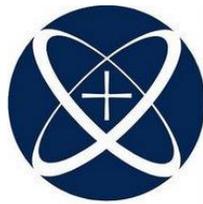


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Electrónica, Sistemas e Informática

Desarrollo tecnológico y generación de riqueza sustentable

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de la Industria de Alta tecnología



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

4N02 Observatorio de Servicios e Innovación

**Alcancías BRED en escuelas primarias para incentivar las donaciones
económicas**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Ingeniería en Empresas de Servicio. Rosalba López García

Ingeniería en Empresas de Servicio. José Roberto Vega Flores

Ingeniería Electrónica. Edgar Enrique Lara Miramontes

Ingeniería en Sistemas Computacionales. Erick Eduardo Gamboa Valle

Profesor PAP: ME. Alicia Libertad Rizo Corona

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2022

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	3
1. Introducción	5
1.1. Objetivos	5
1.2. Justificación.....	6
1.3. Antecedentes.....	7
1.4. Contexto.....	9
2. Desarrollo	11
2.1. Sustento teórico y metodológico	11
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.....	15
3. Resultados del trabajo profesional	31
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	35
5. Conclusiones	41
6. Bibliografía	42
Anexos	45
Anexo 1: Cronograma de actividades	45

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

En el presente reporte se desarrolla el contenido de la realización del proyecto de implementación de alcancías en escuelas primarias para incentivar las donaciones económicas en la ONG de BRED, un banco de ropa, calzado y enseres domésticos ubicado en Guadalajara, Jalisco. Se retoma el proyecto a partir de los resultados obtenidos en el periodo de primavera 2022, por otros compañeros del Observatorio de Servicios e Innovación, quienes entregaron un prototipo de alcancías hecho en opalina y una propuesta para llevarlas a las escuelas primarias en tres modalidades distintas (personal, grupal y escolar).

Se validó y rediseñó el prototipo de alcancías para incentivar las donaciones económicas para BRED, y el enfoque va para las escuelas primarias. El rediseño surge a partir del cuestionamiento y revisión de materiales y el proceso de implementación en las escuelas. Se pretende implementarlo y conseguir un prototipo de un producto duradero y eficiente, y, además, que motive la participación para aumentar el sustento económico de la ONG. Se llevó a cabo el proceso de Design Thinking para la generación y validación de ideas. El proyecto abarca la definición del diseño con sus características y la explicación detallada de la implementación para la participación de escuelas primarias, incluso de pruebas piloto con

niños en particular, sin embargo, aún queda por resolver el tema de hacer pruebas en un escenario real y la fabricación de la versión final de las alcancías.

Por otro lado, se desarrollaron los proyectos de la rúbrica de servicios para validar y poder aplicarlas en las ONG con la finalidad de que sigan en mejora continua sin la necesidad de tener consultoría directa, partiendo de la propuesta de preguntas y áreas a evaluar, y también se trabajó en el proyecto de redes sociales y podcast del Observatorio para difundir el material generado y dar a conocer las actividades dentro del mismo.

1. Introducción

1.1. Objetivos

El objetivo del Observatorio es fomentar la cultura de diseño de servicios e innovación principalmente en Latinoamérica, por medio del reconocimiento de la situación actual tanto de las prácticas que existen alrededor del mundo, la situación de las industrias, y las tendencias en esta índole.

Generar conocimiento a partir del uso de la tecnología y los servicios en problemas sociales para construir un proceso replicable y aplicable a distintos contextos. El proyecto de creación del Observatorio se enmarca en el siguiente proyecto de investigación del PFI: Ecosistemas de innovación abierta, basados en la tecnología, para aumentar el valor en el modelo de negocio en las Pymes.

Durante este proyecto se trabajaron en tres objetivos específicos:

BRED

Incentivar los donativos económicos a partir de la validación del sistema de donaciones existente y de la difusión de información y logros de la organización. Para ello se analizará la propuesta para la mejora del sistema de donaciones económicas, se comprobará su viabilidad y con base en los resultados, se mejorará o cambiará el prototipo ya existente.

REDES SOCIALES

Promover y aumentar el impacto del observatorio por medio de la difusión de información de actividades que se realizan, testimonios y generación de productos de valor en el diseño de servicios y la innovación para alumnos y miembros de la comunidad universitaria de ITESO.

RÚBRICA DE SERVICIOS

Perfeccionar la rúbrica existente mediante entrevistas para analizar, validar, probar y complementarla a fin de que las ONG puedan hacer uso de ella y mejorar sin la necesidad de contar con un servicio de consultoría.

1.2. Justificación

BRED obtiene sus ingresos principalmente por medio de donaciones, ya sea económicas o de especie. No obstante, estos no son suficientes para poder apoyar a más familias o contratar a más personal, sumado a los gastos de operación y de mantenimiento que ya se tienen.

Mediante la adición de un nuevo método para donar, se incrementarán los ingresos y, por consiguiente, se permite que la organización tenga un mayor alcance e impacto; mejorando así la calidad de vida de más familias. Como añadido, se busca que el proyecto de a conocer en más familias la labor de BRED, aumentando así las posibles donaciones realizadas por los métodos descritos en la página de la organización.

Dicho proyecto se relaciona con el de la rúbrica para las ONG. Por medio de la rúbrica se contribuye a que dichas organizaciones tengan una guía que les permita mejorar la calidad de su servicio evaluando de forma independiente, y sin necesidad de intervención de terceros, distintos rubros que les permitirán ubicar sus fortalezas y debilidades en diversas áreas tales como el manejo de recursos, transparencia, comunicación tanto dentro de la organización como de los clientes, entre otros. Se espera que mediante el análisis de los resultados de la rúbrica, presentados por medio de indicadores en forma de información cuantitativa, las ONG sean capaces de identificar áreas de oportunidad y áreas en las que se deba de trabajar con el fin de brindar un mejor servicio.

Por otro lado, en el proyecto de redes sociales, dar a conocer la labor que se realiza en el observatorio es de gran importancia para atraer a más gente al área de servicios e innovación. Difundiendo las actividades que se realizan, así como los proyectos en los que se ha trabajado con las distintas ONG es un factor clave para generar interés en los alumnos, incentivándolos a que participen ya sea de forma directa o indirecta con el observatorio. Con la adición de más integrantes al Observatorio, se permitirá la formación de más equipos, pudiendo trabajar en una mayor cantidad de proyectos simultáneamente, así como desarrollar ideas de mayor escala.

1.3 Antecedentes

BRED

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Donaciones y Trabajo Voluntario, un 72% de los mexicanos afirma realizar donativos regularmente una o más veces al año, ya sea en dinero o en especie, a ONG o a gente necesitada. Sin embargo, no todos los mexicanos donan de la misma manera. Algunos lo hacen sistemáticamente y otros solo un par de veces al año.

Según la ENAFI, cuatro de cada diez mexicanos dicen aportar donativos a organizaciones o a gente necesitada “varias veces al año”, mientras que uno de cada cuatro dice hacerlo una vez al año.

“Las donaciones en México no suelen ser sistemáticas ni planeadas: son más bien producto de un impulso, una acción más reactiva que proactiva.” (Ablanedo, 2008)

En BRED se han buscado alternativas de donación o formas de mejorar su sistema de donaciones actuales, para ello se ha realizado una investigación previa donde el equipo encargado del observatorio se puso en contacto con donantes y prospectos para poder identificar cuáles son las necesidades de los donantes y su opinión general respecto a distintos ámbitos del sistema de donación de BRED.

Con la información recabada se propuso la realización de unas alcancías pensadas para ubicarlas en escuelas primarias con el fin de recaudar fondos con la ayuda de los alumnos. Las alcancías se pensaron como un formato individual, pero pueden ser trasladadas a otros formatos como grupales o de institución. Con la idea ya planteada se comentó con una trabajadora de la organización para solicitar su aprobación, obteniendo el visto bueno para continuar con el desarrollo del producto.

REDES SOCIALES

La problemática de las redes sociales del observatorio era la escasa cantidad de publicaciones realizadas durante el desarrollo de las actividades tales como la ideación, generación y exploración de las ideas que serán planteadas para resolver las problemáticas de las empresas con las que se trabaja. También se identificó una diversidad en torno al formato

utilizado en todas las publicaciones, haciendo que la identidad del observatorio se vea afectada.

Para intentar disminuir esto se intentó mantener un mínimo de publicaciones en las redes sociales intentando incentivar a que las personas conocieran los proyectos que el observatorio está ayudando a desarrollar e intentando que estas se involucren directamente en ellos, con el fin de lograr un beneficio mucho mayor. También se intentó mantener un “formato” similar en todas las publicaciones utilizando recursos como imágenes, logotipos y símbolos de páginas específicas y definiendo los colores distintivos que se mantendrán de ahora en adelante en todas las publicaciones, esto se hizo para evitar confusiones en los usuarios que visiten las redes sociales generando un sentimiento de continuidad.

Dentro de las publicaciones realizadas se muestran un poco los proyectos realizados en el observatorio, algunas fotos de los integrantes, la explicación de algunos conceptos clave, los objetivos del observatorio, testimonios de algunos de los integrantes de proyectos pasados e invitaciones; haciendo que las personas interesadas entiendan claramente todas las actividades que son realizadas dentro del observatorio y puedan ser parte de los proyectos aportando diversidad e ideas nuevas.

RÚBRICA DE SERVICIOS

La problemática abordada en la rúbrica de servicios es que muchas organizaciones tienen un desconocimiento sobre los rubros en los que se están desempeñando bien, regular o mal. Este desconocimiento hace que se puedan llegar a perder recursos de la organización al hacer una asignación errónea de los mismos.

Tomando como guía los 10 puntos clave a la hora de brindar un servicio de la página “Service Design Heuristics”, se realizó una selección de los temas para posteriormente vaciarlos en un documento donde los miembros del observatorio de servicios realizaron una categorización en distintos temas los cuales se buscaría evaluar con la rúbrica con el fin de evidenciar los puntos fuertes y las debilidades de cada ONG a la que se le aplique. Posteriormente, los equipos redactaron una serie de rubros para cada una de las categorías previamente definidas. Acto seguido, se agruparon esos rubros de modo que cada equipo presentó una

propuesta de la rúbrica y, mediante una votación, se filtraron los elementos más destacados de cada una, combinándolos en una sola rúbrica la cual fuera producto del trabajo colaborativo de todos los integrantes del observatorio, con rubros los cuales fueron cuidadosamente seleccionados para que se abarcaran la mayor cantidad de áreas posibles para evaluar. Todo esto con el fin de aplicar la rúbrica a algunas ONG para probar la eficiencia de esta y así poder seguir refinando los detalles con la retroalimentación conseguida para así construir un material que ayude realmente a enfocar los recursos de cada organización según sea necesario.

1.4. Contexto

BRED

BRED es una organización sin fines de lucro fundada el 9 de marzo de 2007. Son un banco de ropa, calzado, muebles, electrodomésticos y otros artículos los cuales desplazan hacia las familias de las comunidades atendidas por Banco de Alimentos de Guadalajara. Actualmente se apoya a más de 20 mil familias en alrededor de 60 comunidades las cuales viven en situación de vulnerabilidad: cuentan con carencias alimenticias, no tienen condiciones dignas en sus viviendas y poseen un ingreso económico muy bajo.

La organización obtiene sus ingresos principalmente de los productos y bazares que organizan, así como de las aportaciones económicas de los donantes. Mediante proyectos como Padrino BRED, las personas pueden aportar de forma económica para poder recaudar fondos y seguir mejorando la calidad de vida de las familias a las cuáles les brindan el servicio.

Como parte de la Identidad Institucional de BRED, se presentan informes anuales, donde se desglosan los municipios y comunidades a los cuales les brindan ayuda, dan cifras exactas de la cantidad de personas las cuales son beneficiadas, al igual que la cantidad de productos que se entregan a los beneficiarios. Además, presentan un documento en el cual se especifica cuáles fueron sus ingresos económicos durante el año en el que se realizó el informe, así como su proveniencia. Sumado a esto, cuentan con la transparencia suficiente para catalogar sus ingresos en dos tipos: temporales (los cuales no son fijos y son producto de donaciones de personas, ventas de activos, cuotas de recuperación, etc. La cantidad recibida varía año

con año) y permanentes (donaciones económicas realizadas por empresas con un monto fijo estipulado previamente).

Todos los datos presentes en el documento de Estados Financieros presente en el informe anual de BRED son auditados por el grupo de contadores HLB Vargas Graf y Cía., S.C., en el informe auditar que los datos presentados por BRED sean congruentes y que no haya indicios de desviación material que deriven en algún tipo de fraude. "... los estados financieros adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de **Bred Diocesano de Guadalajara, A.C.**" (HLB, 2022), ayudando así a cumplir uno de los objetivos de BRED, el cual es ser lo más transparente posible con el manejo de sus recursos y operaciones.

REDES SOCIALES

En las redes sociales es vital diversificar el contenido para evitar caer en publicaciones monótonas y aburridas, en este caso al estar usando Instagram como red social principal, es importante utilizar todos los recursos de la aplicación ya sean los reels, estados, publicaciones, carruseles de fotos, etc. Dado que actualmente las cifras a las que llegan las publicaciones son muy bajas, se debe de publicitar mucho más la página mediante publicaciones llamativas e interesantes para el público al que nos queremos enfocar.

Se estima que una página de Instagram de un negocio puede crecer alrededor de 1.7% en un mes, y los tipos de publicación que más se utilizan en toda la plataforma son las fotos únicas con alrededor de un 62% contra los carruseles de fotos con un 21% y los videos con un 19%. Con esta información es posible generar un plan de publicaciones analizando las opciones y decidiendo el rumbo que se quiere tomar para alcanzar los objetivos deseados. (McLachlan, S.)

Instagram ocupa el tercer lugar dentro de las redes sociales más activas del mundo y cuenta con 1,393 mil millones de usuarios activos a nivel mundial. México tiene al menos 36 millones de usuarios activos (Cocktail, s.f.)

RÚBRICA DE SERVICIOS

Las asociaciones civiles juegan un papel muy importante en México, pues son las encargadas de desarrollar proyectos que mejoren la calidad de vida de las personas en estado de vulnerabilidad, la preservación de recursos naturales, defensa del medio ambiente, etc. Son estas organizaciones las que preservarán la calidad de vida para las generaciones futuras.

A las organizaciones que no están involucradas con alguna relación de poder (como lo serían las instituciones gubernamentales) se las clasifica en dos tipos:

- En el sector lucrativo (empresa)
- En el sector no lucrativo (asociación civil)

(Gobierno del Estado de México, s.f.)

“Para que las ONG alcancen el cumplimiento de su misión, es importante trabajar sobre aspectos que contribuyan a la mejora de la eficacia en los resultados e impactos que estas persiguen.” (La Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo, 2017)

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

BRED

ONG (Organización No Gubernamental): Es una entidad de iniciativa social y fines humanitarios, independiente de la administración pública y que no tiene afán lucrativo. Cada organización tiene una estructura distinta y funciona de diferente manera: están las ONG que se mueven con voluntariado exclusivamente; hay otras que recurren al contrato de profesionales y especialistas para llevar a cabo su trabajo en los lugares en que van a ofrecer su ayuda. (Ayuda en Acción, 2017)

Asociación Civil: Se trata de una organización privada que tiene objetivos de diversas índoles como lo pueden ser las culturales, educativas, divulgativas, etc. Este tipo de entidades no busca una ganancia económica, recibe sus ingresos únicamente de los donativos aportados por sus miembros asociados. (Concepto, 2021)

Donativos: Son aportaciones, económicas o de especie, realizadas por una persona con el fin de aportar a una causa benéfica. Esta acción se realiza sin ánimos de lucro, por lo que el que la realiza no espera recibir nada a cambio. (Software DELSOL, s.f.)

Voluntariado: Es una persona la cual se integra a una organización de forma voluntaria y sin ánimos de lucro con el fin de ayudar a otros individuos que se encuentren en un estado de vulnerabilidad. (Hábitat para la humanidad, s.f.)

Design Thinking: Es un método para la creación de ideas el cual se enfoca en entender las necesidades reales de los usuarios y diseñar productos que las satisfagan. Este método se compone de 5 etapas iterativas las cuales son: empatía, definición, ideación, pr (DINNGO, s.f.)

Doble Diamante:

Es un método para el diseño de servicios que facilita el encontrar soluciones a problemas complejos. Se busca que dichas soluciones respondan de forma efectiva a las necesidades reales de los usuarios mediante la iteración y constante verificación usando la perspectiva del cliente.

Cuenta con 4 etapas: Descubrimiento, Definición, Desarrollo y Entrega.

- Descubrimiento: entender y contextualizar el problema
- Definición: la información se filtra y se organiza para llegar a una definición definitiva del problema
- Desarrollo: desarrollar prototipos con iteraciones constantes basadas en test y comentarios/opiniones de usuarios.
- Entregar: se reducen las soluciones planteadas a una.

(GAMMAUX, 2020)

Proceso iterativo: El proceso iterativo es la práctica de elaborar, refinar y mejorar un proyecto, producto o iniciativa mediante la repetición de ciclos bajo la metodología de “prueba y error”, en los cuales se mejora continuamente el proyecto hasta que se esté satisfecho con los resultados. (ASANA, 2021)

REDES SOCIALES

Podcast: Es un archivo de audio el cual toma un formato similar a un programa de radio. Se caracteriza por estar presentado de forma episódica en diversos sitios web como iTunes o Spotify, permitiendo que el usuario lo escuche en el momento en el que este así lo desee. (INBOUND CYCLE, s.f.)

Engagement: Es un indicador que le permite saber a una marca qué tan comprometidos está el público general con la misma, para que eventualmente la audiencia pase a convertirse en clientes. Se puede determinar con base a distintas métricas, como con la cantidad de me gusta y comentarios que se reciben en redes sociales. (Cyberclick, 2017)

Estrategia (en redes sociales): Es el plan de acción que se sigue en las redes sociales para poder conseguir un buen engagement con el público objetivo. Mediante la planificación de las publicaciones en redes sociales se logra crear un contenido de valor para los consumidores. (DIGITALIST HUB, 2017)

Audiogram: Es una publicación en Instagram (tanto en forma de post como de ‘story’) que incluye un audio o un fragmento de podcast. En él, se visualiza una imagen con una onda de sonido y subtítulos, lo que mejora la atracción y retención del usuario. (Comuni TOOLS, 2019)

Instagram: Instagram es una red social la cual se centra en la publicación de fotos y videos. Permite la interacción de los autores de las publicaciones con sus seguidores mediante un sistema de “me gusta” y comentarios. Debido al enfoque en la fotografía de esta red social, se le ofrece al usuario una gran variedad de herramientas para poder personalizar las imágenes.

Siendo superado solamente por Facebook, Youtube y Whatsapp, Instagram se constituye como una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad. En Latinoamérica, Instagram se posiciona como la segunda red social más utilizada, contando con más de 200 millones de usuarios principalmente dentro del rango de edad de 16 a 34 años. México cuenta con alrededor de 37.8 millones de usuarios en Instagram, posicionándose como el octavo país con más usuarios de esta red a nivel mundial. (GEEKNETIC, 2020)

Reels: Reels de Instagram es una función que permite grabar vídeos cortos de 15 a 30 segundos, a los que se les podrá subir o bajar la velocidad, agregarles texto y también ponerles música, sonidos, filtros y efectos. Todo dependiendo de la creatividad del usuario (GOBIERNO EN REDES, 2021).

RÚBRICA DE LOS SERVICIOS

Servicio: Los servicios son actividades identificables por separado que satisfacen las necesidades o deseos del cliente a través de beneficios esencialmente intangibles, ya sea por derecho propio o como un elemento significativo de un producto tangible. (Ramírez, 2020)

Rúbrica: Es un instrumento de evaluación basado en una escala cuantitativa y/o cualitativa asociada a unos criterios preestablecidos que miden aspectos de la actividad que serán evaluados (Juan & Perera, 2010).

Escalas de valoración: Es un instrumento de evaluación el cual consiste en una serie de categorías de las cuales se debe de emitir un juicio. La evaluación debe de realizarse de forma cualitativa acerca de los diferentes aspectos del producto. (Centro Virtual de Aprendizaje, 2022)

Heurístico: Son reglas empíricas y no específicas que se pueden usar de manera generativa y/o evaluativa como un conjunto de consideraciones a lo largo de las fases de investigación y diseño de un proyecto o como una herramienta de evaluación para evaluar un servicio existente. (Usability Matters, 2015)

Un heurístico se puede aplicar a un solo punto de contacto o interacción, así como al ecosistema de servicio en general.

Insight: Son hallazgos encontrados que dan una pauta sobre en dónde se tiene que trabajar y cuáles son los puntos por tratar. (Proyecto Diseño de Servicios, 2019)

Datos cualitativos: Son aquellos datos que sirven para describir un aspecto. Se busca conocer el cómo y el porqué de un tema en particular, lo que permite profundizar más en la investigación. Debido a la naturaleza de estos datos, su análisis es más complicado impidiendo la generalización de estos. (ONU MUJERES, 2020)

Datos cuantitativos: Son aquellos datos que se puedan contabilizar. Se obtienen a partir de cifras, porcentajes, métricas, etc. Debido a que estos datos se pueden estructurar como datos estadísticos, su análisis da lugar a conclusiones generales. (RepScan, 2022)

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- **Descripción del proyecto**

BRED

El proyecto se desarrolló durante el semestre de Primavera 2022 y durante el periodo de Verano 2022. Se trabajó en desarrollar una propuesta para incentivar los donativos económicos de BRED que tuvo como resultado un prototipo de alcancías para ser implementadas en escuelas primaria.

Se utilizó la metodología del doble diamante que sirve para aunar los procesos divergentes y convergentes del diseño de servicios a través de cuatro etapas:

- **Research:** Consiste en la recopilación de información del estado actual del servicio para detectar la problemática e identificar los insights.
- **Ideation:** Se crean propuestas de solución para la problemática detectada en la etapa de research, se priorizan estas ideas y se elige la óptima para ser desarrollada.

- Prototyping: A partir de la propuesta elegida, se crean prototipos que serán validados como solución a la problemática inicial.
- Implementation: El prototipo se convierte en un servicio real y se lanza al mercado.

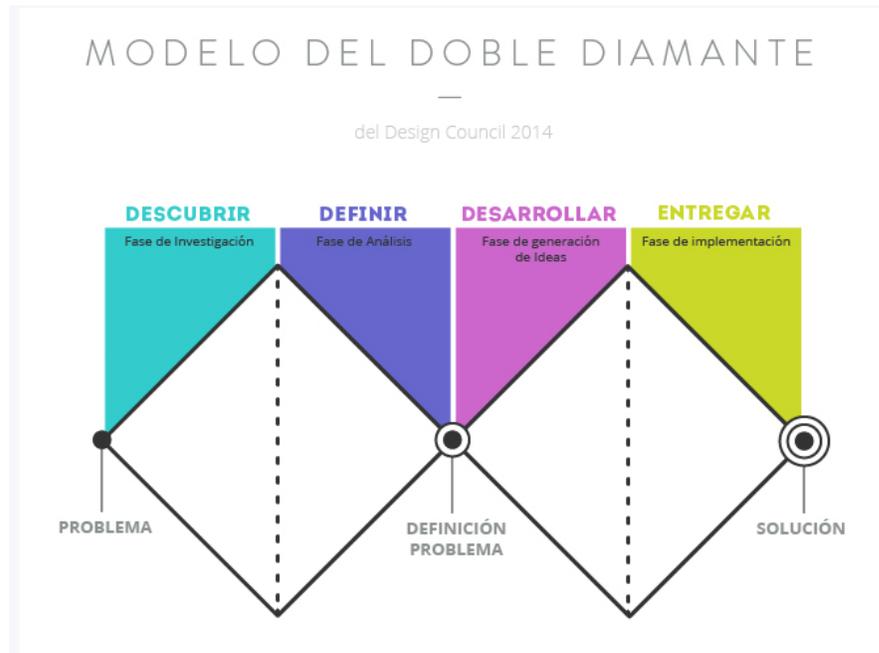


Imagen 1. Modelo del Doble Diamante (Design Council 2014)

Se retomó el proyecto en la etapa de Desarrollo y se llevó hasta la fase de Entrega, sin la implementación real.

RÚBRICA

Debido a que se le dedicó más tiempo al desarrollo de BRED, en este apartado solo se describirán las actividades sin mucho detalle.

Se desarrolló una serie de preguntas con el formato de la rúbrica en el que es posible identificar las áreas en las que la organización tiene un mejor y un peor desempeño, con el fin de enfocarse en mejorar las áreas que tienen mucha oportunidad de mejora sin descuidar las que ya se encuentran en un punto aceptable.

REDES SOCIALES

Debido a que se le dedicó más tiempo al desarrollo de BRED, en este apartado solo se describirán las actividades sin mucho detalle.

Se han creado y gestionado las redes sociales del Observatorio de Servicios e Innovación, mediante Instagram, con la intención de difundir y dar a conocer los objetivos, actividades y productos del Observatorio.

- **Plan de trabajo**

BRED

Se realizó un diagrama de Gantt con las tareas a realizar a lo largo del proyecto.

([Anexo 1](#))

INVESTIGACIÓN

- o Visita a BRED
- o Elección de problemática a resolver
- o Analizar información previa
- o Realizar guión de entrevista
- o Entrevista con Paula Ordorica BRED

DEFINIR

- o Documentación y análisis de la entrevista
- o Realizar pros y contras
- o Decidir idea
- o Realizar formulario
- o Enviar formulario

DESARROLLAR

- o Analizar Customer Journey Map
- o Analizar respuestas del formulario
- o Completar Customer Journey Map
- o Sesión de ideación + prototipado con Paula

PROTOTIPADO

- o Investigación de costos de materiales

- o Definir el material
- o Diseñar el prototipo
- o Hacer pruebas del prototipo
- o Analizar información e insights
- o Escribir recomendaciones para el diseño del prototipo
- o Elaborar presentación final
- o Presentación y entrega de prototipo

RÚBRICA

Debido a que se le dedicó más tiempo, investigación y esfuerzo al desarrollo del proyecto de BRED, en este apartado se describirán a grandes rasgos las actividades realizadas en lo referente a la rúbrica.

- Se realizó un análisis del formato y de las preguntas que serán utilizadas para la rúbrica.
- Se redactó una descripción general para la rúbrica.
- Se contactaron a las personas para agendar una entrevista.
- Se tuvo una entrevista con una duración de alrededor de 40 minutos.
- Se prepararon los resultados más relevantes y se le enviaron por email a la organización.

REDES SOCIALES

Debido a que se le dedicó más tiempo, investigación y esfuerzo al desarrollo del proyecto de BRED, en este apartado se describirán a grandes rasgos las actividades realizadas en lo referente a las redes sociales.

Se asignaron roles y actividades.

- o Se realizó una planeación de contenido en Instagram.
- o Se definió el periodo de publicación de contenido en Instagram.
- o Se diseñaron las publicaciones para el perfil de Instagram.

- o Se realizó una investigación sobre posibles plataformas para ejecutar el podcast.
- o Se definieron los temas de interés.
- o Se realizó un plan de grabación, edición y publicación del podcast.
- o Se publicó el primer episodio.

- **Desarrollo de propuesta de mejora**

BRED

En la etapa de investigación se analizó la información previa y, debido a que la metodología del Doble Diamante es iterativa, durante esta etapa, se realizó una entrevista vía Zoom con la Coordinadora de Desarrollo Institucional de BRED, Paula Ordorica, para validar si la idea previa del prototipo de las alcancías era viable, o era mejor realizar de nuevo la investigación para proponer algo más.

Durante la etapa de definir, el equipo analizó la información más relevante de la entrevista y se trabajó en escribir en un board de Mural los pros y contras de continuar con el prototipo de las alcancías o comenzar la investigación desde cero.

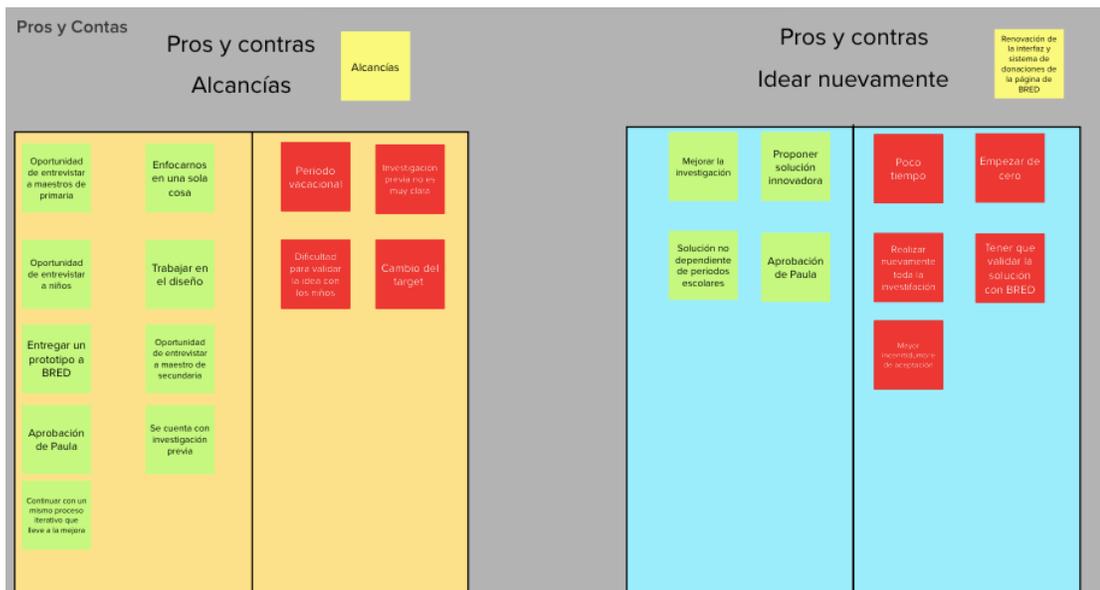


Imagen 2. Actividad en Mural: Pros y Contras

A partir de este ejercicio, se decidió continuar con la idea de las alcancías.

Posteriormente se realizó un formulario de Google Forms dirigido a maestros de primaria en la zona metropolitana de Guadalajara con la finalidad de validar la idea de las alcancías y obtener información sobre el diseño de estas.

En la etapa de desarrollo se analizó el Customer Journey Map previo. Se detectaron irregularidades en el mapeo y se propusieron cambios a partir de una dinámica de improvisación de partes clave del proceso.

Posteriormente se analizaron las respuestas del formulario y se identificaron los hallazgos más importantes.

Se planeó una actividad de ideación y prototipado de las alcancías con Paula Ordorica con el objetivo de analizar y discutir los resultados de las encuestas realizadas, y a partir de ello, generar ideas (explorar alternativas) para el diseño de las alcancías, aunque no se llegó al prototipo final.

Durante la etapa de prototipado se trabajó en investigar el costo de diferentes materiales para la elaboración de las alcancías y definir qué material es más viable en cuestión de costos, seguridad y durabilidad.

Se definió que el material más apto serían láminas MDF de 5.5 mm, guiándonos principalmente por su costo, pero sin dejar de lado aspectos como la resistencia, peso y disponibilidad.

Con el material definido, pasamos a la elaboración del diseño del prototipo, basándonos en los comentarios recibidos por parte de Paula, llegamos a un diseño de una alcancía con forma de casa de aproximadamente 15x19x23 cm. La alcancía busca tener la identidad de BRED por medio de su forma, logo y colores.

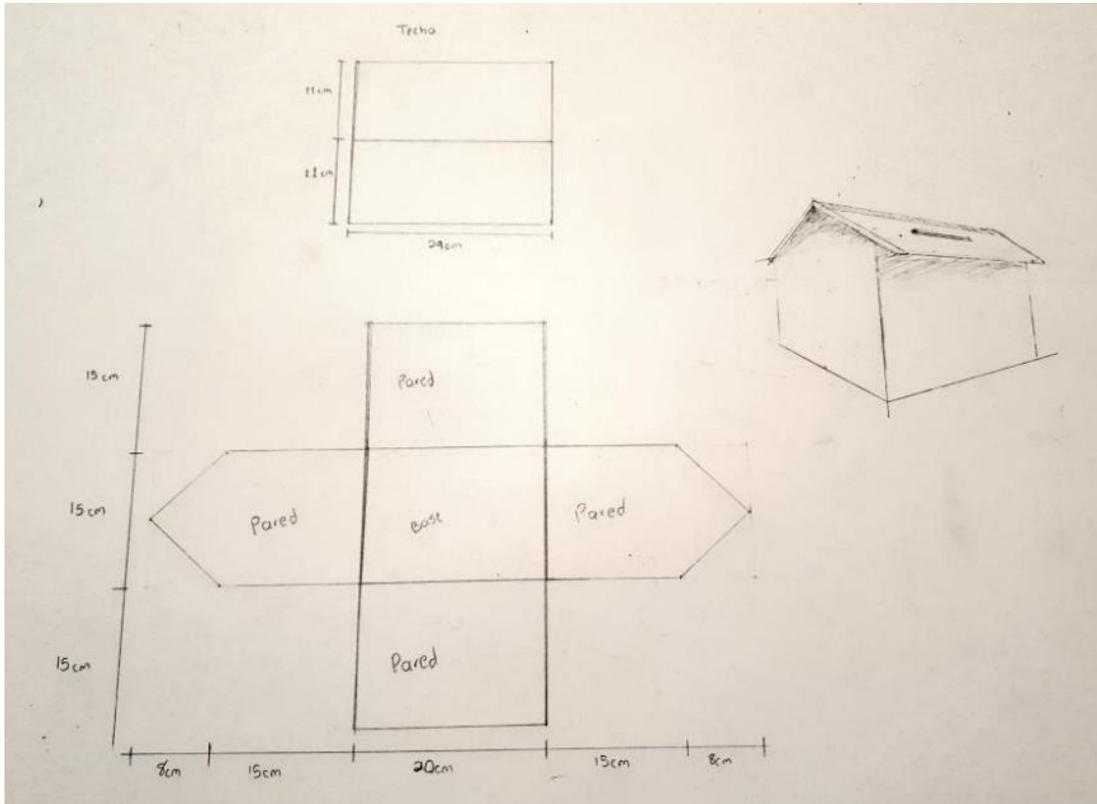


Imagen 3. Planos del prototipo

Para la realización de los prototipos se optó por usar cartón como material debido al pocotiempo con el que se contó y para poder comenzar con las pruebas lo más pronto posible.

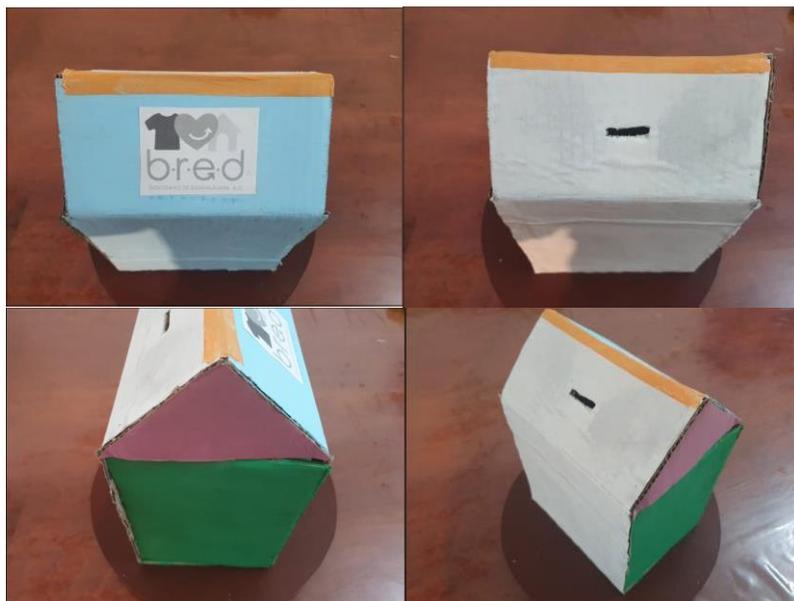


Imagen 4. Primer prototipo de alcancía

Posterior a la elaboración de este diseño se solicitó permiso a BRED para que nos prestaran 2 pares de muñecos (uno masculino y otro femenino) como material de apoyo para las pruebas. Cuando se recogió el material se nos proporcionó además con folletos los cuales tenían una forma de casa y contaban de una manera bastante ilustrativa el qué es BRED y cuál es la labor que realizan.



Imagen 5. Folleto entregado por BRED con forma de casa

La forma de este folleto se tomó como inspiración para la realización de un segundo prototipo, el cual en esta ocasión añadiría parte de la información de BRED presente en el folleto en la parte trasera de la casa. Los colores nuevamente siguen perteneciendo al logo y se queda un diseño que representa de una forma más distintiva a BRED



Imagen 6. Segunda propuesta del prototipo de la alcancía

Para las pruebas se mostró el prototipo a los niños de manera aislada, con el fin de que sus opiniones no se vieran influenciadas por las de otros.

La primera entrevistada fue una niña que cursa segundo año de primaria, se le presentó la propuesta de la alcancía y con ayuda de los muñecos y de los folletos se le explicó de manera breve y sencilla sobre BRED y cuál es su misión.

De esta primera sesión surgieron los siguientes hallazgos:

- A pesar de estar en segundo de primaria, la niña entendió a la perfección la importancia de BRED y su labor, el folleto fue de gran ayuda para que estuviera al tanto de las cosas que se recolectan, procesan y donan.
- Ambos diseños de la alcancía le agradaron, pero mostró una mayor preferencia por el segundo, el cual se asemeja más al diseño presente en el folleto.
- Los muñecos le llamaron bastante la atención, le pareció muy interesante que estuvieran vestidos con ropa reciclada y jugó con ellos durante gran parte de la sesión.

- Durante la sesión, la niña tuvo la iniciativa de decorar la casa a su gusto. Se le proporcionó un plumón negro y se puso a dibujar ventanas, flores y otros elementos que ella consideraba que decorarían más la alcancía.

Durante la sesión, se le pidió permiso para tomarle fotos, pero por temas de privacidad, se realizaron en un ángulo en el que solo se vieran sus manos, pero se alcanzara a identificar las acciones que realizó con los materiales (muñecas, alcancía y folleto).



Imagen 7. La niña que cursa segundo de primaria jugando con las muñecas



Imagen 8. Dibujos realizados para decorar la alcancía

Al finalizar esta sesión, se le preguntó a como de recapitulación qué le pareció. A pesar de que la niña nos dio permiso de grabarla, nuevamente por temas de privacidad no

se mostrará ese material. Dentro de lo que ella comentó, sí le gustó el proyecto de la alcancía, en sus propias palabras: “me gustó más sobre la idea de que esto vaya a escuelas para que los niños sepan que hay personas que necesitan dinero, y que puedan donar un pesito o dos para que los niños necesitados puedan tener ropa y demás cosas”.

La siguiente prueba se realizó con un niño que está cursando su cuarto año de primaria. Él no nos permitió que le tomáramos foto ni realizáramos ningunagrabación, pero la prueba se ejecutó de la misma manera. Durante la explicación tuvo algunas dudas respecto a qué artículos recibe BRED, se le explicó apoyándose de lo que estaba presente en el folleto y también le llamó la atención que las muñecas estuvieran elaboradas con tela reciclada.

Dentro de los hallazgos encontrados se destaca:

- Ya tenía experiencia con otras organizaciones que fueron a su escuela a solicitar apoyo, el apoyo se realizó por medio de lápices que les costaron cinco pesos, pero hizo énfasis que los lápices eran de muy mala calidad que casi ninguno de sus compañeros que lo compraron lo terminaron usandomás de una semana.
- Su salón es de alrededor de 25 niños, no recuerda exactamente cuántos de ellos llegaron a apoyar a la organización, pero sí comentó que eran “varios”.
- Él también quiso decorar la alcancía, dibujando ventanas y una puerta en la parte frontal.
- Ambos diseños le agradaron, no mostró preferencia por ninguno.
- Fue el que menos interés demostró en comparación a los otros niños.

La tercera y última sesión se realizó con una niña que está cursando sexto de primaria. El procedimiento fue el mismo, y solo nos permitió tomar una foto. Ella también se mostró muy interesada en las muñecas, igualmente le llamó la atenciónque estuvieran hechas de material reciclado. Durante esta sesión un familiar llegóa preguntar sobre BRED con curiosidad y ella por iniciativa propia le comenzó a contar lo que había aprendido.

Los hallazgos notables de esta sesión fueron los siguientes:

- Ella no ha tenido la experiencia de que vayan organizaciones a su escuela a pedir apoyo. A pesar de esto, la idea de que se tenga una alcancía grupal para apoyar a personas de escasos recursos le agradó.
- Al igual que los otros dos niños, ella también quiso decorar la alcancía, en esta ocasión ella se puso a dibujar macetas con flores y palmeras.
- Le agradó más el segundo diseño.
- Durante la explicación de los distintos medios para aportar a la organización, comentó que se podría plantear el donar algunos juguetes que ya no usa.



Imagen 9. La niña que está cursando sexto de primaria quiso decorar la alcancía con macetas, flores y palmeras

Debido al interés que tuvieron los niños en decorar la alcancía, se propone que se agregue pintura para pizarrón en las paredes de la alcancía. Dicha pintura permite que se utilicen gises para decorar la alcancía, lo que les otorga la posibilidad a los niños de decorarla y personalizarla a su gusto. Como los dibujos se realizan con gises, se facilita bastante la limpieza de las superficies para posteriores usos (esto debido a que se planea que las alcancías puedan ser reutilizadas).

Es importante aclarar que este tipo de pintura es para uso exclusivo de gises, el uso de plumones (aunque sean para pizarrón) o lápices va a dificultar bastante su limpieza.



Imagen 10. Pintura para pizarrón

La pintura se puede encontrar en: <https://www.comex.com.mx/pizarron/pintura-pizarron>

Como alternativa, existe otro tipo de pintura la cual está pensada para plumones y se encuentra de color blanco. Otra opción serían rollos de vinilo adhesivos que igualmente presentan la posibilidad de que se rayen con plumones a base de agua y son de color blanco.

Los vinilos se pueden conseguir en: [Mercado Libre](#).

Como cierre se elaboró un reporte técnico para BRED en el que se exponen los hallazgos encontrados a lo largo de la investigación. Se describe el proceso de desarrollo del proyecto y la propuesta de mejora.

El objetivo de de dicho documento será que BRED pueda dar continuidad al proyecto.

RÚBRICA

Debido a que se le dedicó más tiempo, investigación y esfuerzo al desarrollo del proyecto de BRED, en este apartado se describirán a grandes rasgos las actividades realizadas en lo referente a la rúbrica.

- Se realizó un análisis del formato y de las preguntas que fueron utilizadas para la rúbrica con el fin de refinarla al máximo para evitar problemas de redacción y conseguir que se entienda mucho más fácil por las personas de la organización.
- Se redactó una descripción para que las personas que respondan la rúbrica entiendan mejor el contexto y sepan exactamente para qué les va a ayudar responder a estas preguntas.
- Se contactaron a las personas para agendar una entrevista.
- Se tuvo una entrevista y se obtuvieron insights acerca de cómo mejorar la organización y sobre todo se visibilizaron los puntos más débiles a los que se les debe prestar más atención.
- Se prepararon los resultados más relevantes y se le enviaron por email a la organización para que tengan más gráficamente los resultados y las áreas de oportunidad.
- A partir de los hallazgos, se realizaron cambios a los enunciados de la rúbrica.

REDES SOCIALES

Debido a que se le dedicó más tiempo, investigación y esfuerzo al desarrollo del proyecto de BRED, en este apartado se describirán a grandes rasgos las actividades realizadas en lo referente a las redes sociales.

- Se realizó una dinámica en MURAL donde se realizó:

- o Lluvia de ideas sobre las diversas opiniones del contenido actual del Instagram del observatorio
- o Propuesta de temas generales divididos en 3 principales categorías: Conceptos, Tips para estudiantes y Podcast
- o Propuestas de temas individuales para cada una de las categorías previamente descritas
- o Propuestas de categorías extra
- o Banco de posibles hashtags para usar en las publicaciones.

1 ¿Qué te gusta y que crees que se pueda mejorar del contenido del Observatorio en Instagram? <https://www.instagram.com/observatorio>

Me gusta que se comparta la opinión de los estudiantes	Considero que el caption en algunas publicaciones podría estar más elaborado	Me gusta que siga una colorimetría uniforme	Hay una armonía visual	Podría tener Highlights con más contenido	Podría hacer uso de las historias destacadas	Podrían aumentar la cantidad de posts que hay, aumentar la actividad	Sería mejor que los posts fueran acerca de la labor del obsi	Me gusta un tema general de la página se cree un espacio de trabajo y se agregan imágenes, podría ser un poco más específico
Me gustan los elementos gráficos	Me gusta la tipografía de las imágenes	Me gusta que se pareciera seguir una paleta de azules	Se podría mejorar el feed. Se ve muy plano	pocos post (se puede deber a que es nuevo)	Me gusta que haya fotos del equipo trabajando	Se habla poco de los proyectos que se están llevando a cabo	Podría haber el punto más de un futuro en las fotografías	Se podrían agregar historias destacadas

2 Propuestas de temas generales

Conceptos básicos (¿Qué servicios o productos ofrecemos para cumplir con el requerimiento?)

Tips para estudiantes (¿Qué se debe hacer para tener un buen resultado en el observatorio?)

Podcast (¿Qué temas le gustaría tratar y por qué para que genere un impacto o cree un espacio dentro de la comunidad?)

3 Propuestas de temas individuales ¿Qué te gustaría publicar a ti?

Marcela Guzmán	Design Service	¿Qué es el observatorio? ¿de qué se trata? ¿cómo se trabaja? ¿cómo se relaciona con los resultados actuales?	Importancia de los servicios. Beneficios del Design Thinking
Eduardo Galán	Experiencia del usuario / Identificación de necesidades	Testimonios de Alumnos / Proyectos en curso	Problemas en los proyectos y cómo se superaron / Compartir experiencias de realización de proyectos
Andri PC	Etapa de analizar con usuarios. Identificar necesidades. Formas de opción. Propuestas.	¿Cómo se relaciona el equipo de Chile y de proyectos con los que se trabajan? ¿Qué temas se venían que se venían a tratar?	¿Cómo se relaciona el equipo de Chile y de proyectos con los que se trabajan? ¿Qué temas se venían que se venían a tratar?
Edgar Lina	Design thinking	¿Cómo se llevan a cabo los proyectos del observatorio?	Herramientas del diseño. Proyectos realizados en el observatorio
Roberto	Innovación abierta	Colaboración y trabajo en equipo	Enfoque centrado en el usuario
Rosalba	co-creación de valor	Cómo se trabaja en el observatorio, en qué proyectos se ha trabajado, testimonios de estudiantes	UX, Design Thinking, cómo se elige el perfil de un diseñador de servicios
Rogelio	Ideación/validación	Testimonios/ que es y que es lo que se hace	La importancia del cambio en los servicios y el impacto que tienen.
Davis	Servicios enfocados a la innovación	Experiencias de otros participantes del observatorio. Escuchar la problemática de los de la empresa.	Design thinking. Impacto social de BRED
Nombre			
Erick	Validación	Servicio Design Tools	Double Diamond y UX
Libertad	Investigación, Ideación, Prototipado, Implementación		Entrevistas a las ONG que han colaborado con el Observatorio
Sebastián	Co creación UX, prototipo	Proyectos en curso y testimonios	habilidades de un diseñador de servicios, UX, problemas en los proyectos

4 Sugerencia de temas o categorías extra

5 Banco de Hashtags

Hashtags: #design #ux #designthinking #innovación #servicios #co-creación #ideación #prototipado #implementación #testimonios #proyectos #observatorio #chile #chilean #chileno #chilena #chileno #chilena #chileno #chilena

Imagen 11. Dinámica redes sociales en Mural

- Se realizó un borrador de las publicaciones que cada integrante del observatorio propuso, se siguió una plantilla, se utilizaron imágenes libres de derechos de autor y se siguieron los lineamientos de marca del observatorio (colores, fuente de letra, etc.)



Imagen 12. Lineamientos de marca del OBSI

- Se definió el periodo de publicación de contenido.
- Se realizó una investigación de cómo se realiza un podcast para publicarlo en Instagram, se discutió en un foro las distintas opciones para realizarlo y el equipo de podcast llegó a un consenso tomando una decisión en cuanto al formato, episodios, duración y fechas de publicación.
- Se definieron los temas a tratar en el podcast.
- Se realizó la grabación del podcast en las instalaciones del ITESO.
- Se editó el primer episodio.
- Se publicó el primer episodio del podcast.

3. Resultados del trabajo profesional

BRED

Obtuvimos un prototipo de alcancía mejorado respecto a la propuesta anterior. Proponemos que el material de las Alcantías BRED sea MDF de 5.5 mm, ya que es un material de bajo costo y es resistente, a comparación del primer prototipo propuesto por el equipo anterior que está hecho de opalina: un material de baja resistencia.

El diseño de la Alcantía BRED es en forma de casa con medidas de 15x19x23 cm. La alcancía busca tener la identidad de BRED por medio de su forma, logo y colores.

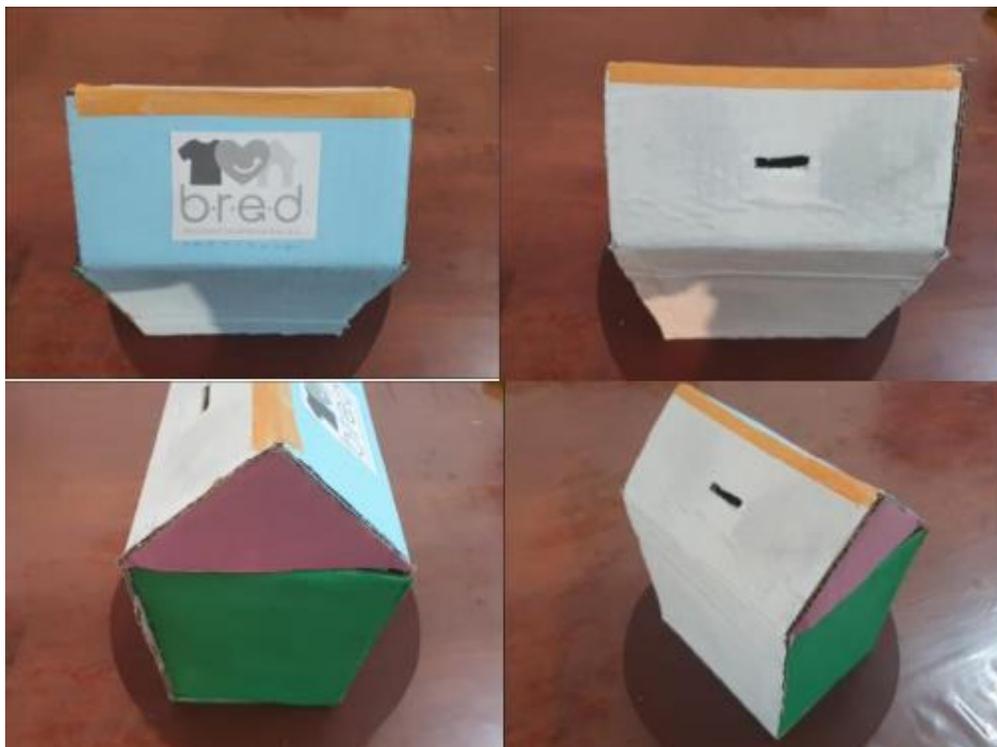


Imagen 13. Prototipo número 1



Imagen 14. Prototipo número 2

Respecto al tema de seguridad de la alcancía, proponemos que la base de la casa sea deslizable (Ver Imagen 15) y sellada con cinta de seguridad, para así ser utilizada en más campañas.



Imagen 15. Simulación de base deslizable

Después de analizar los hallazgos obtenidos en las entrevistas con niños y niñas de primaria, en donde interactuaron con el prototipo, proponemos que las paredes de las Alcantías BRED sean de pintura para pizarrón. Dicha pintura permite que se utilicen gises para decorar la alcancía, lo que les otorga la posibilidad a los niños de

decorarla y personalizarla a su gusto. Como los dibujos se realizan con gises, se facilita bastante la limpieza de las superficies para posteriores usos (esto debido a que se planea que las alcancías puedan ser reutilizadas).

Es importante aclarar que este tipo de pintura es para uso exclusivo de gises, el uso de plumones (aunque sean para pizarrón) o lápices va a dificultar bastante su limpieza.

La pintura se puede encontrar en: <https://www.comex.com.mx/pizarron/pintura-pizarron>

Como alternativa, existe otro tipo de pintura la cual está pensada para plumones y se encuentra de color blanco. Otra opción serían rollos de vinilo adhesivos que igualmente presentan la posibilidad de que se rayen con plumones a base de agua y son de color blanco.

Los vinilos se pueden conseguir en: [Mercado Libre](#).



Imagen 16. Pintura para pizarrón

Sugerimos que BRED realice presentaciones con niños de primaria en las que se les explique lo que hace la organización, las personas a las que estarían ayudando y

cómo pueden contribuir mediante la alcancía que será instalada en las escuelas primarias.

Con esto planeamos conseguir una visión del impacto y los beneficios que podrá brindarle a la organización en un ambiente un poco más real antes de realizar una producción mayor de las alcancías para así evitar hacer un mal uso de los recursos.

Una vez recopilada toda la información que obtengamos de nuestras presentaciones, se presentarán los resultados a la organización para así tomar el rumbo correcto en el desarrollo de este proyecto.

RÚBRICA

Se completó la rúbrica para otorgar un diagnóstico del estado del servicio realizado específicamente para ONGs y organizaciones sin fines de lucro. Con el objetivo de que esta información pueda ser usada por la organización para identificar áreas de mejora y así enfocarse en encontrar soluciones a problemáticas existentes de manera que se pueda ofrecer un mejor servicio.

Con la rúbrica ya terminada se buscará la realización de pruebas a una mayor escala, donde sean varias organizaciones las que utilicen la rúbrica a la vez para así poder pulir cada vez más la rúbrica hasta llegar a un resultado que sea satisfactorio tanto para los integrantes del observatorio como para las organizaciones que la utilizan.

REDES SOCIALES Y PODCAST

Se generó un plan de publicación de contenido para el perfil de Instagram con el fin de atraer más personas para que se interesen y participen activamente en esta red social, además se cuenta con el borrador de diferentes publicaciones para realizar cambios en caso de ser necesario en un futuro.

Los encargados de realizar los posts hicieron los cambios necesarios en donde se les indicó, estos posts comenzarán a publicarse en otoño del presente año (2022).

Se grabaron 2 episodios para el podcast, se hizo uso de instalaciones de audio dentro de ITESO, las cuales cuentan con equipo de audio profesional logrando grabaciones de muy alta fidelidad. Las versiones editadas de los episodios serán publicadas en YouTube como una serie de capítulos completos y en Instagram como “highlights” de lo ocurrido en cada capítulo mediante el uso de “reels” o “historias”.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

- Aprendizajes profesionales

Erick: Durante el transcurso de este proyecto desarrolle mis habilidades de análisis y desarrollo de procesos. Así como mi pensamiento creativo para la resolución de los conflictos que se puedan presentar durante el flujo del mismo, también aprendí a utilizar una pequeña variedad de las herramientas que ofrece el design thinking. En cuanto a los aprendizajes sobre las organizaciones, aprendí que tener una buena planeación de las actividades que se van a realizar nos aporta una idea mucho más clara a la hora de organizar el tiempo que se le dedicará a cada actividad y hacer modificaciones al alcance del proyecto si es que se presentan algunos imprevistos. Todo esto me ha preparado mucho mejor para la industria de procesos, que forma parte de todas las organizaciones mundialmente, haciendo que sea capaz de identificar errores en el diseño de algún proceso y proponer una solución eficiente.

José R: Dentro de las competencias profesionales desarrolladas en el proyecto identifiqué aquellas apegadas al proceso del pensamiento creativo dentro de un marco aplicado (socialmente) a soluciones específicas de problemáticas, así como habilidades colaborativas y complementarias de un equipo multidisciplinario. Aprendí del tema de organizaciones sin fines de lucro y su manera de operar, reforcé

los conocimientos en relación al diseño de servicios y estas competencias las puedo seguir aplicando en proyectos más pequeños o más complejos, manteniendo siempre el proceso con las actividades adecuadas que me lleven a conseguir un resultado óptimo.

Edgar Lara: Cuando entré al observatorio llegué con un conocimiento muy básico acerca del diseño de servicios (vi algunos conceptos en la clase de innovación y emprendimiento, pero en su mayoría fueron temas nuevos). Durante el desarrollo de los distintos proyectos del observatorio pude desarrollar mis habilidades de análisis y de colaboración, muy pocas veces he tenido la oportunidad de trabajar en un equipo interdisciplinario y siempre son experiencias muy valiosas, aprendí a hacer uso de herramientas que me permiten una mejor organización de la información, así como el planear con tiempo las actividades que debemos realizar sin que alguien esté llevándote de la mano en el proceso.

En cuanto a los aprendizajes sobre las organizaciones, lo más cercano que había estado a una ONG del estilo de BRED era cuando hice mi servicio social en un asilo, asistir a BRED y ver todos los proyectos de los que forman parte me abrió la perspectiva acerca de cómo viven muchas familias solamente en la zona metropolitana de Guadalajara y sus alrededores, también el entender la importancia de conocer muy bien las necesidades de esas familias para poder desarrollar servicios que mejoren su calidad de vida.

Sin duda me quedo con bastantes aprendizajes que puedo usar en mi campo profesional, tanto a la hora de diseñar alguna nueva tecnología como a la hora de proveer algún servicio usando la misma. Yendo a lo más general, el conocimiento de las distintas herramientas del diseño de servicios me permitirá el poder organizar y desarrollar mis propios proyectos de una forma mucho más eficiente.

Rosalba: Durante este proyecto puse en práctica competencias que ya había estudiado en semestres pasados como la metodología del doble diamante y herramientas del design thinking.

Trabajar con un equipo multidisciplinario me brindó herramientas como el pensamiento analítico y creativo. Fue muy provechoso conocer diferentes perspectivas sobre el mismo problema en el que estuvimos trabajando.

Aprendí también sobre cómo operan las ONG y lo importante que es el personal humano para que funcionen de manera óptima. Aunque ya había apoyado a otras ONG, no me había involucrado en el proceso.

Fue interesante trabajar en un proyecto social ya que la mayoría de los proyectos en los que he trabajado en la carrera han sido tecnológicos.

- Aprendizajes sociales

Colaborativa: Trabajar en un proyecto directo con una Organización sin fines de lucro, nos permitió innovar en el ámbito social.

Aunque la solución propuesta (alcancías en escuelas primarias) está enfocada a niños de primaria, el grupo que se busca beneficiar son familias de escasos recursos en Jalisco. Esta solución ayudará a que estas familias dispongan de recursos y para que BRED como ONG genere bienes sociales.

Después de conocer la labor que realiza BRED, estamos motivados a contribuir con esta causa y satisfechos con el trabajo que se logró.

A pesar de que todo el equipo está formado por ingenieros, tenemos esta visión y espíritu de colaborar en causas sociales.

- Aprendizajes éticos

José R: Las decisiones tomadas a lo largo del proyecto fueron enfocadas principalmente al beneficio de la organización en cuestión y con el fin de mantener

el bienestar de los involucrados, pero también manteniendo una integridad interna en el equipo de trabajo; esto me lleva a mantener una idea sólida en cualquier trabajo en colaboración a conservar acciones éticas en busca del beneficio mutuo, de este modo mi profesión buscará lo ya mencionado desde lo individual hasta lo colectivo.

Erick: En lo personal, esta fue una experiencia muy gratificante ya que fue la primera vez que pude aplicar mi conocimiento para desarrollar un proyecto fuera de la carrera. Por lo que me trajo bastante experiencia y expectativas para seguir desarrollando e implementando proyectos o servicios por mi cuenta para así intentar incrementar un poco la calidad de vida de las personas.

Edgar Lara: Dado que en esta ocasión tuvimos que retomar un proyecto ya empezado en el cual no teníamos mucho contexto respecto al porqué de la toma de decisiones de los equipos anteriores, hubo ocasiones donde tuvimos que decidir si lo que el equipo anterior había propuesto era la mejor opción o si había otra más viable. A su vez tuvimos que considerar el factor del tiempo, pues al desarrollar este proyecto durante el verano teníamos que ir a contrarreloj para poder realizar todas las actividades planeadas. La primera decisión importante fue el mantener el proyecto de las alcancías, pero cambiando su diseño con base a las sugerencias del cliente (Paula, de BRED). Otra decisión importante fue el modificar una parte del cronograma para que ajustara el tiempo. Estas experiencias me ayudan a mejorar mi trabajo en equipo y la toma de decisiones tomando en cuenta todas sus posibles consecuencias.

Rosalba: Primero que nada, decidí cursar este Proyecto de Aplicación Profesional porque de las áreas que más me gustan en la carrera son la innovación y el diseño de servicios. También me interesan las humanidades y por eso tomé la decisión de inscribir este PAP que trabaja con causas sociales.

Estoy motivada a involucrarme en temas sociales. Este proyecto me invita a participar y aprovechar de los recursos que ofrece el ITESO para resolver y atender temas sociales. También estoy motivada a proponer iniciativas y realizar voluntariado social.

Definitivamente me gustaría ejercer mi profesión en proyectos sociales, enfocarme en las humanidades y trabajar en una empresa que combine la ingeniería con las humanidades; puede ser el diseño de servicios y experiencias o recursos humanos.

Colectivo: En lo colectivo se desarrolló el trabajo de manera en que se lograra un acuerdo de todos los integrantes y que la integridad se mantuviera, pero, sobre todo, el enfoque de los resultados se mantuvo con la idea de no afectar a nadie y el proceso de desarrollo siempre consideró a los involucrados con la finalidad de que se cuidara su participación y seguridad, que todo fuera de manera voluntaria. La aplicación en lo profesional nos lleva a mantener normas no escritas de conducta que permitan el bien actuar de los involucrados y que mantenga una sinergia de trabajo en la que se busque el beneficio y el centro sean las personas.

- Aprendizajes en lo personal

José R: Este PAP me ha ayudado a reflexionar y profundizar en la aplicación de habilidades profesionales en contextos sociales y de beneficio sin fines de lucro precisamente. Me ayudó a identificar mis habilidades que más aportan y aquellas en las que debo seguir trabajando, así mismo me dejó la inquietud de mantener el pensamiento creativo ante cualquier tipo de situación en lo personal. Para mi proyecto de vida me llevo un enfoque más humanitario en los proyectos.

Erick: Este PAP me ayudó a comprender lo que me gusta y lo que no me gusta de los procesos y servicios, así como la experiencia de trabajar con una organización real

intentando diseñar la mejor solución para los problemas que se nos han presentado. Me dio un poco de experiencia conviviendo con personas que tienen distintos objetivos que yo, y me ayudó a entender que muchas veces se requiere de una visión distinta para comprender mejor una problemática brindándome experiencia que es aplicable a mi ámbito laboral y personal.

Edgar Lara: Durante mi estadía en el observatorio he sido capaz de identificar flaquezas y fortalezas que no sabía que tenía. Me di cuenta de la importancia que es tener distintos puntos de vista en un equipo de trabajo, así como el estar abierto a las críticas y sugerencias de personas que lo ven desde fuera de la burbuja, de este modo siempre se puede estar en una mejoría constante que me permitirá desempeñar mejor mis roles correspondientes en distintos ámbitos de mi vida. Me quedo principalmente con todos los recursos que me ayudan a tener una mejor organización con mis trabajos, así como aquellos que me facilitan el análisis de los datos, pues estos los puedo emplear tanto en mi carrera profesional como en mi vida diaria.

Rosalba: Con este PAP conocí que tengo habilidades creativas, no solo en el sentido artístico, sino en el sentido de solucionar problemas.

Me di cuenta de que funciono mejor trabajando de manera individual, pero que puedo adaptarme a trabajar en equipo y trabajar de manera óptima. En este tipo de proyectos es esencial trabajar en equipo.

Cursar el PAP me ayudó a organizar mi tiempo y dedicarle las horas requeridas a cada entregable. Sobre todo, me enseñó a tener orden.

Fue interesante trabajar en un proyecto social con compañeras con diferentes perfiles y escuchar sus posturas. Fue provechoso tomar en cuenta distintas perspectivas al momento de trabajar y no solo enfocarnos en una, en mi caso en la visión ingenieril.

Con el desarrollo de este proyecto, me quedó claro que, a pesar de estudiar una ingeniería, quiero trabajar en cuestiones sociales.

Me gustaría seguir trabajando en este proyecto y si no es posible, me gustaría involucrarme en causas similares alineadas con mis intereses.

5. Conclusiones

BRED

A partir del trabajo realizado por el equipo anterior encargado del proyecto de las alcancías, se replanteó la propuesta de una alcancía con forma de prisma rectangular hecho de cartulina. Para ello se platicó con Paula las nuevas propuestas y se llegó a un consenso con un nuevo diseño para la alcancía en forma de casa y una nueva selección de materiales determinada con base a su costo, peso, disponibilidad, etc.

Se elaboraron dos prototipos de cartón para validar el nuevo diseño y se pusieron a prueba con tres niños estudiantes de primaria. Con los *insights* obtenidos se realizaron una serie de recomendaciones para mejorar el diseño del prototipo final que por tiempo no se alcanzaron a implementar en los prototipos.

Queda pendiente la elaboración de un prototipo con el material seleccionado (MDF) el cual implemente los cambios descritos en los resultados de la experimentación inicial. Posterior a eso, se deberán de realizar pruebas en escuelas primarias para seguir validando la calidad y viabilidad del prototipo para llegar a un diseño final que ya pueda ser fabricado en serie para dar pie al proceso descrito en el customer journey.

REDES SOCIALES

A partir del desarrollo del trabajo con el método ya explicado, se concretaron los temas y categorías de publicaciones para las redes sociales del Observatorio, especialmente para Instagram, manteniendo un estilo y estructura para continuar

con las publicaciones, se tiene un acervo de productos para publicar con el contenido desarrollado y sustentado. Además, se logró concretar la planeación de tres episodios para el podcast y la grabación y edición de dos de ellos, logrando así el objetivo de difusión del Observatorio.

RÚBRICA

Después de realizar entrevistas con diferentes ONG, proponer y discutir observaciones grupales, logramos perfeccionar la rúbrica existente. Las instrucciones y enunciados de cada sección son claras y entendibles para que cualquier ONG pueda aplicar o contestar la rúbrica.

Queda en pie seguir trabajando con definir los resultados finales de manera cualitativa para que así las organizaciones puedan identificar áreas de oportunidad.

6. Bibliografía

- Ablanado, I. L. (Mayo de 2008). *Centro de Estudios y Programas Interamericanos*. ITAM:
http://interamericanos.itam.mx/working_papers/Layton_donaciones.pdf
- ASANA. (20 de Abril de 2021). *Cómo entender los procesos iterativos (con ejemplos)*. Retrieved Junio de 2022, from
<https://asana.com/es/resources/iterative-process>
- Ayuda en Acción. (20 de Diciembre de 2017). *Qué es una ONG y cómo funciona*. Retrieved Junio de 2022, from
<https://ayudaenaccion.org/blog/solidaridad/que-es-una-ong/>
- BRED. (2021). *BRED*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.bredgdl.org>
- Centro Virtual de Aprendizaje. (Junio de 2022). *Escalas de valoración*.
http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/hmfbcp_ut/html/m5/ventanas/u3/escalas.html
- Comunni TOOLS. (16 de Septiembre de 2019). *Cómo hacer un Audiogram: tutorial y guía paso a paso*. Retrieved Junio de 2022, from
<https://communitools.com/audiogram-tutorial/>

Concepto. (5 de Agosto de 2021). *Asociación civil*. Retrieved Junio de 2022, from <https://concepto.de/asociacion-civil/#ixzz7W8y2lZsB>

Cyberclick. (14 de Diciembre de 2017). *¿Qué es el engagement?* Retrieved Junio de 2022, from <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/para-que-sirve-y-que-es-el-engagement#:~:text=Engagement%20es%20uno%20de%20esos,largo%20plazo%20con%20nuestros%20usuarios>

DIGITALIST HUB. (17 de Abril de 2017). *¿En qué consiste una estrategia de redes sociales?* Retrieved Junio de 2022, from <https://digitalisthub.com/en-que-consiste-una-estrategia-de-redes-sociales/>

DINNGO. (s.f.). *¿Qué es el Design Thinking?* Retrieved Junio de 2022, from <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

GAMMAUX. (31 de Julio de 2020). *Cómo usar el modelo del doble diamante para impulsar innovación en diseño*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.gammaux.com/blog/como-usar-el-modelo-del-doble-diamante-para-impulsar-innovacion-en-diseno/>

GEEKNETIC. (16 de Agosto de 2020). *¿Qué es Instagram y para qué sirve?* Retrieved Junio de 2022, from <https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>

GOBIERNO EN REDES. (18 de Mayo de 2021). *¿Qué son los Reels de Instagram y cómo utilizarlos?* Retrieved 2022 de Junio, from https://www.gobiernoenredes.gov.co/reels_de_instagram/

GURUNANAK COLLEGE. (s.f.). *SERVICES -INTRODUCTION*. Retrieved Junio de 2022, from <https://gurunanakcollege.edu.in/files/commerce-management/services-introduction.pdf>

Hábitat para la humanidad. (s.f.). *¿Qué es voluntariado?* Retrieved Junio de 2022, from <https://www.habitatmexico.org/article/que-es-el-voluntariado>

HLB. (2019). *HLB MEXICO*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.hlbmexico.com>

Hootsuite. (16 de Marzo de 2022). *42 estadísticas de Instagram relevantes para tu negocio en 2022*. Retrieved Junio de 2022, from <https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/#:~:text=6,4%25%20respecto%20del%20año%20pasado>

INBOUNDCYCLE. (s.f.). *Podcast: qué es, para qué sirve y por qué necesitas uno*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/podcast>

INFINITIA. (1 de Julio de 2021). *Design thinking y método de Doble Diamante para procesos de diseño e innovación*. Retrieved Junio de 2022, from

<https://www.infinitiaresearch.com/noticias/design-thinking-y-metodo-de-doble-diamante-para-procesos-de-diseno-e-innovacion/>

Juan, T., & Perera, V. (Enero de 2010). *LA RÚBRICA COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.uaem.mx/sites/default/files/facultad-de-medicina/descargas/la-rubrica-como-instrumento-pedagogico.pdf>

La Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo. (1 de junio de 2017). *La Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo*. <https://coordinadoraongd.org/formacion/cursos/gestion-calidad-las-ong-planes-mejora-las-organizaciones/>

MJV. (6 de Abril de 2022). *Doble Diamante: Organice su proceso de innovación*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.mjvinnovation.com/es/blog/doble-diamante-organice-su-proceso-de-innovacion/>

Observatorio Servicios [@obsi.servicios]. (Junio de 2022). *Observatorio de Servicios e Innovación (OBSI) de ITESO investiga y difunde sobre los servicios en México y América Latina*. <https://www.instagram.com/obsi.servicios/?hl=es-la>

ONU MUJERES. (26 de Enero de 2020). *Datos cualitativos*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.endvawnow.org/es/articles/1917-datos-cualitativos.html>

Ramírez, D. (24 de Mayo de 2020). *Ingeniería en Empresas de Servicio - ITESO*. YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=Dm_5r-HGcq8&t=65s

RD Station. (30 de Junio de 2021). *Contenido para redes sociales: cómo crear publicaciones que realmente generan engagement*. Retrieved Junio de 2022, from <https://www.rdstation.com/es/blog/contenido-para-redes-sociales/#:~:text=El%20contenido%20es%20la%20esencia,la%20confianza%20de%20los%20seguidores>

RepScan. (18 de Enero de 2022). *Datos cualitativos y cuantitativos*. Retrieved Junio de 2022, from https://www.repscan.com/es/blog/datos-cuantitativos-datos-cualitativos/#Que_son_los_datos_cualitativos

Software DELSOL. (s.f.). *Donativos: ¿Qué son y cuál es su tratamiento fiscal?* Retrieved Junio de 2022, from <https://www.sdelisol.com/blog/contabilidad/donativos/>

Usability Matters. (15 de Mayo de 2015). *INTRODUCING: SERVICE DESIGN HEURISTICS*. Retrieved 2022 de Junio, from <https://medium.com/@umatters/introducing-usability-matters-service-design-heuristics-e8daa6ce9a0b>

McLachlan, S. (2022, 17 marzo). Estadísticas de Instagram relevantes para tu negocio. Social Media Marketing & Management Dashboard. Recuperado 8 de junio de 2022, de <https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/#:%7E:text=Una%20cuenta%20de%20empresa%20de,redes%20sociales%20de%20tu%20marca.>

Ablanado, I. L. (Mayo de 2008). Centro de Estudios y Programas Interamericanos. Obtenido de ITAM: http://interamericanos.itam.mx/working_papers/Layton_donaciones.pdf

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

[Cronograma de Actividades - Equipo 2.xlsx](#)