

Optimización de los resultados de las terapias psicológicas mediante el mejoramiento de la experiencia del usuario a través de la aplicación de herramientas y técnicas utilizadas en el Desing Thinking

Rodríguez Vázquez, Lorena

2019-04-08

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/4233>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA PUEBLA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto

Presidencial del 3 de abril de 1981



OPTIMIZACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS TERAPIAS PSICOLÓGICAS MEDIANTE EL MEJORAMIENTO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS UTILIZADAS EN EL DESIGN THINKING

Director del Trabajo

Dra. Carmen Tiburcio García

ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE CASO

que para obtener el Grado de

MAESTRÍA EN DISEÑO ESTRATEGICO E INNOVACIÓN

presenta

LORENA RODRÍGUEZ VÁZQUEZ

San Andrés Cholula, Pue. 2017.

RESUMEN

Asistir a terapia psicológica tiene beneficios importantes para el desempeño de los seres humanos en su entorno laboral, personal y social. Sin embargo, las estadísticas muestran que son muy pocas las personas que acuden al psicólogo para tratar sus problemas personales. Lo anterior sucede por diferentes razones, principalmente por la desinformación que existe al respecto y la poca confianza que tienen las personas en el proceso de terapia tradicional en donde la cura se da a través de la palabra.

En el presente documento, se investigaron los principales motivos por los cuales el usuario no asiste a terapia o el por qué una vez que están en ella, deciden abandonarla. A partir de lo anterior, se propone mejorar la experiencia de las terapias psicológicas a través de la aplicación de técnicas y herramientas utilizadas en el Design Thinking con el fin de optimizar los resultados de la misma. Dichas herramientas ayudan al usuario a pensar de manera sistemática además de que facilitan el acceso a información reprimida en el inconsciente de tal forma que se puede llegar al insight de manera más rápida y menos dolorosa. De manera similar, se propone que las terapias se lleven a cabo en espacios acondicionados para que el usuario se sienta libre, relajado y se despierte su creatividad.

Tanto las herramientas como los espacios antes mencionados deberán ser utilizados por psicólogos para impartir sus terapias de tal forma que funcionen como un apoyo para optimizar los resultados y que el usuario tenga una mejor experiencia en las mismas.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento	1
1.2 Justificación	5
1.3 Objetivo.....	6
1.4 Objetivos específicos	6
1.5 Supuesto	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	7
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	16
3.1 Población	16
3.2 Muestra	16
3.3 Instrumentación	18
3.4 Análisis	18
3.5 Procedimiento	23
CAPÍTULO IV: PROPUESTA HELPIU	26
4.1 Definición del problema	26
4.2 Investigación	26
4.3 Planear	27
4.4 Comunicación	35
4.4.1 Establecimiento de los esquemas de trabajo.	35
4.4.2 Difusión de la estrategia	43
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES.....	46
5.1 Observaciones y Recomendaciones	48
REFERENCIAS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Figura 1. Proceso utilizado en Psicoterapia de comportamiento vs. Design thinking	3
Figura 2. Proceso de design thinking	11
Figura 3. Variables de los arquetipos	17
Figura 4. Mapa de empatía del usuario	21
Figura 5. Journey map.....	22
Figura 6. Etapas helpiu.....	27
Figura 7. ¿Cómo funciona helpiu?	28
Figura 8. Perfil del terapeuta	30
Figura 9. Perfil del paciente.....	31
Figura 10. Propuesta de valor	32
Figura 11. ¿por qué es largo el proceso terapéutico?	36
Figura 12. Ecosistema de la terapia psicológica	37
Figura 13. Posibles caminos de la investigación.....	38
Figura 14. Ideas para facilitar la exploración del problema	39
Figura 15. Página de aterrizaje de usuarios.....	40
Figura 16. Página de aterrizaje de terapeutas	41
Figura 17. Fanpage facebook.....	42

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento

“La salud mental es tan importante como la salud física para el bienestar general de los individuos, las sociedades y los países. Pese a ello, sólo una pequeña minoría de los 450 millones de personas quienes padecen un trastorno mental o del comportamiento está en tratamiento” (Sánchez, 2008, pág.17).

En México como en el resto del mundo, existe una gran deficiencia en la atención de los problemas de salud mental. Se estima que alrededor de 15 millones de personas padecen algún trastorno mental (Valencia, en Sánchez 2008.) Los resultados de la última Encuesta Nacional de Epidemiología Psiquiátrica (ENEP) indican que 28,6% de la población presentó alguno de los 23 trastornos incluidos en la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-10) alguna vez en su vida y que solamente uno de cada 10 pacientes recibe atención especializada (Medina en Sánchez, 2008).

Una persona que goza de salud mental es capaz de desempeñarse de manera efectiva en su entorno familiar, laboral y social. Sin embargo, tanto las creencias como la falta de información al respecto de tratamientos y las propias enfermedades causa que los individuos pasen por alto situaciones de conflicto sin buscar ayuda o asesoramiento profesional. “La búsqueda de atención puede tardar de 8 a 15 años y 15% de las personas con trastornos mentales prefiere auto medicarse” (Vitela, en Sánchez 2008, p. 22).

La falta de atención de conflictos de la vida diaria puede llevar al individuo a caer en depresión, la cual se estima llegará a ser la segunda causa de discapacidad a nivel mundial en 2020 (Murray y López en Sánchez 2008).

Con base en los datos anteriores, resulta obvia la relevancia que existe para lograr que las personas acudan a terapia de ser posible en una etapa temprana, de esta manera serán capaces de resolver sus inquietudes sin caer en una depresión o problema más grave. Sin embargo, se observa que a pesar de que existen diferentes tipos de terapia de entre los cuales el usuario

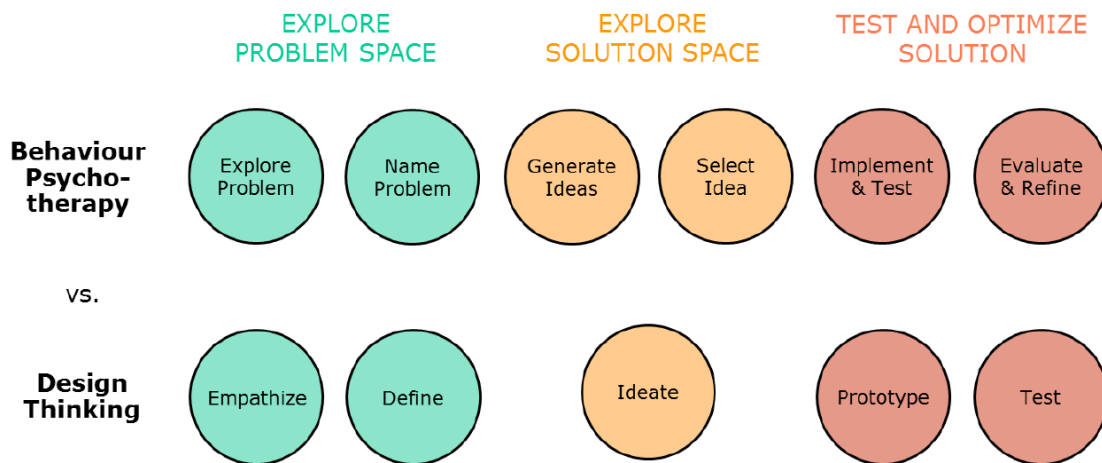
puede elegir, a muy pocos les resulta atractivo. Las razones dependen de muchos factores entre los que destacan, la incertidumbre que viven durante el proceso, desmotivación al no ver avances en las primeras sesiones y la negación que tienen al tocar algunos temas.

La gran mayoría de los procesos de una terapia tradicional están basados en la conversación con el paciente, en donde el psicólogo lo guía mediante preguntas u observaciones para que éste logre llegar a una conclusión. Este proceso resulta un tanto complicado, lento y poco efectivo para la mayoría de los usuarios debido a que la aceptación de un defecto o situación dolorosa es comúnmente reprimida en el inconsciente usando la negación como mecanismo de defensa. Con referencia en lo anterior, si el proceso de terapia se hace tangible para el usuario y se le otorgan herramientas que lo facilite, sería mucho menos doloroso y determinante.

Una forma de hacer lo anterior podría ser aplicando el proceso en el Design Thinking debido a que éste tiene etapas similares al utilizado para la resolución de problemas en la psicoterapia de comportamiento (Fiedler en Von Thienen y Meinel, 2014). El Design Thinking es un proceso para la resolución de problemas complejos centrado en las necesidades y deseos del usuario. En ambos procesos —el Design Thinking y el utilizado para la resolución de problemas en psicoterapia—, existe una etapa para la exploración del problema, otra para la exploración de la solución o etapa de ideación y para terminar la etapa de probar y optimizar.

Figura 1

Proceso utilizado en Psicoterapia de Comportamiento vs. Design Thinking



Fuente: (Von Thienen y Meinel, 2014).

Tal como se observa el proceso es muy similar, por tal motivo se piensa que un proceso específico para la auto resolución de problemas personales con base en el Design Thinking podría funcionar. El proceso mencionado tendría las siguientes etapas: Explorar el problema, definirlo, establecer metas, idear soluciones y planear la ejecución de las anteriores.

Lo anterior se considera porque como lo exponen Von Thienen y Meinel, “La comunidad perteneciente al Design Thinking ha creado una gran solución de materiales que ayudan a los estudiantes a dominar el proceso creativo para la solución de problemas” (trd. 2014, pág. 2).

El tipo de herramientas del Design Thinking son pensadas para la resolución de problemas, generalmente son utilizadas para resolver problemas empresariales, sin embargo, al utilizarlas para resolver problemas personales se pretende que el paciente, con la guía de un profesional, logre resolver sus problemas de manera clara y sencilla, pero sobre todo sin las barreras mentales que existen en la terapia tradicional. Además, la terapia que se propone se llevaría a

cabo en espacios pensados para despertar la creatividad, lo cual relajaría y ayudaría al paciente durante el proceso.

La investigación realizada en lo antes argumentado se ha llevado a cabo desde principios del mes de febrero de 2017. En ella se han realizado entrevistas a personas que han acudido a terapia con el fin de obtener información al respecto, de igual manera se han obtenido datos de personas que nunca han asistido a ningún tipo de terapia. En todos los casos se obtuvo información valiosa, así como comentarios positivos con respecto al nuevo proceso que se propone.

Se pretende que para junio de 2017 hayan sido probadas cinco herramientas para poder comenzar con un prototipo de alta fidelidad en donde el paciente pueda probar la experiencia completa, del proceso, el espacio adaptado junto con la sencilla manera de resolver problemas. Dicho prototipo será probado en la ciudad de Puebla, Pue. en el primer trimestre del año 2018.

Para lograr lo anterior se requiere de un aproximado de 300 horas de trabajo e investigación de parte del Diseñador Estratégico y del Psicólogo. Como apoyo principal se tomarían como base diferentes herramientas probadas en el Diseño Estratégico y procesos de innovación, las cuales serían modificadas y/o adaptadas para que sean efectivas en el proceso de terapia.

Llevando a cabo lo anterior, se reduciría la complejidad y dramatismo que existe al rededor del proceso de terapia tradicional con un psicólogo, y se mejoraría la experiencia del usuario que acudiera a una terapia basada en una experiencia tanto deseable como gratificante.

Por lo tanto, después de lo planteado surge la siguiente interrogante: ¿De qué manera la aplicación de herramientas y técnicas usadas en el Design Thinking pueden mejorar la terapia psicológica?

1.2 Justificación

Los seres humanos están continuamente expuestos a situaciones personales como problemas en el trabajo, con la familia, discusiones de pareja, dificultades para tomar decisiones, entre otros. Existen diferentes maneras en las que se pueden afrontar dichos conflictos, sin embargo, la manera de resolverlos depende de cada individuo. Su personalidad, preparación, experiencias, creencias y nivel socio - económico, son algunos de los factores que influyen en la manera como deciden resolverlos.

Acudir a terapia psicológica es la manera más eficaz de sobrellevar los problemas del día a día, además de que promueve el autoconocimiento y mejora la autoestima. A pesar de esto, son muy pocas las personas que deciden acudir a un psicólogo a tratar su problema de manera formal y los que deciden asistir muy frecuentemente abandonan la terapia después de las primeras sesiones, las cuales no son suficientes para resolver el conflicto.

Las razones por las que el individuo no asiste a terapia varían de persona a persona. Según las entrevistas realizadas, las personas piensan que el psicólogo no es efectivo debido a que no ven resultados significativos en las primeras sesiones lo cual conduce al abandono de la terapia y a tener una mala percepción de las terapias en general. De manera similar, la incertidumbre que sienten durante el proceso al no tener metas claras establecidas y sentir que hablan sin llegar a una conclusión, es otra causa importante del abandono.

El dejar un problema psicológico sin atender puede interferir de manera significativa con la vida del paciente, pero sobre todo en su ambiente laboral, familiar y social. Si se logra que más personas acudan a terapia habría sociedades y entornos más sanos. Por lo anterior, se pretende desarrollar una metodología para la resolución de problemas personales focalizados en donde se empleen herramientas utilizadas en el Design Thinking y la guía de un psicólogo que propicie el auto descubrimiento. Como complemento, la terapia se llevaría a cabo en espacios en donde el paciente se sienta relajado, pueda caminar, dibujar en paredes o poner su propia música; con el objetivo de convertirla en un proceso fácil y relajado, así como deseable.

Para llevar a cabo esta experiencia no se requieren avances tecnológicos especiales ni grandes cantidades de dinero, el espacio se puede adaptar en diferentes lugares para que cumpla con las características antes mencionadas. De igual forma, la metodología se puede aplicar en

cualquier espacio relajado y no se necesita nada más que al psicólogo, el paciente y algo en donde éste pueda escribir sus ideas más importantes.

1.3 Objetivo

Optimizar los resultados de las terapias psicológicas mejorando la experiencia del usuario en las mismas a través de la aplicación de herramientas y técnicas utilizadas en el Design Thinking.

1.4 Objetivos específicos

- Definir un proceso para ejecutar la terapia psicológica similar al usado en el Design Thinking.
- Determinar qué herramientas del Design Thinking pueden ser aplicadas en terapia psicológica.
- Prototipar las herramientas con usuarios en terapia psicológica.

1.5 Supuesto

Los resultados de terapias psicológicas se optimizan mejorando la experiencia del usuario en ellas mediante la aplicación de herramientas y técnicas utilizadas en el Design Thinking.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Día a día las personas se ven expuestas a situaciones en donde su corazón o su mente se encuentran vulnerables. Viven enfrentándose a problemas comunes de la vida o en ocasiones a situaciones mucho más difíciles que a veces no saben manejar por sí solos. A pesar de que para gran parte de las personas no es de su agrado, acudir a terapia psicológica es tan necesario como acudir al dentista o a cualquier otro especialista para mantener una buena salud mental. Sin embargo, existe una gran falta de información al respecto, se piensa que la psicoterapia es únicamente para personas con depresión profunda o problemas psiquiátricos más complejos.

Jorge Luis Tizón decía que “La psicoterapia consiste en la aplicación metódica de técnicas y procedimientos psicológicos en el tratamiento de los problemas de conducta, los trastornos mentales o el sufrimiento humano (no sólo psicológico)” (Fernández, 2009 p. 28).

En una terapia, el psicoterapeuta ayuda al paciente a aliviar los problemas psicológicos que le están angustiendo, escucha al paciente y trata de guiarlo durante el proceso sin establecer ningún tipo de juicio para que llegue a una conclusión y se genere un cambio de conducta o de percepción del problema.

Las terapias psicológicas más comunes suelen ser por un tiempo indefinido, debido a que al comenzar a indagar sobre un determinado problema, éste lleva a otro más grande que a su vez es la consecuencia de otro aún más grande. Como resultado, al profundizar de esta forma, no hay manera de que existan límites en el tiempo que dura la terapia y se convierte en un proceso que la mayoría de las veces toma muchos meses o incluso años.

Por lo antes mencionado, es muy común que los pacientes sientan mucha incertidumbre o aburrimiento, lo que los conduce a abandonar la terapia. Asimismo, las personas que nunca han asistido se ven desmotivadas al pensar que es una pérdida de tiempo y aprenden a sobre llevar los problemas sin analizarlos o darles una solución.

En respuesta a lo anterior, con el fin de reducir tiempos y costos en las intervenciones surge un modelo de terapia de corta duración y alta efectividad llamado Terapia Breve o Terapia a corto Plazo en donde se establece un objetivo central llamado foco y se trabaja alrededor de él. Todo el material clínico que se encuentre fuera de la esfera inmediata del objetivo, es tomado en cuenta

únicamente si afecta de alguna manera al objetivo central (Coren, 2003).

Sánchez Escobedo describe esta terapia como dinámica y flexible con un esquema interactivo en donde se analizan los intentos de solución, se establecen metas y alcances del tratamiento. Normalmente no se toma en cuenta el pasado del paciente, sino que se analiza el problema en su situación actual. Su objetivo principal es encontrar la solución de los problemas del paciente de una manera más eficiente, reduciendo el gasto económico, el tiempo y sobretodo el dolor (2008).

Lo anterior es esencial para reducir la incertidumbre y ansiedad que sufren gran parte de los pacientes, se sienten mucho más motivados a permanecer en el tratamiento al saber hacia dónde van caminando y teniendo claros los beneficios que pueden obtener si se quedan en él. De manera similar, incrementan la fe que tienen en la terapia, lo cual resulta positivo para los resultados del proceso.

Braier hace referencia a que los objetivos se plantean en términos de una superación de un síntoma o problema actual (1999). Al tener dichos objetivos establecidos, es mucho más sencillo tanto para el terapeuta como para el paciente darle sentido a todo el material clínico que exista. Durante la terapia, el psicólogo es el encargado de encaminar al paciente y evitar que se vaya a la deriva como suele suceder en las terapias sin límite de tiempo (Coren, 2003).

Algunos objetivos comunes que pueden ser tratados en la terapia a corto plazo pueden ser: una etapa de desarrollo, un estado, conflicto, síntoma, pulsión, meta de vida, rol o identidad. (Groves en Coren, 2003).

Para poder avanzar positivamente en el proceso terapéutico se requiere hacer consciente lo inconsciente, por lo que una de las metas fundamentales de la terapia es fomentar el insight o la toma de consciencia, la cual significa un mayor conocimiento de uno mismo y contribuye con el desarrollo de nuevas conductas (Bernstein & Nietzel, 1982). Braier decía que “no se trata simplemente de comprender en un sentido intelectual, sino también de poder experimentar emocionalmente el contacto con los aspectos inconscientes de uno mismo” (1999, p. 42).

Para lograrlo, el terapeuta se encarga de guiar al paciente en la autoexploración ofreciendo únicamente su interpretación del problema de tal forma que el paciente logre ver o aceptar cosas

desagradables obteniendo sus propias conclusiones sobre su significado (Bernstein, 1982).

En la mayoría de los casos este proceso es muy complicado, debido a que cuando el individuo se enfrenta a situaciones dolorosas o desagradables, el paciente pone resistencia logrando mantener la información reprimida e inconsciente. Bernstein y Nietzel aseguran que, por lo regular, estos obstáculos no son claros o comprensibles para el paciente debido a que éste tiene mecanismos de defensa que le impiden ver con claridad (1982). “El paciente es el último en comprenderlo simplemente por ser quien inconscientemente no los quiere comprender” (Bernstein & Nietzel, 1982, p. 374).

Para facilitar este proceso se requiere la utilización de ciertas técnicas o herramientas que propicien la forma de pensar de una manera sistemática además de efectiva con el fin de que el paciente logre acceder a información reprimida de una manera más rápida y menos dolorosa. Dichas herramientas deben funcionar de manera similar a la asociación libre, técnica desarrollada por el psicólogo Sigmund Freud para ayudar al paciente a descubrir el material inconsciente, en donde como idea principal, se eliminan las restricciones de tipo lógico, social, etcétera y sale a la superficie el material inconsciente (Bernstein & Nietzel, 1982).

Analizando tanto la complejidad de los problemas psicológicos, como los procesos utilizados por el terapeuta y los obstáculos o dificultades que surgen durante el proceso, se encuentran grandes similitudes con los elementos y el proceso de *Design Thinking*; el cual es utilizado en gran parte para solucionar problemas complejos dentro del ámbito empresarial.

Design thinking, en español llamado Pensamiento de Diseño, es un proceso para la resolución de problemas que se adapta a las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y económicamente viable utilizando tanto métodos o herramientas, como la sensibilidad del diseñador (Brown en Matthews & Wrigley, 2017. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.5204/jld.v9i3.294>).

En este proceso, los diseñadores se enfrentan comúnmente con lo que denominan wicked problems o problemas perversos. Éstos son problemas complejos del sistema social, que al igual que los problemas psicológicos, no están bien definidos, tienen múltiples posibles soluciones o no siempre una sola respuesta correcta. Horst decía que lo que hace perverso a un problema no es su grado de complejidad, sino que los procesos tradicionales no lo pueden resolver (Rittel y

Webber, en Camillus 2008. Recuperado de: <https://hbr.org/2008/05/strategy-as-a-wicked-problem>).

Dentro de los criterios que caracterizan a los wicked problems, se encuentran muchas similitudes con los problemas humanos como que no tienen una formulación definitiva; se pueden resolver de muchas maneras y sin regla alguna; las soluciones que se les dan no son verdaderas o falsas sino buenas o malas; los intentos de solución son posibilidades nuevas; las soluciones de estos problemas son síntomas de problemas aún mayores que entre más se investigan más grandes se convierten; existen problemas similares pero no idénticos, cada uno es esencialmente único; dependiendo de los agentes involucrados, el problema se representa y explica según la perspectiva cada uno de ellos. Por lo tanto, se puede decir que los problemas que normalmente son tratados en psicoterapia son en gran parte: wicked problems.

De manera similar al proceso de psicoterapia, en el proceso de diseño se tiene como objetivo encontrar insights sobre un determinado problema para poder dar solución a los problemas del usuario que no siempre son verbalizados. En ocasiones se piensa que las ideas creativas se dan de manera mágica y surgen únicamente de mentes brillante pero la realidad es que son el resultado de trabajo duro y procesos con ciclos iterativos de prototipado, prueba y refinamiento (Brown, 2009).

La fase de búsqueda, en donde se comienza a explorar soluciones o respuestas, normalmente se vuelve frustrante de manera rápida, cuando esto sucede, el usuario no puede pensar de manera correcta y todas las soluciones que genere el cerebro en ese momento seguramente serán incorrectas. En algunas ocasiones es necesario terminar o delimitar la etapa de búsqueda, cambiar estrategias o comenzar a buscar en otro lugar, en otras ocasiones antes de rendirse, aparece un insight (Lehrer, 2008. Recuperado de: <http://www.newyorker.com/magazine/2008/07/28/the-eureka-hunt>).

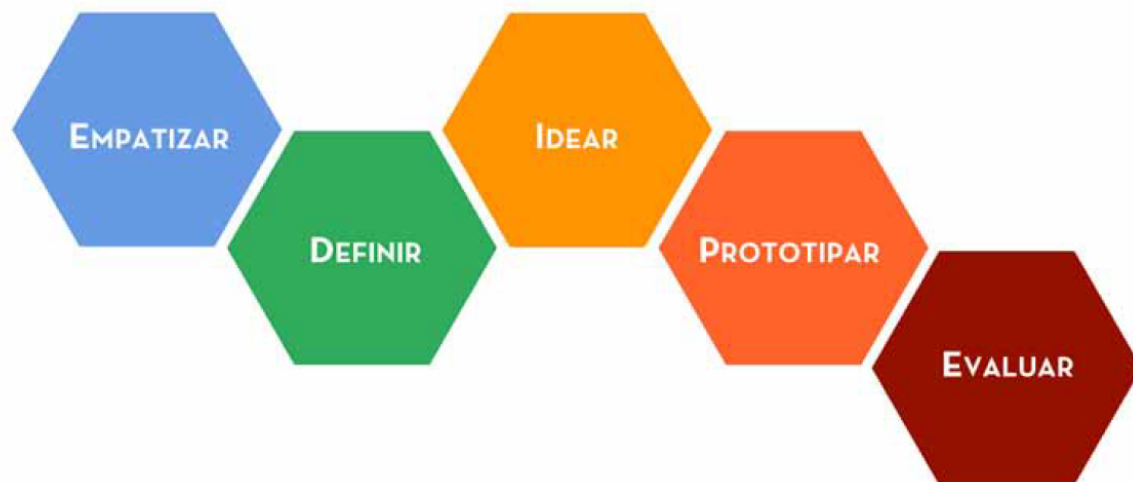
El proceso de diseño combina razonamiento con dos tipos de lógica: analítico e intuitivo, en donde se crea, explica y verifica información (Hillen y Camacho, 2015, recuperado de: <http://veroniquehillen.com/es/>). De manera similar, siempre es utilizado un pensamiento convergente – divergente, en donde se diverge para multiplicar las opciones y crear alternativas o soluciones para el problema y, por el contrario, se converge cerrando el proceso, decidiendo entre las alternativas previamente generadas (Brown, 2009).

Para una persona es muy difícil ser analítica e intuitiva al mismo tiempo, por lo que los procesos y principalmente las herramientas del design thinking favorecen el aprendizaje alternando ambas formas de lógica (Hillen y Camacho, 2015, recuperado de: <http://veroniquehillen.com/es/>). Dichas herramientas ayudan al usuario a pensar de manera sistemática y mucho más efectiva, facilitando el proceso y generando insights rápidamente.

Los procesos creativos tienen etapas y pasos en donde se implementan métodos de ejecución y reflexión con los cuales los diseñadores llegan a soluciones que satisfacen tanto a usuarios como clientes (Lupton, 2012).

Hasso – Plattner Institute of Design en Stanford (d.school), escuela líder de Design Thinking, propone un modelo para el proceso de diseño que consta de cinco etapas: **Empatizar, definir, idear, prototipar, y probar**. Como se mencionó anteriormente, dicho modelo tiene similitudes con modelos utilizados en terapias psicológicas y de comportamiento.

Figura 2
Proceso de Design Thinking



Fuente: (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f. Recuperado de: <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>)

Una etapa fundamental al inicio tanto del proceso de diseño como de la psicoterapia es el generar empatía con el usuario, lo que en psicoterapia es conocido como establecer rapport. En esta etapa el diseñador conoce al usuario y se pone en sus zapatos, de tal manera que al involucrarse en su entorno logre entender tanto su experiencia como sus motivaciones. Conociendo de cerca al usuario se descubre lo que es realmente importante para ellos (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f). En la etapa de empatía el diseñador deja a un lado sus prejuicios o suposiciones para generar insights del usuario y sus necesidades reales. (2017, recuperado de <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>). Es en este punto en donde se deja de ver a los usuarios como ratones de laboratorio y se piensa en el qué, cómo y por qué actúan de determinada manera (Brown, 2009).

De manera similar, en la psicoterapia la empatía es utilizada para generar un lazo de confianza y comodidad entre el terapeuta y el paciente. En este caso, el paciente es el usuario del problema por lo que conoce a la perfección cuáles son sus sensaciones, emociones o dolores con respecto a éste, sin embargo, el terapeuta debe analizar la situación con empatía, dejando a un lado sus prejuicios para poder guiar al paciente de manera adecuada y llegar a una solución. Establecer simpatía y empatía entre terapeuta y psicólogo es indispensable para una terapia exitosa (Sánchez, 2008).

La segunda etapa del proceso de diseño es definir el problema la cual es fundamental para tener claridad y conocer los desafíos a los que se enfrenta el diseñador (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f). Tanto en el proceso de diseño como en la psicoterapia se analiza y sintetiza la información para identificar cuál es el problema central sobre el que se va a trabajar.

A los diseñadores, esta etapa los ayuda a recolectar ideas, así como a definir elementos, funciones y características que den pie a la solución del problema. De igual manera se comienzan a hacer preguntas específicas que proporcionen información para la siguiente etapa (Dam y Siang (2017) Recuperado de: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>).

Por otro lado, para un paciente de psicoterapia es muy importante conocer el problema al que se esté enfrentando debido a que en ocasiones únicamente conocen el síntoma, pero no logran definir qué es lo que los está haciendo sentir de esa manera. En la psicoterapia breve, es fundamental tener claro cuál es el problema a solucionar, estructurarlo en términos de

interacción, conducta y comunicación; cuándo o en dónde ocurre, así como su frecuencia, quiénes son los afectados, cómo lo viven los involucrados, etcétera (Sánchez, 2008). Teniéndolo claro, el terapeuta puede encaminar al paciente a encontrar una solución evitando que la terapia se salga de foco.

Para continuar, se encuentra la etapa de ideación, durante la cual se generan todas las ideas posibles que puedan convertirse en soluciones. Se combina el consciente e inconsciente, la imaginación y el pensamiento irracional. Con la información recaudada, sintetizada, analizada y definida se comienza a pensar de manera creativa para identificar muchas posibles soluciones innovadoras del problema visto desde diferentes ángulos (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f). Linus Pauling decía que es necesario tener muchas ideas primero para después obtener una buena idea (Brown, 2009).

Para lograr lo anterior, los diseñadores utilizan diferentes técnicas y herramientas que los ayudan a pensar de manera más sistemática. Hacen uso de lluvias de ideas, mapas mentales, buscar la peor idea posible, entre otras. Como ya se mencionó, el proceso de psicoterapia mejoraría al hacer uso de dichas técnicas o herramientas debido a que plasmar las ideas de manera visual hace que sean vistas desde otra perspectiva. Al mantener la información en números y palabras se tiene un panorama limitado, por el contrario, si este es plasmado en papel, se logra tener uno mucho más completo (Brown, 2009).

Por ejemplo, los niños dibujan de manera natural para plasmar sus ideas, aunque generalmente van perdiendo esta capacidad con el fin de convertirse en adultos que piensan lógicamente y se expresan de manera verbal. Sin embargo, grandes expertos en resolver problemas de manera creativa utilizan mapas mentales, matrices y marcos gráficos con los que describen sus ideas más eficientemente (Brown, 2009).

Las últimas dos etapas del proceso van muy de la mano. Es aquí en donde se realizan prototipos, que son pequeñas pruebas de las ideas establecidas, y se evalúa la reacción de los usuarios ante ellas. En la etapa de prototipado se utilizan dibujos, artefactos o cualquier cosa con la que el usuario pueda interactuar, para validar las ideas generadas o resolver preguntas de manera práctica y poder acercarse a una solución final (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f). Es una etapa de experimentación en donde se materializan las ideas de la forma más rápida y económica posible para encontrar soluciones.

El proceso entre prototipar y evaluar es constante e iterativo. Los prototipos se prueban como se pensaron, se obtiene retroalimentación del usuario, después se mejoran los detalles que no funcionaron, una vez mejorados se vuelve a probar y así repetidamente. Funcionan para saber qué es lo mejor de la idea, pero principalmente se puede evaluar qué es lo que no funciona, de tal manera que se avance rápida y efectivamente en el proceso.

Los prototipos pueden ser implementados durante la psicoterapia de manera que el paciente pueda experimentar en pequeño alguna de las posibles soluciones establecidas en etapas anteriores. Por ejemplo, un storyboard puede ser de gran ayuda para visualizar una situación o experiencia y comenzar a probar cómo reacciona ante ella.

Tomando en cuenta todo lo anterior, la experiencia del usuario mejoraría significativamente al acudir a una psicoterapia. Acelerar el proceso reduce la ansiedad del paciente logrando que sientan más confianza durante él, así como menor incertidumbre, lo cual incrementa la credibilidad ante el mismo haciéndolo más efectivo.

Si la experiencia es placentera y efectiva, los pacientes se sentirán atraídos por ella y en consecuencia asistirán de manera recurrente. Ahora bien, al pensar en la creación de las experiencias se debe tomar en cuenta que los usuarios se ven más impactados por una mala experiencia que por una buena (Baumeister en Shariat & Saucier, 2017). Por lo anterior, es importante considerar cada detalle de la misma. Una experiencia atractiva que capte la atención de la audiencia y que sea lo suficientemente diferente debe tomar en cuenta el proceso completo, tanto las emociones del usuario, como el ambiente en el que se desarrolla (Shedroff, 2009).

Por lo tanto, para complementar la experiencia se propone que ésta se lleve a cabo en espacios similares a los utilizados en procesos de diseño, que hagan sentir cómodo al paciente y despierten su creatividad. Bernstein & Nietzel dicen que es importante hacer sentir relajado al paciente para lograr un buen rapport y efectividad en la terapia, es importante un espacio agradable en donde se sienta cómodo físicamente, tomar en cuenta la apariencia del consultorio, así como los objetos que existen a su alrededor (1982).

En el design thinking, los espacios normalmente utilizados para su práctica buscan despertar la creatividad, un estado mental de exploración. Son cómodos tanto en la parte emocional como en la funcional y comúnmente ofrecen seguridad individual, así como confianza creativa grupal. Esto

incrementa la solidaridad y el trabajo en equipo efectivo (Hillen y Camacho, 2015, recuperado de: <http://veroniquehillen.com/es/>).

El buen diseño entiende a los usuarios involucrados y crea una experiencia completa que satisfaga sus necesidades (Sariat, 2017). La psicoterapia con estas bases es claramente efectiva y benéfica tanto para el usuario como para el ambiente que lo rodea. Los pacientes que acuden logran entenderse a sí mismos y tener mejores relaciones sociales. Complementarla con espacios, técnicas y herramientas pensadas en el usuario hará una experiencia efectiva y satisfactoria; lograrlo no requiere de esfuerzos, pues es un conjunto de conocimientos probados.

Con base en lo anterior. Se piensa que la psicoterapia se puede convertir en un servicio totalmente deseable, factible y viable que no concluiría en nada más que pacientes psicológicamente sanos y felices.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Población

La población utilizada para el desarrollo de esta investigación comprende a todas aquellas personas que radican en la ciudad de Xalapa, Veracruz y Puebla, Puebla, que buscan apoyo psicológico para solucionar problemas personales y prefieren los métodos alternativos.

3.2 Muestra

Para la elaboración de esta investigación, se elige una muestra no probabilística por cuotas, la cual es utilizada para obtener información precisa de acuerdo con las características de la misma (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), en este caso obtener una comparación entre la terapia tradicional y el método propuesto.

En un primer momento la muestra se compuso por un experto en psicología clínica: Mónica F. D., Maestra en Psicología y seis sujetos tipo, de los cuales dos habían acudido a consultas tradicionales con el psicólogo, tres habían probado solucionar sus problemas con apoyo de otros métodos y el resto nunca había asistido a ningún tipo de terapia.

Se realizó una segunda etapa de investigación en donde la elección de sujetos tipo se determinó por arquetipos, forma utilizada en el Design Thinking para categorizar a los usuarios de acuerdo con sus actitudes y/o comportamientos (Goodwin, 2009). Dichos arquetipos responden a las siguientes variables: personas que buscan ayuda para solucionar sus problemas personales o prefieren la auto resolución de los mismos; y personas que buscan métodos tradicionales o métodos alternativos. A continuación, se ilustran las cuatro variables:

Figura 3
Variables de los arquetipos



Fuente: Elaboración propia

A partir de lo anterior se realizaron perfiles de personas, que son “arquetipos que describen las diferentes metas y patrones de comportamiento observados entre los usuarios potenciales y consumidores” (trd. Goodwin, 2009, p. 229).

La muestra de esta segunda etapa se conforma por seis usuarios, de los cuales cuatro asistieron a terapia psicológica tradicional y dos nunca habían asistido a ningún tipo de terapia.

3.3 Instrumentación

La presente investigación se realizó con base en el método de Design Thinking bajo una postura epistemológica interpretativa flexible, así como con un paradigma cualitativo. Para un primer acercamiento al tema, que consiste en la recolección de la información necesaria para lograr empatía con los usuarios, se realizaron entrevistas a profundidad, así como el recurso de participación acción. Con lo anterior se conocieron las necesidades, motivaciones, problemáticas y emociones que experimentan los pacientes durante el proceso.

La técnica utilizada para validar de manera rápida las herramientas fue el prototipado, mismo que consiste en la “generación de elementos informativos como dibujos, artefactos y objetos con la intención de responder preguntas que nos acerquen a la solución final” (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, s.f., p. 7). Los instrumentos utilizados fueron:

1. Árbol de los Por qué. Con este instrumento se cuestionan cada una de las problemáticas para llegar a la definición del mismo.
2. Journey Maps. Con base en ellos se ilustra el proceso que vive el paciente durante la terapia, se identifican los puntos más dolorosos del mismo para poder mejorarlos (Richardson, 2010).
3. Mapa de empatía del usuario. Este se realiza para conocer a profundidad al usuario, saber qué es lo que busca del servicio, sus costumbres y preferencias, entre otros atributos.

3.4 Análisis

En este apartado se describen los pasos realizados para desarrollar la presente investigación, que van desde la identificación del problema hasta el prototipado de soluciones propuestas para el mismo. A continuación, se detalla cada uno de ellos:

- a. El estudio de este caso, partió de la identificación de un problema actual en la sociedad, el cual consiste en que a pesar de los múltiples beneficios que tiene asistir a terapia psicológica, son muy pocas las personas que lo hacen.

- b. Se realizó investigación secundaria para conocer cuál es el contexto de la psicología clínica, cómo funciona y sus principales conceptos. De manera similar, se hizo uso de la netnografía, se identificaron cuáles son las tendencias actuales alrededor del tema, qué es lo que piensa o dice la gente, entre otras cosas.
- c. Con la información recolectada en pasos anteriores, se planteó un cuestionamiento sobre el tema y utilizando la herramienta Árbol de los por qué, se profundizó sobre el tema. Una vez realizados los cuestionamientos, se identificaron las posibles soluciones, los prejuicios y los puntos en donde se requería más investigación.
- d. A través de una entrevista a profundidad con un experto se profundizó sobre el tema, se conoció su opinión, los problemas que identificó, así como la viabilidad del proyecto.
- e. Para continuar se analizó el entorno de la psicología clínica, para identificar a sus principales jugadores, en donde se desarrolla, los usuarios primarios, secundarios y las principales relaciones que existen entre ellos.
- f. Una vez identificados los roles de cada involucrado, se determinó a qué tipo de personas se debía entrevistar para poder comenzar a conocer al usuario y establecer empatía.
- g. Se realizaron entrevistas a profundidad con diferentes tipos de usuarios. Con estas entrevistas se conocieron los métodos que utilizan para solucionar sus problemas, así como los principales motivos por los que no asisten con un psicólogo.
- h. A partir de la información obtenida en las entrevistas, se realizó la categorización de la información por temas: motivos de decisión para asistir o no a terapia, espacio en donde se desarrolla la terapia, tipo de terapia y temas relacionados con ésta, el terapeuta, el tipo de seguimiento que obtienen, así como opiniones generales sobre el tema.
- i. Una vez analizada y sintetizada toda la información obtenida en el paso anterior, se procedió a la generación de insights, dentro de los que destacan:
 - Necesito objetivos claros para no sentir incertidumbre, pero desconozco cómo establecerlos.

- Quiero ir a terapia porque me siento triste pero no quiero que me mediquen.
 - Me sentí juzgado por el psicólogo porque señalaba todos mis errores, pero no me daba soluciones.
 - Comencé a ir a terapia porque hablar de mis problemas me hace sentir bien pero no quería contárselos a cualquier persona.
 - He encontrado soluciones sola porque soy muy analítica, pero a veces he necesitado una guía.
 - Abandoné la terapia porque me sentía frustrada al tener que hacer todo sola pero la meditación me ha ayudado.
 - Acudo a coaching porque me dan herramientas que facilitan mi proceso, pero creo que los psicólogos están mejor preparados.
 - He considerado tomar terapia porque tengo problemas pendientes que resolver, pero me interesaría que fueran más interactivas.
 - Trabajar bajo presión se me dificulta, pero lo he encontrado más efectivo para encontrar soluciones rápidamente.
- j. Para poder categorizar a los usuarios, se realizó una matriz de arquetipos de acuerdo con sus comportamientos, actitudes y preferencias. La cual se detalla a continuación:
- k. Se plasmó en un Mapa de Empatía las diferentes características del usuario divididas en lo que normalmente hace, piensa, escucha, dice, sus principales dolores y beneficios obtenidos en la terapia.

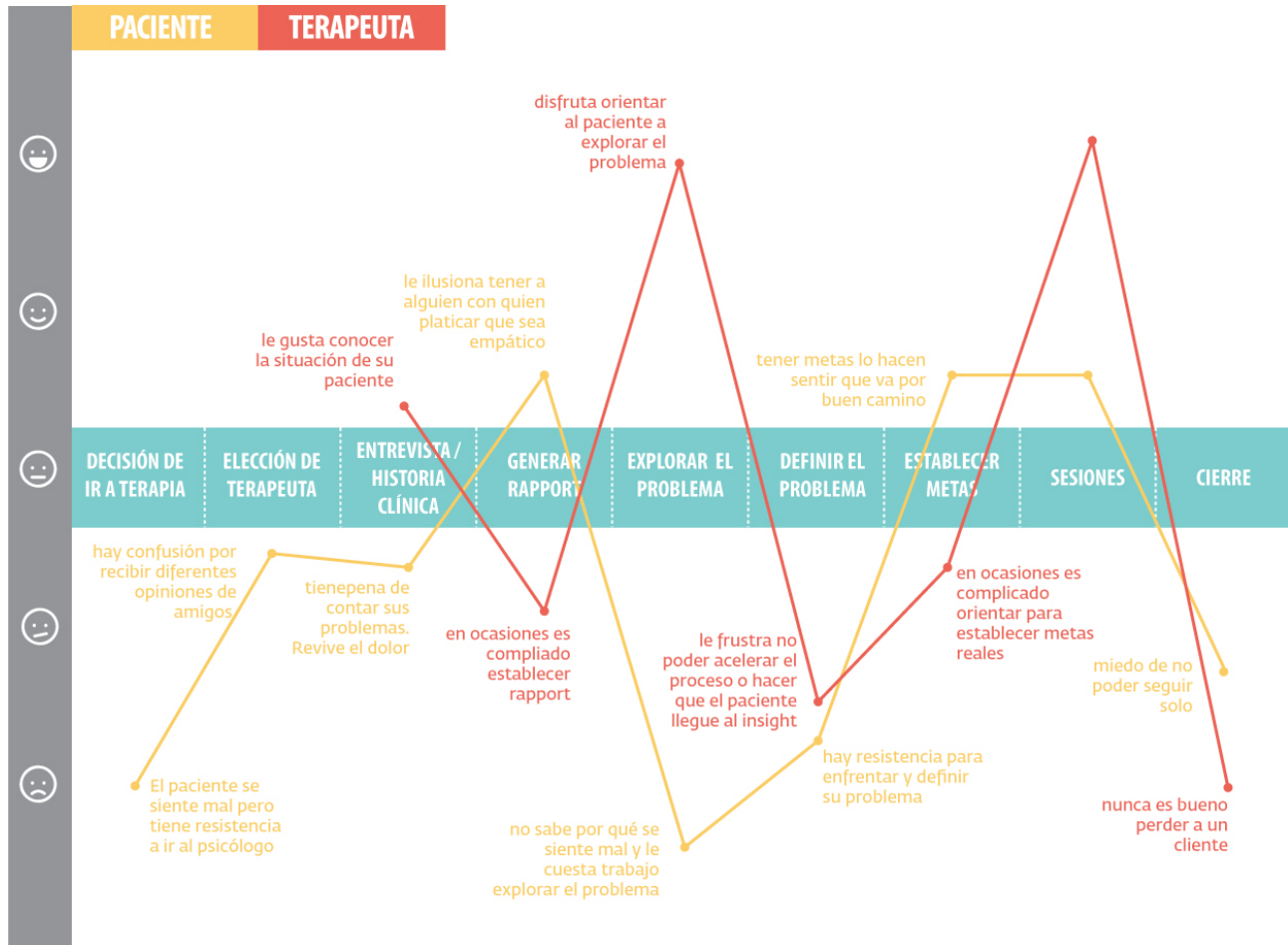
Figura 4
Mapa de empatía del usuario



Fuente: Elaboración propia

- I. Mediante un Journey Map del usuario, se hizo un diagrama con todo el proceso que vive desde que toma la decisión de asistir a terapia hasta que es dado de alta. En éste, se identificaron los pasos más dolorosos de la experiencia los cuales son puntos de oportunidad para mejorarla. En la figura 5 se pueden apreciar en la parte central, los pasos que vive el usuario al acudir a una terapia tradicional; en la parte de arriba se encuentran marcados los puntos que lo hacen más feliz; por el contrario, en la parte de abajo se observan los momentos más dolorosos del proceso y que a su vez son áreas de oportunidad. El diagrama hace referencia a los momentos que viven tanto el terapeuta como el paciente.

Figura 5
Journey Map



Fuente: Elaboración propia

- m. Se volvió a analizar el problema y se seleccionó una de las ramas del mismo para poder idear soluciones basadas en un tema específico.
- n. Con lo realizado anteriormente, se identificó que uno de los puntos de dolor más significativos durante el proceso es la exploración del problema, por lo anterior, se comienza a idear soluciones centradas en facilitar esta etapa en específico.

- o. Se realizó un análisis de las diferentes herramientas que existen en el Design Thinking y se seleccionaron las más adecuada para utilizarse en procesos terapéuticos.
- p. Se definieron las herramientas y se optimizaron las necesarias para su utilización en terapias.
- q. Una vez optimizadas, se hizo una selección de las herramientas a prototipar para cumplir con el propósito de esta investigación.
- r. Se aplicaron las diferentes herramientas obteniendo los siguientes insights por parte de los pacientes:
 - En una sesión de media hora descubrí cosas que no habría descubierto en tres meses de terapia tradicional.
 - Las herramientas que me otorgaron me hicieron muy fácil el proceso.
 - Considero que es una mejor manera de trabajar mis problemas, rápida, sencilla y muy clara.

3.5 Procedimiento

Para corroborar que la propuesta fuera realmente efectiva, que los pacientes sintieran menos incertidumbre durante el proceso, avances rápidos y el deseo de regresar a una segunda sesión, se probaron cinco herramientas de diferentes etapas del proceso, las cuales se aplicaron de la siguiente manera:

- a. Se recibió al paciente en el espacio de la terapia.
- b. Mediante una plática introductoria, se estableció rapport con el usuario para comenzar el prototipo. Para reducir el nervio, se le dejó en claro que la prueba iba dirigida a la herramienta y no a él.

- c. Se le solicitó que todo lo que pensara acerca de la herramienta se dijera en voz alta para poder registrar todo y no se olvidara nada.
- d. El usuario recibió una tarjeta en donde se explicaba paso a paso cómo funciona la herramienta. Se solicitó al usuario que la leyera de principio a fin.
- e. El usuario aplicó la herramienta escribiendo en el pizarrón. Si había alguna duda, la persona monitoreando el prototipo lo orientaba.
- f. Una vez finalizado el ejercicio, se le pidió al usuario que describiera cómo se sentía. Si había cambiado la perspectiva de su problema o había tenido un mayor entendimiento del mismo, etcétera.
- g. Para finalizar, se tenía una plática de cierre con el usuario explicando cómo funcionaría una terapia completa y se le pidió retroalimentación.
- h. Con dicha retroalimentación, se mejoraron las herramientas para probar los cambios en el siguiente prototipo.

Las cinco herramientas prototipadas funcionaron de la misma manera, pero la actividad fue totalmente diferente. A continuación, se describen cada una de ellas:

Mapas Mentales: Con esta herramienta el paciente trazó en un pizarrón un problema central, identificó y escribió los conceptos que existían alrededor del mismo. Una vez hecho esto conectó los conceptos que estaban relacionados directamente con una línea continua y los que no lo estaban tanto, con una línea punteada. Al finalizar el usuario pudo visualizar su problema con una perspectiva más amplia, así como darse cuenta de conceptos importantes que estaban relacionados con otros que no pensaba dentro de la situación.

Pelando cebollas: Al usar esta herramienta, el usuario dibujó un círculo representando el centro de una cebolla, en el que escribió el problema, situación o idea que se quiso explorar. Alrededor, escribió conceptos relacionados directamente con dicho problema. Para continuar, dibujó un círculo más grande con conceptos relacionados a los otros. Y así sucesivamente, de tal manera que se fueran encontrando conceptos más alejados del problema central además de que se

lograran identificar los límites del problema. Con esta herramienta el usuario fue capaz de identificar todos los conceptos relacionados con la situación principal, así como de priorizar los que estaban más cercanos al mismo, o por el contrario desvalorizar los que estaban alejados.

Parafraseando: Para la utilización de esta herramienta, se le pidió al usuario que escribiera su problema en una frase. Después de esto que dividiera el problema en palabras clave, las cuales deberían de ser cambiadas una y otra vez hasta que lograra escribir el problema de muchas maneras diferentes. Al realizar lo anterior, el usuario se vio forzado a reflexionar sobre las diferentes maneras de expresar su problema. Cuando se escribe un problema de manera repetitiva o de diferentes formas, surge un proceso de entendimiento en el cerebro de las personas, además de que logran visualizarlo desde diferentes perspectivas.

Journey Map: Al igual que en los procesos de design thinking, se le pidió al usuario que realizara un diagrama de principio a fin de la situación que estaba viviendo. Después de realizarlo y reflexionar sobre el proceso, graficó cómo estaban sus emociones en cada punto del proceso. De esta manera fue muy fácil distinguir, así como asimilar cuáles eran los puntos en donde el usuario debía de trabajar más, o en donde se estaban detonando situaciones de ansiedad, tristeza, etcétera.

Lluvia de ideas Segmentadas. Con esta herramienta se le pidió al usuario que enlistara todas las posibles soluciones a un problema, o las posibles causas del mismo, según fuera el caso. Después de esto debió realizar la misma lista, pero siguiendo alguna regla en particular, por ejemplo: Realizar una lluvia de ideas de cómo lo solucionaría su súper héroe favorito. Con esto, el paciente relaja su mente y comienza a idear soluciones que tiene posiblemente reprimidas, pero no es capaz de realizar como un ser humano normal. Dicha información resulta de gran utilidad cuando el psicólogo interpreta los resultados de la herramienta.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA HELPIU

4.1 Definición del problema

A pesar de los múltiples beneficios que tiene el acudir a terapia psicológica para el desarrollo humano y el buen desempeño dentro de la sociedad, son muy pocas las personas que deciden hacerlo. Lo anterior sucede por diversos motivos, una gran mayoría piensa que asistir a terapia no es efectivo debido a que no ven cambios en las primeras sesiones.

Por lo anterior se propone mejorar la experiencia del usuario cuando asisten a terapia psicológica mediante el diseño de un método a la cual, para fines prácticos de este documento, se le llamará Helpiu. En este método se le otorgan herramientas al paciente, similares a las utilizadas en Design Thinking, mismas que les ayudan a sistematizar su pensamiento para acceder a información reprimida de manera más rápida y con menos dolor. Se propone que dichas terapias se lleven a cabo en lugares acondicionados para despertar la creatividad, en donde se sientan cómodos, libres y relajados. De igual forma, se propone que sean impartidas por psicólogos que acompañen al paciente durante el proceso y lo guíen para llegar al insight más rápidamente.

4.2 Investigación

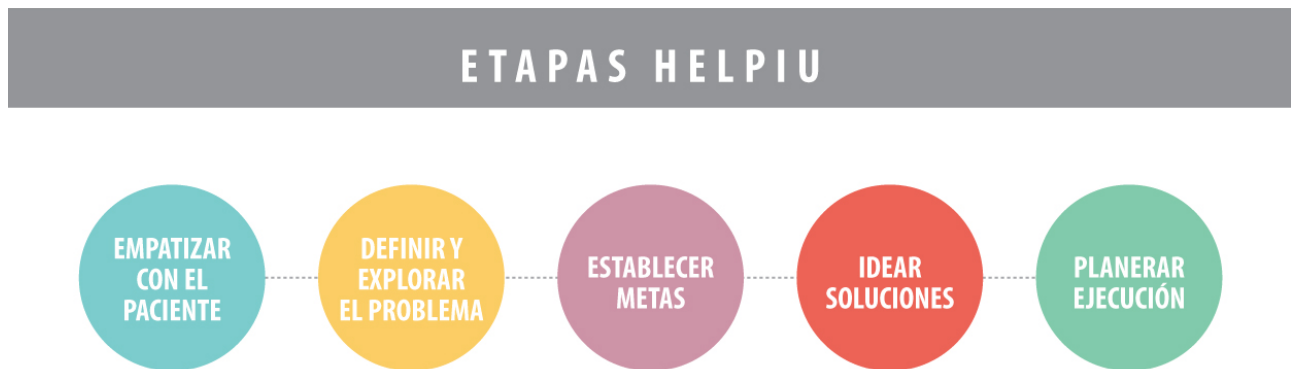
Existen dos tipos de usuarios para este producto:

- a. Personas interesadas en resolver cualquier tipo de problema focalizado de manera clara, rápida y efectiva con la ayuda de un profesional pero que no confían en los métodos de la terapia tradicional.
- b. Psicólogos decididos a innovar en los procesos terapéuticos que requieran tener más pacientes con terapias concluidas.

4.3 Planear

El método que será utilizada en Helpiu, contiene pasos muy similares a los utilizados en el Design Thinking, las etapas necesarias en el proceso son las siguientes:

Figura 6
Etapas Helpiu



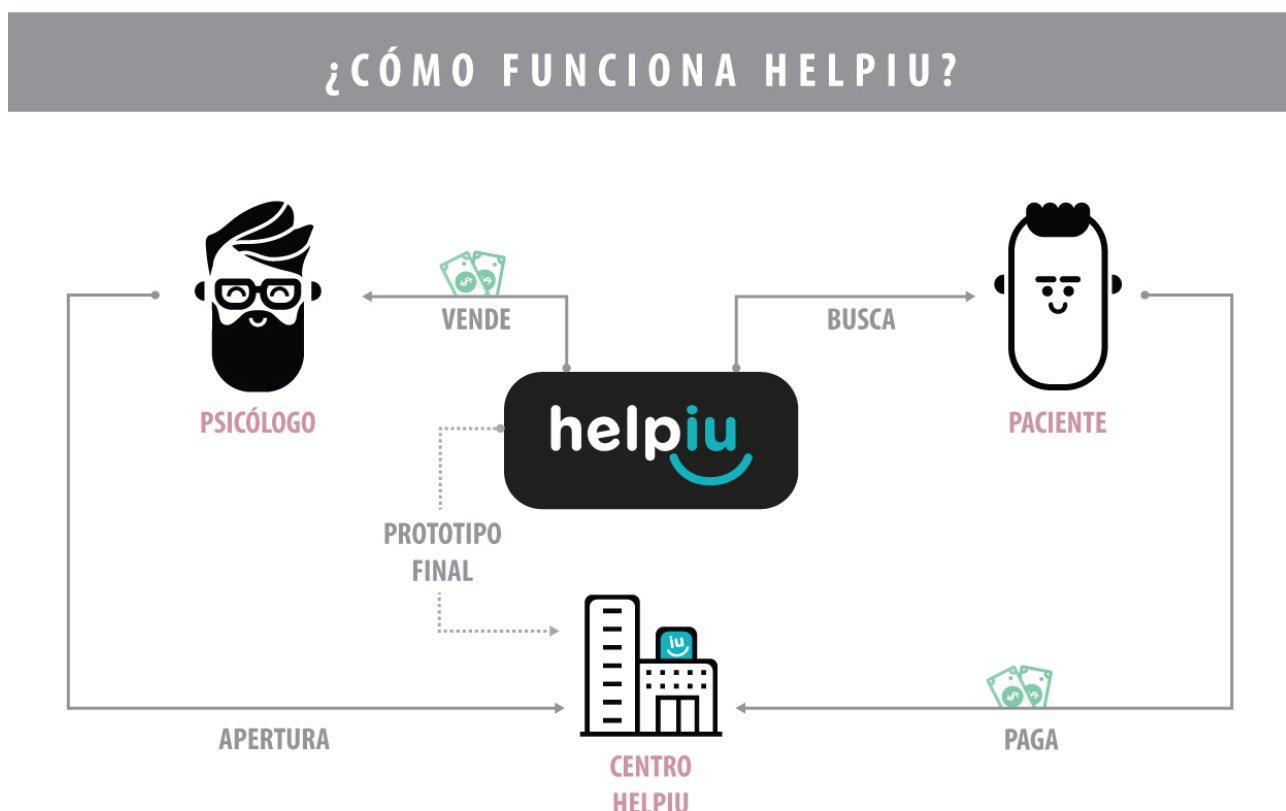
Fuente: Elaboración propia

Estos pasos son todo lo que necesita un paciente para resolver un problema focalizado. Hasta el momento se han probado herramientas para definir y explorar el problema, establecer metas e idear soluciones. Las herramientas para las etapas faltantes aún están en proceso de prueba.

Una vez definidas y probadas todas las herramientas que se utilizarán en el método, se propone crear un centro Helpiu como prototipo final para que después, éste pueda ser replicado a manera de franquicia. De tal manera que los psicólogos interesados en aplicarlo, compren los derechos y puedan establecer centros Helpiu, siguiendo especificaciones técnicas, previamente establecidas en un manual, en cuanto al lugar en donde se impartirá la terapia. De manera similar, se capacitará a los psicólogos para que conozcan todas las herramientas contenidas en el método y puedan seleccionarlas de manera acertada en cada una de sus terapias. Tendrán

acceso a una plataforma en donde pueden mantenerse actualizados de nuevas herramientas, compartir experiencias o dudas con el equipo Helpiu u otros terapeutas. A continuación, se esquematiza cómo funcionaría:

Figura 7
¿Cómo funciona Helpiu?



Fuente: Elaboración propia.

A su vez, Helpiu se encargará de hacerle difusión al proyecto de tal manera que el terapeuta no tenga que invertir en ningún tipo de publicidad y reciba más pacientes que si trabajara por cuenta propia. De igual manera, estará respaldado tanto por la compañía como por los demás terapeutas que estén aliados a la misma.

Tal como se observa, Helpiu funciona como un intermediario entre el psicólogo y el paciente en un primer momento, para que después continúen ellos dos la relación terapéutica. El paciente podrá elegir su centro más cercano o al terapeuta con el que crea tendrá una mejor relación según su perfil. La plataforma otorgada a los terapeutas será de gran utilidad debido a que funcionará como un punto de convergencia entre psicólogos para hablar de temas relacionados con la metodología, podrán agregar nuevas herramientas obteniendo cierto tipo de beneficios, resolver dudas, platicar sobre casos complicados, etc.

Este modelo de negocio fue diseñado tomando como base el diseño de un Business Model Canvas, en donde se establece la propuesta de valor para los diferentes usuarios, así como los recursos necesarios para poder llevar a cabo el negocio.

La propuesta de valor antes mencionada, se diseñó tomando en cuenta los objetivos de cada uno de los usuarios, sus ganancias, así como los dolores que experimentan durante el proceso.

Como se puede observar en la siguiente imagen, para los terapeutas es necesario generar adherencia con el paciente para poder retenerlo, así como tener más terapias efectivas concretadas que le generen buenas recomendaciones y a su vez más pacientes.

Figura 8
Perfil del Terapeuta



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, para los pacientes es muy importante encontrar solución a sus problemas de manera rápida, no sentirse juzgado y que la terapia se lleve a cabo en lugares agradables en donde se pueda sentir cómodo.

Figura 9
Perfil del Paciente



Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta lo anterior se comenzó a idear para encontrar, por un lado, de qué manera se podían solucionar los pains de los usuarios, por otro, cuáles podrían ser generadores de alegría para los mismos. Para continuar, se plasmaron ideas de productos o servicios que respondieran a las ideas previamente generadas.

Figura 10
Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración propia

Dentro de los productos y servicios que se propone que se ofrezcan al paciente en la plataforma destacan, además de las herramientas de exploración del problema ya mencionadas, una línea del tiempo digital que dé seguimiento al proceso, en donde se puedan documentar los avances o hitos del proceso; un mood tracker para saber cómo se siente cada paciente tanto al iniciar como al finalizar la terapia, con lo cual, al concluir el proceso se obtendrá un journey map con las

diferentes etapas y emociones; con la finalidad de que el paciente plasme de qué manera ejecutará las soluciones establecidas dentro de la terapia, se utilizarán road maps a corto, mediano y largo plazo.

Los recursos físicos, tecnológicos y financieros se organizaron dentro del Business Model Canvas. A continuación, se describe cada uno de los elementos que lo conforman tanto para la propuesta de valor del paciente como para la del psicólogo.

Propuesta de Valor: En esta sección se describe qué es lo que se está solucionando al usuario. En el caso del psicólogo, la propuesta de valor es “Obtén más pacientes con una terapia innovadora”. Para los pacientes, “Aprende a solucionar tus problemas personales de manera rápida y efectiva”.

Socios Clave. Para poder llevar a cabo ambas propuestas de valor se requieren socios clave, que son psicólogos y diseñadores estratégicos. Ambos trabajarán siempre en equipo compartiendo conocimientos para poder desarrollar herramientas, así como para tenerlas actualizadas a lo largo del tiempo.

Actividades Clave. De igual manera, la actualización de herramientas será primordial para poder llevar a cabo las terapias, logrando que siempre exista más material. De tal manera que Helpiu se adapte a los cambios del entorno, tendencias, gustos, así como preferencia del usuario.

Recursos Clave. Como recurso esencial para los pacientes, se requiere contar con espacios acondicionados para que la terapia se lleve a cabo con las características necesarias para conectar con su creatividad. Por otro lado, la plataforma será necesaria para cumplir con las dos propuestas de valor, debido a que en ella los pacientes pueden elegir a un terapeuta que sea compatible con él, mientras que los psicólogos podrán descargar recursos, pedir opiniones de otros expertos y mantenerse actualizados.

Relaciones de cliente. La forma de interactuar entre helpiu, los pacientes y los psicólogos, será mediante la plataforma, las terapias, así como las redes sociales. En la plataforma, los pacientes pueden consultar el material como por ejemplo su bitácora, avances o demás herramientas. Por otro lado, los psicólogos podrán enviar mensajes a sus pacientes con recursos que puedan ser de utilidad entre una terapia y otra.

Canales. Helpiu estará encargado de mantener las redes sociales actualizadas para poder comunicar su propuesta de valor mediante testimonios, videos de cómo funciona helpiu y sus beneficios. De igual manera se contará con publicidad en exteriores para atraer a nuevos pacientes.

Segmento de clientes: Como ya se mencionó, el segmento de clientes al que va dirigido Helpiu, son principalmente los pacientes o personas que tienen interés por resolver cualquier tipo de problema. Dentro de los cuales se pueden contemplar a los padres de familia que, si bien no tomarán la terapia directamente, se verán interesados para poder llevar a sus hijos.

De igual manera, otros usuarios muy importantes son los terapeutas o psicólogos que estarán encargados de impartir las terapias.

Estructura de costo. En esta sección se describen los principales costos que tendrá Helpiu para poder llevar a cabo su modelo de negocio. Dentro de los que destacan, la elaboración y mantenimiento de la plataforma, la investigación para mantenerse actualizado, publicidad en redes sociales, además de en medios masivos de comunicación exterior como, espectaculares, spots de radio o televisión, etcétera.

Flujo de ingresos. Helpiu obtendrá ingresos de la compra de la franquicia, su membresía anual, y la comisión otorgada por cada usuario canalizado a través de la plataforma. Mientras que los pacientes pagarán a Helpiu con likes, shares, retweets o recomendaciones de boca en boca.

4.4 Comunicación

Para poder comunicar la propuesta de valor de manera efectiva y poder llegar a los usuarios indicados, se realizaron prototipos de comunicación que se validaron con el usuario. Para comenzar, se bocetó un tríptico informativo sobre la terapia, una página de aterrizaje dirigida a pacientes además de una última dirigida a psicólogos; cada una con su respectiva propuesta de valor. Una vez hecho lo anterior, se validaron con algunos usuarios para después hacer un prototipo de mejor calidad con las mejoras necesarias. De manera similar, se realizó una página de Facebook para poder lanzar las páginas de aterrizaje a manera de publicidad, a los usuarios correctos.

4.4.1 Establecimiento de los esquemas de trabajo.

En este apartado se exponen los avances que ha tenido el presente trabajo de investigación de tal manera que se muestre lo más significativo del proceso que se siguió para llegar a la propuesta de valor antes mencionada.

Se comienza al detectar que pocas personas toman la decisión de acudir con un psicólogo a pesar de sentir que es necesario. Se comienza a observar el proceso de dichas terapias notando que son procesos muy largos. A partir de esta observación se formulan preguntas que puedan resolver el por qué es de esta manera. Para continuar, se realiza un análisis de las posibles respuestas, cuestionando cada una de ellas para obtener un panorama más amplio. Con lo anterior, se obtiene el siguiente esquema.

Figura 11
¿Por qué es largo el proceso terapéutico?



Fuente: Elaboración propia.

Partiendo de los resultados anteriores, se analizan los involucrados en la psicoterapia, así como la atmósfera, artefactos y momentos involucrados en la experiencia, con el fin de determinar a los usuarios con los que se comenzará a investigar. A continuación, se observa cómo es dicha experiencia.

Figura 12
Ecosistema de la Terapia psicológica



Fuente: Elaboración propia.

Una vez teniendo clara una perspectiva general de la experiencia de la psicoterapia, así como de los elementos que intervienen en ella, se plasman todos los posibles caminos que puede tomar la investigación y se decide con cuáles se trabajará para poder cumplir con los objetivos del presente documento. En la siguiente figura, se observa que se decide trabajar sobre el modelo de negocio, el espacio en el que se llevan a cabo las terapias y principalmente las herramientas que se utilizan como apoyo durante el proceso. Lo anterior, se establece de esta manera después de analizar que existen pocos artefactos involucrados dentro de la experiencia y que la atmósfera es muy pobre.

Figura 13
Posibles caminos de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

Como ya se mencionó anteriormente, se realizaron entrevistas con diferentes tipos de usuario y se realizó un journey map de la experiencia que viven los pacientes cuando acuden a terapia. En éste se descubre que la parte más dolorosa o complicada del proceso, tanto para el paciente como para el psicólogo, es la exploración del problema, por lo que se decide idear soluciones que faciliten esta etapa en concreto. Por consiguiente, se comienzan a generar ideas, las cuales se muestran en la siguiente figura.

Figura 14
Ideas para facilitar la Exploración del problema



Fuente: Elaboración propia.

Después de esto surge la idea de solución de este proyecto, la cual propone trabajar con herramientas utilizadas en el Design Thinking para mejorar la experiencia del usuario al acudir a terapias psicológicas. Una vez realizado lo anterior, se definen los usuarios del proyecto, para después, diseñar la propuesta de valor antes mencionada. Es en este momento cuando se comienza a prototipar con los elementos de comunicación para poder validar la propuesta de valor con los diferentes usuarios.

En una primera etapa, se realizan bocetos de dos páginas de aterrizaje dirigidas tanto a pacientes como a psicólogos. Dichas páginas fueron enviadas directamente a usuarios y de igual manera se promocionaron en la página de Facebook para poder llegar a más usuarios potenciales.

Figura 15
Página de aterrizaje de usuarios

helpiu

RESUELVE TUS PROBLEMAS
PERSONALES DE MANERA CREATIVA,
SENCILLA Y SIN DRAMAS

IR AL PSICÓLOGO NUNCA FUE TAN
EFECTIVO Y FUNCIONAL

CONTÁCTANOS

EFFECTIVO PARA CUALQUIER
PROBLEMA DE LA VIDA
DIARIA
::DESAMOR, PROBLEMAS EN TU
TRABAJO, CON TU PAREJA, ETC::

APRENDE A RESOLVER
TUS PROBLEMAS
GUIADO POR UN
PROFESIONAL

UNA TERAPIA
PRÁCTICA, RÁPIDA E
INTELIGENTE

RESULTADOS DESDE LA PRIMERA SESIÓN

EXPLORA TU PROBLEMA

DEFÍNELO

ESTABLECE METAS

IDEA SOLUCIONES

LLÉVALO A CABO

Helpiu. Un Psicólogo sin dramas

Se el primero en enterarte cuando estemos listos

Name: REQUIRED

Email: REQUIRED

Comentarios:

ENVIAR

Fuente: Elaboración propia

Figura 16
Página de aterrizaje de terapeutas



helpiu

INNOVA EN TU TERAPIA
EVOLUCIONA

CONTÁCTANOS

OBTÉN MÁS PACIENTES

MENOS TERAPIAS ABANDONADAS

OFRECE UNA TERAPIA INNOVADORA
QUE TUS PACIENTES ADOREN

Diseñamos técnicas con la que podrás guiar a tu paciente a explorar y definir su problema más rápido y de manera muy clara

¿Te atreves a ser diferente? Conoce Helpiu

Se el primero en enterarte cuando estemos listos

Name: REQUIRED

Email: REQUIRED

Profesión: REQUIRED

Comentarios:

ENVIAR

Fuente: Elaboración propia.

Figura 17
Fanpage Facebook



Fuente: Elaboración Propia

La validación de las páginas de aterrizaje que se enviaron directamente a usuarios, se hizo mediante un cuestionario en donde el usuario tuvo la oportunidad de comunicar qué partes del sitio habían llamado la propuesta de valor y principalmente si estaban o no interesados en la propuesta. Se obtuvieron buenos resultados en ambos casos, sin embargo, hubo más interés de parte de los psicólogos en obtener más información al respecto.

4.4.2 Difusión de la estrategia

Para realizar la difusión de la estrategia, se trabajó un guion a manera de pitch de ventas. El cuál hace alusión al juego de baseball, en donde pitch significa lanzar la pelota. De manera similar en términos de la presentación de un proyecto, se lanza un anzuelo con el fin de persuadir o captar la atención de un posible inversor (Fernández, 2014).

El pitch diseñado para la presentación de Helpiu, tiene un tono amistoso, trata de generar empatía desde su inicio. Tiene como objetivo principal persuadir a los usuarios a invertir en el proyecto o unirse como terapeuta influencer para colaborar en la investigación probando herramientas. A continuación, se expone el último pitch presentado.

¡Hola! soy Lorena y pertenezco al 99% de las personas que han sufrido de un corazón roto, que ha tenido problemas en su trabajo, pero además está intentando obtener un título de maestría. En mi caso todo sucedió al mismo tiempo, llegué a un punto en donde la preocupación me despertó de madrugada y me sentí con la obligación de resolver. Pasó por mi mente la idea de ir al psicólogo, pero debo confesar que soy de ese gran grupo de personas que cree que las terapias no sirven para nada. En mi rechazo de asistir a una terapia y contarle a un desconocido lo que estaba pasando pensé:

¿Si estas estudiando algo para resolverle problemas a la gente... por qué no puedes resolver los propios?

Investigué los beneficios que tiene asistir a una terapia y pude darme cuenta de la importancia que tiene el conocerse a uno mismo y mejorar la manera de relacionarse con los otros, el beneficio que tiene en una sociedad.

Pude darme cuenta que tenemos una fobia extraña al psicólogo, no queremos ir por miedo a sentirnos juzgados y observados

Escuchas pretextos como “el psicólogo es una pérdida de tiempo” “fui a terapia durante tres meses, pero sentí que no avanzaba” y la más común de todas “yo puedo solo”.

Noté que esto repercute en el trabajo de los psicólogos, los cuales tienen dificultad para comunicar la importancia de su trabajo, tienen pocos pacientes, además, tienen que trabajar al ritmo del paciente, por lo que no está en sus manos acelerar los procesos.

Por contraparte, los pacientes sienten que la terapia es muy larga, costosa, tienen dificultad para establecer rapport con el psicólogo y viven el proceso con mucha incertidumbre durante las primeras sesiones debido a que desconocen cuanto tiempo estarán en terapia o qué es lo que pasará después.

Después de darle muchas vueltas a esta problemática, decidí crear Helpiu, un método para la auto resolución de problemas personales de manera clara, sencilla, profesional, pero sobre todo INTELIGENTE.

Con este método los pacientes exploran su problema de forma más rápida, reduciendo la incertidumbre del proceso, haciéndolo menos tedioso, además de que se dan cuenta que efectivamente SI PUEDEN SOLOS.

Nuestro propósito es: Ayudar a rediseñar la mente de los individuos para que mejore él y su entorno. Mentes sanas hacen sociedades más sanas.

El método está basado en técnicas utilizadas en el design thinking y procesos de innovación, pero adaptadas, así como orientadas a tratar problemas personales focalizados de la vida diaria. Pero siempre asesorado y de la mano de un profesional.

Helpiu se lleva a cabo en espacios pensados para despertar la creatividad del paciente, en donde logre conectarse con la tierra y consigo mismo. De igual forma se le da la libertad de ser él mismo, rayar en las paredes o andar descalzo

El objetivo es que las personas tomen conciencia de la importancia de atender problemas o inquietudes en una etapa temprana. Para evitar que se hagan más grandes y se puedan convertir en ansiedad, depresión o algo similar

El proceso se lleva a cabo en 5 etapas diferentes que van desde la exploración del

problema hasta el establecimiento de metas junto con un plan para llevar a cabo las soluciones que se hayan establecido. Las herramientas que se otorgan sirven para fomentar el insight bloqueando la parte consiente y haciendo fácil el acceso a información inconsciente.

Los resultados obtenidos hasta el momento han sido muy favorables. Se han escuchado comentarios como: “Pude darme cuenta de algo que me hubiera llevado 3 meses de terapia”, “Con esta herramienta me fue muy fácil saber en dónde estaban los detalles en los que debo trabajar, fue muy fácil y dinámico” “Es una herramienta que puede servirle a cualquier persona”.

El método Helpiu será impartido por profesionales en psicología clínica. Será replicado a manera de franquicia de tal manera que los psicólogos puedan establecer sus propios centros Helpiu una vez que reciban los manuales de operación y sean capacitados para usar las herramientas. A su vez, Helpiu estará dando a conocer el método en diferentes medios para que los psicólogos no tengan que invertir en ello.

Actualmente nos encontramos buscando influencers, hemos hablado con psicólogos que están interesados en probar la metodología con sus pacientes para así tener más perspectivas sobre los resultados.

Con su ayuda haremos posible la creación estos espacios y el desarrollo de esta metodología para hacerla llegar a muchas ciudades y cada vez seamos más personas las que se lleven mejor consigo mismas y con el resto del mundo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

En este capítulo se concluirá el trabajo de investigación haciendo un repaso de los capítulos anteriores y enfatizando los puntos más relevantes de los mismos. En la presente investigación se documenta un estudio de caso en donde se pretende optimizar los resultados de la terapia psicológica mediante la mejora de la experiencia del usuario haciendo uso de herramientas y técnicas utilizadas en el design thinking. A lo largo de este documento se logra contestar a la pregunta de investigación, la cual cuestiona de qué manera se puede lograr lo anterior.

Con el apoyo de referencias teóricas e investigación con usuarios, se observa que la aplicación de dichas herramientas en psicoterapia, ayuda a que el paciente piense de forma sistemática eliminando muchas restricciones mentales de tipo lógico, lo cual facilita el acceso a información inconsciente que en ocasiones es reprimida como mecanismo de defensa. De igual manera, trabajar con herramientas en donde se plasma la información en cualquier superficie ayuda a ampliar la perspectiva que se tiene de determinada situación.

Sin duda, contar con este tipo de herramientas hace sentir más confiado al paciente, favorece el que llegue al insight con menor sufrimiento por medio del auto descubrimiento, de esta manera el proceso se vuelve más rápido y normalmente ven algún tipo de cambio desde la primera sesión. Puede haber mejor comprensión del problema, un cambio de perspectiva, relación con otra situación, entre otras. Es por ello, que el paciente se ve motivado a regresar a las siguientes sesiones para concluir con la terapia.

De igual forma, los procesos son claros desde el inicio de la terapia, por lo que el paciente tiene una mejor experiencia con menor incertidumbre. Un proceso sencillo, así como una mejor experiencia del usuario, hace que la psicoterapia sea percibida como algo más amigable, por lo tanto, es más deseable por los posibles pacientes.

Resulta claro que tanto el objetivo general como los objetivos particulares de la presente investigación se cumplieron favorablemente. En un primer momento se tuvo una entrevista a profundidad con el experto que confirmó la factibilidad del proyecto. A partir de esto se comenzaron a analizar los pasos que se llevaban a cabo tanto en terapia psicológica como en el Design thinking y nuevamente junto con el experto, se establecieron las cinco etapas que se utilizan en Helpiu, con lo que se cumple el primer objetivo específico.

Para continuar, se cumple con el segundo y tercer objetivo cuando se realiza un análisis de diferentes herramientas que pudieran funcionar para tratar problemas personales. Con ayuda del psicólogo, se determinó cuáles funcionaban para después ser adaptadas de tal forma que fueran específicamente dirigidas a procesos de terapia personal. Para finalizar, se realizó un prototipo con cada una de estas herramientas con usuarios para validar su efectividad. Durante el prototipado, sufrieron algunas modificaciones con respecto a los comentarios de los usuarios, de tal manera que mejoraran para la siguiente validación.

Al inicio de esta investigación se estableció el supuesto de que los resultados de terapias psicológicas se optimizan mejorando la experiencia del usuario, mediante la aplicación de técnicas y herramientas utilizadas en el design thinking. Dicho supuesto se cumple por completo debido a que, al estar centrado en las necesidades del usuario, se vuelve una experiencia plenamente satisfactoria, confiable y por lo tanto deseable. Sin duda, se hace hincapié en que las terapias tradicionales que son concluidas, tienen resultados igualmente favorables, sin embargo, con la propuesta Helpiu, se optimizan los resultados debido a que existe un mayor deseo del usuario por acudir a una segunda sesión, es más sencillo que exista adherencia entre terapeuta y paciente, además de que se fomenta el insight de una forma más fácil y menos dolorosa.

Para lograr lo anterior, se realizó una investigación sobre cómo funcionan las terapias psicológicas breves, pero sobre todo, cómo es que se fomenta el insight del usuario en ellas. Consultar autores como Coren (2003) y Braier (1999) fueron esenciales para comprender lo anterior.

Por otro lado, los proyectos realizados, así como artículos científicos de Von Thienen y Meinel, (2014), fueron de gran ayuda para realizar la presente investigación. Principalmente para motivar a su realización y corroborar la factibilidad del mismo. Lo anterior, debido a que han aplicado el Design Thinking para elaborar un pizarrón virtual en donde el paciente puede visualizar las anotaciones del psicólogo, lo cual reduce la incertidumbre y mejora la experiencia del usuario en las terapias de comportamiento.

No obstante, tanto el trabajo de Tim Brown (2009) como el de David Kelley fueron primordiales para este proyecto. Por muchos son considerados los padres del Design Thinking, metodología a través de la cual se desarrolló todo el proyecto y que será implementada en todo momento

durante la propuesta del mismo.

La muestra elegida para la realización de la presente investigación facilitó la obtención de insights desde tres perspectivas diferentes. Los usuarios que habían acudido a terapia tradicional anteriormente tuvieron la posibilidad de compararla con Helpiu en cuanto a efectividad, rapidez y eficacia. Por otro lado, con los usuarios que no tenían experiencia con ningún tipo de terapia se pudo validar la deseabilidad del proyecto, así como obtener opiniones con respecto a la efectividad. Finalmente, como ya se hizo mención, la entrevista con el experto ayudó a comprobar tanto la factibilidad del proyecto como la funcionalidad de las diferentes herramientas propuestas.

La información obtenida en las entrevistas a profundidad que se hicieron con cada uno de los sujetos de la muestra, arrojó información valiosa para la investigación. Estos primeros datos dieron pauta a conocer las primeras impresiones del proyecto así como la postura de cada uno de los sujetos. De tal manera que los siguientes instrumentos aplicados, fueron pensados en cada uno de ellos para obtener información más segmentada.

De manera similar, haber hecho uso de la investigación a través de la participación – acción sirvió para generar empatía con el usuario, viviendo la terapia tradicional, sintiendo sus motivaciones, emociones y experimentando el proceso completo con una perspectiva diferente.

El prototipado de las ideas y herramientas sirvió para avanzar rápidamente sin el uso de grandes recursos como tiempo o esfuerzo. Si en algún momento se observaba algún comportamiento no deseado del usuario, se modificaba la herramienta para tener mejores resultados en el siguiente prototipo y así sucesivamente.

5.1 Observaciones y Recomendaciones

Durante el transcurso de esta investigación se obtuvieron muy buenos resultados de parte de los pacientes, lo cual repercute de manera positiva en los resultados de los terapeutas. Por cuestiones de tiempo, se realizaron prototipos con pacientes en general, sin embargo, esta terapia puede ser útil para un gran número de personas, exceptuando niños menores a los doce

años y personas que requieran de medicamentos para tratar sus padecimientos.

Se propone que esta metodología también se dirija a padres de familia que crean que sus hijos necesitan algún tipo de terapia. Se deberá comunicar sus beneficios de una manera diferente, resaltando el hecho de que sus hijos lo disfrutarán, por lo que tendrán el deseo de una segunda sesión.

De manera similar, puede ser vendida a instituciones educativas con el beneficio de que formen alumnos tanto personal como académicamente. Los espacios para tomar la terapia pueden ser un impedimento debido al costo que se requiere invertir dentro del plantel, por lo cual se sugiere el uso de un consultorio móvil que cuente con las características necesarias para impartir una terapia Helpiu y que pueda ser transportado a las diferentes instituciones educativas.

Debido a las características de las herramientas que se implementan durante la terapia, se debe tomar en cuenta que el paciente debe tener la capacidad de pensar sistemáticamente, así como de conceptualizar situaciones. Por lo anterior, se piensa que los pacientes Helpiu, deberán contar con cierto nivel educativo para que no tengan ningún tipo de dificultad y la terapia sea funcional. Por lo tanto, surge una nueva línea de investigación, en donde se deberán prototipar todas las herramientas con personas de diferentes niveles educativos con el fin de validar su funcionalidad.

Por último, es importante mencionar que Helpiu no trata de desvalorizar el proceso de la terapia tradicional. Por el contrario, surge como una herramienta de apoyo para los terapeutas con la cual el paciente logre tener un proceso terapéutico más sencillo, rápido, con menor incertidumbre y se convierta en una mejor experiencia. En algunos casos, de acuerdo con la situación de cada paciente, deberán ser canalizados a una terapia de psicoanálisis, continuar con una terapia psicológica de mayor duración o incluso a una valoración con un psiquiatra. Es por esto, que es importante la participación de un psicólogo en todas las terapias sin excepción alguna.

REFERENCIAS

- Bernstein, D., & Nietzel, M. (1982). *Introducción a la psicología clínica* (1st ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Braier, E. (1999). *Psicoterapia breve de orientación psicoanalítica* (1st ed.). Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- Brown, T. (2009). *Change by Design* (1st ed.). Nueva York: Harper Collins.
- Camillus, J. (2008). *Strategy as a Wicked Problem*. Harvard Business Review. Recuperado de: <https://hbr.org/2008/05/strategy-as-a-wicked-problem>
- Coren, A. (2003). *Psicoterapia a corto plazo* (1st ed.). México, D.F.: Manual moderno.
- Goodwin, K. (2009). *Designing for the digital age: How to create Human Centered Products and Services* (1st ed.). Indianapolis: Wiley Publishing.
- Hillen, V., Camacho, M. (Consultado en 2015). *101 Claves para la Innovación*. [versión pdf]. Recuperado de: <http://veroniquehillen.com/es/>
- Thienen, J. P. A., Meinel, C. (2014). *A design thinking process to tackle individual life problems (created for use in behaviour psychotherapy)*. Electronic Colloquium on Design Thinking Research. Recuperado de: <http://ecdtr.hpi-web.de/report/2014/002>
- Sánchez, E. P. A. (2008). *Psicología clínica*. México, D.F., MX: Editorial El Manual Moderno. Recuperado de: <http://www.ebrary.com>
- Fernández, L. A., & Rodríguez, V. B. (2009). *La práctica de la psicoterapia: la construcción de narrativas terapéuticas* (2a. ed.). Bilbao, ES: Editorial Desclée de Brouwer. Recuperado de: <http://www.ebrary.com>
- Matthews, J., & Wrigley, C. (2017). *Design and Design Thinking in Business and Management*

Higher Education. Journal of Learning Design. Recuperado de:
<http://dx.doi.org/10.5204/jld.v9i3.294>

Lehrer, J. (2008). *The Eureka Hunt. The New Yorker.* Recuperado de:
<http://www.newyorker.com/magazine/2008/07/28/the-eureka-hunt>

Lupton, E. (Ed.). (2012). *Intuición, acción, creación.* Barcelona, ES: Editorial Gustavo Gili.
Recuperado de: <http://www.ebrary.com>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). México, D.F.: Interamericana Editores.

Dam, R. & Siang, T. (2017). *5 Stages in the Design Thinking Process. Interaction Design Foundation.* Recuperado en: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>

Shariat, J., & Saucier, C. (2017). *Tragic design* (1st ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

Shedroff, N. (2009). *Experience design 1* (2nd ed.). Indianapolis: New Riders.

Richardson, A. (2010). *Using Customer Journey Maps to Improve Customer Experience.* Harvard Business Review. Recuperado de: <https://hbr.org/2010/11/using-customer-journey-maps-to>

Hasso Plattner Institute of Design at Stanford (s.f). *The Bootcamp bootleg.* Recuperado de:
<https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>