

Bizikletaren hiri-higikortasuna sustatzea Arrasaten

Sektorea: Garraioa

Proiektuaren data: 2015

Erakunde kolaboratzaileak:

DBZ, SUDC Elkarteak



Proiektuaren deskribapena

Gipuzkoako Arrasate herrialdea, ibilgailu pribatuarekiko mendekotasun nabarmena jasaten ari da. Egunerokotasunean egiten diren lekualdatzeen gehiengoa ibilgailu pribatuaren bitartez egiten dira eta Arrasaten izena emandako ibilgailu pribatuko zifrak arduratzen du. Proiektuaren azken helburua, Arrasaten bizikletak hiri-lekualdatzeetan pisu handiagoa lortzea eragingo duen produktu edo zerbitzu bat diseinatzea da.



Zergatik hartu kontuan motibazioak

Motibazioak kontuan izateak stakeholder-en (bezeroak, hornitzaileak, etab.) benetazko beharretan sakontzen laguntzen du. Proiektu honetan ezinbestekoa izan da motibazioak kontuan hartzea motibazio hauen arabera proiektuak norabide zehatz bat hartu baitu eta honek proiektua definitzen lagundu du. Beste metodologia baten bitartez ez ziren erobitzaile hauen zehaztapenak lortuko eta emaitza, jakina, desberdina izango litzateke.

	FASES	PERTSONA	MOTIBAZIOA	TESTUINGURUA	AKZIOA	SISTEMA
1. FASEA: AUKEREN BILAKETA	1.1. Analisisiko bost elementiak identifikatu	Bizikletan ibiltzeko gai den edozein pertsona	- Autonomia - Plazerra-estimulazioa - Ongizate-fisikoa	Arrasate-Mondragón	Bizikletan higikortasuna sustatzea	Bizikletaren erabilera sustatzeko produktua/zerbitzua
	1.2. Analisisiko bost elementuak analizatu	Etxeako erabiltzaileak identifikatu: -Pertsona kopurua -Dibertsitatea: kultura, kapazitatea, adina, sexua -Populazioaren %60 adinez ertaina da Arrasateko langileak	Motibazioa identifikatu: -Zertarako erabiltzen da bizikleta?	Testuingurua identifikatu eta sakondu: -Etxea	Akzio klabeak identifikatu: -Zertarako erabiltzen da bizikleta? -Bizikletan bidaia Akzio klabeak analizatu: -Bizikleta EZ erabiltzearen zergatiak	Barne analisia: -Ez dauka Kanpo analisia: -Zerbitzuak -Produktuak -Osagarriak Sistemaren analisia: - Ez dauka
	1.2. User Research	-Zertarako erabiltzen da bizikleta? -Noiz eta nork erabiltzen da bizikleta? -Bizikletaren bizimoduak: -Errutinak -Ohiturak -Maiztasuna	-Zergatik erabiltzen da bizikleta? -Zein da bizikleta erabiltzearen motibazioa?		-Zergatik ez da erabiltzen bizikleta? -Zergatik erabiltzen da bizikleta? -Zeintzuk dira bizikleta erabiltzea bultzatzen duten faktoreak?	-Zein da zerbitzuetaz egiten den erabilera? -Zein da osagarrietaz egiten den erabilera? -Zer zerbitzu falta dira? -Zer osagarri falta dira?
	1.3. Aukeren matrizea	8 pertsona profil mota	6 motibazio mota	-Arrasate barnealdea -Arrasate kanpoaldeko guneak	7 akzio mota	8 produktu/zerbitzu mota
2. FASEA: EXPLORAZIOA	2.4. Diseinu brief-a	Bizikleta aisialdian erabiltzen duten familientzat. Ez dute bizikleta udalerririk barruan erabiltzen uste delako gune arriskutsua dela umeen gozamenarako.	Plazerra-estimulazioa: Produktuak dibertsio sentimendua izatea. Gertutasuna: produktuan sistema elektronikoa bat gehitzea erabiltzailearen segurtasunerako.	Arrasateko kanpoaldea	Segurtasun eza eta helduaren kezka gehiegi-keria. Haurra protagonista den zonetako moldagarritasun eza.	-Guraso eta semeen arteko lotura. -Bizikletatik joku bat egitea. -Beste garraioekiko segurtasuna.

Emaitza

- ◆ Alde batetik, umeek beraien lagunekin jolasteko aukera ematen dien joku interaktibo duen eta bestetik, gurasoek beraien umeen kokapena uneoro jakin dezaketen produktuaren kontzeptua garatu da.
- ◆ Produktuaren packaging-a: publiko gazte bati zuzenduriko eta markaren kolorearekin bat doan packaging-a.

Balorazioa

Kasu honetan gakoa izan da analisisiko elementu guztiak kontuan hartzea. Aukeren matrizeak aukera ematen digu proiektuak izan ditzakeen bide desberdinak ikusteko aukera ematen digu eta aukerarik interesgarriena aukeratzea diseinuko Brief-ean deskribatzeko. Azkenean produktu mota zehatz bat egitea erabaki den, proiektuan zehar oso interesgarriak diren tipologia desberdineko proposamenak planteatu dira.

Debagoieneko higikortasuna: Etorkizunerako ideiak

Sektorea: Hiri-higikortasuna

Proiektuaren data: 2015

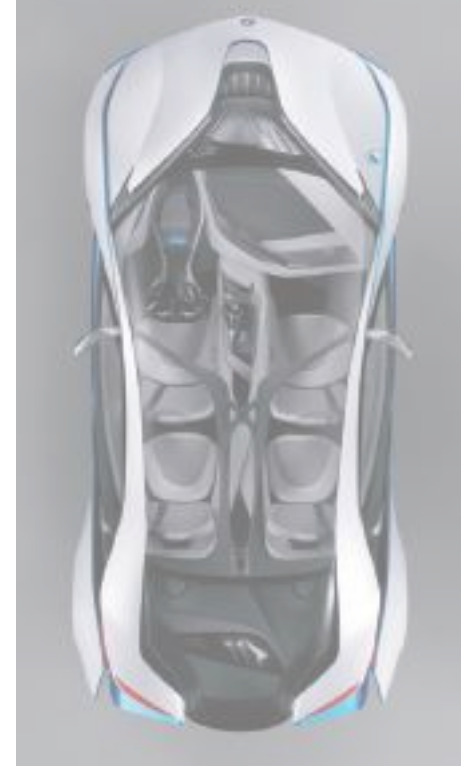
Erakunde kolaboratzaileak:

DBZ, Mondragon Unibertsitatea, Debagoieneko mankomunitatea



Proiektuaren deskribapena

Automobilgintzaren sektoreak etorkizuneko garapen teknologikoak ezagutzeaz gain, globalki lehiatzen jarraitu nahi badu ezagutu beharra dauka etorkizunerako gizartearen ezaugarriak. Beraz proiektuaren helburu nagusia Debagoieneko eskualdean etorkizunerako ideiak sortzean datza, horretarako higikortasunarekin erlazioaturiko zenbait agenteen (bai enpresa industriak baita erakunde publiko eta pribatuak) ko-kreazioaren bitartez.



Zergatik hartu kontuan motibazioak

Motibazioak kontuan izateak stakeholder-en (bezeroak, hornitzaileak, etab.) benetazko beharretan sakontzen laguntzen du. Proiektu honetan motibazioak analizatzeko konponbide desberdin posible guztien bistaratzean lagundu du, gaur egunerarte enpresek ez baitute aspektu hau analizatu eta proiektuari beste ikuspuntu bat ematen dio konponbide interesgarriak sortuz.

FASEAK	PERTSONA	MOTIBAZIOA	TESTUINGURUA	AKZIOA	SISTEMA	
1. FASEA: AUKEREN BILAKETA	1.1. Analisisko best elementuak identifikatu	Debagoiengan mugitzen diren pertsonak	- Autonomia - Konpetentzia - Segurtasuna	Debagoiena	Debagoiengan higikortasuna	Debagoiengo higikortasunerako produktu/zerbitzua
	1.2. Analisisko best elementuak analizatu	Higitzen diren erabiltzaileak identifikatu: -Adin tarreak identifikatu -Burutzen diren bidaiaak analizatu -Dibertsitatea: kultura, kapazitatea, adina, sexua	Motibazioa identifikatu: -Zergatik gauzatzen da desplazamendu bat?	Testuingurua identifikatu: -Debagoiengo eskualdea Testuingurua sakondu: -Eskualdeko herrialdeak	Akzio klabeak identifikatu: -Zergatik mugitzen zara Debagoiengan? -Nola gauzatzen duzu mugimendu bat? Akzio klabeak analizatu: -Debagoiengan EZ mugitzearen arrazoiak	Barne analisia: -Ez dauka Kanpo analisia: -Zerbitzuak -Produktuak -Ez zerbitzu/Ez produktua Sistemaren analisia: - Ez dauka
	1.2. User Research	-Etxeko bizimoduak: -Errutinak -Ohiturak -Autoa elkarbanatzen duzu? Gustatuko litzaizuke?	-Zein da desplazamendu bat egitearen motibazioa? -Zergatik desplazatzen zara?	-Nola egongo da osatua Debagoiengo komunitatea etorkizunearan?	-Zeintzuk dira Debagoiengan mugiaraztea bultzatzen dizuten faktoreak?	-Egunerokotasunean zein garraio erabiltzen duzu? -Zergatik erabiltzen dituzu garraio mota hauek? -Beste modu batera mugitzea gustatuko litzaizuke? Nola?
	1.3. Aukeren matrizea	5 pertsona profil mota	6 motibazio mota	5 testuinguru hipotesi	5 akzio mota	9 produktu/zerbitzu mota
FASE 2: EXPLORACIÓN	Diseinu brief-a	Proiektu honetan, ideia kontzeptu desberdinak garatu direnez diseinu brief desberdinak garatu dira eta kontzeptu bakoitzerako brief bat zahaztu da. Beraz kasu honetan brief prospektibo bat sortu da kasu bakoitzerako.				

Emaitza

- Higikortasunaren eta erabiltzaileen beharrei egokitutako kontzeptu desberdineko lau serie mota.
- Proiektu honen lan lerroak automobilgintzaren industriako etorkizuneko proiektu bihur daitezke.
- Biztanleen ongizatean ondorio positiboa duten ideiak dira eta ideia hauek Debagoiengo erakunde publikoentzako interesgarriak dira.

Balorazioa

Bilera bat gauzatu da Debagoiena eskualdeko erakundeekin eta bilera honi esker beste zortzi produktu edota ideia interesgarri sortu dira. Proiektu hau gauzatzeko denbora mugatua izan denez, kontzeptuak ez dira osotasunean garatu eta ideietan gelditu dira soilik. Baina ideien zenbakiak eta hauen kalitateak erakusten dute analisisko elementuak analizatzea gako direla berrikuntzarako ideien sorkuntzarako.

Janaria etxean

Sektorea: Elikadura

Proiektuaren data: 2015

Erakunde kolaboratzaileak:

DBZ, Mondragon Unibertsitatea, Gipuzkoako Foru Aldundia, Ikasmina



Proiektuaren deskribapena

Gipuzkoako etxebizitzetan, egiten den hondarren gehiengo garrantzitsuena janaria da, erkidego guztian %45a gaindituz. Beste hondakin batzuen prebentzioa asko lantzen ari den bitartean (beira, papera edo plastikoa), janariaren hondakinak alde batetara uzten ari dira. Beraz, produktu bat diseinatu nahi da kasu errealean janaria botatzea ekiditzeko gai dena.



Zergatik hartu kontuan motibazioak

Motibazioak kontuan izateak stakeholder-en (bezeroak, hornitzaileak, etab.) benetazko beharretan sakontzen laguntzen du. Kasu honetan, erabiltzailearen motibazioak identifikatu zeta hauek kontuan izanik, produktu bat lortu da non honen arrakasta lortu den, azken batean erabiltzaileak produktuarekin bizitzen dituen bizipenek bere motibazioak asetzen baititu.



	FASEAK	PERTSONA	MOTIBAZIOA	TESTUINGURUA	AKZIOA	SISTEMA
1. FASEA: AUKEREN BILAKETA	1.1. Analisisiko bost elementuak identifikatu	Etxeko edozein pertsona	- Aurrezkia - Kontzientzia - Erosotasuna	Etxea	Janaria aprobetxatzea edota ez aprobetxatzea egingo duen akzioa	Janaria gehiago aprobetxatzeko produktu bat
	1.2. Analisisiko bost elementuak analizatu	Etxeko erabiltzaileak identifikatu: -Persona kopurua -Dibertsitatea: kultura, kapazitatea, adina, sexua	Motibazioa identifikatu: -Zergatik aprobetxatzen da janaria?	Testuingurua identifikatu eta sakondu: -Etxea	Akzio klabeak identifikatu: -Janaria prestatzen denean -Zerbitzatzean -Janariaren ondoren Akzio klabeak analizatu: -Janaria EZ aprobetxatzearen zergatiak	Barne analisia: -Ez dauka Kanpo analisia: -Zerbitzuak -Produktuak Sistemaren analisia: - Ez dauka
	1.2. User Research	Etxeko bizimoduak: -Errutinak -Ohiturak	-Zergatik aprobetxatzen da janaria? -Zein da janaria aprobetxatzearen motibazioa?		-Zein izaten da janaria botatzearen arrazoiak? -Janaria sobratzen bazaizu, kontserbatzen duzu? -Erosketak planifikatzen dituzu? -Etab.	-Zein produktu gustatuko litzaizuko edukitzea janaria gehiago aprobetxatzeko?
	1.3. Aukeren matrizea	8 pertsona profil mota	8 motibazio mota	Etxean	10 akzio mota	12 produktu mota
2. FASEA: EXPLORAZIOA	2.4. Diseinu brief-a	Erosketak antolatzeari eta etxean dagoen janariari ez dio denbora askorik eskaintzen. Bere ohitura eta bizimoduagatik ez du errutina argirik egunerokoan. Zenbait kasutan hasiera batean jatea pentsatzen duen janaria bota egin behar izaten du konturatzan danerako elikagaia ez baitago jateko moduan.	Konpetentzia: aprobetxatzeko gai izan nahi du. Erosotasuna: bere bizimodura egokitu eta lan gehigarriak ez eskatzea. Autoerrealizazioa: gustora sentitzea lehen botatzen zuen janaria orain ez botatzean. Segurtasuna: janaria egoera onean dagoela jakitea.	Etxean	Erabili gabeko janaria du ez dakielako noiztik daukan hozkailuan eta konturatzan denerako egoera txarrean dago. Arazoak izaten ditu janariaren egoera zein den jakiteko.	Produktu bat janaria egoera txarrean jarri behar denean jakinarazten duena. Horrela, janaria txartzen hasi baino lehen aurreratu egingo da eta momentuan bertan jakingo du ea janaria jangarria den edo ez.

Emaitza

- ◆ Etxean janaria gehiago aprobetxatzeko gai den produktu bat.
- ◆ Lau pieza eta bi elementu komertzialez (tenporizadorea eta abisu-mekanismoa) osaturiko produktu simple bat.
- ◆ Produktua, industrialki babestua izan da baliaagarritasun-modelo modura.

Balorazioa

Produktu honen arrakasta analisisiko bost elementuak analizatzea da eta motibazioak kontuan izateak diseinuaren ikuspegitik beste ikuspuntu bat eman du. Uneoro lanerako bide berriak irekitzen lagundu du, batean zentratzea ekidinez. Erabiltzaileen %83ak produktu hau erabilgarria ikusten dute eta gainera eskualdeko zenbait enpresa gailua komertzialitzeko interesa dutela.

Sektorea: Osasuna

Proiektuaren data: 2015

Erakunde kolaboratzaileak:

DBZ, Mondragon Unibertsitatea, Ermuako Euskal Osasun Zentroko taldea, Ermuako gizarte-osasun departamentua



IKTen erabilera Ermuako gizarte-osasuneko zerbitzuertara

Proiektuaren deskribapena

Munduko biztaliariaren zahartzea munduko osasuna hobetzeko adierazgarri bat da. Gipuzkoan, 16 urtez beharoko pertsona bakoitzagatik gutxienez 65 urte dituen 1,4 pertsona daude. Pluripatologia duten jende helduaren gehiengoak jarduera fisikoak gauzatu beharra ditu, baina askotan ez ditu inork gauzatzen kontrolatzen ez dietelako edo ez direlako gogoratzen, etab. Horregatik diseinatu nahi den produktu/zerbitzuak arazo honi irtenbidea emango dio pertsona helduek sasoi ona mantenduz, eta gainera, autonomoagoak izateko aukera emanez.



Zergatik hartu kontuan motibazioak

Motibazioak kontuan izateak stakeholder-en (bezeroak, hornitzaileak, etab.) benetazko beharretan sakontzen laguntzen du. Kasu honetan, pertsonen motibazioak analizatu izanak hauen beharretara egokituriko produktu/zerbitzu bat sortzeko balio izan du. Gainera, agenteen (erabiltzailea, famili artekoa/zaintzailea, EOZa eta gizarte-osasuneko dptua.) arteko lotura hurbilagoa lortu da.



FASEAK	PERTSONA	MOTIBAZIOA	TESTUINGURUA	AKZIOA	SISTEMA	
1. FASEA: AUKEREN BILAKETA	1.1. Analisisiko bost elementuak identifikatu	- Pluripatologikoak - Zaintzaileak - Erizainak/medikuak - Gizarte-osasun dptua.	- Autonomia - Ongizate fisikoa - Autoestima - Segurtasuna	Ermua	- Entrenamiendu fisikoa - Medikatzea - Kontrolak egin	- Web-erako tresna/zerbitzua - Komunikatzeko aplikazioa
	1.2. Analisisiko bost elementuak analizatu	Kateko erabiltzaileak identifikatu: - Profil mota - Dibertsitatea: kultura, kapazitatea, adina, sexua	Motibazioa identifikatu: - Zergatik egiten dira jarduera fisikoak?	Testuingurua identifikatu eta sakondu: - Ermua	Akzio klabeak identifikatu: - Egin beharreko jardueren argibideak izan - Jarduerak gauzatu - Osasunaren kontrola egin Akzio klabeak analizatu: - Jarduera fisikoak EZ egitearen zergatiak	Barne analisia: - Ez dauka Kanpo analisia: - Zerbitzuak - Produktuak Sistemaren analisia: - Ez dauka
	1.2. User Research	Pertsona pluripatologiko, zaintzaile, mediko eta familiaren bizimoduak: - Errutinak - Ohiturak	- Zergatik egiten dira jarduera fisikoak? - Zein da jarduera fisikoa egitearen motibazioa?		- Zein da jarduera fisikoa egitearen arrazoa? - Jarduera egitean, nonbait geratzen da adierazirik - Etab.	- Zein produktu/zerbitzua gustatuko litzazuke edukitzea jarduera fisikoak gauzatzeko?
	1.3. Aukeren matrizea	11 pertsona profil mota	6 motibazio mota	Ermua	4 akzio mota	5 produktu/zerbitzu mota
2. FASEA: EXPLORAZIOA	2.4. Diseinu brief-a	Pluripatologikoa eta heldua den pertsonaren profila, pertsona batek zaintzen dio (famili artekoa edota familiaratik kanpoko norbait), eta EOZ-k (Euskal Osasun Zentroa) eta Ermuako gizarte-osasun departamentuak jarrapena egiten diote.	Autonomia: pertsonak bere kabuz egiten ditu jarduera fisikoak. Ongizate fisikoa: jardueraren bitartez ondo sentitzen da. Gertutasuna: agente desberdinen arteko komunikazioa zuzena egoteko aplikazioa. Segurtasuna: jarraipena pertsonalizatua dela jakitea.	Ermuan	Pertsona pluripatologikoen jarduera fisikoa sustatu agente guztien laguntzaren bitartez.	Pertsona pluripatologikoeekin harremanetan dauden agenteek sarbidea duten aplikazio bat. Modu honetara, agenteek kontrola dezakete ea pertsonak egoki aurrera egiten duen edo ez.

Emaitza

- ◆ Tele-monitorizaziorako aplikazio bat, Ermuatic izenekoa, non gaixoari eta zaintzaileei garrantzi gehiago ematen zaion.
- ◆ Erabiltzaile bakoitzarentzako pertsonalizagarria den aplikazioa, hau da, bakoitzak bere erabiltzaile eta pasahitz pertsonalak ditu.
- ◆ Paziente eta zaintzaile-mediku-Ermuako gizarte-osasun dptu. arteko komunikazioa hobetzeko aplikazioa.

Balorazioa

Ermuako gizarte-osasun sistemako agente guztien partehartzeari esker, Ermuatic-ek arrakasta izan behar du stakeholder ezberdineetako zainduta eta gertu sentitzen direlako pertsona pluripatologikoak. Honela, azken hauek etxean jarduera fisikoa egitea lortzen da eta modu honetara denbora gehiagoz ahaldunduta mantendu. Lehen ebaluaketa baten ondoren, orokorrean ikusi da aplikazioaren bitartez pertsona pluripatologikoen baldintza fisikoak mantentzen direla.