



HACKATHON

EN AGUA Y SANEAMIENTO

ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR

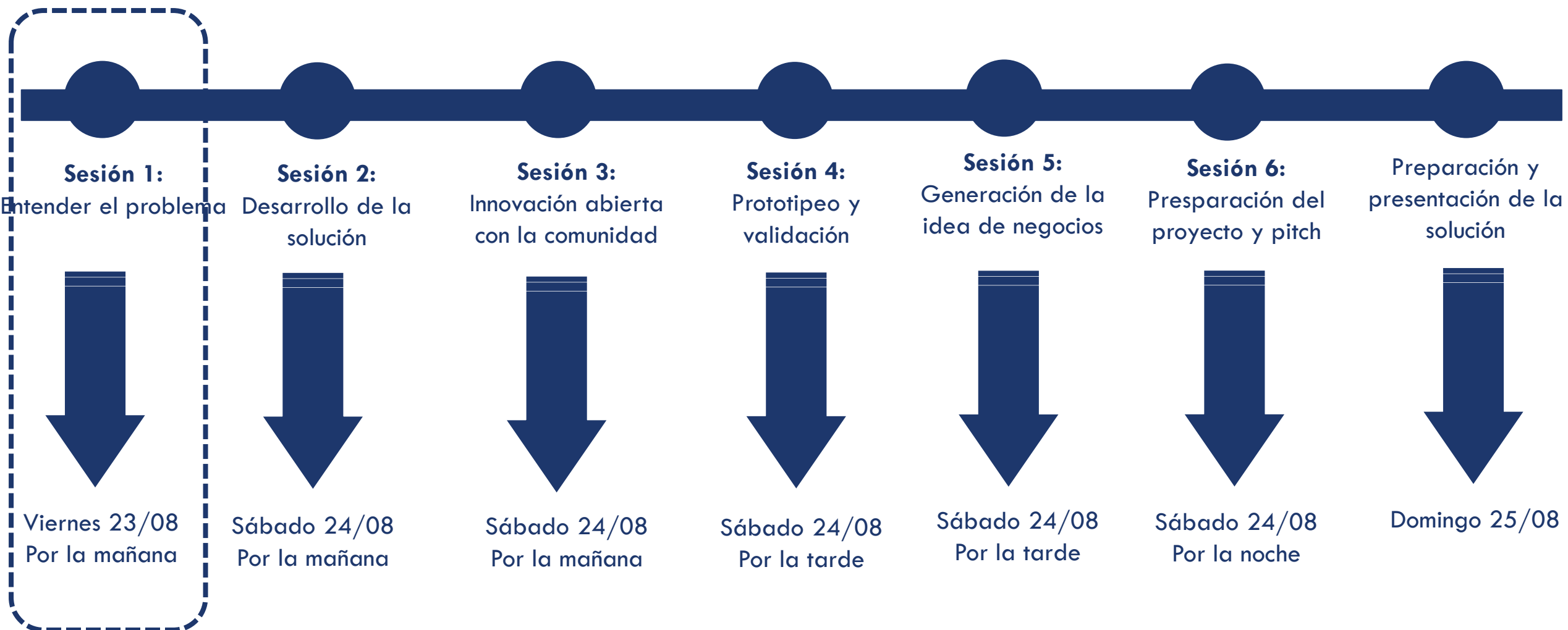
Sesión 1: Entender el problema

Viernes, 23.08.2024

Nuestro Hackathon



HACKATHON
EN AGUA Y SANEAMIENTO
ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR



Objetivos de la sesión

Al final de esta sesión, los grupos participantes habrán:

- Comprendido porqué debemos empezar a pensar una solución a partir de entender el problema.
- Comprendido causas y consecuencias vinculadas al reto que buscan abordar.
- Empatizado con el potencial cliente.



¿Qué es un problema?



Situación o **condición negativa** que afecta a un grupo de personas y que requiere una **solución innovadora y sostenible**.



El problema puede ser social, económico, medioambiental o una combinación de estos factores, y su solución a menudo **implica la colaboración de diversas partes interesadas y la aplicación de nuevas ideas y enfoques**.

¿Cuál es realmente el problema?

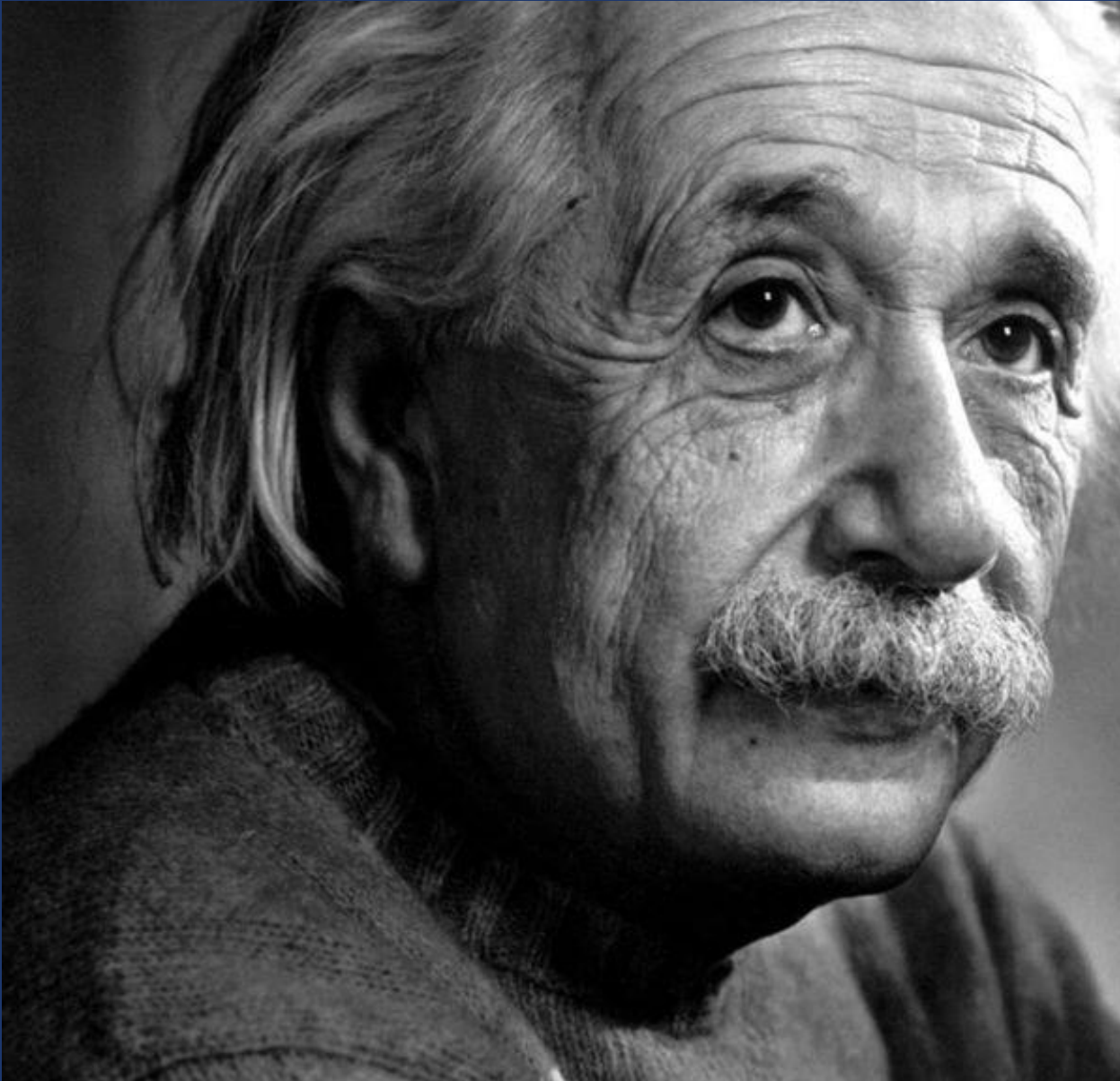


**Queremos una
solución que
responda a las
necesidades
reales**



Tu solución

El problema real



“Si tuviera una hora para resolver un problema, gastaría 55 minutos para pensar el problema, y 5 minutos para pensar la solución”

Albert Einstein



HACKATHON
EN AGUA Y SANEAMIENTO
ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR

Presentación del desafío



HACKATHON
EN AGUA Y SANEAMIENTO
ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR



AMBA
Asociación Multiveredal
Bolívar Arriba

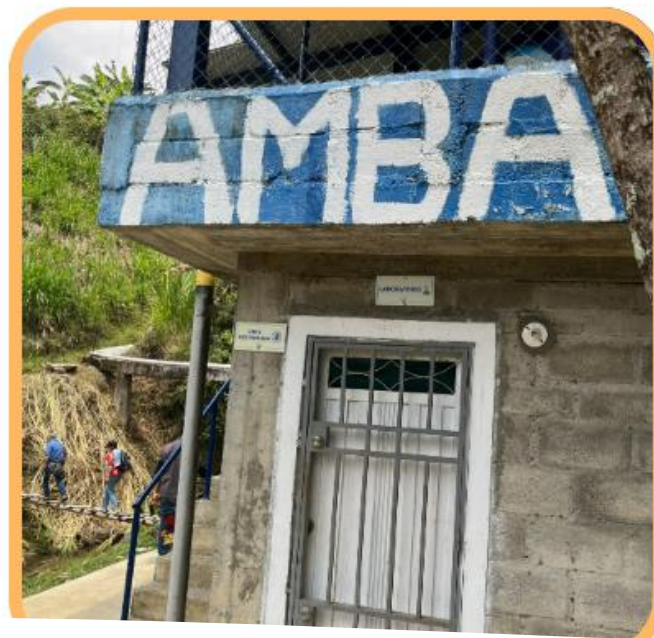
Daniela Zapata Monsalve

Administradora - Acueducto AMBA

El problema



HACKATHON
EN AGUA Y SANEAMIENTO
ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR



Consecuencias





¿Cómo podemos evitar el vertimiento de excretas y aguas servidas de una comunidad con viviendas ubicadas en ladera y en la rivera de fuentes de agua para reducir la contaminación ambiental?



AMBA
Asociación Multiveredal
Bolívar Arriba

¡Muchas gracias!



HACKATHON
EN AGUA Y SANEAMIENTO
ORGANIZACIÓN COMUNITARIA • INNOVADOR

Sesión 1: Entender el problema (cont.)

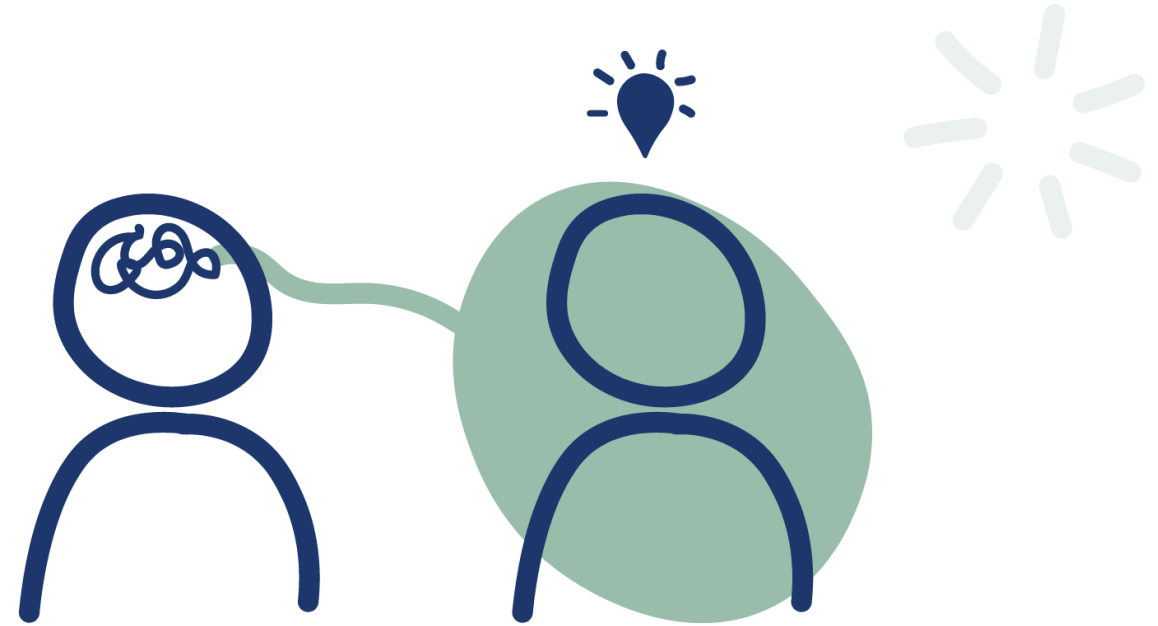


El producto/servicio debe resolver el problema del cliente

¿Por dónde empezar?

Metodología de Design Thinking

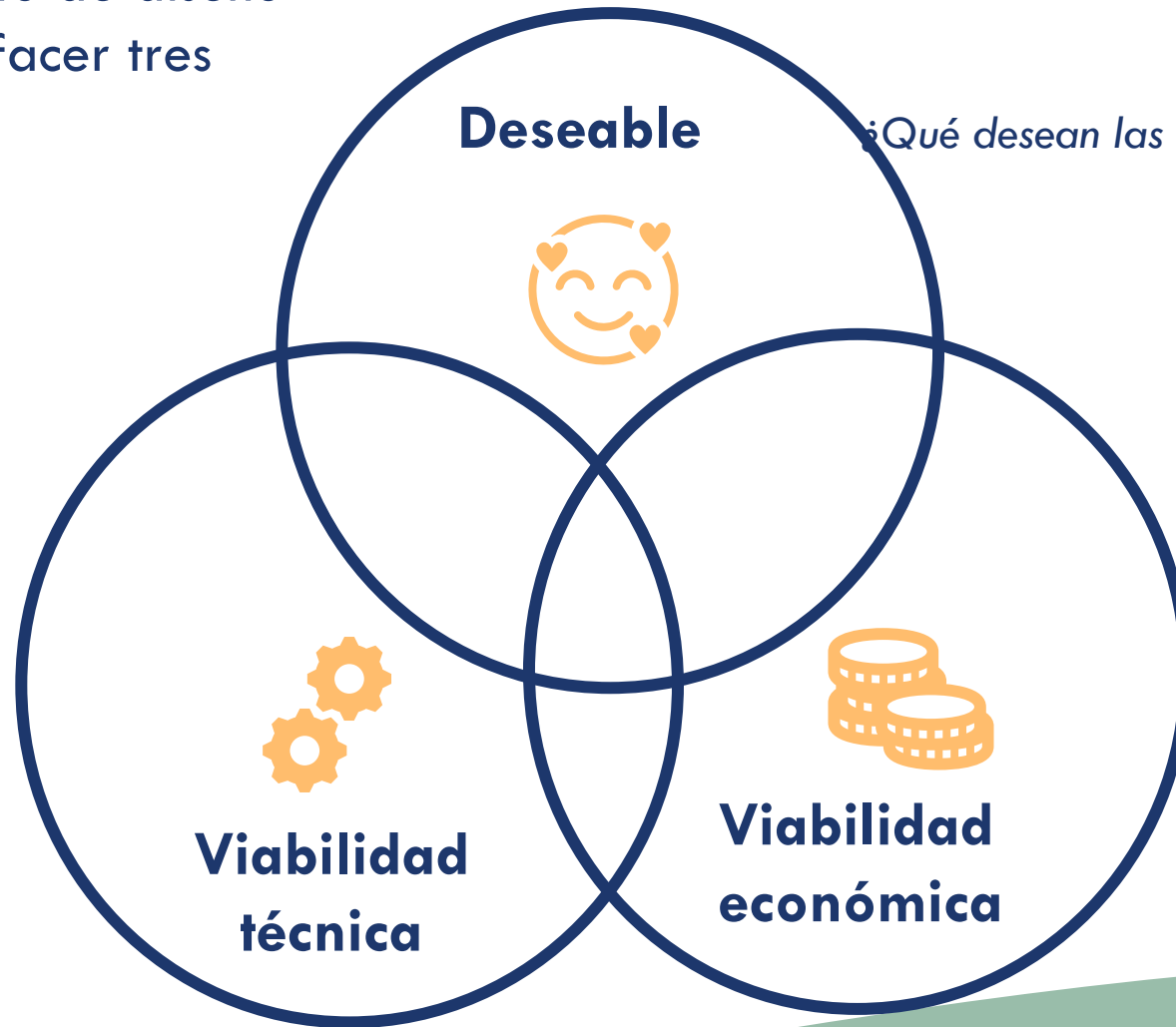
Es un proceso no lineal e iterativo que permite **entender a los usuarios** y generar soluciones de acuerdo con los **problemas** detectados.



- ✓ Test & learn
- ✓ Centrada en el usuario
- ✓ Genera soluciones en poco tiempo

Metodología de Design Thinking

El proceso de pensamiento de diseño tiene como objetivo satisfacer tres criterios:



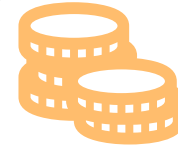
Deseable

¿Qué desean las personas?



**Viabilidad
técnica**

*¿Es técnicamente posible
construir la solución?*



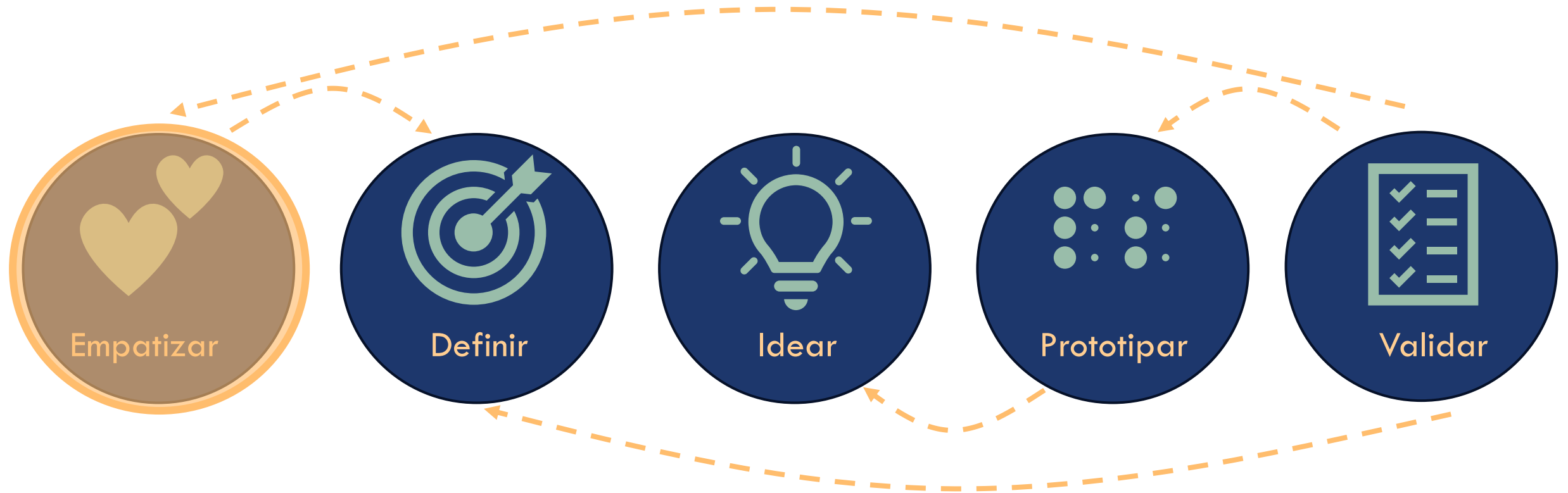
**Viabilidad
económica**

COMENZAR CON
DESEABILIDAD Y LUEGO
INCORPORAR OTRAS 2
PERSPECTIVAS

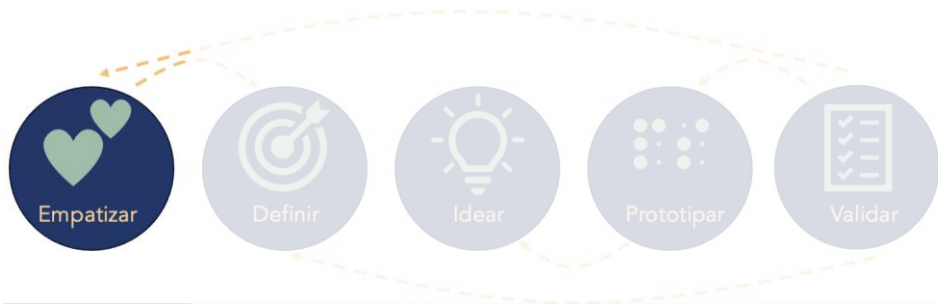
*¿Puede la empresa obtener
beneficios de la solución?*



Las 5 fases de la metodología de Design Thinking



Fase 1: Empatizar



Comprender:

- el problema, desde la perspectiva de los usuarios,
- lo qué es realmente relevante para ellos,
- sus experiencias, motivaciones y necesidades.



“La empatía está en el corazón del diseño. Sin comprender lo que otros sienten, ven y viven, el diseño es una tarea inútil.”

- Tim Brown, IDEO

Fase 1: Empatizar



“

Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.

Diccionario de la Real Academia Española

Ponerse en los zapatos de nuestros futuros clientes



Dejar a un lado nuestras suposiciones y pre-conceptos

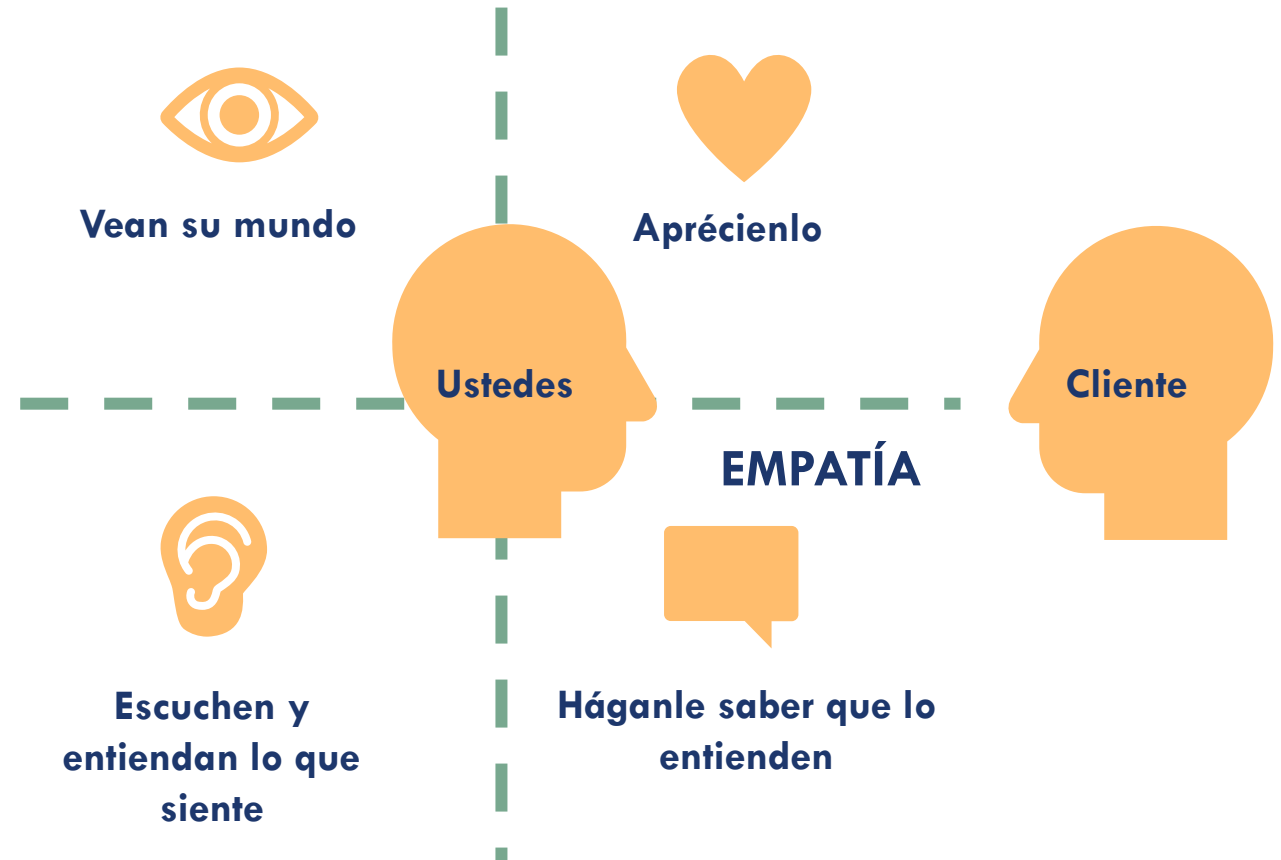
Fase 1: Empatizar

Empatizar es una característica natural de las personas.

Empatizar es investigar (¡No juzgar!)

Para empatizar deben:

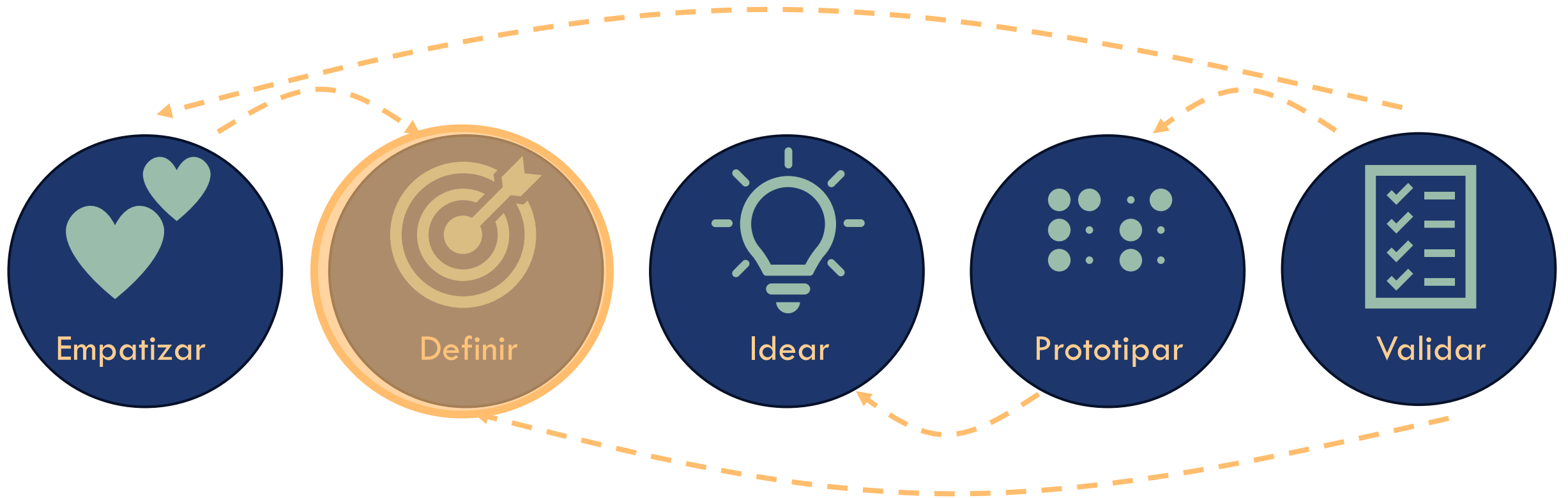
- **Observar** (lo que hacen, cómo y por qué lo hacen.)
- **Escuchar** (de forma empática)
- **Apreciar** (los clientes son los expertos)
- **Comunicar** (construir un lazo de confianza)



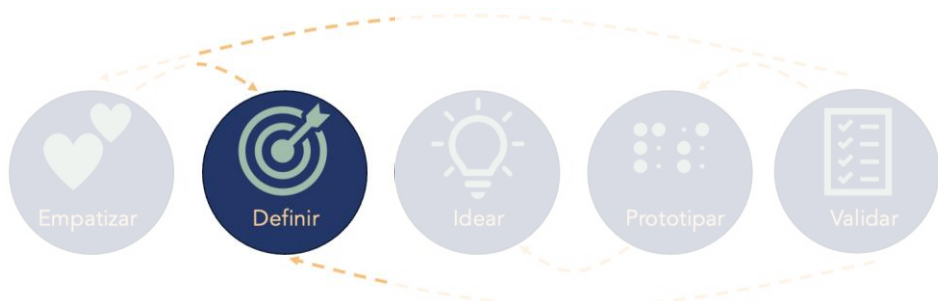


¿Preguntas?

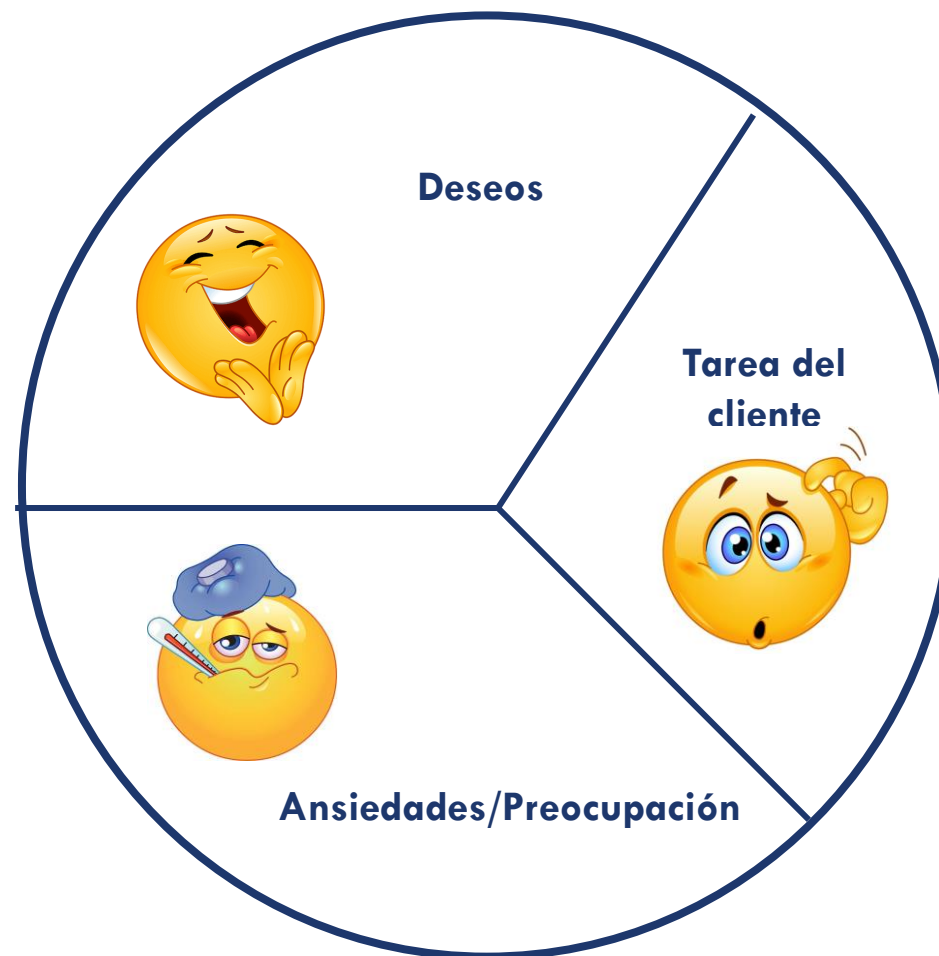
Las 5 fases de la metodología de Design Thinking



Fase 2: Definir



- Ordenar la información que conseguimos en la fase 1.
- Descubrir hallazgos que sirvan de inspiración para el diseño de soluciones:
 - **Tareas del cliente** ¿Qué es lo que intenta hacer el cliente?
 - **Ansiedades/Preocupación** ¿Cuáles son los inconvenientes que el cliente tiene al llevar a cabo esta tarea?
 - **Deseos** ¿Qué características debería tener la solución para deleitar a tu cliente?



Herramienta 1: Lienzo del problema y del cliente

Identificación del potencial cliente <i>¿De quién es el problema?</i>		
Descripción del problema <i>¿Cuál es el problema del cliente potencial?</i>	Causas del problema <i>¿Cuáles son los orígenes del problema?</i>	Consecuencias del problema <i>¿Qué efectos tiene el problema <u>en el cliente</u> potencial? ¿Hay otras personas que se ven afectadas?</i>
Alternativas: <i>¿Qué está haciendo hoy el cliente potencial para sortear la situación?</i>	Alternativas	Desventajas
	1)	
	2)	
	3)	
Durante la visita a las comunidades, intenta empatizar con posibles clientes. Intenta entender qué lo motivaría a adquirir tu solución.		
Tareas del cliente <i>¿Qué es lo que intenta lograr el cliente potencial? ¿Qué lo motivaría a adquirir tu solución?</i>	Ansiedades del cliente <i>¿Cuáles son los inconvenientes que el cliente experimenta con soluciones parecidas? ¿Cuáles son las experiencias negativas y los riesgos que experimenta el cliente al hablarle de tu solución?</i>	Deseos del cliente <i>¿Qué características debería tener la solución para deleitar a tu cliente? ¿Cómo disminuir las ansiedades causadas por soluciones como la tuya?</i>



¿Preguntas?

Almuerzo & Visita guiada

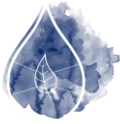
- Ahora nos vamos al almuerzo
- Salimos a la visita guiada a la 1:30
- Obtengan las respuestas las preguntas formuladas para la comunidad (Empatizar)
- Completen la Herramienta 1 durante la visita guiada (Definir).



¡Vamos al almuerzo!

cewas

YOUNG
WATER
SOLUTIONS



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**
Facultad de Ingeniería



AMBA
Asociación Multiveredal
Bolívar Arriba



¡Muchas gracias!