

# PLANEACIÓN Y ENTREGA DE RESULTADOS

*Una vez puesto a punto el SSPS, La última fase del proceso se encarga de desarrollar las estrategias para planificar y presentar todas las bondades del proyecto.*

En las etapas anteriores se han desarrollado métodos de visualización y comunicación de resultados, por lo que se toman para enriquecer esta parte del proceso.

EN ESTA FASE EL EQUIPO DE TRABAJO REALIZA:

- **PLANEACIÓN**

MODELO DE NEGOCIOS  
PLANES DE IMPLEMENTACIÓN

- **ESTRATEGIA DE MEDIOS**

BRANDING DEL SSPS  
PIEZAS DE COMUNICACIÓN

- **RESULTADOS**



## PARTICIPANTES

Equipo Expertos Actores



2 - 5 SEMANAS

## PRINCIPIOS PARA ENTENDER

Salud de los materiales	Humanos
Descomponer los productos en subproductos benignos	
Energía renovable y gestión del carbono	
Obtén un rendimiento	Biológicos
Autopoiesis	
Entradas = salidas	
Reciclabilidad	
Desmaterialización	Sistema
Reusabilidad	
Durabilidad	
Hacer un diseño multifuncional	SSPS
Usar procesos que requieran poca energía	
Facil montaje y desmontabilidad	
Combina componentes únicos con componentes modulares	

Accede al  
módulo virtual



## 4 ENTREGAR RESULTADOS

¿Qué?  
¿Por qué?  
¿Para qué?

**Generar todos los elementos necesarios para entregar de la mejor forma posible las soluciones desarrolladas.** Para esto, el equipo de trabajo debe crear planes de implementación, evaluaciones de factibilidad, retroalimentaciones y finalmente planes de medios para exponer de forma clara estas nuevas soluciones de SSPS.

¿Cómo?

### PASO 1: PLANEACIÓN

A lo largo del proceso se han desarrollado diferentes soluciones de diseño, ahora es el momento de planificar al detalle el modelo de negocio, el plan de implementación, que contemple: tiempos, procesos y recursos.

### PASO 2: COMUNICACIÓN

El último paso para la entrega de los resultados es comunicarlos de la mejor forma posible. Para realizar esta comunicación es necesario primero definir unos objetivos claros y desarrollar una estrategia integral para la presentación de los mismos.

### Planeación

#### 🕒 Línea de tiempo

Modelo de negocios

Programas pilotos y Reiteraciones

### Comunicación

Plan de medios

Marca

#### 🕒 Piezas de comunicación

Impresos

Audiovisuales

#### 🕒 Tiempos, Procesos y Recursos.

Prioridades de intervención

Pruebas piloto

#### 🕒 Características del SSPS

**Características de sostenibilidad del SSPS (ambiental, socio-ética y económica)**

**Motivaciones de cambio**

El proceso para entregar resultados tiene dos componentes:

La planeación y la comunicación de los aspectos que garantizarán la aceptación e implementación del SSPS. Por lo que es un proceso que deben desarrollarse de la mano de los actores directos y de expertos.



### CONSEJOS

1. Siempre busca asesoría de los actores y de los expertos. Esto garantiza que la planeación responda a las posibilidades reales.

2. Las implementaciones de nuevas soluciones necesitará el desarrollo de varias pruebas pilotos en la búsqueda de fallas.

3. El plan de medios debe estar enfocado a comunicar más allá de las características "las motivaciones de cambio para los actores y/o clientes".

4. Recuerda que se debe hacer una planificación para "todo un sistema" por lo que se recomienda abordarla un tema a la vez.

A continuación se presenta la lista de chequeo con **los criterios que debes conocer para superar esta fase**. Recuerda manejar información cualitativa y cuantitativa.

Documentación con la investigación, análisis e interpretación realizada (escrita, infográfica y audiovisual). ☐

#### CONSIDERACIONES CLAVE

¿Cuáles son los hallazgos y/o resultados más relevantes?

Planeación

Modelo de negocios ☐☐☐☐☐

Línea de tiempo ☐☐☐☐☐

Prospectiva ☐☐☐☐☐

Planes pilotos ☐☐☐☐☐

Definición de criterios ☐☐☐☐☐

Comunicación

Piezas de comunicación ☐☐☐☐☐

## 4 ENTREGAR PLANEACIÓN

¿Qué?  
¿Por qué?  
¿Para qué?

**Planear las estrategias que permitirán que el SSPS logre su correcta aceptación e implementación.** Por esta razón, se debe definir el modelo de negocio entorno que lo hará sostenible desde esta dimensión; la línea de tiempo prospectiva ayuda al equipo de trabajo a prever esas acciones futuras que incidirán directamente.

¿Cómo?

### PASO 1: REALIZA EL PLAN

Es necesario que realices 2 tipos de planificaciones:

#### ESTRATÉGICAS

En torno a los aspectos que garantizarán la implementación del proyecto (modelo de negocios, prioridades de intervención, identificación de debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas DOFA)

#### IMPLEMENTACIÓN

En torno al "paso a paso" que deben seguirse para llegar a la puesta a punto de la solución, en este paso se contempla la línea de tiempo acotada según los criterios del proyecto en la que se incluyen los programas pilotos, procesos de capacitación, reiteraciones y procesos de post implementación,

### BACKCASTING

Es un método de planificación de proyectos que parte de la definición de un futuro deseable al que se quiere llegar y desde este punto establecer un proceso retrospectivo detallado hasta llegar al momento actual.

### 1.2.3 METÓDOS

SDO TOOLKIT / Radar

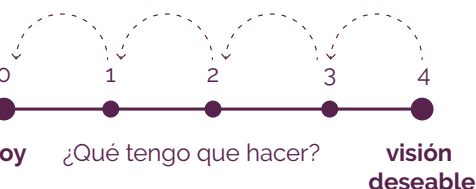
System Map

Offering Diagram

MiniDOC

SDO TOOLKIT / Radar

Sustainability interaction story spot



### ★ Línea de tiempo

Modelo de negocios

Programas pilotos y Reiteraciones

Prioridades de intervención

Pruebas piloto



### CONSEJOS

1. Siempre apóyate en los actores y en los expertos.
2. Inicia con Principios físicos en vez de buscar complejas tecnologías para desarrollar la misma función.
3. Inicia por una investigación de soluciones "cercanas", esto garantiza mayores probabilidades de adaptación de las

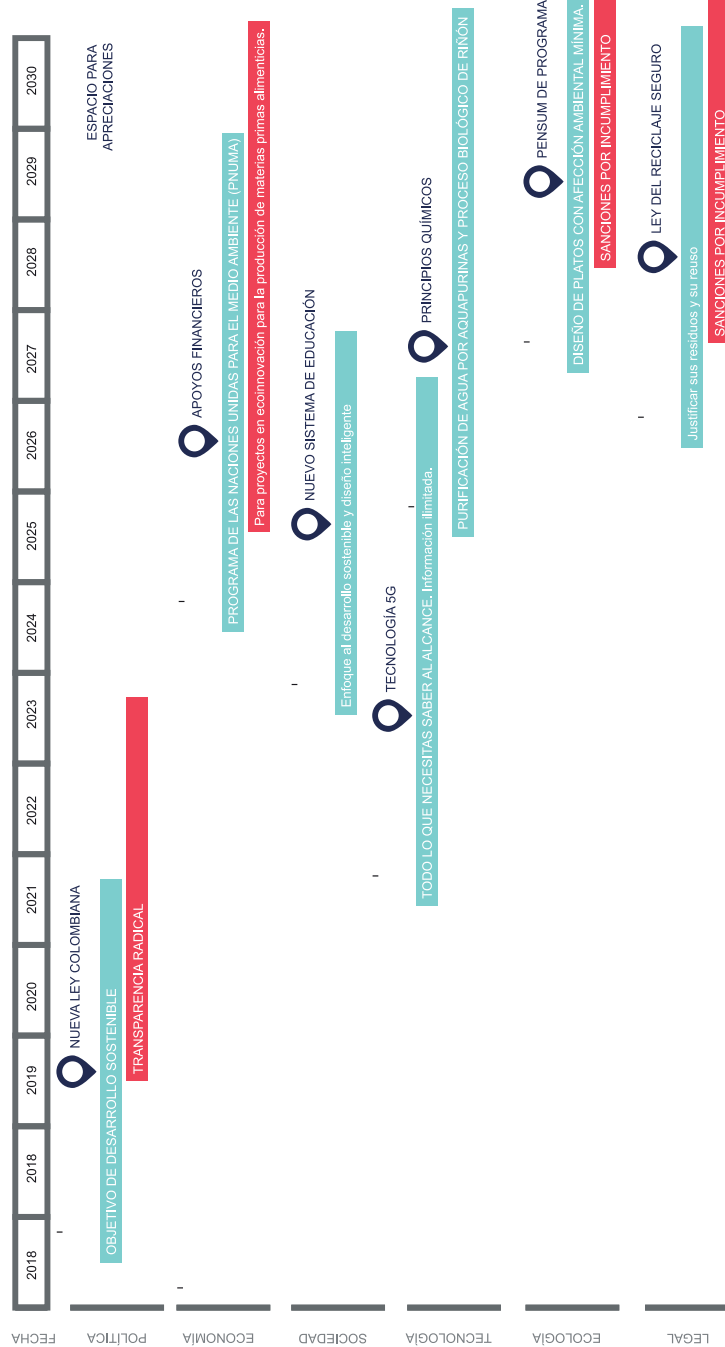
soluciones al sistema.

4. Recuerda utilizar diferentes herramientas que aporten a la formulación masiva de posibles soluciones.

5. Estudia el principio natural a fondo, de esta manera podrás plantear el principio de diseño con mayor facilidad.

## ROADMAP-DISEÑO DE SISTEMAS SERVICIOS PRODUCTOS SSP.

DEFINICIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DESDE HOY HASTA EL AÑO 2030



En este ejemplo se evidencia la planeación para la implementación del SPS, en este caso se propone una implementación para el año 2030 usando la técnica de backcasting., el cual desde ámbitos como el PESTEL se configura un escenario ideal.

Fuente:  
Proyecto CAPUL (2018). Bautista, Y., Camacho, O. y López, S.

✓

RESULTADOS

Modelo de negocios

Linea de tiempo prospectiva

Planes pilotos

¿ LOGRASTE LOS OBJETIVOS ?

▶

EJEMPLO

4

## 4 ENTREGAR ESTRATEGIA DE MEDIOS

¿Qué?  
¿Por qué?  
¿Para qué?

**Desarrollar las formas de comunicación efectivas para mostrar todos los atributos de la solución desarrollada.** Comprendiendo especialmente piezas de comunicación que le "cuenten" a los interesados ¿qué?, ¿cómo? ¿por qué? y ¿para qué? del proyecto.

¿Cómo?

### 1. Define tus objetivos

se debe definir 'el porque' del plan.

### 2. Análisis del target

A quien va dirigida la comunicación.

### 3. Estrategia

Se debe definir "qué" se debe comunicar y "cómo" comunicarlo.

### 4. Medios

Se debe elegir entre los diferentes medios póster, presentaciones audiovisuales. Procurando la combinación de medios.

### 5. Timing

Es importante definir los tiempos de la comunicación.

1. OBJETIVOS

2. TARGET

3. ESTRATEGIA

4. MEDIOS

5. TIMING

DISEÑO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN

IMPRESOS  
Documento  
Póster  
Flyers

MULTIMEDIALES  
Presentación  
Video

PRESENTACIÓN  
DE RESULTADOS

### 1.2.3 MÉTODOS

Crea tu narrativa / Brand promise

Crear un PITCH

Infografía

Interaction Storyboard Animatic,

System concept audiovisual

Demo reel de proyecto



### CONSEJOS

1. Recuerda que se trata de "contar una historia" por lo que debes pensar en la secuencia por la que debes llevar a los espectadores.

2. Siempre apoyate de los actores y de los expertos. En este caso para que contribuyan en la narrativa de la comunicación.

3. Debes conocer tu audiencia. ¿qué les interesaría y que los motivaría?

4. La presentación debe "provocar y emocionar" a la audiencia.

5. Deben tener muy claro cual es el "objetivo principal a comunicar" y posteriormente abordar los objetivos específicos.





En este ejemplo se muestra las estrategias de comunicación para la implementación del SPS, aparece el logo que representa a la marca y un render en el entorno para que comunique más específicamente cómo y en dónde se usaría este SPS.

Fuente:  
Proyecto CAPUL (2018). Bautista, Y., Camacho, O. y López, S.

✓ RESULTADOS	
Definición de criterios	<input type="checkbox"/>
Piezas de comunicación	<input type="checkbox"/>
◀ ¿ LOGRASTE LOS OBJETIVOS ? ▶	



# FIN DEL RETO

## CONSIDERACIONES PROSPECTIVAS

UNÉTE A LA RED DE  
APRENDIZAJE

COMPARTE LA EXPERIENCIA

RETROALIMENTA EL PROCESO  
CON LA COMUNIDAD

