



OGP 3

Conceptualización de la guía v9

12.2022

***Esta no es la versión final de esta guía, se testeará en los pilotos que se lleven a cabo a lo largo del año 2023 y se adecuará a las necesidades que se identifiquen. La versión final de la guía está prevista para finales de 2023.*

MARAKA

Guía para la creación de iniciativas digitales sin brechas

1. Contexto

Contexto

En el diseño de las iniciativas digitales, que pueden tener forma de servicio, proceso participativo o proyecto, es necesario **poner a las personas** (usuarias, proveedoras, personal de organizaciones, agentes, etc.) **en el centro y desarrollar propuestas que se ajustan a sus necesidades.**

Crear la menor brecha digital en los servicios y recursos que ofrecemos desde las instituciones **va más allá de la orientación al desarrollo de las competencias y habilidades digitales de la ciudadanía.** Es nuestra responsabilidad llevar a cabo acciones para evitar la brecha digital y ofrecer iniciativas digitales accesibles e inclusivas. Las brechas digitales identificadas son varias y es importante dar respuesta a ellas de forma sistémica.

Para ello, es imprescindible **cambiar la forma de trabajar**, interiorizar procesos de diseño centrados en las personas y tener en cuenta los diferentes agentes y factores que intervienen en el contexto del proyecto.

Esta guía ofrece herramientas para evitar la brecha digital en el diseño de iniciativas. Tiene como **objetivo contribuir a identificar y definir los factores a tener en cuenta durante el proceso de diseño de las iniciativas** y la toma de decisiones.

Hay que destacar que el objetivo principal de esta forma de trabajo es diseñar los servicios que ofrecen las organizaciones (nuevos o existentes) para que las personas puedan hacer uso de ellos de forma libre, cómoda y lo más autónoma posible, sin que sean condicionadas por sus capacidades digitales o contextos.

Esta guía nace en el marco de la iniciativa Open Government Euskadi, concretamente en el compromiso 3 ligado a la brecha digital. Ha sido un proyecto impulsado por la Diputación Foral de Gipuzkoa e Innobasque, cocreado con los agentes del Grupo de Compromiso y diseñado en detalle por Maraka Koop. Elkarte Txikia.

DigitAhal.

Marco para un diseño social en la digitalización

Junto con esta guía, se recomienda la lectura del informe DigitAhal para reflexionar o profundizar más en el tema.

Es un documento que ofrece el marco teórico y un espacio para la reflexión, marca una hoja de ruta y ayuda a sentar en tu organización las bases para diseñar procesos de digitalización desde el punto de vista social.

Tipos de brecha

Para más información sobre los diferentes tipos de brechas consultar el anexo.

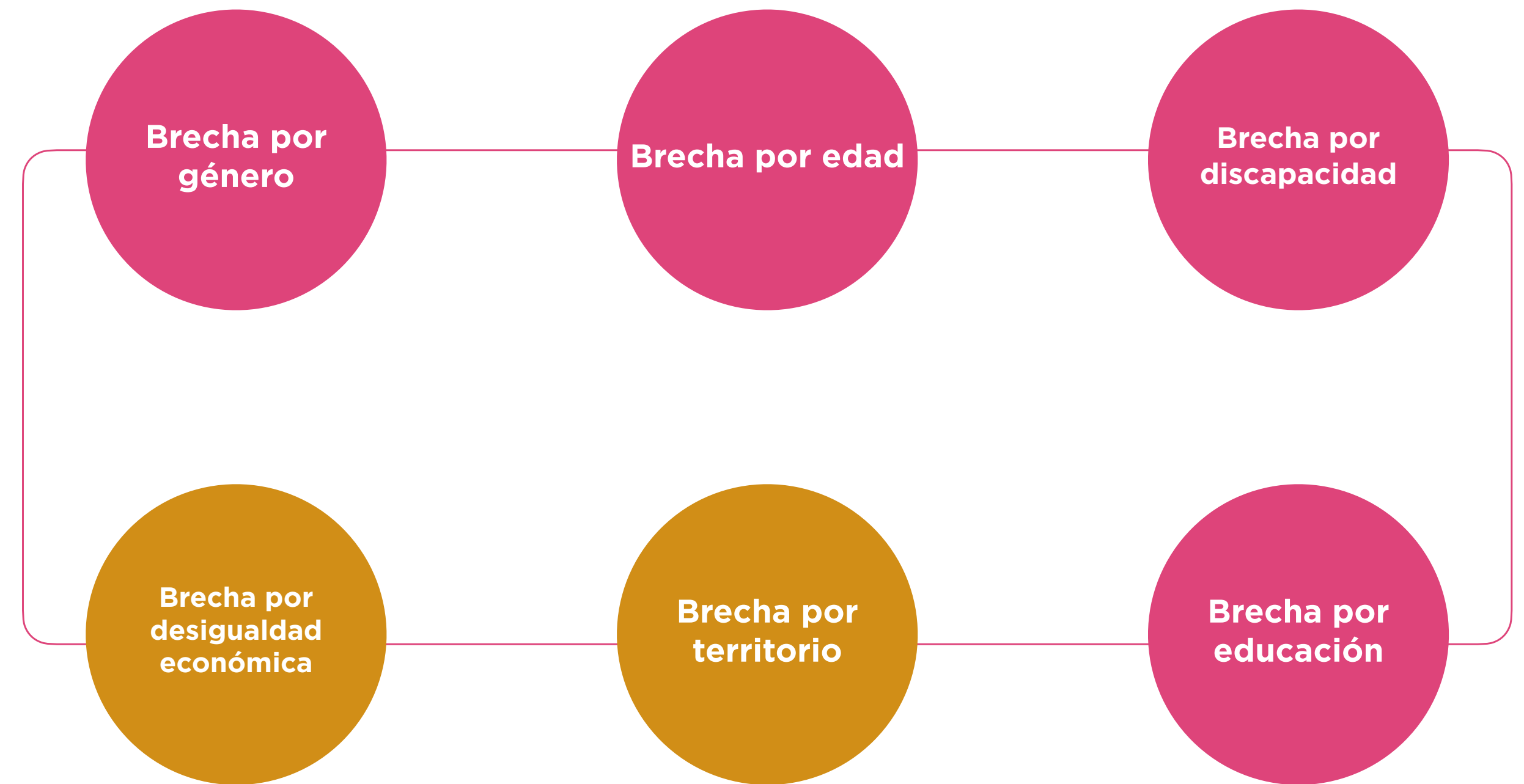
¿Cuáles son?

Para hacer frente a la brecha digital es importante entender la brecha digital y los diferentes tipos que comprende.

La brecha digital representa las diferencias de acceso, uso o impacto entre los diferentes grupos sociales con respecto al dominio digital. Estos grupos suelen definirse por criterios económicos, geográficos, de género, edad o culturales.

- **Brecha de acceso.** Se refiere a las posibilidades de acceso de las personas a un recurso digital. Aquí entran en juego, entre otras cosas, las desigualdades económicas entre las personas y los lugares, ya que la digitalización demanda inversiones e infraestructuras costosas para las regiones menos desarrolladas o espacios rurales.
- **Brecha de uso.** Es la falta de competencia digital que impide el uso de la tecnología. Por poner un ejemplo, la UIT manifiesta que en 40 países más de la mitad de la población no sabe adjuntar un archivo a un correo electrónico.
- **Brecha de calidad de uso.** En ocasiones las personas tienen las competencias digitales necesarias, pero no el conocimiento para el buen uso y aprovechamiento de la red. Por ejemplo, en el acceso a la información de calidad.

- Brecha de acceso
- Brecha de uso/Brecha de calidad de uso



**Los tipos de brechas no se pueden entender de forma aislada, todos están interrelacionados y cada persona o colectivo puede sufrir más de una brecha de formas muy diferentes.*

Tipos de brecha

- Brecha de acceso
- Brecha de uso/Brecha de calidad de uso

Para más información sobre los diferentes tipos de brechas consultar el anexo.



2. Cómo creamos iniciativas digitales sin brechas

Principios para una iniciativa sin brechas digitales:

SE DISEÑAN EN BASE A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA, TENIENDO EN CUENTA SU DIVERSIDAD

La ciudadanía no va a ser excluida del acceso/uso de la iniciativa por motivos de raza, género, competencia, nivel de formación, etc.

SE TIENE EN CUENTA LA MULTICANALIDAD Y TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO

diseñando la relación y experiencia de la ciudadanía con la misma iniciativa a diferentes niveles, tanto online como offline.

HAY QUE TENER EN CUENTA LA INTEROPERABILIDAD ENTRE LAS ORGANIZACIONES

para entender el sistema en su conjunto y, teniendo en cuenta las iniciativas y necesidades de cada organización, fomentar la cooperación.

LA USABILIDAD, TRANSPARENCIA Y ACCESIBILIDAD

deben ser garantizadas y puestas en valor, junto con la facilidad de comprensión del lenguaje.

TESTEO Y ADAPTACIÓN CONTINUA

Trabajo constante en la identificación de necesidades emergentes y la adaptación de la iniciativa para resolverlas, evitando así la aparición de nuevas brechas con el paso del tiempo.

Enfoque de Diseño

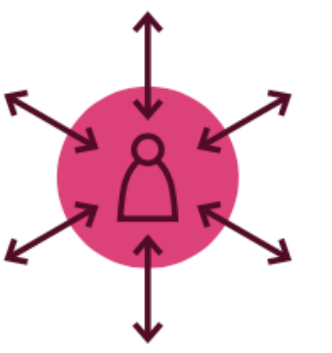
Se conoce como **una metodología innovadora para abordar retos complejos, poniendo las necesidades de las usuarias en el centro.**

Este enfoque cuenta con dos metodologías que contribuyen al diseño de iniciativas digitales accesibles e inclusivas: **el diseño de servicios y el diseño de experiencia de usuaria e interacción (UX/UI).**

Son metodologías **creativas** basadas en la **experimentación**, el **enfoque sistémico** y la **investigación-acción**.

Se propone una nueva forma de trabajar, de diseñar iniciativas innovadoras; es decir, es **una cultura de trabajo diferente.**

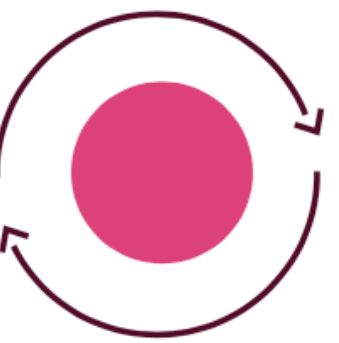
**Recuerda: La verdadera participación se produce cuando las personas participantes se convierten en sujetos activos que, además de dar su opinión, se integran en la toma de decisiones.*



Centrado en las personas (empatía), participativa*



Creativa



Experimental



Visión sistémica



Investigación desde la acción

Proceso para crear iniciativas digitales sin brechas

Se propone un proceso iterativo que consta de 6 fases para el diseño de nuevas iniciativas o la digitalización de las existentes, es decir, **un proceso que da la posibilidad de pasar de una fase a otra, tanto hacia adelante, como hacia atrás.**

Se plantea un proceso que puede seguirse libremente por cada organización, puede ser usado sin importar la fase de diseño en la que se encuentra la iniciativa y, a la vez, también para el rediseño de iniciativas existentes.

Definir el reto y el contexto, es la fase de inicio del diseño de una iniciativa. En ella se proponen herramientas que permitan definir los objetivos y el contexto.

Conocer a las personas usuarias, identificar sus necesidades, es donde se proponen herramientas para conocer en profundidad a las personas que van a ser parte de la iniciativa. Se aconseja invitar a las personas usuarias a participar en la iniciativa, favoreciendo la co-creación de la misma.

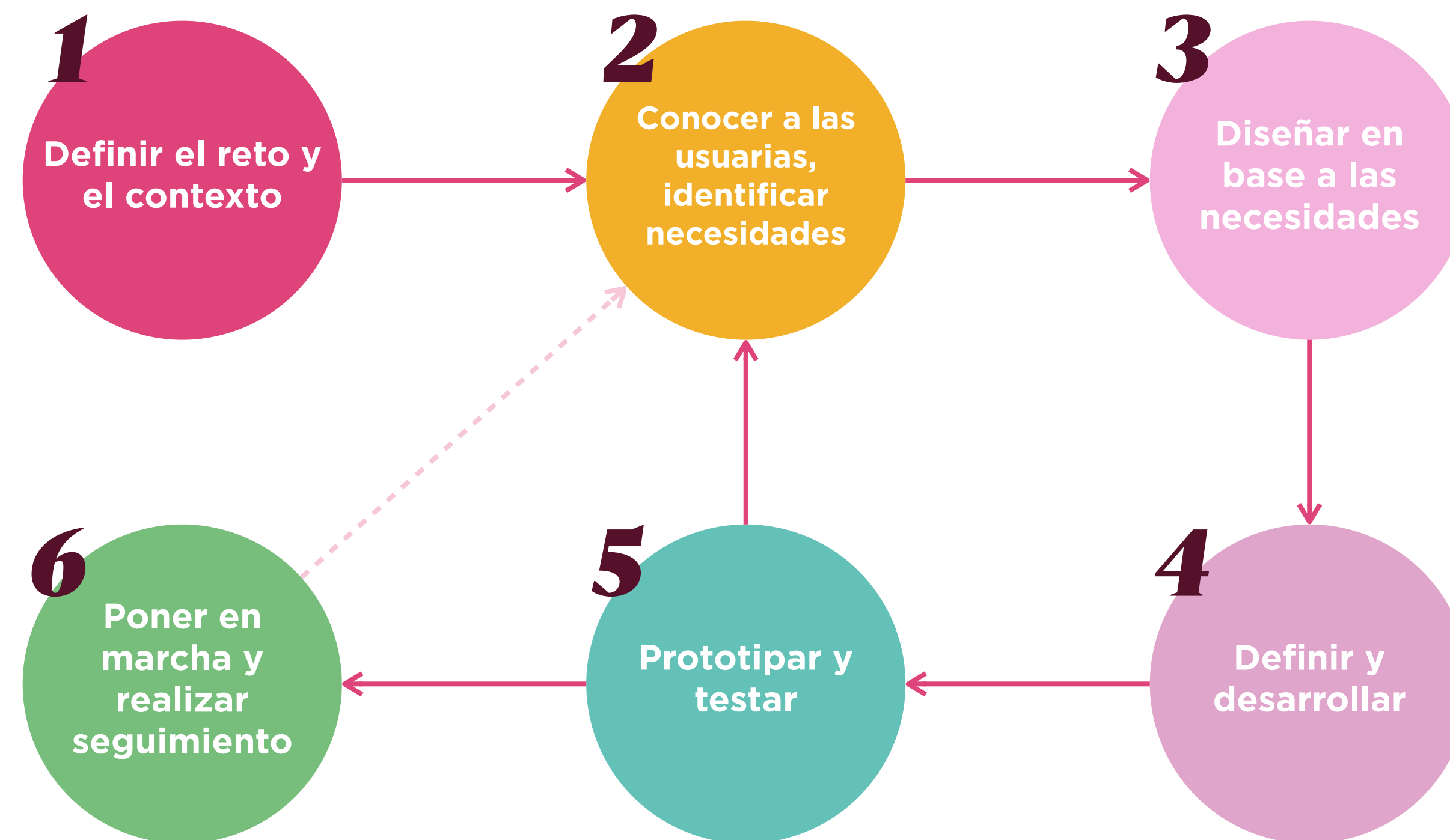
Diseñar en base a las necesidades. El objetivo de esta fase es comenzar a imaginar y detallar las características de la iniciativa en base a la información recogida en las dos fases anteriores. Se proponen herramientas basadas en la creatividad y la co-creación.

Definir y desarrollar es la fase donde se transiciona de una idea en papel a la pantalla. Se proponen herramientas que ayudan a desarrollar la información necesaria para traspasarla a las profesionales que van a ejecutar la iniciativa.

Prototipar y testar es la fase previa a la puesta en marcha de la iniciativa, por lo que se proponen herramientas para su validación.

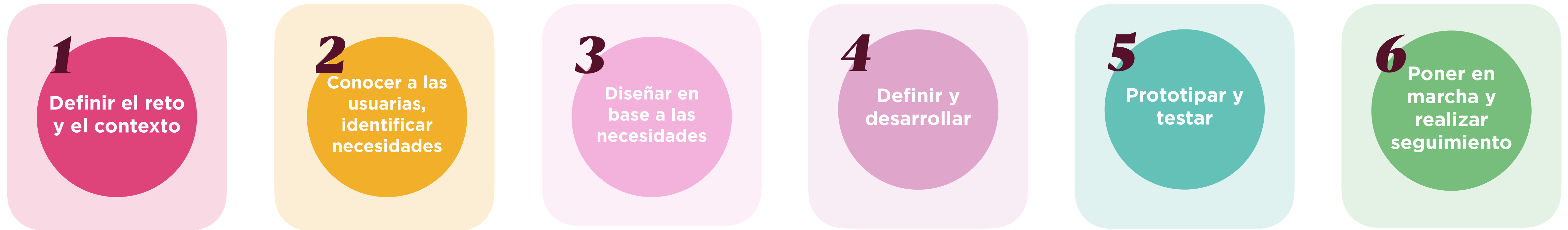
Poner en marcha y realizar seguimiento. Es esencial garantizar el correcto uso y desarrollo de la iniciativa. Por ello, se presentan herramientas para realizar un seguimiento continuo.

En las siguientes páginas se presentan los aspectos a tener en cuenta en las diferentes fases de la creación de una iniciativa y las herramientas que pueden ser de utilidad.



**Aunque empecemos una iniciativa desde 0 o sea una evaluación/rediseño el proceso es el mismo, con base o fase inicial diferente.*

Proceso para crear iniciativas digitales sin brechas



Estructura de las fases en la guía

A lo largo de la guía, las explicaciones de las distintas fases que componen el proceso siguen una misma estructura, siendo la siguiente:

- **En qué consiste:** Se explican los objetivos de cada fase, así como los diferentes aspectos que se deben trabajar para alcanzarlos.
- **Ten en cuenta:** En este apartado se indican algunas claves a tener en cuenta para el correcto cumplimiento de los objetivos de la fase.
- **Herramientas útiles:** A pesar de que en la guía se ofrecen herramientas en formato plantilla, en este apartado se incluyen otras herramientas útiles. Contribuyen, sobre todo, a facilitar la dinamización de los procesos, sesiones o iniciativas participativos, o para profundizar más en alguna de las fases.
- **Plantillas:** Las plantillas están pensadas para llevar a cabo el proceso de forma guiada. En ellas se explican diferentes aspectos clave en los que trabajar, acompañando así a quien lleve a cabo el proceso de la guía.

De cara al proceso ten en cuenta:

- Esta guía no debe entenderse como un formulario, sino como una **ayuda para evitar brechas digitales**.
- Hay que entender las diferentes fases del proceso y sus objetivos y así, diseñar el proyecto en consecuencia. El proceso, para nuevas iniciativas, está pensado para trabajarlo desde la primera fase. Se recomienda también para el rediseño de iniciativas, pero se puede valorar su adaptación al proyecto.
- No es necesario cumplimentar todos los ejercicios de las plantillas de cada fase si se han cumplido los objetivos del mismo.
- Es importante que a lo largo del proceso también participen las personas que desarrollen la iniciativa para que interioricen la importancia de lo trabajado.

1. Definir el reto y el contexto



En qué consiste:

Para diseñar una nueva iniciativa o rediseñar una existente, es de gran ayuda **imaginar el proceso**, es decir, definir los pasos a seguir.

Al tratarse de iniciativas que incluyen aspectos digitales, es imprescindible **conocer y tener en cuenta los tipos de brechas digitales** desde el principio.

Además, es imprescindible **analizar el contexto e identificar a los agentes implicados**.

En esta primera fase se definen los siguientes aspectos:

- El reto de la iniciativa, cuál es la base.
- Agentes implicados en el contexto de la iniciativa (usuarias, técnicas de las áreas que llevan a cabo la iniciativa, otros...).
- Objetivos de la iniciativa.
- Planificación y seguimiento del diseño de la iniciativa.

Ten en cuenta:

- En la definición del reto se tendrá en cuenta el **contexto**.
- Los **agentes de la iniciativa** serán las personas usuarias del resultado final, pero también el personal que ofrezca la iniciativa u otros.
- La ciudadanía es **diversa**, por lo que habrá que tener en cuenta esta pluralidad en el diseño de la iniciativa.
- Al diseñar una iniciativa, se deben plantear espacios para entender los **procesos de otras organizaciones** y definir la **interoperabilidad**.
- Se deben plantear **mecanismos de seguimiento** de la iniciativa, tanto a nivel interno como para que las participantes puedan realizarlo.

Herramientas útiles

- Mapa de objetivos.
- Mapa de agentes.
- Planificación del proyecto.
- Para diseñar sesiones de co-creación: guía *Cómo dinamizar tu grupo de trabajo*.

1. Descripción del proceso:

1. ¿Quién o quiénes impulsan la iniciativa? ¿Qué departamento o área?

2. ¿Es la primera vez que se lleva a cabo la iniciativa?

Sí, es la primera vez. No, se ha realizado _____ veces. No, se ha realizado durante _____ años.

3. Si la respuesta es negativa...

¿qué papel han desempeñado las personas usuarias hasta el momento? ¿Cómo han comunicado sus obstáculos, sus necesidades, sus deseos?

¿Qué problemas u obstáculos han identificado?

¿Qué se ha valorado positivamente?

1
Definir reto y
contexto

Plantilla 1

2. Definiendo el reto de la iniciativa:

1.1. ¿Cuál es el problema que se pretende solucionar?

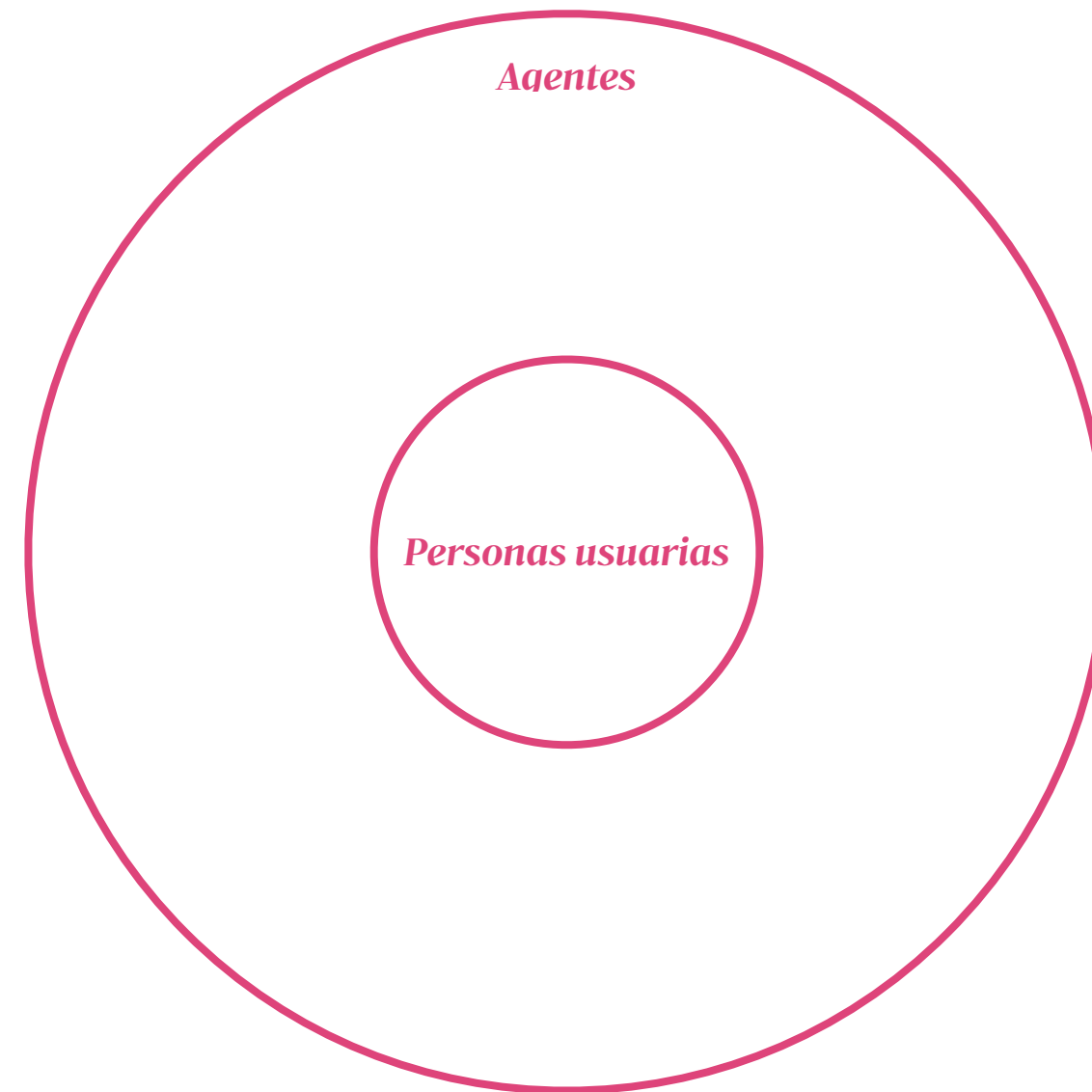
1.2. ¿Cuál es el resultado que se desea obtener?

1.3. Crear la frase o pregunta que defina el reto combinando los apartados anteriores.

1
Definir reto y contexto

Plantilla 2

3. Mapa de Agentes: ¿Quiénes participan?



2.1. Rellena el Mapa de Agentes e identifica, por un lado, quiénes son las usuarias de la iniciativa (diferentes perfiles) y los agentes que participan para llevarla a cabo (técnicos, proveedores, etc.).

2.2. Marcar cuáles de los perfiles de personas usuarias sufren los efectos de la Brecha Digital.

4. Marca qué tipo de brecha crees que sufren las personas usuarias de la iniciativa:

- Brecha por género.
- Brecha por territorio.
- Brecha por edad.
- Brecha por educación.
- Brecha por discapacidad.
- Brecha por cultura.
- Brecha por desigualdad económica.
- Otra: _____

5. ¿Qué problemas crees que tienen estos agentes?

6. Redefinir el reto: teniendo en cuenta lo trabajado en los puntos 3, 4 y 5 adecuar el reto definido en el punto 1.3 a las necesidades de las personas usuarias.

7. Mapa de objetivos

7.1. ¿Cuáles son los objetivos de la iniciativa?

7.2. ¿Cuál es el resultado que se desea obtener?

7.3. Si la iniciativa ya está en marcha... ¿En qué va a mejorar la iniciativa con su digitalización? ¿En qué va a empeorar?

Si la iniciativa no está en marcha... ¿Qué obstáculos creemos que nos podemos encontrar en la consecución de los objetivos?



Plantilla 3

8. Planificación del proceso:

Sitúa en la línea de tiempo cuándo se llevará a cabo cada una de las acciones del proceso y cuáles son los principales hitos del mismo.
Para este ejercicio, ten en cuenta el proceso planteado en la página 8.

¿Se van a utilizar herramientas como entrevistas, la observación, etc.? ¿Tenéis previsto realizar alguna sesión participativa?
La siguiente fase os ayudará a definir la investigación.



Recuerda que una vez finalizada la iniciativa se debe dar un proceso de seguimiento y que es necesaria su planificación.

2. Conocer a las usuarias, identificar necesidades

2
Conocer a las usuarias, identificar necesidades

En qué consiste:

Es el momento de analizar **las personas, su realidad y el contexto** en torno al tema a tratar.

El objetivo principal de esta fase es obtener un **conocimiento profundo** sobre las usuarias de la iniciativa y el contexto en el que esta se desarrolla.

Además, las herramientas que se presentan en esta fase invitan a que **las personas usuarias participen activamente en el diseño de la iniciativa**, es decir, a co-diseñar la iniciativa.

Se trabajarán los siguientes aspectos:

- Las personas usuarias y su realidad.
- Contexto en el que se desarrolla la iniciativa.
- Identificar a los agentes necesarios para llevar a cabo la iniciativa.
- Si la iniciativa ya existe, cómo es, en qué punto podemos mejorarla.

Ten en cuenta

- Eres quien diseña la iniciativa, pero **no eres la persona usuaria**.
- Puedes ponerte en el lugar de la **persona usuaria** en un principio, pero la mejor manera de desarrollar el proceso es que ésta forme **parte del proceso** de diseño.
- **Dejar atrás los prejuicios** en la relación entre usuarias y agentes, es necesario prepararse para escuchar cosas que te sorprendan.

Herramientas útiles

- Cómo dirigir las entrevistas.
- Plantilla *Personas*.
- Mapa de empatía.
- Un día en su vida.
- Para diseñar sesiones para identificar necesidades: guía
Cómo dinamizar tu grupo de trabajo

1. Definir la investigación:

1.1. Completar la lista de perfiles de personas usuarias teniendo en cuenta lo recogido en el Mapa de Agentes.

1.2 ¿Qué perfiles de la lista tendréis en cuenta para la investigación? Marcar en la lista de 1.1.

1.3. Marca cómo tendrás en cuenta las personas usuarias definidas para identificar sus necesidades. Es recomendable elegir más de una opción.

- Imaginando su situación. Otra(s)
- Realizando observaciones.
- Realizando llamadas telefónicas.
- Con entrevistas presenciales.
- Con una sesión de trabajo para identificar necesidades.

2

Conocer a las usuarias, identificar necesidades

Plantilla 1

Es importante adaptarse a las características, límites y realidad de las personas si se quiere acercarse a ellas y trabajar con ellas. Por eso, ten en cuenta en todo momento los diferentes tipos de brechas.

2. Planifica una estrategia para la investigación:

1. De acuerdo con lo respondido en la definición de la investigación, planifica cómo la llevarás a cabo.

Preguntas para ayudar en la planificación de la investigación:

- ¿Con quién os pondréis en contacto? ¿En qué forma?
- ¿Cómo os ponéis en contacto con este perfil?
- ¿Con qué objetivo os pondréis en contacto?
- ¿Os váis a reunir presencialmente? ¿Dónde? ¿Cuándo?
- ¿Cuáles serán las preguntas que plantearéis para identificar las necesidades?
- ¿O dinámicas?
- ¿Qué material necesitaréis?

3. Definición del perfil de persona usuaria:

Esta herramienta sirve para definir cada perfil de persona usuaria y comprender sus necesidades concretas. Se rellena con la información que se recoge en la investigación, sin embargo es recomendable revisar estos conceptos para una buena preparación de la investigación. **Este ejercicio debe realizarse para cada tipo de perfil.**

Describe el perfil

¿Quién es? ¿Cuál es su edad? ¿Cómo vive?

Motivaciones

¿Qué le gusta hacer? ¿Cuáles son sus motivaciones?

Falta de motivación

¿Qué no le gusta hacer? ¿Qué le desmotiva?

Relación de la persona usuaria con la iniciativa

Si la iniciativa ya existe, representa en la siguiente línea temporal cuándo y cómo utiliza la iniciativa este perfil, empezando por cómo conoce la iniciativa.



¿Cuáles son las frustraciones o obstáculos que siente hacia la iniciativa?

¿Cuáles son sus sentimientos positivos hacia la iniciativa?

¿Cuáles son sus necesidades respecto a la iniciativa?

Ten en cuenta los posibles problemas, frustraciones y alegrías identificados en la línea de tiempo realizada anteriormente.

3. Diseñar en base a las necesidades

En qué consiste:

Es la fase para dar forma a la iniciativa. El objetivo principal es la generación de ideas y para ello, se recomienda comenzar por las necesidades identificadas.

¿Qué podemos hacer para dar respuesta a las “necesidades identificadas”? El objetivo será generar sobre esta pregunta. De esta forma, la iniciativa que se diseñe o rediseñe va a estar realmente basada en las necesidades identificadas por la ciudadanía y agentes implicados, dando respuesta a esas necesidades.

En esta fase también es imprescindible tener en cuenta a las personas usuarias y resto de agentes. Mediante la co-creación se garantiza una **generación compartida de ideas**, a la vez que se definen soluciones ajustadas a las necesidades de las personas.

Aspectos a tratar:

- Generar ideas para dar respuesta a las necesidades.
- Analizar iniciativas referentes.
- Desarrollar ideas para generar iniciativas integrales.

Ten en cuenta

- La **creatividad se desarrolla**. Por ello, utiliza las herramientas y dinámicas que se proponen.
- **Inspírate** por lo que te rodea, abre los ojos y los oídos, cualquier acción o momento te puede dar una pista que integrar en la iniciativa.
- **Invita y promueve la participación activa** de las personas usuarias, agentes clave y profesionales que se consideren necesarios.
- En el diseño de los servicios puede ser interesante contactar con **personas expertas** en la temática sobre la que se trabaja.

Herramientas útiles

- [Mapa de experiencias.](#)
- Para diseñar sesiones de co-creación con usuarias u otras agentes: [guía Como dinamizar tu grupo de trabajo \(DFG\).](#)
 - Lluvia de ideas.
 - Prospección.
 - Valoración de ideas.

1. Pensando en las respuestas a las necesidades*:

Para diseñar en base a las necesidades es importante responder a cada una de las necesidades identificadas en función del perfil que viva esa frustración.

1.1. Haz una lista de los perfiles de personas usuarias considerados (en el apartado de Investigación definida).

1.2. ¿Cuáles son las necesidades y motivaciones identificadas? Haz una lista con las necesidades y motivaciones de cada perfil.

1.3. ¿Cómo podemos hacer frente a estas necesidades? ¿Cómo podemos utilizar las motivaciones?

3

Diseñar en base a las necesidades

Plantilla 1

2. Diseño de la iniciativa en base a las necesidades*:

Imagina la iniciativa paso a paso desde el punto de vista de una persona usuaria teniendo en cuenta sus necesidades e integrando sus respuestas.

Es muy importante analizar con detalle cada uno de los pasos: cómo conoce la persona usuaria la iniciativa, cómo llega a ella (sea espacio físico o digital), analizando cada uno de los pasos para llevarla a cabo y, finalmente, el seguimiento posterior de la iniciativa.

Hay diferentes formas de representar la iniciativa: a través de una línea de tiempo, dibujando un pequeño cómic, escribiendo cada paso... Hazlo como sientas más comodidad.

Durante el ejercicio se pueden identificar nuevas necesidades, ¡eso es una buena señal!
Piensa cómo responder a estas necesidades y replantea el diseño de la iniciativa.

*¿Cómo vas a tener en cuenta a las personas usuarias a la hora de realizar este ejercicio?

- Imaginando su situación.
- Realizando observaciones.
- Realizando llamadas telefónicas.
- Con entrevistas presenciales.
- Con una sesión de trabajo presencial basada en la cocreación.
- Otro(s):

4. Definir y desarrollar

En qué consiste:

Es el momento de desarrollar la iniciativa en detalle, es decir, de **hacer una definición precisa de las ideas surgidas en fases anteriores.**

A la vez, se **crean prototipos** que hacen tangible la iniciativa. *Un prototipo es una referencia, un modelo que abarca tanto aspectos funcionales como estructurales.* En esta fase se utiliza un prototipado rápido en el que se define el lado estético que ve la persona usuaria.

Esto **ayudará a valorar o repensar los puntos de interacción entre la iniciativa y la persona usuaria** hasta llegar a una propuesta que cumpla los objetivos iniciales.

El desarrollo del prototipo requiere la colaboración de profesionales que trabajan en el diseño de iniciativas digitales. En este momento será importante trasladarles **la información sobre la iniciativa de la forma más detallada posible** y realizar un seguimiento rígido desde la organización.

Aspectos a trabajar:

- Definición detallada de los puntos de interacción de la iniciativa.
- Prototipos con diferentes grados de definición.
- Informe de características dirigido a profesionales (*Briefing*).

Ten en cuenta

- Es necesario crear una iniciativa **intuitiva**.
- **Ponte en lugar de la persona** usuaria, haz uso de la iniciativa como ella lo haría.
- Ponte en contacto con personas **expertas** en el Diseño de Servicios y en Experiencia e interacción de usuarias, y trabaja en colaboración con ellas.
- **Invita a personas usuarias y a otros agentes** de interés a que formen parte del proceso.

Herramientas útiles

- Prototipado:
 - Prototipos de baja fidelidad - wireframes (en caso de que se trate de diseño digital).
 - Prototipos de media fidelidad - mock-ups (en caso de que se trate de diseño digital).

1. Descripción de la propuesta:

¿Cuál es el funcionamiento de vuestra propuesta? ¿Cuáles son los principales puntos de interacción entre la persona usuaria y la iniciativa? Descríbelo en formato cómic en los seis pasos expuestos. Ten en cuenta el trabajo realizado en el ejercicio «Diseño de la iniciativa en base a las necesidades». Se puede hacer uno por cada perfil.

1.1. Explicar brevemente el perfil de la persona usuaria. ¿Cuáles son sus características?

1.2. Explicar el contexto.

Situación anterior a que la persona usuaria participe en la iniciativa.

1.3. Explicar el problema. ¿Qué le pasa? ¿Qué necesidades tiene?

1.4. ¿Cómo conoce la iniciativa?

1.5. ¿Cuál es el principal punto de interacción de la iniciativa? ¿Para qué lo utiliza y cómo?

1.6. Explicar la reacción de la persona usuaria. ¿Cuál es el valor que da la iniciativa a la persona usuaria?

1.7. ¿Qué cambio consigue gracias a la iniciativa? ¿Cómo se termina o se mantiene la relación?

El objetivo de esta herramienta es generar una explicación para una persona que pueda llevar adelante/desarrollar la iniciativa. Por eso, sé lo más preciso y claro posible.

2. Resumen de la propuesta:

2.1. Pon un nombre a la iniciativa (con este nombre se dará a conocer, debe ser atractivo y coherente). Acompaña el nombre con un eslogan.

No tiene por qué ser un nombre final, pero poner un nombre ayudará a entender la iniciativa en este punto.

2.2. 5 palabras clave pensadas que resumirán la propuesta y ayudarán a entenderla en una mirada.

--	--	--	--	--

3. Análisis de los recursos:

¿Cuáles son vuestros recursos (económicos, personales, materiales, espacios, etc.) para la iniciativa?

Alianzas. ¿Con quién tienes que hablar para poder llevar adelante la iniciativa?

¿Qué hay que hacer para llevar adelante la iniciativa?

¿Qué materiales son necesarios para llevar a cabo la iniciativa?

¿Quién va a hacer qué?

4

Definir y desarrollar

Plantilla 2

4. Plantilla para acompañar en la definición con personas desarrolladoras:

Para llevar a cabo la parte digital de la iniciativa habrá que explicar bien a las personas diseñadoras y desarrolladoras las características de la misma. Para ello se puede utilizar el material creado hasta el momento y esta herramienta os servirá también de guía.

Nombre de la iniciativa:

Quién ejecuta la acción:

Descripción de la iniciativa (tener en cuenta los seis pasos)

Objetivo(s) de la iniciativa

Designar las necesidades identificadas, los puntos de interacción y las respuestas.

¿Cómo debe trabajar? (Describir en tres palabras clave)

¿Cuáles son los plazos?

5. Prototipar y testar

En qué consiste:

Esta es una **fase avanzada de desarrollo** de la iniciativa. **La iniciativa y los puntos de interacción entre la persona usuaria se diseñan y se prueban con ella.**

Aunque todavía estamos en **fase de prototipar**, comparados con los de la fase anterior, éstos parecen reales, tienen un **nivel de definición muy alto**, garantizando la utilidad de la iniciativa.

En esta fase se realiza una **evaluación exhaustiva de la iniciativa junto con las personas usuarias**. Como se puede observar en el esquema del proceso, si es necesario **se puede volver una y otra vez a analizar las necesidades de las personas usuarias hasta que el resultado sea satisfactorio**. De esta forma, llegaremos a diseñar iniciativas que tengan la menor brecha digital posible.

Aspectos a trabajar:

- Pruebas de evaluación con personas usuarias.
- Autodiagnóstico.

Ten en cuenta

- **Ponte en lugar de la persona usuaria**, haz uso de la iniciativa como ella lo haría.
- **Invita a las personas usuarias a hacer uso de la iniciativa**. Analiza de forma detallada las interacciones entre la iniciativa y la persona usuaria.
- **Ten en cuenta las diferentes brechas digitales** y asegurate de que no están presentes en la iniciativa.

Herramientas útiles

- Prototipación:
 - Prototipo de alta fidelidad - Prototipos funcionales.

1. Autodiagnóstico para la validación de iniciativas digitales sin brechas.

Puedes utilizar el siguiente cuestionario para comprobar que tu iniciativa está diseñada sin brechas. Completa el cuestionario y cuenta las respuestas afirmativas, a continuación valora la valoración en la matriz de situación de su iniciativa respecto a la brecha digital.

A. COMENZANDO DESDE LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS USUARIAS

1. He identificado a las personas usuarias y agentes.* SI NO
2. He tenido relación con las personas usuarias y agentes desde el principio. SI NO
3. He identificado las necesidades de las personas usuarias y agentes. SI NO
4. He integrado las necesidades de las personas usuarias y agentes en el proceso de diseño. SI NO
5. He tenido en cuenta durante todo el proceso las necesidades de las personas usuarias y agentes. SI NO
6. He convertido a las personas usuarias y agentes en participantes activos del proceso. SI NO

B. INCORPORACIÓN DE LA BRECHA DIGITAL

6. Sé que hay diferentes tipos de brechas y las he tenido en cuenta aunque sea de forma indirecta. SI NO
7. Durante el proceso he trabajado los diferentes tipos de brechas de forma aislada. SI NO
8. Durante el proceso he trabajado los diferentes tipos de brechas de forma sistémica. SI NO

C. FACILITAR EL ACCESO

9. He analizado las diferentes situaciones de acceso de las personas usuarias y agentes. SI NO
10. Las personas usuarias y agentes tienen un acceso adecuado (tanto digital como físico). SI NO

D. GARANTIZAR LA ACCESIBILIDAD

11. Conozco la motivación principal de las personas usuarias y agentes para el uso de la iniciativa. SI NO
12. El lenguaje que se utiliza es comprensible para todas las personas. SI NO
13. Las personas usuarias y agentes son capaces de realizar las tareas que se les proponen. SI NO
14. Se han definido diferentes canales de comunicación para llegar a todas las personas usuarias. SI NO
15. Las personas proveedoras han recibido formación para ofrecer la iniciativa de forma adecuada. SI NO

E. GARANTIZAR LA INTEROPERABILIDAD

16. Se ha asegurado que esta iniciativa no choca con otras iniciativas.* SI NO
17. Esta iniciativa se ha definido teniendo en cuenta la interoperabilidad con otras iniciativas. SI NO
18. He previsto todos los recursos necesarios para poner la iniciativa en marcha (económicos, personales, espacios, canales, etc.) SI NO

*En caso de respuesta negativa a las preguntas marcadas con la estrella, la puntuación de todo el autodiagnóstico será 0.

NÚMERO DE
RESPUESTAS
POSITIVAS

Lleva este número a la matriz de valoración de la próxima página.

Grado de intensidad de la brecha digital



0-4 positivas

En la iniciativa corres el riesgo de tener una gran brecha digital. Conocer las necesidades de la persona usuaria y su integración en el proceso te ayudará. Análisis de los tipos de brechas digitales.

5-9 positivas

En tu iniciativa todavía la brecha digital puede ser palpable. Relacionarse con la persona usuaria, integrarse en el proceso e identificar los factores válidos para ella.

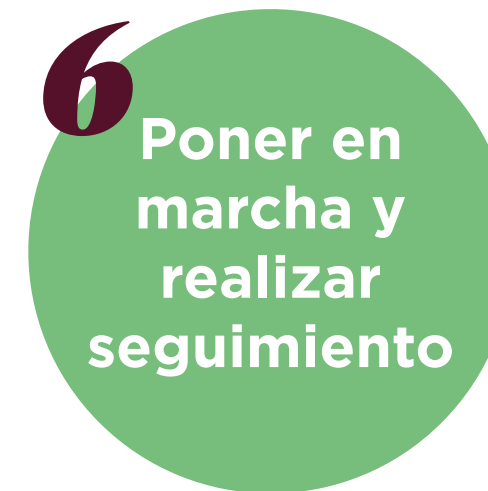
9-12 positivas

Vas en buen camino. Procura trabajar las brechas de forma sistémica y analizar las necesidades de las personas usuarias en todos los puntos de interacción de la iniciativa.

13-18 positivas

Tu iniciativa tiene la posibilidad de no tener brecha digital. Sigue analizando las necesidades de las personas usuarias y colocándolas en primera línea.

6. Poner en marcha y realizar seguimiento



En qué consiste:

Es **la fase de hacer realidad la iniciativa**. Es el momento de obtener los recursos necesarios y de comunicar la disponibilidad de la iniciativa.

A pesar de que la iniciativa esté en marcha, es importante establecer una periodicidad y **realizar un seguimiento riguroso** de la misma. Con el tiempo y el uso, pueden variar diferentes aspectos y es importante **garantizar en todo momento la ausencia de brechas digitales en las iniciativas**.

Recordar la importancia de hacer una **devolución a los agentes y participantes en el proceso y/o incorporarlos en el seguimiento**.

Aspectos a trabajar:

- Diseño de indicadores y estrategia de seguimiento.
- Devolución a agentes participantes.

Ten en cuenta

- Una vez diseñada la iniciativa, **siempre se puede mejorar**.
- **Consultar con regularidad a las personas usuarias** y trabajar en las mejoras necesarias.
- Aplicar el **autodiagnóstico** con cierta frecuencia, ya que vivimos en un momento muy cambiante.

1. Definir indicadores:

Describe seis datos que muestran que la iniciativa ha tenido éxito:

6 Poner en marcha y realizar seguimiento

Plantilla 1

Recuerda que el autodiagnóstico es un ejercicio de seguimiento de la iniciativa.

2. Diseñar seguimiento:

2.1. Define cómo se van a medir los indicadores definidos:

2.2. ¿Con qué periodicidad se van a medir los indicadores?

2.3. ¿Con quién se van a medir los indicadores?

2.4. Define, en una línea temporal, la estrategia para medir los indicadores:

○ _____ ○



OGP 3

Conceptualización de la guía v9

12.2022

***Esta no es la versión final de esta guía, se testeará en los pilotos que se lleven a cabo a lo largo del año 2023 y se adecuará a las necesidades que se identifiquen. La versión final de la guía está prevista para finales de 2023.*

MARAKA