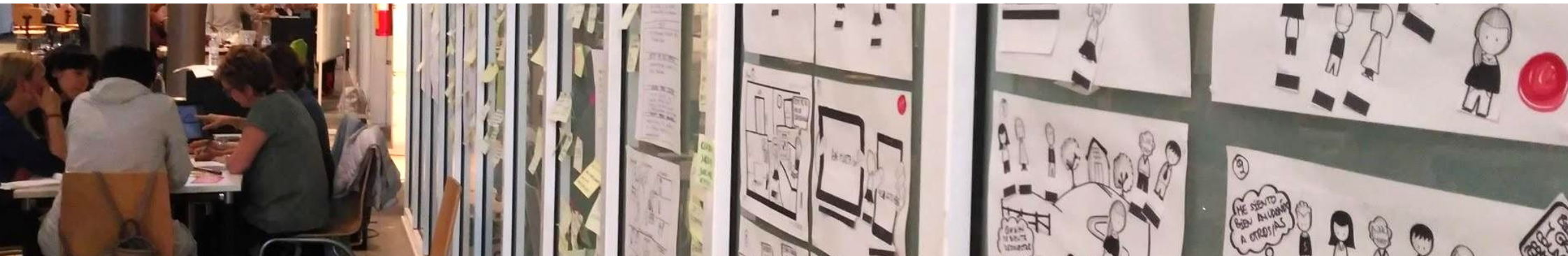


# Desarrollo de un modelo para la atención multicanal a las personas mayores para el acceso a los trámites de la Administración General del Estado. Análisis del Problema.

Febrero de 2023



Metodología de trabajo  
propuesta.

# Objetivos.

- **Determinar y describir los arquetipos** relevantes para el acceso a trámites de la AGE por parte de personas mayores a través de los canales presencial, telefónico y online.
- Describir los pasos y las interacciones que dichos arquetipos realizan para acceder a dichos trámites, y **analizar su experiencia** como usuarios.
- Identificar y **seleccionar los aspectos que suponen una peor experiencia** para cada arquetipo en cada canal, para su tratamiento en posteriores fases del proyecto.
- Incorporar en el análisis los **puntos de vista de personas empleadas en oficinas de atención**, de **asociaciones** de la sociedad civil centradas en personas mayores, y de **personas mayores** representativas de los arquetipos definidos.

# **Metodología.**

## **Design Thinking**

Metodología para la resolución de problemas o para abordar desafíos, ofreciendo soluciones que responden a las necesidades reales de las personas.

## **Diseño centrado en las personas**

Filosofía que tiene como premisa que para garantizar el éxito de un producto hay que tener en cuenta al usuario en todas las fases del diseño, situándolo en el centro de todo el proceso.

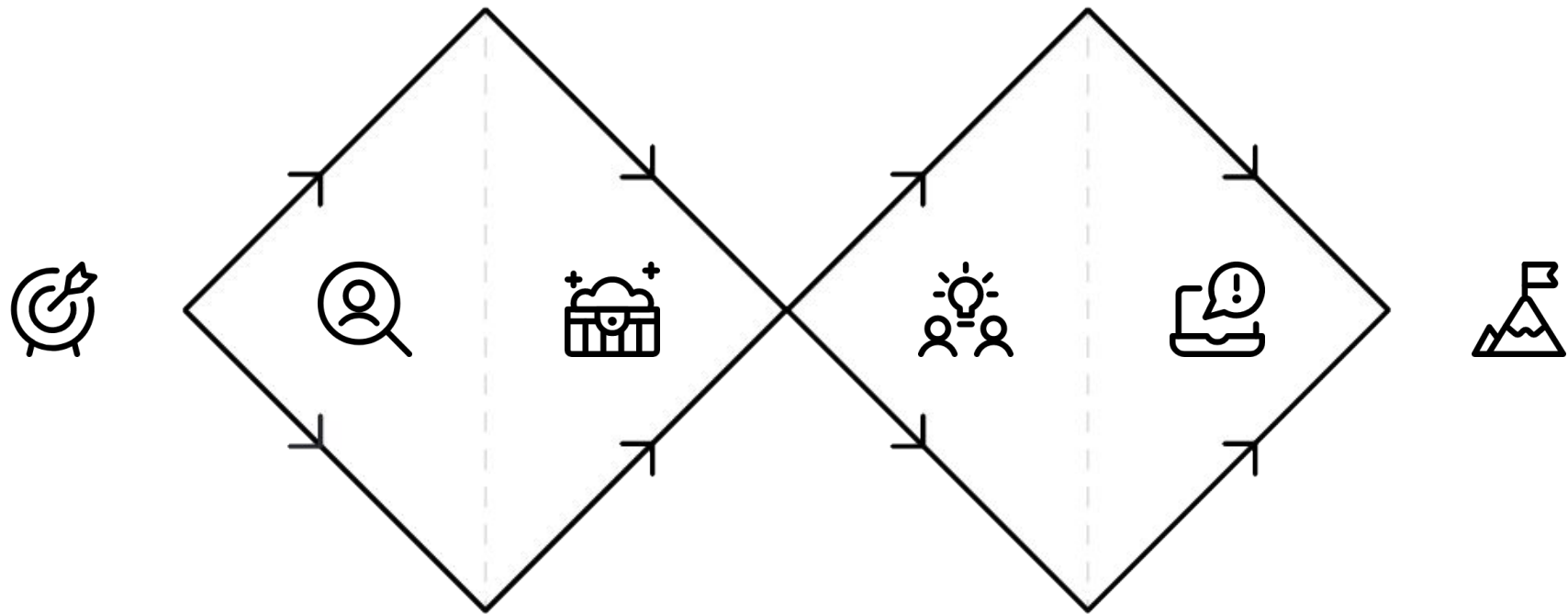
# Metodología.

Distintos métodos de diseño, para la innovación centrada en las personas, tales como el **Design Thinking y el Diseño Centrado en las Personas**, son adaptados a las necesidades del proyecto en cuestión.

Los principios bajo los que se trabaja son:

1. Las **necesidades y requerimientos de los distintos grupos de interés del proyecto**, se estudian desde un enfoque principalmente cualitativo mediante **técnicas etnográficas y procesos participativos**.
2. Los proyectos se abordan en **grupos de trabajo multidisciplinares** en los que las diferentes personas **identifican problemas y cocrean soluciones**.
3. El servicio o proceso se estudia como una secuencia de sucesos, identificando **momentos de la verdad y puntos de mejora**.
4. Se trabaja bajo un enfoque holístico que permite una **visión global del servicio o proceso** en su contexto.

# Metodología.



**Reto.**

**Investigar.**

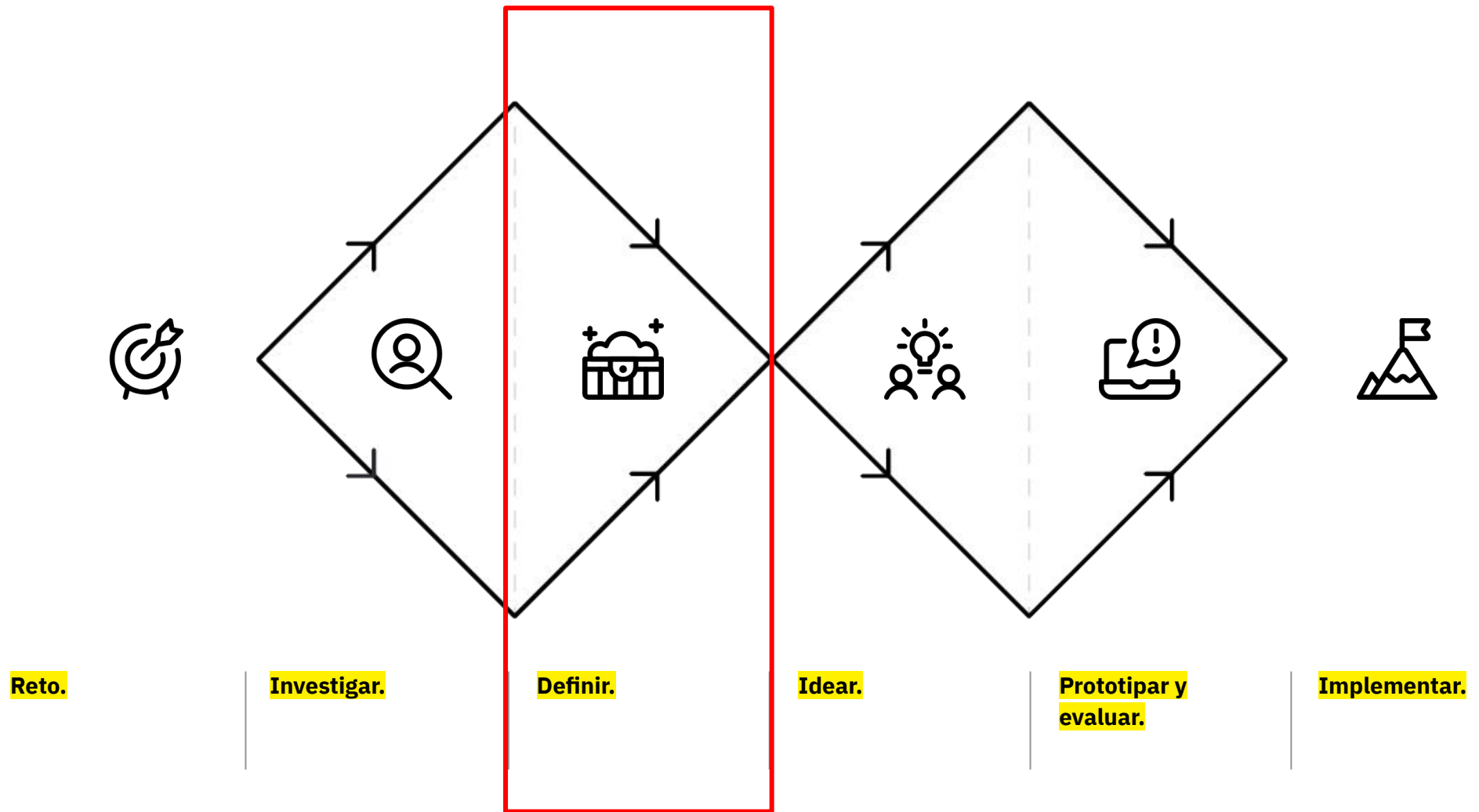
**Definir.**

**Idear.**

**Prototipar y  
evaluar.**

**Implementar.**

# Metodología.



# Técnicas.

Para las sesiones 1 y 2 se construirán 3 arquetipos, 1 por cada canal de atención al usuario (presencial, telefónico y online), y se validarán.

Un **arquetipo** es una representación ficticia de un grupo de usuarios que sirve para comprender mejor sus necesidades, deseos y comportamientos.

Para las sesiones 3, 4, 5 y 6 se construirán 3 mapas de experiencia, uno por cada canal de atención al usuario (presencial, telefónico y online), y se validarán, identificando además sobre ellos los puntos clave de mejora.

El **mapa de experiencia de usuario** es una herramienta visual que muestra las acciones que realiza el usuario a lo largo de su interacción con el producto o servicio y las emociones, pensamientos y puntos de contacto asociados a cada momento. Su propósito es permitir visualizar y comprender mejor la experiencia del usuario y encontrar oportunidades para mejorarla.

# Sesión 1

Trabajo con **asociaciones** centradas en personas mayores para la definición de los arquetipos de personas mayores a considerar en cada canal (1 arquetipo por canal).

Sesión online.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 15h.

1 facilitador/a.

The screenshot shows a Zoom meeting interface. At the top, the meeting title is "Ignacio iturralde y 23 más" with a participant count of 30 and a time of 13:18. The main workspace is a collaborative board with a grid of yellow sticky notes. The notes are organized into columns representing a process flow: Contacto, Mostrar itinerario, Inicio trámites, Propuesta, Selección, Evaluación, Resolución, Revisión, and Valoración final. A "Guest Developer" label is positioned above the first two columns. Below the main grid, there are more sticky notes detailing contact methods (e.g., "web, teléfono, espacio físico de la oficina o videollamada") and specific actions like "Proponer información clara" and "Contacto de seguimiento". On the right side of the workspace, there are labels for "Guest Painter", "Guest Developer", "Guest Artist", and "Guest Thinker". At the bottom of the workspace, there are sticky notes for "revisión de la agenda", "Selección y envío de candidatos por INAEM", "registrar la información de otros candidatos", and "gestión del contrato". The video gallery on the right shows several participants, with some faces obscured by yellow circles. The name "GLORIA... PEREZ" is visible at the bottom of the gallery. At the bottom of the Zoom window, there are icons for mute, video off, and chat, along with a notification that "Jesús Betrán está presentando".

## Dinámica de la sesión 1

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Construcción de los arquetipos (1 por canal de atención al usuario).

# Ejemplo de persona trabajada en la sesión

**Fractal**  
Strategy

**Persona - Canal online**

somosfractal.com - @fractal\_uxsd

**¿Qué diría?**

Es más cómodo hacer los trámites desde casa

Así me evito el desplazamiento

Me tranquiliza saber que si online no lo consigo, puedo ir presencial

**¿Cómo es? ¿Qué le caracteriza?**

Son pocas personas.

- Utiliza internet regularmente (whatsapp, ...)
- Son recién jubilados o con estudios universitarios
- Acaba de salir de una actividad profesional relacionada con la informática
- Nivel socioeconómico medio-alto
- Tiene apoyo social (de familiares)
- 67 años, con apoyo social, se defiende online
- Nivel básico en su relación con la tecnología
- Disponen de un ordenador y lo saben usar
- Ha aprendido por necesidad: covid,
- Entorno urbano
- Inquietudes
- Cierta familiaridad con el lenguaje administrativo
- Saben funcionar con alguna tecnología (WhatsApp) pero no con todas (trámites)
- otros tablets o móvil (no todos tienen la posibilidad de comprar ordenadores)

**Frustraciones**  
¿Qué problemas encuentra?

- Encontrar la página es difícil
- Encontrar el trámite una vez encontrada la página es difícil
- El lenguaje es complejo (muy técnico)
- Identificación digital
- algunas transacciones no se pueden realizar desde un móvil, ej. renta
- + dificultades a la hora de manejar teléfonos móviles
- Hay demasiadas opciones de trámites y hasta que no entras no sabes lo que es
- Hay que navegar abriendo distintas páginas e ir volviendo atrás, eso le desorienta
- Una vez terminado el proceso le preocupa que no se haya registrado bien
- Le resulta complicado/incómodo desplazarme
- barreras de entrada
- No tiene apoyo social disponible siempre
- No tiene recursos para internet, teléfono u ordenador con acceso
- temor por las estafas digitales
- Posteriormente siempre quedan dudas.
- Inseguridad

**Motivaciones**  
¿Qué valora? ¿Cuáles son sus objetivos?

- Ahorra tiempo
- No tiene que desplazarse
- No esperar colas, estar de pie (comodidad)
- Curiosidad y ganas de aprender (minoría)

**Necesidades**  
¿Qué necesidades tiene?

Referentes: digitalita

- conocer sus derechos, a través de qué canales puede relacionarse.
- Adaptar el servicio a las personas mayores de ahora
- Formación sobre las acciones necesarias para relacionarse con la administración (firma digital)
- Letras grandes
- Apoyo tras la informática para animar a intentarlo, plus de seguridad (confianza).
- Que sea más sencillo > mejor diseño de la interfaz
- Ayuda contextual visual
- Infografías del paso a paso con flechas
- Evitar tecnicismos
- Siempre un teléfono de contacto

<b>Escala digital</b>	1 No ha probado y no quiere.	2 Ha probado pero ya no.	3 Desea pero no tiene posibilidad.	4 Reacio/a a lo digital.	5 En fase de aprendizaje.	6 Realiza tareas específicas.	7 Capacidades digitales básicas.	8 Se desenvuelve con soltura.	9 Experto/a.
<b>Relación con la administración</b>	1 No tiene ni la va a tener.	2 La conoce pero no tiene interés.	3 Tiene interés pero no la entiende.	4 Necesita ayuda.	5 Se siente inseguro/a.	6 Necesita consultar algunos datos.	7 Sabe interpretarlo correctamente.	8 La conoce bastante bien.	9 Experto/a.

FF

## Sesión 2

Trabajo con **personas mayores** seleccionadas para la validación de la definición de los arquetipos considerados.

---

Sesión presencial.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 15h.

1 facilitador/a.



## Dinámica de la sesión 2

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Validación de los arquetipos construidos en la sesión 1.

Para la validación se utilizarán preguntas como:

- Piensa en la última vez que hiciste un trámite con la administración, ¿qué canal utilizaste? ¿por qué?
- ¿Cuál es tu canal favorito para relacionarte con la administración? ¿por qué?
- ¿A través de qué canal preferirías relacionarte con la administración? ¿por qué?

## Sesión 3

Trabajo con **personas empleadas en oficinas de atención** para la definición y el análisis de la experiencia de usuario en los canales presencial, telefónico y online.

En salas paralelas se realizarán 3 sesiones:

- 3.1. grupo presencial.
- 3.2. grupo teléfono.
- 3.3. grupo online.

---

Sesión online.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 45h.

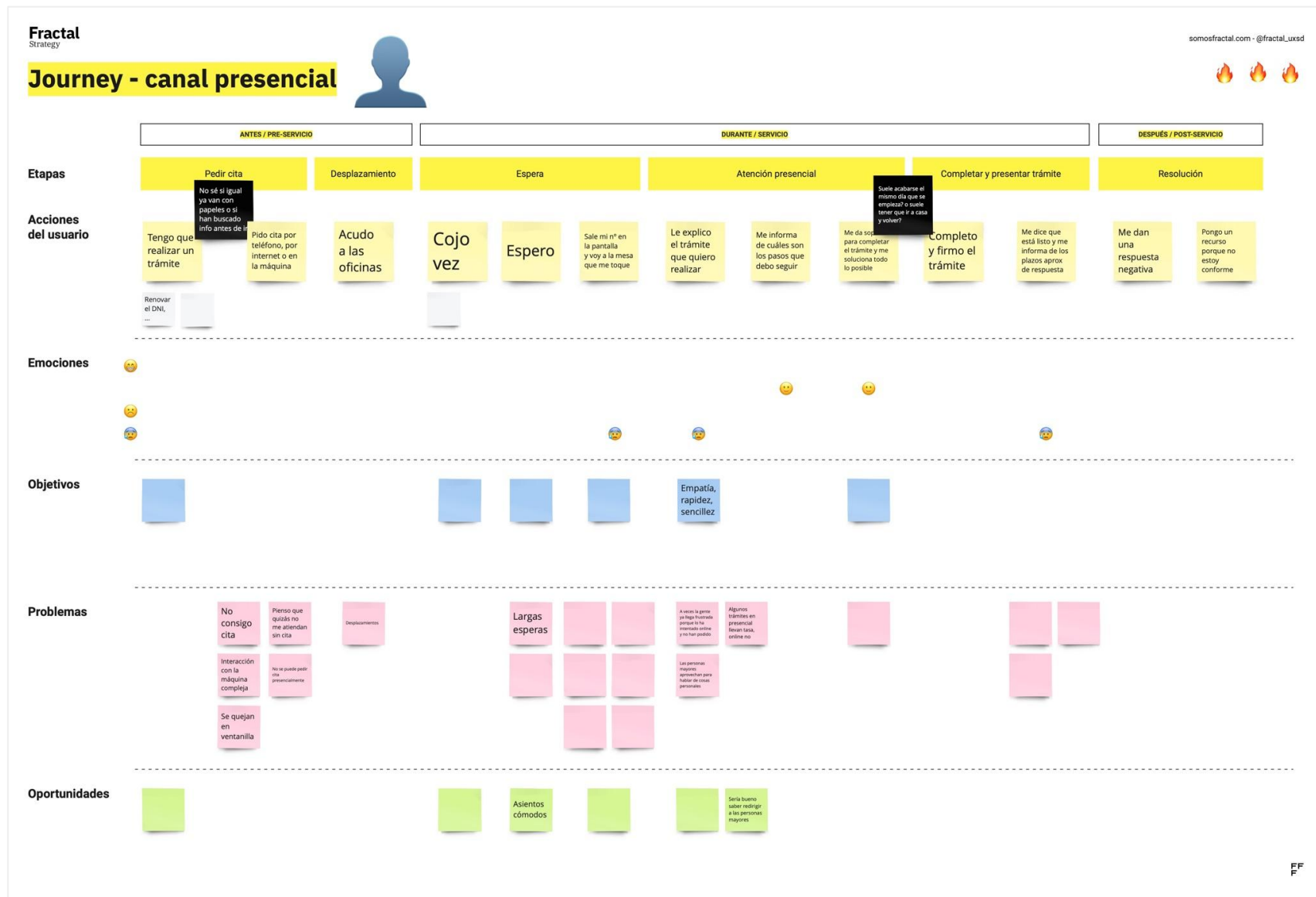
3 facilitadores/as.



## Dinámica de la sesión 3

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Construcción del mapa de experiencia de usuario (1 por canal de atención al usuario).

# Ejemplo de mapa de experiencia que se trabajará en la sesión



## Sesión 4

Trabajo con **personas empleadas en oficinas de atención** para la definición y el análisis de la experiencia de usuario en los canales presencial, telefónico y online.

En salas paralelas se realizarán 3 sesiones:

- 4.1. grupo presencial.
- 4.2. grupo teléfono.
- 4.3. grupo online.

---

Sesión online.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 45h.

3 facilitadores/as.



## Dinámica de la sesión 4

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Construcción del mapa de experiencia de usuario (1 por canal de atención al usuario) partiendo de lo trabajado en la sesión 3.

## Sesión 5

Trabajo con **asociaciones** centradas en personas mayores para el análisis de los aspectos que suponen una peor experiencia en cada uno de los canales. Se realizará una sesión por cada canal.

En salas paralelas se realizarán 3 sesiones:

- 5.1. grupo presencial.
- 5.2. grupo teléfono.
- 5.3. grupo online.

---

Sesión online.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 45h.

3 facilitadores/as.



## Dinámica de la sesión 5

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Revisión de los mapas de experiencia elaborados en las sesiones 3 y 4.
- Identificación de los puntos de dolor de cada uno de los mapas de experiencia del usuario.

## Sesión 6

Trabajo con **personas mayores** seleccionadas para la validación de los aspectos que suponen una peor experiencia en el acceso a los trámites de la AGE.

---

Sesión presencial.

Duración aproximada de la sesión: 2h.

Preparación + análisis: 15h.

1 facilitador/a.



## Dinámica de la sesión 6

- Introducción.
- Presentaciones.
- Objetivos de la sesión.
- Revisión de los mapas de experiencia elaborados en las sesiones 3 y 4.
- Validación de los puntos de dolor de cada uno de los mapas de experiencia del usuario.

# Planificación de los trabajos.

**Sesión 1** - Entregable: arquetipos y sus necesidades.

Febrero primera quincena.

**Sesión 2** - Entregable: arquetipos y sus necesidades versión 2.

Febrero segunda quincena.

**Sesión 3** - Entregable: 3 mapas de experiencia de usuario uno por canal.

Marzo primera quincena.

**Sesión 4** - Entregable: 3 mapas de experiencia de usuario uno por canal versión 2.

Marzo segunda quincena.

**Sesión 5** - Entregable: Hallazgos de los puntos clave a mejorar en las experiencias.

Abril primera quincena.

**Sesión 6** - Entregable: Hallazgos de los puntos clave a mejorar en las experiencias versión 2 contrastada.

Abril segunda quincena.

## Fractal Strategy SL

B99532525

c/ Baltasar Gracián 6, entlo. D  
50005 Zaragoza

657 301 742

[hola@somosfractal.com](mailto:hola@somosfractal.com)

