EDUCACIÓN ADVENTISTA:
#MásQueEnseñanza

EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO - 4° GRADO

SEMANA 10

MI PRIMER PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO – SEGUNDA PARTE

¡HOLA ESTUDIANTE !

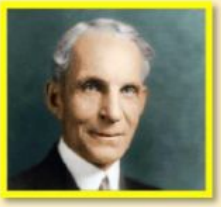
Gracias por conectarte y ser parte de la clase, **La sesión anterior pasada aprendiste los seis pasos** que se deben tener en cuenta en un proyecto de emprendimiento, hoy continuaremos con más pasos. Ya tienes el reto redactado de la semana pasada, ahora deberás meterte a fondo para buscar información con respecto a tu reto. Recuerda que **tu reto no debe estar enfocado en un solo producto**, sino que abre la oportunidad a varias alternativas, por tal razón, ahora tienes que "bucear" para buscar información, tus conversaciones, tu lectura, tu búsqueda en internet, tus observaciones, todos sumará para que termines **"empapado"** de tu reto.

La clase pasada nos quedamos en el paso seis (6) para iniciar nuestro proyecto de emprendimiento, **hoy empezaremos aprendiendo el paso siete** (7) llamado "**INTERPRETAR**", ya con la información que tienes, de acuerdo con la metodología del DESIGN THINKING, a "Interpretar", algunos autores también lo llaman "DEFINIR". ¡Muy Bien! observo que todas y todos tienen bastante información de la clase pasada, y que han ido juntando durante esta semana. **¡Empecemos!**

FICHA N° 01 — Los puntos de vista – POV (Point of view)

P.O.V. – INSIGHT (PUNTOS DE VISTA)

Ahora que ya has recogido información suficiente a través de la **entrevista y la observación**, es momento que veas, las conclusiones nuevas que puedes obtener, qué **ideas nuevas** han surgido, y qué ideas que te parecían correctas, deben ser descartadas. Ha llegado la hora de dejar un poco atrás el reto que era amplio, para empezar a formular el PUNTO DE VISTA, el POV, por sus siglas en ingles utilizadas en el marketing, que ahora sí tiene que estar **centrado en un usuario especifico**, en las nuevas revelaciones, para pensar en un diseño que nadie ha tenido en cuenta, en ese "algo" que hará movilizar al público hacia tu producto, a esto se les llama, los "INSIGHTS", sin embargo, estas ideas nuevas o "Insights", no aparecen de la nada o repentinamente, sino que nacen al procesar y sintetizar la información.



Es muy conocida una frase que se le atribuye a **Henry Ford** (pioneros en la creación de automóviles): **"si le hubiera preguntado a la gente, me hubieran pedido caballos más rápidos".** Las personas comúnmente sienten la necesidad de resolver problemas, pero no siempre están pensando en cómo resolverlos. En los tiempos de Henry Ford, la gente se movilizaba en carretas tiradas por caballos, esa gente, seguramente, quería llegar más rápido a un pueblo para ver a sus familiares, o para comprar algunos productos; sin embargo, se trasportaban en carretas, que muchas veces se malograban. Un observador, sin siquiera preguntar, podría llegar a la conclusión de que existe otra forma de transporte, sin los inconvenientes de la carreta, esto sería una revelación, un **"Insights". Henry Ford, recogió información mediante la observación, y creó un automóvil, no requirió hacer encuestas ni estadísticas,** lo que hizo fue "tratar de entender a las personas", más allá de las respuestas que podrían dar.

LIVEWORKSHEETS

o

Esto te dará pie para que propongas y empieces un proyecto de emprendimiento, que de soluciones creativas a una necesidad o a un problema.
Siempre viendo más allá de lo evidente.

La clase pasada nos quedamos en el paso 6 para iniciar nuestro proyecto de emprendimiento, hoy empezaremos aprendiendo el paso 7.

PASO 7

Llamado INTERPRETAR de tu proyecto de emprendimiento ya con información que tienes de acuerdo con la metodología del Design Thinking, a interpretar algunos autores también lo llaman definir.
¡Genial…!, veo que tienes bastante información de la clase pasada y que has ido juntando durante la semana.
Muy Bien…! Ahora hay que hacer tres cosas con esa información.

PRIMERO

PROCESAR LA INFORMACIÓN

Lo que has **observado** y **escuchado escríbelo en tarjetas** conforme te vayas acordando y revisando la información que recopilaste.
Esto sirve para tenerlas escritas en algún sitio y así poder ordenarlas.

TÉCNICA: SATURAR Y AGRUPAR

En una pared puedes ir colocando las tarjetas con información.
A esta Técnica se le llama SATURAR y AGRUPAR.

Ejemplo

elegancia en el vestir, considera los aretes como parte importante y necesaria su vestimenta.

Lo que más le frustra, es no encontrar en venta, modelos de aretes que ve en catálogos de internet, como aretes hechos de o de

Turista extranjera de 50 años, colecciona aretes de los países que visita, se observó que tenía puestos aretes hechos en Perú, según cuenta, usa los aretes de cada país que visita. Lo que más le importa es vestir deportivamente, pero con aretes que hagan juego con su ropa deportiva. Lo que más le frustra es la calidad, no es común encontrar aretes artesanales de calidad, tampoco encuentra variedad de los modelos, casi siempre son los mismos

LIVEWORKSHEETS

Ya tenemos la información, pero está un poquito agrupada y en desorden, a ver **¿Qué harías con la información que está en las paredes?**, algunos compañeros dicen:

Miluska de Ucayali

información poniendo títulos, por ejemplo, los títulos podrían ser:
- Tipos de aretes.
- Calidad de aretes.
- Modelos de aretes.

Fabricio de Lima

Me parece interesante elaborar aretes de cáscara de coco, pero también pendientes o dijes del mismo material que hagan juego, los elaboraría a partir de la cáscara que en Lima se echa en los desperdicios.

Entonces podemos comprender que mientras vamos **organizando la información** que recogemos en las entrevistas y observaciones, **pueden venir a la mente nuevas ideas** y **revelaciones** que promueven la creatividad y resaltan la importancia del recojo de la información.

TÉCNICA: MAPA DE EMPATÍA

Un momento esto no se acabó, esto recién empieza, todavía pueden venir más ideas y revelaciones, efectivamente veo en otra pared un título que dice MAPA DE EMPATÍA esta es otra herramienta del Design Thinking. Es un rectángulo grande dividido en cuatro partes y en el centro está el dibujo de la cara de una persona.

El primer cuadrante tiene el título "lo que dice" la persona y lo que hay anotado es todo lo que esa persona dijo en la entrevista que en este caso, es sobre aretes.

El segundo cuadrante tienen el título "lo que hace" la persona y esta anotado todo lo observado en la persona. Se refiere a las acciones que vemos.

MAPA DE EMPATÍA	
LO QUE DICE EJEMPLO: - Todo hacerca de aretes	LO QUE HACE EJEMPLO: - Mostró su cartera con aretes que usan en el día. A veces se los cambia, un par para la mañana, otro par para la tarde.
LOQUE PIENSA EJEMPLO: - Hay mucho por mejorar en la calidad y la variedad del arete artesanal peruano. - Dijo que quisiera abrir una tienda de aretes y tener su propia pequeña fábrica de aretes artesanales.	LO QUE SIENTE EJEMPLO: - Siente alegría al mostrar sus aretes. - Contó cuánto le costaron sus y cuándo los compró. - Mostró tristeza porque hoy en la feria vio los mismos modelos de siempre y no son de la zona, son traídos de otros lugares. - Piensa que cada lugar debe tener un tipo de arete según su identidad cultural.

El tercer cuadrante tiene el título "lo que piensa" la persona, aquí hay escrito lo que piensa acerca del producto servicio.

El cuarto cuadrante tiene el título "lo que siente" la persona, aquí se anotará su estado de ánimo o como cambian sus rasgos faciales en ciertos momentos de la entrevista.

Esto nos da una idea a partir de lo leído que surge una nueva revelación **¿cuán importante sería producir aretes con la iconografía de nuestros pueblos o culturas?**, esa es una súper idea.

LIVEWORKSHEETS

1° cuadrante: LO QUE DICE
2° cuadrante: LO QUE HACE
3° cuadrante: LO QUE PIENSA
4° cuadrante: LO QUE SIENTE

MAPA DE EMPATÍA	
LO QUE DICE	LO QUE HACE
LOQUE PIENSA	LO QUE SIENTE

SEGUNDO

SINTETIZAR LA INFORMACIÓN

Ahora debemos continuar y empezar a SINTETIZAR LA INFORMACIÓN, vamos a aprender otra técnica, es un dibujo grande como la silueta de alguien a esta técnica se le denomina PERSONAS.

TÉCNICA: PERSONAS

Observo que en la persona que esta dibujada se ha escrito el resumen de las diferentes personas entrevistadas observadas, por eso es una figura muy grande para que entre toda la información.

- Frases que dijeron sobre aretes.
- Que hacen las personas con los aretes.
- Lo que piensan sobre los aretes.
- Lo que sienten sobre los aretes.

Esta técnica es muy útil para notar similitudes y diferencias entre lo que han opinado diferentes personas y lo que se ha observado empleando todas las técnicas. Se puede decir que es un resumen y a partir de ahí pueden surgir también nuevas revelaciones.

ACTIVIDAD

Ahora te corresponde a ti trabajar con tu información, toma un papel de reúso o de tu cuaderno de Educación para el Trabajo y elabora un dibujo grande de una persona.

Si tienes papeles grandes puedes hacer una silueta, si tienes una hoja tamaño regular puedes hacerlo ahí y luego conseguir más materiales.

LIVEWORKSHEETS

NOTA: En la práctica, las entrevistas las realizarás al volver al colegio, hoy no, porque todos y todas debemos cumplir la cuarentena .

TERCERO

DEFINIR EL PROBLEMA

Te acuerdas que iniciamos la sesión anterior con un reto. Ahora debemos pasar del reto a establecer el problema en si y para esto utilizaremos la siguiente técnica, la técnica para definir el problema se llama DEFINIR EL PROBLEMA JUGANDO.

TÉCNICA: DEFINIR EL PROBLEMA JUGANDO

Para esto vamos a hacer este ejercicio como jugando, en el juego hay tres palabras:

1. USUARIO
2. NECESIDAD
3. REVELACIÓN o INSIGHTS

Podemos decir que el USUARIO es un segmento de persona las cuales se entrevista y se observan.
La NECESIDAD está presente cuando:

- La menciona el usuario cuando se le pregunta, es una necesidad explicita.
- Alguien que está entrevistando la observa, es una necesidad observable.
- El usuario la siente, la piensa y la sueña, se infiere, es una necesidad implícita y latente.

ACTIVIDAD: Para continuar te voy a dar una frase que **debes llenar con tu propio reto**, atención a esta frase.

La turista necesita variedad de modelos de aretes para verse elegante porque quiere combinarlos con diferentes vestimentas.

Te has dado cuenta de algo, esta frase tiene tres partes:

de modelos de aretes para verse elegante.

3° Parte: La revelación o INSIGHTS, es que quiere combinar los aretes con diferentes vestimentas.

Las necesidades deben ser verbos: comer, usar, tomar, etc.

- La revelación debe darnos una solución desde el punto de vista del diseño.

Estructura para que hagas tu frase.

El Usuario necesita hacer algo porque quiere algo.

A esto se le llama **POV** en el marketing.

.....

.....

ACTIVIDAD: Ahora vamos a ejercitarnos un poco más para ver si está bien redactado el POV, vas a decir si está bien o está mal la redacción.

¡Atención por favor!

PRIMER EJEMPLO
La turista necesita variedad de modelos de aretes porque los quiere combinar con las diferentes ropas que se pone.

SEGUNDO EJEMPLO
La turista necesita aretes hechos con materiales naturales.

¿Cuál de las redacciones del POV es Corecta? (Vamos, analiza las frases… y explica tus razones anotándolas en tu cuaderno).

LIVEWORKSHEETS

.....
.....
.....
.....

TÉCNICA: CHECK LIST

Existe una técnica que ayuda a definir el POV, es un **CHECKLIST** o un listado de pregu

- ¿Está centrado en el usuario, fundado en una necesidad y es inspirador?
- ¿Es el resultado de varias entrevistas y observaciones o sólo de una entrevista?
- ¿Qué es lo nuevo?

Si aplicamos esta técnica al ejemplo, diremos que si a cada una de las preguntas porque:
- Está centrado en el usuario, fundado en la necesidad que tien, inspira para mirar distintos materiales naturales que se pueden emplear.
- Es el resultado de varias entrevistas.
- Lo nuevo es hacer modelos innovadores y con materiales que actualmente no se utilizan.

ACTIVIDAD: Ahora te toca a ti, recuerda tu POV y luego aplícale el CHECKLIST.

.....
.....
.....
.....

TÉCNICA: IDEACIÓN

La IDEACION esta pregunta parte de la definición del problema o POV y empieza diciendo ¿Cómo podríamos…?

¿Cómo podríamos crear un cono de helado sin

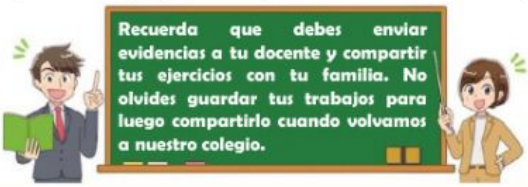
Cómo podríamos rediseñar el

Un buen ejemplo puede ser:
¿Cómo podríamos rediseñar el cono de helado para que sea más transportable?

ACTIVIDAD: Ahora te toca a ti, elaborar la pregunta que empieza con **¿Cómo podríamos…?**

¿Cómo podríamos.....
.....

Acabamos el paso o fase denominada INTERPRETAR, ¡Sí, todos logramos comprender y avanzar en los 7 pasos del proyecto! Seguiremos con los pasos que faltan la semana que viene.



Puedes imprimir esta ficha SOLO SI TIENES IMPRESORA EN CASA, Si no tienes solo copia las actividades en tu cuaderno y contéstalas. NO ES NECESARIO QUE COPIES TODA LA FICHA EN TU CUADERNO, LO DETALLE DE FORMA EXTENSA PARA EXPLICARTE MEJOR ☺…

Hasta la siguiente semana!!

LIVEWORKSHEETS