



Gipuzkoako  
Foru Aldundia  
Diputación Foral  
de Gipuzkoa



# GUÍA PARA LA CREACIÓN DE INICIATIVAS DIGITALES SIN BRECHAS



**Fecha:** Diciembre del 2023

**Promotores:**



**Gipuzkoako  
Foru Aldundia**  
Diputación Foral  
de Gipuzkoa



Berrikuntzaren Euskal Agentzia  
Agencia Vasca de la Innovación

**Participantes del proceso:**

Esta guía nace dentro de la iniciativa **Open Government Euskadi**, concretamente dentro del **compromiso 3**. Este proceso ha sido desarrollado entre febrero del 2022 y diciembre del 2023.

**Impulsado por la Diputación Foral de Gipuzkoa y la Agencia Vasca de la innovación, Innobasque,** han participado en el **proceso de co-creación:**

*Gipuzkoako Foru Aldundia, la Agencia Vasca de la Innovación - 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 y ciudadanía.*

**¡Gracias a todas y todos!**

**Coordinación:**

**MARAKA**

**Maquetación y diseño gráfico:**

**marmarru.studio**



*Este documento ha sido creado por la Diputación Foral de Gipuzkoa, y está a disposición de toda persona o entidad interesada, bajo licencia Creative Commons Atribución-Compartir-Igual 3.0.*

*Deposito Legal: D-188-2024*



# INTRODUCCIÓN

**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.

La guía se divide en **dos apartados** principales. En primer lugar, a modo de contextualización, encontrarás la **introducción a la brecha digital** y en segundo lugar, el **proceso** que describe cómo crear iniciativas que pongan el foco en **disminuir la brecha digital**.



# DIGITAHAL.

## Marco para un diseño social en la digitalización.

Junto con esta guía, se recomienda la lectura del informe DigitAhal, desarrollada por el Ayuntamiento de Donostia/San Sebastián y APTES, para reflexionar o profundizar más en el tema. Puedes descargar el [informe aquí](#).

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.



# ¿QUÉ ENCONTRARÁS AQUÍ?

## 01 LA BRECHA DIGITAL

¿Qué es?  
Y, ¿qué tipo de brechas hay?

## 02 CREACIÓN DE INICIATIVAS DIGITALES SIN BRECHAS

Principios para una iniciativa sin brechas digitales.

Diseño de iniciativas sin brechas digitales desde la perspectiva de diseño.

Proceso para crear iniciativas digitales sin brechas.



# La brecha digital





Para más información sobre los diferentes tipos de brechas consultar el [anexo aquí](#).

# LA BRECHA DIGITAL

## ¿QUÉ ES? Y, ¿QUÉ TIPO DE BRECHAS HAY?

Para hacer frente a la brecha digital es importante entender su contexto 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 (Unión Internacional de Telecomunicaciones) 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.

Estas brechas digitales son condicionadas por otros tipos de brecha que encontrarás en el esquema de la siguiente página.



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

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







■ Brecha de acceso

■ Brecha de uso/Brecha de calidad de uso

### Brecha por género

Se trata de **una brecha digital que afecta a las mujeres**, por las desigualdades entre hombres y mujeres y los roles de género derivados de la estructura social.

### Brecha por edad

La presencia del mundo digital en nuestras vidas ha incrementado en pocos años, y en este rápido desarrollo muchas personas no han sido capaces de adaptarse a la nueva realidad. En consecuencia, las personas mayores tienen una educación digital baja, **haciendo que el mundo digital sea desconocido o difícil de entender para ellas.**

### Brecha por diferentes capacidades

Actualmente los dispositivos y servicios no están diseñados teniendo en cuenta a personas con diferentes capacidades, por lo que muchas veces tienen **dificultades para utilizarlos** o no pueden utilizarlos.

### Brecha por desigualdad económica

Los **gastos** que supone la digitalización no pueden ser pagados por todas las personas, en términos de herramientas y recursos.

### Brecha por territorio

Existen **espacios no digitalizados** o espacios rurales que no disponen de herramientas y posibilidades de alfabetización digital, desconectando del mundo digital a personas que habitan en dichos lugares.

### Brecha por educación

**Incluye a todas las personas que no tienen educación digital** (por falta de recursos, por falta de capacidad o por falta de interés) **pero, sobre todo, se centra en el sistema educativo, y en personas que no pueden acceder a una educación digital, con las consecuencias que esto conlleva.**



# **Creación de 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.**

Se diseñan 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.**

Se entiende 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 para garantizar la autonomía de las usuarias a la hora de hacer uso de un servicio.

### ● **TESTEO Y ADAPTACIÓN CONTINUA.**

Se trabaja, de manera 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.



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.

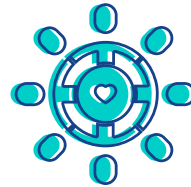
## DISEÑO DE INICIATIVAS SIN BRECHAS DIGITALES DESDE LA PERSPECTIVA DE DISEÑO

La perspectiva de diseño se conoce como **una metodología innovadora para abordar retos complejos, poniendo las necesidades de las personas 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 usuario e interacción (conocido como UX/UI).**

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

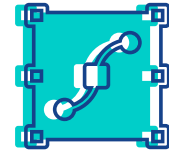
La perspectiva del diseño, mediante el uso de las metodologías mencionadas, propone una nueva forma de trabajar, de diseñar iniciativas innovadoras, es decir, **una cultura de trabajo diferente.**



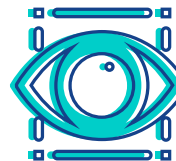
Centrado en las  
personas (empatía),  
*Participativa\**



Creativa



Experimental



Visión  
sistémica



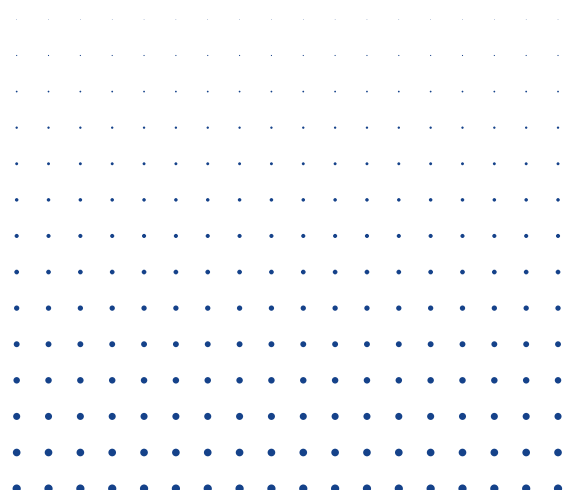
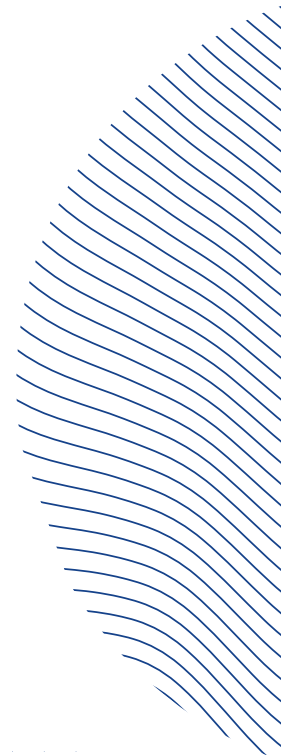
Investigación  
desde la acción



## PROCESO PARA CREAR INICIATIVAS DIGITALES SIN BRECHAS

Para el diseño de nuevas iniciativas o la digitalización de las existentes, se propone un proceso iterativo que consta de 6 fases; **un proceso que da la posibilidad de ir de una fase a otra, tanto hacia adelante, como hacia atrás e iterar.**

El proceso propuesto ha sido diseñado para que cada organización lo utilice según sus necesidades, ya que es un proceso que se puede utilizar sin importar la fase de diseño en la que se encuentra la iniciativa y, a la vez, también sirve para el rediseño de iniciativas existentes.





*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.*

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

**2 Conocer a las personas usuarias, identificar sus necesidades.** En esta fase 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.

**3 Idear 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.

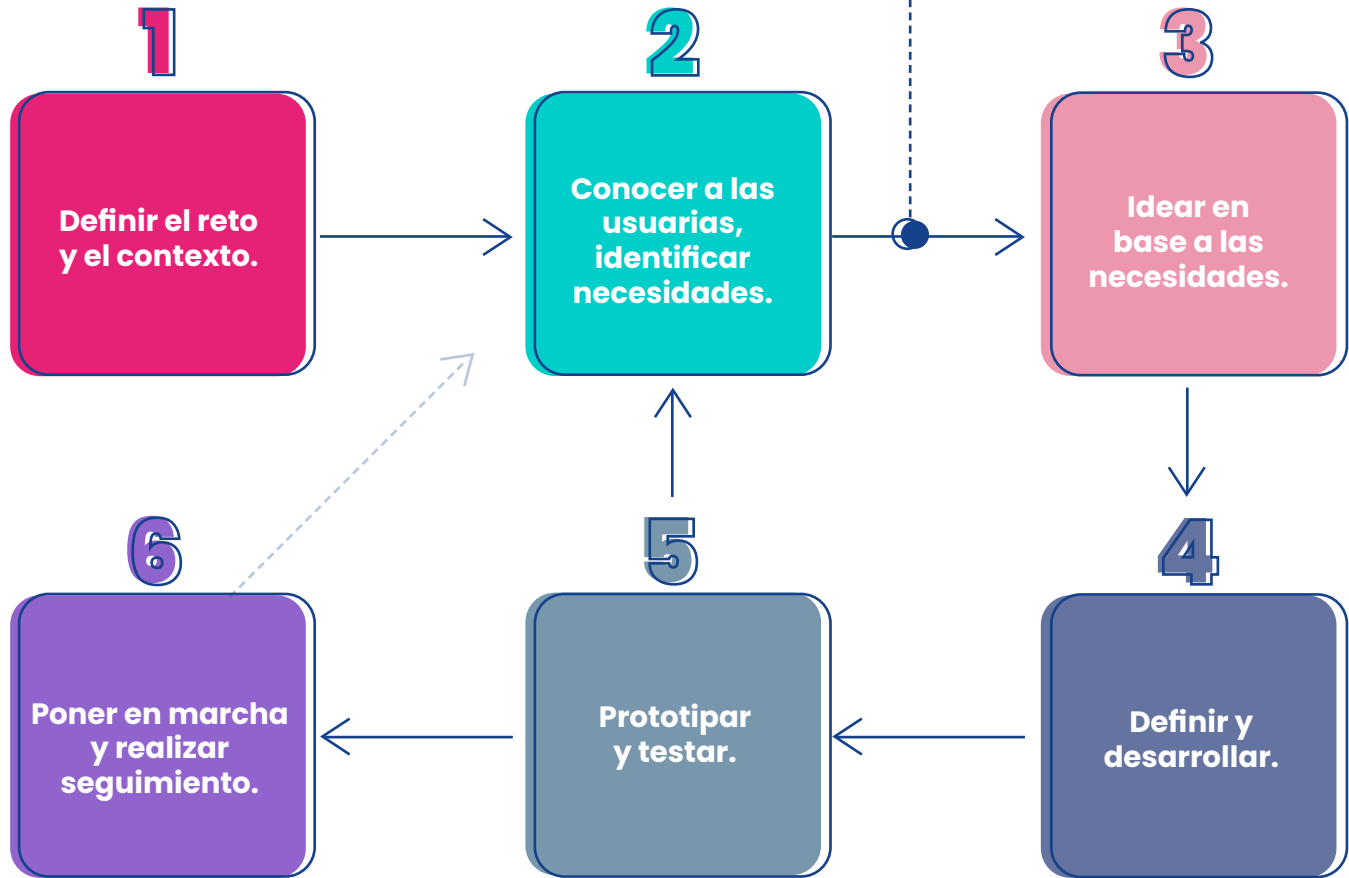
**4 Definir y desarrollar.** En este paso se da la transición en la que la iniciativa pasa de una idea en papel a la pantalla. Se proponen herramientas que ayudan a desarrollar la información necesaria que se facilitará a las profesionales para que elaboren la iniciativa.

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

**6 Poner en marcha y realizar seguimiento.** Este paso es esencial para garantizar el correcto uso y desarrollo de la iniciativa. Por ello, se presentan herramientas para realizar un seguimiento continuo, a la vez que se dan claves para la puesta en marcha de la iniciativa.



*Este proceso será el mismo tanto para empezar una iniciativa desde cero como para hacer una evaluación y/o rediseño de una iniciativa existente, el punto de partida del proceso y la base de la cual se parta será lo que difiera.*





## 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.** En esta sección 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 también se mencionan otras herramientas útiles. Estas herramientas contribuyen, sobre todo, a facilitar la dinamización de los procesos, sesiones iniciativas participativas o a 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.



● En [esta página](#) web de Participación Ciudadana la Diputación Foral de Gipuzkoa dentro de la sección Gipuzkoako Eskola Irekia, Guías y recursos, encontrarás herramientas útiles que te servirán de ayuda.



● Las plantillas de esta guía han sido elaboradas para su comprensión, pero se pueden descargar en un formato mayor A3 en [este enlace](#).





## 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**. Cuando se trate del diseño de nuevas iniciativas, el proceso está pensado para trabajarlo desde la primera fase. En el caso de querer rediseñar iniciativas existentes, es también recomendable empezar el proceso desde la primera fase, aunque se pueda valorar según las características del proyecto.
- En caso de haber logrado los objetivos de cada fase, no es necesario completar todos los ejercicios de las plantillas propuestas. A su vez, **estas plantillas se pueden modificar para que se ajusten a las necesidades del proyecto**.
- Es importante que a lo largo del **proceso también participen las personas responsables de desarrollar 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** y concretar 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 concretan los siguientes aspectos:

- **El reto de la iniciativa y su proceso de diseño.**
- **Base del proyecto** (¿Cuál es el punto de partida del proyecto? Antecedentes).
- Identificación de **agentes implicados en el contexto de la iniciativa** (personas usuarias, técnicas de las áreas que llevan a cabo la iniciativa, otros...).
- **Objetivos del proceso de diseño de la iniciativa.**
- **Planificación y seguimiento del proceso de 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 diversidad en el diseño** de la iniciativa, la identificación de los perfiles, la definición del reto, los canales por los que se ofrecerá la iniciativa, la estrategia de comunicación, etc.
- 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** del proceso de diseño de la iniciativa, tanto a nivel interno como externo, para que los participantes puedan, también, hacer seguimiento del proceso.

## HERRAMIENTAS ÚTILES

- Mapa de objetivos.
- Mapa de agentes.
- Planificación del proyecto.
- Para diseñar sesiones de co-creación: *“Guía para la dinamización de equipos”* [ver aquí](#).

*“Guía metodológica basada en design thinking para el desarrollo de proyectos en el ámbito de la participación ciudadana”*  
[ver aquí](#).

## 1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

1.1. ¿Quién o quiénes impulsan el proceso de diseño de la iniciativa? ¿Qué departamento o área?

1.2. ¿Es la primera vez que se lleva a cabo el proceso de diseño de la iniciativa?

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

1.3. Si la respuesta es negativa...

¿Qué papel han desempeñado las personas usuarias en el proceso de diseño de la iniciativa hasta el momento?  
¿Cómo han comunicado los obstáculos, necesidades y deseos respecto a la experiencia de uso de la iniciativa?

¿Qué problemas u obstáculos han identificado?

¿Qué se ha valorado positivamente?

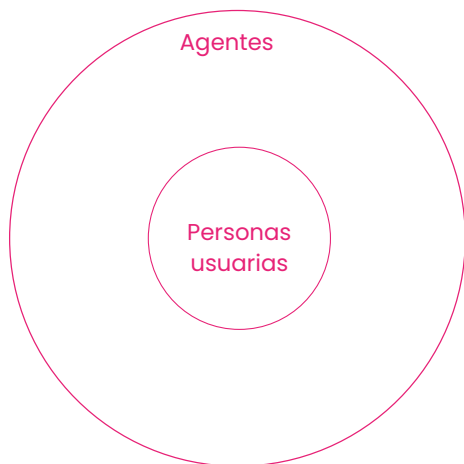
## 2. DEFINIENDO EL RETO DE LA INICIATIVA

2.1. ¿Cuál es su función?

2.2. ¿A qué necesidad responde?

2.3. Crear una frase que defina el reto de la iniciativa combinando los apartados anteriores.

### 3. MAPA DE AGENTES: ¿QUIÉNES PARTICIPAN?



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

3.2. 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 edad.
- Brecha por discapacidad.
- Brecha por desigualdad económica.
- Brecha por territorio.
- Brecha por educación.
- Brecha por cultura.
- Otra: \_\_\_\_\_

### 5. ¿QUÉ PROBLEMAS CREES QUE TIENEN ESTOS AGENTES?

Identifica los problemas de cada agente y diferéncialos.

### 6. AHORA, DEFINE EL RETO DEL PROCESO DE DISEÑO DE LA INICIATIVA TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES IDENTIFICADAS EN LOS PUNTOS ANTERIORES.

## 7. MAPA DE OBJETIVOS

7.1. Si la iniciativa ya está en marcha, pero no se ofrece online... ¿En qué va a mejorar la iniciativa con su digitalización? ¿En qué va a empeorar?

-----  
Si la iniciativa ya está en marcha y se ofrece online. ¿Qué se quiere conseguir con su rediseño?

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

7.2. Teniendo en cuenta las respuestas del ejercicio 7.1 ¿Cuáles son los objetivos del proceso de diseño de la iniciativa?

## 8. PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO DE LA INICIATIVA

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 para crear iniciativas digitales sin brechas" (pág. 16).



¿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 PERSONAS 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 personas 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 codiseñar la iniciativa.

Se trabajarán los siguientes aspectos:

- **Conocer a las personas usuarias y su realidad e identificar sus necesidades.**
- **Conocer el contexto** en el que se desarrolla la iniciativa.
- **Identificar a los agentes necesarios** para llevar a cabo la iniciativa.
- **Si la iniciativa ya existe, definir sus características**, 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.
- Herramienta «Personas».
- Mapa de empatía.
- Un día en su vida.
- Para diseñar sesiones para identificar necesidades: *“Guía para la dinamización de equipos”* [ver aquí](#).

*“Guía metodológica basada en design thinking para el desarrollo de proyectos en el ámbito de la participación ciudadana”*  
[ver aquí](#).



## 1. DEFINIR LA INVESTIGACIÓN

1.1. Completar la lista de perfiles de personas usuarias teniendo en cuenta lo recogido en el Mapa de Agentes ejercicio “3. Mapa de Agentes” (pág. 21) de la primera fase del proceso.

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.
- Realizando observaciones.
- Realizando llamadas telefónicas.
- Con entrevistas presenciales.
- Con una sesión de trabajo para identificar necesidades.

Otra(s).



*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

De acuerdo con lo respondido en el apartado “1. Definir la investigación”, planifica cómo la llevarás a cabo.

*Preguntas para ayudar en la planificación de la investigación:*

- ¿Con quién os pondréis en contacto? Y, ¿Con qué objetivo?
- ¿Cómo os pondréis en contacto con este perfil?
- ¿Os vais a reunir de manera presencial? ¿Dónde? ¿Cuándo?
- ¿Cuáles serán las preguntas que plantearéis para identificar las necesidades?
- Y, ¿qué tipo de dinámicas propondréis?
- ¿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).

3.1. *Describe el perfil de persona usuaria*  
*¿Quién es? ¿Cuál es su edad? ¿Cómo vive?*

3.2. *Motivaciones*  
*¿Qué le gusta hacer?*  
*¿Cuáles son sus motivaciones?*

3.3. *Falta de motivación*  
*¿Qué no le gusta hacer?*  
*¿Qué le desmotiva?*

3.4. *Relación o posible relación de la persona usuaria con la iniciativa: Representa en la siguiente línea temporal cuándo y cómo utiliza la iniciativa este perfil de usuaria, empezando por cómo conoce la iniciativa. (En caso de que no exista la iniciativa, imagínalo).*



*Para realizar este ejercicio, puedes utilizar la pared para ocupar más espacio que el que ofrece esta plantilla.*



3.5. *¿Cuáles son las frustraciones u obstáculos que siente hacia la iniciativa?*

3.6. *¿Cuáles son los sentimientos positivos que le genera la iniciativa?*

3.7. *¿Cuáles son sus necesidades respecto a la iniciativa?*  
*Ten en cuenta los posibles problemas, frustraciones y alegrías identificados anteriormente.*



# 3

## IDEAR EN BASE A LAS NECESIDADES

### EN QUÉ CONSISTE:

Es la fase para **comenzar a 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”?** Esta pregunta servirá de punto de partida para la generación de ideas. De esta forma, la iniciativa que se diseñe o rediseñe responderá a las necesidades detectadas por la ciudadanía y otros agentes implicados.

En esta fase es imprescindible tener en cuenta a las personas usuarias y resto de agentes. Para ello, la co-creación aporta herramientas y recursos que garantizan 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** relacionadas con la iniciativa teniendo en cuenta su experiencia de forma global.
- Analizar **iniciativas referentes** que puedan inspirar el proceso creativo de generación de ideas.
- Desarrollar **ideas para generar iniciativas integrales**, trabajando la experiencia de la iniciativa en su conjunto, es decir, diseñando la experiencia de la persona usuaria desde antes de conocer la iniciativa hasta su seguimiento post uso.



## TEN EN CUENTA

- **La creatividad se trabaja y se desarrolla.** Utiliza las herramientas y dinámicas que se proponen para entrenarlo.
- **Inspírate** de lo que te rodea, abre los ojos y los oídos, cualquier acción o momento del día a día te puede dar una pista para la iniciativa.
- **Invita y promueve la participación activa** de las **personas usuarias, agentes clave y profesionales** que se consideren necesarios en el proceso.
- Para llevar a cabo esta fase, puede ser interesante y de gran ayuda contactar con **personas especializadas en el el diseño de servicios.**

## HERRAMIENTAS ÚTILES

- Mapa de experiencias: *“Guía metodológica basada en design thinking para el desarrollo de proyectos en el ámbito de la participación ciudadana” [ver aquí.](#)*
- Para diseñar sesiones de co-creación con usuarias u otras agentes:  
*“Guía para la dinamización de equipos” [ver aquí.](#)*
  - *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. Nola egin diezaiekegu aurre behar hauei? Nola erabili ditzakegu motibazioak?



*Es muy importante analizar cada paso: cómo conoce el usuario la iniciativa, cómo llega a ella (ya sea en un espacio físico o digital), cuáles son los pasos para llevarla a cabo, cuáles son los recursos que se van a ofrecer ante las dudas o necesidades de ayuda, cómo se va a dar el seguimiento posterior de la iniciativa, etc.*

## **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. El ejercicio “3.4 Relación o posible relación de la persona usuaria con la iniciativa” (pág. 23) de la fase 3 del proceso te puede servir de ayuda. *(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 cómoda).*



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



# 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 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 los profesionales que desarrollaran la iniciativa (*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 activa del proceso.
- Ten en cuenta que uno de los principios para diseñar iniciativas sin brecha digital es la **multicanalidad**. Por tanto, además de los canales digitales de comunicación, la iniciativa deberá garantizar también la atención presencial. Por lo que en el proceso de diseño recuerda tener muy presente cómo se va a dar a conocer la iniciativa, cómo se va a impulsar su uso, qué tipo de recursos de ayuda se pueden ofrecer, cuáles son los prescriptores, cómo se va a realizar el seguimiento, etc.

## HERRAMIENTAS ÚTILES

- Prototipación rápida (en el caso del diseño digital):
  - *Prototipos de baja fidelidad: prototipos que sirven como exploración básica de la fase inicial, permitiendo una rápida generación de ideas e iteración. Por ejemplo, los "wireframes".*
  - *Prototipos de media fidelidad: son los prototipos que trabajan la parte visual del proyecto, el color, la tipografía, el contenido, etc. Por ejemplo, los "mock-up"*



## 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 de la [pág. 29](#) "2. 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?

## 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. Cinco palabras clave pensadas que resumirán la propuesta y ayudarán a entenderla en una mirada.




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



### 3. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS

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

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

3.3. ¿Qué hay que hacer para llevar adelante la iniciativa?

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

3.5. ¿Quién va a hacer qué?

## 4. PLANTILLA PARA ACOMPAÑAR EN LA DEFINICIÓN CON PERSONAS EXPERTAS

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:**

*("1. Descripción de la propuesta" de la pág. 29 os será de ayuda para este ejercicio)*

**Objetivo(s) de la iniciativa:**

**Claves:**

*¿Dónde se pondrá el foco a la hora de diseñarlo, en que tipología de brecha digital?*

**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, testando los prototipos e iterando en el proceso de diseño para su mejora, se diseñarán iniciativas que tengan la menor brecha digital posible.

Aspectos a trabajar:

- **Pruebas de evaluación** con personas usuarias.
- **Plantilla para el autodiagnóstico.**
- Elaboración de un **plan de comunicación** teniendo en cuenta la experiencia de la iniciativa diseñada de forma global.



## 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

- Prototipado:
  - *Prototipos de alta fidelidad: son prototipos de alto nivel de definición y precisión que determinan, entre otras cosas, el funcionamiento en detalle y la interacción usuario-iniciativa. Por ejemplo, los 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.\*  SÍ  NO
2. He tenido relación con las personas usuarias y agentes desde el principio.  SÍ  NO
3. He identificado las necesidades de las personas usuarias y agentes.  SÍ  NO
4. He integrado las necesidades de las personas usuarias y agentes en el proceso de diseño.  SÍ  NO
5. He tenido en cuenta durante todo el proceso las necesidades de las personas usuarias y agentes.  SÍ  NO
6. He convertido a las personas usuarias y agentes en participantes activos del proceso.  SÍ  NO

## B. INCORPORACIÓN DE LA BRECHA DIGITAL

7. Sé que hay diferentes tipos de brechas y las he tenido en cuenta aunque sea de forma indirecta.  SÍ  NO
8. Durante el proceso he trabajado los diferentes tipos de brechas de forma aislada  
(Hazte esta pregunta por cada tipo de brecha digital).  SÍ  NO
9. Durante el proceso he trabajado los diferentes tipos de brechas de forma sistémica y holística.  SÍ  NO

## C. FACILITAR EL ACCESO

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

## D. GARANTIZAR LA ACCESIBILIDAD

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

## E. GARANTIZAR LA INTEROPERABILIDAD

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

NÚMERO DE  
RESPUESTAS  
POSITIVAS



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



## 2. RESULTADOS DEL AUTODIAGNÓSTICO PARA LA VALIDACIÓN DE INICIATIVAS DIGITALES SIN BRECHAS

NÚMERO DE  
RESPUESTAS  
POSITIVAS



### GRADO DE INTENSIDAD DE LA BRECHA DIGITAL

0

4

9

12

19

#### 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.

#### 13-19 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:

- **Activar el plan de comunicación**, hacer la iniciativa pública.
- 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

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

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



*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:

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

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:



### 3. DEVOLUCIÓN O INTEGRACIÓN DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES EN EL SEGUIMIENTO

3.1. ¿Qué información se va a difundir a las personas participantes como devolución?

3.2. ¿Podemos incluir a las personas participantes en el seguimiento? ¿Cómo?

3.3. ¿Cómo hacemos la devolución/invitación al seguimiento?



## ÍNDICE

### 1. Introducción

### 2. Brecha digital

2.1. ¿Qué es? Y, ¿qué tipo de brechas hay?

### 3. Creación de iniciativas sin brecha digital

3.1. Principios para una iniciativa sin brechas digitales

3.2. Diseño de iniciativas sin brechas digitales desde la perspectiva de diseño

3.3. Proceso para crear iniciativas digitales sin brechas

3.3.1. Estructura de las fases en la guía

3.3.2. Definir el reto y el contexto

3.3.3. Conocer a las personas usuarias, identificar necesidades Idear en base a las necesidades

3.3.4. Idear en base a las necesidades

3.3.5. Definir y desarrollar

3.3.6. Prototipar y testar

3.3.7. Poner en marcha y realizar seguimiento



**Gipuzkoako  
Foru Aldundia**  
Diputación Foral  
de Gipuzkoa



**OGP  
LOCAL**  
Euskadi