








1.1. OBJETIVO DEL PROYECTO

Fases de uso

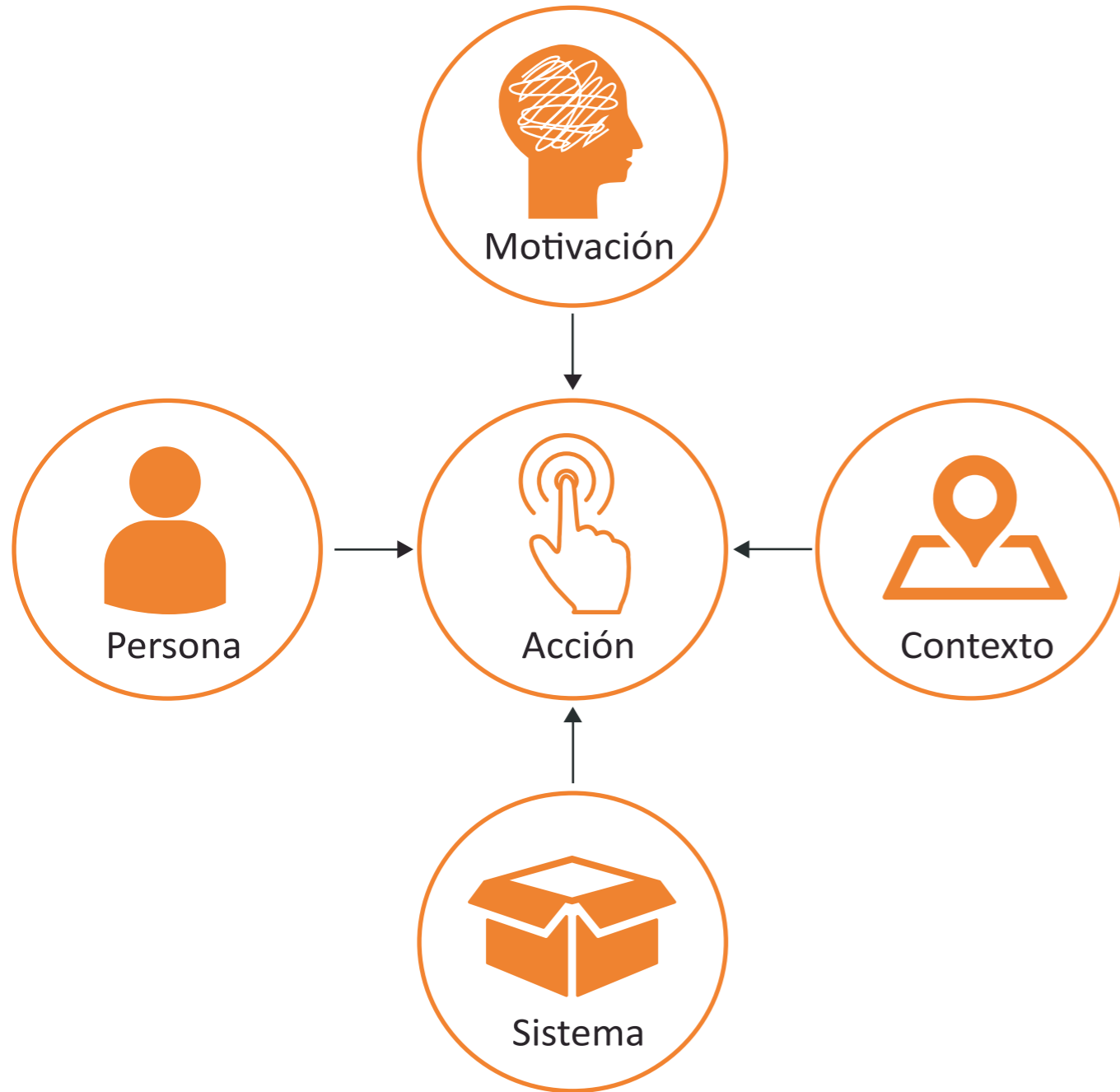


Objetivo del proyecto:

1.2. ACTOR MAP

	 Fabricantes materias primas	 Proveedores	 Empresa productora	 Distribución	 Cliente final	 Usuario final (consumidor)	 Gestores fin de vida
AGENTES CICLO DE VIDA							
IDENTIFICAR AGENTES							
CONCRETAR AGENTES CLAVE							
IDENTIFICAR PERSONAS							
SELECCIONAR PERSONAS CLAVE							

1.3. EXPERIENCE CANVAS



Motivación:

Persona:

Acción:

Contexto:

Sistema:

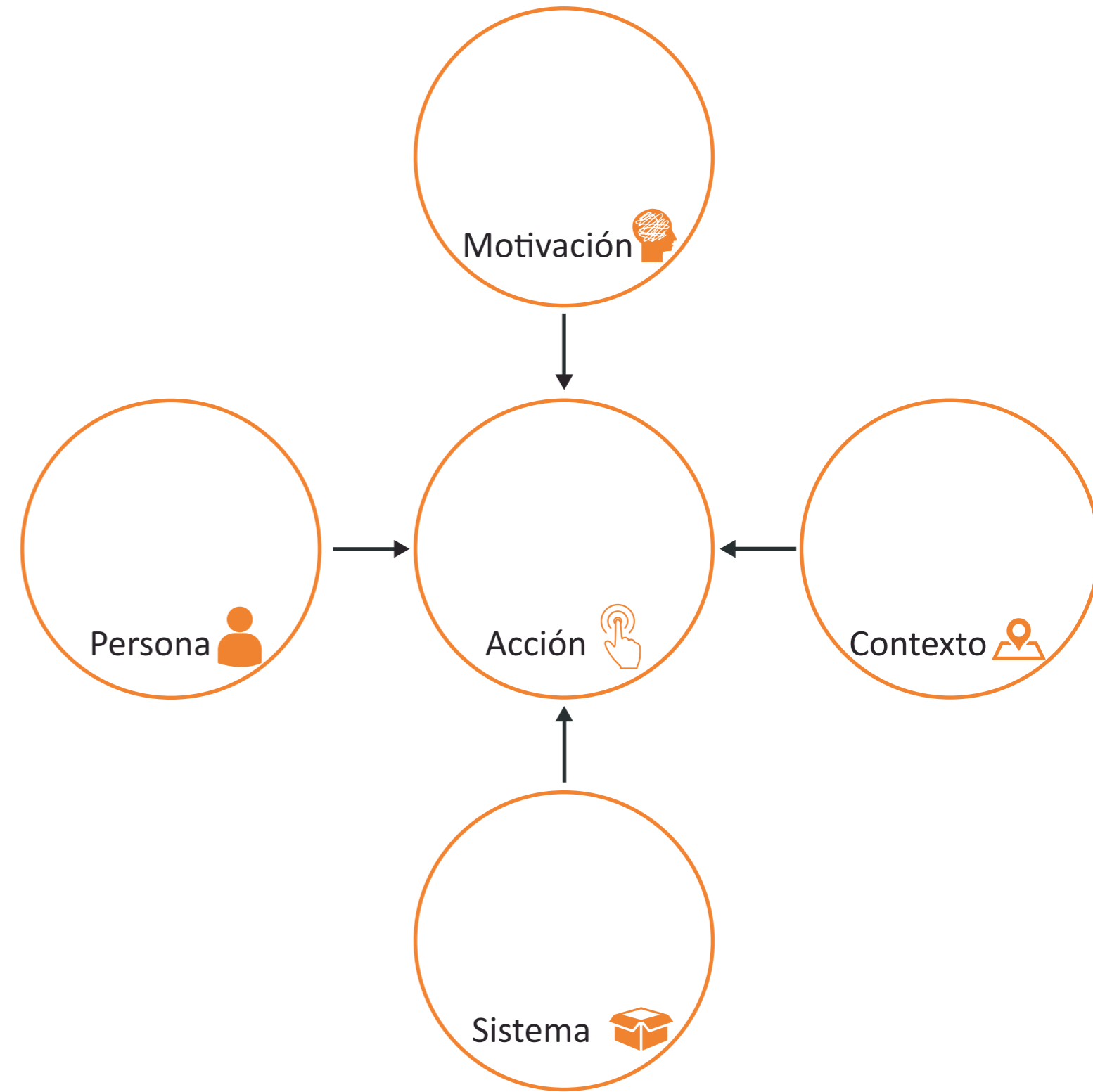
1.4. PUNTO DE PARTIDA

1.1. Objetivo del proyecto:

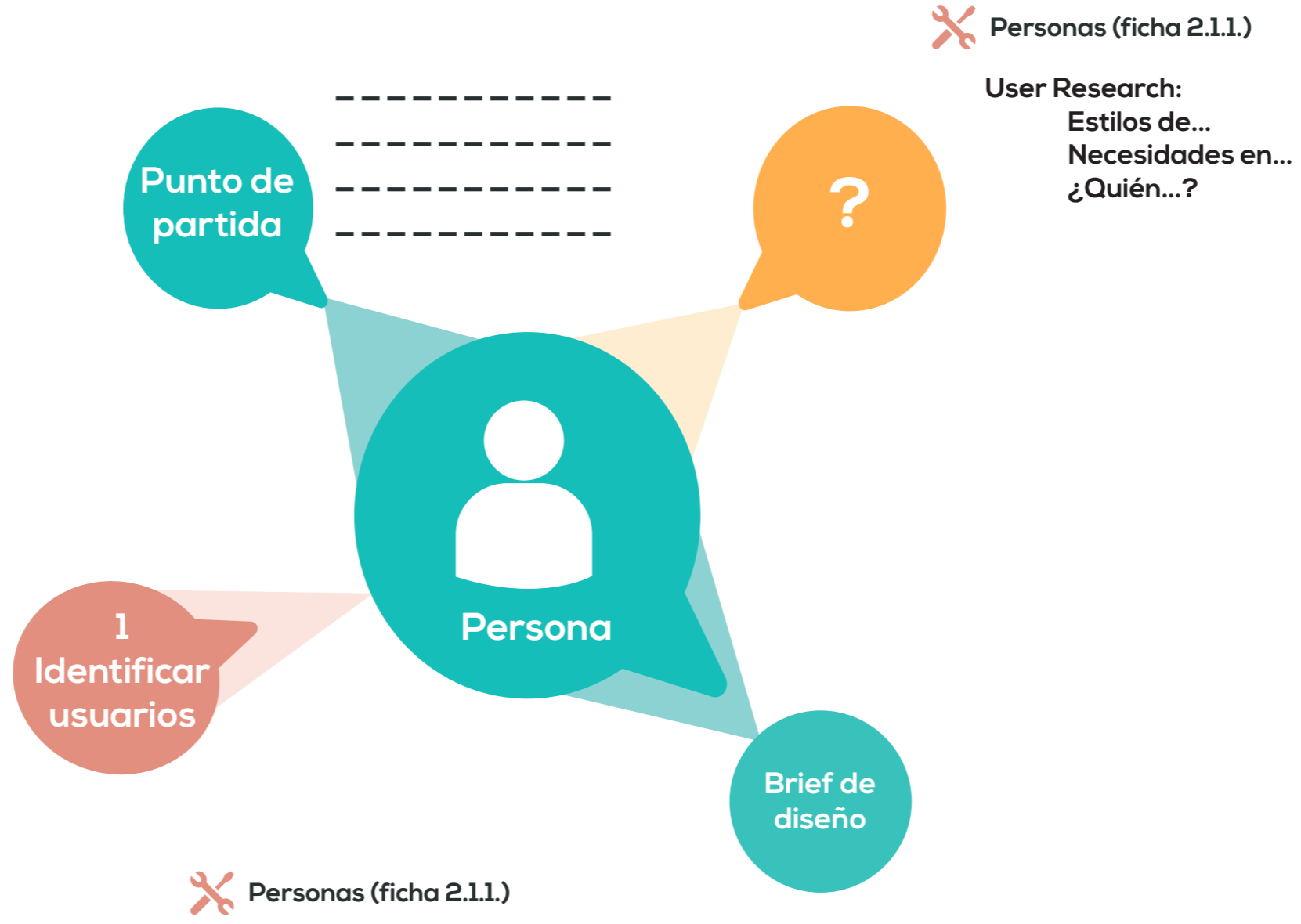
1.2. Actor map:

	Fabricantes materias primas	Proveedores	Empresa productora	Distribución	Cliente final	Usuario final (consumidor)	Gestores fin de vida
AGENTES CICLO DE VIDA							
IDENTIFICAR AGENTES							
CONCRETAR AGENTES CLAVE							
IDENTIFICAR PERSONAS							
SELECCIONAR PERSONAS CLAVE							

1.3. Experience canvas:



2.1. PERSONA



Diversidad:
Capacidades:
Edad:
Género:
Cultura:



Características que definen la persona:

Edad: _____

Sexo: _____

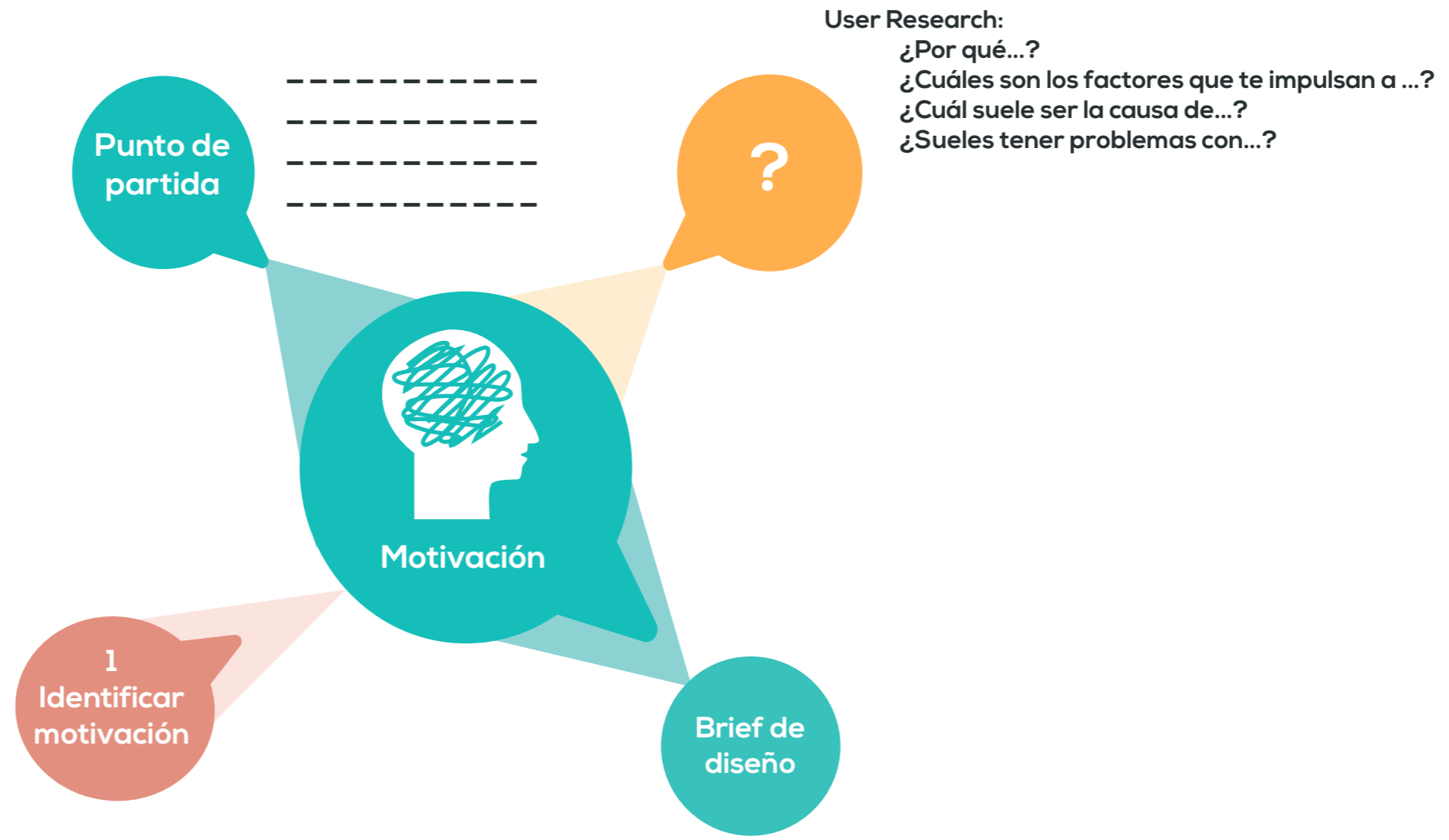
Habilidades: _____

Objetivo de la acción:

Expectativas respecto al objetivo:

Qué necesidades tiene respecto al objetivo:

Qué problemas tiene respecto al objetivo:



¿Por qué... ?

 Need cards (2.2.1.)

2.2.1. NEED CARDS

Fases de uso



AUTOESTIMA

Descripción

Sentir que eres una persona que merece la pena que es tan buena como otra cualquiera en lugar de sentirse como un/a perdedor/a.

Durante la experiencia senti...

- ...que tengo varias cualidades positivas.
- ...que estoy bastante satisfecho con quién soy.
- ...un profundo respeto a mí mismo.

Productos/servicios que generan sensación de:

AUTOCONFIANZA **ORGULLO**
SATISFACCIÓN **AMOR PROPIO**

AUTONOMÍA

Descripción

Sentir que eres la causa de tus propias acciones en lugar de sentir que fuerzas o presiones externas son la causa de tus acciones.

Durante la experiencia senti...

- ...que mis elecciones se basaban en mis verdaderos intereses y valores.
- ...que era libre de hacer las cosas a mi manera.
- ...que mis elecciones expresaban mi "verdadero yo".
- ...que era independiente.
- ...que me las arreglo sin ayuda de los demás.
- ...que tomo decisiones sin necesitar consejos de otros.

Productos/servicios que generan sensación de:

LIBERTAD **AUTOSUFICIENCIA**
INDEPENDENCIA **IDEALES**
SIN LÍMITES

2.2.1. NEED CARDS

Fases de uso



AUTORREALIZACIÓN

Descripción

Sentir que estás desarrollando todo tu potencial y haciendo que la vida tenga sentido en lugar de sentirte estancado y que la vida no tiene mucho sentido.

Durante la experiencia senti...

...que me estaba convirtiendo en "quien realmente soy".

...que la vida tiene un propósito más profundo.

...una comprensión más profunda de mí mismo y de mi sitio en el universo.

Productos/servicios que generan sensación de:

**AUTENTICIDAD
RAZÓN DE SER**

**MEJORA PERSONAL
SABIDURÍA**

BIENESTAR FÍSICO

Descripción

Sentir que tu cuerpo es saludable y está bien cuidado en lugar de sentirse fuera de forma e insalubre.

Durante la experiencia senti...

...que hice suficiente ejercicio y estaba en excelentes condiciones físicas.

...que mi cuerpo estaba obteniendo justo lo que necesitaba.

...un fuerte sentimiento de bienestar físico.

Productos/servicios que generan sensación de:

**ESTAR EN FORMA SENTIRSE BIEN
DESCANSO MENTAL**

2.2.1. NEED CARDS

Fases de uso



CERCANÍA

Descripción

Sentir que te relacionas íntimamente con gente que te cuida y a la que le importas en lugar de sentirte sólo y abandonado.

Durante la experiencia sentí...

- ...sensación de contacto con gente que me cuida y a la que cuido.
- ...cercano y conectado a gente que es importante para mí .
- ...una sensación intensa de intimidad con gente con la que compartí el momento.
- ...estar en compañía de simpatizantes .

Productos/servicios que generan sensación de:

ALGO EN COMÚN	FAMILIARIDAD
ATENCIÓN	UNIDAD
ROMANTICISMO	COMUNIDAD
FAMILIA	SIMPATÍA
AMISTAD	CUIDADO
SOLIDARIDAD	RELACIÓN

COMPETENCIA

Descripción

Sentir que eres muy capaz y eficaz en tus acciones en lugar de sentirte incompetente e ineficaz.

Durante la experiencia sentí...

- ...que completaba con éxito tareas y proyectos difíciles.
- ...que estaba enfrentándome a retos difíciles.
- ...que estaba muy capacitado/a para hacer lo que hice.
- ...que tenía la situación bajo control.

Productos/servicios que generan sensación de:

CONFIANZA	PODER
CONTROL	EFICIENCIA
EFFECTIVIDAD	

2.2.1. NEED CARDS

Fases de uso



LUJO-DINERO

Descripción

Sentir que tienes mucho dinero y que puedes comprar la mayoría de cosas que quieres en lugar de sentirte pobre y sin posesiones.

Durante la experiencia senti...

...que era capaz de comprar casi todo lo que quería.

...que tenía cosas y posesiones valiosas.

...que tenía mucho dinero.

Productos/servicios que generan sensación de:

EXCLUSIVIDAD **COMFORT**
LUJO

POPULARIDAD

Descripción

Sentir que eres querido, respetado, y tienes influencia sobre los demás en lugar de sentirse como alguien cuya opinión o consejo no interesa a nadie.

Durante la experiencia senti...

...que soy una persona cuyos consejos son escuchados y seguidos.

...que influyo fuertemente en las creencias y comportamiento de los demás.

...que tengo un impacto importante en las acciones de otros.

Productos/servicios que generan sensación de:

INFLUENCIA **INTERÉS**
COMPRENSIÓN **RECONOCIMIENTO**
CONSIDERACIÓN **ESTIMA**
CONOCIMIENTO **RESPECTO**
APRECIO

2.2.1. NEED CARDS

Fases de uso



PLACER-ESTIMULACIÓN

Descripción

Sentir que disfrutas de muchos placeres y alegrías en lugar de sentirte aburrido y poco estimulado por la vida.

Durante la experiencia senti...

...que experimentaba nuevas sensaciones y actividades.

...placer físico y disfrute intenso.

...que había encontrado nuevas fuentes y tipos de estimulación para mí mismo.

...que estaba satisfaciendo mi curiosidad.

Productos/servicios que generan sensación de:

NOVEDAD **DETALLES**
SORPRESA **VARIEDAD**
EXCITACIÓN **VERSATILIDAD**
DESCUBRIMIENTO **COMPLEJIDAD**
RIQUEZA **RENOVACIÓN**
ENTUSIASMO

SEGURIDAD

Descripción

Sentirse a salvo y en control de tu propia vida en lugar de sentir incertidumbre y sentirse amenazado/a por tus propias circunstancias.

Durante la experiencia senti...

...que mi vida era estructurada y predecible.

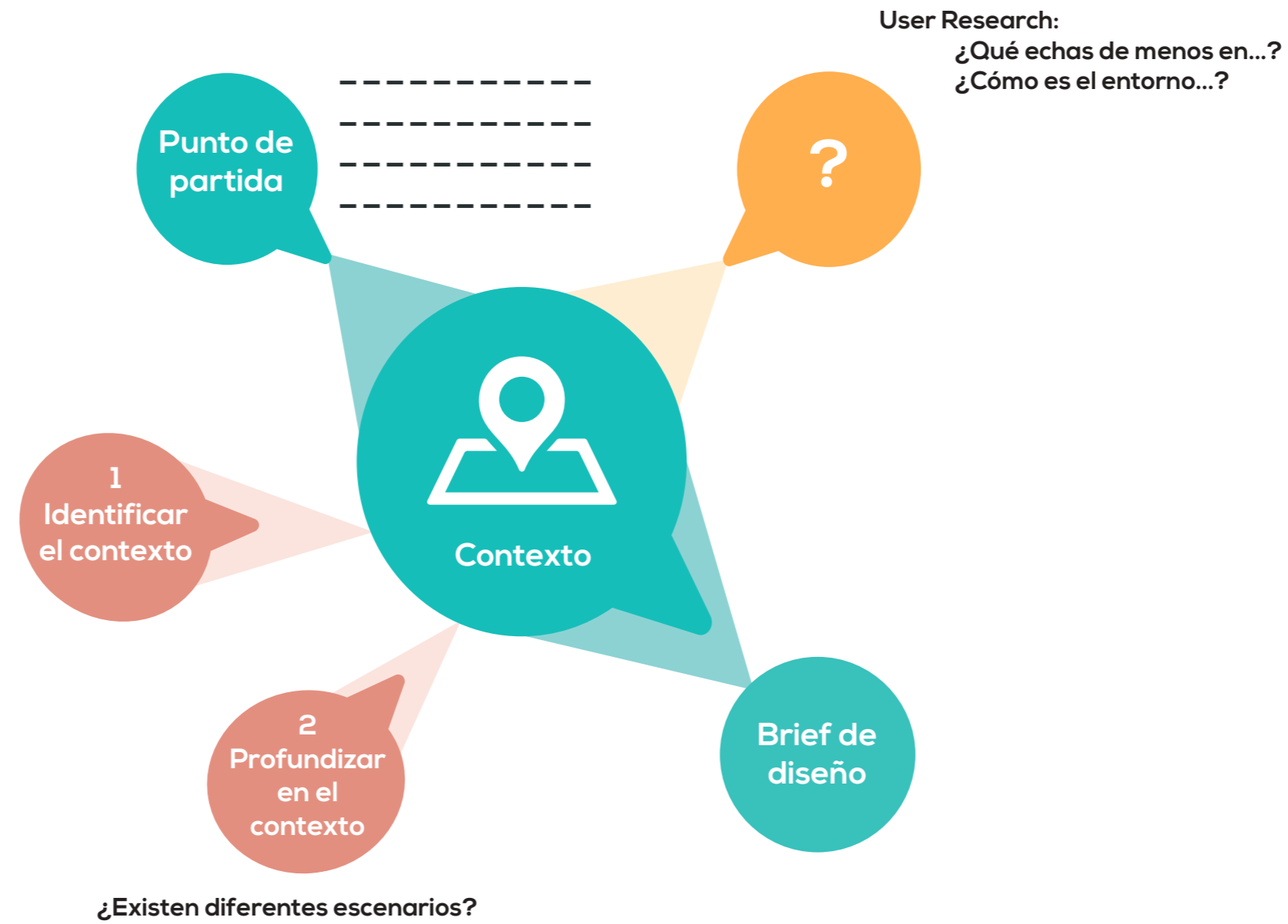
...contento de tener una rutina y unos hábitos cómodos.

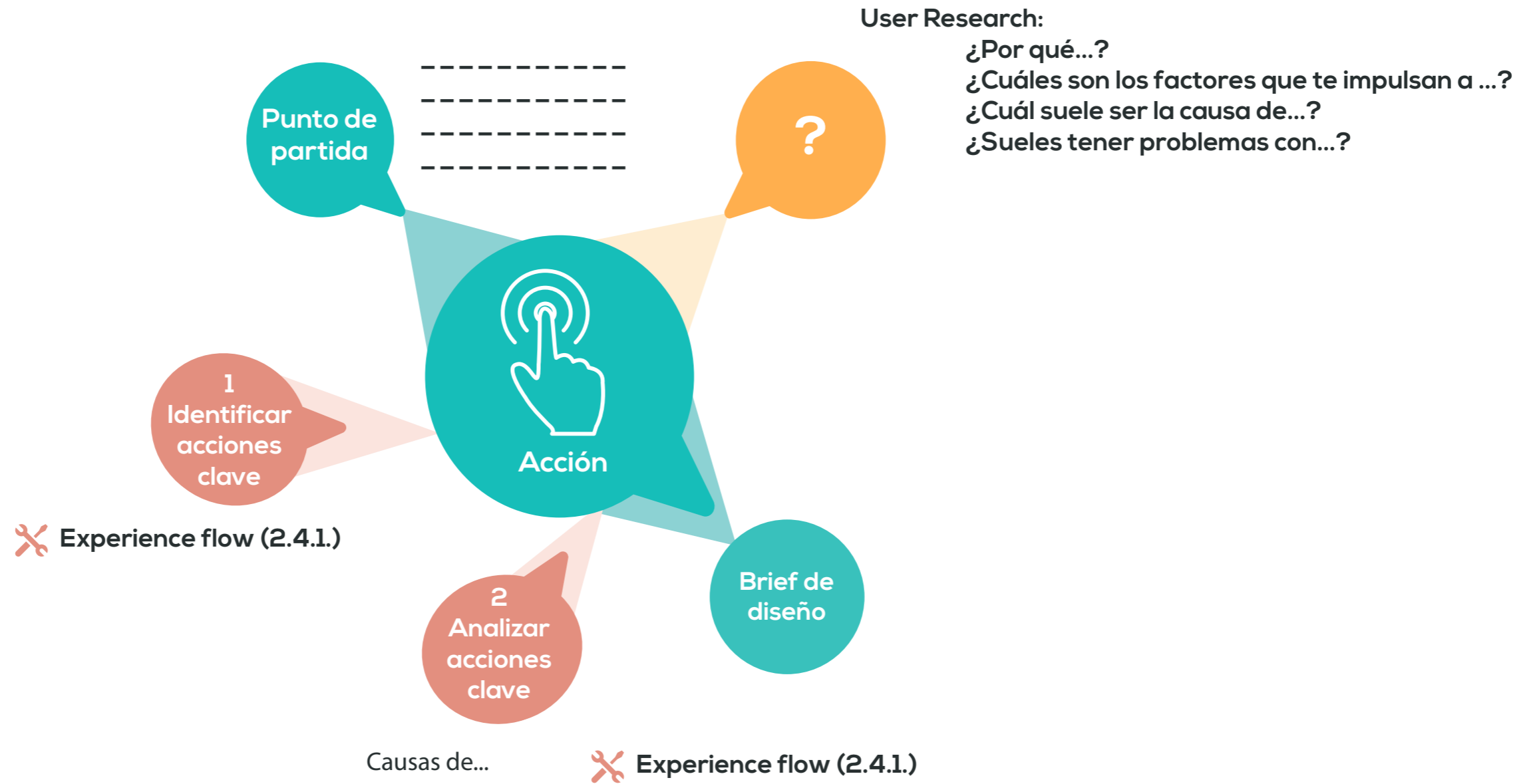
...que estaba a salvo de amenazas e incertidumbres.

...alegría y regularidad.

Productos/servicios que generan sensación de:

COMFORT **ESTRUCTURA**
PREVISIBILIDAD **RECURRENCIA**
SILENCIO **CONOCIMIENTO**
INTIMIDAD **CONCRECIÓN**
RUTINA **FAMILIARIDAD**
CLARIDAD **DEPENDIBILIDAD**
SERENIDAD





2.4.1. EXPERIENCE FLOW

Fase de uso

1

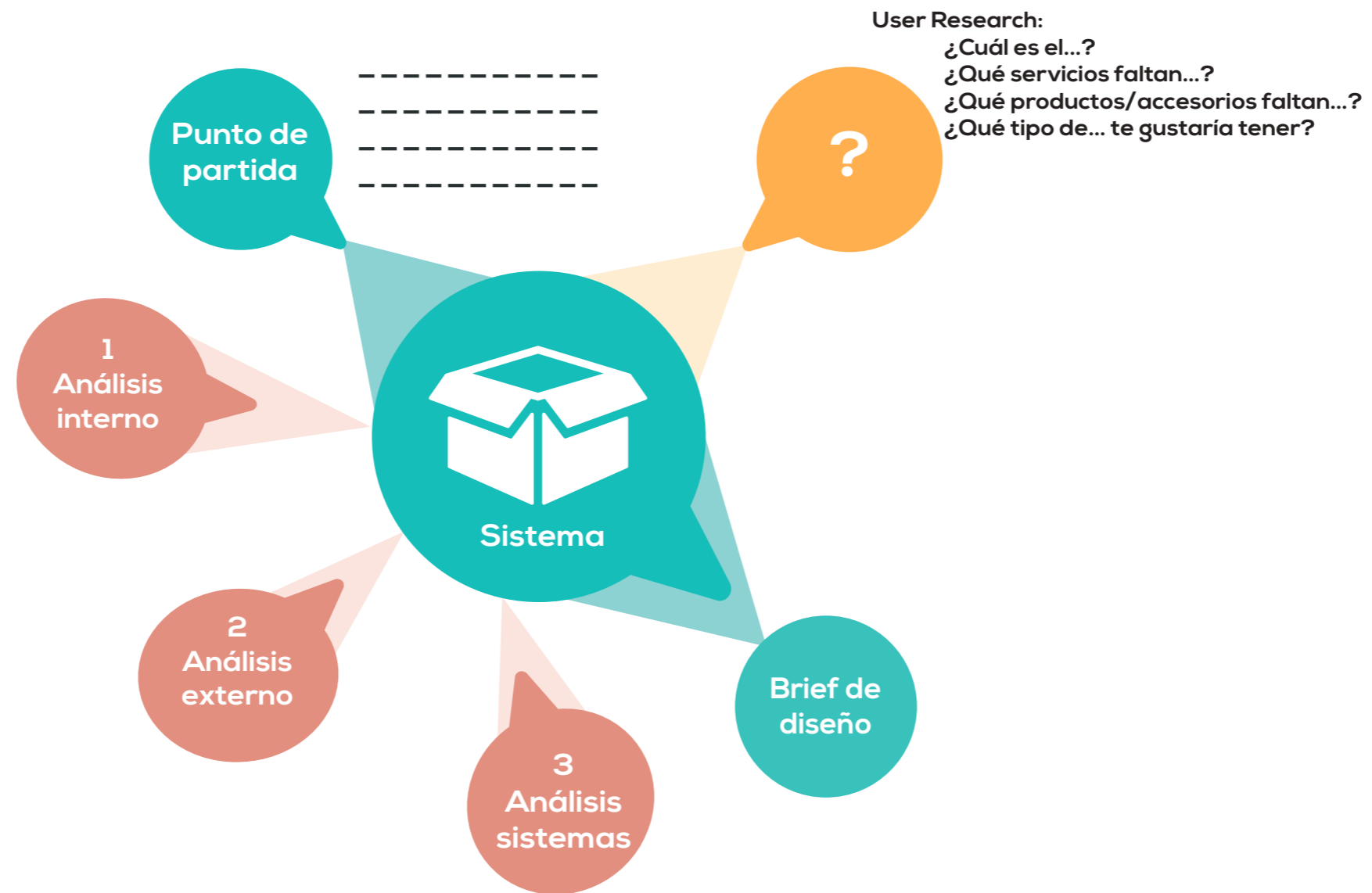
	Pasos	
	Sistemas	
	Interacción sistemas	
	Problemas	
	Oportunidades	
PERFIL:	Concretar acciones clave	

2.4.2. INTERACTION VOCABULARY

Fases de uso

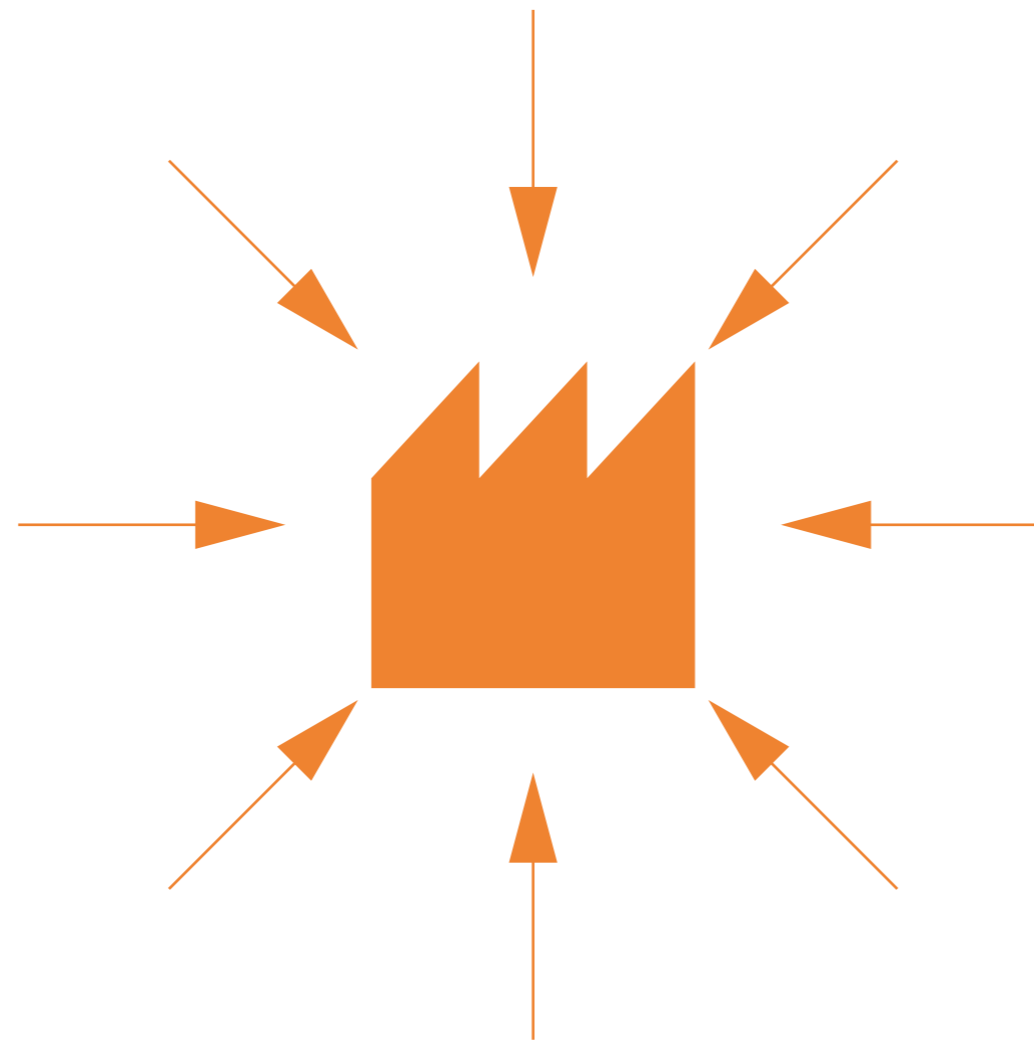


lenta	—	rápida
paso a paso	—	fluida
instantánea	—	retrasada
uniforme	—	dispar
constante	—	inconstante
mediada	—	directa
a distancia	—	cercana
aproximada	—	precisa
gentil	—	potente
casual	—	intencionada
obvia	—	encubierta



2.5.1. ANÁLISIS INTERNO

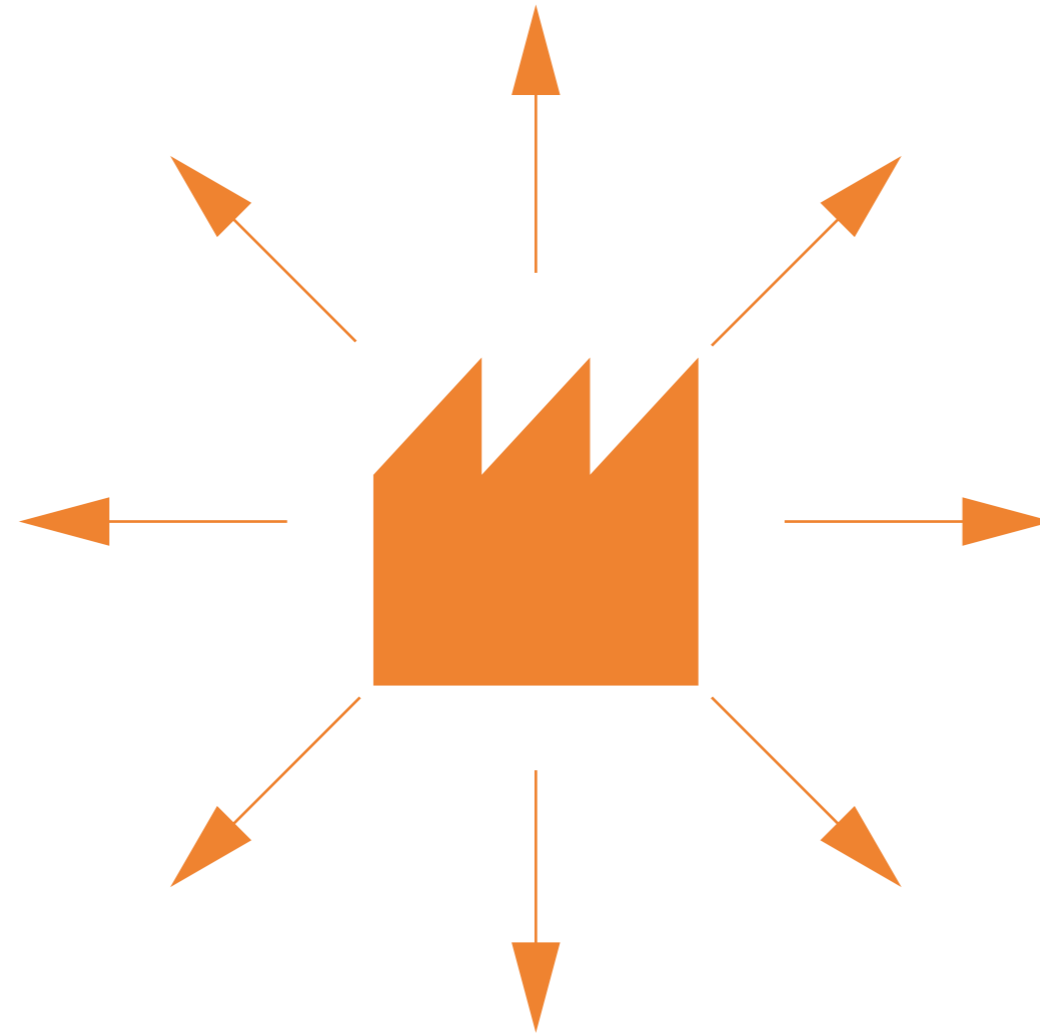
Fase de uso



MOTIVA-PRO

2.5.2. ANÁLISIS EXTERNO

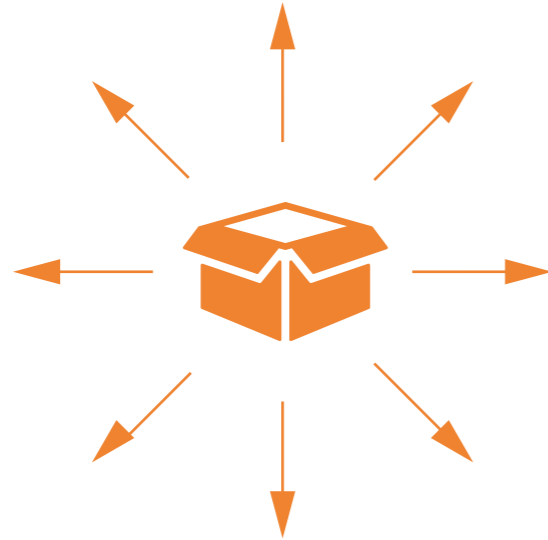
Fase de uso



MOTIVA-PRO

2.5.3. ANÁLISIS DE SISTEMA

Funciones básicas del sistema



Enumerar las experiencias clave

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

Relacionar con las necesidades

autoestima	autorrealización
autonomía	bienestar físico
cercanía	competencia
lujo-dinero	popularidad
placer-estimulación	seguridad

Describir la interacción

lenta	—	rápida	a distancia	—	cercana
paso a paso	—	fluida	aproximada	—	precisa
instantánea	—	retrasada	gentil	—	potente
uniforme	—	dispar	casual	—	intencionada
constante	—	inconstante	obvia	—	encubierta
mediada	—	directa			

¿Por qué?

2.6.1. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

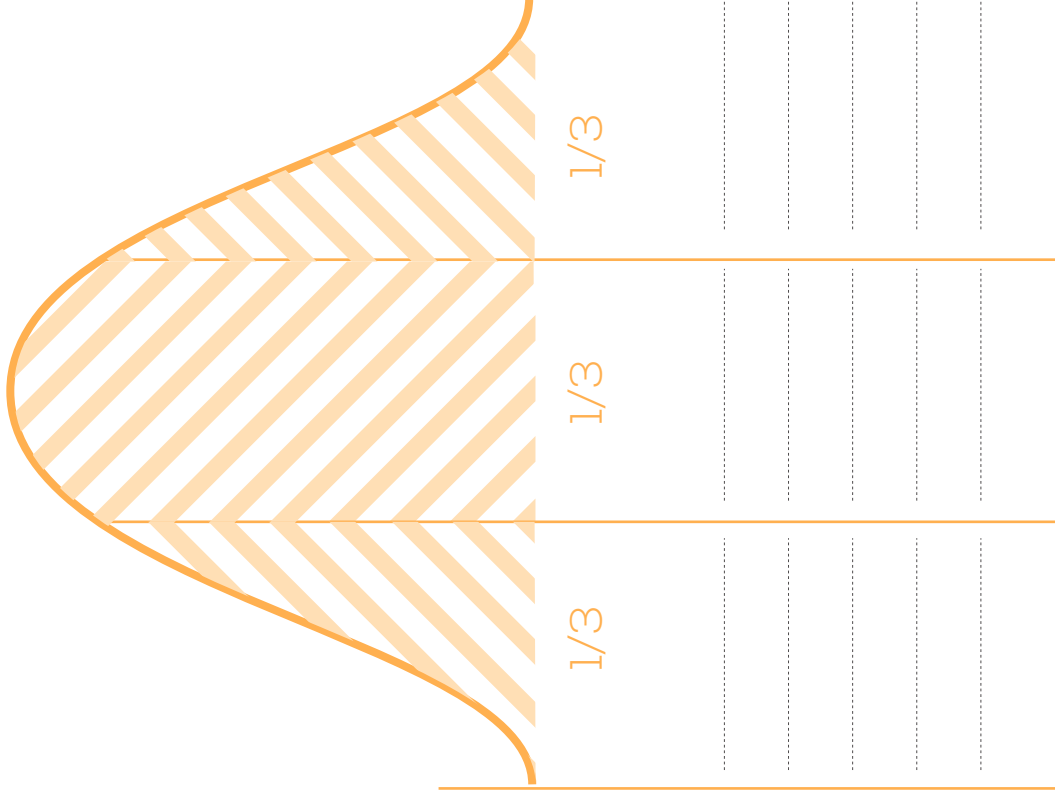
Fases de uso



Participantes



¿Cuántos participantes necesitas para la investigación?



Usuarios

extremos

Identifica los participantes que podrían encajar en cada grupo. Selecciona un tercio en cada grupo.

3.1. MATRIZ DE OPORTUNIDADES

Proyecto para...



Persona



Contexto



Acción



Motivación



Sistema

3.2. OPORTUNIDAD



1.2. SELECCIÓN DE PARTICIPANTES

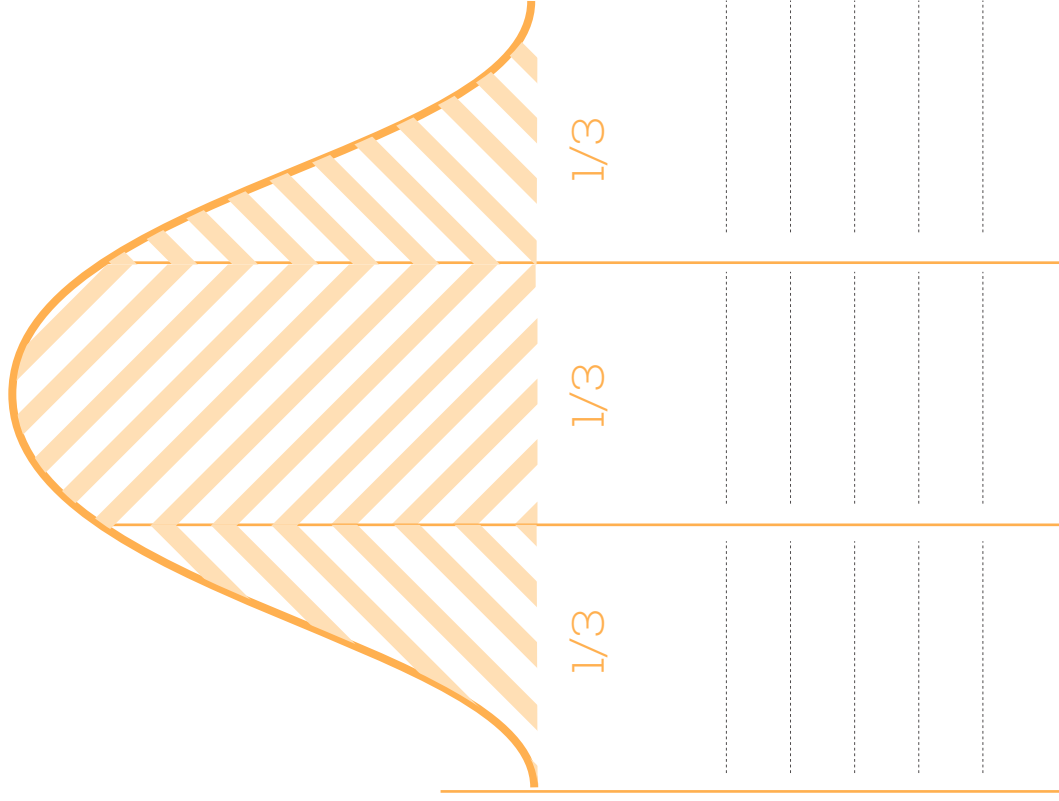
Fases de uso



Participantes



¿Cuántos participantes necesitas para la investigación?



Usuarios

extremos

Identifica los participantes que podrían encajar en cada grupo. Selecciona un tercio en cada grupo.

MOTIVACIÓN:

NUM	MOMENTO/ SITUACIÓN	VIVENCIA

PATRONES

--	--	--	--



PATRÓN:

Escenario

Resume el escenario de partida.

.....

.....

.....

Concepto de experiencia

Describe a modo de historia el concepto de experiencia.

.....

.....

.....

Interacción

Describe la acción principal que da pie a dicha experiencia.
Define las características que debería tener la interacción mediante los pares de adjetivos.

- lenta — rápida
- paso a paso — fluida
- instantánea — retardada
- uniforme — dispar
- constante — inconstante
- mediada — directa
- a distancia — cercana
- aproximada — precisa
- gentil — potente
- casual — intencionada
- obvia — encubierta

¿por qué?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Storyboard

Elementos

¿Qué elementos toman parte en la experiencia?



Valoración:



Valoración:



Valoración:



Valoración:



Valoración:

Acción principal

Resume el concepto de la experiencia

.....

.....

.....

.....

Concepto de sistema

Describe brevemente el sistema que se busca diseñar.

.....

.....

.....

.....

Interacción

Describe la acción principal que da pie a dicha experiencia.

Define las características que debería tener la interacción mediante los pares de adjetivos.

- ¿por qué?
- lenta — rápida
 - paso a paso — fluida
 - instantánea — retardada
 - uniforme — dispar
 - constante — inconstante
 - mediada — directa
 - a distancia — cercana
 - aproximada — precisa
 - gentil — potente
 - casual — intencionada
 - obvia — encubierta

.....

.....

.....

.....

Características

.....

.....

.....

.....






.....

.....

.....

Elementos

¿Qué elementos toman parte en la experiencia?

				
Valoración:	Valoración:	Valoración:	Valoración:	Valoración: