan.
Implementador/a	Persona práctica, de confianza, eficiente. Transforma las ideas en acciones y organiza el trabajo que debe hacerse.	Puede ser inflexible en cierta medida y lento/a en responder a nuevas posibilidades.	Puede ser lento/a a la hora de renunciar a sus planes en favor de cambios positivos
Finalizador/a	Persona esmerada, concienzuda, ansiosa. Busca los errores. Pule y perfecciona.	Puede tender a preocuparse excesivamente y ser reacio/a a delegar.	: Puede ser acusado/a de llevar su perfeccionismo al extremo.

Recursos:

- Kit piezas Lego.
- Roles de equipo en el trabajo <http://www.belbin.es/>.

Sesión 2



Objetivos:

- Promover la implicación y el compromiso de los participantes en el programa Youthemprende.
- Crear y consolidar las Agencias de Diseño (equipos de trabajo).

Se abordará:

- Formarán las Agencias desde los valores individuales y de equipo. Presentaremos los retos y cada agencia elegirá uno en base a sus intereses, tras el consenso grupal.

Recursos:

- Lista de valores
- Kit piezas Lego.
- Plantilla Agencia de Diseño

Creación de las Agencias de Diseño. Valores de equipo



Objetivos:

- Crear y consolidar las Agencias de Diseño a partir de los valores del equipo.
- Reflexionar sobre los valores prioritarios personales.
- Favorecer el intercambio de ideas.

Duración: 30 min.

Pautas de trabajo:

1. De forma individual, sobre una lista de valores, cada uno/a elige los seis que le parecen más importantes para un equipo. De esos seis valores se les pide que tachen dos; después se les pide que tachen otros dos; finalmente de los dos que quedan tachan uno y se quedan con el valor prioritario para él o ella. 5 min. aprox.
2. Se les invita a reflexionar sobre la elección de los valores y el orden de cómo los han ido descartando.

valores

youthemprende

- | | | | |
|--|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> CREATIVIDAD | <input type="checkbox"/> SACRIFICIO | <input type="checkbox"/> LIBERTAD | <input type="checkbox"/> ORIGINALIDAD |
| <input type="checkbox"/> PROFESIONALIDAD | <input type="checkbox"/> AMBICIÓN | <input type="checkbox"/> SERVICIO | <input type="checkbox"/> ESPIRITUALIDAD |
| <input type="checkbox"/> ADAPTABILIDAD | <input type="checkbox"/> DIGNIDAD | <input type="checkbox"/> EMPATÍA | <input type="checkbox"/> FELICIDAD |
| <input type="checkbox"/> CRECIMIENTO | <input type="checkbox"/> INSPIRACIÓN | <input type="checkbox"/> AUTOCONTROL | <input type="checkbox"/> PASIÓN |
| <input type="checkbox"/> CREDIBILIDAD | <input type="checkbox"/> AMOR | <input type="checkbox"/> EQUILIBRIO | <input type="checkbox"/> CONFIANZA |
| <input type="checkbox"/> HONESTIDAD | <input type="checkbox"/> INTELIGENCIA | <input type="checkbox"/> MOTIVACIÓN | <input type="checkbox"/> PAZ |
| <input type="checkbox"/> AGILIDAD | <input type="checkbox"/> SATISFACCIÓN | <input type="checkbox"/> CALMA | <input type="checkbox"/> VERDAD |
| <input type="checkbox"/> CURIOSIDAD | <input type="checkbox"/> APRENDIZAJE | <input type="checkbox"/> ESTABILIDAD | <input type="checkbox"/> CONOCIMIENTO |
| <input type="checkbox"/> RESISTENCIA | <input type="checkbox"/> DISCIPLINA | <input type="checkbox"/> CLARIDAD | <input type="checkbox"/> FLEXIBILIDAD |
| <input type="checkbox"/> ALEGRÍA | <input type="checkbox"/> INTUICIÓN | <input type="checkbox"/> EXPERIENCIA | <input type="checkbox"/> PERFECCIÓN |
| <input type="checkbox"/> HUMOR | <input type="checkbox"/> SEGURIDAD | <input type="checkbox"/> OPTIMISMO | <input type="checkbox"/> VICTORIA |
| <input type="checkbox"/> RESPETO | <input type="checkbox"/> JUSTICIA | <input type="checkbox"/> TRABAJO EQUIPO | <input type="checkbox"/> FUERZA |
| <input type="checkbox"/> ALTRUISMO | <input type="checkbox"/> SENCILLEZ | <input type="checkbox"/> FAMILIA | <input type="checkbox"/> PERSEVERANCIA |
| <input type="checkbox"/> DECISIÓN | <input type="checkbox"/> LEALTAD | <input type="checkbox"/> ORGANIZACIÓN | <input type="checkbox"/> COOPERACIÓN |
| <input type="checkbox"/> AMABILIDAD | <input type="checkbox"/> ATREVIMIENTO | <input type="checkbox"/> CONSERVADOR | <input type="checkbox"/> GENEROSIDAD |
| <input type="checkbox"/> INDEPENDENCIA | <input type="checkbox"/> DIVERSIDAD | <input type="checkbox"/> COMPROMISO | <input type="checkbox"/> VISIÓN DE FUTURO |

3. Representarán, de forma individual, el valor elegido con las piezas lego. 5 min. aprox.
4. Una vez realizada la construcción, se les pide que se muevan por el espacio libremente viendo las construcciones de las demás personas, y que se agrupen con las cuatro que quieran compartir la construcción que cada una ha hecho del valor elegido, creándose de esta manera el equipo de trabajo: la Agencia de Diseño. 5 min aprox.
5. Cada Agencia (grupo de cinco) realizará una construcción, a partir de los 5 valores individuales, que represente al equipo, y completarán la *plantilla de Agencia de Diseño*. 10 min. aprox.
6. Es conveniente que realicen una foto a la construcción final, a partir de esa imagen tendrán que hacer la tarea para la siguiente sesión.

agencias
youthemprende



Nombre de la
Agencia de Diseño:

Reto elegido:

Equipo compuesto por:

1- _____

2- _____

3- _____

4- _____

5- _____

6- _____

Logotipo de la Agencia:

Mensajes a reforzar:

- El intercambio de ideas, de formas de pensar y de sentir, nos facilita tener una visión más amplia del mundo y reconocer las distintas perspectivas de las situaciones o sucesos. A diferencia del grupo, el equipo tiene un objetivo común.
- Cada persona tiene sus valores prioritarios, es importante para un buen trabajo en equipo compartirlos, y consensuar los valores del equipo entre todas y todos sus miembros.

Recursos:

- Kit piezas Lego.
- Lista de valores, una por participante.
- Plantilla de Agencia de Diseño, una por Agencia.

Presentación de retos: La elección.



Objetivo:

- Conocer de primera mano cada uno de los retos propuestos en Youthemprende.
- Tomar una decisión sobre el reto a elegir para el proceso de diseño de soluciones.

Duración: 15 minutos

Pautas de trabajo:

1. Se visualizarán los tres videos de las entidades que lideran los retos.
2. Cada una de las Agencias, consensua el reto al que quieren buscar solución y lo anotan en su *plantilla de registro de Agencia*.

Mensajes a reforzar:

- La toma de decisiones en equipo, por consenso, es un proceso que pretende llegar a la decisión más satisfactoria, no solo por el acuerdo de la mayoría sino también por tomar en consideración las objeciones de la minoría y llegar a suavizarlas a través del dialogo. El proceso es de gran importancia.

Recursos:

- Presentación de los retos.

Tareas para la siguiente sesión.

Cada Agencia de Diseño tiene su identidad propia, su marca, desde donde crean y comparten las ideas. Es importante comunicar las ideas para que crezcan, y visibilizar el trabajo para que se reconozca y valore.

1. Les pediremos a las Agencias que, Inspirándose en la construcción final de los valores del equipo, le den identidad a su Agencia y diseñan **el nombre y su logo**. Se podrá hacer de forma manual o utilizando algunas herramientas como Free logo design o Tagxedo.
2. Crear una **cuenta de Instagram** por Agencia. El nombre de la cuenta ha de ser el nombre de la Agencia.
3. Subir publicación con el logo de la Agencia, con el hashtag **#youthemprende**.

EXPLORAR: Conocer el Reto.

Sesión 3

TIEMPO	CONTENIDO
10 min	Somos diseñadores.as ¿Qué significa?
5 min	Presentación del panel de insights.
10 min	Buscar las causas del problema.
20 min	Descubrir al usuario. Expectativas y frustraciones.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

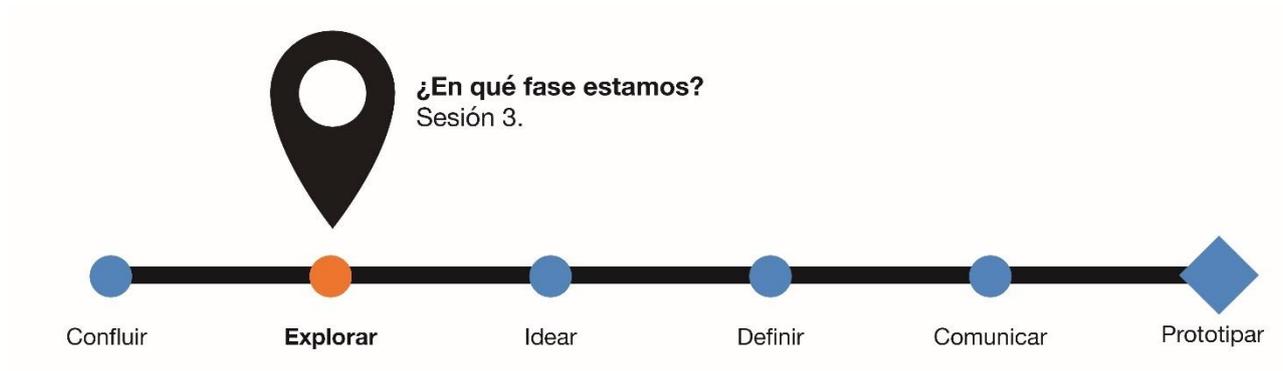
Sesión 4

TIEMPO	CONTENIDO
10 min	Continuamos explorando el reto: mapa de actores definido.
20 min	Diseño de entrevistas a usuarios.
15 min	Trabajo con el cliente: envío de dudas clave.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

Sesión 5

TIEMPO	CONTENIDO
5 min	Dinámica de activación. Usos diferentes.
10 min	Feedback del cliente.
20 min	Puesta en común de la exploración.
10 min	Ampliamos el panel de insights.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

Sesión 3



Objetivos:

- Comprender el problema antes de empezar a buscar soluciones.
- Profundizar en las causas que caracterizan al reto.
- Empatizar con los usuarios a los que afecta el reto.

Se abordará:

- Qué es el Design Thinking. Lo presentaremos como un proceso de trabajo que facilita crear productos y servicios que tiendan a satisfacer en mejor manera las necesidades de los usuarios haciéndolos parte activa del proceso de creación. Interviene en la fase de ajuste problema-solución.

Recursos:

- Presentación “Explorar los retos”.
- Para profundizar en contenidos sobre Design Thinking: <http://bienpensado.com/que-es-el-design-thinking/>

Somos diseñadores y diseñadoras, ¿Qué significa? Diseña la cartera.



Construir para pensar. Diseñar, vender y aprender.

Ya tenemos constituidas las Agencias de Diseño, pero ¿a qué nos referimos con lo de ser “diseñadores, diseñadoras”? Nuestra visión de la agencia de diseño no se refiere a una empresa orientada a la elaboración de soluciones gráficas. Nos referimos a “*equipos que buscan y diseñan soluciones para resolver problemas de usuarios concretos*”. La formulación del entorno más estético y gráfico llegará después de encontrar una solución que interese al usuario y que inicialmente se considere viable. Para “vivir” en primera persona a qué nos referimos, pondremos en marcha una pequeña dinámica que funciona a modo de reto ágil, “*diseña la cartera ideal*”.

Objetivo:

- Poner a los y las participantes en el rol de diseñadores/as desde el inicio de la sesión.
- Vivir en primera persona el proceso de diseño de un producto concreto.
- Reflexionar sobre la necesidad de incorporar al usuario en el proceso de diseño.

Duración: 10 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Presentamos a los y las participantes el rol de diseñadores en general, la importancia que tienen en el diseño de productos o servicios que nos encontramos de forma cotidiana. De ahora en adelante ellos y ellas pasan a ser diseñadores para un reto concreto que vamos a presentar en la sesión. Pasan a estar en modo diseñadores y diseñadoras.
2. Entregamos un folio A4 en blanco a cada participante.
3. Presentamos la tarea y pautas de trabajo que tienen que seguir como diseñadores: *tienen que diseñar una cartera ideal para llevar en el día a día.*
 - a. *Diseño.* Trabajo individual. Tienen 3 minutos para diseñarla y montarla físicamente con el folio que tienen. Deben pensar en las funcionalidades que

presta. ¿Por qué tiene la forma, compartimentos, tamaño, color... que le han dado? En el diseño pueden utilizar otros elementos además del folio, siempre y cuando respeten los 3 minutos de trabajo que tienen.

- b. *Venta*. Presentación en parejas. Al terminar los 3 minutos se lo presentarán a la persona que tienen al lado, harán una presentación en pareja. Tienen que venderle su producto a un supuesto cliente. Éste debe hacerle feedback con valoraciones que observa sobre su diseño y funcionalidades, aportando elementos que ve oportuno para el uso que esta persona le daría a la cartera, sobre cómo lo usaría, sobre qué expectativas tiene sobre una cartera ideal.
4. Reflexión abierta en grupo. Solicitamos que cuenten sus primeras impresiones de la actividad.
- a. ¿Les ha parecido fácil o difícil?
 - b. ¿Cómo valoran el trabajo de diseñar algo tan cotidiano como una cartera?
 - c. ¿Para qué perfil de cliente han diseñado la cartera? mujer, hombre, joven, mayor, persona de negocios... ¿es igual para todos los clientes o tienen diferentes usos y necesidades?
 - d. ¿Qué impresiones han surgido a la hora de presentar su producto al cliente ficticio? ¿Qué aportaciones han hecho?
 - e. ¿Podrían hacer un segundo diseño mejorado con las aportaciones del cliente?
 - f. ¿Qué hubiera pasado si el proceso hubiera sido al revés, primero hablar con el cliente y después diseñar el producto?

Mensajes a reforzar:

- Diseñamos cada día sin darnos cuenta. Todos miramos a nuestro alrededor y encontramos algo que mejoraríamos porque somos usuarios/clientes de ese producto o servicio.
- La empatía como clave para acertar en las características de los productos o servicios que diseñaremos. La utilizaremos a lo largo de las sesiones de Youthemprende.
- Utilizar un método de trabajo para expresar y optimizar nuestro trabajo como diseñadores. En nuestro caso, el proceso de design thinking para resolver problemas o retos de las empresas.

Recursos:

- Folios A4.
- Presentación con las reglas del juego e imagen de carteras para tenerlas como referencia para el ejercicio de diseño.
- Referencia: [presentación de Design Thinking](#) por el BBVA Innovation Center.

El panel es en gran formato, A1. Os proponemos que cada agencia busque un hueco en pared y lo pegue de forma temporal, para que puedan ponerlo y quitarlo entre sesión y sesión, o bien, si es posible, dejarlo de forma permanente.

Además, esto permite intercalar espacios de trabajo sentados o de pie, cambiando de forma frecuente la perspectiva de espacio.

Las ideas se reflejan en post-it, cada idea en uno, así podemos cambiarlas de una zona a otra cuando sea preciso, o reorganizarlas para clasificarlas. Procura que las ideas en los post-it se redacten en rotulador y con textos breves para que sea más fácil localizarlas y leerlas.

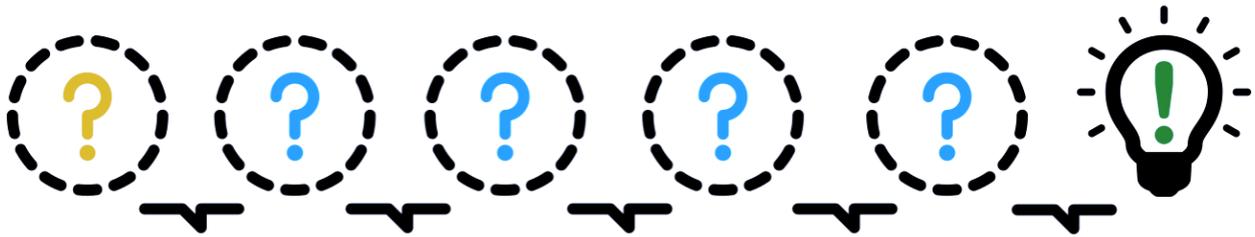
Duración: 5 minutos.



Recursos:

- Presentación Explorar los retos.
- Panel de insights.

Explorar el reto: buscar las causas. 5 Why.



Cuando alguien nos plantea un problema o un desafío nuestra primera reacción es responder con ideas que pueden solucionarlo. Pero en esa respuesta rápida olvidamos algo muy importante: dedicar tiempo a comprender las causas del problema ¿qué lo ocasiona? ¿por qué surge? La técnica de los cinco porqués trata de ir más allá de la superficie de un problema y descubrir la causa raíz. Esto nos permitirá abordar de forma más adecuada la solución que queremos ofrecer.

Nombre: 5 Why.

Objetivo:

- Provocar que los participantes vayan más allá de los síntomas y comprendan las causas que los generan los impactos negativos del problema a resolver.
- Identificar la causa raíz que genera otras causas y efectos negativos del problema o reto.

Duración: 10 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Panel de insights. Trabajaremos en la sección 5 Why del panel.
2. Trabajo en agencias. Cada agencia debe realizar esta tarea acorde al reto elegido. Trabajarán en “su oficina”, a ser posible de pie, con el panel pegado en la pared.
3. Primer porqué. Trabajo individual, cada miembro de la agencia de diseño analiza el reto, lo plantea a modo de “¿por qué...?” y rellena el primer post-it con su respuesta personal. Por ejemplo, ante un reto relacionado con las caídas frecuentes de personas mayores el primer por qué sería ¿Por qué se cae una persona mayor?, el alumno 1 podría responder “porque físicamente está débil”, la alumna 2 podría indicar “porque ha tomado medicinas que le dejan aturdido” La evolución de los siguientes porqués será totalmente diferente y enriquecedora para el equipo. Esta evolución condicionará el tipo de solución que finalmente aporten al reto. En este ejemplo podría salir una solución centrada en el envejecimiento activo y otra basada en el control de efectos nocivos de las medicinas.
4. Sigüientes porqués. Deben rellenar el segundo post-it respondiendo por qué lo que han indicado en el post-it anterior es verdadero o por qué ocurre lo que indican. Así hasta el 5 por qué. Cada miembro del equipo guarda sus post-it numerados del uno al cinco.
5. Resultado del equipo. Una vez terminen los 5 por qué, presentan sus post-it de uno en uno, conociendo la reflexión completa de cada miembro de forma ordenada.

Tendrán diferentes perspectivas sobre las causas y efectos que existe en el reto (ver ejemplo).

6. Debate en la agencia para analizar las posibles aportaciones y conclusiones a las que ha llegado el equipo.
7. Columna de consenso. Lo más importante de esta actividad es que comprendan y descubran detalles relacionados con las causas y efectos que puedan incidir en la solución. Una forma de expresar el proceso es sugerirles que lleguen a un consenso para construir una sola columna de los 5 Why, pudiendo surgir de los post-it ya existentes o de la reformulación de éstos (ver ejemplo).

Mensajes a reforzar:

- La importancia de comprender las causas que generan los efectos negativos del reto para poder llegar a una solución más certera y adecuada al usuario.

Recursos:

- Panel de insights.
- Post-it y bolígrafos.

Referencias:

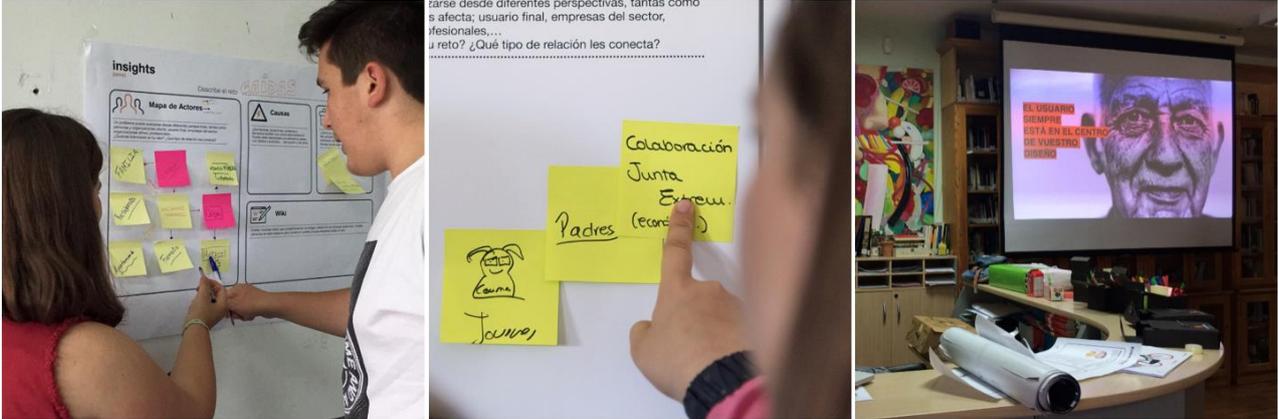
- Historia en Wikipedia de la técnica 5 Why: https://es.wikipedia.org/wiki/Los_cinco_%C2%BFPor_qu%C3%A9%3F
- Video explicativo. <https://www.youtube.com/watch?v=o8vkYM1RzcY>
- Gamestorming. Ediciones Deusto. Dave Gray, Sunny Brown, Jamer Macanufu.

Ejemplo:



Ref: Gamestorming. Ediciones Deusto.

Descubrir al usuario.



Empatía. Diseñar poniéndose en los pies del usuario.

Todo el proceso metodológico del youthemprende gira en torno al usuario, sus inquietudes, expectativas, frustraciones... al final serán quienes “usen” o “consuman” la solución propuesta.

Para abordar esta perspectiva debemos gestionar formas de trabajo que permitan a los participantes *experimentar su empatía* hacia los diferentes usuarios a los que implican los retos (usuarios directos, familiares, profesionales, entidades, etc.)

La herramienta más extendida es el Mapa de Empatía. En el panel insights hemos hecho una adaptación que sirve para focalizar nuestra empatía mediante preguntas muy concretas relacionadas con el usuario y su entorno. En esta adaptación optamos por centrarnos en dos grandes bloques: expectativas y frustraciones del usuario.

Objetivo:

- Crear el entorno adecuado para explorar el reto desde la perspectiva del usuario (empatía) e identificar las motivaciones que mueven o afectan a los usuarios del reto.
- Conseguir información concreta sobre la del usuario que después pueda influir en la solución a diseñar: gustos, inquietudes, conductas, hábitos de consumo, ...

Duración: 20 minutos.

Pautas de trabajo:

1. *Trabajo en el panel de insights.* Cada agencia trabaja de pie, alrededor de su panel de insights. En él encontrarán un icono que representa al usuario con dos grandes bloques de análisis; sus expectativas y sus frustraciones.
2. *Identificación de actores/usuarios.* ¿A quién implica o afecta el reto? Tienen 5 minutos para identificar todos los posibles usuarios relacionados con el reto, ya sea directos o indirectos. De forma individual los identificarán mediante post it. Los pondrán en

común para ver las coincidencias o diferencias. El resultado de esta primera tarea es abrir la percepción de que tienen todos sobre los implicados en el reto: usuarios directos, profesionales del sector, familiares, colectivos, etc.

3. *Seleccionar y describir un perfil usuario principal* sobre el que vamos a concentrar nuestro análisis de expectativas y frustraciones. En esta fase su tarea es dotar de personalidad y de una historia al usuario central sobre el que se van a centrar. ¿Es chico o chica? ¿Cómo se llama? ¿Qué edad tiene? ¿Cuál es su relación con el reto? ¿Dónde vive? ¿Cómo se siente en relación al reto? Y toda aquella información que pueda construir una historia personal con la que sentirnos identificados más allá del clásico perfil demográfico.
4. *Expectativas y frustraciones*. Buscamos comprender las motivaciones del usuario respecto al reto y para abordarlo nos centraremos en buscar respuestas desde las agencias a través de 10 interrogantes que permiten explorar las expectativas (lo que espera el usuario respecto a una solución eficaz del reto) y las frustraciones (las dificultades que les provoca el reto y las que pueden tener para acceder a su resolución).

Primero responderán a las cuestiones sobre expectativas y después a las de frustraciones. Una persona de cada agencia lee al resto de su equipo cada interrogante. Todos anotan sus ideas o reflexiones en un post-it. Cuando terminen de responder a los interrogantes pegarán los post-it en el apartado que corresponda. Una vez hayan presentado sus post-it conclusiones podrán abrir un espacio de debate para ampliar información sobre las ideas aportadas o para sugerir nuevas perspectivas o datos no contemplados. Recuerda que los interrogantes que planteamos son una orientación y que podéis adaptarlos, ampliarlos y mejorarlos para hacerlos más eficaces.

Mensajes a reforzar:

- No perder de vista al usuario en el proceso. Diseñamos teniéndolo siempre en el centro para comprender mejor su perspectiva y poder crear la solución más adecuada.
- Separar la fase de captación de insights (datos, información o impresiones) de la fase de ideas y construcción de la solución. Sin esta fase, las soluciones aportadas se basarían básicamente en nuestra intuición o en nuestro gusto, sin tener en cuenta las motivaciones del usuario final.

Referencias:

- Mapa de empatía de Xplane. <http://javiermegias.com/blog/2012/01/herramientas-el-mapa-de-empata-entendiendo-al-cliente/>
- Canvas de propuesta de valor de Alex Osterwalder. <http://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valor-modelos-de-negocio/>

Tareas para la siguiente sesión.



EXPLORAR

youthemprende

1. Realizar fotografías de los resultados de la dinámica 5 Why y la definición de usuario, y publicarlas en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende.

Sesión 4



Objetivos de la sesión:

- Profundizar en las causas que caracterizan al reto.
- Empatizar con los posibles usuarios de entre a quienes afecta el reto.

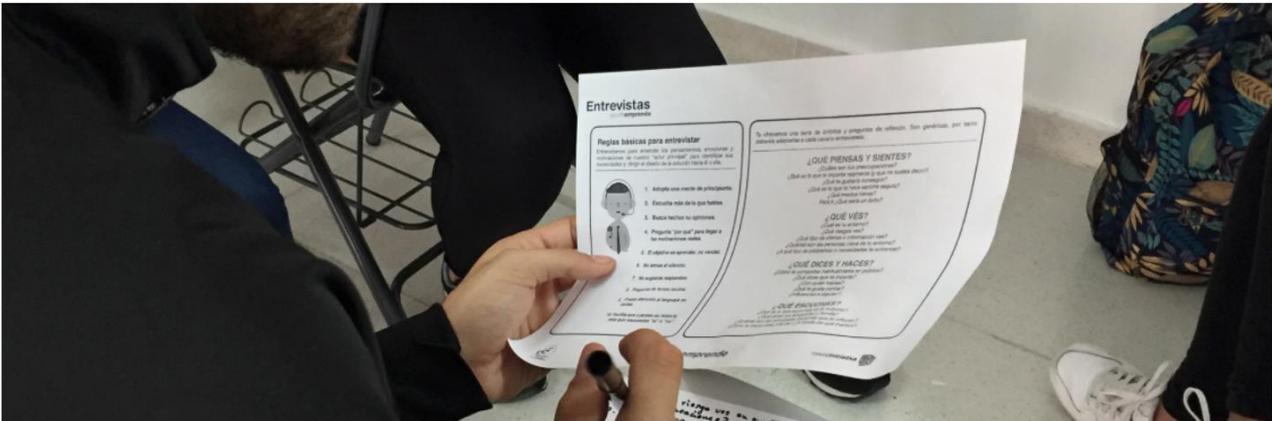
Se abordará:

- Diseñaremos los modelos de entrevistas para realizar a distintos actores que tengan relación con el problema.

Recursos:

- Presentación con claves para el diseño de las entrevistas.
- Panel de Insights.

Diseño de entrevistas a usuarios.



Empatía. Explorar el reto en primera persona.

Una de las claves del proceso es facilitar una interacción real con los actores implicados en el reto. En este caso lo haremos mediante el diseño y posterior aplicación de entrevistas de la Agencia a dichos actores.

La entrevista es una herramienta muy utilizada para la recogida de datos y ha de adaptarse según el perfil de la persona destinataria. Además de la entrevista, las agencias podrían optar por utilizar otro tipo de herramienta de recogida de datos.

Objetivo:

- Incorporar la visión del usuario mediante técnicas de aproximación directa.
- Recopilar información de campo que puedan incidir en el diseño de una solución eficaz al reto o a un área concreta del reto.

Duración: 20 Minutos.

Pautas de trabajo:

1. *Tareas durante la dinámica:* Cada Agencia debe diseñar
 - a. Una estructura de entrevista dirigida a un perfil de usuario asociado al reto.
 - b. Una estructura de entrevista dirigida a empresas que puedan estar relacionadas con el reto en cualquier vertiente (les afectan los problemas que genera el reto, son proveedores de productos o servicios para resolverlo, se relacionan y conocen bien el perfil de usuario al que afecta el reto, etc.).
2. *Organización de las agencias de diseño.* Se dividirán en dos pequeños equipos de trabajo. Cada equipo se centrará en el diseño de una de las tareas. Durante 10 minutos un equipo diseñará una propuesta de entrevista para usuario, y el otro equipo diseñará una propuesta de entrevista para empresas.
3. *Puesta en común.* Una vez terminada la tarea, cada equipo presentará al otro el resultado de su trabajo. Entre todos deben debatir y mejorar las propuestas, resolviendo dudas o acordando cambios para llegar al diseño final de las entrevistas.

4. *Planificación de las entrevistas.* La agencia debe recopilar nueva información que les permitan comprender mejor las diferentes dimensiones del reto mediante la realización de al menos 3 entrevistas a usuarios y 2 entrevistas a empresas del entorno. Deberán organizarse para realizar las entrevistas. ¿A qué usuarios y empresas? ¿Cuándo y dónde se realizarán las entrevistas? ¿Cómo se reparten las tareas entre el equipo de la agencia de diseño?
5. *Volcado de la información.* Las entrevistas generan nueva información que solo resultará práctica para la agencia si se registra. Es probable que no todo el equipo realice las mismas entrevistas y esto facilite la pérdida de información, con lo cual es importante volcar la información para que pueda ser compartida y analizada por el equipo. A modo de sugerencia recomendamos las siguientes pautas para evitar pérdida de información:
 - Asistir a las entrevistas en grupos de dos personas. Una estará centrada en la dirección de la entrevista, prestando atención a la conversación y a la persona entrevistada, y otra en tomar notas, prestando atención a las aportaciones, a los detalles que deberán quedar registrados.
 - Solicitar permiso para realizar una foto de las personas entrevistadas en su contexto. El objetivo es que el equipo que no ha estado presente “empatice” mejor con las valoraciones de los usuarios y empresas entrevistadas.
 - Transcribir las notas tomadas durante las entrevistas en un documento de texto. Pueden registrar información como:
 - Fecha de la entrevista:
 - Entrevistadores/as:
 - Persona entrevistada:
 - Perfil de la persona:
 - Pregunta 1 / Respuesta 1:
 - P2 / R2...
 - Ideas fuerza que surgieron:

Mensajes a reforzar:

- No podemos conocer la perspectiva del usuario desde el aula, **hay que salir para contrastar nuestras ideas y opiniones.**
- Empatizamos mejor cuando conocemos las historias personales, que cuando tenemos los datos básicos de las personas (edad, estudios, situación económica...)

Recursos:

- Diapositiva con claves para el diseño de las entrevistas.

Trabajo con el cliente: envío de dudas claves.



Trabajo en equipo. Agencia de diseño.

A medida que avanza el trabajo de las Agencias de Diseño, surgirán interrogantes que deban responder sus clientes, es decir, las entidades que lideran los retos.

Esta dinámica de trabajo es importante en un modelo de trabajo cliente proveedor, ya que nos ayuda conocer mejor los intereses del cliente o información que inicialmente no estaba reflejada en la descripción del reto.

El soporte que elegimos para acercar estas dudas de las agencias a sus clientes es el video. En caso de no contar con el tiempo adecuado para su elaboración, o la imposibilidad de utilizar dispositivos móviles, podrán optar por entregarlas al docente de referencia en texto.

Independientemente del formato elegido, debemos seguir el siguiente proceso.

Objetivo:

- Identificar y priorizar las dudas que tienen las agencias de diseño y que puede resolver con el cliente (entidades que lideran los retos).
- Organizar el proceso de comunicación de las dudas para que sea eficaz y aporte valor al trabajo de búsqueda de la solución.

Duración: 15 minutos.

Pautas de trabajo:

1. *Identificar las dudas claves más urgentes que necesitan resolver.* Cada agencia se reúne alrededor del panel de insights para analizar el proceso de exploración e identificar aspectos que puedan no estar contemplados o dudas que les permitan adquirir nueva información y datos.
2. *Priorizarlas.* En el caso de haber identificado diferentes dudas, las organizarán estableciendo prioridades mediante el acuerdo, o en su defecto mediante un sistema de votos de cada participante. El resultado debe ser una duda relevante que se entregará al docente en texto o bien se grabará en formato audiovisual.
3. *En caso de realizar un video, seguimos los siguientes pasos:*



jevica_resolve • Seguir
Cáceres, Spain

jevica_resolve Videopregunta para Cicytex
#youthemprende #agenciasyouthemprende
jevica_resolve @cicytex
jevica_resolve @youthemprende

35 reproducciones
8 DE FEBRERO

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar.

- a. *Elaborar un guion para el vídeo de 60 segundos.* Antes de grabar el video deben elaborar por escrito un breve guion que les asegure presentar la duda de forma comprensible para el cliente. Durante el video pueden presentar información como; identificación de la agencia, identificación de la persona que presenta la duda, motivaciones de por qué han elegido el reto, el momento en el que se encuentran, la duda que desean resolver, el tipo de información que les interesa, pueden presentar elementos realizados durante el trabajo en equipo, agradecimiento, despedida, etc.
- b. *Grabar el video para el cliente:* El video se grabará con la tecnología móvil de uno de los miembros de la agencia. La grabación puede ser en el aula o en varios espacios que las agencias estén distribuidas y evitar que se mezclen los ruidos de todas las agencias hablando y trabajando a la vez. Cada agencia debe identificar una persona que hará de interlocutor y otra que realice la labor de cámara.
- c. *Revisión,* validación o nueva grabación en caso de ser necesario.
- d. *Subir el video al perfil de la agencia en Instagram.* El video debe durar como máximo 60 segundos, que es el máximo que permite Instagram para subir a su red. Cada agencia lo subirá en abierto para que pueda ser consultado en su perfil de Instagram indicando los hashtags: #youthemprende.

Mensajes a reforzar:

- . Una de las claves de una empresa es trabajar en contacto con su cliente y en muchas ocasiones es importante resolver las dudas que surgen para evitar pasos en falso y soluciones no deseadas.

Recursos:

- . Smartphones de los participantes.
- . Cuenta de Instagram de las Agencias.
- . Wifi, o datos de los participantes.

Tareas para la siguiente sesión.

2. Realizar las entrevistas diseñadas en clase a empresas o usuarios involucradas en el reto. Registrar la información para evitar la pérdida de datos.
3. Publicar en Instagram con el hashtag #youthemprende:
 - . Video. En el caso de haber realizado un video de la pregunta clave al cliente.
 - . Imagen que refleje el momento de las entrevistas a empresas o usuarios, en el caso de que la empresa o usuario den su visto bueno a realizar la imagen.

Sesión 5



Objetivos de la sesión:

- Empatizar con los usuarios a los que afecta el reto.

Se abordará:

- Recuperaremos y compartiremos toda la información obtenida en las entrevistas a los distintos actores intervinientes, personas, colectivos, empresas, así como las respuestas de las entidades que lideran el reto a través de los videos. Registraremos en el panel de insights todos los datos, hechos, ideas que tomaron alrededor del reto seleccionado.

Recursos:

- Presentación.
- Respuestas de las entidades
- Dispositivos móviles o equipos informáticos
- Fichas de trabajo

Dinámica de Activación: Usos diferentes.



Objetivos:

- Favorecer la desinhibición y distensión, para crear el clima adecuado en el desarrollo creativo.
- Vivenciar las características del pensamiento creativo:
 - *Fluidez*: Aptitud de un sujeto para producir gran número de ideas.
 - *Flexibilidad*: Aptitud de un sujeto para producir respuestas muy variadas correspondientes a diferentes dominios.
 - *Originalidad*: Aptitud de un sujeto para producir ideas fuera de lo común.
 - *Elaboración*: Aptitud de un sujeto para desarrollar, ampliar y mejorar las ideas.

Duración: 5 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Retomamos el rol de diseñadores/as desde el plano creativo, poniendo el foco en la importancia que tiene en el diseño, la transformación de los usos y características de los productos y servicios que ya existen.
2. Presentamos la tarea y damos las consignas que tienen que seguir como diseñadores/as: tienen que dar usos diferentes a un objeto común.
3. Nos ponemos todos/as en círculo y de pie. Les presentamos un objeto (turulo, clip o cuchara) y les indicamos que, tal y como hacen a veces los equipos de diseño, debemos imaginar una utilidad diferente para el objeto que les hemos presentado.
4. De uno/a en uno/a irán diciendo la nueva utilidad que han pensado y pasarán el objeto al compañero o compañera que tengan a su derecha. Se darán al menos dos vueltas.
5. Reflexión abierta en grupo. Solicitamos a los participantes que cuenten sus primeras impresiones de la actividad.
 - ¿Les ha parecido fácil o difícil?

- ¿Existe diferencias en originalidad entre las propuestas iniciales y las finales?
- ¿Qué hubiera pasado si se hubiesen quedado todos en la primera utilidad pensada?
- ¿Se han puesto auto límites? (no desenrollar el papel, no pisarlo, no repetir)

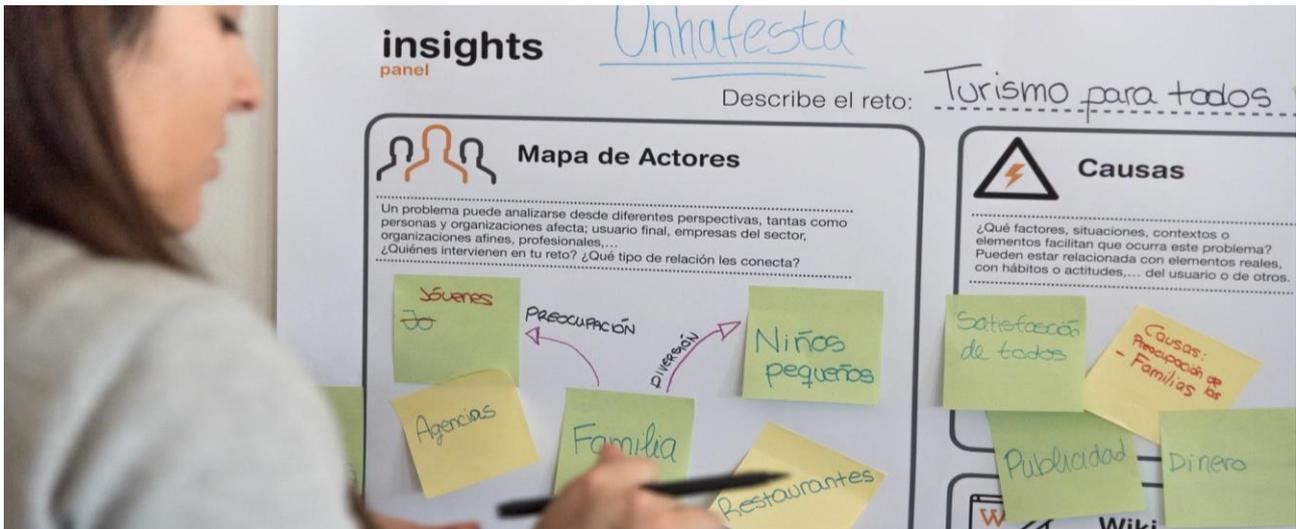
Mensajes a reforzar:

- Todas las personas somos creativas.
- La creatividad se puede entrenar y desarrollar.
- Hay una conexión directa entre saber mirar desde una perspectiva distinta los objetos, las situaciones, las personas, etc. con la gestión de conflictos. Con una nueva perspectiva se generan nuevas soluciones a los problemas que se nos vayan planteando.
- El valor y el crecimiento de las ideas. Las ideas que surgen del equipo enriquecen la visión de las que podemos proponer cada uno/a.
- Necesitamos ejercitar los músculos, y ponernos en actitud creativa para aportar valor a las ideas.

Recursos:

- Folio enrollado, clip o cuchara.
- Presentación con las reglas del juego.

Feedback del cliente, respuestas a las dudas claves.



Objetivos:

- Obtener nueva información sobre el reto para utilizar en la conceptualización de la hipótesis.
- Mantener el contacto con las identidades que lideran los retos.

Duración: 30 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Cada agencia leerá o visionará las respuestas a las preguntas claves lanzadas al cliente. Según vamos escuchando las respuestas a las preguntas, vamos anotando las ideas claves que nos va dando la entidad para añadirlo al panel de *insights*.
2. Recuperamos y ponemos en común en la agencia las distintas entrevistas realizadas tras la sesión anterior.

Mensajes a reforzar:

- Toda información puede ser valiosa para nuestra idea. Todo depende del foco de interés que elijamos.
- El valor de las ideas que surgen del equipo, más allá de las que podamos proponer de nuestra parte.
- Utilizar el método del embudo, (ahora recogemos mucha información e ideas, todas valen, para luego filtrar con distintas cribas en función del foco que elijamos).

Recursos:

- . Respuestas de las entidades (por escrito o en video).
- . Dispositivos móviles o equipos informáticos.
- . Entrevistas realizadas.
- . Panel de insights.

Tareas para la siguiente sesión.

1. Realizar fotografías de los resultados del panel de Insights y publicarlas en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende.

IDEAR: Generación y filtrado de ideas

Sesión 6

TIEMPO	CONTENIDO
5 min	Introducción a la fase de Ideación.
10 min	Activación creativa: Reinventar.
35 min	Generación de ideas.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

Sesión 7

TIEMPO	CONTENIDO
10 min	Dinámica de activación.
10 min	Análisis del árbol de las ideas.
15 min	Filtrado de ideas.
10 min	Toma de decisión en la Agencia.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

* Recomendamos abordar esta fase en un solo momento, uniendo las dos sesiones en una gran sesión de 100 minutos. De no ser posible, es idóneo que no pase mucho tiempo entre una y otra sesión.

Sesión 6



Objetivos:

- Centrar la atención de los participantes en la generación de ideas.
- Desarrollar la creatividad del alumnado.
- Conocer el proceso creativo, sus fortalezas y sus limitadores.

Se abordará:

- Centrar la atención de los participantes en la generación de ideas.
- Desarrollar la creatividad del alumnado.

Mensajes a reforzar:

Aunque estemos en un proceso continuo de ideación “latente”, hay que saber separar fases con diferentes objetivos, sin perder de vista el reto, el usuario y los resultados finales. Tenemos que recordar el proceso en el que estamos inmersos/as y confiar en él.

Recursos:

- Presentación con imágenes o video de la sesión anterior.
- Material utilizado en la sesión explorar: panel de insights.

Activación creativa: reinventar.



Objetivos:

- Favorecer la desinhibición y distensión, para crear el clima adecuado en el desarrollo creativo.
- Sensibilizar sobre la idea de trabajo cooperativo.

Duración: 10 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Retomamos el rol de diseñadores desde el plano creativo, poniendo el foco en la importancia que tiene en el diseño de productos o servicios, la transformación de los que ya existen.
2. Presentamos la tarea y pautas de trabajo que tienen que seguir como diseñadores/as: tienen que darle una vuelta de tuerca a la idea de bicicleta que se le presenta.
3. Nos sentamos en círculo.
4. Les repartimos la ficha con la imagen de la bicicleta y les invitamos a que piensen en un problema o necesidad que hayan vivido u observado en la experiencia de montar en bicicleta, y que la dibujen.
5. Después de 10 segundos, se pasará el folio a la persona de la izquierda (para romper la forma de rotación anterior).
6. En función del número de participantes, se podrán dar intercambiar al menos hasta 10 veces las plantillas de las bicis, cuantas más mejor. Reflexión abierta en grupo.
 - Solicitamos a los participantes que cuenten sus impresiones de la actividad. ¿Qué les ha resultado más fácil, comenzar o mantener la generación de ideas?
 - ¿Hay alguien que quiera aportar alguna idea más sobre una bicicleta?

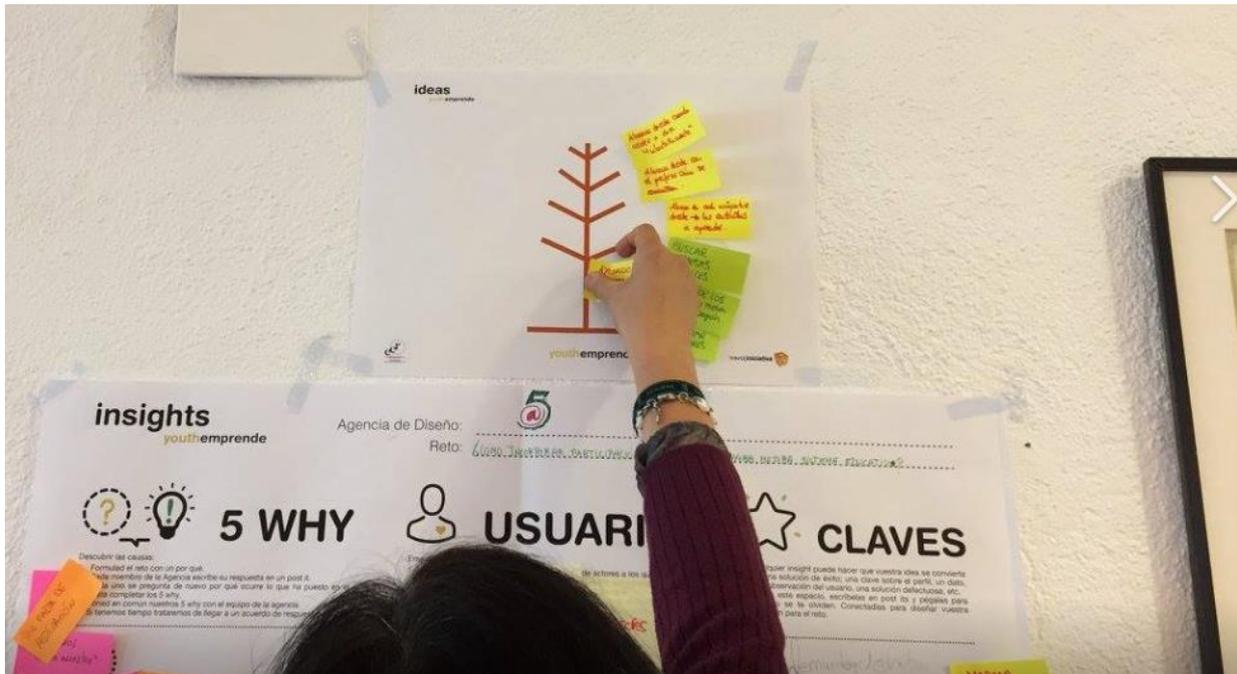
Mensajes a reforzar:

- . Todas somos personas creativas.
- . La creatividad se puede entrenar y desarrollar.
- . Hay una conexión directa entre saber mirar desde una perspectiva distinta a los objetos, las situaciones, las personas, etc., con la gestión de conflictos generando nuevas soluciones a los problemas que se nos vayan planteando.
- . El valor de las ideas que surgen del equipo, más allá de las que podamos proponer de nuestra parte.

Recursos:

- . Ficha de la bicicleta o folio en blanco.
- . Presentación.

Generación de Ideas. Relaciones forzosas.



Objetivos:

- Entrenar y estimular las habilidades del pensamiento divergente de los participantes:
 - *Fluidez*: Aptitud para producir gran número de ideas.
 - *Flexibilidad*: Aptitud para producir respuestas muy variadas correspondientes a diferentes dominios.
 - *Originalidad*: Aptitud de un sujeto para producir ideas fuera de lo común.
 - *Elaboración*: Aptitud de un sujeto para desarrollar, ampliar y mejorar las ideas.
- Generar ideas centradas en la solución, que avancen el soporte, funcionalidades, características que ayuden a resolver el problema detectado.

Duración: 35 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Presentamos las reglas de la dinámica. 3 minutos.
2. Hacemos un **calentamiento previo** (grupal o en parejas). En pareja de pie una frente a otra, imaginamos que tenemos el **bolso de Mary Poppins** del que vamos sacando objetos continuamente, sin limitaciones, teniendo un turno para cada persona. 2 minutos.

Tras pasar los dos minutos, volvemos a sacar objetos del mismo modo, esta vez de textura blanda o suave. 2 minutos.

3. Reflexión grupal de la dinámica. 3 minutos.

Reforzamos ideas como: todas las personas somos creativas, solo tenemos que descubrirlo y permitirnoslo. Existen *enemigos* de la creatividad, como la uniformidad, el sentido del ridículo, la crítica excesiva.

4. Tras el calentamiento, haremos un **trabajo individual de generación**. 5 minutos.

Cada uno coge un post-it con alguna de las ideas aportadas en el panel de insights. Con ella genera **5 ideas** que aúnen esa entrada con un personaje que se le dará al azar, y que representa un arquetipo universal. Este elemento funciona a modo de inspiración, bien podría ser un objeto cotidiano, una foto con una situación o paisaje, un recorte de una revista que previamente se ha elegido individualmente. En definitiva, se trata de generar ideas a raíz de forzar la relación entre dos conceptos, en principio no relacionados. Anotan cada una de las ideas en un post-it.

Arquetipos universales y algunos ejemplos:

Inocente: Hacer lo correcto, búsqueda de la felicidad, optimismo, utopía.
(Mafalda/Don Quijote)

Sabio/Sabia: Empoderar, dar conocimiento, entender el mundo, búsqueda de la verdad.
(Albert Einstein/Marie Curie)

Mago/maga: Hacer que los sueños se hagan realidad, hacer que las cosas sucedan.
(Merlín/Minerva McGonagall)

Héroe/heroína: Superación, mejorar el mundo con sus actos. Querer es poder, ser fuerte. Hacer cosas por los demás y proteger.
Robin Hood/Jyn Erso)

Creador/a: Crear cosas que duren en el tiempo, visión, imaginación, creatividad.
(Picasso/Frida Kahlo)

Lideresa/Líder: Fijar las reglas, poder, tener una comunidad próspera, responsabilidad, liderazgo.
(Khaleesi/Gandhi)

Explorador/a: Descubrir, experimentar, desafiar, viajar, escapar de lo monótono.
(Indiana Jones/Salima Ikram)

5. **Tras las primeras ideas.** 5 minutos.

Tras generar las primeras cinco ideas han de intercambiar con algún compañero o compañera su personaje arquetípico y generar nuevamente **cinco ideas más**.

6. **Generar en grupo.** 5 minutos.

Compartir las ideas generadas por cada miembro del equipo y buscar relaciones entre ellas. Generar en grupo **al menos 5 ideas nuevas** asociadas a las soluciones posibles al reto, características, funcionalidades, etc.

7. **Conectar las ideas con el usuario.** 10 minutos.

Se leen todas las ideas aportadas por toda la agencia y se intenta poner en el centro de nuevo al usuario. Sin limitar en este momento la generación ni aludiendo al sentido o el valor de las ideas, intentamos **completar de forma libre cada una de las ideas** aportadas con características y/o especificaciones teniendo en cuenta al usuario de nuestro reto. El trabajo se hace por agencia completa. A modo de bosque de las ideas, el grupo se pasea por las ideas compartidas en post-it intentando aportar estas mejoras sobre las que quiera de forma libre. A ser posible se aportarán las ideas con otro color.

Mensajes a reforzar:

- . Necesidad de poner foco en el proceso de trabajo y producir ideas orientadas a la solución, creatividad aplicada.
- . El valor que aportan las técnicas para facilitar el flujo de generación de ideas.
- . Crear procesos que ayuden a generar una gran cantidad de ideas, para poder llegar mediante el filtrado y mejora a la calidad.

Recursos:

- . Imágenes arquetípicas para entregar a los/as participantes. En descarga para el equipo de docentes.
- . Panel de insights.
- . Paquetes de post-it.

Tareas para la siguiente sesión.

1. Realizar fotografías del proceso de ideación, así como los resultados de la producción de ideas y publicarlas en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende.

Sesión 7



Objetivos:

- Centrar la atención de los participantes en el proceso creativo de generación de ideas, y valoración de ideas en función de criterios como la originalidad, la viabilidad y la utilidad.
- Recuperar los resultados de la sesión de exploración centrados en la generación de ideas y las claves para la solución anotadas en el panel de insights.

Se abordará:

- El proceso está diseñado para que haya un periodo de tiempo corto entre las dos sesiones relacionadas con la fase de Idear. Por este motivo debemos recuperar la atención y el foco de los participantes en el proceso creativo, recordando el trabajo de la sesión anterior.

Mensajes a reforzar:

- Aunque sea a distinto ritmo, hay que ir avanzando en el proceso, completando fases y objetivos, porque si no, podemos entrar en bloqueo.
- Uno de los beneficios de trabajar con elementos metodológico del design thinking y el prototipado es que podemos ir hacia atrás en el proceso yendo hacia a delante, pues durante el proceso de iteración se pueden incorporar aspectos nuevos que se nos quedaron atrás o en aquel momento no nos pareció útil.
- Saber separar fases con diferentes objetivos, sin perder de vista el reto, el usuario y los resultados finales.

Recursos:

- Presentación con imágenes o video de la sesión anterior.
- Panel de insights.

Activación creativa: Desenredar el nudo.



Objetivos:

- Favorecer la desinhibición y distensión, para crear el clima adecuado en el desarrollo creativo.
- Experimentar los beneficios y perjuicios de trabajar en equipo.

Duración: 5 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Todo el grupo se pone de pie formando un círculo con las manos dadas. La persona que facilite la sesión rompe el círculo por un solo lado y da la indicación de que se empiecen a enrollar en espiral por uno de los extremos.
2. Cuando ya se han enroscado formando una espiral, se les da la consigna de que sin mover los pies, se suelten de las manos y las suban arriba. Una vez todas las manos alzadas se les pide que, al azar, cojan con cada una de sus manos, una mano de otra persona, una mano con una mano, no pueden estar tres o más juntas. (De forma simbólica, se les puede decir que sus manos están pegadas y que no pueden soltarse).
3. La siguiente consigna es que tienen que desenredarse sin soltarse de las manos, intentando desenredar el gran nudo humano que han formado.

Mensajes a reforzar:

- Es un gran reto conseguir deshacer el nudo sin soltarse de las manos, pero se consiga o no, se hablará de las ventajas y/o desventajas de la responsabilidad compartida, el trabajo en equipo, y la cooperación.

Recursos:

- Espacio amplio sin obstáculos, en que se pueda poner en círculo todo el grupo cogido de las manos.

Filtrado de las ideas. En búsqueda de las buenas ideas (ahora).

filtrado
youthemprende



UFF!!!

Ideas obvias, sin matices especialmente innovadores, que ya puedan existir en mercado. Estamos lejos de resolver el problema.



WoW!!!

ideas diferentes, conectadas con el reto o área a resolver, con potencial si les damos una vuelta de tuerca o las fusionamos con otras ideas potentes. Estamos cerca.



OH YEAH!!!

ideas que nos sorprende, más redondas. Presentan una conexión directa con la resolución del problema de los usuarios. Vemos innovación orientada a la solución. Hemos dado en el centro de la diana.

Objetivos:

- Facilitar la toma de decisiones respecto al filtrado de ideas.
- Iniciar el proceso de selección de ideas que dará forma a la solución a prototipar.

Duración: 20 Minutos.

Pautas de trabajo:

1. Dedicarán cinco minutos a repasar el árbol de las ideas generadas en la sesión anterior. Si hay alguna cosa que se quiera incorporar, puede hacerse brevemente, pero intentaremos dejar eso para la siguiente fase de clasificación.
2. Entrega a cada equipo la plantilla de clasificación de las ideas.
3. Coger las ideas del árbol de las ideas y ubicarlas en la plantilla. Deben consensuar el estado en el que se encuentran y pegar cada una de las ideas en los distintos "niveles" que encuentran en la plantilla. Cada idea debe ser clasificada un solo estado. La categoría de estado se divide en:
 - Ideas UFF; Ideas obvias, sin matices especialmente innovadores, que ya puedan existir en mercado. Estamos lejos.
 - Ideas WOW: ideas diferentes, conectadas con el reto o área a resolver, con potencial si les damos una vuelta de tuerca o las fusionamos con otras ideas potentes. Estamos cerca.
 - Ideas OH YEAH: ideas que nos sorprende, más redondas. Presentan una conexión directa con la resolución del problema de los usuarios. Vemos innovación orientada a la solución. Hemos dado en el centro de la diana.

Mensajes a reforzar:

- No perder de vista que las ideas generadas deben tener como misión aportar valor a la resolución del reto que vamos a resolver.
- Debemos controlar los tiempos de generación de ideas para no caer en la tentación de generar por generar, olvidando que tenemos un “cliente” al que debemos hacer feedback y un reto que resolver en un tiempo determinado.
- Todas las ideas pueden ser de utilidad. Las ideas que hoy consideramos que no son válidas pueden serlo más adelante. Podemos guardar las ideas generadas para volver a ellas en otros procesos creativos y aprovechar el esfuerzo realizado por los equipos.

Recursos:

- Plantilla A3 panel de ideas.

Decidir la solución. El estado de las ideas.



Objetivos:

- Elegir conjuntamente en la Agencia entre todas las ideas *oh Yeah!* la que se propone como solución al reto elegido.
- Tomar decisiones en grupo utilizando herramientas comunicativas como la negociación y la escucha activa.

Duración: 15 Minutos.

Pautas de trabajo:

1. Cada agencia se dispondrá alrededor de las ideas que hayan quedado como buenas ideas, intentando o bien elegir una de ellas o bien unir varias en una única solución.

Mensajes a reforzar:

- Siempre hay un momento donde debemos empezar a dejar de producir ideas para organizar y analizar el valor de las que ya hemos aportado.
- Todas las ideas pueden ser de utilidad. Las ideas que hoy consideramos que no son válidas pueden serlo más adelante. Podemos guardar las ideas generadas para volver a ellas en otros procesos creativos y aprovechar el esfuerzo realizado por los equipos.

Tareas para la siguiente sesión.

1. Realizar fotografías del proceso de cribado de ideas y publicarlas en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende.

DEFINIR: Concretar la solución al reto elegido.

Sesión 8

TIEMPO	CONTENIDO
25 min	Elaboración del primer prototipo. El cartel.
20 min	Test de usuario en el aula.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

Sesión 8



Objetivos:

- Concretar la solución que la agencia aporta al reto o problema.
- Dar forma, añadir funcionalidades y definir características de la idea que presentarán a las entidades que lideran los retos.

Se abordará:

- Cuando trabajamos con clientes es importante que vean avances en nuestro trabajo. Debemos entregar soluciones en un grado que no sea genérico y global, si no más concreto y definido. De ahí que cada agenda tenga que elaborar prototipos ágiles como un cartel que les ayude a aterrizar los matices que pueden definir la solución real al problema.
- Incorporación simulada de los usuarios para valorar las ideas generadas.

Recursos:

- Presentación con ejemplos de cartel.
- Plantilla para el diseño del cartel.
- Plantillas de filtrado de ideas por equipo.
- Gometes o pegatinas para facilitar el sistema de votación.

Primer prototipo: el cartel.



Objetivo:

- Crear un elemento que ofrezca visión de conjunto respecto a la solución propuesta para resolver el reto o un área concreta.

Duración: 25 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Entrega a cada equipo de un soporte para el cartel tamaño A1 o cartulina grande.
1. Tendrán 20 minutos para diseñar un cartel que sirva para la presentación de su solución propuesta al reto, pudiendo ser un producto, servicio o ambas cosas.
2. El cartel tiene una finalidad orientada a la venta, con lo cual debe tener información que sirva para identificar la solución y animar a su adquisición por parte del usuario. Podrá contener elementos como:
 - Nombre de la solución, producto o servicio.
 - Nombre y logotipo del equipo de diseñadores.
 - Nombre y logotipo de la empresa que lidera el reto.
 - Imágenes asociadas al producto o servicio.
 - Lema que haga referencia a la problemática que resuelve, o que sirva para atraer la atención del usuario.
 - Funcionalidades o características básicas.

- Características esenciales del público destinatario.
 - Cualquier información que pueda ser relevante para comprender la solución y valorar la opción de adquisición por parte del usuario.
3. Técnicas a emplear. El equipo de diseño podrá utilizar la técnica que considere más oportuno para presentar su cartel; dibujo, collage, añadir elementos, recortar, colorear, etc.
 4. Presentación en plenario. Cada equipo contará con un espacio de “venta” ante el cliente basado en la presentación en plenario. Tendrán 3 minutos para presentar la solución avanzada a sus usuarios.
 5. Foto de equipos. El equipo dinamizador realizará una fotografía de cada equipo con su cartel y una final con todos los participantes del centro educativo.

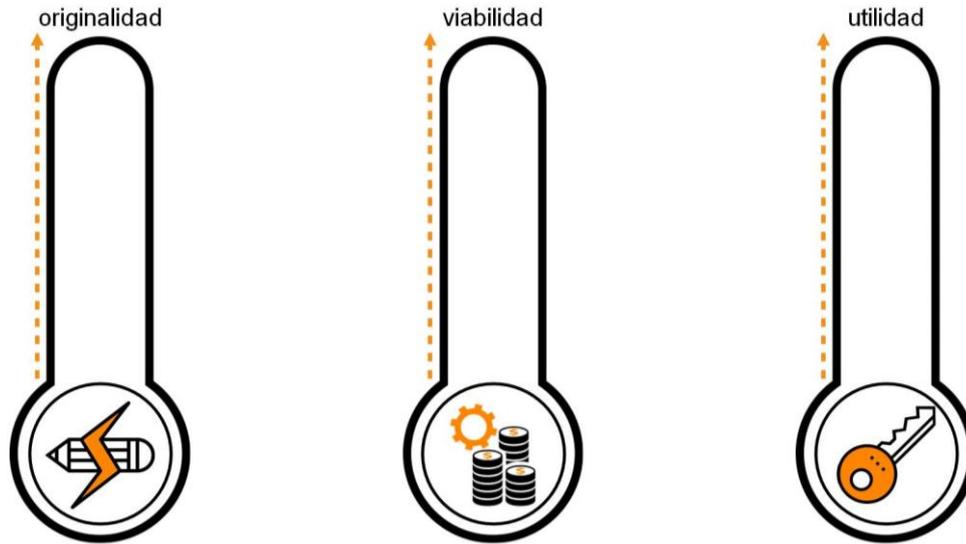
Mensajes a reforzar:

- Necesidad de que nuestro “cliente” (la empresa que lidera el reto) tenga feedback concreto de las ideas que podemos aportarles.
- Importancia de la toma de decisiones para avanzar en el proceso y no quedar atascado en las diferentes fases.

Recursos:

- Presentación con ejemplos de cartel.
- Plantilla para el diseño del cartel.

Test de usuario en el aula.



Objetivo:

- Realizar una simulación de valoración de las ideas desde la perspectiva del usuario.
- Facilitar la toma de decisiones en el proceso de selección de ideas.

Duración: 20 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Entrega al equipo de la plantilla de valoración de ideas por parte de los usuarios.
6. Cada equipo debe seleccionar 2 ideas que deseen presentar a los usuarios, rol que deberá asumir el resto de participantes. Una vez decididas deben redactar la descripción básica en la plantilla y pegarlas en la pared.
7. Asignación de votos a cada participante. Cada participante contará con 6 gomets que funcionarán a modo de 6 votos para reflejar su opinión o valoración sobre la originalidad, viabilidad y utilidad de cada idea. Pueden agotar todos sus votos, pero no es obligatorio votar en el caso de que una idea presentada simplemente no les convenza.
8. Ruta de valoración de las ideas. A modo de ruta en el espacio de trabajo visitaremos las ideas de los equipos. Cada grupo presentará sus 2 ideas a los usuarios cuando éstos pasen por su zona de trabajo. Los usuarios deberán reflejar su opinión mediante el sistema de votación.
9. Valoración del equipo. Cada equipo dedicará 5 minutos para realizar un análisis del resultado obtenido, viendo qué idea recoge en mayor medida el interés del usuario.

Mensajes a reforzar:

- Aprender a diferenciar entre nuestra opinión de las ideas y el interés real reflejado por el usuario.
- Escuchar la opinión del usuario para adaptarnos a sus necesidades y motivaciones reales.

Recursos:

- 2 plantillas de filtrado de ideas por equipo.
- 6 Gometes por persona para facilitar el sistema de votación.

Tareas para la siguiente sesión.

1. En la próxima sesión se trabajará la comunicación para la cual tendremos que traer el cartel terminado para utilizarlo como elemento.
2. Publicarlas en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende una foto del cartel.

COMUNICAR: Preparar la solución para el cliente

Sesión 9

TIEMPO	CONTENIDO
15 min	Contexto de la comunicación.
15 min	Diseño del guion, storyboard.
15 min	Video presentación de la solución para el cliente.
5 min	Cierre y tareas para la siguiente sesión.
50 min	

Sesión 10

TIEMPO	CONTENIDO
10 min	Revisión y ajuste.
15 min	Video. Segunda versión.
15 min	Visionado en grupo
5 min	El video en Instagram
5 min	Cierre de la sesión y recordatorio del evento de prototipado.
50 min	

Sesión 9

**Objetivos:**

- Elaborar un producto audiovisual en el que presentaremos nuestra solución al cliente.
- Incidir en el proceso de prototipado, construir para aprender.

Se abordará:

Estamos en la recta final del proceso. Esta sesión es muy importante, pues es el paso previo al evento de prototipado y nos aporta los conocimientos y los recursos para hacer visible nuestra solución.

El éxito de un producto pasa por dos grandes momentos: primero su *conexión con el usuario* para entender sus necesidades y buscar una solución adecuada; y segundo, su *conexión con el mercado* para asegurar que dicha solución llegue al mayor número posible de personas.

Recursos:

- Presentación
- Fichas de trabajo
- Dispositivos móviles y/o audiovisuales.

Contexto de la comunicación.



Objetivo:

- Introducir algunos aspectos claves de la comunicación a la hora de elaborar un producto audiovisual.

Duración: 15 minutos.

Una realidad que viven las personas emprendedoras es que desde que tienen la idea hasta que el producto llega a manos del cliente, se ponen en “modo venta”. Es decir, siempre están comunicando algo sobre su idea, ya sea para convencer sobre la necesidad de la solución propuesta o para que alguien pague por ella.

En este bloque transmitimos contenidos muy sencillos y básicos a las agencias sobre la comunicación en el emprendimiento y lo orientamos en concreto hacia el producto que deben elaborar en la sesión; un audiovisual de presentación de su solución.

Los recursos que utilizaremos son las diapositivas y audiovisuales que se encuentran en la presentación del docente.

En las diapositivas hablamos sobre la predisposición que deben tener las personas emprendedoras para estar siempre en “modo venta” y presentamos la rueda de puntos de contacto que mantiene un proyecto con el cliente y que normalmente suelen estar desatendidos por las empresas.

A la vez presentamos las pautas que deben seguir para que cada agencia grabe su video de presentación de la solución al reto.

Para facilitar la comprensión del trabajo a realizar y de los diferentes formatos que pueden seguir, en la presentación se incluyen varios ejemplos de audiovisuales. El primero ofrece unas pistas básicas para grabar un video de presentación. El resto son videos de presentación de productos o proyectos en diferentes formatos; presentación en primera persona, presentación en el contexto del problema, presentación tipo videoclip motivante...

Pueden elegir uno de los formatos y replicarlo o pueden crear su propio formato.

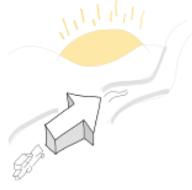
Mensajes a reforzar:

- . Siempre estamos en modo venta, y existen muchos puntos de contacto con el cliente que debemos cuidar para conseguir nuestro objetivo. Desde el contenido a nuestra forma de vestir, desde la calidad del video a la calidad de la solución. Todo forma parte de la comunicación.
- . El objetivo del video es convencer al cliente de que nuestra solución es la mejor y es la que necesita. Por tanto, además de tener una buena solución, debemos hacer que sea interesante, atractiva y creíble para el cliente. Por buena que sea la solución, si la forma de presentarlo es mala, habremos perdido la oportunidad de llegar al cliente.
- . Para llegar a una buena presentación, independientemente del soporte o formato, debemos hacer muchas presentaciones. Y esto significa asumir que nuestra primera versión se mejorará con la segunda, y con la tercera. Tenemos que ser generosos con el tiempo y los recursos que dedicamos a las presentaciones. Los emprendedores se juegan mucho en esta fase.

Recursos:

- . Presentación.
- . Audiovisuales de ejemplo.

Antes de grabar, el storyboard.

Escena: Presentación de agencia y reto.	Escena: Impacto en los usuarios.	Escena: Soluciones actuales.	Escena:
Gráfico de la escena: 			
Contenido de la escena: Presentación del equipo, reto y solución.	Contexto de los problemas que genera al usuario y el impacto que tiene en su vida. Imágenes basada en fotografías, con voz en off.	Datos actuales sobre cómo la tecnología está ayudando a resolver parte del problema.	
Escena:	Escena:	Escena:	Escena:

Uno de los retos a los que se enfrenta una persona emprendedora es salir de la improvisación para incorporar hábitos asociados a la planificación y la organización. Grabar un vídeo de presentación de producto requiere una planificación previa que se puede plasmar de forma ágil y sencilla en una plantilla de diseño de storyboard.

Nombre: Storyboard.

Objetivo:

- Planificar el contenido del audiovisual de presentación de la solución.
- Incentivar el uso de la planificación versus la improvisación a la hora de trabajar en situaciones de venta o de presentación.

Duración: 15 minutos.

Pautas de trabajo:

1. Entregar la plantilla de trabajo para el storyboard a cada agencia de diseño.
2. Antes de empezar a esbozar en la plantilla las diferentes escenas del audiovisual deben debatir y acordar qué tipo de producto será: presentación en primera persona, video con contexto del reto, soportes para visualizar la solución como el cartel u otros elementos,... Lo más importantes es que sea algo sencillo, claro y concreto que puedan asumir.
3. Identificar recursos que van a necesitar y el papel que tendrá quien intervenga.
4. Plasmar sobre la plantilla la representación gráfica de la historia que van a contar en el audiovisual. En la plantilla tienen espacios para reflejar el título de cada escena, un

boceto sobre como es el contexto o escenografía de la escena, y unas líneas de qué contenido debe presentarse en ese momento. La plantilla comprende 8 escenas, las básicas para contar una historia completa.

5. Análisis en equipo del storyboard diseñado antes de empezar a grabar.

Mensajes a reforzar:

- . Tener una buena idea no significa que el cliente lo perciba como tal, por eso es importante planificar bien los recursos orientados a la presentación de la solución.
- . La improvisación nos facilita salir de un apuro, pero la planificación reduce la incertidumbre en situaciones de tensión como en la presentación ante el cliente.

Recursos:

- . Plantilla de storyboard o en su defecto, cartulina en blanco sobre la que cada equipo pueda dibujar su historia gráfica.
- . Rotuladores, lápices de colores, etc.

Elaboración del video. Primera versión.



Cada agencia debe grabar una primera versión del audiovisual de 60 segundos para presentar la solución propuesta a la entidad que lidera el reto elegido.

¿Por qué 60 segundos? El video final se compartirá en su perfil de Instagram, y el máximo tiempo que permite esta red para subir un video es de 60 segundos.

¿Por qué una primera versión? Uno de los principios de youthemprende es construir para aprender. El proceso de contar su solución de forma verbal o escenografiada, los puede llevar a caer en detalles que no pueden ver de otra forma. Es un prototipo y les servirá para aprender. También es probable que carezcan de experiencia previa en este ámbito y les resultará práctico crear un audiovisual para el testeo de sus capacidades y conocimientos.

Objetivo:

- Crear un producto audiovisual para presentar su propuesta de solución al reto elegido.

Duración: 15 minutos.

Pautas y sugerencias de trabajo:

1. Pensar en el destinatario del audiovisual. Normalmente creamos en base a nuestras motivaciones, pero es importante no perder de vista quien será el destinatario de este audiovisual, en nuestro caso, la entidad que lidera el reto elegido por la agencia.
2. Espacio para grabar. Cuando todas las agencias de tu grupo empiecen a grabar es probable que se genere mucho ruido y repercuta negativamente en la calidad final del audiovisual. Invita a los participantes a trabajar en espacios cercanos, más aislados, a que solo hablen las personas que intervienen en el audiovisual y cuando les toque intervenir...
3. Vocalizar y lanzar mensajes sencillos. Si no nos comprenden de nada sirve el esfuerzo que realicemos. El primer paso es que el sonido tenga un volumen

adecuado, que verbalicemos de forma correcta, que el contenido que presentamos sea sencillo, claro y conciso.

4. Contar con soportes y recursos básicos como un trípode o apoyo para el smartphone que grabará, utilizar folios el cartel para explicar funcionalidades de la solución, introducir elementos físicos para facilitar el contexto que presentamos...
5. Editar para mejorar el impacto final. Las Apps para móviles son una solución rápida y sencilla para editar el video final e introducir título o transiciones que mejoran la estética y puede mejorar el resultado final. Un ejemplo de App gratuita de edición de video es Quik o Splice, tanto para iPhone como para Android (web <https://quik.gopro.com/es/> y <https://splice.gopro.com/>). La edición permite añadir sonidos, o música de fondo, añadir imágenes de muestras o de contexto, mezclar clips de video...
6. Grabar pequeños cortes por cada escena. No es necesario que graben el audiovisual del "tirón". Puedes invitarles a grabar pequeños videos y después unirlos mediante la edición.
7. Libertad creativa. Los puntos anteriores son sugerencias, pero si trabajan con libertad seguro que llegan a resultado sorprendentes.

Mensajes a reforzar:

- . El cliente suele ser exigente, y el resultado que le presentemos debe serlo también. Solo podremos llegar a un resultado de calidad si cuidamos cada detalle en la relación con el cliente, en este caso cada segundo del audiovisual.

Recursos:

- . Smartphones de los participantes.
- . Espacios diversos para evitar ruidos en los audiovisuales.
- . Cuenta de Instagram de las agencias.
- . Recursos de contexto que cada agencia quiera elaborar.
- . Wifi, o datos de los participantes.

Tareas para la siguiente sesión.

1. Revisar videos de inspiración para completar el video de presentación de nuestra solución.
2. Publicar en el perfil de Instagram de la Agencia, utilizando el hashtag #youthemprende alguna foto del proceso.

Sesión 10

**Objetivos:**

- Elaborar un producto audiovisual en el que presentaremos nuestra solución al cliente.
- Incidir en el proceso de prototipado, construir para aprender.

Se abordará:

El éxito de un producto pasa por dos grandes momentos: primero su *conexión con el usuario* para entender sus necesidades y buscar una solución adecuada; y segundo, su *conexión con el mercado* para asegurar que dicha solución llegue al mayor número posible de personas.

Recursos:

- Presentación
- Dispositivos móviles y/o audiovisuales.

Revisión y ajuste.

Una vez que la Agencia tiene resuelta la tarea de crear la primera versión del audiovisual organizarán una proyección en equipo.

El objetivo es identificar mejoras en las diferentes facetas; contenidos, mensajes, recursos, calidad, ...

Cada miembro apuntará sus mejoras en post-it. Una vez todos tengas sus mejoras individuales las compartirán con el equipo para acordar los cambios de cara a la segunda versión del audiovisual.

Es probable que algunos puedan estar conformes con el resultado obtenido. Pero también es probable que sea mejorable. Ahí el papel del docente será ayudarles a ser consciente de mejoras importante que ayuden a conseguir el objetivo del audiovisual; conquistar al cliente.

Elaboración del video. Segunda versión.

En esta fase repetimos la dinámica de la primera versión del audiovisual. Cada agencia organiza a su equipo, su espacio, sus recursos y vuelve a grabar con las mejoras identificadas.

El resultado final será revisado por el equipo de la agencia.

En el caso de contar con tiempo podéis organizar una proyección en el aula para que todos los participantes puedan ver los audiovisuales del resto de las agencias. Puede ser un gran refuerzo presentar el resultado a los compañeros y compañeras del grupo.

El video en Instagram.

Cuando el resultado sea definitivo, cada agencia subirá a su perfil de Instagram el video indicando el hashtag #youthemprende.

En el caso de que algún audiovisual supere los 60 segundos, la red eliminará los segundos que superen dicho tiempo.

Tareas para la siguiente sesión.



montijodesign • Seguir

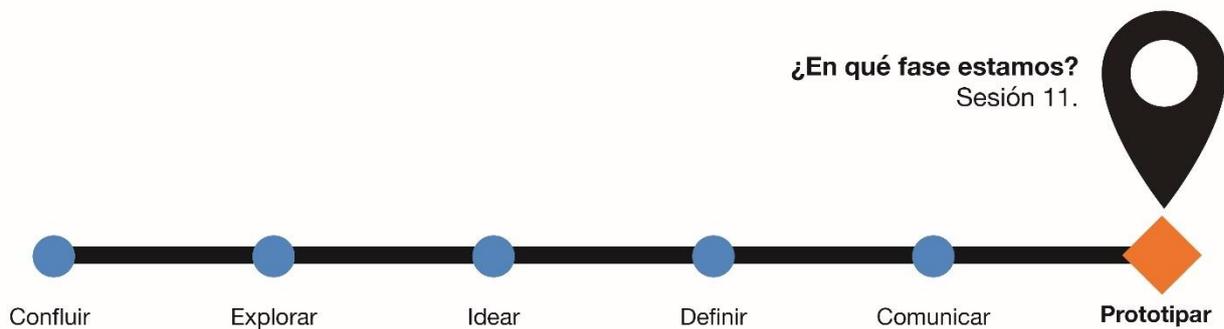
montijodesign Olvídate de todo y disfruta con nuestro campamento de verano...
#montijodesign #youthemprende

El siguiente paso se desarrollará en el evento de prototipado. Trabajarán junto con todas las agencias de diseño que participan en Youthemprende, junto con las entidades que lideran los retos para dar forma a sus soluciones a modo de prototipo físico que articulará la forma que proponen para solucionar el reto elegido.

Las tareas que deben gestionar las agencias para la siguiente sesión son:

1. Subir a Instagram una fotografía de la sesión en la que se refleje el trabajo en las agencias y el audiovisual final a Instagram con la presentación de la solución. Como siempre, añadiendo el hashtag #youthemprende.

PROTOTIPAR: Evento Youthemprende



Objetivos:

- Presentar las primeras soluciones prototipadas a las Entidades que lideran los retos.
- Recibir la retroalimentación necesaria para seguir iterando en la solución al reto desde las Agencias.
- Visibilizar y poner en valor el trabajo de todas las Agencias entorno a la solución de los tres retos propuestos.

Se abordará:

Las Agencias trabajarán por distintos espacios y retos en un taller intenso de prototipado, y posteriormente presentarán a sus clientes sus propuestas de soluciones al reto planteado.

Mensajes a reforzar:

Este es un hito más de construcción con el cliente. El trabajo no termina. Tenemos que incorporar mejoras al producto o servicio para acercarnos más a la optimización de las propuestas.

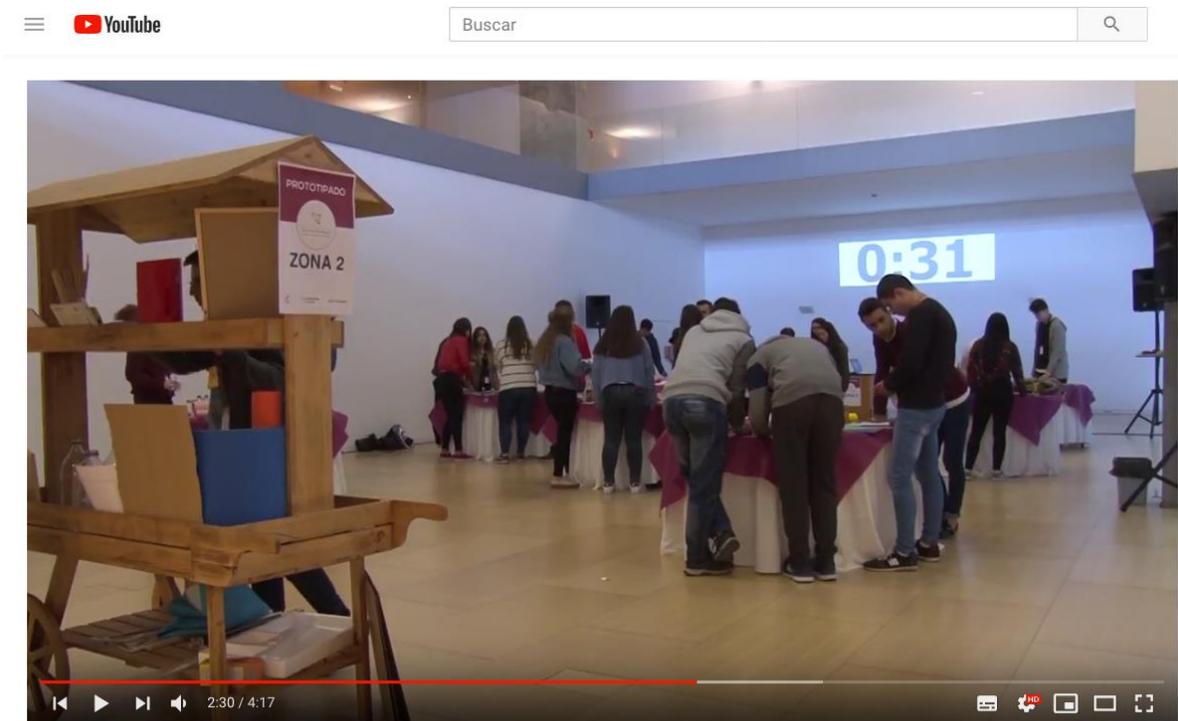
Recursos:

- Equipo facilitador de talleres
- Materiales para el prototipado
- Presentación de las Agencias.

Avance de programa:

09.30 h	Recepción de participantes y acreditación de Agencias
10.00 h	Bienvenida y comienzo de la jornada <ul style="list-style-type: none">○ Contexto de la jornada en Youthemprende○ Metodología de talleres, espacio por retos y equipo facilitador
10.30 h	Agencias prototipando <ul style="list-style-type: none">○ Fundamentación y calentamiento○ Prototipo de ideas○ Comunicación prototipos
12.45 h	Presentación de los prototipos a las entidades.
13:30 h	Participación de entidades y representantes Youthemprend
14.00 h	Cierre
15.00 h	Fin de la jornada

Echa un vistazo al evento de prototipado:



Evento Prototipado Youthemprende

<https://tinyurl.com/eventoyouthemprende>