



Gipuzkoako
Foru Aldundia
Diputación Foral
de Gipuzkoa



ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALAK SORTZEKO GIDA

Data: 2023ko abendua

Sustatzaileak:



**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Diputación Foral
de Gipuzkoa



Berrikuntzaren Euskal Agentzia
Agencia Vasca de la Innovación

Prozesuan parte hartu dutenak:

Gida hau **Open Government Euskadi** ekimenaren baitan sortu da, zehazki, **3. konpromisoaren** barnean. 2022. urteko otsailetik 2023. urteko abendura bitarte burutu da.

Gipuzkoako Foru Aldundia eta Berrikuntzaren Euskal Agentzia - Innobasquen gidaritzapean, ondorengoek hartu dute parte **ko-sorkuntza prozesuan**: *Gipuzkoako Foru Aldundia, Berrikuntzaren Euskal Agentzia-Innobasque, Asociación de Derecho Colaborativo, Bilboko Udala, Bizkaiko Foru Aldundia, Donostiako Udala, Elhuyar, Emun, Euskadiko Gazteria Kontseilua, Gasteizko Udala, Tolosako Udala, Unicef Comité País Vasco eta herritar norbanakoak.*

Mila esker guztioi!

Koordinazioa:

MARAKA

Maketazio eta diseinu grafikoa:

marmarru.studio



Gipuzkoako Foru Aldundiak sortu du dokumentu hau, eta interesa duen edozein herritarren edo erakunderen eskura jartzen da, Creative, Commons Aitortu-Partekatu Berdin 3.0 lizentziapean.

Lege Gordailua: D-188-2024



SARRERA

Ekimen digitalak diseinatzean, izan hauek zerbitzu, parte-hartze prozesu edota proiektu forma, **ezinbestekoa da pertsonak** (erabiltzaileak, hornitzaileak, erakundeetako langileak, eragileak, etab.) **erdigunean jarri eta beraien beharretara egokitutako proposamenak garatzea**.

Erakundeetatik eskaintzen ditugun zerbitzu eta baliabideetan **arrakala digitala ahalik eta txikiena sortzea, herritarren gaitasun eta trebetasunak lantzerantz bideratzen dituzten haratago** doa. Izan ere, hainbat dira identifikatu diren arrakala digitalak eta garrantzitsua da hauei era sistemikoan erantzuna ematea.

Horregatik, erakundeon ardura da arrakala digitala ekiditeko ekintzak gauzatzea ekimen digital irisgarriak eta inklusiboak eskaintzeko. Horretarako, ezinbestekoa da erakundeetan **lan egiteko modua aldatzea**, pertsonetan zentratutako diseinu prozesuak barneratzea, diziplinartekotasuna eta departamentu arteko elkarlana sustatzea eta proiektuaren

testuinguruan parte hartzen duten eragile eta faktore desberdinak kontuan izatea, lan-taldeak formatuz eta beharrezko diren baliabideak eskainiz.

Bide honetan, esku artean duzun **gida honen helburua, ekimenak diseinatzeko prozesuan eta hartu beharreko erabakietan, kontuan izan beharreko faktoreak identifikatzen eta definitzen laguntzea da**, ekimen digitalen diseinuan arrakala digitala ekiditeko **tresnak eskainiz**. Honekin, erakundeek eskaintzen dituzten ekimenak (berriak edo dagoeneko daudenak) pertsona orok, duen gaitasun digital eta testuinguruak baldintzatu gabe, era aske, eroso eta ahalik eta autonomoenean erabili ahal izateko diseinatzea lortu nahi da.

Gida **bi ataletan** banatu da. Lehenik eta behin, testuinguratze modura, **arrakala digitala zertan datzan** topatuko duzu formatu laburrean. Ondoren, **arrakala digitalik gabeko ekimenak nola sortu** biltzen duen prozesua aurkituko duzu.



DIGITAHAL.

Digitalizazioan gizarte-diseinua egiteko esparrua.

Gida honekin batera, gaiaren inguruan gehiago hausnartu edo sakontzeko, Donostiako Udalak eta APTES-ek garatutako DigitAhal txostena irakurtzea gomendatzen da. Deskargatu [hemen dokumentua](#).

Marko teorikoa eskeintzen duen dokumentua da, baita hausnarketarako espazioa ahalbidetzen duena. Dokumentu honek, bideorri bat definitzen du eta erakundeetan digitalizazio prozesuak jendartearen ikuspuntutik diseinatzeko oinarriak finkatzeko lagungarri da.



ZER AURKITUKO DUZU HEMEN?

01 **ARRAKALA DIGITALA**

Zer da?
Eta, zein motatako arrakalak ditugu?

02 **ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALEN SORKUNTZA**

Arrakalarik gabeko ekimen digitalen
printzipioak.

Diseinu ikuspegia arrakalarik gabeko
ekimen digitalen diseinurako.

Arrakalarik gabeko ekimen digitalak
sortzeko prozesua.



Arrakala Digitala



ARRAKALA DIGITALA

ZER DA? ETA, ZEIN MOTATAKO ARRAKALAK DITUGU?

Arrakala digitalari aurre egiteko, garrantzitsua da ulertzea zertan datzan eta barne hartzen dituen arrakala mota ezberdinak zeintzuk diren.

Arrakala digitalak gizarte-taldeen arteko eremu digitalarekiko sarbide-, erabilera- edo inpaktu-desberdintasunak adierazten ditu.

Talde horiek irizpide ekonomiko, geografiko, genero, adin edo kulturalen arabera zehazten dira normalean:

- **Sarbiderako arrakala.** Pertsonak baliabide hori eskuratzeko dituzten aukerei dagokie. Hor sartzen dira jokoan, besteak beste, pertsonen eta herrialdeen arteko desberdintasun sozioekonomikoak, digitalizazioak inbertsio eta azpiegitura oso garestiak eskatzen baititu gutxien garatutako eskualdeetarako eta landa-eremuetarako.

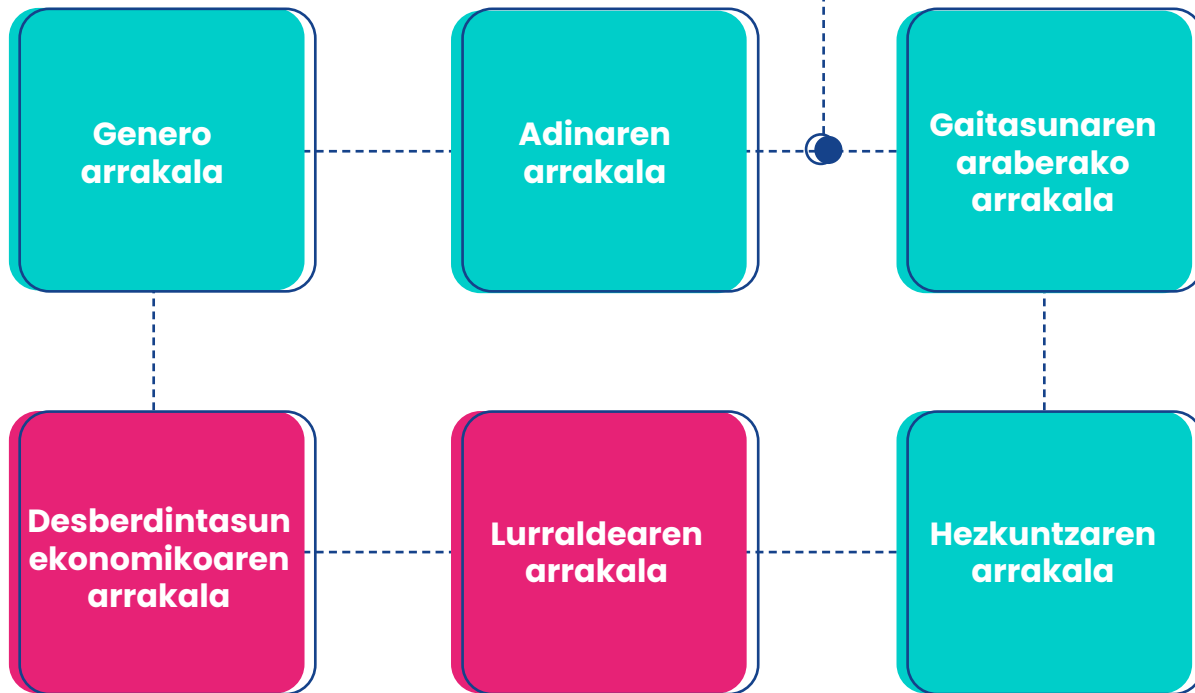
- **Erabilera-arrakala.** Teknologia erabiltzea galarazten duen gaitasun digitalik eza da. Adibide bat jartzearen, UITek (Unión Internacional de Telecomunicaciones) adierazten du 40 herrialdetan biztanleen erdiak baino gehiagok ez dakiela artxibo bat eransten posta elektronikoko bati.
- **Erabilera-kalitatearen arrakala.** Batzuetan gaitasun digitalak izan arren, sarea ongi erabiltzeko eta ahalik eta etekin handiena ateratzeko beharrezko ezagutza gabezia egoten da. Horren adibide da kalitatezko informazioa eskuratzeko gaitasun gabezia izatea.

Hauen baitan, hurrengo orrialdeko eskeman topatuko dituzun arrakala motak daude.



Arrakala motak ezin dira modu isolatu batean ulertu, denak daude elkarrekin erlazionatuta eta pertsona edo kolektibo bakoitzak arrakala bat baino gehiago sufritu dezake era oso ezberdinean.

- Sarbiderako arrakala
- Erabilera-arrakala/Erabilera-kalitatearen arrakala





Genero arrakala

Gizartearen egituratik eratorritako gizon eta emakumeen arteko desberdintasunak eta genero rola direla eta, **emakumeei eragiten dien arrakala.**

Adinaren arrakala

Mundu digitalak gure bizitzan daukan presentzia urte gutxitan handitu da. Garapen horretan, pertsona asko ez da errealitate berrira egokitzeko gai izan, mundu digitala ulertzeko denborarik eza dela eta. Horrek, adinean nagusiago diren pertsonak, orokorrean, hezkuntza digital baxua izatea dakar, **haientzat errealitate digitala ezezaguna eta ulertzeko zaila** bilakatuz.

Gaitasunaren araberako arrakala

Gaur egun, badira pertsonen gaitasun desberdinak kontuan izan gabe diseinaturiko gailu eta zerbitzu batzuk. Honek, zenbait pertsonak **gailu edota zerbitzu hauek erabiltzeko zailtasunak edota ezin erabili izatea dakar askotan.**

Desberdintasun ekonomikoaren arrakala

Digitalizazioak suposatzen duen **gastua** ezin du mundu guztiak ordaindu, tresna eta baliabide aldetik.

Lurraldearen arrakala

Digitalizatu gabeko guneak edo tresnak eta alfabetatzeko aukera digitalik ez duten landa-eremuak daude. Honek, espazio horietan bizi diren pertsonak mundu digitaletik deskonektatzen ditu.

Hezkuntzaren arrakala

Hezkuntza digitalik gabeko pertsonak barne biltzen ditu arrakala mota honek (baliabide faltagatik, adimen-gaitasun ezagatik edo interes ezagatik). Batez ere, hezkuntza-sisteman zentratzen da, **hezkuntza digitalik izan ezin duten pertsonetan eta hezkuntza falta honek dituen eraginetan.**



Arrakalarik gabeko ekimen digitalen sorkuntza



ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALEN PRINTZPIOAK:

● **HERRITARREN BEHARRETAN OINARRITUTA DISEINATZEN DIRA, HAUEN ANIZTASUNA KONTUAN IZANDA.**

Herritarrak ez dira ekimenaren sarbide/erabileratik kanpo geldituko arraza, genero, gaitasun, formakuntza maila, etab. arrazoiengatik.

● **MULTIKANALITATEA ETA KONTAKTU PUNTU GUZTIAK HARTZEN DIRA KONTUAN.**

Herritarrek ekimen berarekin duten harremana eta esperientzia maila desberdinetan diseinatuz, online zein offline.

● **ERAKUNDEEN ARTEKO ELKARRERAGINGARRITASUNA KONTUAN IZATEN DA.**

Sistema osoa ulertu eta erakunde bakoitzaren ekimenak eta beharrak kontuan hartuz, elkarlana bultzatzeko.

● **ERABILGARRITASUNA, GARDENTASUNA ETA IRISGARRITASUNA BALIOAN JARRI ETA BERMATZEN DA.**

Hizkuntzaren ulergarritasunarekin batera.

● **ETENGABEKO TESTATZE ETA EGOKITZEA.**

Behar berriak azaltzerakoan hauek identifikatu eta ekimena egokitzeko etengabeko lana, denbora pasata arrakalarik ez sortzeko.



Gogoratu: benetako parte-hartzea, parte-hartzaileak subjektu aktibo bihurtu eta, iritzia emateaz gain, erabakiak hartzean ere integratzen direnean gertatzen da.

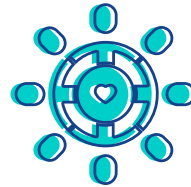
DISEINU IKUSPEGIA ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALEN DISEINURAKO

Diseinu-ikuspegia, **erronka konplexuei erabiltzaileen beharrak erdigunean jarriz aurre egiteko metodologia berritzaile** bezala ezagutzen da.

Ikuspegi honen baitan, ekimen digital irigarri eta inklusiboak diseinatzeko lagungarriak diren bi metodologia aurki ditzakegu: **Zerbitzu Diseinua eta Erabiltzailearen esperientzia eta interakziorako Diseinua (UX/UI izenez ezagutzen da).**

Metodologia hauek, **esperimentazioan, ikuspegi sistemikoan eta ekintza-ikerketan** oinarritzen diren metodologia sortzaileak dira.

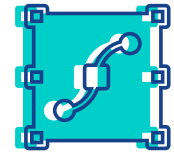
Hauen bidez, diseinu-ikuspegiak lan egiteko, ekimen berritzaileak diseinatzeko modu berri bat proposatzen du, hots, **laneko kultura ezberdin bat.**



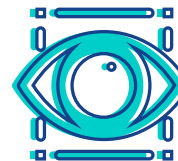
Pertsonetan zentratua (enpatia)
*Parte-hartzailea**



Sortzailea



Esperimentala



Ikuspegi sistematikoa



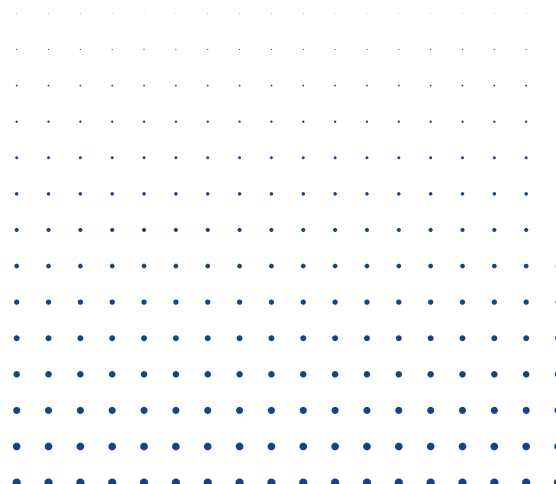
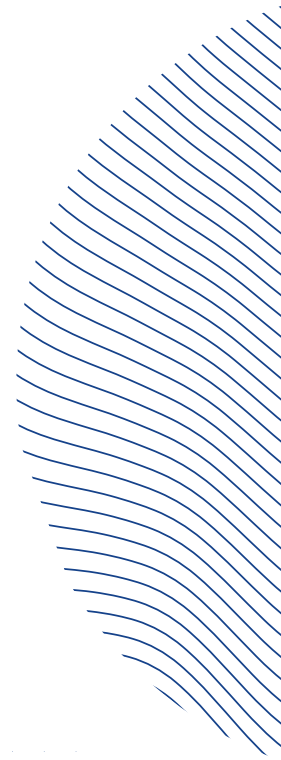
Ekintza ikerketa



ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALAK SORTZEKO PROZESUA

Ekimen berriak diseinatu edo daudenak digitalizatzeko, 6 urratsez osaturiko prozesu iteratibo bat proposatzen da, **atal batetik bestera, aurrera zein atzera, egiteko eta iteratzeko aukera ematen duena.**

Erakunde bakoitzak nahieran erabiltzeko moduko prozesua proposatzen da, ekimenaren diseinua dagoen fasean dagoela ere erabili daitekeena, baita dagoeneko diseinatuta dauden ekimenen berdiseinuan ere.



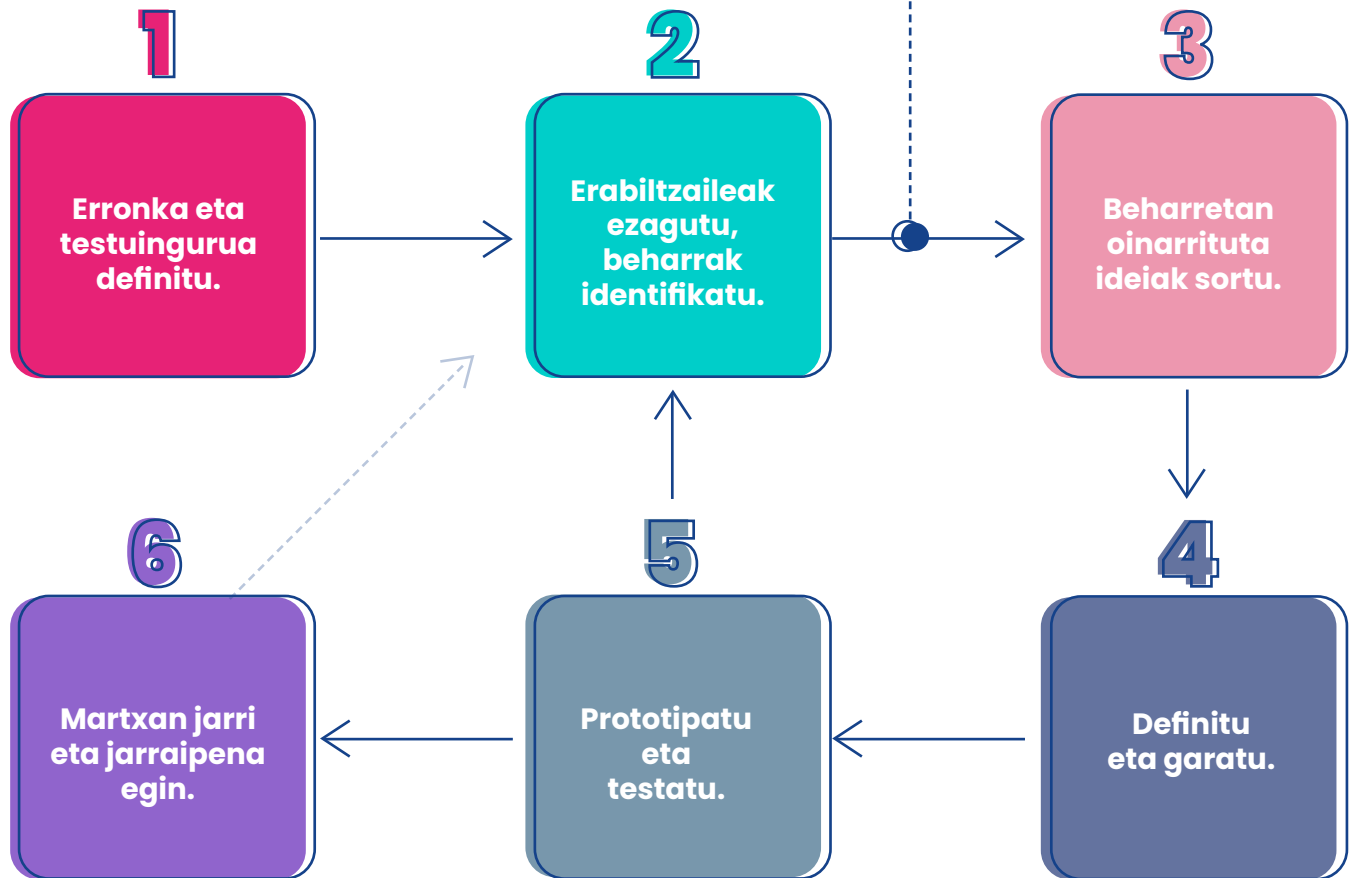


Hurrengo orrialdeetan ekimen bat sortzeko fase desberdinetan kontuan hartu beharreko aspektuak eta erabilgarri izan daitezkeen tresnak jaso dira.

- 1 Erronka eta testuingurua definitu.** Ekimenaren diseinu hasteko fasea da. Bertan, ideia soiletik abiatuz, honen helburuak eta testuingurua definitzeko aukera emango duten tresnak proposatzen dira.
- 2 Erabiltzaileak ezagutu, beharrak identifikatu.** Ekimena erabiliko duten pertsonak sakonean ezagutzeko tresnak proposatzen dira hemen. Hauek erabiltzailea ekimenean parte hartzera gonbidatzeko proposamena luzatzen dute, ekimenaren ko-sorkuntza bultzatuz.
- 3 Beharretan oinarrituta ideiak sortu.** Aurreko bi faseetan jasotako informazioan oinarrituta ekimenaren ezaugarriak imajinatzen eta xehetzen hastea da fase honen helburua. Sormenean eta ko-sorkuntzan oinarritutako tresnak proposatzen dira bertan.
- 4 Definitu eta garatu fasea.** Ekimena paperean dagoen ideia batetik pantailara pasatzen deneko trantsizioa ematen da urrats honetan. Ekimena exekutatu duten profesionaleri pasatu beharreko informazioa lantzen laguntzen duten tresnak proposatzen dira hemen.
- 5 Prototipatu eta testatu.** Garatutako ekimena errealitate bihurtu aurreko fasea da eta berau balioztatzen lagunduko duten tresnak proposatzen dira.
- 6 Martxan jarri eta jarraipena egin.** Ekimena behin martxan dela, garrantzitsua da honen garapen eta erabilera egokia bermatzea ere. Hori dela eta, jarraipena egiteko baliabideak aurkezten dira atal honetan, martxan jartzeko kontutan izan behar diren gakoekin batera.



Prozesu hau, bai ekimen bat zerotik hasi baita egun existitzen den ekimen baten ebaluaketa/berdiseinua egin nahi denean ere erabiliko da; kasu bakoitzean, prozesuaren abiapuntu fasea eta prozesuaren hasierako oinarria desberdina izanik.





FASEEN EGITURA GIDAN

Gidan zehar, prozesua osatzen duten fase ezberdinen azalpenek egitura berdina jarraitzen dute. Egitura hau, hurrengoa da:

- **Zertan datza.** Fase bakoitzaren helburuak eta helburu horietara heltzeko landu beharreko aspektu ezberdinak azaltzen dira hemen.
- **Kontuan hartu.** Atal honetan, fasearen helburuak behar bezala betetzeko kontuan hartu behar diren gako batzuk jasotzen dira.
- **Tresna erabilgarriak.** Eragileen parte-hartzea izango duten prozesuak edo saiok erraztu eta dinamizatzeko, edo faseren bat gehiago landu nahi izanez gero erabiltzeko, lagungarri izan daitezkeen baliabide gehigarriak izendatzen dira atal honetan.

- **Txantiloiak.** Atal honetan, prozesua era gidatuan aurrera eramateko pentsatuta dauden txantiloiak jasotzen dira. Txantiloia hauetan, **prozesuko fase bakoitzaren lanketarako gako diren aspektu ezberdinak lantzen dira**, erabiltzen duenareztat prozesuan bidelagun izan daitezten.



- *Gipuzkoako Foru Aldundiaren Herritarren Partaidetzarako zerbitzuaren baitan dagoen Gipuzkoako Eskola Irekiaren webguneko Gidak eta Baliabideak atalean, prozesu honen lanketarako lagungarri izango zaizkizun beste hainbat tresna baliagarri topatuko dituzu. Baliabideak [hemen ikusi](#).*



- *Ekimenen diseinu prozesuaren lanketari begira, gida honetan topatuko dituzun txantiloiak, A3 formatuan, [hemen deskargatu](#) ditzakezu.*



PROZESUARI BEGIRA KONTUAN HARTZEKOA

- Gida hau ez da formulario baten modura ulertu behar, **arrakala digitalak ekiditeko laguntza** bat bezala baizik.
- **Prozesuaren fase desberdinak eta bakoitzaren helburuak ulertu behar dira eta, horren arabera, diseinatu proiektua.** Prozesu hau, ekimen berrietan aplikatzerakoan, lehenengo fasetik hasita jarraitzeko pentsatuta dago. Ekimenen berdiseinurako ere horrela egitea gomendatzen da. Hala ere, proiektuaren arabera moldatzea baloratu daiteke.
- Helburuak bete badira, ez da beharrezkoa fase bakoitzaren txantiloietako ariketa guztiak betetzea. Horrez gain, **txantilo hauek proiektuaren beharretara moldagarriak ere badira.**
- Garrantzitsua da, **ekimena garatuko dutenek ere prozesuan zehar parte hartzea,** landutakoaren garrantzia barneratu dezaten.



1

ERRONKA ETA TESTUINGURUA DEFINITU

ZERTAN DATZA?

Ekimen berri bat diseinatu edo dagoen bat berdiseinatzeko oso lagungarria da **prozesua irudikatzea**, eman beharreko pausoak zehaztuz.

Aspektu digitalak barne hartzen dituzten ekimenak izanik, ezinbestekoa da hasieratik **arrakala digital motak ezagutu eta kontuan hartzea**.

Horrez gain, **testuinguruaren azterketa eta parte hartzen duten eragileen identifikazioa** egitea ezinbestekoa da.

Hori dela eta, lehen fase honetan hurrengo aspektuak definitzen dira:

- **Ekimenaren erronka.**
- **Ekimenaren oinarria** (Nondik sortzen da? Aurrekariak).
- **Ekimenaren testuinguruan parte hartzen duten eragileen** (erabiltzaileak, ekimena gauzaten duten arloetako teknikariak, etab.) identifikazioa.
- Ekimenaren **helburuak**.
- Ekimenaren diseinu prozesurako **plangintza eta jarraipena**.



KONTUAN HARTU

- Erronkaren definizioan **testuingurua** kontuan izango da.
- Ekimeneko **eragileak** sortzen den azken emaitzaren **erabiltzaileak** izango dira, **baina baita ekimen hori eskainiko duten langileak edo bestelakoak ere.**
- **Herritarrak anitzak dira**, eta ondorioz, **ekimena diseinatzekoan aniztasun hori kontuan hartu** beharko da, besteak beste, profilen identifikazioan, erronkaren definizioan, ekimena eskainiko den kanalen aukeraketan, komunikazio estrategian, etab.
- Ekimena diseinatzekoan, **ekimena ez da era isolatuan landu behar**, beste erakundeen prozesuak ulertzeari eta elkarreragingarritasuna definitzeari espazioa eskaini behar zaio.
- **Ekimenaren jarraipena egiteko mekanismoak pentsatu** beharko dira, erakunde barruan nahiz kanpoan, parte-hartzaileek prozesuaren jarraipena egin ahal izateko.

TRESNA ERABILGARRIAK

- Helburu mapa
- Eragile mapa.
- Proiektuaren planifikazioa

“Gida metodologikoa design thinking metodologian oinarrituta herritarren partaidetzaren arloko proiektuak garatzeko” ikusi hemen.

- Ko-sorkunza saioak diseinatzeko: “Taldeen dinamizaziorako gida” ikusi hemen.

1. TESTUINGURUAREN AZALPENA

1.1. Nork edo nortzuk bultzatzen dute ekimenaren diseinu prozesua? Zein departamentu edo arlok?

1.2. Ekimena diseinatzeko prozesua aurrera eramaten den lehenengo aldia da?

Bai, lehenengo aldia da. Ez, aldiz burutu da. Ez, ekimenak urte daramatza funtzionamenduan.

1.3. Erantzuna ezetza bada...

... erabiltzaileek zein paper izan dute orain arte ekimenaren diseinu prozesuan? Parte hartu dute diseinu prozesuaren momenturen batean? Nola komunikatu dituzte ekimenaren erabileran izan dituzten oztopo, behar, nahiak...?

... zein arazo edo oztopo identifikatu dira?

... zer baloratu da positiboki?

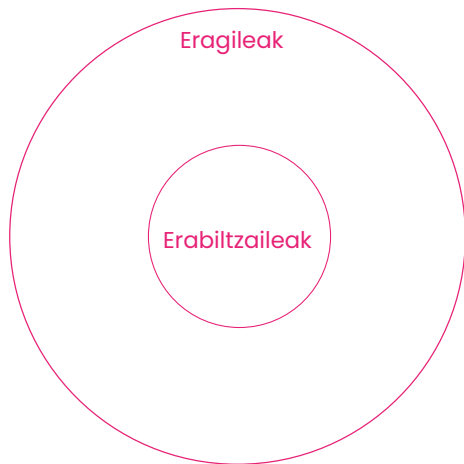
2. EKIMENAREN ERRONKA DEFINITU

2.1. Zein funtzio du?

2.2. Zein beharri erantzuten dio?

2.3. Aurreko atalak uztartuz erronka definituko duen esaldia sortu.

3. ERAGILE MAPA: NORTZUK HARTZEN DUTE PARTE?



3.1. Bete Eragile Mapa eta identifikatu, alde batetik, ekimenaren erabilzaileak nortzuk diren (profil ezberdinak) eta ekimena aurrera eramateko parte hartzen duten gainontzeko eragileak (teknikariak, hornitzaileak, etb.) bestetik.

3.2. Erabilzaileen profiletatik markatu zeintzuk pairatzen dituzten Arrakala Digitalaren eraginak.

4. MARKATU, ZURE USTEZ, EKIMENAREN ERABILTZAILEEK ZEIN ARRAKALA MOTA SUFRITU DEZAKETEN

- Genero arrakala.
- Adinaren arrakala.
- Gaitasunen araberako arrakala.
- Desberdintasun ekonomikoaren arrakala.
- Lurraldearen arrakala.
- Hezkuntzaren arrakala.
- Arrakala kulturala.
- Beste bat:

5. ZEIN ARAZO USTE DUZU DITUZTELA ERAGILE HAUEK?

Eragile bakoitzak ekimenarekiko izan ditzakeen arazoak identifikatu eta bereizi itzazu.

6. ORAIN, DEFINITU EKIMENAREN DISEINU PROZESUAREN ERRONKA AURREKO ARIKETETAN IDENTIFIKATURIKO BEHARRAK KONTUAN HARTUZ.

7. HELBURU MAPA

7.1. Ekimena martxan badago, baina ez bada digitalki eskaintzen... Zertan hobetuko da ekimena bere digitalizazioarekin? Zertan okertu?

Ekimena martxan badago eta digitalki eskaintzen bada, zer lortu nahi da bere berdiseinuarekin?

Ekimena ez badago martxan, zein oztopo topa ditzakegu helburuak lortzeko bidean?

7.2. Aurreko ariketa kontuan izanda, zeintzuk dira ekimenaren diseinu prozesuaren helburuak?

8. EKIMENAREN DISEINU PROZESUAREN PLANIFIKAZIOA

Kokatu denbora lerroan noiz emango den ekimena diseinaitzeko prozesuaren fase eta ekintza bakoitza. Ariketa honetarako, kontuan izan "Arrakalarik gabeko ekimen digitalak sortzeko prozesua" ([Ikusi 16. or.](#)).



Elkarrizketa, behaketa, etab. bezalako tresnarik erabiliko duzue? Saio parte-hartzailearen bat egiteko asmoa duzue? Hurrengo faseak ikerketa definitzen lagunduko dizue.



Gogoratu, ekimena behin diseinaturik eta martxan dagoela, jarraipen prozesu bat eman behar dela aurrera, eta honen planifikazioa beharrezkoa dela.

2

ERABILTZAILEAK EZAGUTU, BEHARRAK IDENTIFIKATU

ZERTAN DATZA?

Landu beharreko gaiaren inguruan **personak, errealitatea eta testuingurua** aztertzeko momentua da.

Ekimenaren erabiltzaileen eta hau ematen den testuinguruaren gaineko ezagutza sakona lortzea da fasearen helburu nagusia.

Horretaz gain, fase honetan aurkitzen diren tresnek **erabiltzailea ekimenaren diseinuaren partaide aktibo** izateko gonbidapena egiten dute, ekimena ko-sorkuntza bidez diseinatzeko.

Landu beharreko aspektuak:

- **Erabiltzaileak eta beraien errealitatearen ezagutza eta beharren identifikazioa.**
- **Ekimena ematen den testuinguruaren ezagutza.**
- Ekimena gauzatu ahal izateko **beharrezkoak diren eragileen ezagutza.**
- **Ekimena existitzen baldin bada, honen ezaugarriak**, hau da, nolakoa den eta zein puntutan hobetu dezakegun, landu.



KONTUAN HARTU

- Ekimenaren **diseinatzailea zara, ez erabiltzailea.**
- Erabiltzailearen lekuan jarri zaitezke hasiera batean, baina prozesua era egokian garatzeko modurik onena **erabiltzaileak** (eta ekimenean inplikaturiko gainontzeko eragileak) **diseinu prozesuko parte** izatea da. Honela, erabiltzaileen behar errealen berri lehen pertsonan jasoko duzu, baita prozesurako baliagarri izan daitekeen informazio interesgarria ere.
- Erabiltzaile eta eragileekin baterako lanketarako, aurreiritziak atzean utzi itzazu eta **prestatu harrituko zaituzten gauzak entzuteko**, garrantziko zaizun eta aurrez kontutan izan ez zenuen informazioa jasoko duzu seguru.

TRESNA ERABILGARRIAK

- Nola bideratu elkarrizketak.
- Pertsonaiak tresna.
- Enpatia mapa.
- Egun bat bere bizitzan.
- Beharrak identifikatzeko partaidetza saioak diseinatzeko: *“Taldeen dinamizaziorako gida” [ikusi hemen.](#)*

“Gida metodologikoa design thinking metodologian oinarrituta herritarren partaidetzaren arloko proiektuak garatzeko” [ikusi hemen.](#)

1. IKERKETA DEFINITU

1.1. Erabiltzaileen profilen zerrenda osatu lehen urratseko 3. Eragile Mapa ariketan jasotakoa kontuan hartuz (21. orrialdea).

1.2. Zerrendako zein profil izango dituzue kontuan ikerketarako? Markatu 1.1.-ko zerrendan bertan.

1.3. Markatu nola izango dituzuen kontuan definitutako erabiltzaileak beraien beharrak identifikatzeko. Gomendagarria da aukera bat baino gehiago aukeratzea.

- Beraien egoera imajinatuz.
- Behaketak burutuz.
- Telefono deiak eginez.
- Elkarrizketa presentzialekin.
- Beharrak identifikatzeko ko-sorkuntza lan-saio batekin.

Beste bat/batzuk:



Garrantzitsua da profilen ezaugarri, muga eta errealitatera egokitzea beraiengana hurbildu eta beraiekin lan egin nahi bada. Horregatik, kontuan izan une oro arrakala mota ezberdinak.

2. PLANIFIKATU IKERKETARAKO ESTRATEGIA BAT

“1. Ikerketa definitu” ariketan erantzundakoa kontuan izanda, planifikatu nola eramango duzun ikerketa aurrera.

Planifikazioan laguntzeko galdera-sorta:

- Norekin jarriko zarete kontaktuan? Zein helbururekin?

- Nola jarriko zarete profil honekin kontaktuan?

- Presentzialki batuko zarete? Non? Noiz?

- Zeintzuk izango dira beharrak identifikatzeko egingo dituzun galderak?

Edo zein dinamika proposatuko dituzue?

- Zein material beharko duzue?

3. ERABILTZAILEEN PROFILAREN DEFINIZIOA

Tresna hau erabiltzaileen profil bakoitza definitu eta bere behar zehatzak ulertzeko balio du. Ikerketan jasotzen den informazioarekin betetzen da, hala ere ikerketa ondo prestatzeko kontzeptuak begiratu (ariketa hau profil mota bakoitzeko egin behar da).

3.1. Erabiltzaile profila deskribatu:

Nor da? Zein da bere adina? Nola bizi da?

3.2. Motibazioak:

*Zer egitea gustatzen zaio?
Zeintzuk dira bere motibazioak?*

3.3. Motibazio eza:

*Zer egitea ez du gustuko?
Zerk ez du motibatzen?*

3.4. Erabiltzailearen lotura edo lotura posiblea ekimenarekin:

Irudikatu hurrengo denbora-lerroan noiz eta nola erabiltzen duen ekimena, erabiltzaile profil honek ekimena nola ezagutzen duen adieraztetik hasita.



Ariketa hau egiteko, txantilo honetara eskaintzen duena baino espazio gehiago hartzea, pareta erabili dezakezu



3.5. Zeintzuk dira ekimenarekiko sentitzen dituen frustrazio edo oztupoak?

3.6. Zeintzuk dira ekimenarekiko sentitzen dituen sentimendu positiboak?

3.7. Zeintzuk dira ekimenarekiko dituen beharrak?

Kontuan izan, aurretik egindako denbora-lerroan identifikatutako arazo posibleak, frustrazioak eta sentimendu positiboak.



3

BEHARRETAN OINARRITUTA IDEIAK SORTU

ZERTAN DATZA?

Ekimenari forma ematen hasteko fasea da, ideien sorrera helburu nagusi duena. Hau lortzeko, aurreko faseetan **identifikatutako beharretatik** hastea da gomendioa.

Zer egin dezakegu «identifikatutako beharrei» erantzuna emateko? Galdera honi erantzunaz ideiak sortzea da, hain zuzen, fase honen xedea. Horrela, diseinatzen edo berdiseinatzen ari garen ekimena herritar edota ekimenean inplikaturako eragileekin identifikaturiko behar errealetan oinarrituko da eta hauei erantzungo die.

Fase honetan hortaz, erabiltzailea eta gainerako eragileak kontutan hartzea ezinbestekoa da eta ko-sorkuntzak horretarako baliabideak ematen dizkigu. Honen bitartez, **ideien sorrera** partekatua

bermatzen da, baita pertsonen beharretara moldatzen diren soluzioen definizioa ere.

Landu beharreko aspektuak:

- Ekimenaren inguruan identifikatu diren **beharrei aurre egiteko ideiak** sortzea, ekimenaren esperientzia osoan zehar sor litezkeen beharrak kontuan izanik.
- Ekimen erreferenteak, **adibide inspirazionalak**, aztertzea ideien sorkuntzan lagungarri izateko.
- **Ekimen integralak sortzeko ideiak** garatzea, ekimenaren esperientzia osotasunean landuz, hots, ekimena ezagutu aurretik hasi eta jarraipena bitarteko esperientzia diseinatuz.



KONTUAN HARTU

- **Sormena landu eta garatu egiten da.** Erabili itzazu proposatzen diren tresna eta dinamikak horretarako.
- Begiratu ingurura eta **inspira zaitetz**, zabaldu ondo begiak eta ireki belarriak, bizitzako edozein ekintza edo momentuk eman diezazuke ekimenean integratzeko pista!
- Erabiltzaileak eta beharrezko ikusten diren beste **eragile eta profesionalak prozesura gonbidatu eta partaide aktibo** izatea sustatu.
- **Zerbitzuen diseinuan adituak** diren profesionalekin harremanetan jartzea interesgarria eta lagungarri izan daiteke fase hau aurrera eramateko.

TRESNA ERABILGARRIAK

- Esperientzia mapa: "Gida metodologikoa design thinking metodologian oinarrituta herritarren partaidetzaren arloko proiektuak garatzeko" [ikusi hemen](#).
- Erabiltzaileekin eta beste eragile batzuekin ko-sorkuntza saioak diseinatzeko: "Taldeen dinamizaziorako gida" [ikusi hemen](#).
 - *Ideia zaparrada.*
 - *Prospekzioa.*
 - *Ideien balorazioa.*

1. BEHARREN ERANTZUNAK PENTSATZEN

Beharretan oinarrituta diseinatzeko, garrantzitsua da identifikatutako behar bakoitzari frustrazio hori bizitzen duen profilaren arabera erantzutea.

1.1. Egin kontuan izandako erabiltzaileen profilen zerrenda (*Ikerketa definitu atalean*).

1.2. Zeintzuk dira identifikatutako beharrak eta motibazioak?
Egin zerrenda bat profil bakoitzaren behar eta motibazioekin.

1.3. Nola egin diezaiekegu aurre behar hauei? Nola erabili ditzakegu motibazioak?



Oso garrantzitsua da urrats bakoitza azterzea: erabiltzaileak ekimena nola ezagutzen duen, bertara nola heltzen den (espazio fisiko nahiz digitala izanik), zein den ekimena burutzeko pausu bakoitza, zalantzen edo laguntza beharren aurrean eskainiko diren baliabideak zeintzuk diren, nola emango den ekimenaren ondorengo jarraipena, etab.

2. EKIMENAREN DISEINUA BEHARRETAN OINARRITUTA

Irudikatu ekimena erabiltzaile baten ikuspuntutik, pausoz pauso, bere beharrak kontuan izanda eta hauen erantzunak integratuz. 2. urratseko “3.4. Erabiltzailearen lotura edo lotura posiblea ekimenarekin” ([23. orrialdea](#)) ariketa lagungarri izan dakizuke honetarako. *(Ekimena irudikatzeko forma ezberdinak daude: denbora-lerro baten bidez, komiki txiki bat marraztuz, pausu bakoitza idatziz... Egin ezazu erosoago sentitzen zaren moduan eta espazioan).*



Ariketan zehar behar berriak identifikatu daitezke... hori seinale ona da! Behar horiei nola erantzun pentsatu eta ekimenaren diseinua birplantatu.



4

DEFINITU ETA GARATU

ZERTAN DATZA?

Ekimena zehaztasunean garatzeko fasea da, hau da, **sortutako ideien definizio zehatza egiteko unea.**

Honekin batera, ekimena frogagarri bihurtzen duten **prototipoak sortzen dira.** *Prototipo bat, alderdi funtzionalak eta egiturazkoak bildu ditzakeen eredu bat da, itxura estetikoa ere barnebildu dezakeena.*

Fase honetan, prototipazio azkarra erabiliko da, erabiltzaileak ikusten duen alde estetikoa zehaztean datzana.

Prototipo azkarrek, modu bizkor batean erabiltzailearekin ekimena testatzea ahalbidetuko digute. Hala, egiaztatze honek, **ekimena eta erabiltzailearen arteko elkarreragiteko puntuak balioztatzen edo birpentsatzen lagunduko du,** hasieran definituriko helburuak betetzen dituen proposamen batera iritsi arte.

Prototipoa garatzeko ezinbestekoa da ekimen digitalen diseinuan lan egiten duten profesionalen laguntza. Prozesuko puntu honetan, garrantzitsua izango da **ekimenaren inguruko informazio ahalik eta zehatzena** beraiei pasatzea eta erakundetik gertuko jarraipena egitea.

Landu beharreko aspektuak:

- Ekimenaren **elkarreragiteko puntuen definizio zehatza.**
- **Prototipoak:** definizio maila desberdinekoak, frogatu nahi denak eskatzen duenaren arabera.
- Profesionalei bideratutako **“Ezaugarri Txostena” (Briefing-a).**



KONTUAN HARTU

- Beharrezkoa da **erabiltzailearentzat intuitiboa** izango den ekimen digitala sortzea.
- **Jarri zaitetz erabiltzailearen lekuan**, erabili ezazu ekimena berak erabiliko lukeen moduan.
- Zerbitzu diseinuan eta Erabiltzailearen esperientzia eta interakzioan **adituak diren pertonekin harremanetan jarri** eta elkarlanean sortu.
- Erabiltzaile eta bestelako **eragileak prozesuaren parte** aktibo izatera gonbidatu.
- Kontuan izan arrakalarik gabeko ekimen digitalak diseinatzeko printzipioetako bat **multikanalitatea** dela. Hortaz, komunikazio kanal digitalez gain, arreta presentziala ere bermatu beharko du ekimenak. Hau diseinatzerakoan gogoan izan nola emango den ekimena ezagutara, nola bultzako den erabilera, laguntza baliabide eskaini litezkeen, zeintzuk diren preskriptoreak, jarraipena nola egingo den, etab.

TRESNA ERABILGARRIAK

- Prototipazio azkarra (diseinu digitalaren kasuan):
 - *Leialtasun txikiko prototipoak: hasierako faseko oinarrizko esplorazio gisa balio duten prototipoak dira, ideia sorkuntza eta iterazio azkarra ahalbidetuz. Adibidez, "Wireframe"-ak.*
 - *Leialtasun ertaineko prototipoak: proiektuaren atal bisuala lantzen duten prototipoak dira, kolorea, tipografia, edukia, etab. xehetasunean lantzen dituztenak. Adibidez, "Mock-up"-ak.*

1. PROPOSAMENAREN DESKRIBAPENA

1. Zein da zuen proposamenaren funtzionamendua? Zeintzuk dira erabiltzailea eta ekimenaren interakzio puntu nagusiak?

Deskribatu komiki formatuan, azaldutako sei urratsetan. Kontuan izan, 3. urratsean, Beharretan oinarrituta ideiak sortu, "2. Ekimenaren diseinua beharretan oinarrituta" ariketan egindako lana (29. Orria). Beharrezkoa izanez gero profil bakoitzeko bat egin daiteke.

1.1. Erabiltzailearen profila modu laburrean azaldu. Zein ezaugarri ditu?

1.2. Testuingurua azaldu. Erabiltzaileak ekimena erabili aurreko egoera.

1.3. Arazoa azaldu. Zer gertatzen zaio? Zer beharrian ditu?

1.4. Nola du ekimenaren berri?

1.5. Zein da ekimenaren interakzio puntu nagusia? Zertarako erabiltzen du eta nola?

1.6. Erabiltzailearen erreakzioa zein den azaldu. Zein da ekimenak erabiltzaileari ematen dion balioa?

1.7. Ekimenari esker zein aldaketa lortzen du? Nola bukatu edo mantentzen da harremana?

2. PROPOSAMENAREN LABURPENA

2.1. Ekimenari izena jarri (izen honekin emango da ezagutzera, erakargarri eta koherentea izan behar da). Eslogan batekin lagundu ezazu. *Ez du zertan amaierako izena izan, baina izen bat jartzea ekimena ulertzeko lagungarri izango da.*

2.2. Bost hitz gako pentsatu, proposamena laburbildu eta begirada batean ulertzen lagunduko dutenak.



Tresna honen helburua ekimena aurrera eraman/garatu dezakeen pertsona batentzako azalpena sortzea da. Horregatik, izan ahalik eta zehatz eta argiena.

3. BALIABIDEEN ANALISIA

3.1. Zeintzuk dira ekimenerako dituzuen baliabideak (ekonomikoak, pertsonalak, materialak, espazioak, etb.)?

3.2. Aliantzak. Norekin hitz egin behar duzu ekimena aurrera eraman ahal izateko?

3.3. Zer egin behar da ekimena aurrera eramateko?

3.4. Zein material behar dira ekimena burutzeko?

3.5. Nork burutuko du zer?



Gogoratu, arrakalarik gabeko ekimen diseinatzeko printzipioak zeintzuk diren eta horiek integratzeko beharko diren baliabideak identifikatu.

4. ADITUEI ENTREGATZEKO TXANTILOIA

Ekimenaren arlo digitala aurrera eramateko adituei ondo azaldu beharko zaizkie ekimenaren ezaugarriak. Orain arte sortutako materiala erabili daiteke horretarako eta tresna hau gida modura ere balioko dizue.

Ekimenaren izena:

Erabiltzailea:

Ekimenaren deskribapena:

("1. Proposamenaren deskribapena" ariketa, 29. orrialdea, lagungarri izango zaizue ariketa honetarako)

Ekimenaren helburua(k):

Gakoak:

Non jarriko da fokua diseinatzerakoan, zein arrakala izango dira kontutan?

Epeak:



5

PROTOTIPATU ETA TESTATU

ZERTAN DATZA?

Ekimenaren **garapen fase aurreratuan** sartzen den fasea da. Bertan, **ekimena eta erabiltzailearen arteko elkarreragiteko puntuak diseinatzen eta erabiltzailearekin frogatzen dira.**

Oraindik ere **prototipo eran** bagaude ere, aurreko faseko prototipoekin alderatuz, hauek errealak dirudite, **definizio maila oso altua** baitute, ekimena erabilgarria izatea bermatuz.

Fase honetan, **erabiltzailearekin batera egiten den ekimenaren ebaluaketa sakona** ematen da. Ekimena prototipo moduan, hots, beta mailan, dagoenez, beharrezkoa izanez gero **erabiltzailearen beharrak aztertzeraz bueltatu gintezke behin eta berriz, emaitza egokia izan arte** (ikusi prozesu osoaren eskema 15. or.).

Horrela, prototipoak testeatzuz eta prozesuan iteratuz, ahalik eta arrakala digital gutxien izango duten ekimenak diseinatzera iritsiko gara.

Landu beharreko aspektuak:

- **Erabiltzaileekin ebaluazio frogak.**
- **Autodiagnostikorako txantiloia.**
- Diseinaturiko ekimenaren esperientzia osoa kontuan hartuz, **komunikazio plan egokia** osatzen joatea.



KONTUAN HARTU

- **Jarri zaitetz erabiltzailearen lekuan**, erabili ezazu ekimena berak erabiliko lukeen moduan.
- **Gonbidatu erabiltzaileak ekimena erabiltzera**. Era zehatzean aztertu ekimena eta erabiltzailearen arteko elkarreragina.
- **Arrakala digitalak mahaigaineratu eta ekimenean ez daudela ziurtatu.**

TRESNA ERABILGARRIAK

- Prototipazioa:

- Leialtasun altuko prototipoak: definizio maila altu eta zehatzeko prototipoak dira, funtzionamendua detailean eta erabiltzaile-ekimen interakzioa zehazten dituztenak, hots, prototipo funtzionalak, besteak beste.

1. ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALAK BALIOZTATZEKO AUTODIAGNOSTIKOA

Ondorengo galdera sortak zure ekimena arrakalarik gabe diseinatua dagoela egiaztatzeke erabili dezakezu. Lehenik, galdetegia bete eta baiezko erantzunak kontatu, ondoren balioztatu balorazioa matrizean zein den zure ekimenaren egoera arrakala digitalarekiko.

A. ERABILTZAILIEN BEHARRETATIK HASI

BAI **EZ**

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Ekimenaren erabiltzaile eta eragileak identifikatu ditut.*
2. Ekimenaren erabiltzaile eta eragileekin harremana izan dut hasieratik.
3. Ekimenaren erabiltzaile eta eragileen beharrak identifikatu ditut.
4. Ekimenaren erabiltzaile eta eragileen beharrak diseinu prozesuan integratu ditut.
5. Ekimenaren erabiltzaile eta eragileen beharrak prozesu osoan kontuan izan ditut.
6. Erabiltzaile eta eragileak nire prozesuan parte-hartzaile aktibo bilakatu ditut.

B. ARRAKALA DIGITALA INTERNOKI ULERTU ETA KONTUAN IZAN

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Badakit arrakala mota desberdinak daudela eta zeharka bada ere kontuan izan ditut.*
8. Prozesuan zehar arrakala mota desberdinak era isolatuan landu ditut.
(*Egin galdera zure buruari arrakala mota bakoitzeko*).
9. Prozesuan zehar arrakala motak era sistemikoan, holistikoki, landu ditut.

C. SARBIDEA ERRAZTU

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Erabiltzaile eta eragileen sarbide egoerak aztertu ditut.
11. Erabiltzaile eta eragileek ekimenera sarbide egokia dute (digitala zein fisikoa).

D. IRISGARRITASUNA BERMATU

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Ekimena erabiltzeko erabiltzaile eta eragileen motibazio nagusia ezagutzen dut.
13. Erabiltzen den hizkuntza erabiltzaile guztiak ulertzen dute.
14. Erabiltzaile eta eragileak ekimenak eskaintzen dituen zereginak egiteko gai dira.
15. Erabiltzaile guztiengana heltzeko komunikazio kanal desberdinak definitu dira.
16. Ekimenaren hornitzaileek ekimena egoki eskaintzeko formakuntza jaso dute.

E. ELKARRERAGINGARRITASUNA BERMATU

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Ziurtatu da ekimen honek ez duela beste ekimen batzuekin talkarik egiten.*
18. Ekimen hau beste ekimen edo eragile batzuen elkarreragintasuna kontuan hartuz definitu da.
19. Ekimena martxan jartzeko baliabide guztiak aurreikusi ditut (ekonomikoak, pertsonalak, espazioak, kanalak, aliatuak, etab.)

**BAIEZKO
ERANTZUN
KOPURUA:**

*Eraman
zenbaki
hau
hurrengo
orriko
balorazio
matrizerara.*



2. ARRAKALARIK GABEKO EKIMEN DIGITALAK BALIOZTATZEKO AUTODIAGNOSTIKOAREN EMAITZAK

BAIEZKO
ERANTZUN
KOPURUA:



ARRAKALA DIGITALAREN INTENTSITATE MAILA



0-4 baiezko

Ekimenean arrakala digital handia izateko arriskua duzu. Erabiltzailearen beharrak ezagutzeak eta prozesuan integratzeak lagunduko dizu Arrakala digital motak aztertu.

5-9 baiezko

Zure ekimenean oraindik arrakala digitala nabarmena izan daiteke Erabiltzailearekin harremandu, prozesuan integratu eta beretzako baliozkoak diren faktoreak identifikatu.

9-12 baiezko

Bide onean zoaz Saiatu zaitez arrakalak sistemikoki lantzen eta erabiltzailearen beharrianak ekimenaren elkarreragiteko puntu guztietan azterten.

13-19 baiezko

Zure ekimena arrakalarik gabekoa izateko aukera du. Jarraitu erabiltzailearen beharrak azterten eta lehen lerroan jartzen.



6

MARTXAN JARRI ETA JARRAIPENA EGIN

ZERTAN DATZA?

Ekimena errealitate bihurtzeko fasea da, beharrezko baliabideak lortu eta ekimena erabilgarri dagoela **komunikatzeko momentua** hain zuzen.

Ekimena martxan dagoenean ere, garrantzitsua da maiztasun bat zehaztu eta ekimenari **jarraipen zorrotza egitea**. Denborarekin eta erabilerarekin aspektu desberdinak aldatu daitezke eta **berebizikoa da uneoro ekimenetan arrakala digitalik ez dagoela bermatzea**.

Gogoratu garrantzitsua dela prozesuan parte hartu duten **eragile eta parte-hartzaileei itzulera egin edota jarraipenean ere beraiek txertatzea**.

Landu beharreko aspektuak:

- **Komunikazio plana aplikatzea**, publiko egitea.
- **Adierazleen eta jarraipen strategiaren** diseinua.
- Parte hartu duten **eragileei itzulera**.

KONTUAN HARTU

- Behin ekimena diseinatuta, **beti hobetu daiteke**.
- Maiztasun batekin erabiltzaileei **galdetu, hobekuntzak** jaso eta hauek ekimenean **integratu**.
- Maiztasun batez **autodiagnostikoa** aplikatu, momentu oso aldakorrean bizi baikara.

1. ADIERAZLEAK DEFINITU

1.1. Ekimenak arrakasta izango duela adierazten duten sei adierazle deskribatu:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Gogoratu autodiagnostikoa ekimenaren jarraipena egiteko ariketa bat dela.

2. JARRAIPENA DISEINATU

2.1. Definitu nola neurtuko dituzuen aurreko adierazleak:

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2. Zein maiztasunekin neurtuko dira adierazleak?

2.3. Zer erabiliko duzu neurketak egiteko?

2.4. Definitu, denbora lerro batean, adierazleak neurtzeko estrategia:

○—————○



3. PARTE-HARTZAILEEI ITZULERA EGIN EDO JARRAIPENEAN INTEGRATU

3.1. Zein informazio emango diegu parte-hartzaileei itzulera bezala?

3.2. Ekimenaren jarraipenean ere txertatu ditzakegu parte-hartzaileak? Nola?

3.3. Nola egingo dugu itzulera/jarraipenerako gonbidapena?



AURKIBIDEA

1. Sarrera

2. Arrakala digitala

2.1. Zer da? Eta, zein motatako arrakalak ditugu?

3. Arrakalarik gabeko ekimen digitalen sorkuntza

3.1. Arrakalarik gabeko ekimen digitalen printzipioak

3.2. Diseinu ikuspegia arrakalarik gabeko ekimen digitalen diseinurako

3.3. Arrakalarik gabeko ekimen digitalak sortzeko prozesua

3.3.1. Faseen egitura gidan

3.3.2. Erronka eta testuingurua definitu

3.3.3. Erabiltzaileak ezagutu, beharrak identifikatu

3.3.4. Beharretan oinarrituta diseinatu

3.3.5. Definitu eta garatu

3.3.6. Prototipatu eta testatu

3.3.7. Martxan jarri eta jarraipena egin



**Gipuzkoako
Foru Aldundia**
Diputación Foral
de Gipuzkoa

