



¿Para qué esta guía?

Os ayudará a definir vuestro reto de innovación

¿Cómo?

- Os facilitamos los formatos de las herramientas
- Nos podéis contactar si tenéis dudas sobre su aplicación
- Revisaremos vuestros borradores y os daremos feedback

¿Para qué el Design Thinking?

- **Maximizar** nuestro impacto y la eficacia de nuestros programas
- **Mejorar la eficiencia:** poner los recursos en lo que es verdaderamente relevante para la gente
- **Usar la empatía** para detectar mejor las necesidades
- **Desarrollar** soluciones más innovadoras **co-creando** con otra gente
- **Probar**, perfeccionar, y validar las soluciones mediante **prototipos** antes de su implementación

¿Para qué sirven las herramientas?

- **Analizar problemas desde la visión de las personas para las que trabajamos:** os ayudarán a dejar de lado sesos y pre-concepciones y entender desde la empatía
- **Comprensión de las necesidades y motivaciones de los beneficiarios:** son herramientas de análisis participativo
- **Colaboración:** son aplicadas óptimamente incluyendo actores no usuales para aportar miradas diferentes

¿Cómo usar las herramientas?

- ¡Siempre trabajar en **Equipo multidisciplinar y diverso!**
- **Adaptar las herramientas** a vuestros contextos

¿Qué necesito?

- Papel A4/A3 y/o impresión de las herramientas
- Filtros y bolígrafos
- Post-its

Herramienta principal fase Inspiración del Design Thinking: **Análisis de problema y definición de Reto (1)**

Herramientas complementarias para completar información de la herramienta principal desde la EMPATÍA:

- 1) **Persona (2)**
- 2) **Mapa de Empatía (3)**
- 3) **Journey Map / diario de viaje (4)**
- 4) **Análisis de Actores y Poder:**
 - a. **Mapa de Stakeholders (5)**
 - b. **Análisis de poder (6)**

HERRAMIENTA: DESCRIPCION DE PROBLEMA (1)

DESCRIPCION DEL PROBLEMA		
1 Primera formulación del Reto	2 Asunciones/Hipotesis	7 Ultimo problema priorizado o definición de problema/ Reto
3 problemas subyacentes (o causas) del reto principal y su principal consecuencia	4 5 beneficiario puntos de daño del servicio	
5 Lista de los Co-partes involucrados en el orden de su poder de influencia	6 5 'Como podríamos' problemas basados en puntos de daño y co-partes	

Esta es la **herramienta principal de trabajo**. Recomendamos rellenarla dos veces, pero puede hacerse en una vez:

- Primera vez en un ejercicio rápido de 30-40 min en grupo con la información disponible y a través de lluvia de ideas.
- Segunda vez después de haber recolectado información de la perspectiva de los beneficiarios a través de las herramientas de empatía y discusiones con beneficiarios.

Si se hace dos veces, verán el impacto de nuestros sesgos y paradigmas sobre la interpretación de los problemas. Será también uno de los formularios a enviar en la convocatoria de propuestas en un formato Excel que les facilitaremos.

¿Para qué sirve?

¿Cómo sabemos que el problema que estamos tratando de resolver es realmente el más relevante? Podemos estar muy ocupados trabajando en un reto sin darnos cuenta de que hay un problema más profundo

De vez en cuando es muy importante parar, y pensar sobre el problema desde diferentes ángulos. Esta herramienta estructura el proceso de pensamiento siguiendo una serie de preguntas que nos obliga a analizar en profundidad el reto que tenemos delante.

Para aplicarla correctamente invitaremos al debate a propios beneficiarios, y especialmente a actores inusuales. Cuanto más ajenos y lejos del problema mejor, aportarán una visión completamente diferente, ojos frescos y diferentes perspectivas par encontrar soluciones innovadoras (ej: un artista, un financiero, un niño, etc..). Saldremos de nuestras oficinas para observar acciones, nos pondremos las botas de los diferentes actores y Observaremos vs Interpretaremos.

La herramienta ayuda a pensar de manera precisa en los retos en los que están trabajando y a considerar cómo otros factores afectan o posibilitan su resolución.

¿Cómo usarlo?

Para rellenar la información podéis utilizar las dinámicas de facilitación y de trabajo en grupo que les resulten más apropiadas (ej: lluvia de ideas, dinámicas de grupos focales, construcción de historias y cuentos (story telling), expresión artística, etc..). ¡En la parte final de este documento hay referencias a guías y herramientas con muchas ideas!

Las herramientas de empatía (2,3,4, 5 y 6) les facilitarán analizar el problema desde la perspectiva del beneficiario (persona) al que quieren ayudar y dar respuesta a las preguntas de la herramienta principal. También os servirán estudios y otras fuentes de información disponibles.

Aseguren un ambiente en el que todos puedan decir lo que tienen en la cabeza y escribir ideas clave. El tiempo de dedicación y la capacidad de involucrar a diferentes actores dependerá del contexto. Les recomendamos al menos dedicar media jornada de trabajo, e **incluir al menos dos actores ajenos y diversos** a los habituales del programa. Si tenéis actividades del proyecto planificadas con las comunidades, podéis incorporar estos ejercicios en ellas.

Preguntas clave de la Herramienta:

- 1) **Definición Inicial del problema:** cuál es el problema que les mueve. Buscar el nivel de concreción óptimo: si la idea es muy general, no será posible encontrar una solución concreta. Si es tan concreta que ya incluye la solución, no habrá lugar para innovar.

La figura de una escalera en la que buscamos el punto intermedio ayuda a visualizar. Si estamos muy altos (muy abstracto) nos preguntamos: ¿Por qué? O ¿Cómo?, si estamos muy bajos, nos preguntamos ¿Para qué?

¿Cuáles son las personas afectadas? hagan un listado inicial de actores. Identificar cuáles son los grupos a los que quieren ayudar.

Las herramientas de persona y mapa de empatía os ayudarán a entender mejor los grupos. Podéis utilizarlas para ayudaros con esta pregunta, o para definir mejor el grupo objetivo una vez lo hayáis priorizado.

- 2) **Hipótesis:** para el problema inicial separen los hechos en los que se basa el análisis del problema (cosas que sabes con certeza puedes justificar con evidencias), de las asunciones o hipótesis, es decir cosas se consideran verdad, pero sin evidencias / hechos)

Ej: "políticos actuaren cuando tengan data"; "datos cualitativos como historias personales no están bastante buenas"

- 3) **Señalen 5 Problemas/causas subyacentes al problema inicial.** Seguro que, aunque intentaron ser concisos, el problema inicial tiene aún

muchos "sub-problemas". Este ejercicio les ayudará a identificarlos, para priorizar después cuál es la causa principal más relevante que debemos atacar. Ej: los hogares no proveen de información rigurosa, porque no confían en las instituciones públicas que hacen encuestas; no existen encuestas y datos sobre las poblaciones más aisladas, etc.

- 4) **Señalen los obstáculos** que los usuarios y actores clave encuentran en la experiencia del uso de los servicios vinculados a nuestro problema (puntos de dolor) Esto nos va a ayudar después a identificar las posibles áreas de mejora. La herramienta de la experiencia del viaje (4) les ayudará a analizar este aspecto. La forma de rellenarla puede ser entregándola a usuarios, observando, entrevistando, etc....

Ej: Experiencia de una joven mujer indígena en el acceso a servicio de información de salud sexual y reproductiva. Puntos de dolor: lejanía de los centros, falta de anonimidad, idioma, pasar cerca de un espacio público, etc.... Experiencia de un asistente social en proveer asistencia a una joven mujer indígena: desconocimiento de normas sociales, dificultad para obtener información sobre la situación real, etc.

- 5) **Análisis de contexto:** ¿qué factores externos están afectando el problema inicial y los problemas subyacentes afectan?, ¿qué relaciones existen entre las personas afectadas por el problema y otros actores externos? ¿Qué rol juegan en la resolución de nuestro problema (son facilitadores, reguladores, etc...)? Las herramientas de análisis de actores (5, y 6) les ayudarán a analizar esta información:

Ej: El personal local del ministerio de la salud que interacciona con familias durante encuestas de opinión de los hogares....

- 6) **5 posibles reformulación del reto o problema inicial:** ahora que habéis analizado en profundidad el problema, que habéis comprendido las motivaciones e intereses de las

personas para las que trabajamos están en posición de hacer una definición más relevante del problema verdadero. Utiliza una lluvia de ideas y la pregunta **¿Cómo podríamos?...** para encontrar 5 redefiniciones del problema inicial, y posteriormente prioriza el más importante respecto a los indicadores que seleccionéis (impacto, alcance, naturaleza, etc.). ¡No os pongáis límites a la creatividad!

Ej: *¿Cómo podríamos asegurar acceso a información inmediata y personalizada sobre los derechos de salud reproductiva de las mujeres indígenas de 14 a 18 años que son analfabetas?*

¿Cómo podríamos asegurar anonimidad en el uso de los servicios de información de salud reproductiva?

- 7) **Priorizar y redefinir el problema y reto inicial:** después de haber analizado las diferentes causas, y problemas, vínculos con factores y actores externos debéis establecer sus criterios de priorización y con ello elegir la redefinición más adecuada del problema inicial. ¡Ahora sí, están seguros que tenéis el problema más relevante para el beneficiario!

Ej: *Problema inicial: Mejorar el acceso de las mujeres en medios rurales aislados a préstamos.*

Reformulación: asegurar transparencia y registro de la información de las cooperativas de préstamo rurales para que sean sostenibles y puedan recolectar ahorros para realizar préstamos.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA

1 Primera formulación del Reto	2 Asunciones/Hypotesis	7 Ultimo problema priorizado o definición de problema/ Reto
3 5 problemas subyacentes (o causas) del reto principal y su principal consecuencia	4 5 beneficiario puntos de daño del servicio	
5 Lista de los Co-partes involucrados en el orden de su poder de influencia	6 5 'Como podriamos' problemas basados en puntos de daño y co-partes	

Persona y mapa de empatía son dos herramientas, que pueden ser complementarias o sustitutivas. El objetivo es practicar la empatía, es decir tener un enfoque muy personal sobre la experiencia del beneficiario y entender muy bien quién es.

1) HERRAMIENTA: PERSONAS (2)

¿Para Qué Sirve?

A veces, usamos generalidades sobre grupos de población que albergan diversidad de contextos y motivaciones.

Poner la lupa sobre un grupo que priorizamos y utilizar la descripción del perfil de una persona nos ayudará a ilustrar quienes son los usuarios, cuáles son las actividades que realizan, por qué usan, compran, utilizan uno u otro producto o servicio, cuáles son sus motivaciones y cómo el producto o servicio encaja en el contexto de sus vidas.

Con este entendimiento, estaremos en posición de ser más empáticos y analizar el problema inicial desde la perspectiva del beneficiario.

¿Cómo usarlo?

Esta herramienta es más útil después de haber identificado los diferentes grupos afectados por el problema inicial, y haber priorizado los grupos en los que nos queremos focalizar. La profundidad del análisis dependerá de la disponibilidad de tiempos y recursos. Abajo algunas referencias:

1. Preparación y recolección de datos:

Recolección de información para responder a las informaciones de la matriz del perfil : estudios de campo, informes de talleres, respuestas a cuestionarios, reportes de grupos focales, registros de usos de servicios, entrevistas, observación directa o a través de videos o imágenes, etc...Esto nos ayudará a hacer una descripción exhaustiva de usuarios reales.).

2. Concepción y creación de personas:

- Identificación de las categorías de beneficiarios importantes
- En base a datos reales, creen un personaje semi-ficticio. Dé un nombre a su persona aplicando por ejemplo nombres comunes para grupos objetivos más grandes y nombres menos comunes para grupos de usuarios más reducidos.
- Análisis de datos (procesar los datos recolectados y extraer la información relevante para las personas)
- Creación de grupos de personas “a mano” y clasificación para poder seleccionar y priorizar el público en el que nos queremos focalizar.
- Para la pregunta de relaciones podéis imaginar los actores involucrados en el contexto del problema inicial. Ej: una joven mujer indígena y el asistente social de información de salud reproductiva.

PERSONAS

Aprenden a conocer su audiencia

<p>Imagen o diseño</p> <p>Persona nombre</p> <p>Segmento de audiencia</p>	<p>¿Quién Soy?</p>	<p>¿Por qué me relaciono contigo?</p> <p>1.</p> <hr/> <p>2.</p> <hr/> <p>3.</p>	<p>¿Por qué no me relaciono contigo?</p> <p>1.</p> <hr/> <p>2.</p> <hr/> <p>3.</p>	
	<p>Mis intereses</p>	<p>Mi personalidad</p>	<p>Mis competencias</p>	<p>Mis sueños</p>

1) HERRAMIENTA: MAPA DE EMPATIA (3)



El profundo entendimiento de las personas para las que se está diseñando es la base de un buen diseño.

Con esta herramienta vamos a intentar analizar sus necesidades, emociones y motivaciones hacia el problema que estamos describiendo. Para responder a las preguntas nos podemos basar en nuestro conocimiento, pero idealmente entrevistas, observación, imágenes, videos, evidencias, etc...

¿Para Qué Sirve?

El mapa de empatía es una herramienta que permite sintetizar las observaciones y descubrir tipos de visión inesperados.

También va a servir como referente para priorizar problemas o para tomar decisiones.

¿Cómo usarlo?

- Imprima el soporte de la herramienta o, en un pliego de papel, pizarra o muro dibujar una plantilla como la de la figura al lado.
- Luego de revisar post-it, notas, fotos y todo material relacionado, coloque en cada sección de la plantilla notas con la información del usuario o utiliza la herramienta *persona* que ya ha hecho.
- Debe ponerse cuidadosa atención a las pistas que evidencian los pensamientos, creencias, sentimientos

y emociones, ya que esto no puede observarse directamente.

- Presta especial atención al lenguaje corporal, al tono de voz y la elección de ciertas palabras.
- Identifique necesidades: Identifíquelas directamente de los rasgos vistos en el usuario o contradicciones entre dos temas distintos.

Las “Necesidades” son requerimientos humanos, físicos o emocionales; y cosas que el usuario quiere lograr, ayudan a definir los desafíos de diseño. Las necesidades son verbos (actividades o deseos en que el usuario pueda necesitar ayuda), no son sustantivos (soluciones).

- Identifique los hallazgos o percepción del cliente: ponga atención a las contradicciones entre atributos o características del cliente o usuario dentro de una misma sección de la plantilla. Pregunte por qué, si nota un comportamiento particular escriba los potenciales hallazgos al lado del mapa de empatía.

Un “Hallazgo” es descubrir algo inesperado o tener una idea para responder de mejor manera un desafío de diseño.

Tiempo: 60 minutos

Indicaciones para rellenar las casillas

¿QUÉ ES LO QUE VE?

Describa que es lo que el usuario ve en su entorno en el contexto en estudio

¿Qué productos intenta resolver el problema? ¿Qué aspecto tiene? ¿Dónde lo vende? ¿Quiénes de sus amigos lo usan? ¿Qué problemas se encuentra en ellas?

¿QUÉ ES LO QUE OYE?

Describa cómo el entorno influye en el usuario.

¿Qué es lo que dicen sus amigos? ¿A quién escucha o considera una autoridad en la materia? ¿Qué es lo que supone que dicen sus amigos? ¿Quién le influencia realmente y de qué modo? ¿Qué medios de comunicación le influyen?

¿QUÉ ES LO QUE REALMENTE PIENSA Y SIENTE?

Intente dibujar qué es lo que ocurre en la mente del usuario ¿Qué es realmente importante para él? Imagine sus emociones, ¿qué es lo que le mueve? ¿Qué le puede quitar el sueño? Intente describir sus sueños y aspiraciones

¿QUÉ ES LO QUE HACE Y DICE?

Imagine qué es lo que puede decir el cliente, o cómo se comporta en público ¿Cuál es su actitud?; Ponga especial atención a lo que un usuario dice en relación con lo que piensa o siente.

ESFUERZOS

¿QUÉ LE DUELE AL CLIENTE?

¿Cuáles son sus mayores frustraciones? ¿Qué

¿Obstáculos existen entre él y aquello que quiere o necesita alcanzar? ¿Qué riesgos tiene miedo de correr?

RESULTADOS

¿QUÉ GANA EL CLIENTE?

¿Qué es lo que realmente necesita o quiere alcanzar? ¿De qué modo mide el éxito? Piense en algunas estrategias que podría utilizar para alcanzar sus metas.



3) HERRAMIENTA: JOURNEY MAP / DIARIO DE VIAJE (4)

FASE	1	2	3	4	5	n
😊😊😊😊 ¿Cómo se siente?						
👤 ¿Qué necesita?						
🕒 Punto de interacción (moment)						
👍 Ideas de mejora						

¿Para Qué sirve?

Esta Herramienta se focaliza en el análisis de acciones específicas. Se puede utilizar con diversas finalidades: comprender cómo se usa un servicio o cuál es la experiencia del usuario, conocer el día a día de una persona para entender sus dificultades, cómo una persona desarrolla una actividad concreta, etc... Uds definirán el objetivo.

Ayuda a ordenar y relatar la experiencia para la persona que hemos descrito previamente, y a identificar:

- **Oportunidades**, por ejemplo, cuándo alguien es más receptivo a una acción.
- **Necesidades**
- **Áreas de mejora** cuáles son los obstáculos o puntos de dolor de la experiencia que podemos mejorar

¿Cómo usarlo?

Previamente, utilicen la herramienta de "persona" para describir el perfil. Si ven oportuno repitan este ejercicio para otros perfiles de persona, con los que nuestro beneficiario interactúa. Ayudará en el análisis.

Recolección de información: según la disponibilidad de tiempo y acceso a usuarios, existen varias opciones:

1. **Ficha rellenada por uno o varios representantes de los perfiles de "personas"**. El ejercicio se repite un número mínimo de días para asegurar representatividad de la información y control de calidad. Equipo proyecto recopila fichas y analiza resultados, y define resultados.
2. **Ficha rellenada en una dinámica de grupo**, que puede incluir a representantes de las "personas" o actores familiares con su realidad. Para la dinamización, se pueden utilizar fotografías, videos, juegos de roles, o simplemente lluvias de ideas.
3. **Ficha rellenada por el equipo de proyecto**. Se puede realizar este ejercicio en una dinámica de grupo. Si se opta por ello será clave contar con la mayor información primaria disponible para evitar interpretaciones y sesgos, ej: entrevistas, resultados observación directa, registros de talleres, imágenes, videos, expertos, etc...

Elementos clave:

- **Definición de fases para el análisis.** Ej: si es un servicio de salud: 1) obtención de información, 2) concertar cita, 3) hablar con el doctor, etc...
- **Puntos de interacción** con el servicio, zonas de incomodidad y oportunidades de mejorar el servicio.

Ejemplo con el caso del paciente del hospital:

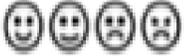
Fase 1: Hablar con el doctor

Como se siente: observo que se siente frustrado.

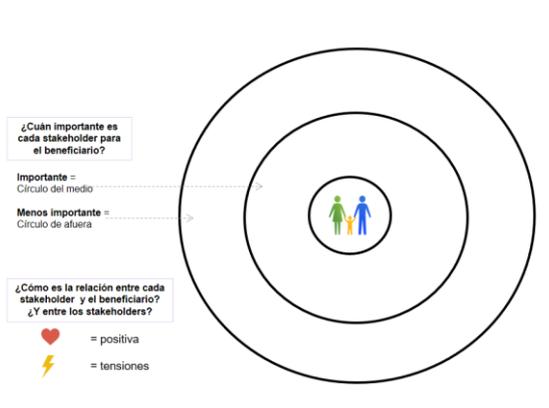
Que necesita: Que entienden su problema.

Punto de interacción: el Doctor quien no habla su idioma.

Punto para mejorar: el modo de comunicación con el enfermo. (traductor, formación del doctor a la cultura...)

 FASE	1	2	3	4	5	n
 ¿Cómo se siente?						
 ¿Qué necesita?						
 Punto de interacción (Touchpoint)						
 Ideas de mejora						

4) HERRAMIENTA: MAPA DE ACTORES (5)



El Análisis de Poder, es un proceso de aprendizaje que ayuda a entender las relaciones de poder que intensifican situaciones de pobreza, vulnerabilidad y desigualdad. Les presentamos dos herramientas que podéis utilizar de forma complementaria o única (5) y (6)

El análisis de actores es una metodología que incorpora las necesidades de aquellos a los que queremos ayudar, en relación a sus intereses y motivaciones en una situación concreta. El mapa de actores y análisis de poder están íntimamente ligadas porque nos ofrecen una perspectiva complementaria de la posible divergencia entre los puntos de vista de los diferentes grupos de poder de una situación o lucha concreta.

¿Para qué sirve?

Poniendo al beneficiario en el centro, mapeamos a todos los actores que tienen relación con él y visualizamos el carácter de la relación (frecuencia y dependencia) y cómo es la experiencia de esa relación (positiva o con tensiones)

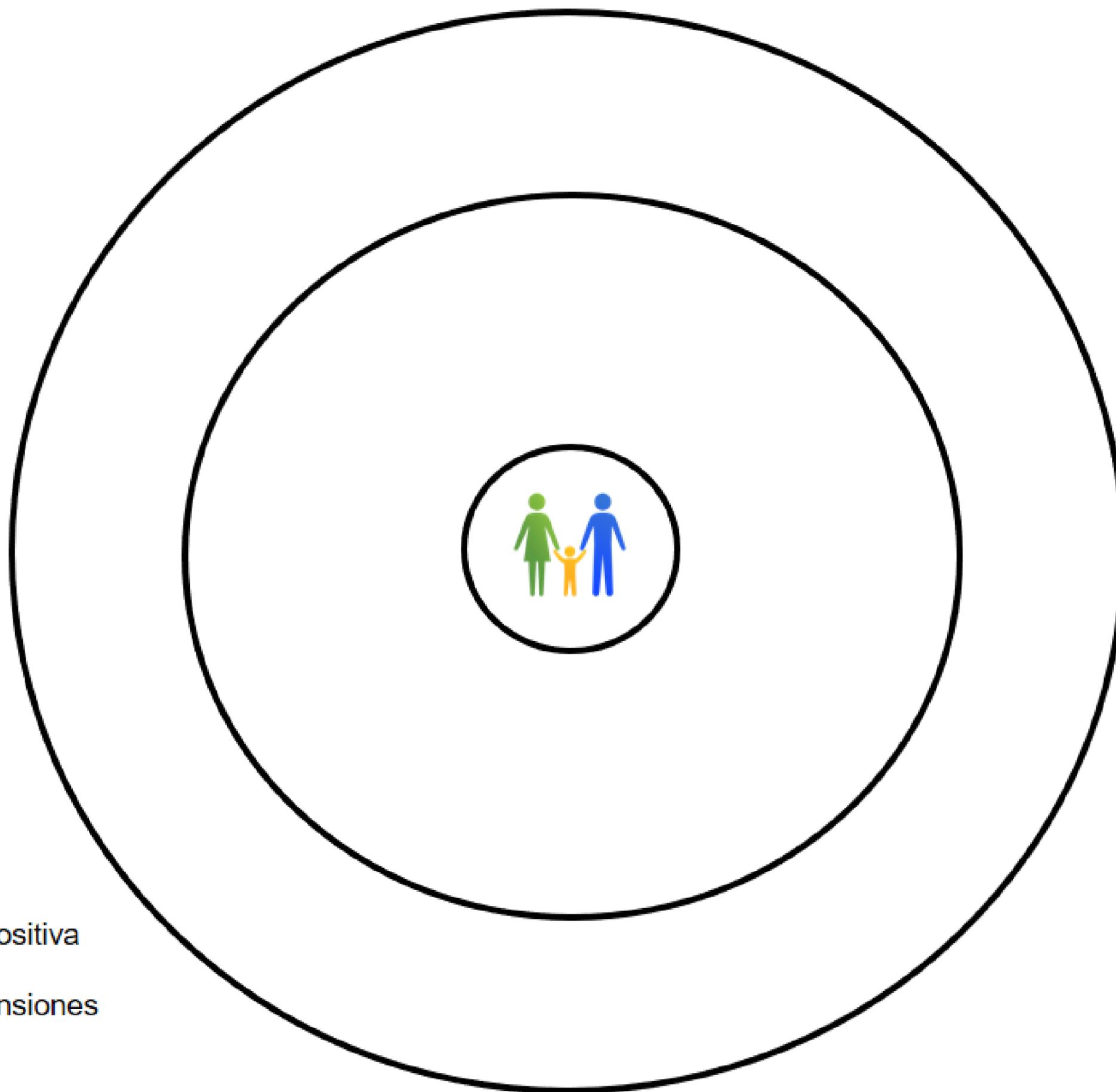
Si están trabajando con más de una persona, tendrán que realizar este ejercicio para cada una de ellas.

¿Cómo usarlo?

Dos fases:

1. Hacer listado de todos los actores involucrados en el problema, y que tienen relación con la persona que estamos analizando.
2. **Posicionar** los actores en el mapa:
 - El **círculo medio** sirve para mostrar qué partes interesadas son importantes para los beneficiarios. Preguntas a hacer aquí: ¿Con qué frecuencia el beneficiario se pone en contacto con esa parte interesada y cuánto depende el beneficiario de mantener esta relación?
 - El círculo exterior resalta a las partes interesadas que son menos importantes para el beneficiario. Los beneficiarios son menos dependientes de esta relación y su contacto menos frecuente.
3. **Establecer el tipo de relación:** El siguiente paso es clasificar el tipo de relación con una señal de corazón (buena) o un signo de trueno (conflicto). Piensen siempre desde la perspectiva de la situación que se está investigando aquí. Una relación puede ser positiva, pero causar tensiones en contextos específicos. Tener en cuenta estos contextos y remarcarlos.

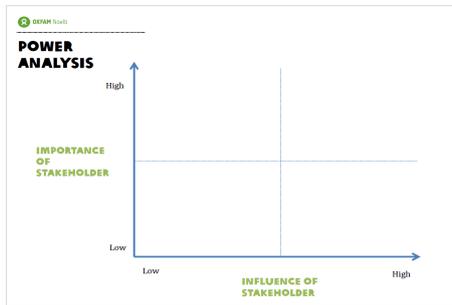
Tiempo: 60 minutos



 = positiva

 = tensiones

4) HERRAMIENTA: ANÁLISIS DE PODER (6)



Similar a la herramienta (5), esta herramienta les ayuda a analizar el tipo de influencia y rol de los diferentes actores involucrados en una situación. SIEMPRE recuerden hacer este análisis desde la perspectiva de nuestra "persona" objetivos, y su percepción. Eviten interpretaciones sesgadas.

Recolección de Datos

Como anteriormente hay diferentes metodologías que se pueden utilizar en función de su contexto:

- Revisión de estudios y literatura
- Entrevistas con los actores
- Entrevistas con expertos locales que conocen bien a los grupos de estudio.

Si se hacen entrevistas, el guión debería ayudar a clarificar cuáles de nuestras percepciones son interpretaciones, qué otros actores pueden ser claves y cómo se relacionan en tu toma de decisiones, etc... El número de entrevistas se determinará en función del contexto, de la disponibilidad y de la logística.

Si disponen de análisis de poder realizados previamente por ejemplo para alguna campaña implementada, tomen un tiempo para reflexionar cuáles de las hipótesis fueron correctas, y si no se alcanzaron los objetivos por qué fue. Esto ayudará con el análisis del poder.

Análisis de Datos

El próximo paso es en función de la información recopilada ubicar a los actores en el eje en función de su influencia e importancia.

Importancia e Influencia:

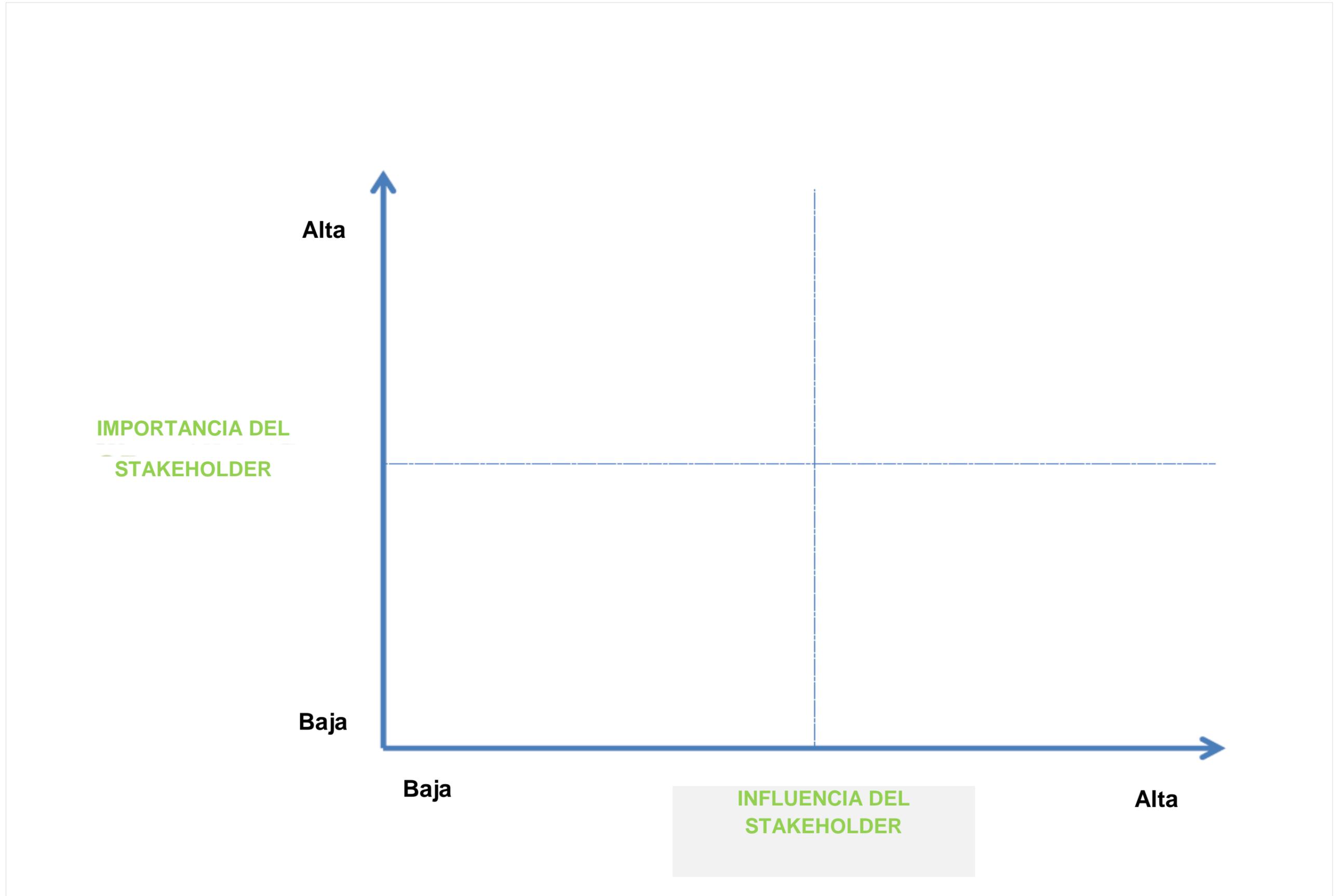
- **Influencia;** es el poder de un actor para facilitar o impedir el alcance de un objetivo.
- **Importancia:** es la prioridad dada a la satisfacción de las necesidades e intereses de cada actor.

Según la puntuación que le den a cada actor posicionarán en un lugar u otro del eje.

La metodología para la utilización de la herramienta es diversa. Pueden hacerlo en el equipo de proyecto en base a la información recopilada, o utilizarlo en enseno de un taller con la participación de actores, o realizar ejercicios de análisis específicos y de lluvias de idea.

Es muy importante que establezcan criterios para la definición de influencia e importancia, para que todos los participantes utilicen los mismos conceptos a la hora de valorar.

Tiempo: 30 minutos



COMPLEMENTARIO

¿PROBLEMAS MALDITOS?

- **Centrados en personas**
requieren un conocimiento profundo de los beneficiarios/participantes
- **Complejos**
no los entendemos bien, necesitamos explorar y requiere acuerdo de múltiples actores
- **Hay muchas lagunas de conocimiento**
(pequeñas o grandes), y la información del pasado no nos ayuda
- **Hay pocos datos existentes**
y pocas o ninguna experiencia previa o caso de éxitos para analizar

PREGUNTAS ¿“CÓMO PODRÍAMOS”?

Estas preguntas se desprenden de la definición del problema o principios de diseño como semillas para la etapa de ideas, lo suficientemente amplia para que haya una gran cantidad de soluciones y lo suficientemente limitada para que el equipo tenga ciertos límites que sean de ayuda.

¿CÓMO HACER PREGUNTAS “CÓMO PODRÍAMOS”?

Teniendo en mano la definición del problema, desprenda y desglóselo en pequeñas piezas accionables.

Observe aspectos de la declaración para completar la frase ¿“Como podríamos...?” desarrollando varias alternativas.

Posteriormente, haga un filtro o brainstorm para elegir las más relevantes. Por ejemplo, sigue la matriz para hacer las preguntas con la definición del problema.

Finalmente, se debe elegir una sola frase a manera de declaración que grafique todos los aspectos relevantes. Recuerde que las necesidades son verbos y los insights son destellos de creatividad.

MAS HERRAMIENTAS EN ESPANOL

Caja de herramientas DIY desarrollada por Nesta en colaboración con Oxfam y otras organizaciones:
http://es.diytoolkit.org/media/DIY_Spanish.pdf

The Field guide to Human Centered Design desarrollado por IDEO:
<http://www.designkit.org/resources/1>

Las Herramientas proporcionadas en este guía proceden de varias fuentes

Descripción del problema: *Oxfam Intermón*

Persona: *Nesta*

Mapa de empatía: *Xplane*

Journey Map: *drop-innovation*

Mapa de stakeholders y poder Análisis:
Oxfam Novib

Contacto

Apoyo y dudas:

eureka@oxfamintermon.org

Responsable del programa:

rgallego@oxfamintermon.org

Página web:

<http://eureka.oxfamintermon.org/es/>