

Kit de herramientas DesYign



Esta publicación es el resultado del proyecto “DesYign”, financiado por el Programa Erasmus + de la Unión Europea.



eryica
european youth information
and counselling agency

Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (Luxemburgo)



Youth Work Ireland

Youth Work Ireland (Irlanda)



Koordinaatti (Finlandia)



Agence Nationale pour l'information des Jeunes (Luxemburgo)



Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid



Promo Cymru (Gales, Reino Unido)



Aġenzija Żgħażaġh (Malta)



Institut Valencià de la Joventut



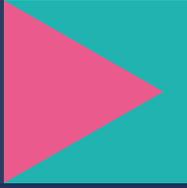
Universidad Åbo Akademi (Finlandia)



Esta publicación ha contado con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación de los contenidos, que reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
El proceso DesYign	6
La fase Descubrir	7
■ Descripción y lista de herramientas	
■ Consejos de diseño	
■ Caso práctico: Fase 1	
La fase Definir	12
■ Descripción y lista de herramientas	
■ Consejos de diseño	
■ Caso práctico:Fase 2	
La fase Desarrollar	16
■ Descripción y lista de herramientas	
■ Consejos de diseño	
■ Caso práctico:Fase 3	
La fase Hacer	21
■ Descripción y lista de herramientas	
■ Consejos de diseño	
■ Caso práctico:Fase 4	
Sección de recursos	
Referencias y bibliografía adicional	



INTRODUCCIÓN

¿Qué es el kit de herramientas DesYign?

Este kit de herramientas facilita información y recursos prácticos a las personas que trabajan en juventud y, especialmente, en información juvenil, para diseñar servicios con jóvenes. Es una introducción al Diseño de servicios.

Se ha diseñado para acompañar el Curso en línea DesYign y es el resultado de una asociación entre profesionales del ámbito de la juventud de toda Europa. Todos los materiales se han

probado en entornos de trabajo con personas jóvenes.

Estos recursos introducirán a las personas que trabajan con jóvenes en esta metodología, con el objetivo de ayudarles a desarrollar y mejorar de forma continua los servicios de información juvenil, en consonancia con los comportamientos de búsqueda de información de las personas jóvenes, que cambian constantemente.

¿Qué es la metodología de Diseño de servicios?

El diseño de servicios o metodología de Pensamiento en diseño es un enfoque de buenas prácticas para el diseño de servicios digitales.

Se utiliza ampliamente en las empresas tecnológicas de todo el mundo y su adopción va en aumento entre gobiernos y ONG, como un proceso que sirve para diseñar servicios y productos que respondan mejor a las necesidades de las personas.

“Es un proceso que comienza con las personas para las que se diseña

y concluye con nuevas soluciones hechas a medida para responder a sus necesidades” (IDEO.org 2019).

El principio fundamental es centrarse en las necesidades de las personas. Esto funciona especialmente bien en el trabajo de juventud, que se basa en el compromiso constante de responder a las necesidades de las personas jóvenes.

La metodología funciona tanto para diseñar soluciones digitales y como no digitales.

¿Por qué el diseño de servicios en el trabajo de información juvenil?

El proceso de Diseño de servicios es una potente herramienta que se puede utilizar para apoyar al personal profesional de juventud en la creación de nuevos servicios o productos, o para repensar y reforzar los servicios existentes.

Los constantes avances tecnológicos, así como los cambios en la forma en que las personas jóvenes participan e interactúan con el mundo que las rodea, sitúan a los servicios en perpetuo riesgo de volverse obsoletos, irrelevantes o inaccesibles, o de dejar de ser útiles. Además, muy a menudo, las soluciones tecnológicas se desarrollan o adoptan de una forma poco eficaz, de manera que se desperdician unos recursos muy valiosos desarrollando cosas que no son adecuadas para su propósito.

La adopción de este enfoque nos ayudará a construir sobre los aciertos del pasado y a garantizar la futura sostenibilidad de los servicios, mediante la participación activa de las personas jóvenes y de los otros agentes implicados en todas las etapas del desarrollo de los servicios, aportándonos, además, nuevas habilidades profesionales.

Este enfoque tiene un gran efecto empoderador en las personas jóvenes, ya que adquieren nuevas habilidades y conocimientos a lo largo del proceso, además de participar en la toma de decisiones.

Nos ayudará a asegurarnos de que nuestro trabajo en información juvenil cumple con los principios de la Carta Europea de Información Juvenil, particularmente los puntos 4.1 y 9.1

4.1 Los servicios de información juvenil se basan en las necesidades de las personas jóvenes.

9.1 Los servicios de información juvenil son innovadores en la elección de estrategias, métodos y herramientas para llegar a las personas jóvenes.

¿Cómo puedo utilizar este kit de herramientas?

Este kit de herramientas se ha diseñado para utilizarse con el Curso de formación en línea de DesYign y el Informe de las entrevistas con los grupos de discusión de DesYign.

Si el Diseño de servicios es algo nuevo para ti, te recomendamos que hagas el curso para asegurarte de comprender en profundidad las actividades, la teoría y los conceptos.

Por otra parte, si ya estás utilizando el Diseño de servicios en tu trabajo, este kit de herramientas te facilitará recursos ya probados.

Una definición Información y asesoramiento juvenil

Los servicios de información y asesoramiento juvenil abarcan una gran variedad de métodos y técnicas, y se pueden facilitar en diferentes servicios, que varían de un país a otro. Lo importante es que, para ofrecer información de calidad, la persona que la facilita cuente con una serie de destrezas y competencias específicas y respete un código de conducta. La Carta Europea de Información Juvenil puede utilizarse como código de conducta, ya que es la referencia de las directrices y principios profesionales para el trabajo de información y asesoramiento juvenil en toda Europa.

EL PROCESO DesYign



1 DESCUBRIR

Como indica su nombre, durante esta fase nos convertiremos en "detectives". Llevaremos a cabo un trabajo de investigación con el objetivo de comprender plenamente las necesidades, los comportamientos y las experiencias de las personas jóvenes para las que estamos realizando el trabajo de diseño. Nos meteremos por completo en la vida de las personas jóvenes. Hablaremos con ellas, las observaremos escucharemos, aprenderemos y combinaremos todo esto con el estudio de documentación sobre el tema.

2 DEFINIR

Durante esta fase, dedicaremos tiempo a analizar y observar de cerca el conjunto de información, datos y pruebas que hemos recopilado para decidir en qué es más importante centrarse.

3 DESARROLLAR

Este es el momento de desarrollar y probar las soluciones potenciales. Durante esta fase, crearemos prototipos (o mini pilotos), desarrollaremos resultados e indicadores y los pondremos a prueba con personas jóvenes. Recopilaremos datos y podremos ver qué funciona y qué no.

4 HACER

Durante esta fase, pondremos en marcha nuestro servicio, plataforma o producto nuevo o mejorado. Pero esto no es todo. Mejoraremos y adaptaremos de forma continua nuestros productos y servicios basándonos en su eficacia y en los comentarios recibidos, para asegurarnos de que siguen respondiendo a las necesidades de las personas jóvenes.



DESCUBRIR

Las fases de descubrimiento y definición son las más importantes del proceso de diseño y ocuparán gran parte del tiempo. Durante la fase de descubrimiento, nuestro objetivo consiste en comprender el problema en profundidad, ver el mundo a través de los ojos de las personas jóvenes y dirigirnos hacia los verdaderos desafíos y obstáculos a los que se enfrentan.

Lo plantearemos como una investigación. Nos centraremos en aprender todo lo posible sobre las necesidades, comportamientos, experiencias y desafíos de las personas jóvenes antes de pensar en las soluciones. Este proceso incluye aprender de lo que ya existe y sobre un contexto más amplio.

Utilizaremos una combinación de métodos, como entrevistas personales, grupos de discusión, y participación de las personas jóvenes para crear personajes que representen a tipos de personas jóvenes, con el objetivo de llegar a comprender totalmente cuáles son sus necesidades.

El objetivo es trabajar con un grupo diverso de personas jóvenes para poder entender el desafío desde diferentes puntos de vista.

HERRAMIENTAS Y MÉTODOS

PARA UTILIZAR EN ESTA FASE

- INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL
- ENTREVISTAS Y GRUPOS DE DISCUSIÓN CON PERSONAS JÓVENES (y otros agentes implicados)
- PERSONAJES QUE REPRESENTAN A PERSONAS JÓVENES
- STORYBOARDING (GUIÓN GRÁFICO)
- MAPA DE EXPERIENCIAS
- CUESTIONARIOS

INVESTIGACIÓN

PARA UTILIZAR EN ESTA FASE

INFORME DE LA ENTREVISTA CON EL GRUPO DE DISCUSIÓN DE DESYIGN

(UN ESTUDIO SOBRE LAS NECESIDADES Y EL COMPORTAMIENTO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS JÓVENES)

CONSEJOS PARA LA FASE DE DESCUBRIMIENTO

1 FORMULAR LAS PREGUNTAS CORRECTAS

EL OBJETIVO DE LAS ENTREVISTAS Y LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN NO CONSISTE EN OBTENER OPINIONES PERSONALES O PEDIRLES A LAS PERSONAS JÓVENES QUE PROPONGAN SOLUCIONES, SINO EN COMPRENDER EL DESAFÍO DESDE SU PUNTO DE VISTA.

Por ejemplo, estamos intentando obtener más información sobre los desafíos a los que se enfrenta una persona joven en una situación concreta, podríamos preguntar:

- ¿Cómo es un día típico para ti?
- ¿Qué es lo más importante que tienes que hacer en un día?
- ¿Cuál es el mayor desafío que tienes en tu vida en estos momentos?

En lugar de pedir soluciones directamente, podemos hacernos una idea de lo que piensa la persona joven, preguntándole sobre lo que le ha funcionado y lo que no en el pasado. Por ejemplo:

- ¿Qué ayuda has recibido con respecto a tu salud mental que te haya parecido positiva?
- ¿Qué es lo que te pareció positivo?
- ¿Cómo te enteraste de que existía esa ayuda?
- ¿Cómo accediste a ella?
- ¿Puedes pensar en una situación en la que no lograste encontrar la ayuda que necesitabas?
- Cuando has tenido una mala experiencia con un servicio, ¿qué es lo que no te ha gustado?

2

UTILIZAR MÉTODOS QUE NOS AYUDEN A OBSERVAR CÓMO SE COMPORTAN LAS PERSONAS JÓVENES

HAY UNA DIFERENCIA ENTRE LO QUE LAS PERSONAS DICEN QUE HACEN Y LO QUE HACEN

Teniendo esto en cuenta, es importante elegir métodos que nos ayuden a observar y entender cómo se comportan las personas jóvenes en la vida real. Los storyboards pueden ser herramientas útiles para observar los pasos que dan en una situación determinada.

Por ejemplo, podemos pedirles que tracen los pasos que dan cuando les preocupa algo.

“Te preocupa tener una enfermedad de transmisión sexual. ¿Qué haces?”

3

UTILIZAR EL INFORME DE LAS ENTREVISTAS CON LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN DE DESYIGN

ESTE INFORME ES UN COMPONENTE DE INVESTIGACIÓN VITAL QUE PODEMOS UTILIZAR COMO PARTE DE LA FASE DE DECUBRIMIENTO. LA UNIVERSIDAD ÅBO AKADEMI LO REALIZÓ ESPECÍFICAMENTE PARA PODER UTILIZARLO CON ESTE KIT DE HERRAMIENTAS

En 2019, se realizaron entrevistas con ocho grupos de discusión en cuatro países distintos: Reino Unido (Gales), España (Comunitat Valenciana y Comunidad de Madrid), Malta y Luxemburgo. Un total de 37 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 29 años, y una edad media de 19 años, participaron en un debate exhaustivo, en el que detallaron sus prácticas diarias de búsqueda de información, su nivel de

conocimiento de los servicios, sus desafíos a la hora de acceder a los servicios y de qué forma preferirían utilizar dichos servicios de información. Es un recurso integral y esclarecedor al que recurrir como parte de la fase de Descubrimiento.

En la sección de recursos se incluye un enlace al informe y más orientación sobre cómo utilizar los grupos de discusión, las entrevistas y los storyboards durante la fase de descubrimiento.

DISEÑO DE SERVICIOS EN ACCIÓN:

DESARROLLO DE UNA HERRAMIENTA DE SALUD SEXUAL PARA LAS PERSONAS JÓVENES

Para demostrar cómo funciona el diseño de servicios en acción, veremos un caso práctico en el que se aplican las cuatro fases del diseño de servicios a un proyecto real. ProMo-Cymru trabajó en colaboración con el Departamento de Salud Pública de Gales para desarrollar una nueva herramienta digital de salud sexual para personas jóvenes.

Caso práctico: FASE 1

HABLAR CON PERSONAS JÓVENES

A muchas personas jóvenes les cuesta hablar de salud sexual. El Departamento de Salud Pública de Gales y Promo-Cymru querían que la información en línea sobre salud sexual fuera más accesible y apropiada para las personas jóvenes. Las dos organizaciones trabajaron juntas en este desafío de diseño.

La primera fase del desafío consistió en obtener una visión amplia de cuál era la información disponible, con qué facilidad podrían encontrarla las personas jóvenes y qué grado de utilidad y accesibilidad tenía. Esta fase tenía tres etapas: hablar con las personas jóvenes, hablar con profesionales y realizar una investigación documental.

Se establecieron grupos de discusión en los que participaron una gran variedad de personas jóvenes, entre las que se incluían algunas con discapacidades visuales y auditivas.

Se les hicieron las siguientes preguntas:

- ¿Dónde acudes y qué haces cuando necesitas información sobre tu salud sexual?
- ¿Te resulta fácil o difícil encontrar la información que necesitas? Explica por qué
- De la información que has encontrado, ¿cuál ha sido la más/menos útil?

Una vez investigadas a fondo las necesidades de información de las personas jóvenes, el equipo de diseño quiso observar cómo se comportan en una situación determinada. Para ello, se les dio un storyboard con la siguiente situación:

“Tú (o un amigo) habéis tenido relaciones sexuales sin protección el sábado por la noche. Al llegar al colegio la siguiente semana, oyes el rumor de que la persona con la que te has acostado tiene Clamidia. ¿Qué harías a continuación?”

Las personas jóvenes del grupo de discusión hablaron entre ellas y buscaron webs con sus teléfonos, anotando cada paso que daban, qué habían buscado y a qué webs llegaron. Apuntaron qué información encontraron y cuáles serían sus siguientes pasos.

HABLAR CON PROFESIONALES:

El equipo de diseño también habló con profesionales de la salud de clínicas de salud sexual, que les ofrecieron una perspectiva única sobre el tipo de información y asesoramiento que más buscan las personas jóvenes cuando acuden a las clínicas.

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL:

La parte final de la fase de descubrimiento consistió en llevar a cabo una investigación sobre buenas prácticas de información sobre salud sexual para personas jóvenes y de información general sobre el tema. El objetivo era averiguar todo lo posible y de la forma más amplia posible.





DEFINE

Hemos estado recopilando muchos datos y este es el momento de encontrarles un sentido. Tal vez hayamos reunido una gran cantidad de información y, en esta fase, tendremos que agruparla por temas e ideas claves. Solo tenemos que centrarnos en buscar las principales cuestiones que destacan y que nos parecen relevantes. Estas ideas nos llevarán a encontrar nuestras propias soluciones.

¿QUÉ COSAS DESTACAN? ¿CUÁLES SON LAS MÁS IMPORTANTES PARA LAS PERSONAS JÓVENES?

Fundamentalmente utilizaremos esta fase para establecer firmemente la dirección de nuestro proyecto de diseño. Durante la siguiente fase, nos centraremos en encontrar soluciones para nuestro desafío, por lo que es muy importante que dediquemos un tiempo a asegurarnos de llegar a los problemas reales.

El resultado de la fase de definición consiste en entender claramente nuestro desafío desde el punto de vista de los usuarios finales y disponer de un conjunto de ideas que formarán la base del diseño y servirán para pensar en las soluciones.

Las fases de descubrimiento y definición están conectadas entre sí y se entrecruzan. No hay que preocuparse demasiado si las fases de diseño y descubrimiento se fusionan en una sola.

Hay que centrarse en ver el desafío desde el punto de vista de la persona joven y en averiguar qué es lo más importante.

HERRAMIENTAS Y MÉTODOS

PARA UTILIZAR EN ESTA FASE

■ BOLÍGRAFO, PAPEL Y POST IT

■ PERSONAJES

■ TEMAS, IDEAS Y DECLARACIONES
"CÓMO PODRÍAMOS"

■ MAPA DE EXPERIENCIAS

■ DECLARACIONES SOBRE NECESIDADES

CONSEJOS PARA LA FASE DE DEFINICIÓN:

1

COMENZAR A VER EL DESAFÍO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA PERSONA JOVEN

EL DISEÑO DE SERVICIOS ES UN ENFOQUE CENTRADO EN LAS PERSONAS JÓVENES. CREAR UNA DECLARACIÓN SOBRE SUS NECESIDADES ES UNA HERRAMIENTA ÚTIL, QUE NOS AYUDA A CENTRARNOS EN ELLAS. ES UNA DECLARACIÓN QUE AYUDA A VER EL DESAFÍO DESDE SU PUNTO DE VISTA.

Por ejemplo, fíjate en este problema:

En un centro educativo local hay personas jóvenes que cuidan a algún familiar y les cuesta encontrar el tiempo y el espacio adecuados para hacer sus deberes.

Si se escribe la declaración desde el punto de vista de una persona joven, quedaría así:

“

Como persona joven que tiene que cuidar a su madre, cuando tengo que hacer los deberes, necesito un espacio tranquilo y tiempo para dedicarme solo a ello y poder hacerlos lo mejor posible.

Lo bueno de esta declaración es que es muy específica y no presenta ninguna solución, sino que se centra en las necesidades de la persona joven. Esto es una declaración de necesidades.

Es muy fácil sentirse tentado a pensar en soluciones antes de comprender totalmente el desafío.

Veamos un mal ejemplo de declaración de necesidades:

“

Como persona joven que tiene que cuidar a su madre, cuando tengo que hacer los deberes, necesito ir a un club de actividades extraescolares para poder hacerlos lo mejor posible

El problema de esta declaración es que ya se ha decidido la solución.

Sin embargo, si se mantiene la declaración centrada en las necesidades, se podrán explorar soluciones potenciales.

Caso práctico: FASE 2

EL EQUIPO DE DISEÑO ANALIZÓ TODA LA INFORMACIÓN Y LAS IDEAS RECOGIDAS EN LA FASE DE DESCUBRIMIENTO PARA ENCONTRARLES SENTIDO Y ELIGIÓ ALGUNOS TEMAS PRINCIPALES SOBRE LOS QUE TRABAJAR. DE ESTO SURGIERON TRES DESAFÍOS CENTRALES:

- La información digital oficial sobre salud sexual no se presentaba en un formato que las personas jóvenes pudieran procesar con precisión para actuar en consecuencia. Los resultados del ejercicio del storyboard mostraron que **todas las personas jóvenes malinterpretaron la información oficial que encontraron en Internet y acudieron a la clínica en el momento equivocado¹**. Este fue un hallazgo significativo e inesperado.
- Generalmente, la información sobre salud sexual no estaba disponible para las personas jóvenes con discapacidades visuales. La información sobre el acceso a algunas clínicas se presentaba en formatos que no eran legibles por máquinas, como archivos PDF e imágenes de mapas escaneados. Las personas jóvenes con discapacidad visual expresaron una clara preferencia por tener información disponible en formato de vídeo. Este hallazgo era contrario a la hipótesis previa de que los vídeos no serían apropiados para este grupo de usuarios.
- La información tenía mucho texto y se usaban pocos vídeos u otros formatos que hicieran los conceptos más fácilmente comprensibles.

¹ La Clamidia tiene un período de incubación de 14 días. Esto es lo que dice la web de la NHS, pero ni una sola persona joven lo interpretó como que tenía que esperar 14 días para acudir a la clínica.



El equipo utilizó las ideas anteriores para crear una declaración de necesidades:

“

“Como persona joven, cuando busco ayuda relacionada con mi salud sexual, necesito poder encontrar fácilmente información que sea accesible y relevante sobre mis circunstancias concretas para poder tomar decisiones informadas”.

Se crearon declaraciones de “¿Cómo podríamos?” a partir de la información recopilada, con las que se podía ver cómo mejorar la información para las personas jóvenes. Estas declaraciones pueden establecer la dirección del desafío de diseño.

- ¿Cómo podríamos asegurarnos de que las personas jóvenes son capaces de entender y procesar con precisión la información sobre salud sexual disponible en línea
- ¿Cómo podríamos asegurarnos de que la información facilitada es accesible para las personas jóvenes con discapacidades visuales?
- ¿Cómo podríamos hacer que los conceptos sean más fáciles de entender?
- ¿Cómo podríamos evitar malentendidos llevando a la persona joven hasta la información adecuada que sea relevante para ella?



DESARROLLAR

En esta fase desarrollaremos ideas y pondremos las soluciones a prueba. Se nos ocurrirán una serie de ideas; hablaremos y debatiremos sobre los pros y los contras de cada una de ellas y decidiremos cuáles son las mejores para hacer pruebas piloto. Es importante la creatividad y llegar a ideas en las que tal vez no hayamos pensado antes. Una vez que hayamos formulado nuestras ideas, construiremos prototipos y empezaremos a ponerlos a prueba con las personas jóvenes y a recoger sus comentarios.

El objetivo es llegar a una forma muy pequeña y barata de poner a prueba nuestra idea o conjunto de ideas. A esto podemos referirnos como un servicio viable mínimo.

¿QUÉ ES LO MÍNIMO QUE SE PUEDES HACER PARA PONER A PRUEBA NUESTRA IDEA?

Reuniremos los datos y la información de nuestras pruebas, aprenderemos de nuestros errores y a reformular nuestras ideas. La iteración es un proceso que consiste en hacer pequeños cambios y, después, repetir la prueba. El Diseño de servicios comprende una gran cantidad de iteraciones a medida que nos vamos acercando a la solución. Es tan importante aprender de lo que no funciona como de lo que funciona.

HERRAMIENTAS Y MÉTODOS

PARA UTILIZAR EN ESTA FASE

 BOLÍGRAFO, PAPEL Y POST IT

 OCHO RÁPIDAS

 MAPA DE EXPERIENCIAS

 CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPOS

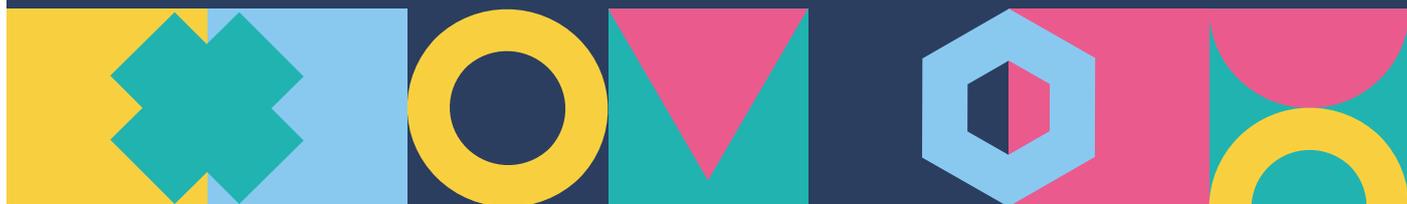
 HERRAMIENTAS DIGITALES
GRATUITAS O DE BAJO COSTE

CONSEJOS PARA LA FASE DE DESARROLLO:

1 UTILIZAR MÉTODOS CREATIVOS PARA FORMULAR IDEAS

La ideación es el proceso de formación de las ideas y las sesiones de ideación pueden realizarse de muchas formas. El objetivo consiste en ser creativos e ir más allá de las soluciones obvias. Una buena forma de motivar que se presenten ideas es jugar a Las 8 Rápidas. Cada persona debe aportar ocho ideas en seis minutos.

Para desarrollar las ideas, puedes esbozarlas usando la técnica de la creación de prototipos de papel. Es una técnica muy utilizada para visualizar y probar el aspecto de una solución y si funciona en sus primeras etapas del desarrollo.



UNO DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL DISEÑO DE SERVICIOS ES EMPEZAR CON ALGO PEQUEÑO. EL OBJETIVO ES PENSAR EN UNA FORMA SENCILLA DE PONER A PRUEBA UNA IDEA PARA VER SI FUNCIONA

Por ejemplo, imaginemos que nuestro desafío es lograr que las personas jóvenes participen en los eventos del club juvenil. Durante la fase de descubrimiento vimos que, a pesar de que los eventos se publican en las redes sociales, muchas personas jóvenes dicen que se los pierden porque no se enteran de su existencia. También descubrimos que la mayor parte de las personas jóvenes que asisten al club tienen un móvil y que les parecería bien recibir comunicaciones por mensajes

de texto. Antes de invertir en un servicio de mensajes de texto o una gran campaña de marketing, podemos hacer una prueba sencilla, como enviar mensajes de texto a jóvenes, durante una semana, para recordarles los eventos del club juvenil. Comprobaremos la asistencia en comparación con una semana en la que no se hayan enviado mensajes de texto. Si ha aumentado, sabremos que la idea está funcionando.

CREAR PROTOTIPOS UTILIZANDO HERRAMIENTAS ONLINE GRATUITAS O DE BAJO COSTE

Hay toda una serie de herramientas que pueden utilizarse para construir prototipos. Se pueden diseñar sitios web y bases de datos con Notion, crear grupos y foros en línea con Facebook y Google Groups, construir un CRM en Airtable, enviar sms a personas jóvenes usando Twilio... Las posibilidades son infinitas.

Una buena pregunta que debemos hacernos en esta etapa es:

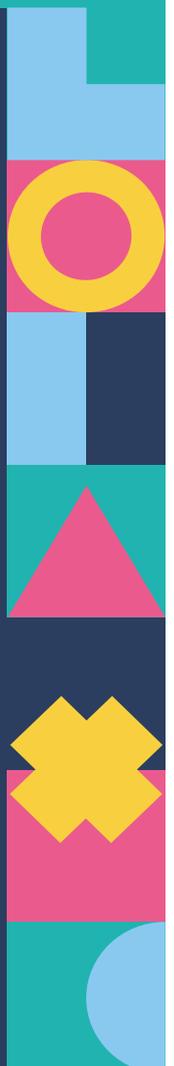
“¿Hay ya una solución para esto?”

En lugar de volver a inventar la rueda, puede que ya exista una solución para probar nuestra idea.

Hay muchos ejemplos de organizaciones que prueban un nuevo servicio utilizando una herramienta en línea de bajo coste

y terminan descubriendo que la herramienta de bajo coste funciona tan bien que no les hace falta construir su propia plataforma. Construir una nueva plataforma digital acarrea muchos costes y riesgos.

En la sección de recursos se puede consultar una lista de herramientas digitales de bajo coste.



Caso práctico: FASE 3

SESIÓN DE IDEACIÓN

El equipo de diseño trabajó con un grupo de personas jóvenes y realizaron una sesión de ideación con el ejercicio de Las 8 Rápidas. Las personas jóvenes recibieron las declaraciones “Cómo podríamos” y se les dieron 6 minutos por declaración para aportar todas las ideas que se les ocurrieran para cada una.

El equipo de diseño discutió los pros y los contras de cada idea, cuáles tenían más probabilidades de producir el mayor impacto, y cuáles eran posibles y realistas dentro de las limitaciones de tiempo y presupuesto del proyecto. Redujeron la lista y eligieron dos para crear prototipos.

El primero fue una herramienta de salud digital que hiciera una serie de preguntas y dirigiera a las personas jóvenes a la información exacta que necesitaban. El segundo era un banco de vídeos de casos prácticos para facilitar información de una forma accesible y adecuada para las personas jóvenes. Ambos prototipos estarían conectados, ya que la herramienta podría enlazar a vídeos específicos de casos prácticos en función de las necesidades de la persona joven.

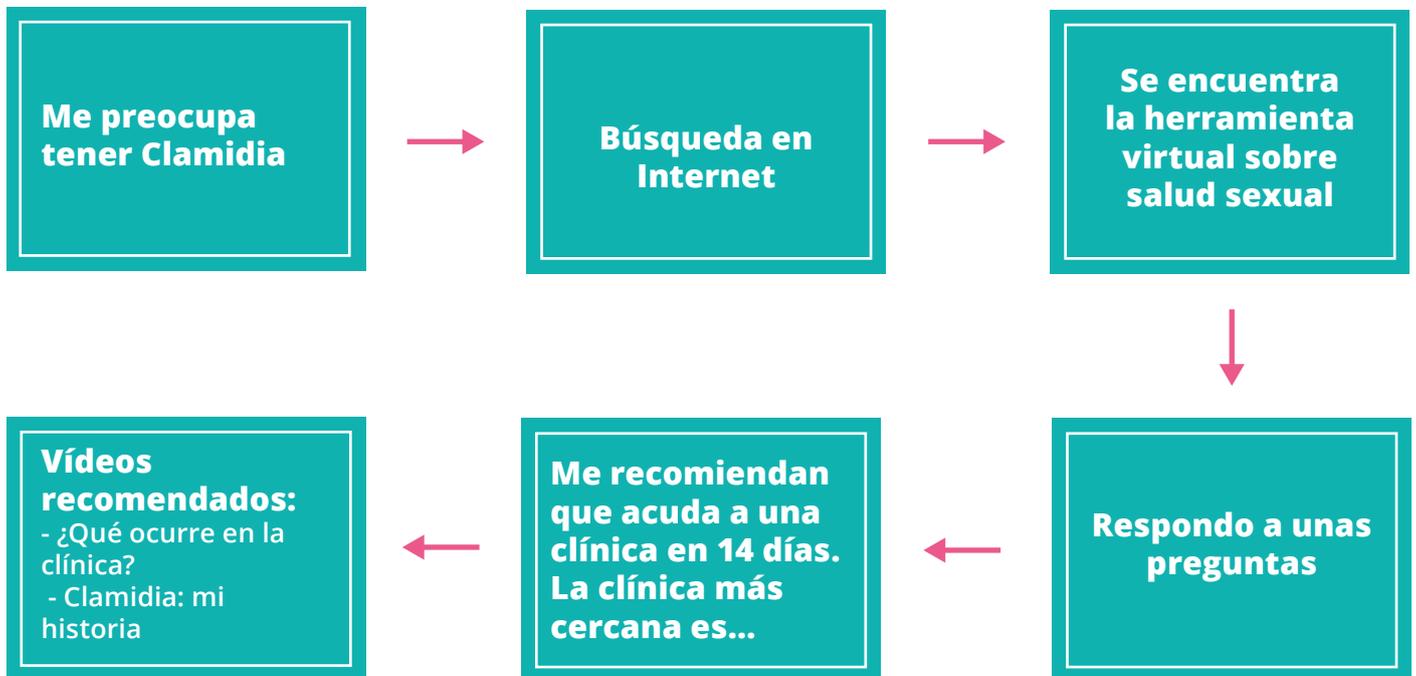
LA HIPÓTESIS

HERRAMIENTA DE SALUD DIGITAL: El equipo de diseño consideró que la creación de una herramienta que dirige a las personas jóvenes a información específica y adaptada a sus necesidades les permitirá procesar la información de forma precisa y tomar decisiones informadas.

VÍDEOS DE ESTUDIOS DE CASO: También pensó que ofrecer un banco de vídeos de casos prácticos sobre una serie de temas, facilitará la comprensión de los conceptos. Además, será más accesible para las personas jóvenes (incluidas las que tienen alguna discapacidad visual).



PRIMERO, SE UTILIZARON PROTOTIPOS EN PAPEL PARA MOSTRAR EL RECORRIDO DE UNA PERSONA JOVEN A TRAVÉS DEL NUEVO CONCEPTO DE SERVICIO. PARA ELLO, SE UTILIZARON NOTAS POST IT SOBRE PAPEL CONTÍNUO



Este recorrido, junto con algunos ejemplos de storyboards de vídeos, se probó con jóvenes y se adaptó teniendo en cuenta sus comentarios.

A continuación, se construyó un prototipo utilizando herramientas digitales de bajo coste, se creó una encuesta de salud sexual con Typeform y se probó con jóvenes y profesionales de la salud.

Buscas información sobre *

A Enfermedades de transmisión sexual

B Métodos anticonceptivos

C Embarazo

Se creó un vídeo del prototipo con VideoScribe.

Puede verse en: <https://www.youtube.com/watch?v=ajgewMTXe4A>



HACER

Para pasar a esta fase debemos haber obtenido resultados positivos en la fase Desarrollar.

En la fase Hacer implementaremos y pondremos plenamente en marcha nuestra solución. Probablemente, esto implicará llevar nuestra idea más allá del prototipo y avanzar su implantación.

Para ello, tendremos que asignar recursos y establecer un procedimiento de control y evaluación.

La fase HACER es un proceso continuo.

Aprenderemos, desarrollaremos y realizaremos ajustes en nuestro proyecto constantemente, para asegurarnos de que sigue respondiendo a las necesidades de las personas jóvenes.

Caso práctico: FASE 4

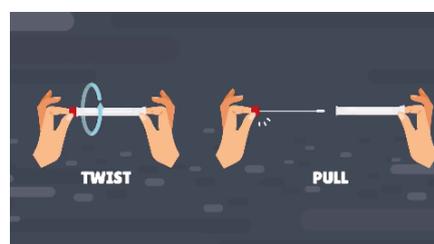
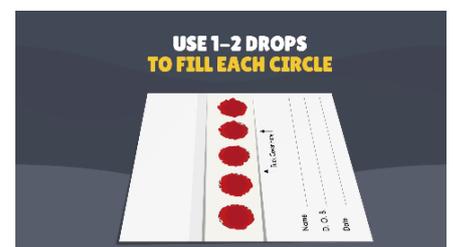
La herramienta se lanzó y se alojó en FriskyWales, la web para la salud sexual de las personas jóvenes del Departamento de Salud Pública de Gales. Para facilitar información a personas jóvenes en un formato accesible, se encargó un banco de animaciones que acompañaran a la herramienta.

El proyecto llegó a su fin y, tras la puesta en marcha del prototipo, se hicieron nuevas recomendaciones para continuar con el desarrollo de la herramienta de manera que respondiera mejor a las necesidades de las personas jóvenes. Esto demuestra la necesidad continua de mejorar, desarrollar, adaptar y promover soluciones.

Las recomendaciones para el futuro son:

- La posibilidad de pedir hora en la clínica directamente a través de la herramienta
- Mensajes de texto de recordatorio
- Seguimiento y análisis sobre cómo encuentran y utilizan la herramienta las personas jóvenes
- Publicidad eficaz a través de marketing digital y Google Ads para aumentar la utilidad y la sostenibilidad

Algunas de estas características y funciones no se pudieron implementar debido a las limitaciones del proyecto y la infraestructura digital actual de los servicios de salud sexual de Gales.





SECCIÓN DE RECURSOS

UN ESTUDIO SOBRE LAS NECESIDADES Y EL COMPORTAMIENTO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS JÓVENES

En 2019, ERYICA, el consorcio del proyecto DesYign y la Universidad Åbo Akademi llevaron a cabo un estudio sobre las necesidades y el comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes. El conocimiento extraído se puede utilizar para mejorar las actividades de diseño y comunicación de los servicios de información y orientación juvenil con el fin de asegurarse de que están centrados en las personas usuarias y son innovadores.

Se llevaron a cabo entrevistas con ocho grupos de discusión en cuatro países distintos: Reino Unido (Gales), España (Comunidad de Madrid y Comunitat Valenciana), Malta y Luxemburgo. Un total de 37 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 29 años y una edad media de 19 años, participaron en un debate exhaustivo, en el que detallaron sus prácticas diarias de búsqueda de información, su nivel de conocimiento de los servicios, sus desafíos a la hora de acceder a los servicios y de qué forma preferirían utilizar dichos servicios de información

Es un recurso integral y esclarecedor al que recurrir como parte de la fase de Descubrimiento.

Está disponible en: <https://www.comunidad.madrid/sites/default/files/doc/juventud/je-desying-informegruposfocales.pdf>

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE GRUPOS DE DISCUSIÓN Y ENTREVISTAS:

- Trabajar en equipo para crear un conjunto de preguntas que nos ayuden a comprender mejor las necesidades de las personas jóvenes y cómo se comportan.
- Decidir quiénes son las mejores personas para entrevistar ¿Quién nos dará la información que necesitamos? Hablar con jóvenes que utilizan actualmente nuestro servicio, pero también con quienes nos gustaría que lo hicieran en el futuro.
- Evitar las preguntas sobre lo que las personas jóvenes quieren.
 - ✗ *¿Cómo quieres recibir información sobre salud sexual?*
 - ✓ *¿A dónde acudes y qué haces cuando necesitas información sobre salud sexual?*
- Hacer preguntas abiertas, que no sean sesgadas.
- Escuchar con curiosidad e indagar más si las respuestas iniciales no dan la información necesaria.
- Evitar dirigir las respuestas dando pistas verbales o no verbales sobre lo que les gusta o no.
- Pensar en cómo hacer que los grupos de discusión sean participativos utilizando métodos variados y formas diferentes para que las personas jóvenes hagan comentarios. Intentar utilizar herramientas digitales como Kahoot o Mentimeter. Intentar escuchar a todas las personas del grupo.
- Utilizar una combinación de grupos de discusión y entrevistas. Las entrevistas permitirán profundizar.
- Hay que saber cuándo parar. La calidad de la información y las ideas es más importante que la cantidad de personas con las que se habla.

EJEMPLO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS Y GRUPO DE DISCUSIÓN

- ¿Qué haces cuando necesitas información sobre actividades deportivas cercanas?
¿Cómo consigues la información?
- Piensa en un momento en el que hayas necesitado ayuda o información relacionada con tu salud mental. Cuéntame qué pasos seguiste para conseguir la ayuda que necesitabas.
- ¿Te resultó fácil o difícil encontrar la ayuda que necesitabas? ¿Por qué?
- ¿Qué te gustó de la experiencia?
- ¿Qué no te gustó de la experiencia?
- ¿Cómo te enteraste de que existía tu servicio de información juvenil local? ¿Qué fue lo que te llevó a utilizar el servicio por primera vez?
- ¿Qué fue lo que te llevó a continuar yendo/seguir utilizando el servicio?
- ¿Qué te gusta del servicio de información juvenil?
- ¿Qué es lo que no te gusta del servicio?
- ¿Cómo buscas información sobre lo que está pasando en tu centro de juventud local?
- ¿Sientes que tienes información adecuada sobre las actividades y los servicios (o te ocurre que, a menudo, no sabes bien qué hay y qué tienes a tu disposición)?
- ¿Qué plataformas en línea utilizas y para qué?
- ¿Qué plataformas te parecen bien para comunicarte con las personas que trabajan en el centro de juventud? (Zoom, WhatsApp, Facebook, Instagram, otras)

CONSEJOS PARA REALIZAR CUESTIONARIOS

Al escribir un cuestionario y antes de enviarlo, hay que tener en cuenta estas cuestiones:

- Qué información se está intentando recopilar. ¿Se están buscando datos numéricos y cuantificables o intentando conseguir descripciones en profundidad que ayuden a conformar datos cualitativos?
- Intentar que las preguntas sean lo más breves y concisas posible. Solo deben hacerse preguntas que sean relevantes para los datos que se quieren recopilar.
- Hacer preguntas básicas. Cualquier persona que reciba el cuestionario tiene que ser capaz de entenderlas fácilmente.
- Incluir la lógica y la secuenciación. Esto se refiere al orden de las preguntas; hay que seguir un orden que evolucione progresivamente desde preguntas generales a preguntas concretas.
- Tener en cuenta la longitud de la pregunta. ¿Cuánto tiempo se necesita para responderla? Hay que intentar abreviar ese tiempo todo lo posible. Una buena forma es mediante el uso de preguntas de elección múltiple siempre que se pueda.
- Evitar las preguntas sesgadas.
- Asegurarse de que el cuestionario tenga continuidad. Por ejemplo, se utilizará siempre el mismo tipo de clasificación en las preguntas que lo requieran.
- Antes de enviar el cuestionario, enséñaselo a varias personas. ¿Se entiende fácilmente? ¿Es demasiado largo?

Una vez completados estos pasos, podrá distribuirse el cuestionario. Hay que asegurarse de enviarlo al público objetivo para poder obtener resultados fiables y dignos de confianza.

Ejemplo:

En una escala del 1 al 10 (donde 1 es "de lo peor" y 10 es "de lo mejor") ¿cómo ha sido el servicio hoy?



Escribe a continuación cualquier queja que tengas sobre nuestro servicio.

PERSONAJES QUE REPRESENTAN A PERSONAS JÓVENES

Los personajes se basan en personas jóvenes reales y pretenden representar a un grupo de jóvenes de la sociedad. Se centran en las necesidades y las características de los principales grupos de jóvenes objetivo del proyecto. Por ejemplo, se puede crear un personaje para una persona joven que tiene que cuidar a algún familiar, ya que estas circunstancias afectarán de forma significativa a su disponibilidad. También es importante tener en cuenta las culturas, las circunstancias socioeconómicas, la identidad étnica, el género y las diversidades funcionales.

Esta es una gran actividad para hacer con las personas jóvenes. Han de crear diferentes personajes basados en sus amistades y comunidades. Esta actividad se utiliza como una oportunidad para hablar sobre igualdad y accesibilidad. Por ejemplo: ¿Cómo interactuaría una persona joven transgénero con este servicio? ¿Qué necesidades puede tener?

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo _____

Circunstancias vitales
actuales/Trabajo/Educación _____

Características relevantes:

Describe su día a día:

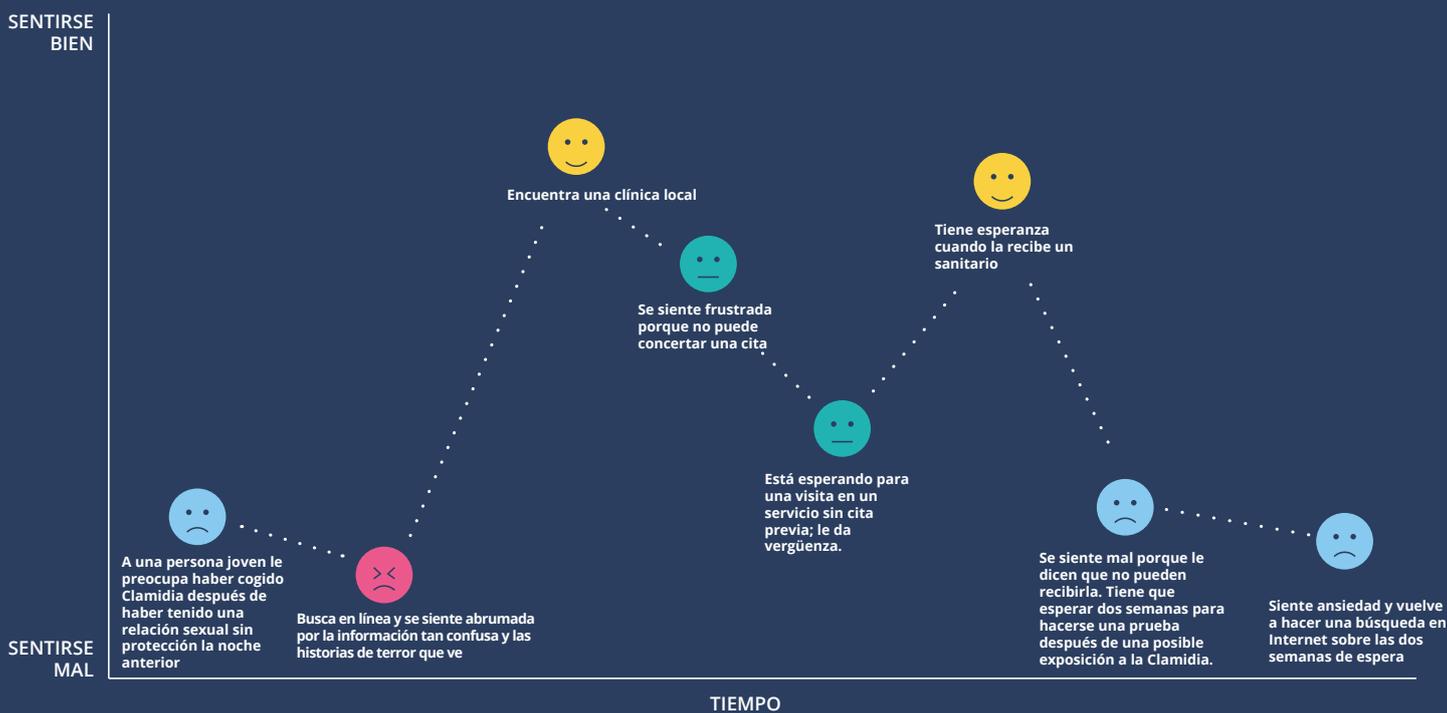
Necesidades y prioridades:
(¿Qué necesitan del servicio? ¿Cuáles son sus prioridades?)

MAPA DE EXPERIENCIAS

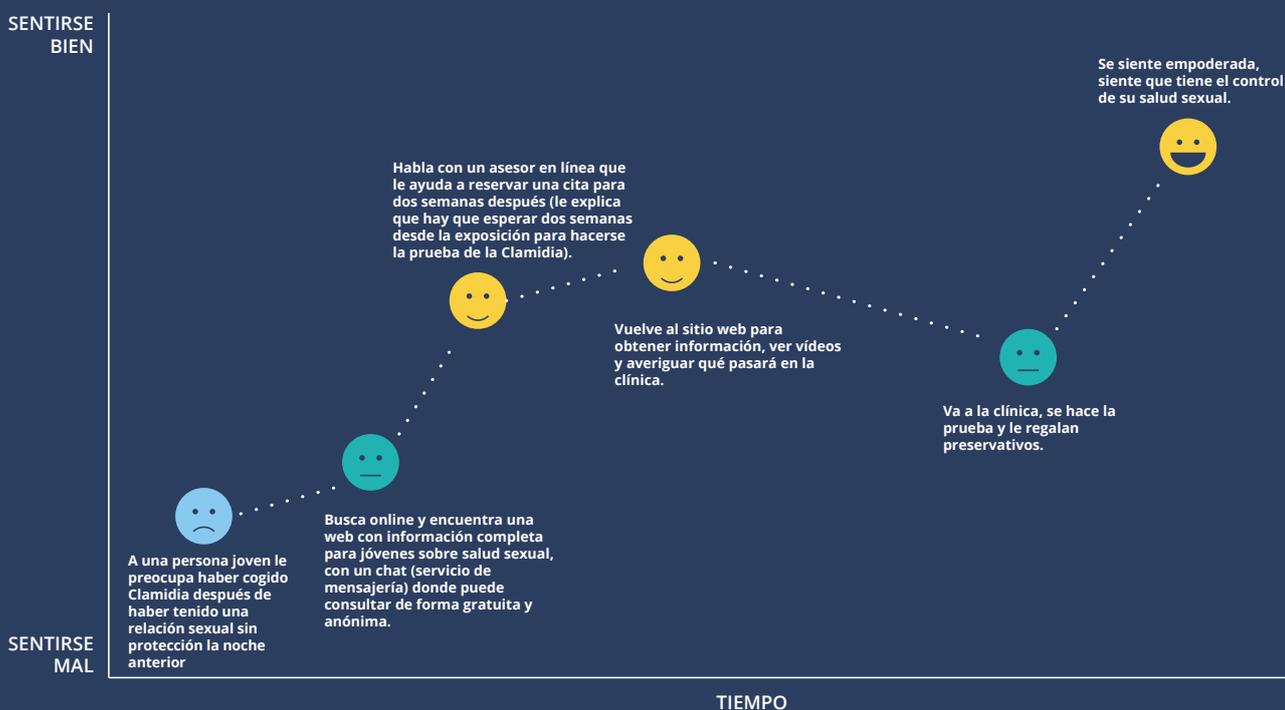
El mapa de experiencias de una persona se puede utilizar en las fases de descubrimiento y definición, así como en la fase de desarrollo.

Una vez creados los personajes, se utiliza el mapa de experiencias para mostrar cómo se mueve esa persona por el servicio en la actualidad. En las fases posteriores, se utilizará para mostrar el camino ideal a través del servicio nuevo o mejorado.

Se trabaja con las personas jóvenes para trazar sus recorridos actuales a través del servicio o se crea un recorrido basándose en los datos que recopilados en la fase de descubrimiento. **Ejemplo:**



Una vez en la fase Desarrollar, se hace un gráfico de cómo sería el servicio ideal:



CREACIÓN DE DECLARACIONES SOBRE NECESIDADES

Pueden crearse declaraciones de las necesidades de las personas jóvenes al inicio del proyecto. Estas declaraciones establecen la dirección del desafío. Tal vez se tenga que hacer algo de investigación inicial antes de poder crear una declaración de las necesidades.

UN EJEMPLO DE DECLARACIÓN DE NECESIDADES:

“Como persona joven que tiene que cuidar a su madre, cuando tengo que hacer los deberes, necesito un espacio tranquilo y tiempo dedicado solo a esto para poder hacerlos lo mejor posible”.

CÓMO CREAR UNA DECLARACIÓN DE NECESIDADES:

Pídele a cada miembro del equipo que lo intente y que escriba una declaración utilizando esta fórmula:

Como _____ [persona joven afectada por el problema]

Cuando yo _____ [situación en la que ocurre el problema]

Necesito _____

Para _____ [resultado que necesito]

BUEN EJEMPLO

“Como persona joven que tiene que cuidar a su madre, cuando tengo que hacer los deberes, necesito un espacio tranquilo y tiempo dedicado solo a esto para poder hacerlos lo mejor posible”.

Lo bueno de esta declaración es que es muy específica y no presenta ninguna solución, sino que se centra en las necesidades de la persona joven.

MAL EJEMPLO

“Como persona joven que tiene que cuidar a su madre, cuando tengo que hacer los deberes, necesito un ir a un club extraescolar para poder hacerlos lo mejor posible”.

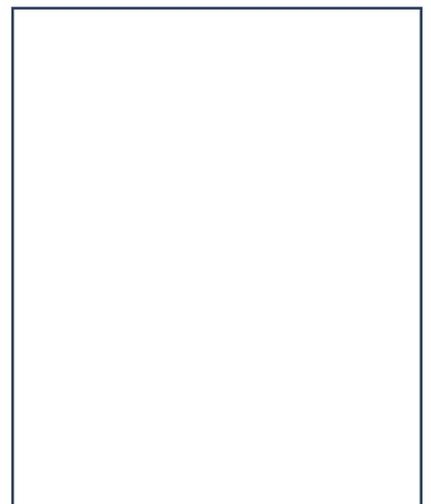
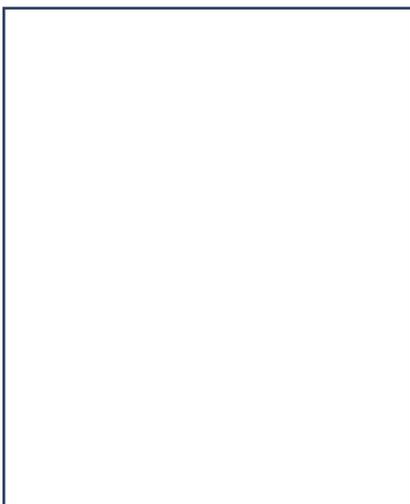
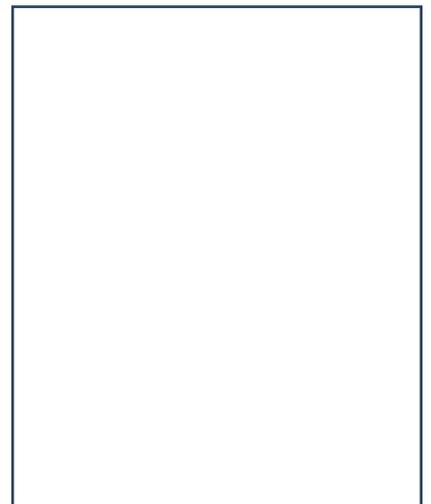
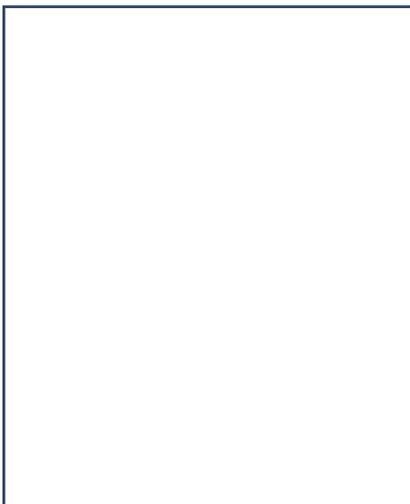
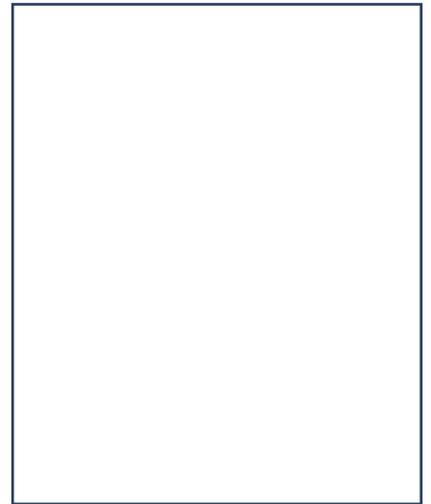
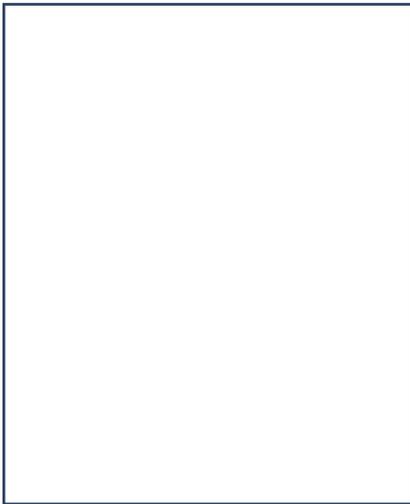
El problema de esta declaración es que ya se ha decidido la solución.

Gracias a CAST, Centre for Accelerated Social Technology por este ejercicio.



STORYBOARD

Se puede utilizar esta plantilla para pedirle a una persona joven que dibuje las medidas que tomaría en una situación determinada. También se puede utilizar un storyboard para bocetar los contenidos de un vídeo.

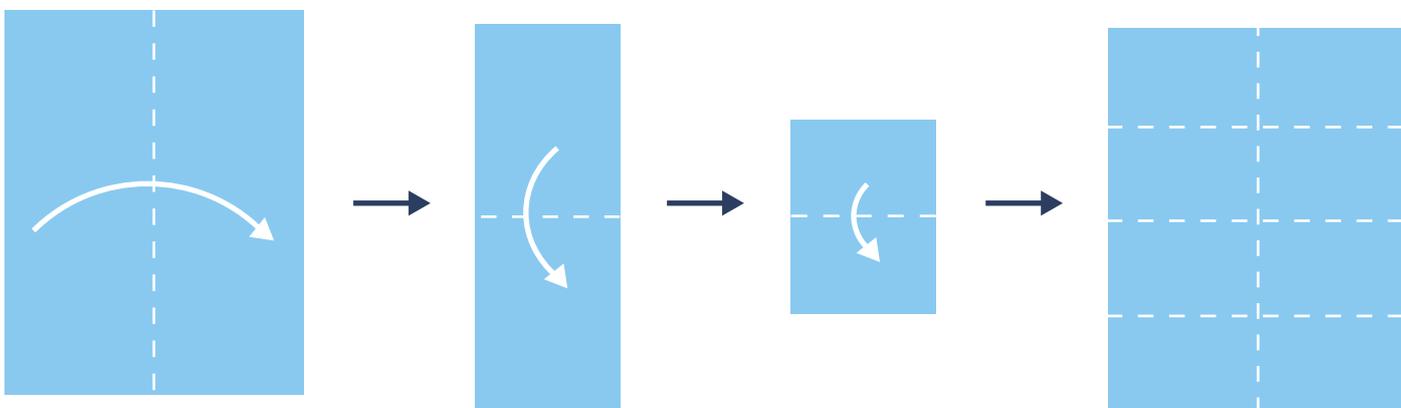


LAS 8 RÁPIDAS

La técnica de las 8 rápidas permite llegar rápidamente a toda una serie de ideas y es una actividad divertida que se puede utilizar con personas jóvenes. El objetivo es fomentar la creatividad yendo más allá de las soluciones obvias.

Solo se necesitan hojas de papel de tamaño A3 o A4 y bolígrafos.

1 Se pide a cada persona que doble su papel por la mitad y, después, otra vez por la mitad.



2 Al abrir el papel debería tener ocho cuadrados del mismo tamaño.

3 Se establece un tiempo breve de seis minutos y se pide a todo el mundo que esboce ocho ideas.

4 Cuando todo el mundo haya terminado, se pide a cada persona que comente sus mejores ideas al grupo y se habla sobre las ideas más prometedoras.



TEMAS, IDEAS Y DECLARACIONES “CÓMO PODRÍAMOS”

No todos los miembros del equipo habrán estado en todas las entrevistas con jóvenes, pero es muy importante que comprendan cuál es el aprendizaje clave de toda la investigación. Los talleres de “dar sentido” son muy útiles para esto; es mejor realizarlos a medida que se va avanzando, mientras la investigación todavía está fresca.

Se necesitan bolígrafos, notas post-it y un espacio en blanco en la pared o una pizarra digital.

- 1** Reunir a todo el equipo y designar una persona que actúe como facilitadora.
- 2** Pedir a cada una de las personas que han participado en la investigación que vuelvan a sus datos y compartan lo que han aprendido con el resto del grupo. ¿Con quién han hablado? ¿Qué han aprendido? ¿Cuáles han sido sus principales conclusiones? Se apuntan estas cuestiones en notas post-it.
- 3** Una vez que todo el mundo haya podido hablar de su aprendizaje, se puede empezar a reorganizar los post-it por temas. Hay que tener en cuenta: ¿Qué temas son recurrentes? ¿Qué información sobresale como significativa y relevante para el desafío de diseño?

DECLARACIONES “CÓMO PODRÍAMOS”

Una vez se dispone de un resumen de los principales temas e ideas, se pueden plantear en la forma de declaraciones “Cómo podríamos” (CP).

Por ejemplo:

- 1** Muchas madres jóvenes expresaron que se sentían aisladas.

CP:

¿Cómo podríamos ayudar a las madres jóvenes a sentirse menos aisladas?

- 2** Las madres jóvenes valoraron mucho poder tener la oportunidad de hablar con otras madres jóvenes y compartir experiencias

CP:

¿Cómo podríamos crear oportunidades seguras y accesibles para que las madres jóvenes puedan estar en contacto y comunicarse entre sí?

Probablemente se obtengan de 5 a 8 declaraciones CP. Estas declaraciones se utilizan durante la fase de desarrollo para pensar en soluciones.

CONSTRUCCIÓN DE PROTOTIPOS

La construcción de prototipos se utiliza para convertir las ideas en algo real. El método permite que las ideas sean más tangibles y que se puedan poner a prueba con personas jóvenes. Mostrará los aspectos positivos y negativos del diseño.

PASO 1: CREAR PROTOTIPOS DE "BAJA FIDELIDAD"

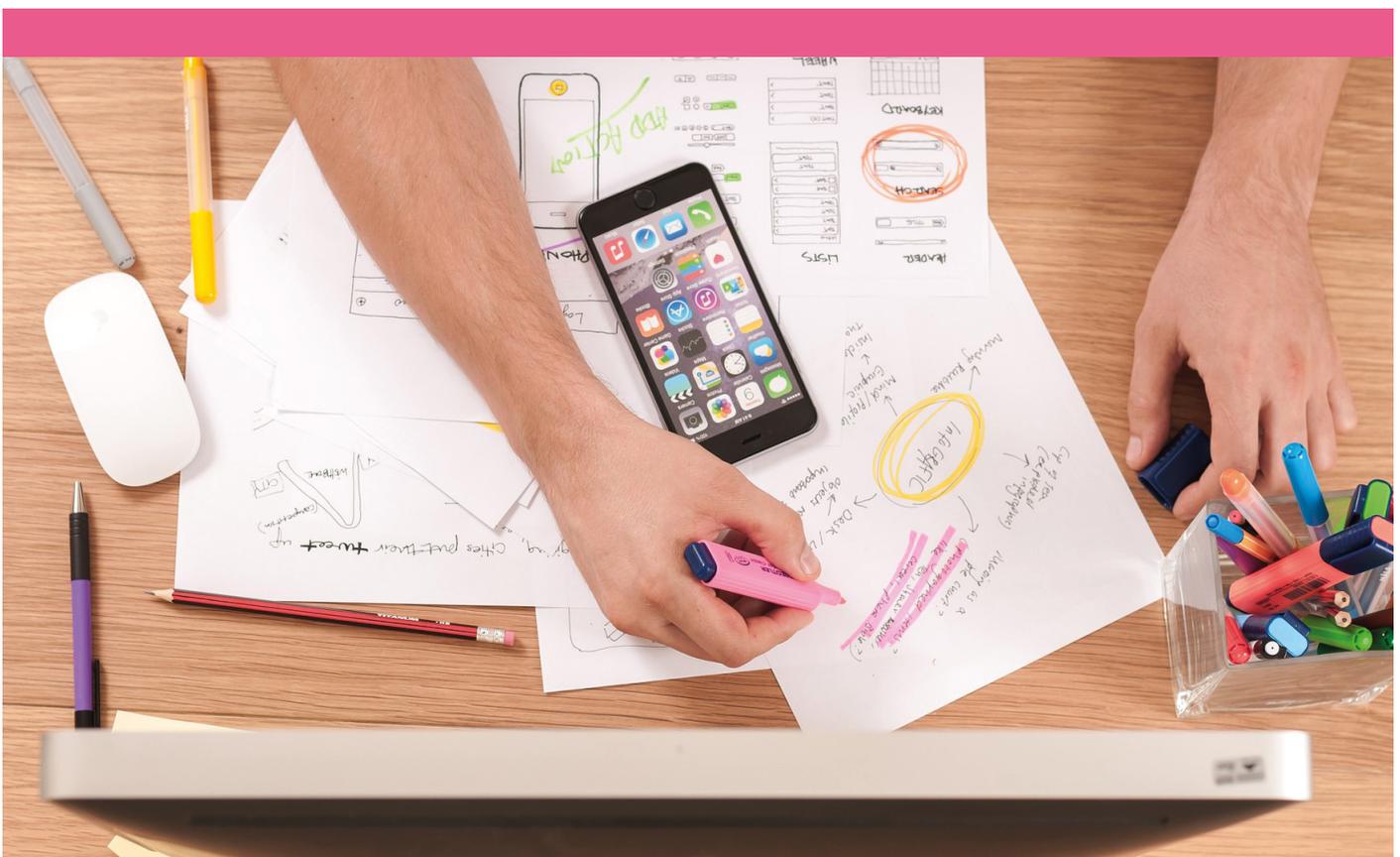
Los prototipos iniciales deberían ser de baja fidelidad, es decir, básicos y generales. Pueden dibujarse en un papel para crear maquetas del diseño. Por ejemplo, si se quiere probar un vídeo, se puede utilizar un storyboard y un guion para mostrar su contenido. Para una aplicación, se puede dibujar cada una de las pantallas de la aplicación y el mapa de experiencias de una persona joven a través de la aplicación.

Después, prueba estos prototipos de baja fidelidad con personas jóvenes e itera los diseños basándote en sus comentarios.

PASO 2: CREAR PROTOTIPOS DE "ALTA FIDELIDAD"

La siguiente fase consiste en crear un prototipo más elaborado. Se puede hacer utilizando herramientas digitales de bajo coste. Se pueden diseñar ejemplos de sitios web y bases de datos utilizando Notion; crear grupos y foros en línea con Facebook y Google Groups; o enviar sms a las personas jóvenes usando Twilio... Las posibilidades son infinitas.

Hay que asegurarse de hacer fotos de cada iteración de conceptos para poder documentar, más adelante, las ideas que han funcionado.



HERRAMIENTAS DIGITALES GRATUITAS O DE BAJO COSTE

Hay toda una serie de herramientas digitales que se pueden utilizar para completar un proyecto de diseño de servicios con personas jóvenes.

Estas son algunas de nuestras recomendaciones:

GOOGLE JAMBOARD

Pizarra digital. Se puede utilizar para grupos de discusión y talleres.

TWILIO

Permite enviar y recibir sms, como recordatorios de citas para personas usuarias de los servicios.

TYPEFORM

Se pueden crear formularios atractivos e interactivos, así como encuestas con lógicas.

SLACK

Sirve para crear una comunidad en línea, y mantener discusiones y conversaciones.

VideoAsk (by typeform)

Permite hacer videollamadas. Se puede utilizar como una forma innovadora de conectar con las personas jóvenes y facilitarles información.

CANVA

Crea contenidos adecuados para publicaciones o carteles de redes sociales y folletos.

Notion

Es una herramienta muy versátil. Se puede utilizar como base de datos, sitio web y para la gestión de proyectos. Hay versiones gratuitas para organizaciones sin ánimo de lucro.

LOOM

Crea vídeos explicativos fácilmente. Con Loom, puedes grabar con tu cámara, micrófono y escritorio al mismo tiempo.

REFERENCIAS

Este kit de herramientas se ha inspirado en:

Design Council's Framework for innovation (double diamond): <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

CAST Design Hops: <https://www.wearecast.org.uk/programmes/design-hops>

IDEO Design Kit: <https://www.designkit.org/>

Service Design Toolkit: <https://servicedesigntoolkit.org/>

OTROS RECURSOS

Charity Catalogue: <https://charitycatalogue.com/>

The Catalyst Resources and recipes for digital working: <https://www.thecatalyst.org.uk/resources#>

