



TFG-Ad hoc Aula 1

Grado de Diseño y Creación Digitales



SEEPDIC

Sistema de **Eventos**
para el Encuentro de **Personas**
y el Diseño de **Ideas**
en Comunidad

Memoria del proyecto

Tutora: Alejandra Ramón Lumbierres

Profesora: Elena Bartomeu Magaña

Entrega final: 07 | 06 | 2024

Emilio

Lizcano

Ureta

Muchas personas profesionales utilizan los espacios *coworking* para activar proyectos colectivos mientras desempeñan sus trabajos propios. Mi proyecto relaciona este concepto con el paradigma *Think Tank*. Propongo un laboratorio de ideas virtual, donde las personas puedan integrar sus necesidades en una comunidad circular y colaborativa de diseño. Para ello, he creado un sistema que permite la interacción de distintos roles dentro de eventos que evolucionan según una estructura metodológica *Design Thinking*.

Desde esta perspectiva práctica y teórica, mi TFG incorpora las filosofías de diseño centrado en las personas y *Slow Design*. Mi investigación manifiesta la importancia de trabajar el codiseño como un método transversal para la innovación y el compromiso social. En este sentido, el diseño consciente se convierte en un requisito indispensable para el progreso. Ante la duda, ¿cómo conseguimos fomentar el diseño participativo en la sociedad?, mi estudio contempla dignificar las relaciones interpersonales en los contextos de diseño, promoviendo la autonomía comunicativa entre personas para la toma de decisiones. La propuesta de sistematización del proceso *Design Thinking* es, por lo tanto, una opción didáctica y flexible. En este sentido, fomentar el pensamiento crítico es indispensable para empoderar personas analíticas que puedan asegurar nuestro bienestar digital.

es

Tras la formulación de hipótesis y el desarrollo de un proceso iterativo de diseño, he conseguido materializar una propuesta de producto mínimo viable que sirve como contenedor del sistema. Mi prototipo pretende cubrir un espacio vacío dentro de los *software* de gestión de proyectos comunitarios. Desde el prisma de red social, he forjado una herramienta abierta y transparente, que difunde la idea necesaria de corresponsabilidad para obtener soluciones adaptadas a las necesidades reales de las personas usuarias.

Palabras clave: Metadiseño, Codiseño, Diseño consciente, *Design Thinking*, Contenedor del sistema.

Many professional people use coworking spaces to activate collective projects while carrying out their own works. My project relates this concept to the Think Tank paradigm. I propose a virtual laboratory of ideas, where people can integrate their needs in a circular and collaborative design community. To do this, I have created a system that allows the interaction of different roles within events that evolve according to a Design Thinking methodological structure.

From this practical and theoretical perspective, my Final Project includes the philosophies People-Centred Design and Slow Design. My research shows the importance of working on co-design as a transversal method for innovation and social commitment. In this sense, conscious design becomes an indispensable requirement for progress. Faced with the question, how can we encourage participatory design in society?, my study aims to dignify interpersonal relationships in design contexts, promoting communicative autonomy between people for decision-making. The proposed systematisation of the Design Thinking process is, therefore, a didactic and flexible option. In this sense, fostering critical thinking is essential to empower analytical people who can ensure our digital well-being.

After the formulation of hypotheses and the development of an iterative design process, I have managed to materialise a minimum viable product proposal that serves as a container for the system. My prototype aims to fill an empty space within community project management software. From the prism of social networking, I have forged an open and transparent tool, which spreads the necessary idea of co-responsibility to obtain solutions adapted to the real needs of the users.

en

Keywords: Metadesign, Co-design, Conscious Design, Design Thinking, System Container.

Dedicado a Elvira, Gael y Luan.

	Capítulo	Apartado	Elemento
1. Introducción	8		
1.1. ¿Qué es SEEPDIC?.....		8	
1.2. Breve historia y problemática del <i>Think Tank</i>		9	
2. Investigación / Definición / Hipótesis	11		
2.1. La importancia de la participación para la innovación.....		11	
2.2. ¿Por qué diseñar en comunidad es innovar?		14	
2.3. ¿Cómo fomentar el diseño participativo ante una sociedad real?		16	
2.4. Definición y resolución de hipótesis.		18	
2.5. <i>Desk Research</i> . Desarrollo sintético de hipótesis principales.		19	
2.5.1. Hipótesis 1: estudio de diseño.....		21	
2.5.2. Hipótesis 2: guía editorial.		22	
2.5.3. Hipótesis 3: <i>software</i>		23	
2.5.4. Hipótesis 4: <i>App</i>		24	
2.5.5. Hipótesis 5: <i>Open Source</i>		25	
2.6. <i>Mind Map</i> . ¿Cómo podría funcionar SEEPDIC?.....		26	
2.7. Modelado de arquetipos.		27	
2.7.1. <i>User Persona</i> de Noelia.....		27	
2.7.2. Mapa de empatía de Noelia.		28	
2.7.3. <i>Noelia's User Journey</i>		29	
2.7.4. <i>User Persona</i> de Bruno.		30	
2.7.5. Mapa de empatía de Bruno.		31	
2.7.6. <i>Bruno's User Journey</i>		32	
2.7.7. <i>User Persona</i> de David.		33	
2.7.8. Mapa de empatía de David.		34	
2.7.9. <i>David's User Journey</i>		35	

	Capítulo	Apartado	Elemento
3. Objetivos	36		
4. Metodología	37		
5. Recursos y Planificación	38		
5.1. Recursos.....	38		
5.2. Planificación.....	39		
6. Desarrollo	40		
6.1. Aproximaciones al sistema.....	40		
6.2. Materialización del sistema V.1. Estructura mental.....	41		
6.3. Materialización del sistema V.2. Mínimo Producto Viable (MPV).....	45		
6.3.1. Propuesta de valor.....	46		
6.3.2. Plataforma de marca.....	47		
6.3.3. Guía de estilo issueShop.....	48		
6.3.4. MVP <i>Landing Page</i> . Prototipo y <i>Mockups</i>	58		
6.3.5. Vídeo <i>Motion Graphics</i> ¿Cómo funciona issueShop?.....	60		
6.4. Construcción de la marca issueShop.....	61		
6.4.1. Definición de la marca.....	61		
6.4.2. Construcción y relaciones proporcionales.....	62		
6.4.3. Usos alternativos aprobados.....	64		
6.4.4. Área de protección.....	65		
6.4.5. Tamaño mínimo de reproducción.....	66		
6.5. Test de usuarios.....	67		
6.5.1. Guion del test.....	68		
6.5.2. Perfiles anónimos de los cinco participantes.....	71		
6.5.3. Resultado del test tarea por tarea.....	76		

	Capítulo	Apartado	Elemento	Anexo
6.6. Materialización del sistema V.3. Rediseño.				85
6.6.1. Conclusiones evaluación test de usuarios.				86
6.6.2. Propuesta de cambios asociados a las observaciones.				87
6.6.3. Imágenes del Producto Mínimo Encantador (MLP).				88
6.6.4. Manifiesto/ decálogo.				90
6.6.5. Código de buenas prácticas.				91
6.6.6. FAQs sobre los roles y las fases del sistema.				92
7. Conclusiones finales				93
8. Bibliografía				97
9. Anexos				102
9.1. Esquemas <i>Manual Thinking</i> .				102
9.2. Esquema <i>Manual Thinking</i> (vídeo issueShop).				106
9.3. <i>Service Blueprint</i> SEEPDIC & Noelia.				107
9.4. <i>Service Blueprint</i> SEEPDIC & David.				108
9.5. <i>Manual Thinking</i> (<i>insights</i> test de usuarios).				109

Este dossier es interactivo. Permite navegar por el documento a través de este índice y regresar a él desde cada página de destino.

1.1. ¿Qué es SEEPDIC?

SEEPDIC (Sistema de Eventos para el Encuentro de Personas y el Diseño de Ideas en Comunidad) es un **sistema de diseño abierto** para la sociedad. Nace con la intención de visibilizar los intereses y saberes de la ciudadanía en los procesos de diseño. Está basado en las filosofías de codiseño y diseño universal. Permitirá organizar **eventos de pensamiento colectivo** donde cada comunidad podrá expresar sus necesidades en torno a una problemática común. Para posibilitar esta funcionalidad, el sistema incluirá una taxonomía de registro de usuarios en función de su rol en cada evento, o como miembros del propio sistema. Toda persona interesada podrá sumarse a los procesos de diseño abiertos en cada evento comunitario. **Las personas usuarias podrán crear eventos** y/o unirse a ellos según sus motivaciones, necesidades o intereses. Estas personas partícipes, expertas y no expertas, trabajarán conjuntamente hasta obtener la solución al problema planteado.

Mi proyecto supone un innovador soporte para la **participación ciudadana**. Dotará al ciudadano/a con una herramienta para su autonomía como ente político, creativo y social. Un laboratorio de ideas [**Think Tank**] que entiende el proceso de **diseño participativo** y **consciente** como la mejor estrategia para producir bienes y servicios públicos. En este sentido, el sistema podría implementarse en procesos creativos de distinta índole social, institucional o empresarial.

1.2. Breve historia y problemática del Think Tank

El término *Think Tank* se utilizó por primera vez en Estados Unidos para referirse a los departamentos que investigaban de forma secreta los asuntos bélicos del país durante la segunda guerra mundial. Estos despachos estaban ligados a organismos de poder ministerial donde trabajaban expertos en ciencia, armamento, economía, políticas públicas, etc. Tras la guerra, estos equipos trascendieron los límites gubernamentales, convirtiéndose en institutos de investigación como el instituto RAND de influencia global.

La dimensión metodológica de estas entidades aplica los **nuevos métodos científicos de experiencia e investigación** para generar informes y aconsejar sobre cómo solucionar los retos políticos, demográficos o económicos de la sociedad. Desde esta perspectiva, su relevancia histórica fue normalizar cómo los grupos de expertos podían transformar la vida de los demás a través de asesores gubernamentales o industriales.

Cito textualmente una de las definiciones más concretas que he encontrado sobre el término *Think Tank*. Está escrita por el profesor Xordi Xifra en su libro *Los Think Tanks: Un Think Tank es una organización formada por diversos intelectuales y analistas, que recibe contratos o encargos de organizaciones públicas o privadas para analizar ideas y proyectos, y proponer formas de aplicación de las diferentes actividades gubernamentales o industriales para ser difundidas a través de los medios de comunicación social y así influir en el debate público... con la ambición de servir a una determinada concepción del bien público.* (2008, pág. 17). En mi opinión, esta definición encuadra un fuera de campo muy interesante: la estrecha diferencia existente entre los *Think Tanks* y los *lobbies* empresariales. Desde esta perspectiva, es pertinente **cuestionar la legitimidad de los Think Tanks**. ¿Cómo podemos asegurar que la acción de un *Think Tank* sirve exclusivamente al bien público? Creo que su carácter filantrópico no es suficiente para asesorar éticamente a la sociedad.

En su libro, Xifra habla sobre las crisis despertadas por los expertos a lo largo de la historia del siglo XX y, expone un caso paradigmático donde radica gran parte de la **mala prensa que tienen los Think Tanks** hoy en día. Se trata de la visión estratégica que el *Think Tank Project for the New American Century* (PNAC) promulgó para defender la seguridad del mundo global. Sus expertos defendieron que: *El liderazgo norteamericano es bueno para los Estados Unidos y para el resto del mundo*. PNAC trabajó de espaldas a la sociedad que asesoraba, e influyó erráticamente sobre la acción política gubernamental, provocando consecuencias muy negativas para toda la humanidad aún no superadas.

Tratando esta información como un hecho extrapolable del que aprender, urge garantizar la **participación social** dentro de las **distintas estructuras** de pensamiento que rigen nuestras vidas. Bajo mi punto de vista, **es trascendental pensar y hacer en comunidad**.

Explorar el **metadiseño** como una **herramienta transformadora** abierta a la sociedad:

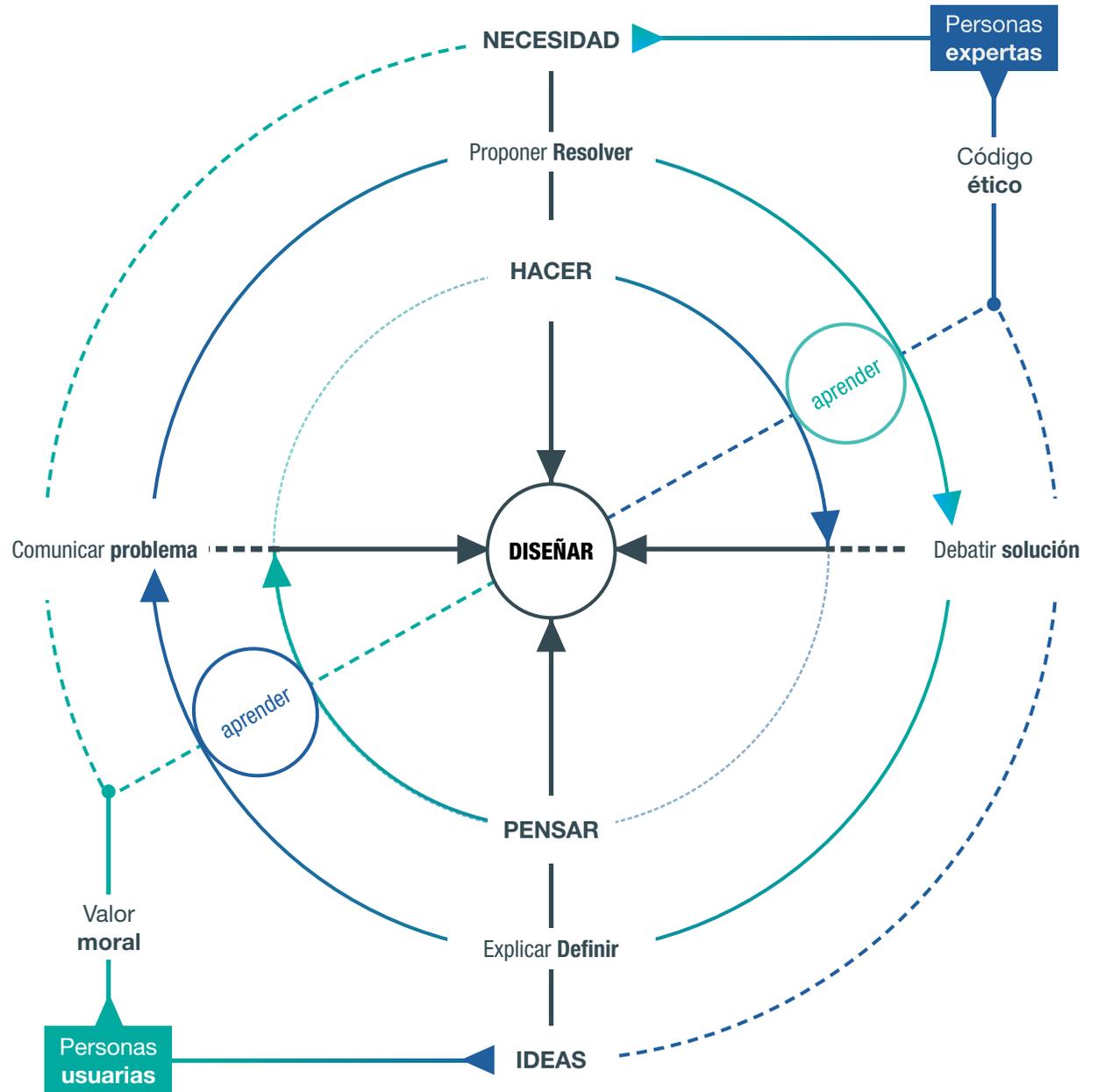
¿Qué es pensar?

¿Qué es hacer?

¿Qué es colaborar?

¿Cuál es el resultado?

Diseñar, **codiseñar** en **igualdad y aprender.**



Mecanismo de conceptos para la práctica del diseño participativo SEEPDIC. Elaboración propia. E.L.

2.1. La importancia de la participación para la innovación

En orden de seguir indagando estrategias y fórmulas para definir mi sistema de la mejor manera posible, y siguiendo la planificación de mi TFG, continúo investigando sobre pensadores que defienden el hecho de diseñar en comunidad. Encuentro en el **diseño participativo una vía ética para abordar los desafíos** a los que nos enfrentamos. A raíz de esta idea, he leído sobre el **diseño consciente** promulgado por **John Tackara** y he reflexionado sobre la idoneidad de la **consciencia comunitaria** para afrontar la resolución de necesidades. ¿Qué mejor manera de entender el contexto de un espacio donde se ha de diseñar, que implicar a aquellas personas que lo habitan, viven, sienten y consienten? Como diseñadores, sabemos que un diseño puede resultar nocivo, si durante su proceso no estudiamos las materias primas a utilizar, su impacto sobre el ecosistema, o sus consecuencias culturales sobre las personas. Volviendo a Tackara, me gusta especialmente su idea de **proporcionar valor a las personas y no personas al sistema**. En mi opinión, esta máxima esconde una revolución. Aunque su carácter resulte utópico, su perspectiva conceptual es idónea para favorecer un diálogo honesto donde debatir cómo satisfacer nuestras necesidades más allá de vender o vendernos.

La autonomía y la accesibilidad han de ser fomentadas dentro de los procesos de diseño. Mi sistema está alineado con el posicionamiento ético y conceptual de Tackara. Encuentro de máxima relevancia la entrevista realizada para el el Museu del Disseny de Barcelona. Ante la pregunta: *¿'Transformación' define una realidad factible o es una palabra vacía?*, John contestó: *No pienso que los diseñadores hayan de utilizarla sin pensar, porque **no estoy seguro de que ninguno de nosotros tenga el derecho de transformar la vida de alguien sin que este sea parte del proceso***. Estas palabras sintetizan a la perfección mi motivación principal por concebir **SEEPDIC**. Después de estas consideraciones que atañen al **ámbito teórico, moral y ético** de mi TFG, se abren las puertas a nuevas preguntas. Una de las más importantes hace referencia a cómo integrar el diseño universal centrado en las personas con rigor y diligencia desde su origen. Siento cómo el **diseño consciente** puede ayudar a integrar orgánicamente el conocimiento en cualquier proceso. Es decir, no será necesaria una recolección de datos externa, sino que serán las personas involucradas quienes aporten los *insights* necesarios a la investigación. Sé que la obtención de datos es trascendental y, en ocasiones, ha de ser abordada por expertos. El diseño participativo cuenta también con la participación de personas del ámbito científico-técnico.

Mi sistema está abierto a cualquier idea o necesidad. Creo que es importante permitir germinar cualquier solución posible, especialmente durante las primeras fases de cualquier proceso creativo. En este sentido, la base filosófica de mi sistema cuenta también con los principios del **Slow Design**. Aunque la práctica habitual de este diseño a “fuego lento” se encuentra en la arquitectura, esta filosofía me resulta inspiradora por albergar un **modelo sostenible y consciente** para la vida. Sus postulados abogan por un diseño más allá del servicio a la industria o los mercados.

Me gustaría garantizar el pensamiento crítico facilitando la **contemplación** como herramienta para la **reflexión meditada**. Una reflexión paciente ayuda a conocer de qué manera **el mundo artificial que diseñamos evoluciona** con el paso del tiempo. A veces, hay diseños cuyos efectos son tan trascendentales que es necesario otorgar todo el tiempo que sea necesario al diálogo. El debate es la herramienta comunicativa para solucionar de forma respetuosa las necesidades que pretendemos satisfacer. Garantizar este aspecto también será crucial dentro de mi proyecto.

En toda investigación es importante contar con los aspectos desfavorables a tu tesis. En este sentido, me interesa recabar algunas de las afirmaciones que cuestionan el codiseño como un proceso lento, más caro, e ineficaz para la innovación. Incluir estas ideas en mi estudio me ayuda a debatir los planteamientos a favor de una **innovación participativa**. Las dudas hacia este paradigma de **diseñar con la gente** se fundamentan dentro de un mundo capitalista aparentemente inamovible.

Esta es la fricción principal. Estoy de acuerdo con que el codiseño puede no resultar idóneo para los intereses del porvenir industrial transaccional. Por ejemplo, podemos citar la célebre frase de John Ford, artífice de la cadena de montaje para la industria del automóvil: *Si hubiera pedido a la gente qué quería, me hubieran dicho que un caballo más rápido*. O la opinión de Steve Jobs: *La gente no sabe lo que quiere hasta que se lo enseñas*. Con estas afirmaciones, ambos incurren en un prejuicio sobre el pensamiento de las personas, sin antes haberles dado la **oportunidad real** para expresar aquello que quieren. Bajo mi punto de vista, esta **oportunidad de expresión** ha de estar estructurada y diseñada para favorecer la participación coherente y consistente de la ciudadanía. Ha de funcionar como una **herramienta facilitadora**, vertebradora del diálogo. Para ello es fundamental otorgar una taxonomía que permita a las personas saber dónde encaja su necesidad, su experiencia o pensamiento. Uno de los objetivos que quiero satisfacer es visibilizar cómo la expansión masiva de bienes y servicios rebasa los límites de las necesidades reales de la gente. En otro de mis ensayos de referencia: *De la cuna a la cuna. Rediseñando la forma en que hacemos las cosas*, Michael Braungart y William Donough reflexionan sobre cómo la **cosmovisión occidental transformó el orden de la naturaleza** para imponer un progreso indisoluble del consumismo y la infraestructura industrial. Las consecuencias de este paradigma son un medio ambiente sobreexplotado y una sociedad carente de empatía hacia los agentes humanos y naturales que sustentan la vida.

Gracias a la investigación he consolidado las **bases que rigen la definición** del sistema SEEPDIC.

- › Priorizar el valor de las personas como germen para el diseño.
- › Promover la acción de diseño participativo y consciente para solucionar problemas, proveer servicios y evitar la generación masiva de artefactos inconscientes.
- › Promover la diversidad geográfica, generacional, temporal y cultural como una oportunidad de confluencia para el diálogo y la búsqueda de soluciones.
- › Favorecer y promocionar el valor de la economía reticular.
- › Transgredir el rol de consumidor, proveedor, productor, hacia personas autónomas, organizadas en comunidades de diseño.
- › Cuestionar la legitimidad de la economía transaccional como modelo para la transición entre el antropoceno y el ecoceno.

2.2. ¿Por qué diseñar en comunidad es innovar?

Alcanzar la innovación implica elaborar un proceso que transforme una idea novedosa, o que pretende serlo, en un nuevo producto, servicio o protocolo. En este sentido, mi TFG aborda un proceso disruptivo que aúna varias filosofías del diseño, para vertebrar un sistema que facilite el diseño participativo como herramienta comunitaria.

Todas estas filosofías (codiseño, diseño consciente, diseño universal y *Slow Design*) plantearon una innovación sobre la manera de diseñar hegemónica (diseño industrial). Su base de innovación transversal se centra en considerar a las personas usuarias como una pieza imprescindible dentro del propio diseño. Entienden, además, que el bienestar de las personas se encuentra unido al respeto medioambiental y al diálogo humano con el planeta. En definitiva, enfocan una mirada holística interrelacionada entre el mundo y la vida que lo habita.

El diseño participativo aborda la fase de investigación como una estrategia de inmersión donde el conocimiento de las personas usuarias es crucial para el buen diseño. Codiseñar supone aplicar una perspectiva centrada en el usuario, identificar de manera directa los problemas que provocan un bienestar perdido o pretendido.

Como ejemplo, existe una consultora que trabaja la innovación desde una perspectiva etnográfica y de trabajo de campo comunitario. Se trata de la empresa latinoamericana INSITUM. Su estrategia de investigación participativa se desarrolla en cuatro etapas:

- > ¿Qué hacen los usuarios?
- > ¿Qué usan los usuarios?
- > ¿Qué piensan los usuarios?
- > ¿Qué sienten los usuarios?

Aunque mi sistema se fundamenta en establecer un punto de encuentro para el diseño en comunidad, este tipo de visiones me interesan, porque desarrollan su estrategia inmersiva en la comunidad. Su esquema procesual me resulta inspirador para la estructura de SEEPDIC.

Las personas usuarias de SEEPDIC serán autónomas y tendrán la capacidad de organizarse por eventos (contexto). No obstante, quiero que el sistema cuente con una base didáctica: una guía para que los usuarios (expertos o no) encuentren su camino, *insights* y oportunidades hasta llegar a la solución.

Para ello, tendré en cuenta los siete principios del diseño para todos (diseño universal) promulgados por el Center for Universal Design.

Estos principios son:

- › Uso equiparable
- › Uso flexible
- › Simple e intuitivo
- › Información perceptible
- › Tolerancia al error
- › Exigencia de poco esfuerzo (aplicable al esfuerzo cognitivo y el número de tareas mentales)
- › Tamaño y espacio para el acceso y el uso (aplicable para los modelos de accesibilidad digital)

La innovación de mi sistema radica en facilitar un espacio para el encuentro de personas que quieran o necesiten experimentar un proceso de codiseño.

2.3. ¿Cómo fomentar el diseño participativo ante una sociedad real?

El diseño participativo encuentra su base filosófica en la obra de Paulo Freire, *Pedagogía del oprimido*, publicada en 1970. Planteaba que las personas participantes en cualquier investigación están capacitadas para definir sus propias necesidades y para mejorar sus vidas.

El artículo *El diseño participativo en los orígenes del codiseño*, escrito por la profesora Raquel Pelta, es un texto de referencia en la materia. Con su lectura aprendí que muchas de estas iniciativas aplicaron los sistemas informáticos para la participación comunitaria en los procesos.

Un proyecto referente tuvo lugar en Dinamarca en los años 80. Fue bautizado con el acrónimo UTOPIA por el investigador **Pelle Ehn** que lo lideró. Surgió de la necesidad de concebir una tecnología informática al servicio de los trabajadores. Estos empleados **tomaron conciencia** de cómo la tecnología, que fue diseñada sin su participación, beneficiaba a los intereses de

las corporaciones donde ellos trabajaban. El sector de artes gráficas comenzaba a informatizarse, y estos cambios transformaban la realidad laboral de los trabajadores. Para revertir esta situación desfavorable a sus intereses, se organizaron dos **grupos de personas diferentes para diseñar en comunidad**: Los empleados representados por los sindicatos y activistas y, los diseñadores de sistemas, informáticos y expertos en eficiencia laboral. El objetivo del primer grupo fue crear una **versión alternativa** de la tecnología **que sí respondiera a las necesidades de los trabajadores**. El fruto de UTOPIA fue la producción de una nueva herramienta informática para la maquetación editorial y la edición de imágenes. Se desarrolló con la **implicación igualitaria** de los futuros usuarios finales en **todas las fases** del diseño.

Me interesa comprender cómo surgió el germen de este proceso. Los trabajadores (usuarios) fueron conscientes de que su bienestar había disminuido después de un

cambio en su flujo de trabajo. Se había introducido una transformación sin preguntarles antes cómo necesitaban que se materializara aquel cambio. Cuando se involucraron en parte del diseño, **motivados por su necesidad de mejora** laboral, la tecnología funcionó con mayor eficacia y se sintieron contentos de nuevo. Ante la pregunta de **cómo hacer para que la sociedad se implique** en un proceso de diseño participativo, la respuesta que encuentro más acertada es: **dirigir el sistema de codiseño hacia personas guiadas por sus propios intereses**.

Una sociedad real es un prisma totalmente heterogéneo. Por esta razón, mi sistema está estructurado bajo un orden accesible para las distintas sensibilidades que pueden conformar una sociedad.

Imaginemos un escenario donde mi sistema esté dentro de una empresa que entiende que la mejor manera de planificarse es sumando la experiencia de sus trabajadores

al proceso. En este supuesto, sería la empresa la que dispusiera SEEPDIC para que sus empleados diseñasen, junto a los expertos, su sistema de organización laboral. Aunque es un ejemplo inverso a lo sucedido con UTOPIA, el resultado es el mismo.

Aquí, la empresa es consciente de que sus necesidades serán mejor satisfechas aplicando el codiseño como metodología. En este escenario la implicación de los empleados está garantizada, y todos ellos toman consciencia del valor de sus aportaciones porque SEEPDIC se lo comunicará. He señalado este ejemplo porque muestra cómo **los roles pueden fluctuar dentro de un proceso de codiseño.**

La empresa es consciente (sabe, cree, valora) que lo mejor para sus intereses es contar con la participación de sus empleados. Y los empleados, lo sepan o no, van a conseguir planificar una empresa que también va a ser mejor para sí mismos.

En mi opinión, esta reciprocidad es la razón más importante y valiosa de diseñar en comunidad. Preocuparse por alcanzar el bienestar de unas personas, se traduce en el beneficio de todas. En resumen, cuando introduzco el concepto de **diseño consciente**, quiero poner en valor el conocimiento que los usuarios tienen sobre sus propias necesidades en torno a un **campo de acción** que afecta a su vida.



img: Participantes del proyecto UTOPIA 1981-86, de ALC, DAIMI, NADA, NGU.

Fuente: Sundblad, Yngve. (2010). UTOPIA: [Participatory Design from Scandinavia to the World](#). 176-186.

2.4. Definición y resolución de hipótesis

Desarrollo

Durante el desarrollo de la definición, he investigado sobre el origen del concepto *Think Tank* y su cuestionable legitimidad en un marco de acción exclusivo para expertos. A partir de esta problemática, mi proyecto propone un laboratorio de ideas, que por definición, quede abierto a la ciudadanía. Como sabemos, la realidad cultural, política y social que rige nuestras vidas no permite el desarrollo pleno de la consciencia personal y comunitaria. Por esta razón, trabajo sobre la tesis de crear una herramienta que promueva el valor de la participación entre los distintos estatutos de nuestra sociedad.

Mi investigación se nutre del estudio de proyectos que incorporan las filosofías del codiseño, el diseño consciente y el *Slow Design*. Con estas herramientas las personas usuarias participan del diseño durante su fase de creación, producción y posterior funcionamiento. He obtenido conocimientos y referentes inspiradores que me han ayudado a resolver las diferentes hipótesis del sistema SEEPDIC.

En el apartado de definición de la memoria presento los documentos que me han permitido obtener respuestas y oportunidades para materializar mi proyecto.

- › *Desk Research*. Desarrollo sintético de hipótesis principales
- › *Mind Map*
- › *Arquitectura del sistema*
- › Modelado de los arquetipos de personas usuarias
- › *User journeys* y *service Blueprint*
- › Evaluación del prototipo mediante test de usuarios

2.5. Desk Research. Desarrollo sintético de hipótesis principales

Este estudio supone una **segunda fase** de mi investigación. Más allá del carácter teórico de mi TFG, mediante el *Desk Research* he obtenido **datos inspiradores para mis hipótesis**. He analizado **proyectos externos** para entender cómo otros diseñadores han resuelto retos similares a los que plantea mi propuesta. Esta perspectiva me permite aproximarme a la **definición interna de mi sistema**, sus variables y las especificaciones generales antes de su desarrollo. En la última casilla de cada tabla, muestro una **primera impresión gráfica** del significante y el significado de cada contenedor del sistema (logotipo monograma). Uno de los hallazgos más significativos obtenidos con este análisis es la posibilidad de **coexistencia de las cinco hipótesis**. Todas ellas pueden complementar el servicio a los usuarios del sistema.

¿Cómo se financia y sostiene?

El proyecto puede presentarse a las subvenciones de organismos institucionales como la Unión Europea. En particular, el programa la Nueva Bauhaus ofrece una línea de ayudas muy interesantes para proyectos innovadores, comprometidos con el medioambiente y/ o que exploran el codiseño como una vía de participación. Algunas de las convocatorias más interesantes son las ofrecidas por el Centro de Competencia en Democracia Participativa y Deliberativa.

Respecto a la sostenibilidad del proyecto, esta varía dependiendo de la hipótesis en la que nos encontremos. No obstante, como es plausible que las cinco hipótesis coexistan, expongo su financiación autónoma a lo largo del tiempo:

- › **Estudio de diseño:** Empresa enmarcada en un circuito de economía reticular colaborativa.
- › **Guía editorial:** Cuotas procedentes de la comunidad interesada en suscribirse a la revista/guía y/o clientes puntuales interesados en adquirir un número individual.
- › **Software:** Los clientes *pro* pagan por el servicio *issueShop*.
- › **App:** Servicio gratuito ligado a la licencia del *software issueShop* según la versión utilizada por cada persona usuaria.
- › **Open Source:** Servicio *fremium* experimental ligado al *software* matriz *issueShop*.

¿Cuál es su clasificación de actividad?

SEEPDIC es un sistema independiente registrado como marca bajo licencia *Creative Commons*. El resto de marcas que contienen el sistema pertenecen a la actividad económica determinada por su significado y sector de negocio.

¿Se plantea como un negocio? ¿Es un servicio público?

SEEPDIC es un sistema que puede funcionar dentro de distintos modelos de negocio. Por ejemplo, B Corp combina su carácter filantrópico con los ingresos de su misión, evitando conflictos de intereses. En mi hipótesis, Social Ridge es un negocio basado en una economía reticular que utiliza SEEPDIC como herramienta para el codiseño. Mientras BeCorp promueve el cambio certificando empresas, Social Ridge acciona un modelo económico colaborativo con usuarios comprometidos, partícipes y conscientes. En su conjunto, mi proyecto es un servicio público no institucionalizado, un negocio que contempla la ventaja colaborativa como estrategia para favorecer los intereses y satisfacer las necesidades que emanan de la sociedad.

2.5.1. Hipótesis 1: estudio de diseño

Integración del sistema dentro de un **estudio de diseño** desde donde ofrecer el servicio.

	Proyecto referente existente	Innovación SEEPDIC	Resultado
Nombre y diferencia	<ul style="list-style-type: none"> › B Corp TM. › Certifican como Corporaciones B a empresas con altos estándares de transparencia social y ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> › Social Ridge. › Los clientes son una comunidad de usuarios que diseñan desde una perspectiva holística junto a expertos multidisciplinarios. 	<ul style="list-style-type: none"> › Los clientes obtienen soluciones con el valor de la experiencia colectiva (compaginando riqueza experta y usuaria) a partir de cada evento abierto en SEEPDIC.
Definición contenedor	<ul style="list-style-type: none"> › Es una red sin ánimo de lucro que transforma la economía global para beneficiar a todas las personas, las comunidades y el planeta. 	<ul style="list-style-type: none"> › Es un estudio de diseño para empoderar la acción de diseñar como herramienta para transformar los modelos de producción y consumo hegemónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> › Innovador estudio de diseño abierto y global que codiseña con sus clientes utilizando el sistema informático SEEPDIC.
Métodos ¿Por qué funciona?	<ul style="list-style-type: none"> › Conseguir un mundo donde las empresas desempeñen un papel de liderazgo en el impacto positivo y la transformación de la economía global en un sistema más inclusivo, equitativo y regenerativo. <p>Fuente: https://www.bcorporation.net/</p>	<ul style="list-style-type: none"> › El objetivo de conseguir un mundo más inclusivo, equitativo y regenerativo se persigue a la inversa que en B Corp TM. En Social Ridge, las personas usuarias y/o clientes son la fuerza para desempeñar un papel de liderazgo para la transformación consciente. 	<ul style="list-style-type: none"> › Red de diseño y acción social abierta para la generación de comunidades soberanas en la gestión de ideas y resolución de problemas.
Imagen			<ul style="list-style-type: none"> › Logotipo (Social Ridge) trabajado para la asignatura de portfolio. La idiosincrasia de este trabajo fue el germen que me animó a explorar el codiseño en mi TFG.

2.5.2. Hipótesis 2: guía editorial

Conceptualización de una marca propia como una **guía editorial** del sistema.

	Proyecto referente existente	Innovación SEEPDIC	Resultado
Nombre y diferencia	<ul style="list-style-type: none"> › Mares de Madrid. › Guía de codiseño y de coproducción urbana. › Coleccionar ideas para definir la materialización del diseño colectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> › Social. › Guía de codiseño mensual sobre cómo funciona el sistema SEEPDIC. › La publicación visibiliza el fruto del trabajo comunitario dentro del sistema. 	<ul style="list-style-type: none"> › La comunidad aprende el funcionamiento del sistema SEEPDIC y sigue el progreso de los eventos de diseño.
Definición contenedor	<ul style="list-style-type: none"> › Guía que muestra cómo fue el codiseño utilizado en el proyecto Mares de Madrid. 	<ul style="list-style-type: none"> › Revista / guía que promueve la idea de un corporativismo social para el diseño en comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> › Complemento editorial SEEPDIC que busca promover la actividad que se produce dentro del sistema fuera cual fuese su ubicación digital final.
Métodos ¿Por qué funciona?	<ul style="list-style-type: none"> › Proceso de combinación de experiencias y competencias diferentes. › Se acuerda y encuentra un modo de preservar una adaptación progresiva y abierta que permita interacciones colectivas duraderas en el tiempo. <p>Fuente: https://maresmadrid.es/</p>	<ul style="list-style-type: none"> › Los eventos activos significan la agenda de interés que enriquece la opinión pública con las problemáticas que emanan de la comunidad de personas usuarias que diseñan apoyándose en SEEPDIC. 	<ul style="list-style-type: none"> › Comunidad de lectores interesados en conocer qué sucede en una red de diseño comunitaria y participativa.
Imagen del contenedor			<ul style="list-style-type: none"> › Logotipo (SOCIAL) trabajado en la asignatura de diseño editorial. Esta marca funcionaría como imagen de la guía/ revista para el sistema SEEPDIC.

2.5.3. Hipótesis 3: Software

Conceptualización dentro de una marca de **software** del sistema.

	Proyecto referente existente	Innovación SEEPDIC	Resultado
Nombre y diferencia	<ul style="list-style-type: none"> › FileStage. › Revisiones de contenido y gestión del diseño en equipos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> › issueShop. › Gestión del diseño participativo en eventos de codiseño. 	<ul style="list-style-type: none"> › <i>Software</i> para desarrollar observaciones, informes DAFO, ideaciones, maquetas, talleres de futuro, guiones, lluvia de ideas, escenarios, simulaciones, etc.
Definición contenedor	<ul style="list-style-type: none"> › Plataforma colaborativa que permite revisar y aportar opiniones sobre diseños en un solo lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> › Plataforma colaborativa de encuentros entre usuarios y expertos para desarrollar ideas desde el enfoque de proceso <i>Design Thinking</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> › Matriz operativa del sistema SEEPDIC que reúne las características digitales del servicio.
Métodos ¿Por qué funciona?	<ul style="list-style-type: none"> › Debatir ideas en contexto. › Los usuarios identifican algo que cambiar, arreglar o transformar para facilitar el trabajo en equipo durante el proceso de diseño, desde la ideación hasta la aprobación. <p>Fuente: https://filestage.io/</p>	<ul style="list-style-type: none"> › Planificar y estructurar procesos de diseño participativo durante las fases de descubrimiento, ideación y prototipado, favoreciendo la autonomía de cada usuario y fortaleciendo su compromiso dentro de cada evento de diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> › Reducción de costes y ahorro de tiempo. › La herramienta configura una estructura para la comunicación y la planificación de los equipos de trabajo que ayuda a reducir el alto esfuerzo e inversión iniciales en un proceso de diseño participativo.
Imagen del contenedor			<ul style="list-style-type: none"> › Logotipo (issueShop™) trabajado en la asignatura TFG AdHoc Esta marca funcionaría como imagen del <i>software</i> para el sistema SEEPDIC.

2.5.4. Hipótesis 4: App-Plugin

Conceptualización de una **App-Plugin** del servicio.

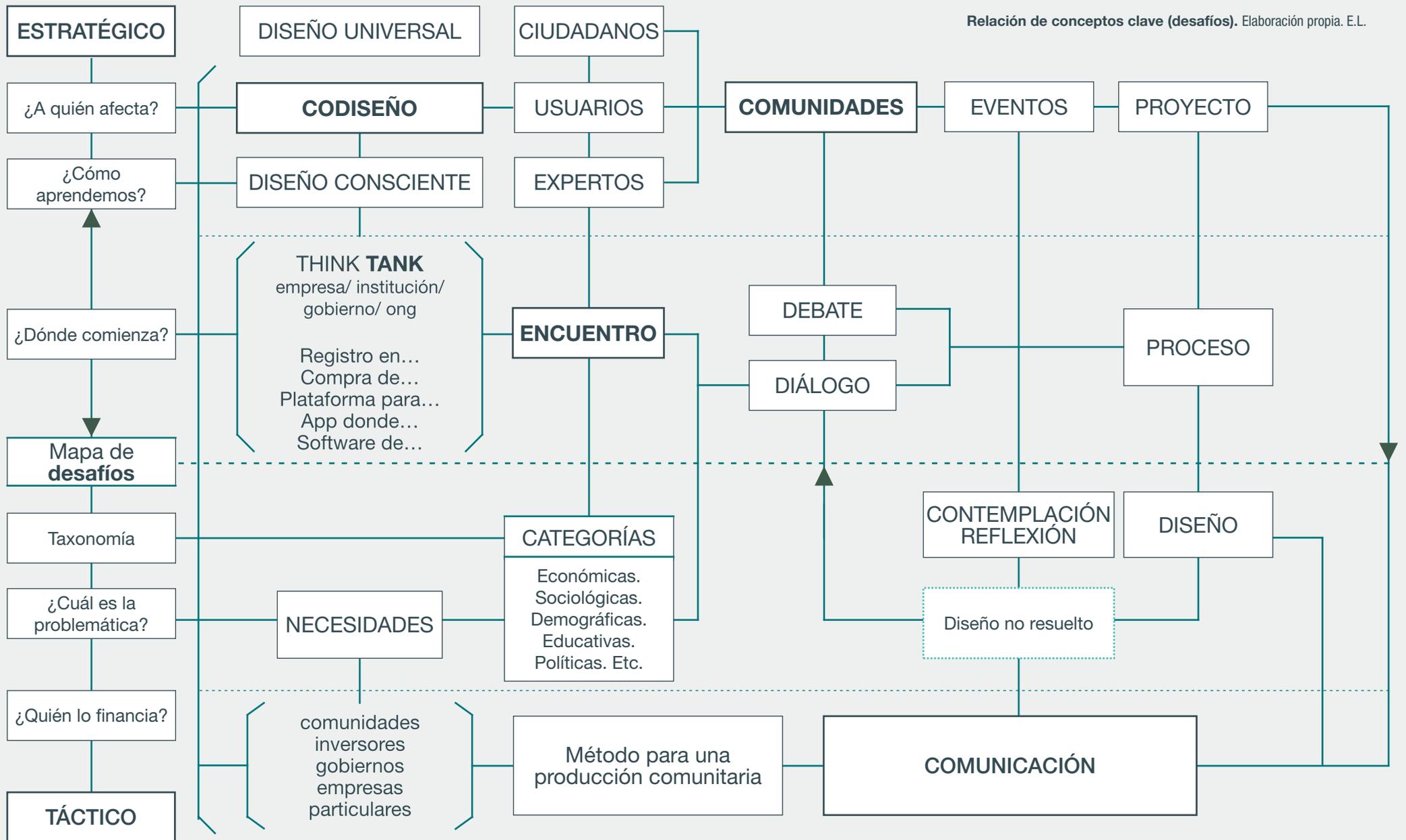
	Proyecto referente existente	Innovación SEEPDIC	Resultado
Nombre y diferencia	<ul style="list-style-type: none"> › Hackity App. › Aplicación cívica para mejorar las ciudades y los barrios en comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> › issueShop app. › Aplicación del sistema SEEPDIC. 	<ul style="list-style-type: none"> › La comunidad participa y sigue el progreso de los eventos de diseño utilizando SEEPDIC, añadiendo imágenes, vídeos, <i>streaming</i>, etc. directamente en sus dispositivos móviles.
Definición contenedor	<ul style="list-style-type: none"> › app para comunicar problemas urbanísticos dentro de una comunidad que participa en abordar las soluciones. 	<ul style="list-style-type: none"> › app para optimizar la interacción entre usuarios dentro y con el sistema SEEPDIC. 	<ul style="list-style-type: none"> › Complemento digital (app) del sistema SEEPDIC con funcionalidades específicas que enriquecen el proceso de codiseño.
Métodos ¿Por qué funciona?	<ul style="list-style-type: none"> › Imaginar las ciudades y mejorar los barrios apostando por la inteligencia colectiva. › Los usuarios identifican algo que cambiar, arreglar o transformar. La comunidad Hackity discute y comparte ideas para implementar juntos una solución. <p>Fuente: https://theindexproject.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> › Posibilitar la acción directa mediante herramientas para maximizar el trabajo de campo, la comunicación pública y el trabajo colaborativo. 	<ul style="list-style-type: none"> › Comunidad de usuarios participantes en algún evento de codiseño abierto en el sistema SEEPDIC que utilizan la app para documentar, enriquecer, investigar, dialogar o debatir.
Imagen del contenedor			<ul style="list-style-type: none"> › Logotipo (issueShop app) trabajado en la asignatura TFG AdHoc Esta marca funcionaría como imagen de la <i>app</i> para el sistema SEEPDIC.

2.5.5. Hipótesis 5: Open Source

Conceptualización dentro de una marca de *software* del sistema de **código abierto**.

	Proyecto referente existente	Innovación SEEPDIC	Resultado
Nombre y diferencia	<ul style="list-style-type: none"> › Penpot. › Herramienta de diseño de código abierto. › Diseño como código. 	<ul style="list-style-type: none"> › issueShop Code. › Se puede descargar, editar y redistribuir gratis bajo licencia. › Experimentación de mejoras y funcionalidad del <i>software</i> en comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> › La versión <i>open source</i> del <i>software</i> permitirá su escalabilidad según los intereses de la comunidad y mediante la experimentación comunitaria de nuevas herramientas y funciones.
Definición contenedor	<ul style="list-style-type: none"> › Plataforma colaborativa que permite compatibilizar el diseño con el desarrollo web estandarizando lenguajes. › Alternativa a Figma. 	<ul style="list-style-type: none"> › Plataforma colaborativa que permite la regeneración y autodefinición evolutiva del sistema SEEPDIC. 	<ul style="list-style-type: none"> › OPEN SOURCE del sistema SEEPDIC que funciona como actualización experimental, tecnológica e informática del servicio.
Métodos ¿Por qué funciona?	<ul style="list-style-type: none"> › Planificar proyectos creativos en equipo. › Interfaces expresadas como código. › Funciones de colaboración entre diseñadores y desarrolladores. › Cuenta con un soporte de foro comunitario. <p>Fuente: https://penpot.app/</p>	<ul style="list-style-type: none"> › La comunidad está implicada en la escalabilidad y mejora del sistema para: › Asegurar la transparencia durante el funcionamiento de los eventos. › Investigar para procesar datos comunitarios en tiempo real. 	<ul style="list-style-type: none"> › Los usuarios no expertos aportan demandas de mejoras para ayudar a identificar deficiencias. › Los usuarios expertos aportan soluciones a cada problemática detectada en comunidad y/o ligada a sus propios intereses.
Imagen del contenedor			<ul style="list-style-type: none"> › Logotipo (issueShop Code) trabajado en la asignatura TFG AdHoc Esta marca funcionaría como imagen del <i>software</i> de código abierto para el sistema SEEPDIC.

2.6. Mind Map. ¿Cómo podría funcionar SEEPDIC?



2.7.1. User Persona. [Noelia & SEEPDIC]



Noelia

Img: Generada con [Freepik IA](#) Pikaso. Fuentes perfil emocional: 3 questions [Gen-X have for Gen-Z, and vice versa.](#) / [Gen X: A Generation That Can Help Save the Planet?](#)

- > Mujer, psicóloga, empresaria
- > Divorciada, tiene 44 años
- > Vive en Valencia con su novio
- > Pertenece a la ONG psicólogas sin Fronteras
- > Es propietaria de un centro de psicología [ahorra 1.300€ / mes]

En el instituto aprendió que el planeta estaba en peligro. En 1992 siguió con interés el evento La cumbre de la Tierra. Desde entonces su compromiso con la sostenibilidad no para de crecer. Hoy ayuda a las personas que afrontan la ansiedad del tránsito hacia el Ecoceno.

Éxito como directora, líder y propietaria

Es madre de un joven universitario de 17 años

Considera que **las lecciones de sus padres** son también buenas para su hijo

Confía en su liderazgo porque las personas más jóvenes a su cargo valoran su experiencia

Cree que su empresa ayuda a **encontrar lo positivo** que hay dentro de personas y organizaciones

Le gustaría ser abuela para empoderar a su familia

Quiere un planeta habitable para su hijo y sus nietos

DETERMINACIÓN

EFICIENCIA

DECISIÓN

EXPERIENCIA

CONOCIMIENTO

RESPONSABILIDAD

LIDERAZGO

SOCIALIZAR

COMPROMISO

ESTABILIDAD

SOSTENIBILIDAD

Perfil emocional de la GenX que Noelia comparte_

Palabras clave, rasgos comunes y transversales

Eficiencia trabajando en equipo.
Capacidad para tomar decisiones y aconsejar a los más jóvenes.

Trabajo percibido como medio para conseguir la estabilidad financiera. La cultura del cuidado gira en torno al poder adquisitivo.

La experiencia como prioridad a la hora de afrontar un desafío profesional.

Percepción cuantitativa del tiempo empleado en un trabajo como garantía de calidad y compromiso.

Visión integradora dentro de los procesos de trabajo para comprender la constante evolución de los mismos.

Construcción de la identidad personal a partir de las carreras profesionales.

2.7.2. Mapa de empatía. [Noelia & SEEPDIC]



Fuentes mapa de empatía: [De lo conductual a lo emocional: métodos gráficos de evaluación arquitectónica. / Comparativa de la calidad ambiental de los barrios de Valencia / Destino: La Arquitectura Vernácula De España](#)

¿Qué es lo que realmente le preocupa y no dice públicamente? El modelo urbano y arquitectónico imperante en Valencia. **¿Qué emociones le mueven?** Su amor hacia la arquitectura vernácula y la naturaleza.

¿Qué dice su pareja? Que un cambio de vida tan radical puede afectar negativamente a su vida como pareja y la continuidad de su negocio. **¿Quién le influencia realmente?** El arquitecto LeCorbusier, uno de los principales intelectuales del siglo XX, que entre muchas otras aportaciones, reconoció el valor de la arquitectura vernácula como referente para la modernidad.

¿Qué tipo de medios le convencen? Green Urban Data o Planeta Futuro. También revistas científicas como: Ambienta, Disposable Planet, Agenda Viva, Bornet o Business Ethics Magazine.

¿Cuál es su actitud en público? Muestra su determinación a la hora de expresar sus ideas. Le gusta escuchar distintas opiniones. Cuando está segura de lo que quiere, transmite sus deseos a su pareja, familiares y amigos.

¿Qué le duele?

¿Cuáles son sus principales frustraciones? El modelo de ciudad compacta promovido como solución sostenible para su ciudad. **¿Cuáles son los principales obstáculos para alcanzar lo que desea?** Su estabilidad financiera le permite vivir cómodamente, pero no tiene el poder para hacer llegar sus ideas a las instituciones.

¿Qué es lo que le mantiene despierta por las noches? La mala calidad ambiental del barrio de la Roqueta donde vive. **¿Cuáles son sus sueños y aspiraciones?** Cambiar de vida cambiando de casa y de ciudad.

¿Cómo se muestra? Optimista. **¿Qué aura personal tiene?** Una mujer culta, preocupada por informarse para enriquecer su pensamiento crítico. **¿Quiénes son sus amistades?** Conserva muchas amigas de su etapa en la universidad de psicología. Mantiene una sólida amistad con su instructora de yoga. Comparte grupo de amigos con su hermano.

¿Quiénes le rodean semanalmente y qué echa de menos? Su hijo, pareja, exmarido, padres y la instructora de yoga. Le gustaría conocer gente relacionada con el mundo del arte y del diseño.

¿Qué le podría decir a los demás? Que mantengan vivo su cuerpo emocional. Que proyecten positividad. Que experimenten la socialización como una oportunidad para el aprendizaje en común. Que localicen qué les está estresando para neutralizarlo y aprender a corregirlo.

¿A qué aspira?

¿Qué es lo que realmente desea lograr? Le gustaría encontrar una fórmula viable para cambiar su modo de vida hacia un terreno realmente sostenible. **¿Cómo mide el éxito?** Siendo fiel a sus principios. **¿Qué estrategias utilizaría para alcanzarlo?** Durante el próximo año se centrará en estudiar cómo quiere que sea su cambio de hogar sostenible.



ETAPAS	Tiene un proyecto	Encuentra SOCIAL	Se registra en issueShop	Visita el evento y comenta como observadora	Recibe contestación	Se hace stakeholder	Trabajan	Encuentran solución
 SIENTE								
PIENSA	Que quiere ampliar sus conocimientos sobre métodos de diseño arquitectónico ecológicos.	Que el slow design es un método de diseño innovador y decide visitar la plataforma issueShop.	Que quiere colaborar en un evento aportando sus ideas.	Que es ideal para sus intereses porque participan personalidades con las que puede aprender mucho.	Que la respuesta que recibe es una invitación para ser stakeholder del evento y formar parte del equipo motor.	Que tiene mucho trabajo por delante y poco tiempo para hacerlo.	Que no puede realizar desplazamientos semanales a la localidad donde se lleva a cabo el trabajo de campo.	Que para conseguir una casa ecológica tiene que cambiar también de modo de vida.
NECESITA	Construir su nueva casa en Puebla de San Miguel (localidad del interior de la provincia de Valencia).	Explorar la web (Software online/ Plataforma) issueShop que aloja el sistema SEEPDIC.	Conocer cómo es el funcionamiento para participar como observadora del evento.	Aportar su punto de vista en el debate. Soluciones para su proyecto y obtener respuestas inspiradoras.	Negociar la incorporación y reflexionar cómo afectará esta a su necesidad inicial (proyecto cambio de casa ciudad > pueblo)	Ponerse al día de todo lo acontecido en el evento.	Seguir las inmersiones de campo en Live Streaming (siempre que hubiera cobertura) o en diferido.	Mantener su compromiso comunitario en la producción de la solución.
HACE	Lee en la edición digital de la guía/ revista SOCIAL (Asociada al sistema SEEPDIC) un artículo sobre Slow Design arquitectónico.	Visita la plataforma issueShop y decide registrarse para acceder a un evento que le ha gustado.	Rellena el formulario de registro como usuaria NO EXPERTA en la modalidad gratuita de issueShop.	Responde a un usuario que desconfiaba de la utilidad de la arquitectura tradicional como solución ecológica.	Noelia se plantea la participación consciente en el evento y estudia todas las variables.	Cambia su rol a usuaria EXPERTA y acepta el compromiso con la comunidad del evento.	Desarrolla una idea para que las herramientas de vídeo desde issueShop app puedan servir como fuente documental	Trabaja con sus propias manos en la reconstrucción de lo que será su nuevo hogar.
OPORTUNIDADES para SEEPDIC [issueShop]	Indexar los artículos de la revista SOCIAL en los buscadores académicos. Digital Content Manager dentro del equipo de marketing y branding. Promover campañas con eventos SEEPDIC en las sedes de universidades online y físicas.		Categorizar cada tipo de evento según una taxonomía previa. Dejar la puerta abierta a una categoría de libre definición por los usuarios.	Durante la etapa de diálogo y debate, los usuarios podrán utilizar los medios de expresión que deseen.	Establecer vías de comunicación personales para permitir mensajes privados entre usuarios.	Incorporación del plugin synthDiscuss que funciona como un asistente para la gestión del debate y la generación de documentos.	Conseguir una plataforma donde la comunicación entre los usuarios fluya, sin ningún tipo de pérdida, en tiempo real.	Los proyectos (transformadores/ impactantes/ únicos) tienen un gran impacto mediático muy interesante para el sistema SEEPDIC.

2.7.4. User Persona. [Bruno & SEEPDIC]



Bruno

Img: Generada con [Freepik IA](#). Pikaso. Fuentes perfil emocional: [Comparative Analysis of X-Y-Z / Generación Y: características e inserción laboral](#).

- > Hombre, diseñador, *freelance*
- > Soltero, tiene 32 años
- > Vive en Barcelona en un piso compartido
- > Pertenece a la asociación de diseñadores profesionales (ADP)
- > Trabaja en solitario en su propio estudio de diseño [ahorra 400€ / mes]

Desde que era un niño, Bruno entendió el dibujo como un medio para comunicarse. Con el tiempo, esta estrategia se convirtió en su modo de vida. Ahora cree que actualizar sus conocimientos es la mejor manera para sentirse libre en el desempeño del diseño.

Éxito como creador de contenido digital

A menudo **se siente incomprendido** cuando presenta una nueva idea

Suele descuidar su salario profesional y **no se preocupa de las ganancias**

Cree en la **educación constante**. Tiene dos carreras profesionales, diseño y bellas artes. Se está formando 3D

Prefiere ambientes donde expresarse libremente

Gestiona su tiempo según las necesidades de cada momento

Quiere explorar nuevos retos profesionales

REDES

CONFIANZA

HORIZONTALIDAD

MULTITAREA

AUTONOMÍA

COLABORACIONES

CREATIVIDAD

AUTODIDACTAS

MULTIDISCIPLINAR

EMPRENDIMIENTO

CONSUMISTAS

Perfil emocional de la GenY que Bruno comparte_

Palabras clave, rasgos comunes y transversales

Buena remuneración sujeta a una organización flexible de los trabajos y del tiempo.

Libertad para realizar el trabajo aplicando criterios personales.

Prosperar dentro de las organizaciones o sectores donde desempeñan su día a día. Se esfuerzan por cumplir sus sueños.

No quieren ser ni tener un jefe, prefieren referirse a líderes que sepan cómo gestionar su liderazgo.

La inteligencia emocional como motor del crecimiento personal.

Constante actualización tecnológica para integrarla en su vida profesional y personal.



¿Qué es lo que realmente le preocupa y no dice públicamente? Las dificultades para captar nuevos clientes. **¿Qué emociones le mueven?** Su amor hacia el *storytelling* y el desarrollo de ideas.

¿Qué es lo que le mantiene despierto por las noches? Los plazos de entrega para sus encargos. **¿Cuáles son sus sueños y aspiraciones?** Trabajar en un contexto de diseño en equipo, pertenecer a una comunidad.

¿Qué dicen sus amigos? Que aunque sabe gestionar bien su tiempo, también es capaz de distraerse con el móvil durante horas sin darse cuenta del tiempo malgastado. **¿Quién le influencia realmente?** Las tendencias de diseño contemporáneo en Europa.



¿Cómo se muestra? Sociable. **¿Qué aura personal tiene?** Un chico creativo en búsqueda de un cambio trascendental. **¿Quiénes son sus amistades?** Sus amigos de la universidad de bellas artes y la escuela de diseño.

¿Qué tipo de medios le convencen? Revistas de diseño europeas como *Eye magazine*, *Novum*, *étapes*, *Slanted*, *Computer Arts*, *Grafia* o *Elephant*.

¿Quiénes le rodean semanalmente y qué echa de menos? Sus compañeros de piso y sus amigos. Le gustaría tener compañeros de trabajo.

¿Cuál es su actitud en público? Aunque ha estado contento con su modalidad de trabajo *freelance*, actualmente muestra su desafección por las dificultades añadidas que le provee.

¿Qué le podría decir a los demás? Que persigan sus sueños con determinación. Que sepan reconocer cuando llega el momento de cambiar. Saber identificar las necesidades propias es fundamental para alcanzar el éxito.

¿Qué le duele?

¿Cuáles son sus principales frustraciones? La falta de socialización y de trabajo en equipo. **¿Cuáles son los principales obstáculos para alcanzar lo que desea?** Las distracciones de su día a día y el flujo de trabajo diario establecido.

¿A qué aspira?

¿Qué es lo que realmente desea lograr? Quiere conocer nuevos métodos de trabajo. **¿Cómo mide el éxito?** Teniendo tiempo para disfrutar de su vida personal. **¿Qué estrategias utilizaría para alcanzarlo?** Tejiendo nuevas redes profesionales para explorar nuevas oportunidades.

ETAPAS	Tiene una necesidad laboral	Encuentra SocialRidge	Se registra en issueShop	Encuentra eventos donde ofrecer sus servicios	Es aceptado como stakeholder en uno de los eventos	Participa en el diálogo/ debate	Trabaja	Encuentran solución
 SIENTE								
PIENSA	Que puede haber proyectos de diseño abiertos a la participación de varios profesionales en equipo.	Que SocialRidge puede ser una plataforma perfecta para encontrar nuevos clientes y trabajar en proyectos colaborativos.	Que le hubiera gustado poder registrarse en issueShop desde la web socialRidge.	Que la filosofía de la plataforma va más allá del trabajo en equipo. Le atrae la idea de formar parte de un evento en la comunidad de codiseño.	Que quiere dedicar muchas energías a la socialización con todos los miembros de la comunidad de codiseño.	Que la plataforma garantiza una estructura que convierte el debate en una herramienta crucial dentro del proceso de diseño.	Que el trabajo en comunidad de codiseño está coartando la libertad plena a la que estaba acostumbrado.	Que culminar el proyecto satisfactoriamente le abre nuevas oportunidades dentro de la plataforma.
NECESITA	Encontrar una opción atractiva, que le permita disfrutar de su autonomía en colaboración con otras personas.	Para registrarse en SocialRidge antes tiene que validar su perfil en la plataforma issueShop como EXPERTO.	Encontrar proyectos de diseño a los que presentar su candidatura como experto stakeholder.	Ser admitido como stakeholder en alguno de los eventos a los que decide aplicar. (máximo de dos eventos activos por EXPERTO)	Negociar la incorporación y reflexionar cómo afectará ésta a su necesidad inicial (proyecto cambio de casa ciudad > pueblo)	Presentar al menos una definición aproximada de la solución que él propone como experto.	Sentirse seguro con su trabajo dentro del grupo para no ver coartada su iniciativa.	Mantener su compromiso comunitario en la producción de la solución dentro del estudio SocialRidge.
HACE	Busca en Domestika, LinkedIn, Welcome to the Jungle y en Google.	Visita la página web de socialRidge y la de la plataforma issueShop.	Rellena el formulario de registro como usuario EXPERTO en la modalidad gratuita de issueShop.	Presenta su candidatura enlazando su perfil a SocialRidge. (Su perfil necesita culminar al menos un evento en issueShop para ser verificado)	Graba y envía vídeos personalizados con issueShop app a todos los miembros del equipo motor.	Estudiar las aportaciones de la comunidad voluntaria. Siente especial interés por todo lo que ellas expresan en relación al evento de codiseño.	Aprende a escuchar a sus compañeros para controlar su potencial autodidacta. Consigue que cada breafing sea una experiencia divertida.	Verifica su perfil en socialRidge y se convierte en un experto destacado dentro de issueShop
OPORTUNIDADES para SEEPDIC [issueShop]	Consolidar la relación del estudio SocialRidge con la plataforma/ software issueShop. Incluir material audiovisual [motion graphics] para favorecer la comprensibilidad y el atractivo del sistema en campañas promocionales previas al registro de usuarios.		Landing Page de registro issueShop en el resto de servicios SEEPDIC y/o acceso directo a socialRidge para usuarios registrados en ambos servicios.	Verificar perfiles profesionales en SocialRidge adjuntando portfolio de trabajos reales.	Incorporar pictograma o cualquier otro código identificativo, que diferencie el rol de la persona que manda el mensaje junto a su imagen en miniatura.	Idea complementaria a synthDiscuss: Los expertos podrían solicitar tiempo extra para resolver el debate en el caso de necesitarlo.	Incorporar la figura del facilitador del proceso Design Thinking como nuevo rol dentro del sistema.	Incorporar un canal de experiencias narradas por los usuarios expertos en SEEPDIC/ issueShop.

2.7.7. User Persona. [David & SEEPDIC]



David

Img: Generada con [Freepik IA](#)

Pikaso. Fuente perfil emocional: 3 questions [Gen-X have for Gen-Z, and vice versa.](#) / [Comparative Analysis of X-Y-Z Generation Entrepreneurs](#)

- > Hombre, estudiante de derecho
- > Soltero, tiene 22 años
- > Vive en Burgos con su novio
- > Es delegado de la facultad de derecho
- > Percibe una beca anual de [3.300€]

Su experiencia vital le ha permitido desarrollar un fuerte sentido de la justicia. Motivado por sus intereses, quiere emprender y crear un despacho de abogados. Su misión es defender los derechos humanos con la perspectiva de justicia social.

Éxito como estudiante y en la vida social

Busca inspiración en el resto de compañeros y compañeras

Prefiere las modalidades **pedagógicas informales**

Autopercibe buena situación económica. Experimenta dismorfia del dinero

Motivado para el **emprendimiento**

Está capacitado para **establecer redes** y fomentar sinergias

Le gustaría formar una familia y adoptar hijos/as

Incertidumbre e inestabilidad como paradigma

ADAPTABILIDAD

FLEXIBILIDAD

CRECIMIENTO

APRENDIZAJE

INCLUSIVIDAD

PROTAGONISMO

AMBICIÓN

ACTUALIDAD

INICIATIVA

EVOLUCIÓN

INESTABILIDAD

Perfil emocional de la GenZ que David comparte_

Palabras clave, rasgos comunes y transversales

Equilibrio entre la vida laboral y personal. El trabajo no es la fuente identitaria más importante que define la personalidad.

Respeto por las fortalezas de cada miembro y deseo de independencia en la ejecución de las tareas durante el trabajo en equipo.

Necesidad de sentirse libre para profundizar en sus áreas de interés y explorar nuevas oportunidades.

Visión cualitativa del tiempo con aportaciones impactantes durante los procesos de trabajo.

Sin miedo a equivocarse. Los errores son fuente de conocimiento y una manera importante para mantenerse al día.

Creencia de que el trabajo intergeneracional aporta competencias únicas y complementarias.

2.7.8. Mapa de empatía. [David & SEEPDIC]

Fuentes mapa de empatía: [Comparative Analysis of X-Y-Z Generation Entrepreneurs in a Semi-Peripheral EU Member Country: Insights from Regularized Regression Techniques](#) / [La Teoría de la Justicia de John Rawls](#)

¿Qué es lo que realmente le preocupa y no dice públicamente? La posibilidad de no encontrar financiación para idea de negocio. **¿Qué emociones le mueven?** La visión de una sociedad justa e igualitaria.

¿Qué dice su pareja? Que necesita encontrar financiación para su proyecto. Que desarrolle un *elevator pitch* potente para vendérselo a los inversores. **¿Quién le influencia realmente?** La obra *La Teoría de la Justicia* del filósofo John Rawls y el principio de Aristóteles que vincula la igualdad con la justicia.

¿Qué tipo de medios le convencen? Lee artículos gratuitos sobre negocios en medios como Forbes, Fortune, El economista o Fast Company.

¿Cuál es su actitud en público? Es introvertido pero un orador entusiasta. Muestra con orgullo su posicionamiento político liberal arraigado al principio de justa igualdad de oportunidades y defensa de la libertad.

¿Qué le duele?

¿Cuáles son sus principales frustraciones? El *bullying* que sufrió en el instituto por su homosexualidad le llevó a explorar filosofías por la igualdad como base para la justicia. **¿Cuáles son los principales obstáculos para alcanzar lo que desea?** La dependencia económica de sus padres y la falta de tiempo y recursos apropiados.

¿Qué es lo que le mantiene despierto por las noches? Las crisis migratorias y la desigualdad social. **¿Cuáles son sus sueños y aspiraciones?** Ayudar a las personas migrantes a desarrollar una vida plena en los países de acogida.

¿Cómo se muestra? Tímido pero con iniciativa. **¿Qué aura personal tiene?** Es un chico discreto que destaca por su comunicación escrita y verbal. **¿Quiénes son sus amistades?** Círculo cerrado con los amigos de su novio que forman parte de un club de debate en la universidad.

¿Quiénes le rodean semanalmente y qué echa de menos? Sus familiares, padres, hermana y abuelos. Le gustaría explorar nuevas amistades pero le cuesta abrirse a la gente. No tiene amigos artistas.

¿Qué le podría decir a los demás? Que cuando quieran emprender sean conscientes de todo su potencial individual para sacar su proyecto adelante.

¿A qué aspira?

¿Qué es lo que realmente desea lograr? Quiere abrir un despacho de abogados que atienda situaciones de emergencias migratorias. **¿Cómo mide el éxito?** Realizando sus metas por iniciativa propia. **¿Qué estrategias utilizaría para alcanzarlo?** Su inteligencia emocional y su capacidad de análisis.



ETAPAS	Detecta el problema	Encuentra SEEPDIC	Decide registrarse	Crea un evento	Llegan <i>stakeholders</i>	Dialogan y debaten	Trabajan	Encuentran solución
 SIENTE								
PIENSA	Que él solo no puede conseguir la mejor opción para su portfolio.	Nuevos términos de búsqueda para obtener mejores resultados.	Que la <i>Front Page</i> de issueShop es sintética, ordenada y me transmite fiabilidad.	Que quiere un título atractivo para su evento.	Que quiere atender a cada uno de sus <i>stakeholder</i> con mensajes personalizados.	Que las opiniones contrarias a sus intereses no aportan nada bueno a su evento.	Que sus aportaciones enriquecen el trabajo de los expertos.	Que la inversión de tiempo inicial mereció la pena.
NECESITA	Ayuda para conseguir el mejor portfolio profesional para su proyecto.	Explorar la web (<i>Software online/ Plataforma</i>) issueShop que aloja el sistema SEEPDIC.	Hacer el registro desde su ordenador portátil.	Reflexionar y quiere más información sobre el diseño consciente.	Adjuntar archivos a sus respuestas.	Asimilar que su proyecto está expandido en una comunidad diversa, comprometida y consciente que tiene que respetar.	Atender las contribuciones de los voluntarios y observadores.	Cerrar todos los acuerdos previos a la materialización del proyecto en la realidad.
HACE	Busca profesionales del diseño gráfico, pero se da cuenta que también necesita expertos en guion audiovisual para su vídeo <i>Elevator Pitch</i> .	Percibe que issueShop es un medio confiable que merece la pena explorar para satisfacer su necesidad.	Rellena el formulario de registro como usuario NO EXPERTO en la modalidad gratuita de issueShop.	Sale de issueShop para buscar más información. Sin querer pierde los datos que había introducido.	David responde a los 10 <i>stakeholders</i> con un vídeo que graba directamente desde la app issueShop.	Aprende a escuchar todas las opiniones y a defender sus ideas de manera asertiva.	David aprende con las aportaciones de las personas expertas y hace crecer las expectativas de su negocio.	Negocia la financiación final de su proyecto con el <i>stakeholder</i> inversor.
OPORTUNIDADES para SEEPDIC [<i>issueShop</i>]	Mejorar el posicionamiento SEO en Google para reducir el tiempo de búsqueda hasta encontrar la plataforma issueShop que contiene el sistema SEEPDIC.		Posibilidad de añadir un vídeo (1min) explicativo sobre cómo funciona SEEPDIC al inicio, antes del registro.	Reforzar la autonomía del usuario prevenir el error, informar y posibilitar revertirlo si sucede > Autosave de todos los formularios.	Ofrecer diferentes planes de almacenamiento en el servidor de issueShop.	El sistema proveerá consejos sobre inteligencia emocional y estrategias comunicativas redactados por expertos en psicología emocional.	Conseguir una plataforma donde la comunicación entre los usuarios fluya, sin ningún tipo de pérdida, en tiempo real.	El sistema aporta modelos de contratos [laborales, de confidencialidad, etc.] editable para agilizar la negociación final antes de cerrar el evento.

3. Objetivos



Eventos para crear comunidades con sentido de pertenencia:

El **sentido de pertenencia** resulta esencial para una **sociedad justa, implicada en sus propios procesos de mejora**. Mi proyecto parte de un interés por **generar redes** entre colectivos, trabajar desde la **confianza y la escucha**, y aplicar el **diseño para elaborar soluciones** que sean auténticos bienes públicos.

Objetivo de funcionalidad SEEPDIC:

Nuestra sociedad está configurada por **personas expertas y usuarias** que comparten conocimientos y habitan un mismo mundo artificial. SEEPDIC permite desarrollar **redes de codiseño** para crear artefactos de toda índole, valorando las necesidades reales de las personas y la diversidad de ideas expertas o no. Esta dinámica requiere **dialogar, debatir y coproducir** hasta la materialización final.

El proceso es una **experiencia de aprendizaje colectiva**. Cada uno de estos debates se ubica en un evento de diseño. El evento es el lugar donde pensar, hacer, diseñar o rediseñar en comunidad. Admite cualquier artefacto, idea, proceso o sistema que solvente las necesidades que dieron lugar a la creación del evento en SEEPDIC.

Para garantizar una escalabilidad del sistema, el desarrollo de SEEPDIC quedará abierto a las nuevas funcionalidades demandadas por la comunidad de personas usuarias.

Objetivos principales (síntesis):

- › Movilizar la acción por la soberanía en comunidad.
- › Empoderar la acción de diseñar como herramienta para transformar los modelos de producción y consumo hegemónicos.
- › Visibilizar cómo el proceso de diseño supone en sí mismo un objeto de diseño escalable, abierto a cambios y mejoras permanentes.

De manera transversal, pretendo presentar la **empatía cómo la herramienta estratégica para una comunidad partícipe y colaborativa**. Mi trabajo teórico ahonda en la necesidad de alcanzar un **mundo digital al servicio de las necesidades y los derechos humanos**.

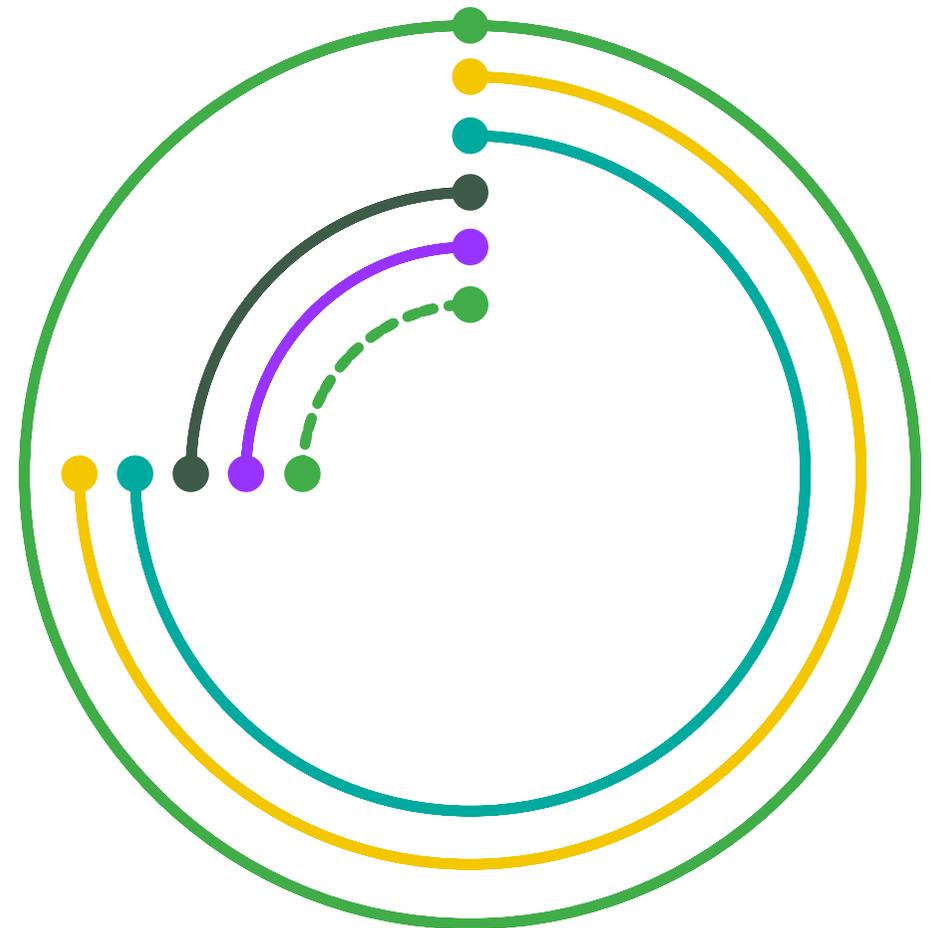
Objetivos secundarios (síntesis):

- › Favorecer el pensamiento divergente, social y contemporáneo, con un tono crítico y comprometido.
- › Proponer soluciones para el bienestar de las personas en contextos digitales.

4. Metodología

He seguido una metodología de **proceso iterativo** [diseñar (*Design Thinking*) + investigar] basada en la fundamentación teórica para adoptar decisiones acertadas y respetuosas con el carácter de mi proyecto.

-  Fase de **investigación y análisis** [investigación iterativa_ inicio del proyecto > hasta finalizar (8 junio)]
-  Fase de **definición del sistema** y de su contexto ambiental [definición_ inicio del proyecto > hasta reto 3 (30 abril)]
-  Fase de **desarrollo y creación del Producto Mínimo Viable** [manifestación de posibilidades previas y alternativa para el desarrollo del sistema_ inicio del proyecto > hasta reto 4 (10 mayo)]
-  Fase de **evaluación** [garantizar la escalabilidad del sistema_ desde reto 4 > hasta finalizar (8 junio)]
-  Fase de **rediseño** del sistema [incluir mejoras detectadas_ desde reto 4 > hasta finalizar (8 junio)]
-  Fase de **investigación** para las conclusiones finales [investigar para concluir y comunicar el proyecto_ desde reto 5 > hasta finalizar (16 junio)]



5. Planificación y recursos



5.1. Recursos

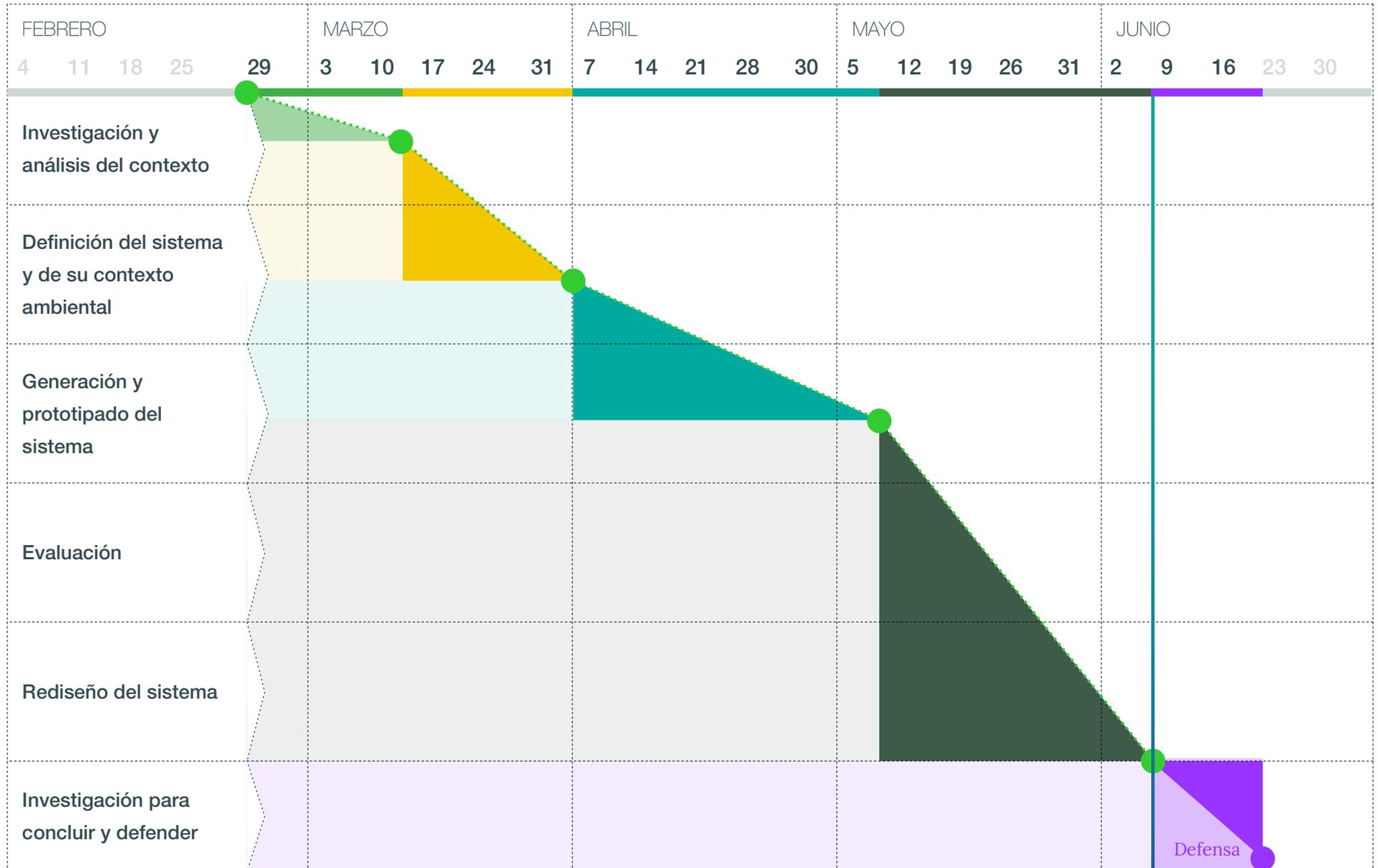
Herramientas metodológicas utilizadas

- › **Bibliografía** y webgrafía. (Fase de investigación y análisis del contexto)
- › **Conversaciones** informales. (Fase de investigación y análisis del contexto)
- › **Desk Research**. (Fase de investigación y análisis del contexto)
- › **Mind Map** especulativo: (Fase de definición del sistema)
- › **Manual Thinking** (Fase de definición y desarrollo del sistema)
- › **Service Blueprint** (Fase de definición del sistema y de su contexto ambiental)
- › **User Persona** (Fase de definición y fase de generación y prototipado del sistema)
- › **User Journey** (Fase de definición y fase de evaluación del sistema)
- › **Service Blueprint** (Fase de definición y fase de evaluación del sistema)
- › **Producto Mínimo Viable** (Fase de definición y fase de evaluación del sistema)
- › **Test de usuarios** (Fase de evaluación del sistema)
- › **Producto Mínimo Encantador** (Fase de evaluación y rediseño del sistema)

Herramientas principales [*software*]

- › Affinity Publisher (maquetación de memoria y parciales)
- › Illustrator (diseños vectoriales)
- › Photoshop (edición fotografía)
- › Premiere (edición de vídeo para presentaciones)
- › Figma (artefacto prototipo MVP)

5.2. Planificación



6.1. Aproximaciones al sistema

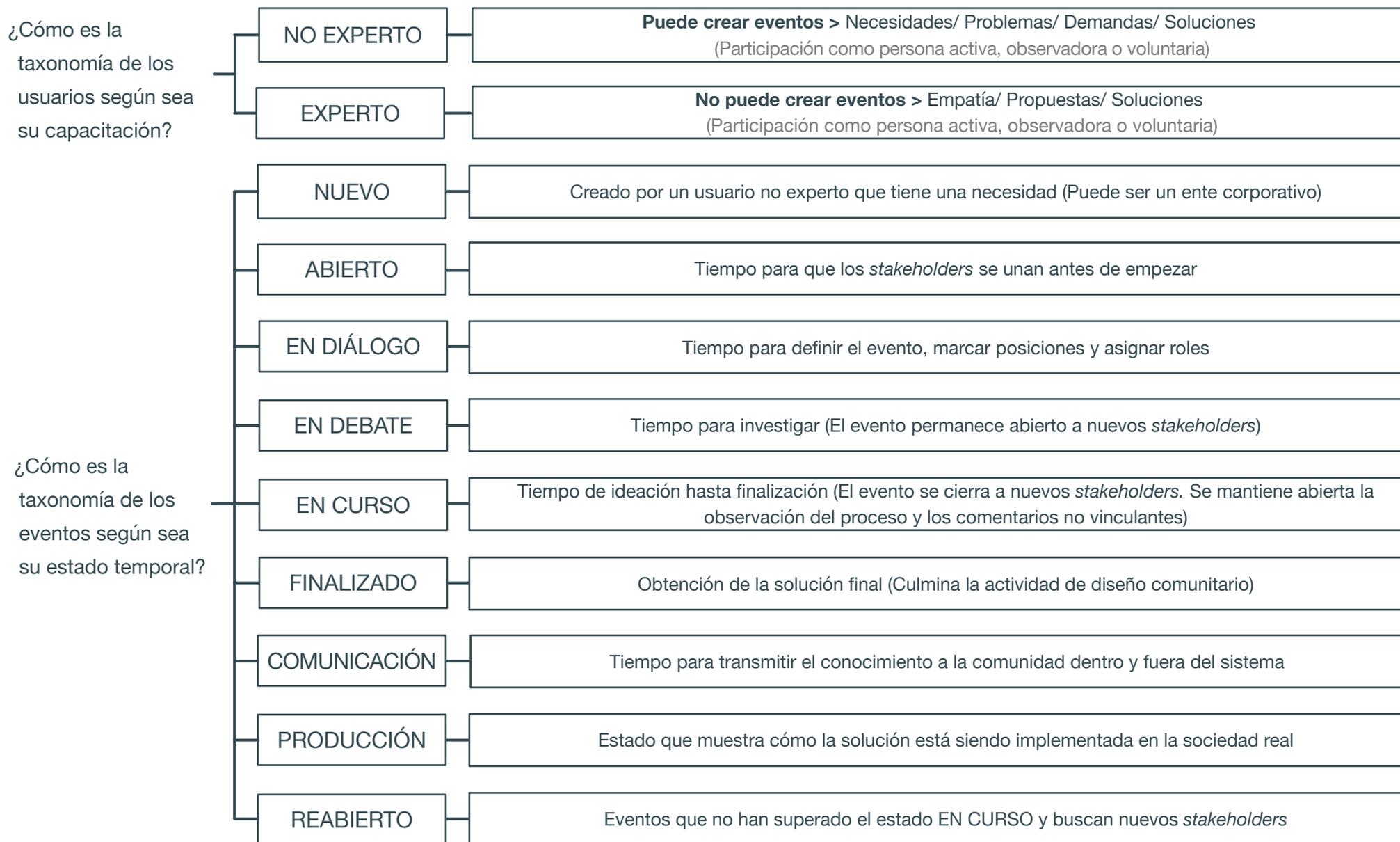
Quiero que mi **diseño sea flexible y permeable** a los cambios. De esta manera, la **materialización** del **artefacto** avanza incorporando las oportunidades y hallazgos obtenidos en las distintas fases del proceso de diseño.

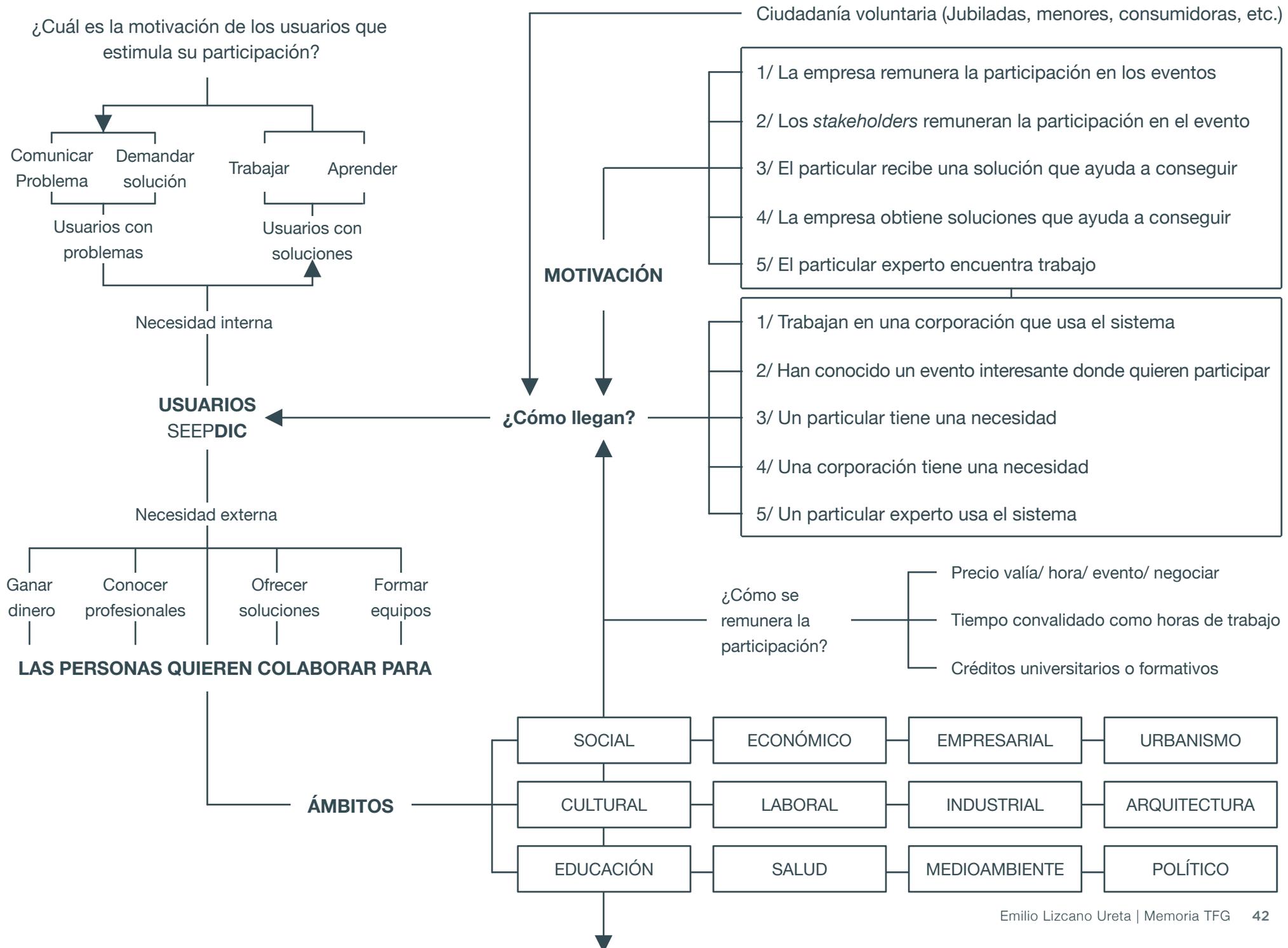
La **materialización V.1** define la **estructura mental** de los principales procesos y conceptos internos que regirán la funcionalidad del sistema. Es el resultado de una ardua investigación que me permitió contextualizar un marco teórico y práctico para la idea de mi proyecto.

La **materialización V.2** suma, a la estructura mental, una propuesta de **Mínimo Producto Viable** (MVP). Esta versión incluye la personalidad del sistema encarnada en el *software* issueShop (contenedor del sistema, hipótesis 3).

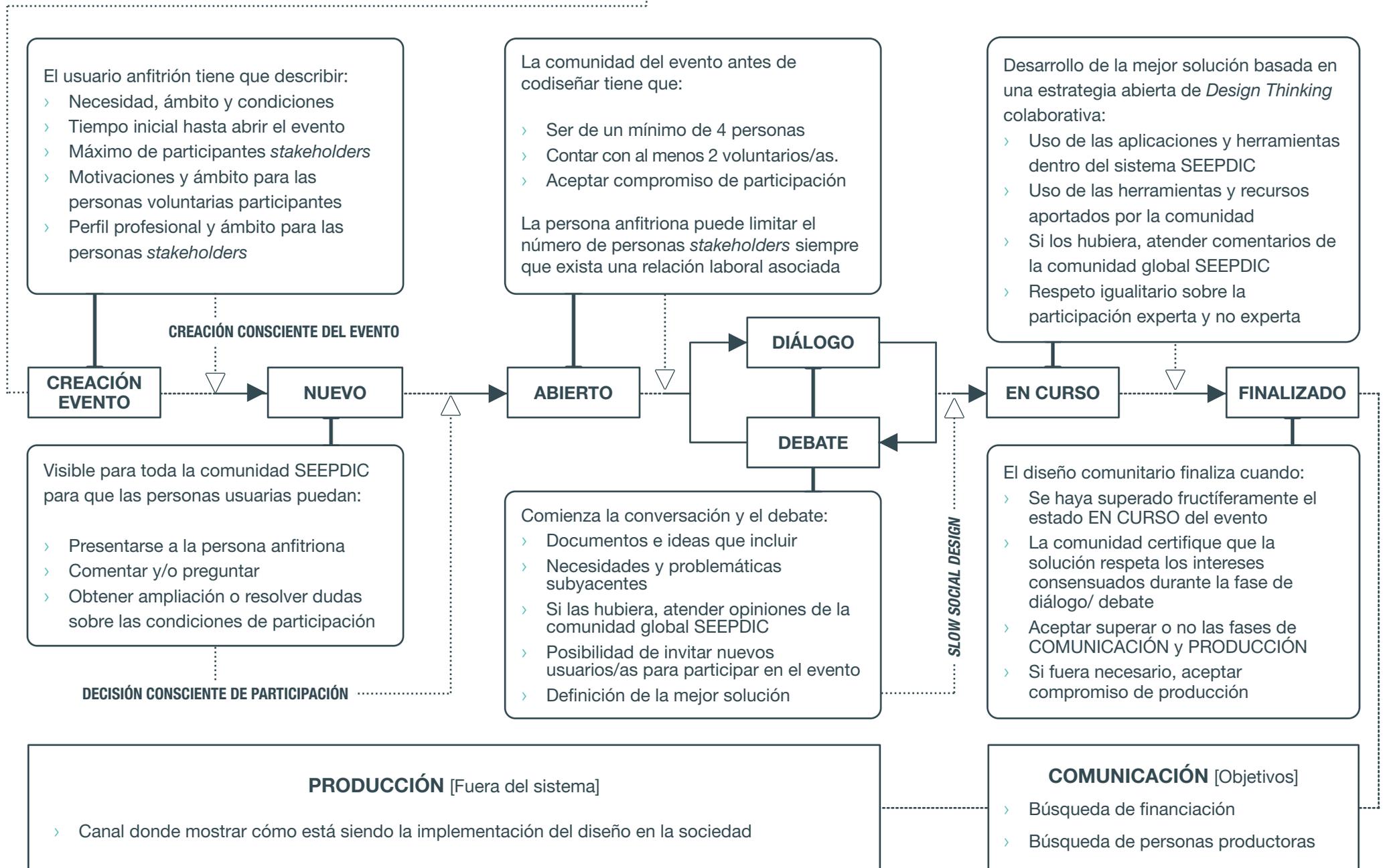
La **materialización V.3** es el rediseño del MVP después de la evaluación con personas usuarias. Esta actualización supone el **Mínimo Producto Encantador** (MLP, en inglés: *Minimum Lovable Product*), que culmina mi TFG.

6.2. Materialización del sistema V.1. Estructura mental.

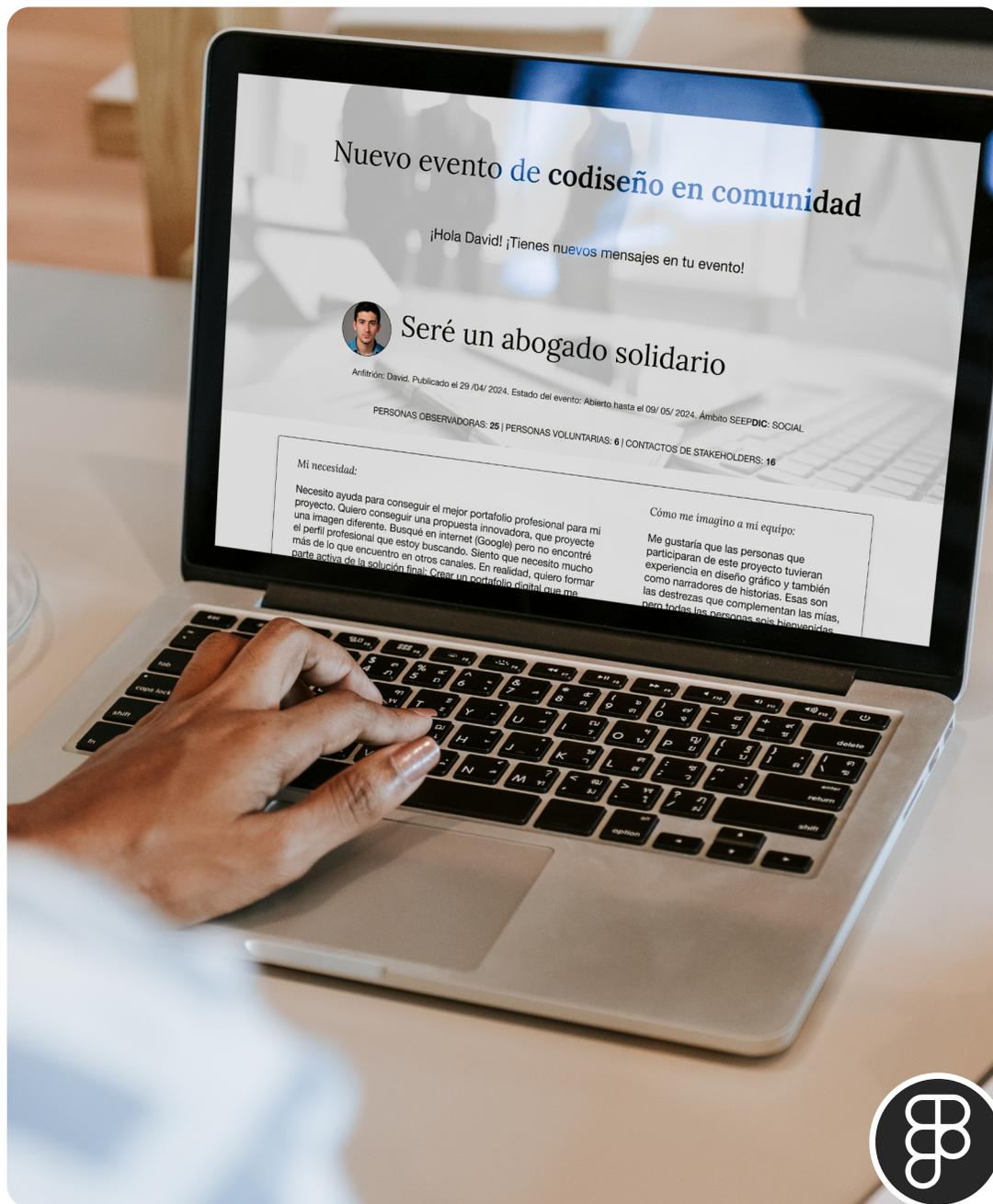




Línea temporal y requisitos durante un evento SEEPDIC



6.3. Materialización del sistema V.2. Mínimo Producto Viable (MVP).



He elaborado una **Landing Page** que funciona como Producto Mínimo Viable (MVP) del *software* issueShop (contenedor del sistema SEEPDIC). Con este artefacto, además de experimentar los **atributos visuales**, obtengo un modelo para evaluar su funcionamiento.

Esta validación me permitirá obtener un rediseño donde:

- › Rectificar problemas, minimizar errores o debilidades.
- › Definir la audiencia con comentarios reales de usuarios.
- › Equilibrar el sistema con las necesidades de los usuarios.
- › Optimizar el potencial del sistema según las demandas de los usuarios.

¿Cómo he conseguido mi MVP?

- › He construido un modelo UX/UI alineado con el contexto de la investigación, con mis objetivos, con la arquitectura del sistema y con una selección de las oportunidades obtenidas en el *Service Blueprint*.
- › He escrito una propuesta de valor atractiva y convincente para expresar de manera clara el beneficio que adquieren las personas usuarias utilizando issueShop.

Procesos y trabajos realizados:

- › Plataforma de marca (incluye propuesta de valor)
- › Guía de estilo issueShop, contenedor del sistema
- › *Landing Page* (prototipo del MVP)
- › *Video Motion Graphics* ¿Cómo funciona issueShop?
- › Construcción de la marca issueShop
- › Evaluación del prototipo

<p>La soledad es un límite. La red, infinita. ¿Te unes?</p>	<p>TITULO EMOCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none">› Interpela al cerebro primitivo, busca relevancia y diferenciación.› <i>Engagement</i> afectivo que involucra a la persona usuaria.
<p>Quizás no lo sepas pero... tú también necesitas el buen diseño. ¿Quieres decorar tu casa? ¿Necesitas una ilustración para tu libro? ¿Tienes una idea? ¿Te atreves con un proyecto grande? ¿Buscas talento para tu empresa?</p>	<p>NECESIDAD U OPORTUNIDAD DEL CLIENTE OBJETIVO</p> <ul style="list-style-type: none">› Estimula el <i>target</i> abierto (<i>Pain statement</i>).› Genera clientes objetivos mediante supuestos.
<p>En realidad, nadie mejor que tú sabe cómo sería esa casa ideal, esa ilustración perfecta, o esas personas que harán realidad un proyecto transformador. Encuentra a quienes comprenden tus necesidades.</p>	<p>BENEFICIOS DEL PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none">› Empodera a la persona como usuaria dentro del servicio.› Beneficios del servicio (<i>Gain statement 1</i>)
<p>Diseña en comunidad las soluciones adaptadas a tus ideas.</p>	<p>BASELINE, CATEGORÍA DEL PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none">› Concreta la propuesta de valor y su contexto profesional.› Beneficios del servicio (<i>Gain statement 2</i>)

PROPUESTA DE VALOR

- > BASELINE › Encuentra a quienes comprenden tus necesidades.
- > SÍNTESIS › Gestor de proyectos para diseñar en comunidad las soluciones adaptadas a tus ideas.
- > GAIN › Ahorra tiempo y recursos económicos creando tu propio evento de codiseño.

IDEA DE MARCA

- > SÍNTESIS (lema que complementa la *baseline*) › Las personas que te escuchan.

PERSONA 1/ David GenZ

- > No Experto
- > Emprendedor solidario (inteligente)

PERSONA 2/ Bruno GenY

- > Experto
- > Diseñador autodidacta (trabajador)

PERSONA 3/ Noelia GenX

- > Experticia ambivalente
- > Activista medioambiental (luchadora)

VALORES EMOCIONALES

- > Innovación y compromiso social. Empoderamiento del usuario dentro del sistema. Igualdad entre usuarios expertos y no expertos.

ATRIBUTOS FUNCIONALES

- > Gestión de proyectos de codiseño. Red de personas vinculadas por intereses y necesidades comunes. Validación de soluciones en comunidad.

ACTIVOS DE MARCA

- > Eventos de codiseño como red de personas con necesidades y/ o intereses afines: Las necesidades que nos unen.
- > Clientes prioritarios como embajadores de marca: instituciones gubernamentales y empresas comprometidas con un nuevo paradigma industrial.

VISIÓN Y MISIÓN

- > ¿Dónde quiero llegar? › Quiero que las personas usuarias definan sus necesidades para motivar la creación de objetos de diseño innovadores.
- > ¿Qué camino voy a seguir? › Conectar la marca issueShop con el pensamiento crítico y la consciencia soberana de las personas usuarias.

6.3.3. Guía de estilo issueShop.



Retícula

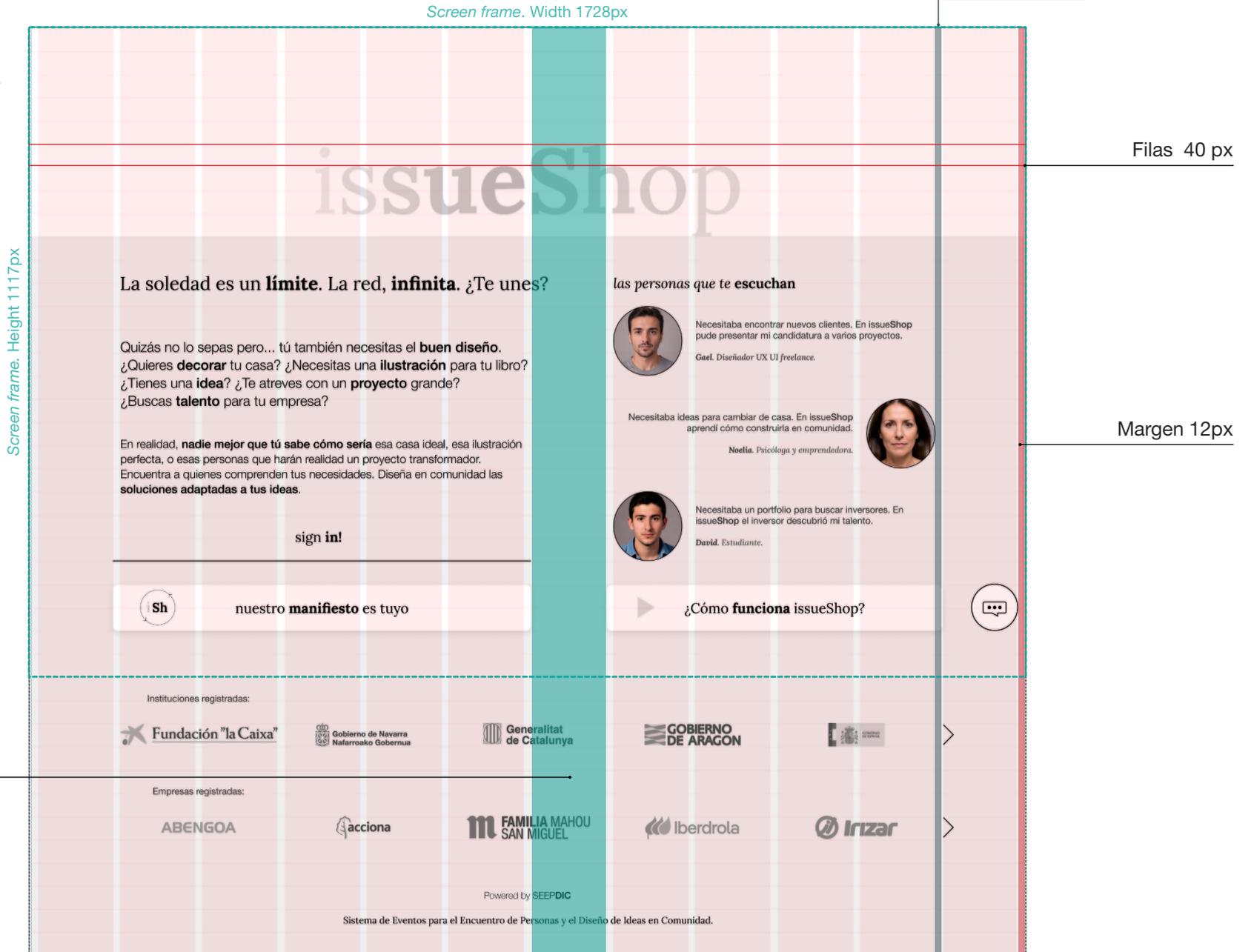
Número de columnas: 12

Columna: 131px

Medianil 12px

Filas 40 px

Margen 12px



Columna

Tipografía

Aa

Lora

Autora: Olga Karpushina

Empresa: Cyreal.org

Aa

Helvetica Neue

Autor: Max Miedinger

Empresa: Linotype

Name	Font Size	Line Height
Heading 1	64px	65px
Heading 2	32px	33px
Heading 3	24px	25px
Body bold 1	20px	21px
Body bold 2	16px	17px
Heading1	32px	33px
Heading 2	24px	25px
Body 1	20px	21px
Body 2	16px	17px
Body 3	14px	15px

Contraste tipográfico

Aa

Lora

Autora: Olga Karpushina
Empresa: Cyreal.org

Aa

Helvetica Neue

Autor: Max Miedinger
Empresa: Linotype

Logotipo

Software contenedor del sistema

issueShop

Regular Semi bold Bold Semi bold Regular

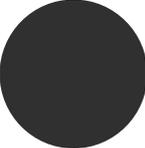
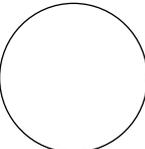
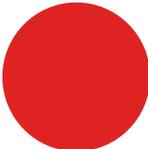
Nombre del sistema

SEEPDIC

35 Thin 45 Light

Gama acromática

Blanco, negro y sus mezclas.
Dos tonos de estado

Blanco, negros y grises	Colores de estado del sistema
<p data-bbox="725 363 1099 443">issueShop</p> <p data-bbox="763 515 1077 579">SEEPDIC</p> <p data-bbox="689 647 1137 679">Textos y logotipos solo en positivo</p> <div data-bbox="712 735 857 884"></div> <p data-bbox="689 911 875 935">Black 1 #000000</p> <div data-bbox="972 735 1120 884"></div> <p data-bbox="958 911 1137 935">Gris 1 #4D4D4D</p> <div data-bbox="712 959 857 1107"></div> <p data-bbox="689 1134 875 1158">Black 2 #303030</p> <div data-bbox="972 959 1120 1107"></div> <p data-bbox="949 1134 1137 1158">Gris 2 #BDBDBD</p> <div data-bbox="712 1182 857 1331"></div> <p data-bbox="696 1358 869 1382">White #FFFFFF</p> <div data-bbox="972 1182 1120 1331"></div> <p data-bbox="958 1358 1137 1382">Gris 3 #E0E0E0</p>	<div data-bbox="1346 344 2096 451"><p data-bbox="1361 384 1659 408">David, falta tu validación.</p></div> <div data-bbox="1346 496 2096 603"><p data-bbox="1648 536 1787 560">Finalizar</p></div> <p data-bbox="1509 647 1917 679">Ejemplos en formulario y botón</p> <div data-bbox="1637 735 1785 884"></div> <p data-bbox="1626 911 1798 935">Alerta #DF2323</p> <div data-bbox="1637 959 1785 1107"></div> <p data-bbox="1626 1134 1798 1158">Hover #E7EEF2</p>



Elementos de interacción

Default

Drop Down Menu

ámbitos SEEPDIC ▾

Clip List

ámbitos SEEPDIC ▲

- Social
- Cultural
- Educación
- Laboral
- Empresarial
- Industrial
- Medioambiente
- Urbanismo
- Arquitectura
- Otro ámbito personal

Selection

Educación ▾

Default

Ejecutando búsqueda

Mostrando resultados

Buscador

Q

Q Introduce un término de búsqueda

Q Portfolios atractivos hechos con materiales sostenibles X

- En diálogo. Portfolios sostenibles > ver evento
- En diálogo. Portfolios sostenibles > participar en el debate
- En diálogo. Casas sostenibles > ver evento
- En diálogo. Casas sostenibles > participar en el debate
- En diálogo. Ilustraciones por la sostenibilidad > ver evento
- En diálogo. Ilustraciones por la sostenibilidad > participar en el debate
- En diálogo. Portafolio, un mundo que descubrir > ver evento
- En diálogo. Portafolio, un mundo que descubrir > participar en el debate
- Evento finalizado. Portafolios de madera > ver evento
- ...

Button

Default

Button Sample

Hover

Button Sample

Active

Button Sample

Disable

Button Sample

Iconos combinados con texto



Cerrar



Crear



Avanzar

Contestar a **Bruno**



CONTESTAR

abrir el diálogo y **debatir**



revisar la fase de **debate**

Signos para navegar por las páginas del sistema

Normas de formularios

Ejemplo de *placeholder* en campo vacío

Ejemplo de campos rellenos antes de validar el envío del formulario

Ejemplos de diferentes estados de aviso en campos de formulario validado.
Nota: Sin errores no hay aviso *success*.

Formulario CSS issueShop		
Dirección de email*		
elizcanou@uoc.edu		
Emilio	Success !	Emilio
Apellidos*	Warning !	Introduce tus apellidos
elizcanou@@uoc	Error !	Introduce un email válido
Ejemplo interacción de formulario	Validación	Alertas después de la validación

Tratamiento de imágenes

Img de evento destacado.
Tarjeta interactiva.
Escala de grises.
Texto en la base
Hover y active.

Img de archivo de trabajo.
Tarjeta interactiva.
Escala de grises.
Icono tipo de documento.
Hover y active.

Fotos de usuarios.
Tarjeta interactiva.
Colores de la imagen.
Texto en la base o
texto a la izquierda/ derecha.
Hover y active.

Miniaturas de imágenes subidas por las personas usuarias



Arquitectura **vernácula**



Diseño **social**



Estrategia **común**



Publicado el 30/ 04/ 2024



Estudiante

Hola David. Soy María Peña. Actualmente estoy estudiando el Grado de Diseño y Creación Digitales en la UOC. Me ha encantado la descripción de tu evento. Me gustaría poder colaborar contigo como voluntaria en el evento para realizar mis prácticas universitarias. Te invito a visitar mi portfolio en este link: www.domestika.com/Mpeñadesign. Espero tu contestación. Gracias y un saludo.



Anfitrión

Hola María. Muchas gracias por tu interés. Voy a estudiar tu perfil y en breve recibirás una contestación.

Herramientas y mesa de trabajo

Simulación de la página donde las personas usuarias codiseñarán utilizando mesas de trabajo en comunidad. En el ejemplo, la persona usuaria está utilizando una herramienta para dibujar sobre el lienzo.

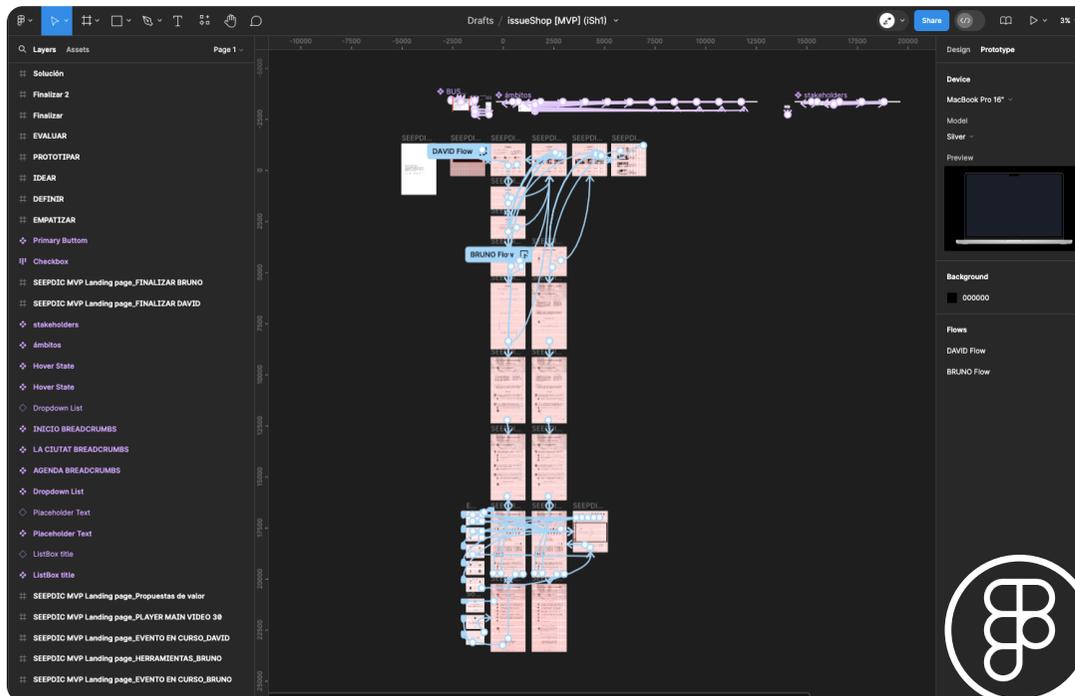
Graphical user interface (GUI) con herramientas para el codiseño

Home  ¡Hola Bruno! Estás trabajando *online*. **David, Javier** y **Raquel** también están conectados a esta mesa de trabajo. Mesa de trabajo propuesta por Bruno [Versión 6]

0 50 100 150 200 250 300 350 400 450 500 550 600 650 700 750 800 850 900 950 1000 1050 1100

Propuestas compartidas

6.3.4. MVP Landing Page. Prototipo y Mockups.



img: Tablero de trabajo en Figma. Fuente: Captura de pantalla durante el prototipado del software issueShop iSh1.

El modelo iSh1 es una simulación que muestra cómo funciona el sistema desde dos perspectivas distintas: la del **usuario experto** y la del **no experto**. Los procesos desarrollados son:

- › *Sign up, sign in* en la plataforma.
- › Editar perfil y página de inicio de usuario.
- › Crear y buscar eventos.
- › Evento nuevo y abierto.
- › Evento en fase de diálogo y debate.
- › Evento en fase en curso (*software para el Design Thinking*)
- › Validar y finalizar un evento.

Formato:

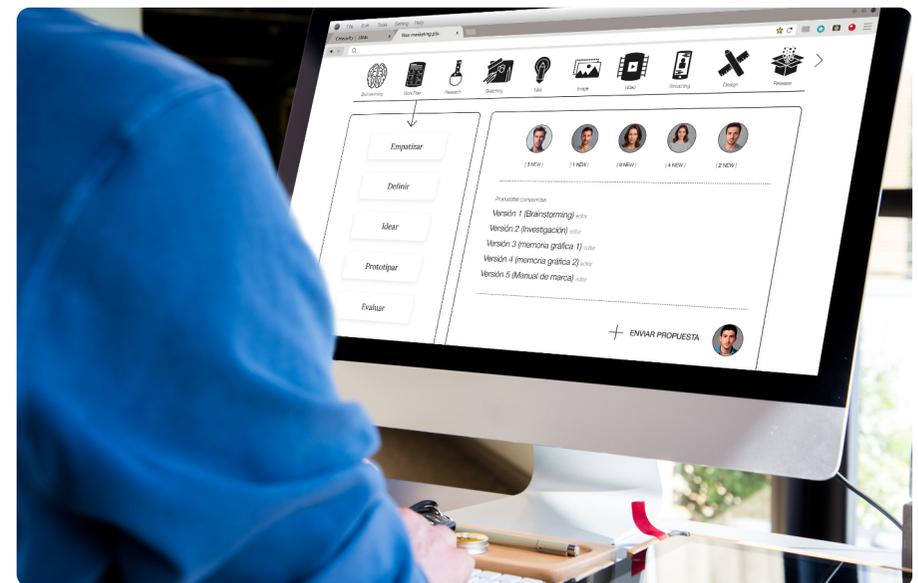
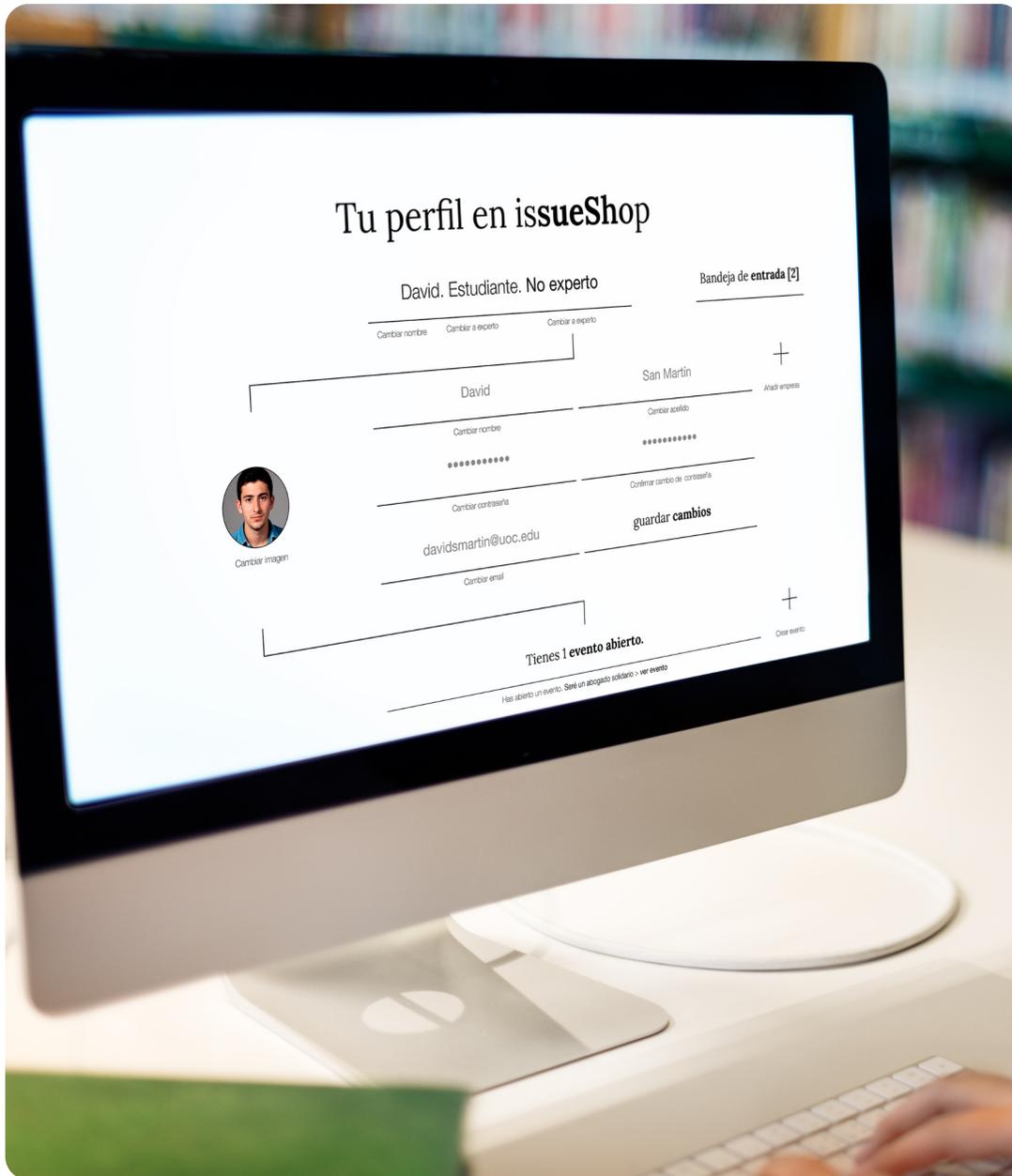
- › Pantallas multimedia de 16:9 hasta 32”.

Características interfaz de usuario:

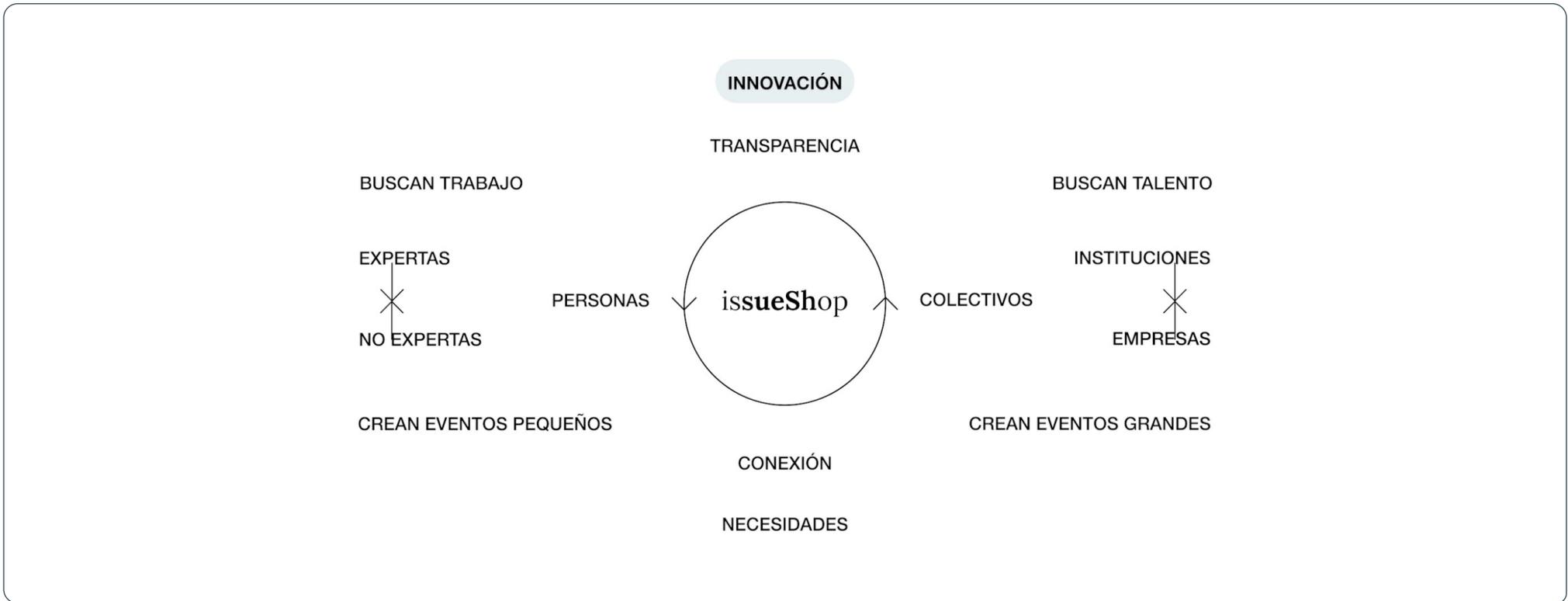
- › Asepsia gráfica para favorecer la claridad visual.
- › Interfaz acromática para destacar el contenido del usuario.
- › Simplicidad al servicio de la funcionalidad.
- › Signos básicos para aportar familiaridad y pregnancia visual.
- › Guía de estilo para otorgar coherencia al sistema.
- › Curva de aprendizaje rápida para una interacción cómoda.

Estilo de redacción:

- › Lenguaje fácil.
- › Comunicación unívoca.
- › Voz activa y positivista.
- › Tono informal informativo.



6.3.5. Video Motion Graphics ¿Cómo funciona issueShop?



El prototipo incorpora un vídeo **Motion Graphics** que informa sobre cuáles son los **sujetos principales**, sus **interacciones** y **valores** dentro del sistema.

El vídeo está incrustado en el prototipo en Figma. También está registrado como adjunto (mp4) en la entrega final.

Créditos: Música: *issueShop music*. Audiologo.
Luis Lizcano (Entertainment) 2024.

6.4. Construcción de la marca issueShop.

6.4.1. Definición de la marca.

issueShop es un *software* que permite la **gestión de eventos de codiseño**. Fomenta el desarrollo de **redes comunitarias** y sinergias entre **personas expertas** (diseño, arquitectura, arte, etc.) y **no expertas** (usuarios con problemas o necesidades que resolver).

La comunidad usuaria también cuenta con **colectivos** adscritos. Empresas e instituciones se registran con el ánimo de incorporar talento para sus eventos de diseño profesionales o programas institucionales. issueShop es una fuente inagotable de **personas interesadas en participar** en las investigaciones y los procesos de diseño. Es una herramienta útil para la **innovación** generadora de confianza social. Su perspectiva metodológica integra a las personas en el centro del sistema SEEPDIC. La persona usuaria puede adoptar diferentes roles de acción según sus intereses. issueShop nace con la intención de convertirse en un *software* de referencia internacional. El modelo de negocio sería un B2B2C. Tendría una fuerte vinculación B2G, entre otras cosas, para la generación de programas de reinserción social a través de nuevas vías digitales. La marca issueShop se ha construido en base a la conjunción de dos palabras inglesas: **issue + Shop**. Su significante es una referencia directa a la marca Photoshop. El nombre de este famoso *software* (edición de fotografías) surgió de sumar las palabras **photo + shop**, consiguiendo un significado idóneo para el concepto de **taller de fotografías**.



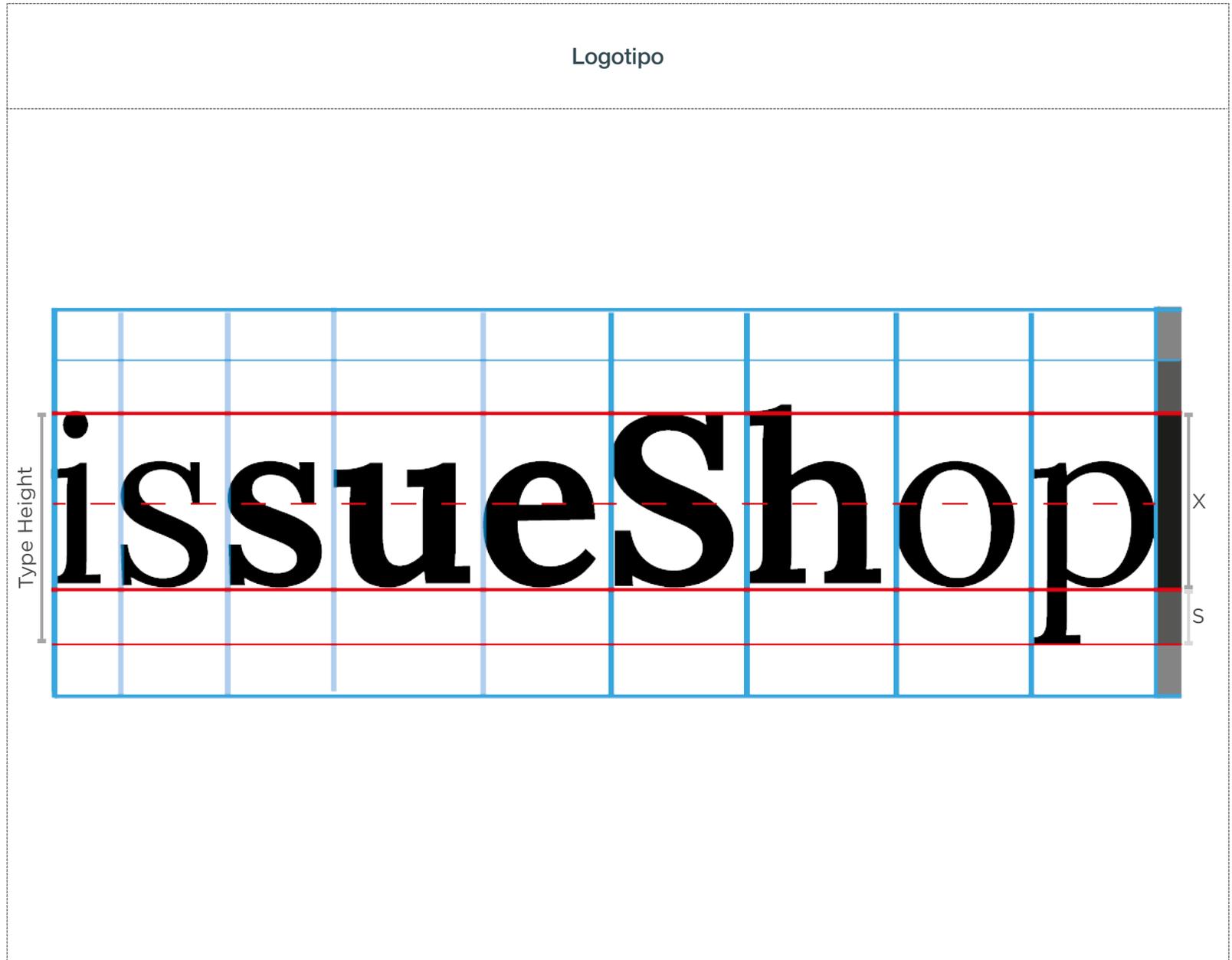
El nombre de issueShop se sirve de esta técnica. La nueva palabra resultante transmite la idea de un **taller de debate**. El hecho de que este recurso lingüístico compositivo haya sido utilizado previamente por un *software* tan reconocido como Photoshop, permite a mi nueva marca contextualizar su **campo de acción** informático. Por lo tanto, este nombre es una estrategia para contextualizar la **construcción social de la marca** issueShop y el sistema SEEPDIC que contiene. El resultado esperado es conseguir un buen *Brand Awareness* de partida que habrá de ser trabajado mediante un *branding* identitario a largo plazo

issue: Aceptación referida a tema u objeto de debate susceptible de ocasionar problemas y/ o necesidades.

Shop: Aceptación referida a un taller donde se reparan cosas.

Esqueleto visual

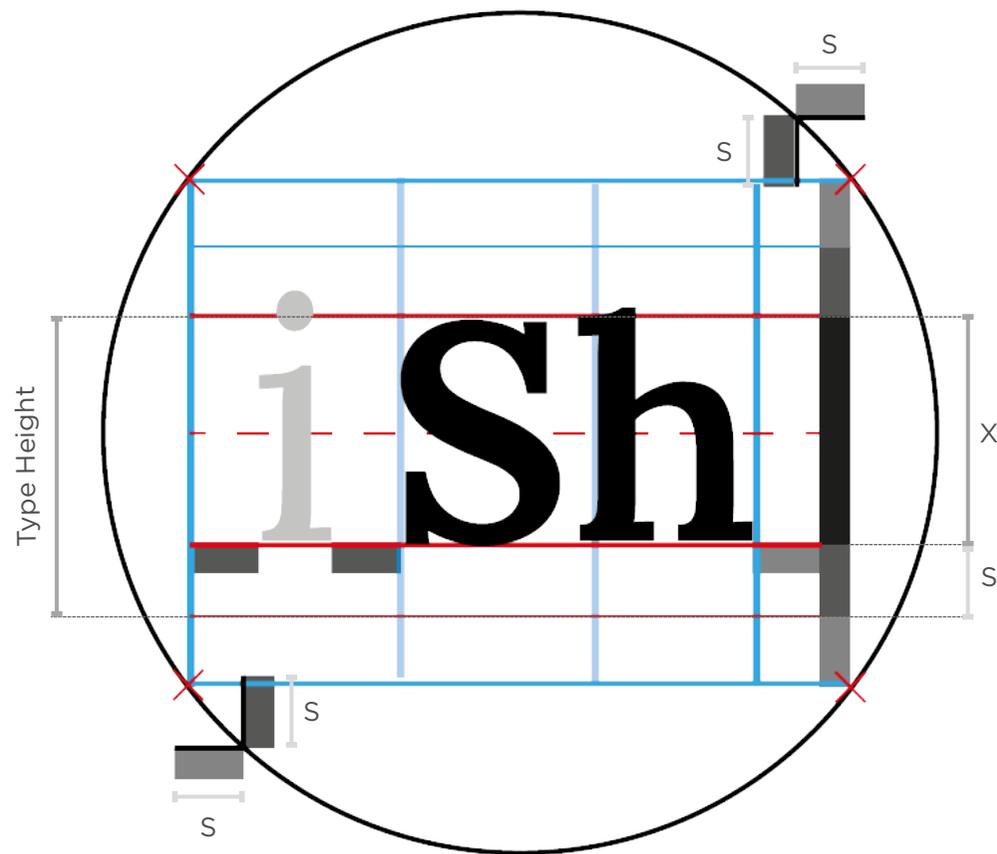
En la imagen se muestra el esqueleto visual, las relaciones proporcionales y las medidas clave para relacionar el logotipo con otros elementos del sistema. La armonía vertebral parte de las medidas (X), (*Type Height*) y (S).



Esqueleto visual

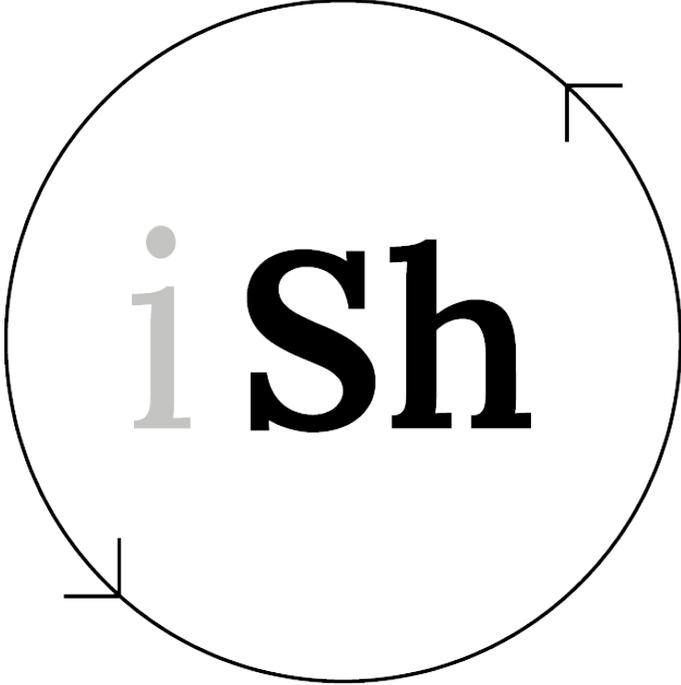
En la imagen se muestra el esqueleto visual de la versión sintetizada del logotipo, las relaciones proporcionales y las medidas clave para relacionar la síntesis gráfica con otros elementos del sistema. La armonía vertebral parte de las medidas (X), (*Type Height*) y (S).

Síntesis



Versiones

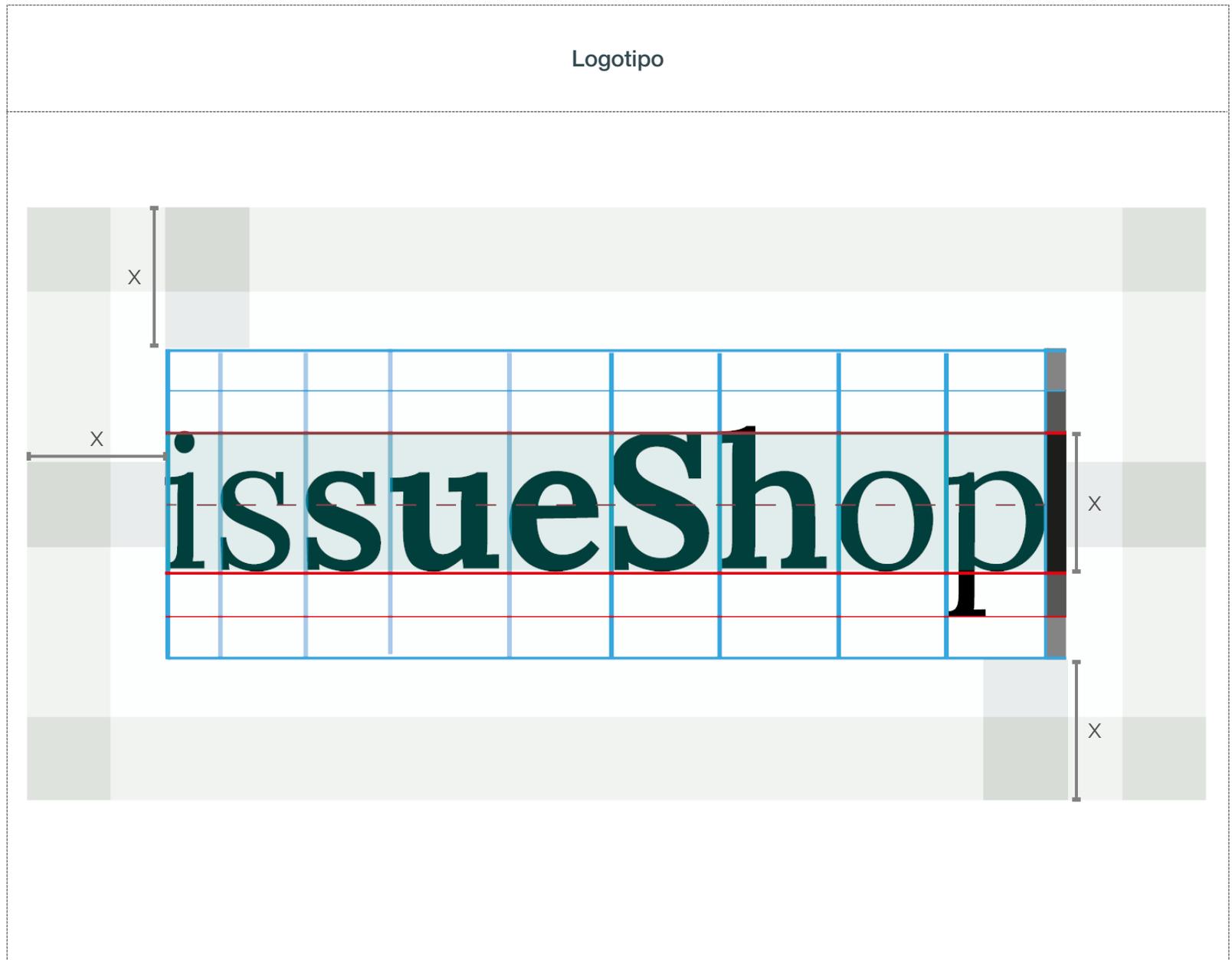
Combinaciones flexibles aprobadas para su utilización corporativa. Ha de respetarse el mismo espacio de seguridad propuesto para la marca principal.

Escala de grises	Síntesis
	

Esqueleto visual

La marca gráfica issueShop necesita de una distancia mínima que no debe ser invadida por ningún otro elemento gráfico (aire visual).

Estas protecciones son aplicables al logotipo y también a todas sus variables en cualquier formato o aplicación. Se toma como referencia la medida (X) aplicada a todos los ejes espaciales.



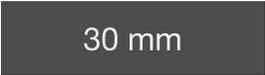
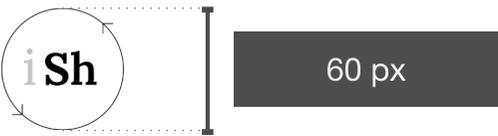
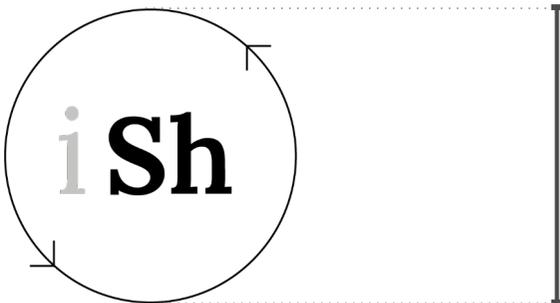
6.4.5. Tamaño mínimo de reproducción.

Tamaño mínimo impresión y usos digitales

En el caso de pantallas la versión sintetizada tendrá una altura mínima de 50 px.

El uso autorizado del símbolo en solitario es ilustrar el icono en las redes sociales, la app y el favicon.

En el caso de aplicaciones impresas, el tamaño mínimo de reproducción del logotipo issueShop es de 30 milímetros de altura.

Pantallas	Impresión
	
	
	
	
	

6.5. Test de usuarios

Para evaluar el prototipo de **issueShop** realicé un **test de usuarios**. La fórmula elegida fue un **testing en remoto no moderado**. Para ello distribuí un documento *Google Forms* junto al enlace del sistema prototipado en Figma. Los/as participantes completaron el test de manera rápida y autónoma.

Mi objetivo fue adquirir información relevante para perfeccionar el sistema. El *feedback* de estas personas supuso una experiencia directa con mi Producto Mínimo Viable (MPV).

En los siguientes apartados de la memoria, se encuentra la **documentación** sobre esta prueba con usuarios.

Contenidos elaborados:

- › Guion del test
- › Perfil de las personas partícipes
- › Resultado del test tarea por tarea
- › Respuestas a las preguntas rápidas



Test de **personas usuarias** para la **evaluación del producto mínimo viable (MPV)** del software **issueShop**.

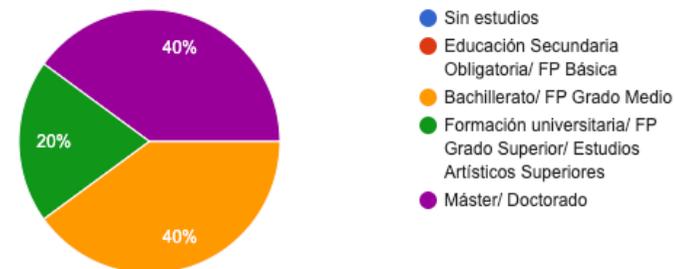
5 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

¿Qué nivel de estudios tienes?

[Copiar](#)

5 respuestas



img: Capturas de pantalla de las respuestas en Google Forms. Fuente: Test de personas usuarias para la evaluación del Producto Mínimo Viable (MPV) del software **issueShop**. [Url en Google Forms](#).

6.5.1. Guion del test

¡Hola!

Mi nombre es Emilio Lizcano y soy el diseñador de SEEPDIC (Sistema de Eventos para el Encuentro de Personas y el Diseño de Ideas en Comunidad). En primer lugar quiero darte las gracias por tu participación. Supone una gran ayuda para evaluar el primer prototipo de este sistema.

Contexto: Vas a testear una página web del *software* issueShop. Se trata de una plataforma online que permite gestionar proyectos de diseño en comunidad. Este modelo demuestra cómo funciona el sistema desde dos perspectivas distintas: la del usuario experto (Bruno) y la del no experto (David). Es una interfaz simulada y no solicitará que introduzcas ningún dato. Sin embargo, es importante que leas los textos. Contienen la información sobre el rol de usuario que tendrás que adoptar en cada tarea. También necesitarás recurrir a tu instinto como usuario de otras plataformas en internet.

Los procesos que vamos a evaluar

- › *Sign up, sign in* en la plataforma
- › Editar perfil y página de inicio de usuario
- › Crear y buscar eventos
- › Evento nuevo y abierto
- › Evento en fase de diálogo y debate
- › Evento en fase en curso
- › Validar y finalizar un evento

En qué consiste el test: No me interesa evaluar tu destreza interactuando con el prototipo, sino conocer las impresiones que éste te ha generado. Cuando finalices cada tarea encontrarás un formulario con un campo de texto. Por favor, escribe brevemente la idea que se te pase por la cabeza. Antes de comenzar tendrás que rellenar una serie de datos demográficos. Quiero recordarte que respetaré tu anonimato. Esta información únicamente será utilizada en el contexto de este test.

- › ¿Cuál es tu edad?
- › ¿Qué nivel de estudios tienes?
- › ¿Cuál es tu profesión?
- › ¿Dónde vives?

A nivel técnico, ¿cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre las siguientes tecnologías y conceptos?:

- › PhotoShop
- › suite Adobe
- › *Software* Gestión de Proyectos
- › Internet
- › iCloud, OneDrive, Slack
- › Diseño, Co-diseño, *Slow Design, Design Thinking*

Inicio de la prueba. A continuación vamos a comenzar el test donde ejecutarás tres bloques de tareas independientes. Para comenzar, abre el enlace al prototipo issueShop en una nueva ventana de tu navegador. Después, lee las indicaciones específicas para realizar el test. Recuerda la importancia de escribir tus impresiones con total libertad. No esperes a terminar el test completo para escribir en el formulario. **Resuelve el bloque 1, escribe tus impresiones y, luego continúa con el bloque 2. Repite este proceso hasta completar el bloque 3. Para finalizar tendrás que responder unas preguntas transversales.** ¡Muchas gracias! ¡Comenzamos!

Tareas bloque número 1:

Contexto: En este momento eres David, el usuario no experto. Eres un joven estudiante de derecho, ambicioso y emprendedor. No tienes conocimientos de diseño, pero al finalizar tus estudios quieres poner en marcha un despacho de abogados solidario. Necesitas ayuda para conseguir el mejor portfolio profesional para tu proyecto. Has buscado en internet y has encontrado issueShop. Percibes que es una plataforma confiable y decides registrarte. Estás frente a tu ordenador con la página de inicio de issueShop abierta. (Recuerda que es una simulación. No tienes que introducir ningún dato, únicamente clickar donde consideres necesario hasta completar cada tarea asignada).

- › Sign up, sign in en la plataforma
- › Editar perfil y página de inicio de usuario
- › Crear y buscar eventos

1. Por favor, sigue los pasos hasta registrar a David en la plataforma.
2. Cuando accedas, cierra la sesión y vuelve a hacer *Sign in*.

3. Busca un evento relacionado con el ámbito “Social”.
4. Ahora, sigue los pasos que consideres para crear un evento.
5. Cuando finalices, por favor, describe brevemente qué te ha parecido la experiencia ¿Has podido culminar todos los pasos? ¿Te has sentido bloqueado/a en algún momento?

Tareas bloque número 2.

Contexto: En este momento eres Bruno, el usuario experto. Eres un joven diseñador gráfico que busca y encuentra trabajos en los eventos de codiseño dentro de issueShop. Bruno está buscando un nuevo evento donde aplicar su candidatura.

- › Ver eventos recomendados a expertos.
- › Fases de Evento: nuevo y abierto.
- › Evento en fase de diálogo y debate.

1. Por favor, explora los eventos que recomienda issueShop.
2. Después, sigue los pasos que consideres hasta conseguir que Bruno se comunique dentro del evento de David.
3. Avanza hasta la fase de diálogo y debate (No te preocupes si tienes que explorar la plataforma varias veces antes de completar este proceso).
4. En issueShop, las personas usuarias adoptan decisiones después del diálogo y el debate. En este punto es fundamental que leas las interacciones entre ambos usuarios y el resto de personas que interaccionan en el evento.
5. Cuando finalices, por favor, describe brevemente qué te ha parecido la experiencia ¿Has podido culminar todos los pasos? ¿Te has sentido bloqueado/a en algún momento?

Tareas bloque número 3.

Contexto: En este momento vuelves a ser David, el usuario no experto. Estás muy contento en issueShop. El evento que has creado está resultando todo un éxito. No solo has encontrado diseñadores que están trabajando en tu proyecto, sino que también has captado la atención de un inversor. En issueShop las instituciones y empresas se registran con dos objetivos: promover sus propias iniciativas entre la comunidad de usuarios de issueShop, y captar talento e invertir en proyectos de interés social.

- › Evento en fase en curso (*software* para el *Design Thinking*).
- › Validar y finalizar un evento.

1. Por favor, explora las páginas de tu evento y navega hasta llegar a la fase EN CURSO. Cuando accedas, comprueba cómo el equipo motor de personas implicadas ya está cerrado. (Nota: El equipo motor se compone del anfitrión David, y de las personas expertas y voluntarias que él seleccionó durante la fase de diálogo y debate).
2. Después, comprueba cómo comienza el proceso de diseño e interactúa con las herramientas que encuentres en la plataforma. Utiliza una de ellas, accede a la mesa de trabajo y comparte los cambios.
3. En issueShop, las personas usuarias pueden involucrarse en cualquier evento fuera del equipo motor como observadoras. En el codiseño es fundamental escuchar y aprender de las opiniones, conocimientos y/o experiencias de otras personas. Por favor, lee cómo interactúa David con la persona observadora dentro de su evento.
4. Para terminar, sigue los pasos previstos en la simulación. Completa la acción de validar la solución del proyecto y finalizar el evento.

5. Cuando finalices, por favor, describe brevemente qué te ha parecido la experiencia ¿Has podido culminar todos los pasos?
¿Te has sentido bloqueado/a en algún momento?

Muchas gracias por tu ayuda desempeñando las tareas.

Para terminar responde brevemente a estas preguntas. Cuéntame con libertad todo lo que se te pase por la cabeza.

- › ¿Qué es lo que más te ha gustado de issueShop?
- › ¿Qué es lo que menos te ha gustado de issueShop?
- › ¿Cómo te has sentido usando el prototipo?
- › ¿Lo utilizarías para algo en tu vida? ¿Para qué?
- › ¿Cuál es el mayor atractivo que encuentras en issueShop?
- › ¿Has visto el vídeo que resume el funcionamiento de issueShop?
- › ¿Te ha parecido útil?

6.5.2. Perfiles anónimos de los cinco participantes.

Participante anónimo 1



¿Cuál es tu edad?

39 años

¿Qué nivel de estudios tienes?

Máster/ Doctorado

¿Cuál es tu profesión?

Profesora de Educación Secundaria

¿Cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre...?

PhotoShop ●●●○○

suite Adobe ●●○○○

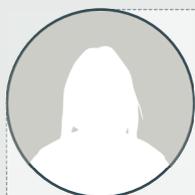
Software Gestión de Proyectos ●○○○○

Internet ●●●○○

iCloud, OneDrive, Slack ●●●●○

Diseño, Codiseño, *Slow Design*, *Design Thinking* ●●○○○

Participante anónimo 2



¿Cuál es tu edad?

40 años

¿Qué nivel de estudios tienes?

Formación universitaria / FP Grado Superior/
Estudios Artísticos Superiores

¿Cuál es tu profesión?

Ingeniera de la Edificación / Diseñadora de Interiores

¿Cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre...?

PhotoShop ●●●●○

suite Adobe ●●●●○

Software Gestión de Proyectos ●●●●○

Internet ●●●●●

iCloud, OneDrive, Slack ●●●●○

Diseño, Codiseño, *Slow Design*, *Design Thinking* ●●●●○

Participante anónimo 3



¿Cuál es tu edad?

42 años

¿Qué nivel de estudios tienes?

Bachillerato/ FP Grado Medio

¿Cuál es tu profesión?

Instalador y músico

¿Cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre...?

PhotoShop ●●●●○

suite Adobe ●●●●○

Software Gestión de Proyectos ●●●●○

Internet ●●●●○

iCloud, OneDrive, Slack ●●●●○

Diseño, Codiseño, *Slow Design*, *Design Thinking* ●●●●○

Participante anónimo 4



¿Cuál es tu edad?

21 años

¿Qué nivel de estudios tienes?

Bachillerato/ FP Grado Medio

¿Cuál es tu profesión?

Estudiante

¿Cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre...?

PhotoShop ●●●●○

suite Adobe ●●●●○

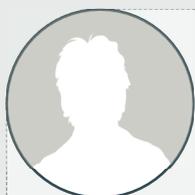
Software Gestión de Proyectos ●●●●○

Internet ●●●●○

iCloud, OneDrive, Slack ●●●●○

Diseño, Codiseño, *Slow Design*, *Design Thinking* ●●●●○

Participante anónimo 5



¿Cuál es tu edad?

36 años

¿Qué nivel de estudios tienes?

Máster/ Doctorado

¿Cuál es tu profesión?

Profesor Secundaria

¿Cómo puntuarías del 1 al 5 tus conocimientos sobre...?

PhotoShop ●●●○○

suite Adobe ●○○○○

Software Gestión de Proyectos ●○○○○

Internet ●●○○○

iCloud, OneDrive, Slack ●●○○○

Diseño, Codiseño, *Slow Design*, *Design Thinking* ●○○○○

6.5.3. Resultado del test tarea por tarea.



Participante 1: Mujer de 39 años. Profesora

BLOQUE DE TAREAS 1	BLOQUE DE TAREAS 2	BLOQUE DE TAREAS 3
<p>Me he sentido un poco confusa (no respecto a la web, sino respecto a las tareas). Parecían invitar a escribir, sobre todo al principio (registrarse, salir, volver a sign in...). He recordado que el test indica que no hay que introducir datos, así que simplemente he probado a encontrar las rutas y botones necesarios para completar los pasos que se piden. Creo que esta es la expectativa. Por lo demás, la web me ha parecido muy navegable, intuitiva y lógica.</p>	<p>Había creído completar todos los pasos hasta que finalmente he encontrado el botón "avanzar a la fase de diálogo y debate" casi de casualidad observando la interface. (No esperaba que fuese una sección aparte con su propio botón. Creía que las primeras interacciones que había leído eran ya el debate en sí). Por lo demás me ha gustado mucho el concepto y la fluidez del sistema. Como algo adicional, he visto algunas erratas menores en la redacción de las interacciones del debate. Esto me suele poner nerviosa, aunque sé que no tiene relevancia para el test.</p>	<p>Creo que no he sido capaz de validar y finalizar. Si <i>clickaba</i> en "validar solución" el prototipo no hacía nada. Si <i>clickaba</i> en la X, regresaba a la pantalla anterior. Después he pensado que quizás está bien así, porque estoy en el rol de David y no de Bruno, que es quien puede terminar por ser el anfitrión. Creo que la pregunta 4 induce a error, porque si lo he entendido bien, la acción de "validar la solución del proyecto finalizar el evento" solo le corresponde a David (en especial por lo de "finalizar"). En cualquier caso, el funcionamiento de issueShop y su navegabilidad han quedado muy claras. Me ha encantado conocer el proyecto desde dentro y acceder a un mismo evento desde el punto de vista de un usuario no experto creador del evento y de un usuario experto stakeholder.</p>



Participante 2: Mujer de 40 años. Diseñadora de interiores

BLOQUE DE TAREAS 1	BLOQUE DE TAREAS 2	BLOQUE DE TAREAS 3
Me ha parecido una interface minimalista, elegante y sencilla. He echado en falta un botón de "atrás".	Punto1. He detectado los eventos recomendados, pero no he podido acceder a ninguno de ellos. En el resto de los puntos, no he tenido problema. He podido realizar todos los pasos.	Me ha costado mucho encontrar el botón de fase en curso, para ello había que clicar primero en abrir diálogo.



Participante 3: Hombre de 42 años. Instalador y músico

BLOQUE DE TAREAS 1	BLOQUE DE TAREAS 2	BLOQUE DE TAREAS 3
He culminado todos los pasos, exceptuando la búsqueda del evento social. La interfaz de inicio de sesión y creación de eventos es clara y concisa.	No he podido explorar los eventos recomendados. Me despista que la edición de los datos personales del perfil (contraseñas, email....) estén en él mismo bloque que la fase para establecer el diálogo y debate.	La experiencia es intuitiva y te invita a explorar la web. Muy interesante todas las herramientas previstas para colaborar en los diferentes eventos.



Participante 4: Mujer de 21 años. Estudiante

BLOQUE DE TAREAS 1	BLOQUE DE TAREAS 2	BLOQUE DE TAREAS 3
Me he bloqueado en un determinado momento porque no acababa de entender cómo funcionaba, más que nada por ser un visor y no una página web real. No obstante, una vez que lo he entendido, he conseguido hacerlo con facilidad. Sí he podido culminar todas las fases.	Lo he culminado sin bloquearme.	He llegado a esta fase, pero mientras hacía el bloque 1.



Participante 5: Hombre de 36 años. Profesor

BLOQUE DE TAREAS 1	BLOQUE DE TAREAS 2	BLOQUE DE TAREAS 3
He podido culminar todos los pasos sin complicación.	No he tenido ninguna complicación para realizar la tarea.	No entiendo la finalidad, me he bloqueado al no encontrar la fase en curso.

Preguntas rápidas

Participantes

¿Qué es lo que más te ha gustado de issueShop?



Me ha parecido un sueño para diseñadores y amantes del diseño. Son campos que se prestan mucho (y cada vez más) al aislamiento, al trabajo en solitario desde casa y a la pérdida de contacto humano. Esta herramienta permite desarrollar un sentimiento de comunidad y de pertenencia, además de la posibilidad de compartir, aportar y aprender junto a personas que pueden conectar con tus intereses.



El concepto, la idea de intercambiar ideas, recibir ayuda o conseguir sinergias para tus proyectos.



El diseño y la idea colaborativa de la propuesta.



Me ha gustado el diseño y toda la variedad de opciones que hay.



Su diseño.

Participantes	¿Qué es lo que menos te ha gustado de issueShop?
	<p>Me ha gustado todo, pero en algún momento se me despierta la desconfianza. ¿Estas personas estarán de verdad comprometidas? ¿Fallarán en algún momento importante? ¿Usarán el sistema para su propio beneficio a costa de otros/as? ¿De verdad toda persona usuaria entiende el concepto de comunidad y contribución de la misma manera? ¿Serán todos/as quienes dicen ser? Imagino que el sistema preverá algún mecanismo para atenuar estas dudas.</p>
	<p>Algunos términos empleados son demasiado técnicos.</p>
	<p>La interface desde mi dispositivo (ordenador portátil), simulaba la pantalla de otro portátil y se veía muy pequeño. Algo que ha dificultado la interacción. Sin embargo, la opción de actual size (100%), generaba una visualización excesivamente grande. No sé si influye el navegador y/o el modelo de ordenador.</p>
	<p>Nada. Simplemente que al ser un prototipo era más difícil de usar. Por lo demás, si fuera una web o una aplicación real, no le veo ninguna pega.</p>
	<p>Las pestañas son muy pequeñas.</p>

Participantes	¿Cómo te has sentido usando el prototipo?
	Me ha parecido que fluye de una manera muy natural. En alguna ocasión puntual me he sentido un poco confusa porque no podía saber a ciencia cierta si ya había completado toda la tarea que se solicitaba y de manera correcta. También he echado de menos a veces algún botón para volver atrás. No siempre lo he encontrado, o no siempre sabía cuál era, y tenía miedo de cerrar el paso en el que estaba y tener que volver a empezar.
	Muy bien, con ganas de descubrir más de la plataforma y conocer todas sus opciones y alcance.
	En general, bastante bien.
	Al principio confundida, pero luego bien.
	Un poco nervioso al no encontrar la pestaña en curso.

Participantes	¿Lo utilizarías para algo en tu vida? ¿Para qué?
	<p>De entrada, seguramente, para observar y aprender. Quizás en algún momento como voluntaria si encontrase proyectos en los que considerase que pudiera aprender algo. Creo que ciertas personas podríamos comenzar a usarlo con un perfil bajo (observadoras de eventos, voluntarias...) y a partir de ahí animarnos a crear eventos como anfitrionas cuando lo necesitésemos. Seguramente las personas expertas y profesionales del diseño podrían estar interesadas en usarlo desde el principio con un perfil más alto (crear eventos, ofrecer servicios, etc). Me parece una base virtual muy útil para compaginar con un trabajo externo de diseño o para usarlo como marco de acción principal cuando ya se ha alcanzado un recorrido en la plataforma.</p>
	<p>Sí, para mi actual negocio o futuros proyectos.</p>
	<p>Sí, para seguir eventos interesantes.</p>
	<p>Lo usaría si quisiera buscar algún diseño para algún proyecto personal.</p>
	<p>Si, para promocionar mis proyectos y contactar con otros profesionales.</p>

Participantes	¿Cuál es el mayor atractivo que encuentras en issueShop?
	Conectar con personas que comparten intereses o campos de acción. Ser un punto de encuentro y generar un tejido social a través del diseño, en un mundo cada vez más aislado y deshumanizado.
	Por fin una red social seria e interesante, para compartir conocimientos, ayudarte a crecer y crear proyectos más potentes.
	Se puede crear una red muy extensa de colaboradores en diferentes disciplinas.
	Es una herramienta que favorece la conectividad entre profesionales.
	El mayor atractivo que veo son los debates y la interacción con otros usuarios.

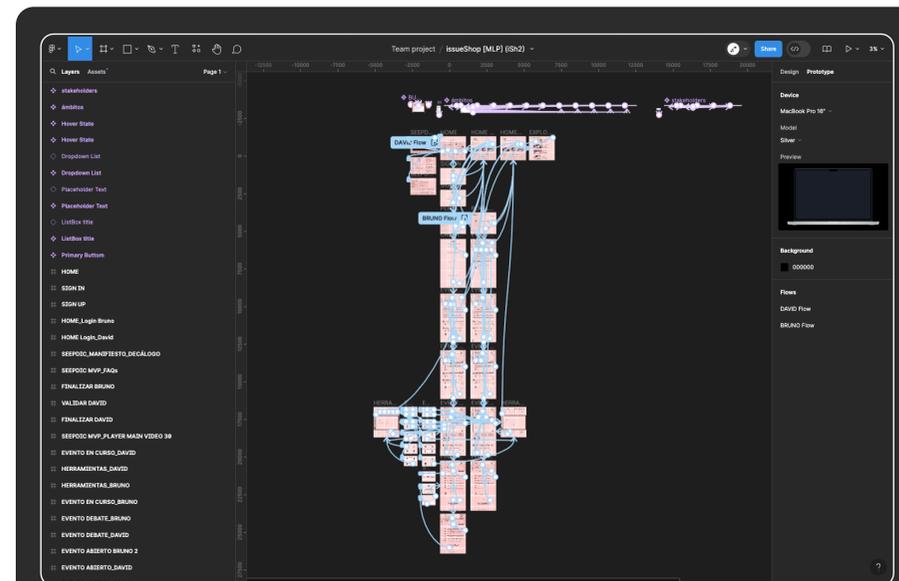
Participantes	¿Has visto el vídeo que resume el funcionamiento de issueShop? ¿Te ha parecido útil?
	<p>Sí. Me ha parecido que se entiende muy bien después de navegar por la plataforma. Además me ha encantado la estética de limpieza, claridad y orden dentro de un ritmo fluido y orgánico. Sí. Me ha parecido que aclara los conceptos clave que sustentan el proyecto, el funcionamiento de la web y la relación entre personas, entidades y eventos. También inspira una filosofía circular y cíclica, de colaboración y retroalimentación, que está en la base de issueShop.</p>
	<p>Sí. Sí, una explicación breve, concisa y dinámica.</p>
	<p>Sí. Me ha gustado su estética acorde a la plataforma con el punto rítmico de la música.</p>
	<p>No, no sabía que había un vídeo. No he visto el vídeo.</p>
	<p>No. Me parece útil que haya un vídeo que aclare el funcionamiento.</p>

6.6. Materialización del sistema V.3. Rediseño.

SEEPDIC es el contenedor de un **método profundamente humano**, que pretende atender las necesidades individuales y las de la sociedad en su conjunto. Es una plataforma donde se tienen en cuenta ámbitos o problemáticas como la salud, la acción social o la educación. He diseñado un sistema capaz de animar a todas las personas involucradas. Partí de las premisas metodológicas del profesor y diseñador **Tim Brown**, presidente de la escuela IDEO. Brown es famoso también por ser el revitalizador de la metodología *Design Thinking* que el economista Herbert Simons comenzó a escribir en 1969.

Tim Brown, en su libro *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*, escribió una reflexión que valoro positivamente: *La empatía es el hábito mental que nos lleva más allá de pensar en las personas como ratas de laboratorio o desviaciones estándar*. Esta idea me inspiró a la hora de confeccionar el test de usuarios para issueShop. Quise **recabar las primeras impresiones de las personas** que interactuaron con el prototipo. Durante el estudio de sus respuestas, tuve que empatizar con ellas para catalizar sus ideas como los cambios necesarios del sistema. A continuación, voy a mostrar cuáles fueron las conclusiones extraídas de la evaluación mediante dos tablas de contenido:

- › Conclusiones evaluación test de usuarios
- › Propuesta de cambios asociados a las observaciones



img: Tablero de trabajo en Figma. Fuente: Captura de pantalla durante el rediseño del software issueShop iSh2.



MPV Prototipo iSh1



MLP Prototipo iSh2

Acceso directo a los prototipos interactivos en la aplicación Figma

6.6.1. Conclusiones evaluación test de usuarios.

OBSERVACIONES SOBRE EL MPV:

El prototipo fue accesible en términos generales. Algunas de las personas evaluadas no mantienen relación directa con el diseño. Estas personas experimentaron mayores dificultades para entender el contexto del sistema. Sin embargo, su análisis sobre la funcionalidad durante el desempeño de las tareas fue satisfactorio.

El formato de visualización en pantalla supuso alguna dificultad para todas las personas partícipes.

Algunos de los textos utilizados en la simulación presentaban alguna incoherencia lingüística.

El test de evaluación resultó tedioso para alguna de las personas evaluadas. Dos de ellas necesitaron más de veinte minutos para completar las tareas asignadas.

OBSERVACIONES SOBRE LA INTERFAZ:

Las personas evaluadas percibieron la interfaz como minimalista, elegante, sencilla, clara, intuitiva, lógica y concisa. La navegabilidad entre las fases de los eventos supuso una dificultad añadida para la comprensibilidad del sistema. Algunas personas echaron de menos la posibilidad de retroceder mediante un botón “atrás”. En ocasiones, la terminología utilizada en la interfaz resultó demasiado técnica.

El contenido de la página de edición del perfil de usuario desorientó a uno de los partícipes..

El rediseño debe mejorar considerando los diez principios heurísticos de Nielsen:

- › Visibilidad del estado del sistema
- › Coincidencia entre el sistema y el mundo real
- › Control y libertad del usuario
- › Consistencia y estándares
- › Prevención de errores
- › Mostrar antes que recordar
- › Flexibilidad y eficiencia de uso
- › Diseño estético y minimalista
- › Comunicar errores con facilidad
- › Ayuda y documentación

OBSERVACIONES SOBRE EL SISTEMA:

El sistema fue percibido como una red social donde colaborar entre diferentes disciplinas.

También se interpretó como un lugar dónde compartir conocimientos y un punto de encuentro para debatir e interactuar.

Una persona definió la herramienta como apta para desarrollar un sentimiento de pertenencia junto a personas que pueden conectar intereses.

A una persona le despertó dudas cómo respondería el sistema ante comportamientos irregulares dentro de la comunidad.

CAMBIOS SOBRE EL MPV:

1. En las siguientes evaluaciones del *software* se establecerán aclaraciones sobre cómo abordar la visualización en cada pantalla.
2. Se incluirá un *disclaimer* que explique por qué el prototipo está optimizado para ser visualizado en equipos *desktop* horizontales.
3. Hay que transmitir una visualización más realista sobre la pantalla del dispositivo de cada persona usuaria, y hacer hincapié en que el *testing* no puede evaluarse utilizando dispositivos móviles.
4. Se corregirán los textos con incoherencias e incorrecciones lingüísticas.
5. Se optimizarán aspectos estéticos y emocionales para construir una experiencia de usuario más atractiva, ajustada a la guía de estilo y los requisitos minimalistas del sistema.

CAMBIOS SOBRE LA INTERFAZ:

1. La interfaz será mejorada para asegurar una navegabilidad intuitiva y autónoma que mantenga la estética minimalista.
2. Se optimizará la composición y la jerarquía visual mediante nuevos objetos interactivos que faciliten la navegación interna y externa tanto como sea posible.
3. Se implementará un gráfico interactivo (barra de progreso) que permita navegar entre las distintas fases del evento.
4. Este objeto también permitirá organizar la estructura metodológica de los eventos consistentemente.
5. Se mejorará el *affordance* sobre el control y utilización de la plataforma.
6. Se mejorará la tolerancia al error y la recuperación de la ubicación.
7. Se simplificará la terminología técnica tanto como sea posible.
8. Se revisará la jerarquización visual de la página de gestión del perfil de usuario.

CAMBIOS SOBRE EL SISTEMA:

1. Se tomarán medidas para favorecer la comprensibilidad del sistema. Estas acciones también afectarán a la plataforma de marca issueShop. El objetivo es simplificar las relaciones comunicativas con el exterior.
2. Se redactará el manifiesto SEEPDIC que servirá como código ético para todos los integrantes de la comunidad.
3. Se facilitará ayuda permanente mediante una sección FAQs que incluirá información sobre los roles y las fases del sistema.
4. Se redactará una nueva idea de marca para complementar el lema (La comunidad para el buen diseño). El nuevo mensaje interpelará a la persona usuaria sin utilizar un lenguaje técnico.

6.6.3. Imágenes del Producto Mínimo Encantador (MLP).

mockups



 Aspecto final después del rediseño de la *Landing Page* **issueShop V2**

Mockup realizado a partir de imágenes *creative commons* obtenidas en la web **FreePick**.

Consultar bibliografía y recursos para obtener el detalle de cada imagen.



Aspecto final después del rediseño de la *Landing Page* **issueShop V2**

Mockup realizado a partir de imágenes *creative commons* obtenidas en la web **FreePick**.

Consultar bibliografía y recursos para obtener el detalle de cada imagen.

Quizás no lo sepas pero...

1. Tu **acción de diseño** construye un mundo adaptado a tus necesidades.
2. Tu **cambio personal** se hace real junto a los demás.
3. Pensar en comunidad nos hace **conscientes** de nuestra intimidad.
4. Tus **derechos humanos** son la base de toda crítica emancipatoria.
5. Escuchar bien es **aprender a aprender**.
6. Para dialogar y debatir es mejor tener algo que **coproducir**.
7. Tu **bienestar digital** depende de tu capacidad de análisis.
8. Tu **sentido de pertenencia** no depende de la aprobación externa.
9. La vida es un **problema** que no puede dejar de satisfacernos.
10. **Diseñar es cambiar** para mejorar.

Formas parte de una red de personas responsables...

Necesitamos un compromiso real por parte de las personas usuarias. Este código ético ha sido consensuado por la comunidad SEEPDIC. El sistema bloquea a quienes no lo respetan.

- 1. Cuando participas en un evento, recuerda mantenerte conectado.** Si vas a ausentarte, informa con anticipación. Una semana de desconexión sin aviso previo ni justificación posterior será considerada *ghosting* y supondrá la expulsión del evento.
- 2. Piensa que los procesos de codiseño son flexibles, siempre que se adecúen a las normas de cancelación y a los derechos de las personas usuarias.** Si como persona participante deseas o necesitas abandonar un evento, comunícalo para que el equipo pueda transformarse. Si como persona anfitriona quieres finalizar tu evento, informa a tu equipo motor antes de hacerlo.
- 3. El sistema impide obtener beneficios individuales a costa de otras personas usuarias. Antes de crear un evento, pregúntate cómo compensar a quienes participan.** Cualquier evento carente de beneficios colectivos será evaluado como “no apto” para su publicación en la plataforma.
- 4. Las expectativas de la comunidad son diferentes para cada rol: anfitrión/ anfitriona, *stakeholder*, voluntario/a u observador/a. Antes de unirse a un evento, asegúrate de que te interesa realmente. Solicita el rol más adecuado para ti.**
- 5. Las personas usuarias pueden unirse a varios eventos y adoptar distintos roles en cada uno. Abstente de participar en más de dos eventos simultáneos como persona *stakeholder* o voluntaria.** El sistema lo impide para garantizar la distribución del trabajo.
- 6. Una vez comienza un evento, manténte en tu rol.** Si es necesario un cambio, éste debe ser autorizado por la persona anfitriona.
- 7. Utiliza un lenguaje amable, sintético y respetuoso durante todas tus intervenciones comunitarias.** Para que la comunidad y el sistema fluyan, es necesario construir un entorno seguro y positivo.
- 8. Usa siempre tus datos personales, académicos y profesionales reales.** Los perfiles falsos suponen fraude y son eliminados por el sistema. Algunas actividades dentro de la plataforma pueden requerir identificación para elaborar contratos laborales, convalidar prácticas formativas, etc.

¿Qué significa ser la persona anfitriona de un evento?

Es la persona que crea el evento en la plataforma, gestiona el avance temporal de cada fase y elige a las personas que forman el equipo motor (*stakeholder*, voluntarias).

¿Qué significa ser persona *stakeholder* de un evento?

Son las personas expertas que trabajan para solucionar el problema de manera interesada. Obtienen beneficios acordados con la persona/ empresa/ institución responsable.

¿Qué significa ser persona voluntaria de un evento?

Son las personas que apoyan la labor del equipo motor de manera comprometida y desinteresada. Pueden convalidar su participación en programas formativos, prácticas curriculares en grados universitarios o ciclos de formación profesional, o en cualquier otro campo de carácter social adscrito a SEEPDIC.

¿Qué significa ser persona observadora de un evento?

Son las personas que deciden seguir la actividad de un evento para participar como espectadoras. Pueden formular preguntas o expresar opiniones. Sus contribuciones son atendidas por el equipo motor.

¿Qué significa la fase evento abierto?

Indica que la persona anfitriona está reclutando personas interesadas en participar en su evento.

¿Qué significa la fase diálogo & debate?

Indica que las personas interesadas han comenzado a debatir sobre la solución a los problemas planteados. Durante esta fase, el equipo motor no está cerrado definitivamente. El anfitrión o anfitriona decide quiénes son los componentes definitivos tras concluir el debate.

¿Qué significa la fase en curso?

Indica que la fase de codiseño ha comenzado. El equipo motor interactúa con las personas observadoras y avanza en el proceso *Design Thinking* hasta obtener una solución.

¿Qué significa la fase evento validado?

Indica que la solución ha sido ratificada por todo el equipo motor.

¿Qué significa la fase evento finalizado?

Indica que la persona anfitriona ha finalizado el evento con éxito. El sistema genera un informe recopilatorio del proceso de codiseño.

7. Conclusiones finales

Estas **conclusiones encadenadas** respaldan el **pensamiento divergente** con el que se ha enfocado este TFG. Las personas solemos hacer las cosas de una determinada manera por tradición, porque funcionan... Sin embargo...¿Qué sucede cuándo **cambiamos** algo para conseguir un propósito **mejor adaptado** a una **necesidad** particular?

<i>insights</i> Externos:	<i>insights</i> Internos:
El codiseño es una metodología que requiere mayor inversión inicial de tiempo y/o de recursos económicos que los procesos de diseño no participativos. Esto sucede porque es necesario organizar grandes equipos de personas e incrementar los tiempos en cada fase del proyecto.	SEEPDIC es un sistema que proporciona una estructura diseñada para favorecer los procesos de diseño participativos con base en el codiseño y el diseño centrado en el usuario. El sistema permitirá ahorrar tiempo y recursos económicos a las comunidades que decidan utilizarlo como herramienta de codiseño.
El codiseño necesita de un diseño consciente y dialogante entre personas expertas y no expertas dentro de un marco de acción respetuoso y favorable para el aprendizaje comunitario.	SEEPDIC focaliza la colaboración entre personas expertas y no expertas como eje central de la participación igualitaria y consciente a través de eventos de diseño comunitario.
El trabajo organizativo y el tiempo invertido suele tener buen rendimiento de retorno, sin embargo, existe la posibilidad de que el proyecto no termine de fraguar en un tiempo prudencial.	SEEPDIC tiene en cuenta la filosofía <i>Slow Design</i> favorable a la meditación y la búsqueda de soluciones holísticas y duraderas. Se entiende el proceso como cuerpo inseparable del mismo diseño.
Estos inconvenientes son asumibles cuando hablamos de buscar un beneficio real para el bien público. Antes de acelerar una transformación experticia no consensuada y potencialmente dañina, merece la pena reflexionar en comunidad.	SEEPDIC contempla las necesidades y problemáticas comunitarias como el germen de los eventos de diseño. Antes de comenzar el <i>Design Thinking</i> , el sistema establece el diálogo y el debate como estrategias para marcar las posiciones y los compromisos comunes.



Las personas participantes en cualquier investigación saben cuáles son las necesidades para mejorar sus vidas.	> SEEPDIC participa de un diseño abierto a la innovación social para el diseño social, apostando por una economía reticular colaborativa.
La motivación de una persona para involucrarse en un proceso de diseño participativo es conocer el beneficio que recibirá a cambio de su compromiso.	> SEEPDIC contempla que la participación en los procesos de diseño dentro del sistema pueda ser remunerada desde cualquier perspectiva económica beneficiosa para los participantes.
Las principales generaciones de usuarios potenciales del sistema (GenX, GenY, GenZ) comparten intereses comunes como la preocupación por el medioambiente. Sin embargo, sus perfiles emocionales y las vías para conseguir sus objetivos son diferentes.	> SEEPDIC se ha desarrollado a partir de tres representaciones de cliente. El estudio está sustentado en estudios y artículos académicos con datos de calado intergeneracional. El objetivo es vertebrar un lenguaje verbal y visual transversal a los rasgos emocionales descritos en la investigación.
La generación X es eficiente trabajando en equipo. Adoptan posiciones de liderazgo estable y comprometido.	> SEEPDIC integra el rol de anfitrión. La persona anfitriona es la encargada de crear el evento y se responsabiliza de su gestión en cada etapa.
La generación Y es creativa, multidisciplinar y autodidacta. Les encanta colaborar en entornos de gestión horizontales.	> SEEPDIC estudia implementar el rol de persona facilitadora del proceso <i>Design Thinking</i> . Esta persona se encargaría de dinamizar las actividades propuestas en los eventos de codiseño.
La generación Z necesita sentirse libre y protagonista. Tienen problemas de solvencia económica pero saben lidiar con la inestabilidad. Su ambición les permite avanzar sin miedo a equivocarse.	> SEEPDIC promueve la autonomía del usuario y otorga libertad plena a la comunicación comunitaria. El sistema prevé la incorporación de clientes prioritarios e instituciones con capacidad de financiar proyectos.



Las personas usuarias de internet encuentran en la red servicios donde satisfacer sus problemas o necesidades. Eligen cada plataforma atraídas por el valor diferencial que cada marca es capaz de transmitir.

SEEPDIC ha trabajado la diferenciación como estrategia competitiva. Está abierta a segmentos amplios de clientes ofreciendo una novedosa composición de actividades para la gestión y creación de proyectos.

Los beneficios que una persona usuaria puede recibir de una marca o servicio son funcionales, emocionales, transformadores y/o trascendentales.

SEEPDIC, además de ahorrar tiempo y recursos, permite el acceso a una red comunitaria sobre diseño, promueve el sentimiento de pertenencia y ayuda a la auto realización de las personas usuarias.

Los arquetipos de persona son representaciones ficticias de personas usuarias basadas en datos recolectados en la realidad. Permiten desarrollar estrategias atractivas y personalizadas para cada *User Journey*.

SEEPDIC utiliza la técnica del *Inbound Marketing* para definir el *pain* de las personas usuarias mediante experiencias con base en la realidad. El objetivo es satisfacer estrategias *customer centric* dentro del sistema.

Las estrategias y atributos esenciales de un servicio o sistema han de encajar con las frustraciones o necesidades no cubiertas de las personas usuarias. El servicio ha de disponer los requisitos mínimos de funcionamiento y crear los beneficios deseados y los no esperados mediante la formulación de una propuesta de valor clara y concisa.

SEEPDIC ha integrado los *gain* de cada arquetipo como características del servicio. En la primera versión (MVP) se presenta una propuesta de valor ligada al contenedor del sistema *issueShop*. La plataforma de marca trabajada es transferible al conjunto del sistema y permite su revisión y validación a través del prototipo interactivo en Figma.

Existen varios métodos que nos permiten analizar la usabilidad de un sistema o plataforma. Podemos diferenciar dos grandes bloques, los realizados por expertos (evaluación heurística) y los que cuentan con la participación de personas usuarias (diferentes técnicas de *testing*).

SEEPDIC ha sido evaluado mediante un test de usuarios a su plataforma MPV *issueShop* iSh.1. Los hallazgos han permitido rediseñar el prototipo añadiendo información valiosa a la evaluación heurística UX Check basada en los diez principios de Nielsen.



Los *testing* con usuarios son técnicas satisfactorias para evaluar una visión general del sistema en el marco de la usabilidad. Sin embargo, para conocer cuál es la calidad de un *software* deberemos aplicar nuevas pruebas que analicen su fiabilidad, rendimiento, mantenibilidad, seguridad, escalabilidad y portabilidad.

SEEPDIC contempla la aplicación de nuevos métodos de evaluación hasta conseguir el producto final. Dado su potencial computacional, se aplicarán estudios de resistencia a condiciones extremas, análisis de fallos y pruebas de recuperación. En el campo de la seguridad, el código será sometido a los análisis de penetración y vulnerabilidad.

El Producto Mínimo Viable (MVP) de un sistema introduce su funcionalidad y permite estimar cuál será su nivel de aceptación. El Producto Mínimo Encantador (MLP) favorece una experiencia atractiva que satisface las necesidades emocionales de las personas usuarias.

SEEPDIC contempla el rediseño de la plataforma issueShop iSh1 como la oportunidad para avanzar con éxito hacia el Producto Mínimo *Marketable* (MMP). issueShop iSh2 es el MLP que será evaluado por distintas miradas expertas. Además será presentado a nuevos grupos focales de usuarios y se realizarán nuevas encuestas individuales.

El Producto Mínimo *Marketable* (MMP) es la aproximación más cercana antes del producto final. Para ser desarrollado con éxito es necesario disponer de estudios sobre los objetivos y las características esenciales del sistema. Esta versión ha de permitir al usuario desempeñar la funcionalidad en un contexto no simulado, eficiente y seguro.

SEEPDIC seguirá evolucionando a través de la plataforma issueShop. La estrategia contempla el desarrollo de un producto Mínimo *Marketable* que será lanzado al mercado con las características esenciales validadas. A este producto se le irán sumando nuevas funcionalidades más avanzadas que irán siendo incorporadas de manera incremental.

El *Design Thinking* es la intersección de las necesidades de las personas, su viabilidad técnica y su viabilidad como negocio. Tim Brown (IDEO)

SEEPDIC ha sido conceptualizado y materializado siguiendo una estrategia *Design Thinking*. La ambición del proyecto ha sido abordada bajo un enfoque riguroso, realista y vocacional. Su misión de servicio público supone su mayor atractivo. En SEEPDIC, la ventaja colaborativa se extiende a todas las personas usuarias del sistema.

8. Bibliografía

Adrià, A. (2020, 09 de enero). *Las repobladoras de un pueblo abandonado de Los Serranos bajo amenaza de desalojo*. [El Salto]. <https://www.elsaltodiario.com/ocupacion/repobladoras-pueblo-abandonado-los-serranos-valencia-amenaza-desalojo>. [Consultado el 12/ 04/ 2024]

Aguayo. (2024). *MVP al MMP: Cómo Evolucionar tu Producto Digital hacia el Éxito*. <https://aguayo.co/es/blog-aguayo-experiencia-usuario/mvp-a-mmp-evolucion-producto-digital-exito/> [Consultado el 30/ 05/ 2024]

Asana. (2024, 05 de enero). *Cómo redactar una propuesta de valor inspiradora*. [Team asana]. <https://asana.com/es/resources/value-proposition-template> [Consultado el 04/ 05/ 2024]

Baskin, R. & Sommer, C. (2017). *Gen X: A generation that can help save the planet?* [American Society on Aging]. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/gen-x-generation-that-can-help-save-planet/docview/1968940834/se-2> [Consultado el 08/ 04/ 2024]

Bloo.Media. *Producto Mínimo Viable. ¿Qué es y cómo crearlo?* <https://bloo.media/blog/producto-minimo-viable-mvp/> [Página web consultada por última vez el 28 de abril de 2024]

Braungart, M. Mc. Donough, W. (2005). *Cradle to cradle. De la cuna a la cuna. Rediseñando la forma en que hacemos las cosas*. McGraw-Hill. <https://elibro-net.eu1.proxy.openathens.net/en/ereader/uoc/50197>

Breiman, M. *Slow Design. Pensar para accionar*. [LinkedIn]. <https://www.linkedin.com/pulse/slow-design-pensar-para-accionar-miguel-breiman/?originalSubdomain=es> [Consultado el 23/ 03/ 2024]

Brown. T. (2009, 29 de septiembre). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouocsp-ebooks/detail.action?docID=30059070>

Caballero García, F. (2006). *La Teoría de la Justicia de John Rawls*. https://ibero.mx/iberoforum/2/pdf/francisco_caballero.pdf [Iberoforum]. [Consultado el 10/ 04/ 2024]

Caltabiano, G. (2021, 08 de febrero). *Brand Awareness: entiende qué es la Conciencia de Marca y por qué importa para tu empresa*. [Rockcontent Blog]. <https://rockcontent.com/es/blog/brand-awareness/> [Consultado el 07/ 05/ 2024]

Calleja, C. & Sierra Taulé, N. (2023, 01 de septiembre). Trabajo final de grado: *Cómo abordar el trabajo final del grado de Diseño y Creación Digital en seis sencillos pasos*. [Recurso de aprendizaje]. Fundació Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://disseny.recursos.uoc.edu/materials/tfg/es/>

Castro, D. (2023, 17 de enero). *¿Cómo evaluar la calidad de un software?*. <https://davidcasr.medium.com/c%C3%B3mo-evaluar-la-calidad-de-un-software-10aa923f63aa> [Página web consultada el 30/ 05/ 2024]

DHub. (2019, 06 de diciembre). *John Thackara: Diseñar relaciones para un mundo más sano*. <https://www.dissenyhub.barcelona/es/noticia/john-thackara-disenar-relaciones-para-un-mundo-mas-sano> [Consultado el 22/ 03/ 2024]

Design Toolkit. *Guías de estilo*. [Recurso de aprendizaje]. Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC). <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/guias-de-estilo/>

Design Toolkit. *Interacción e interfaces*. [Recurso de aprendizaje]. Fundació Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/interaccion-e-interfaces/>

De Miguel, J. *Qué es el Producto Mínimo Viable (MVP) con 8 ejemplos*. <https://www.doofinder.com/es/blog/producto-minimo-viable> [Página web consultada el 28/ 04/ 2024]

Del Carmen, L. (2016). *Diseñar significa investigar: lo diseñado es obra de la reflexión*. Reflexiones III en torno a la metodología del diseño. <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/20/25/3453?inline=1> [Consultado el 10/ 03/ 2024]

(en)ClaveCultural. [CAPAI]. (2020, 15 de enero). *Reflexiones antropológicas sobre Participación Ciudadana*. [Blog]. <https://nclavecultural.wordpress.com/2020/01/15/reflexiones-antropologicas-sobre-participacion-ciudadana/> [Consultado el 08/ 03/ 2024]

ESERP. Digital Business School. (2020, 20 de octubre). *Producto Mínimo Viable*. <https://es.eserp.com/articulos/producto-minimo-viable/> [Página web consultada por última vez el 29/ 04/ 2024]

Estévez, R. (2023, 24 de febrero). *El diseño lento y sus principios*. [ecoInteligencia]. <https://www.ecointeligencia.com/2023/02/disenio-lento-slow/> [Consultado el 22/ 03/ 2024]

Fernández, A. J. & López, V. A. (2022). *De lo conductual a lo emocional: Métodos gráficos de evaluación arquitectónica*. Boletín Académico. <https://doi.org/10.17979/bac.2022.12.0.8862> [Consultado el 10/ 04/ 2024]

Fernández, J. (2021, 28 de abril). *Cómo construir arquetipos de los consumidores para conocerlos mejor*. [El País]. <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2021-04-28/como-construir-arquetipos-de-los-consumidores-para-conocerlos-mejor.html> [Consultado el 12/ 04/ 2024]

Gosztanyi, M. (2023). *Comparative analysis of X-Y-Z generation entrepreneurs in a semi-peripheral EU member country: Insights from regularized regression techniques*. European Research Studies. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/comparative-analysis-x-y-z-generation/docview/2894464893/se-2> [Consultado el 08/ 04/ 2024]

Grasso, D. (2014, 07 de mayo). *El 80% de los 'think tanks' más influyentes del mundo no desvela quién los financia*. https://www.elconfidencial.com/espana/2014-05-07/el-80-de-los-think-tanks-mas-influyentes-del-mundo-son-opacos-sobre-su-financiacion_126270/ [Consultado el 12/ 03/ 2024]

IDEO. *Tim Brown*. [IDEO.ORG]. <https://www.ideo.org/bio/tim-brown-1> [Consultado el 30/ 05/ 2024]

IDRC | CRDI. (2019, 03 de junio). *¿Qué hacen los think tanks?*. [Youtube]. <https://youtu.be/PyZ3G-qVk8I?feature=shared> [Consultado el 10/ 03/ 2024]

Jimenez, P. M, Cirera Tortosa, A, Ródenas López, M. A, Ros McDonnell. D. (2015). *Destino: la arquitectura vernácula de España*. Universidad Politécnica de Cartagena. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/10011> [Consultado el 10/ 04/ 2024]

Making Branding Simple. *Plataforma de Marca: Construirla y Utilizarla*. <http://www.branzai.com/2012/10/plataforma-de-marca-construir-la-y.html> [Página web consultada el 29/ 04/ 2024]

Mallart, C. (2020). *Los roles del diseñador/a y su vínculo con la sociedad* [recurso de aprendizaje]. Campus de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Aula virtual. https://materials.campus.uoc.edu/cdocent/PID_00276923/ [Consultado el 27/ 03/ 2024]

Marín, M. L. (2009). *El diseño estratégico y la importancia de la investigación del usuario*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5031504> [Consultado el 27/ 03/ 2024]

Martinez, V. (2020). *John Thackara – el diseñador de la sostenibilidad*. [Blog wearebold.es]. <https://wearebold.es/john-thackara-el-disenador-de-la-sostenibilidad/> [Página web consultada el 22/ 03/ 2024]

NewsMDirector. (2021, 22 de febrero). *Cómo validar un Producto Mínimo Viable con una Landing Page*. <https://www.mdirector.com/blog/landing-page-de-producto-minimo-viable/> [Página web consultada el 28/ 04/ 2024]

Öner, N. Durmuş, H. Firat, Y. Borlu, A. & Özkan, N. (2024). *Sustainable and healthy eating behaviors and environmental literacy of generations X, Y and Z with the same ancestral background: A descriptive cross-sectional study*. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16062497> [Estudio consultado por última vez el 08/ 04/ 2024]

Pelta, R. (2007). *Diseñar con la gente*. [Temas de disseny]. <https://core.ac.uk/download/pdf/39016942.pdf> [Consultado el 22/ 03/ 2024]

Pelta, R. (2008, 05 de noviembre). *Diseño consciente*. [Blog Design Thinks]. <https://designthinks.blogspot.com/2008/09/diseo-consciente.html> [Consultado el 22/ 03/ 2024]

Pelta, R. (2022). *El diseño participativo en los orígenes del codiseño*. [ARXIU. Revista de l'Arxiu Valencià del Disseny]. <https://ojs.uv.es/index.php/arxiu/article/view/25333> [Consultado el 25/ 03/ 2024]

Rebate, J. (2019, 20 de noviembre). *“Si le hubiera preguntado a la gente, me habrían pedido caballos más rápidos” (Henry Ford)*. [LinkedIn]. <https://www.linkedin.com/pulse/si-le-hubiera-preguntado-la-gente-me-habr%C3%ADan-pedido-rebate-serrano/> [Consultado el 23/ 03/ 2024]

Sage. *Valor diferencial*. <https://www.sage.com/es-es/blog/diccionario-empresarial/valor-diferencial/> [Página web consultada el 04/ 05/ 2024]

SelfBank. [Singular Bank]. (2023, 24 de julio). *¿Qué es un Think Tank y cómo funciona?*. <https://blog.selfbank.es/que-son-los-think-tank-y-como-influyen-en-la-sociedad/> [Consultado el 12/ 03/ 2024]

Serrano, M. (2021, 20 de octubre). *Lienzo de propuesta de valor*. [Medium]. <https://medium.com/> [Consultado el 04/ 05/ 2024]

SYDLE. (2023, 11 de septiembre). *Tipos de innovación: ¿cuáles son y cómo aplicarlos en tu empresa?* [Sydle blog] <https://www.sydle.com/es/blog/tipos> [Consultado el 27/ 03/ 2024]

The Business Times. *3 questions gen-X have for gen-Z, and vice versa*. (2024, 22 de enero). [Singapore Press Holdings]. <https://www.proquest.com/newspapers/3-questions-gen-x-have-z-vice-versa/docview/2917181373/se-2> [Artículo consultado el 08/ 04/ 2024]

Torres, D. (2020, 09 de junio). *El testing en remoto en el marco del COVID-19*. <https://torresburriel.com/weblog/el-testing-en-remoto-en-el-marco-del-covid-19/> [Consultado el 09/ 05/ 2024]

Trecet, J. (2019, 17 de septiembre). *Inbound Marketing: vender con historias y contenidos*. [Más Sabadell]. <https://estardondeestes.com/movi/es/articulos/inbound-marketing-vender-con-historias-y-contenidos> [Consultado el 12/ 04/ 2024]

TresPuntos. (2019, 21 de noviembre). *Tests de usuarios de guerrilla*. <https://trespuntoscomunicacion.es/tests-de-usuarios-de-guerrilla/> [Consultado el 16/ 05/ 2024]

Villasante, N. (2019, 17 de enero). *Evaluación heurística*. [Medium]. <https://medium.com/> [Consultado el 16/ 05/ 2024]

Xifra, J. (2008, 01 de diciembre). *Los Think Tanks*. <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/112686/9/Los%20think%20tanks%20CAST.pdf> [Consultado el 26/ 03/ 2024]

Mockups utilizados:

- › Aleksandr_samochernyi. *Mock up de hombre trabajando en el ordenador.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/psd>
- › Aleksandr_samochernyi. *Mock up de portátil.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/psd>
- › Rawpixel. *Mujer joven que usa una computadora con una página web.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/psd>
- › Rawpixel. *Mujer revisando su correo electrónico en una reunión.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/psd>
- › Rawpixel. *Woman working on her laptop.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/psd>
- › zlatko_plamenov. *Laptop mock-up isolated.* [Freepick]. <https://www.freepik.com/free-psd/>

Otros recursos gráficos utilizados:

- › Freepick. *Colección de Avatares anónimos.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/vector-gratis/>
- › Freepick. *Collaje monocromo de medio tono.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/foto-gratis/collaje-monocromo>
- › Freepick. *Colección de ilustraciones de dibujo de abogado dibujado a mano.* [Freepick]. https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-dibujo-abogado-dibujado-mano_125959683.htm
- › Freepick. *Tiro desenfocado de mujer mostrando mano multicolor.* [Freepick]. https://www.freepik.es/foto-gratis/tiro-desenfocado-mujer-mostrando-mano-multicolor_6043551.htm
- › Freepick. *Vista del castillo con el paisaje natural.* [Freepick]. <https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-castillo>

- › lbrandify. *Proceso creativo, iconos.* [Freepick]. https://www.freepik.es/vector-gratis/proceso-creativo-iconos_1025532.htm
- › Pressfoto. *Primer plano de un bolígrafo sobre un informe.* [Freepick]. https://www.freepik.es/foto-gratis/primer-plano-boligrafo-sobre-informe_866683.htm

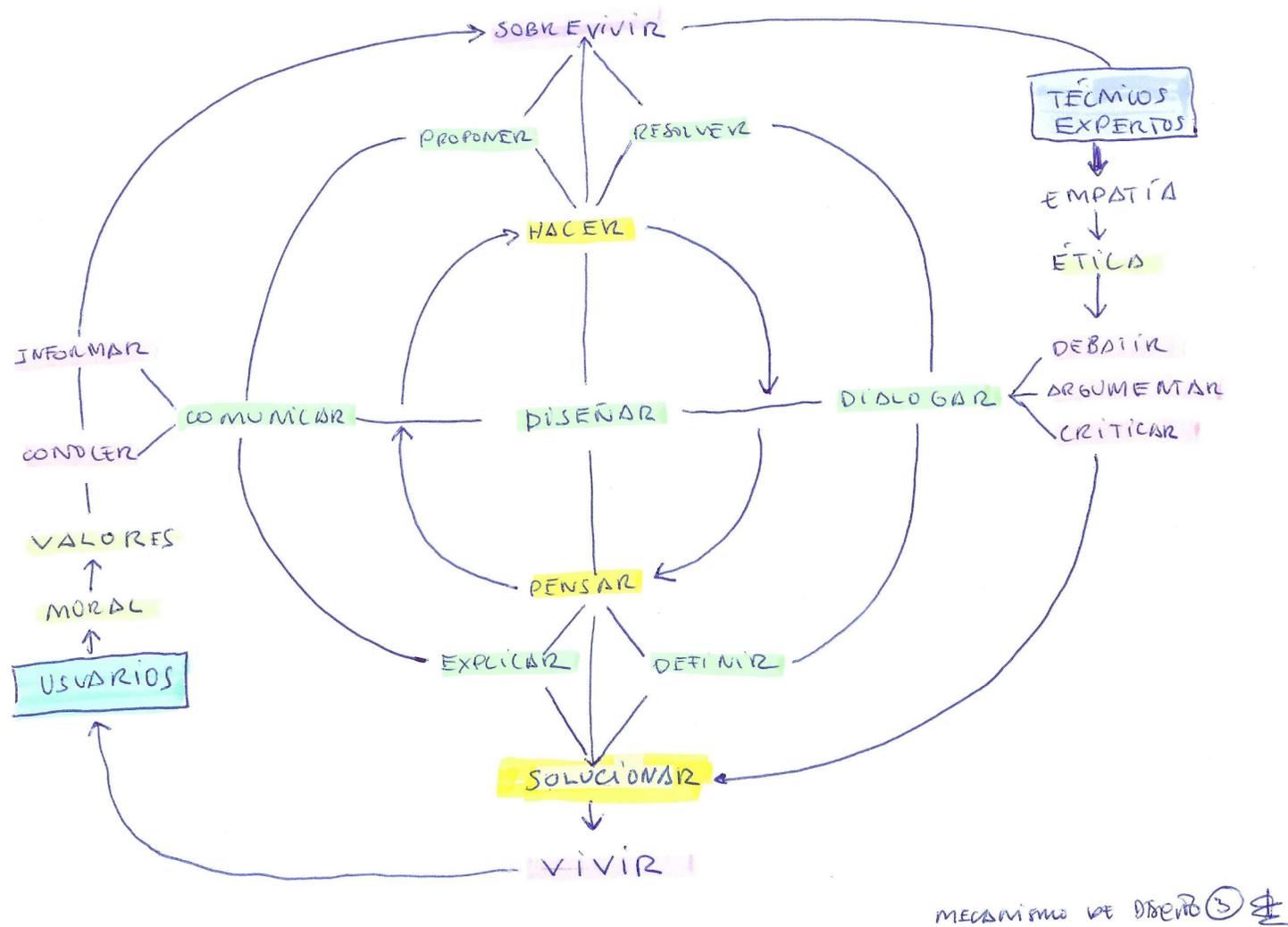
Recursos fuentes tipográficas utilizadas en prototipo:

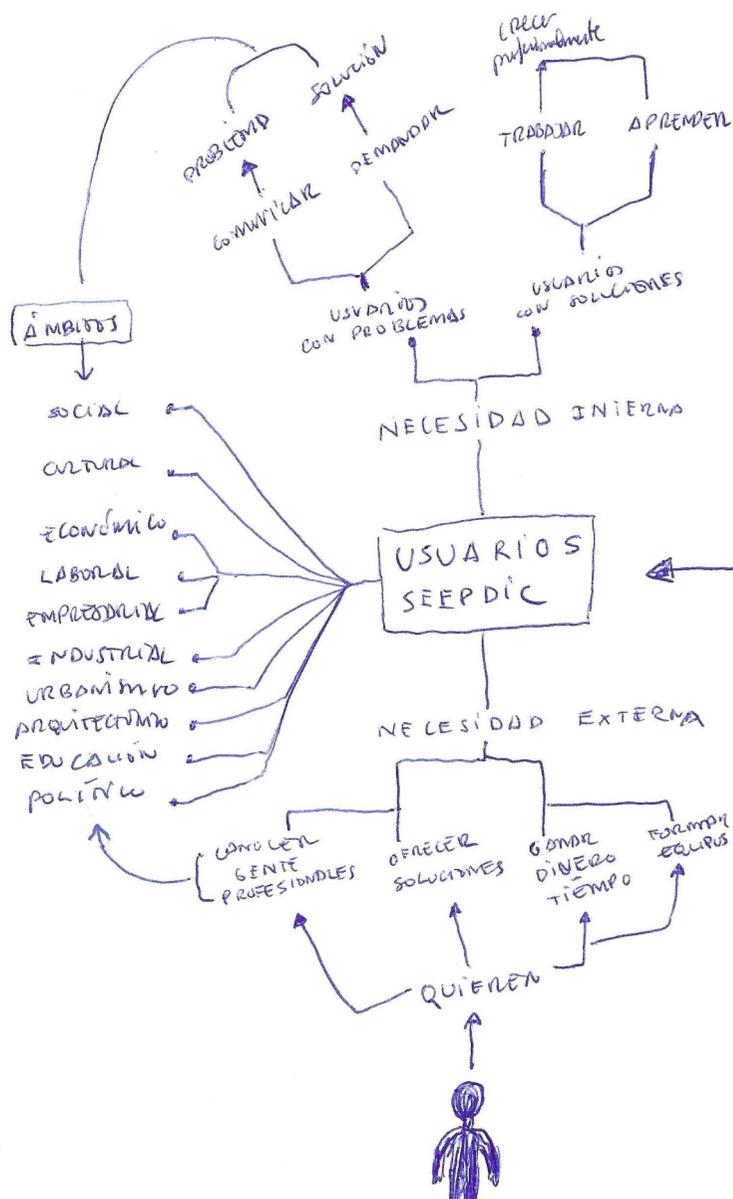
- › Google Fonts. *Lora.* Designed by Cyreal. <https://fonts.google.com/specimen/Lora/about>
- › MyFonts. *Helvetica Neue.* Designed by Linotype. <https://www.myfonts.com/es/collections/neue-helvetica-font-linotype>

Nota sobre las imágenes user persona: Las fotografías de las personas usuarias que aparecen en el prototipo y en la memoria han sido generadas con [IA pikaso by freepick](#).

9. Anexos

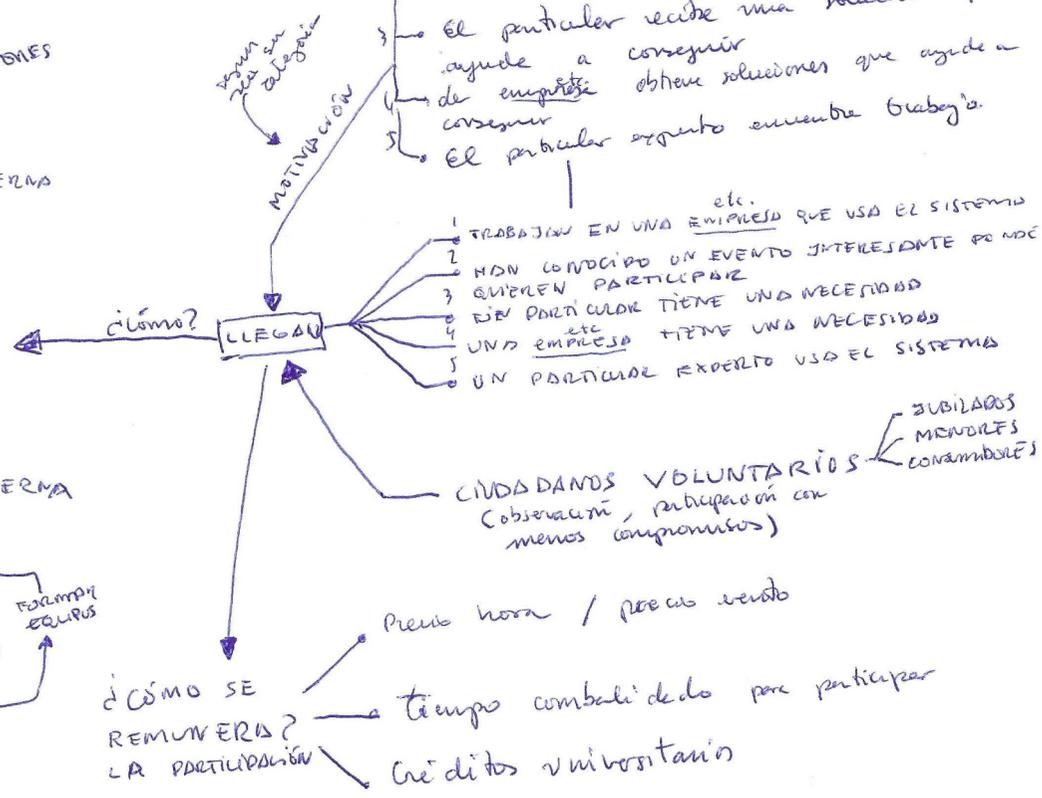
9.1. Esquemas Manual Thinking. [Obtención de perspectivas para la materialización del sistema]





la empresa donde trabajan remunerar la participación

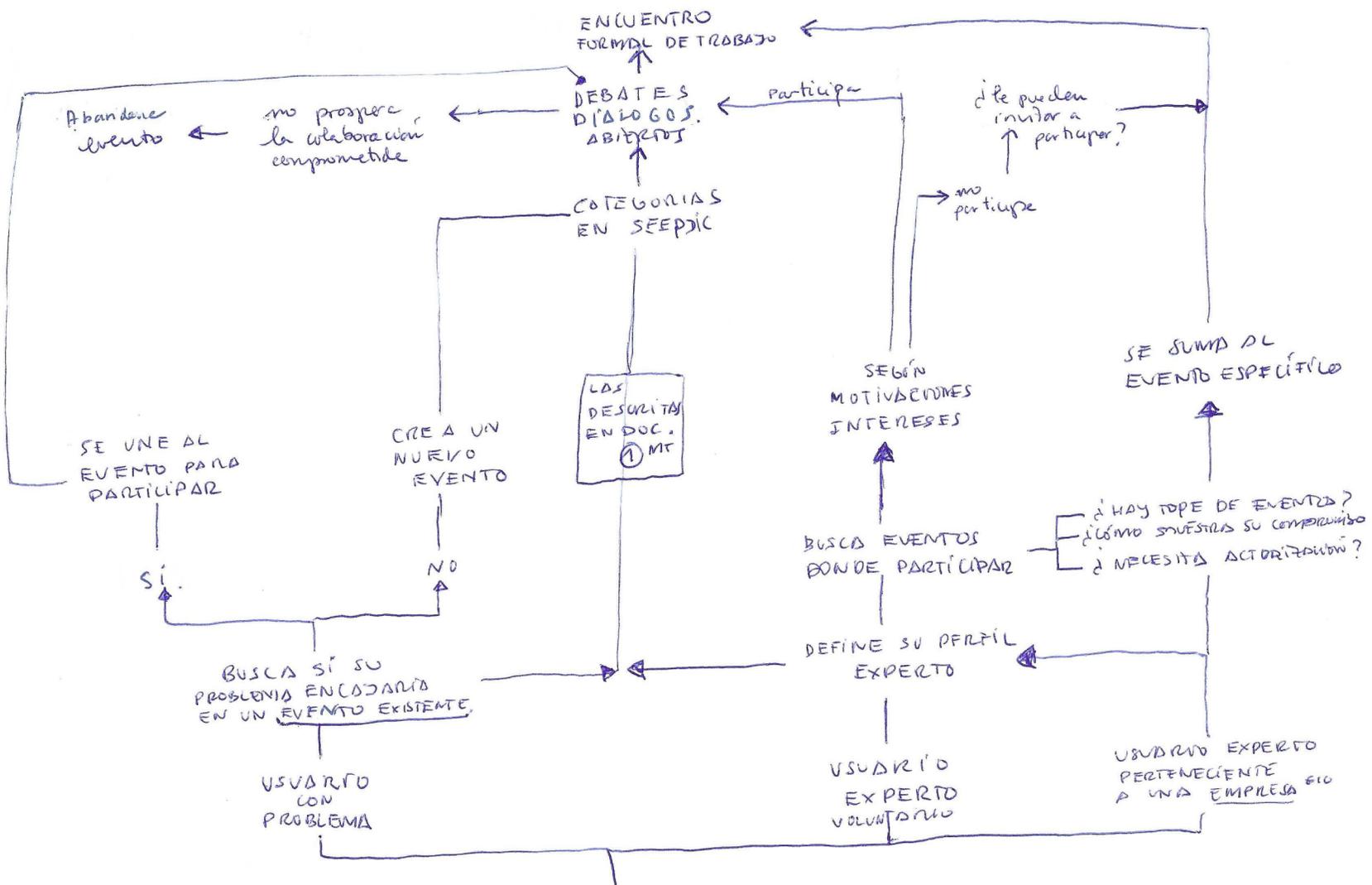
- 1 en los eventos de diseño
- 2 El sistema remunerar la participación activa dentro del evento
- 3 El particular recibe una solución que ayude a conseguir
- 4 de empresa obtiene soluciones que ayude a conseguir
- 5 El particular según encuentra trabajo.



¿CÓMO SON LOS USUARIOS SEEPDIC y cómo se motiva la participación?

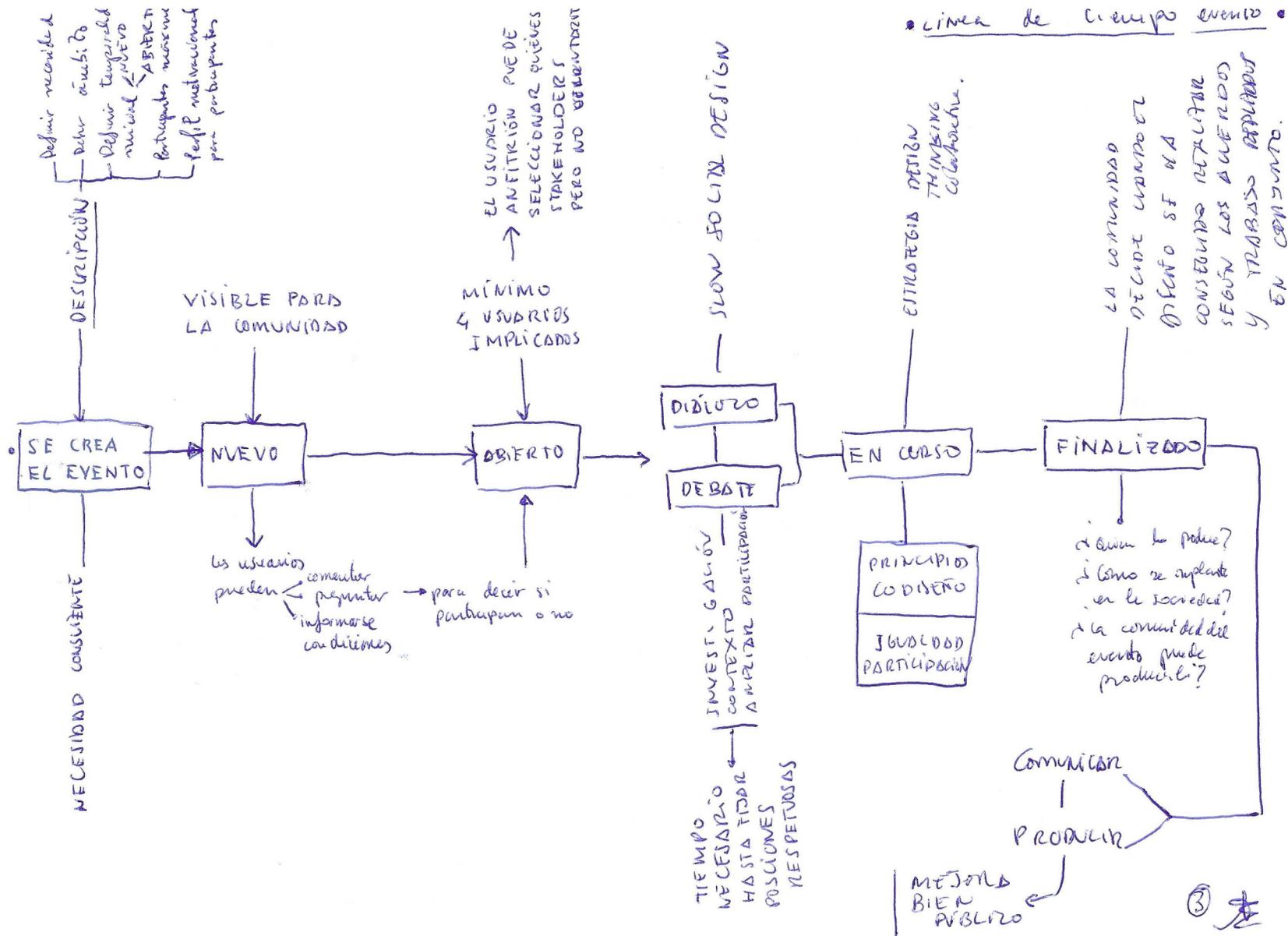
MANUEL TRINIDAD

 march 2014

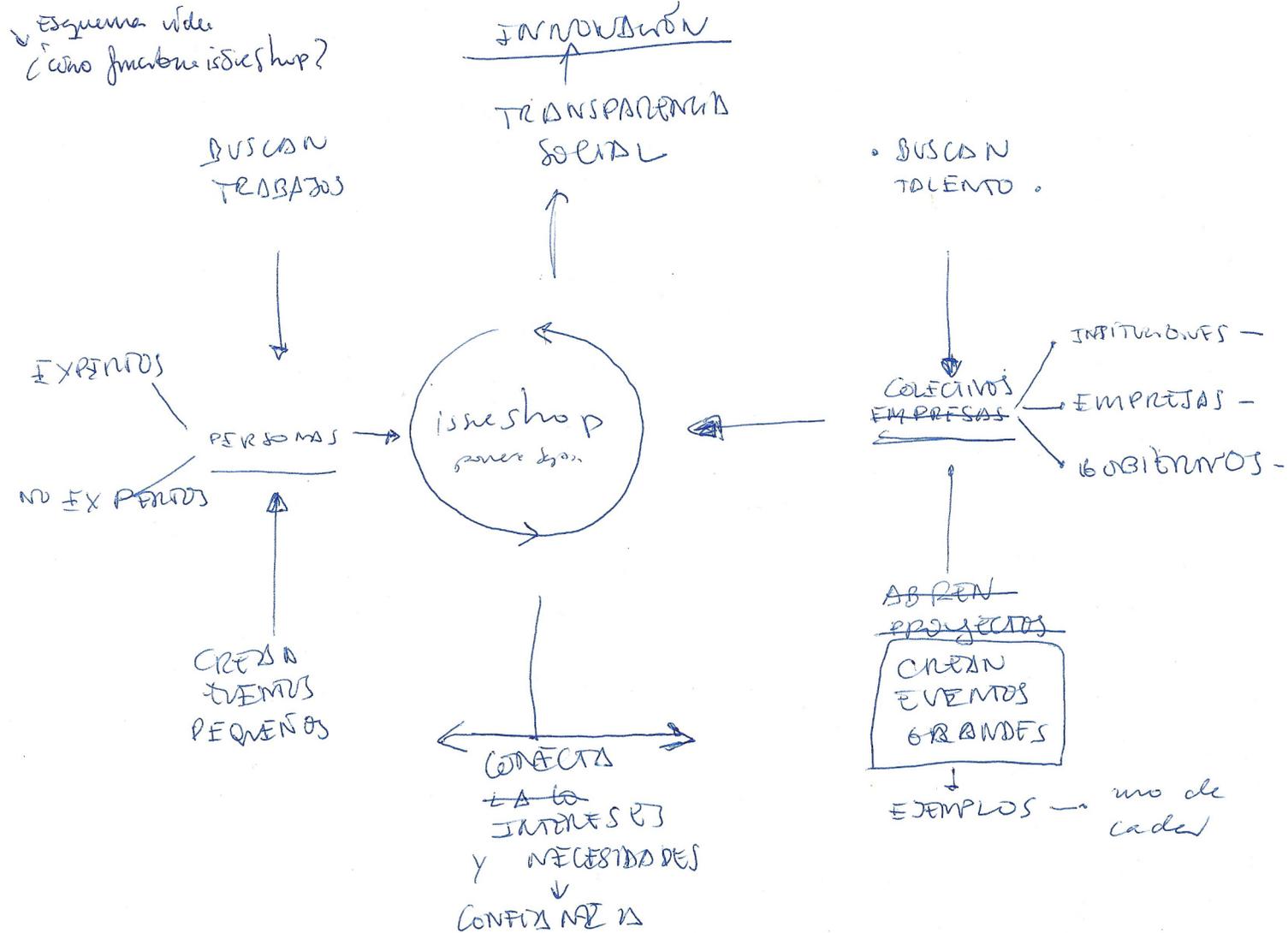


MODAL THINKING
 ② CREACION DE EVENTOS F

ENTRA EN SEEDIC DESDE ALGUNAS DE LAS OPCIONES/ROLES PROPUESTAS
 REGISTRO

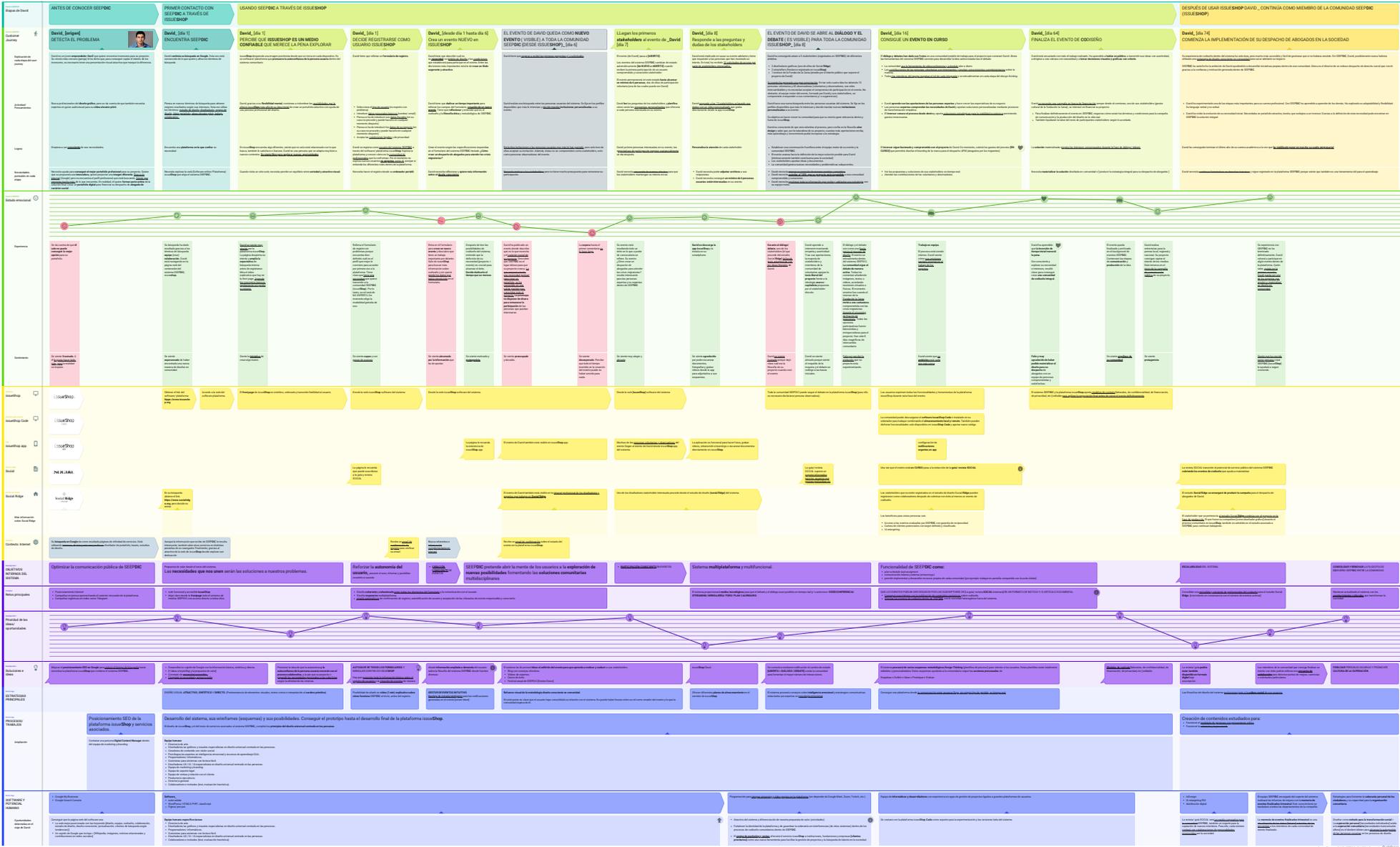


9.2. Esquemas Manual Thinking. [Esquema vídeo ¿Cómo funciona issueShop?]





9.4. Service Blueprint. [David & SEEPDIC]



9.5. Esquema Manual Thinking (insights Test de usuarios).

Participante ① insights PROFESOR

- ① → CONFUSA EN TAREAS → RUTAS - WEB? - NAVEGABLE, EMOTIVA, LÓGICA.
- ② → CASUALIDAD en menús → DIÁLOGO Y DEBATE - MENÚS EN EL DEBATE TEXTOS
- ③ → Que no le ha sido capaz de validar y finalizar evento.
 ↳ BIEN → David es el que finaliza el proyecto.

enlaces

- COMPLEGIR TEXTOS INTERVENCIONES PERSONAS USUARIOS
- ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN ENTRE FASES EVENTOS
- FACILITAR FAQs PERFILES Y ROLES EN ISSUESHOP
- ↳ ¿QUÉN ES QUIÉN en ISSUESHOP → aunque él lo ha entendido es posible que este apd sea necesaria.

Intencionaron como a debate / Exclamación. Venís en texto. Social, ¡Hola a todos! ¡Hola comunidad! ¡¡¡ Signo de que todos voluntarios = relacionante *

Participante ② insights ESTUDIANTE

- BOTÓN "ATRÁS" recordar
- | |
|---|
| BARROS DE PROGRESO EN LOS DIFERENTES FASES DE UN EVENTO |
|---|

- sinergias proyectos
- simplificar terminología (interfaz)
- RED SOCIAL e Recepción general sobre el artefacto)
 - ↳ crear, crear proyectos potentes

Participante ③ inteligencia, instintos, intuición

- Revisor edición perfil → clarificar etapas eventos y su navegabilidad
- Idea colaborativa
- NO HACER MOCK UP de prototipo interactivo - en que es usar lenguaje plano más de escritura
- ↳ RESPONSIVE → x entender intuitivamente la usabilidad interact.

→ RED EXTENSA DE COLABORADORES Y DISCIPLINAS

Participante ④ insights ESTUDIANTE

→ vision = prototipo ①

⑤ → Completar los pasos con facilidad pero + prisa en la navegabilidad de Fases. entre

↳ Personas no relacionadas con el mundo del diseño o las artes.

→ tienen más dificultades para entender el concepto. Si limitan a la funcionalidad abstracta o concreta

- VARIADOS DE OPCIONES
- CONECTIVIDAD ENTRE PROFESIONALES

⑥ → DEBATES e INTERACCIÓN CON USUARIOS



SEEPDIC

Trabajo Final de Grado Emilio Lizcano Ureta