



# Proyecto: DecoArt

Product Design Case Study

Macarena Oviedo

UX/UI Designer

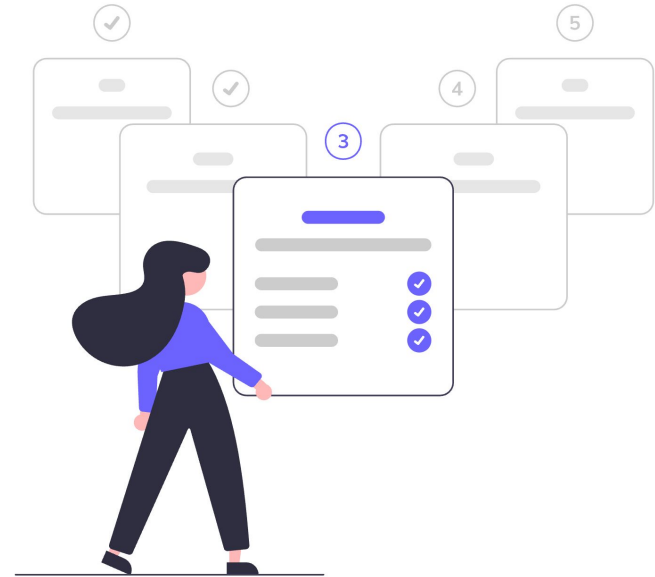
Marzo 2026



---

# Contenido

- 1.- [Problemática y motivo](#)
- 2.- [Contexto y oportunidad](#)
- 3.- [Modelo de negocio](#)
- 4.- [Diseñando soluciones](#)
- 5.- [Solución](#)
- 6.- [Medición del éxito](#)
- 7.- [Plan de medición](#)
- 8.- [Próximos pasos](#)





## **Problemática y motivo**

Los vertederos se han transformado en un problema por la gran cantidad de desechos no degradables que se han acumulado durante los últimos años y no solo en vertederos, también en la calle, carreteras, etc. Lo cual supone un problema grave para el medio ambiente y para la población que debe convivir cerca de estos residuos.

---

## ¿Qué es un residuo?

Son materiales, sustancias u objetos **sobrantes** que, tras haber sido utilizados o perder su valor, se consideran inútiles y se destinan a la **eliminación o disposición final**.



# Tipos de residuos y reciclaje

- **Plásticos:**

Pet (Triturados y fundidos → nuevos envases, fibras textiles)

HDEP (Detergentes → Nuevos envases, tuberías)

PVC (Tuberías → Requiere tratamiento especial, no todos los centros lo aceptan)

- **Vidrio:** Triturada → Nuevo vidrio sin pérdida de calidad, puede reciclarse infinitamente

- **Papel y cartón:** Triturado, lavado → papel reciclado, cartón, papel prensa

- **Orgánicos: Compostaje casero, abono para jardines o huertos()**

- **Tetra Pak:** Separación mecánica de capas, Cartón, Aluminio y plástico. Mediaguas:

<https://www.biobiochile.cl/noticias/2010/05/22/con-envases-tetra-pak-comienzan-a-alejar-el-frio-en-las-mediaguas-de-damnificados.shtml>





# Beneficios y desventajas del reciclaje

## Beneficios

- Ahorra energía (ej. aluminio: hasta 95% menos que producción nueva)
- Reduce la extracción de materias primas
- Disminuye emisiones de gases de efecto invernadero
- Menos basura en vertederos e incineradoras
- Menor uso y vertido de químicos en ríos y océanos

## Desventajas

- Emisiones por camiones y logística compleja
- Consumo de energía y agua, uso de productos químicos
- Mezcla de materiales incompatibles que contaminan reciclajes
- Residuos secundarios del reciclaje mal tratado
- Muchos materiales pierden calidad tras ser reciclados (ej: plásticos)

---

# Contexto y oportunidad

# Contexto

El aumento de residuos domésticos y el interés por el reciclaje han generado una oportunidad para soluciones educativas que promuevan reutilización funcional de materiales.

Sin embargo:

- La mayoría de contenidos reciclaje son recreativos
- No generan impacto sostenible real
- No existen plataformas inteligentes personalizadas



Flor con pajitas de plástico 🌸  
56 K visualizaciones



Cómo hacer un corazón con popotes 🧡  
65 K visualizaciones



Este adorno decorará cualquier ambiente de ...  
46 K visualizaciones



técnica soplado de bombilla  
7 K visualizaciones



Sorbetes Reutilizables  
79 K visualizaciones



# Problema y oportunidad

Usuarios interesados en reciclaje doméstico carecen de herramientas educativas estructuradas que permitan transformar materiales en productos funcionales y sostenibles.

Nos podemos encontrar con:

- Baja oferta en talleres de reciclaje
- Falta de aprendizaje guiado
- Desconocimiento sobre qué materiales son reciclables y cuáles no



# Objetivo general

Diseñar una plataforma online educativa que promueva la reutilización sostenible mediante aprendizaje práctico y personalizado.

## Objetivos estratégicos

- Diseño de plataforma e-learning
- Modalidad free/premium sostenible
- Incentivar una economía circular transformando aprendizaje en oportunidades económicas
- Generar impacto ambiental positivo
- Comunidad creativa (Talleres, ferias, eventos)

# Modelo de negocio

Business Model Canvas





## Propuesta de valor Usuarios

Una sola plataforma con contenido y proyectos de impacto real a su vida, espacio personal y promoviendo una economía circular, educando y creando conciencia.

- Aprendizaje práctico sostenible implementando IA (Chat-Feedback)
- Desarrollo de habilidades de reutilización
- Desarrollo de emprendimiento sostenible
- Crear comunidad
- Usuarios pueden consumir contenido o crearlo



## Propuesta de valor Negocio

Proyecto DecoArt busca ampliar el valor educativo mediante personalización avanzada, contenido especializado y desarrollo de emprendimiento sostenible, permitiendo al mismo tiempo sostener el crecimiento de la plataforma.

- Modelo free/premium que permite acceso masivo
- Conversión a servicios premium mediante personalización avanzada
- Mayor retención de usuarios al poder generar ingresos con sus propios proyectos
- Comisión por ventas
- Escalabilidad del producto educativo



# Segmentos de Clientes

## Usuarios principales

- Personas interesadas en reciclaje y sustentabilidad.
- Personas que disfrutan manualidades y DIY.
- Personas que quieren emprender artesanalmente.
- Usuarios que buscan hobbies productivos.

## Usuarios secundarios

- Escuelas o instituciones educativas
- Comunidades ecológicas
- Organizaciones sociales
- Marcas sustentables que quieran colaborar



# Canales

¿Cómo llega DecoArt a los usuarios?

- Redes sociales (tutoriales cortos, inspiración DIY)
- SEO / contenido educativo sobre reciclaje
- Alianzas con comunidades sustentables
- Programa “Referidos”
- Influencers eco-friendly
- Talleres presenciales o ferias
- Marketplace artesanal



# Engagement

¿Cómo nos siguen eligiendo?

- Personalización con IA
- Seguimiento progreso aprendizaje
- Programa “Referidos”
- Comunidad colaborativa
- Feedback personalizado IA
- Marketplace para vender creaciones



# Fuentes de Ingreso

Modelo Freemium

## Versión Free

- Acceso a contenido básico
- Recomendaciones IA limitadas (Chat)
- Proyectos introductorios
- Acceso a calendario a ferias, talleres, eventos

## Versión Premium

- Acceso a contenido ilimitado
- Recomendaciones IA (Chat - Feedback)
- Comunidad DecoArt
- Acceso a marketplace (e-commerce)
- Pase expositor ferias, talleres, eventos DecoArt



## Actividades Clave

¿Qué se necesita para operar?

- Diseño y desarrollo plataforma e-learning
- Desarrollo de IA de recomendación
- Producción contenido educativo
- Gestión de la comunidad
- Implementación marketplace
- Marketing y adquisición de usuarios
- Definir métricas de éxito y mejora continua de la plataforma

---

# OKR'S (Objectives & Key Results)

¿Qué quiere lograr el producto a nivel estratégico?



## OKR's

- **Objective** Convertir la plataforma en el **principal hub** de aprendizaje de confección sustentable.



## ¿Cómo?

### KR1:

Alcanzar **10.000** usuarios registrados en **6 meses**.

### KR2:

Lograr **8%** de conversión de **free a premium**.

### KR2:

Alcanzar **40%** de **finalización** de cursos

---

# Funnel de conversión

¿Cómo un usuario pasa desde descubrir DecoArt hasta convertirse en premium y generar valor real?



## Métricas AARRR

### Adquisición

Usuarios acceden a la plataforma por primera vez mediante distintos canales.

### Activación

Usuario de registra en la plataforma.

### Retención

Comienza a realizar tutoriales, se interesa por el contenido premium

### Revenue

Contrata plan premium para acceder al contenido completo.

### Referidos

Recomienda la plataforma, promociona sus productos.

# Diseñando soluciones

Creando un producto que funcione para las personas y para el negocio basado en la metodología **Design Thinking**.

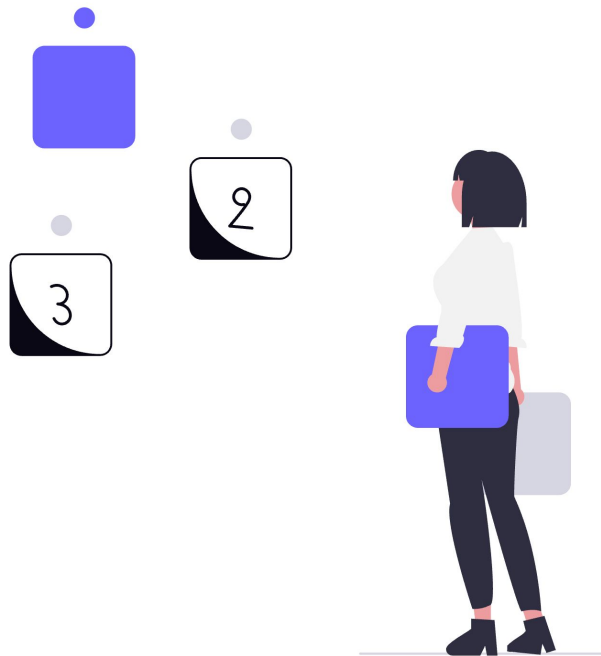




## Proceso de diseño

El proceso de diseño se realizará bajo metodología **Design Thinking** considerando las siguientes etapas:

- Empatizar
- Definir
- Idear
- Prototipar
- Testear





# Research plataformas e Insights

## Plataformas

- Youtube
- Udemey
- Pinterest
- Tik Tok
- Sitio web varios de manualidades

## Insights

- Guía paso a paso
- Video tutoriales
- Barra de progreso
- Personalización/algorithmo
- Certificaciones
- Versión free
- Versión premium
- Payment methods
- Comunidad
- Reviews



## Uso de tecnología



Jóvenes **16-29 años**

Alta adopción de tecnología lo que sugiere **alta probabilidad** de uso de actividades online.



Adultos **30 a 59 años**

Adopción de tecnología ligeramente menor aún así sigue siendo un **segmento significativo** para actividades en línea.



Adultos mayores **60+**

Participación menor en actividades digitales debido a poco conocimiento tecnológico pero existe un crecimiento en **iniciativas de inclusión**.

<https://gs.statcounter.com/> con apoyo de IA generativa para extraer datos significativos.



## Interés en reciclar en Chile



**55,8%**

Un 55,8% de los chilenos afirma reciclar en sus hogares, aunque más de la mitad no tiene hábitos sustentables.



## Desarrollo de actividades creativas

### ¿Dónde?



Hogar



Espacio comunitarios o talleres



Aire libre

### ¿Cuándo?

En la tarde después del trabajo y fines de semana cuando tienen más tiempo libre.



## Empleabilidad y actividades creativas



### Empleados

- **Motivaciones:** Actividades creativas como forma de relajación y expresión personal.
- **Comportamiento:** Participan en talleres y cursos de manualidades, en su tiempo libre.



### Desempleados

- **Motivaciones:** Creación de objetos decorativos puede ser una forma de generar ingresos adicionales y ocupar el tiempo de manera productiva.
- **Comportamiento:** Actividades de reciclaje y creación de productos decorativos como una alternativa económica.



### Jubilados

- **Motivaciones:** Actividades que les permitan mantenerse activos y conectados socialmente.
- **Comportamiento:** Participan en talleres comunitarios y actividades de manualidades, a menudo en grupos organizados.



### Dueñas de casa

- **Motivaciones:** Desean personalizar su hogar y expresar su creatividad.
- **Comportamiento:** Son una de las principales fuerzas impulsoras detrás de la creación de productos decorativos hechos a mano.



## Compra de productos artesanales



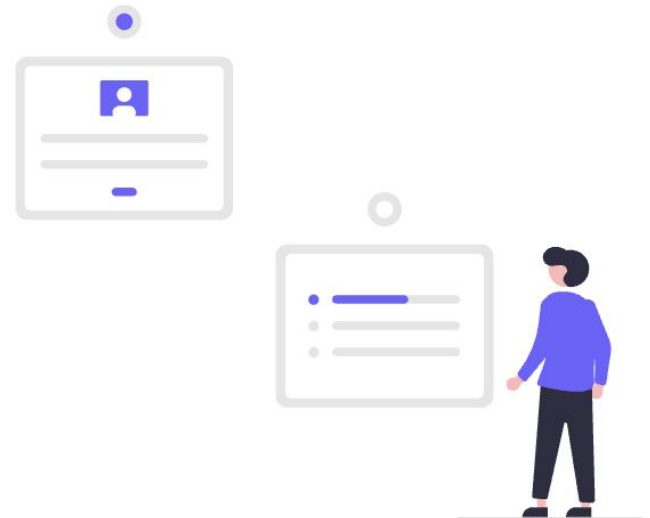
74%

El 74% de los chilenos estaría dispuesto a comprar regalos de segunda mano, lo que indica una apertura hacia productos no convencionales, incluidos los **hechos a mano**.

# Encuesta cuantitativa y cualitativa

Se realizó una encuesta cerrada a **40 personas** reales con un ítem de pregunta abierta con el fin de obtener datos **cuantitativos y cualitativos** y saber cuál es su interés real en **reciclar** y si realizan **actividades técnico/manuales/creativas** para ver si el producto es viable o no y conocer a nuestros usuarios.

- [Encuesta](#)
- [Resultados](#)





## Interés en reciclar



30 a 60 años

45%



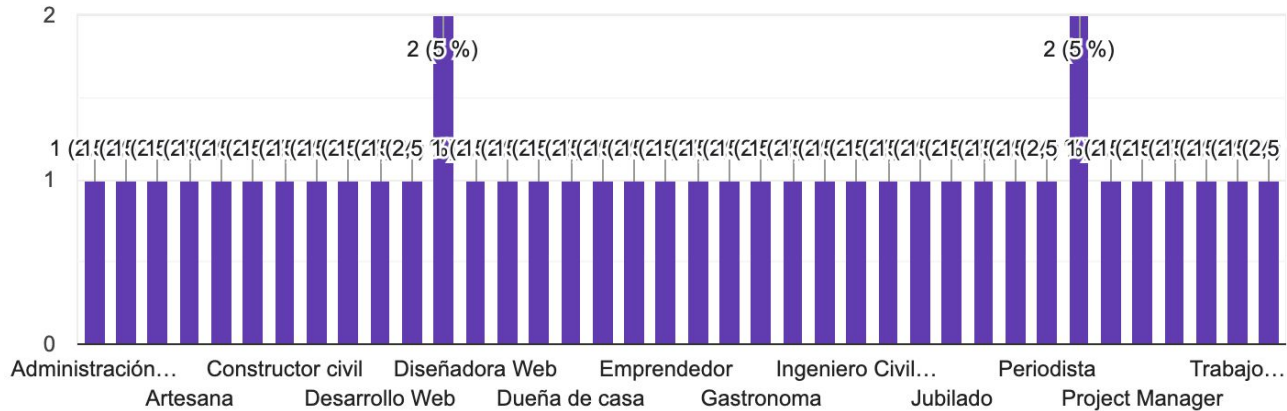
25 a 34 años

42,5%

70,6%

Tendencia a tener interés en reciclar.

# Empleabilidad



El tipo de ocupación de los encuestados es variada pero se inclina más a cargos desempeñados en **oficina**.



## ¿Productos de tienda o hechos a mano?

El 97,5% de los encuestados prefiere la confección de objetos deco-hogar con materiales reciclados en lugar de comprarlos en las grandes tiendas.

**97,5%**

Prefieren productos de  
materiales reciclados



## Interés en tutoriales online



Tutoriales online

60%



Talleres presenciales

32,5%

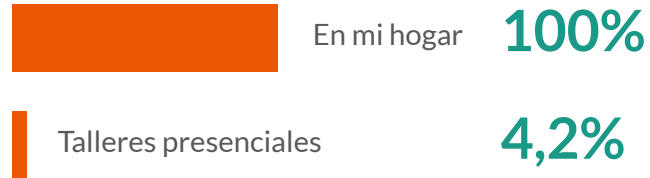
60%

Tendencia a preferir  
tutoriales online

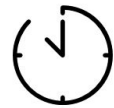
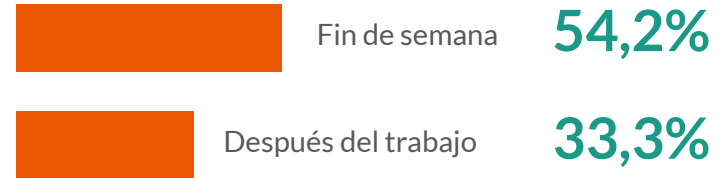


## Desarrollo de actividades creativas

### ¿Dónde?



### ¿Cuándo?



### Horas dedicadas





## Motivo



Distracción,  
recreacional

41,7%



Para conectar  
consigo mismo

33,3%



Generar ingresos  
adicionales

12,5%

41,7

Para distraerse del  
día a día

## Sensaciones y emociones

- Aprendizaje
- Ocupada y activa
- Relajo
- Entretenición
- Tranquilidad
- Alegría
- Alegría
- Gratificación
- Distracción
- Sentirse útil
- Me gusta



# Arquetipos

Francisca, 32 años

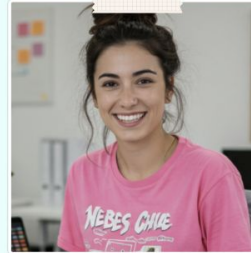
Diseñadora web

## Motivaciones 😊

Reciclar, cuidar su tiempo libre, aprender.

## Frustraciones 😞

No puede asistir a talleres presenciales.



## Francisca

"Archetype"

- 32 años
- Diseñadora web
- Providencia, región metropolitana

### Bio

Francisca es una mujer de clase media, tiene 32 años, es diseñadora y vive sola, hace poco adoptó una gatita. Trabaja en una agencia en formato híbrido entre la oficina y su pequeño departamento. Su trabajo es muy demandante y necesita alivianar su día a día de alguna forma por lo que después del trabajo y los fines de semana se dedica a pintar cuadros junto a su gatita para decorar su espacio personal, regalar a familia y amigos. Utiliza insumos de origen vegetal para cuidar el medio ambiente y recicla los frascos de pintura para comprar solo la recarga, lo cual le hace sentir muy feliz por cuidar el medio ambiente.

2 días a la semana se dedica a ordenar su departamento y aprovecha de reciclar cajas de huevo, leche, plástico, etc. que usa en el shaft ecológico de su edificio para disminuir su huella de carbono.

# Arquetipos

Ricardo, 40 años

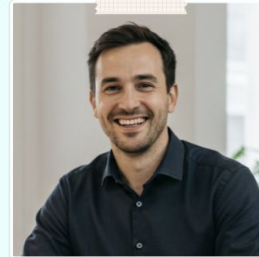
Contador auditor

## Motivaciones 😊

Reciclar, tiempo en familia, relajarse.

## Frustraciones 😞

Poco tiempo para actividades recreacionales.



## Ricardo

"Archetype"

- 40 años
- Contador auditor
- San miguel, región metropolitana.

## Bio

Ricardo es contador auditor y trabaja en un pequeño estudio en Santiago Centro. Va todos los días a la oficina y los fines de semana prefiere aprovecharlos para salir con su familia por lo que no tiene mucho tiempo para realizar otro tipo de actividades. Ricardo y su esposa conocen puntos de reciclaje cerca de su casa por lo que juntan desechos reciclables toda la semana y el fin de semana, antes de hacer sus actividades en familia, aprovechan de pasar en auto a reciclar, así contribuyen al medio ambiente y le enseña a sus hijos hábitos ecológicos. En su tiempo libre que es muy poquito, se dedica a tocar guitarra para conectar consigo mismo y relajarse mirando tutoriales online, le gusta aprender.

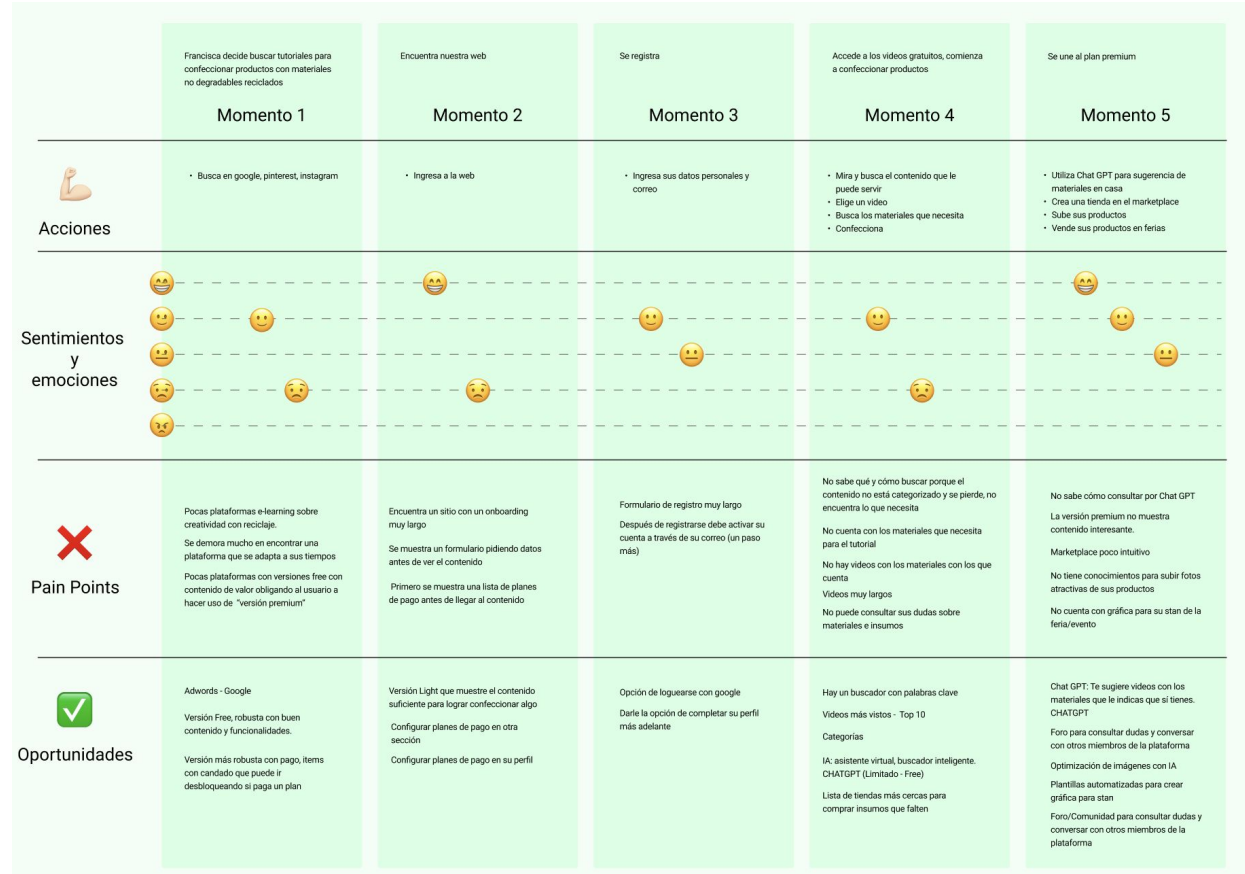


# Insights

- Existe un alto interés en reciclar entre los encuestados.
- Alta preferencia a realizar actividades creativas desde casa y los fines de semana.
- Encuestados desempeñan su labor en oficina por lo que hay un alto conocimiento de plataformas desktop.
- Las personas realizan actividades creativas para distraerse y conectar con ellos mismo.

# Journey map

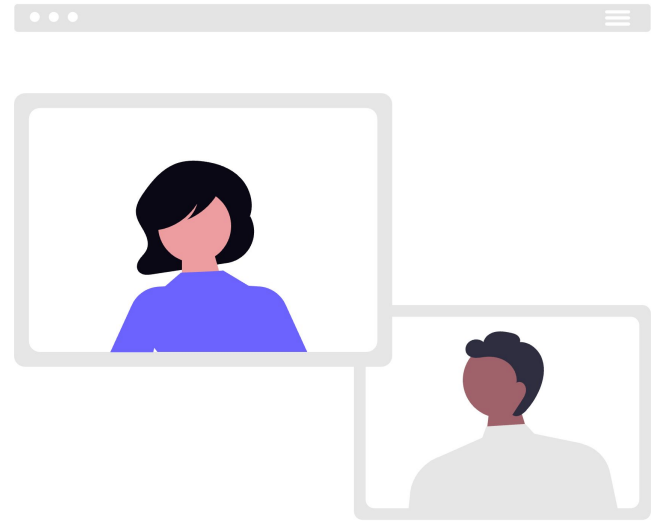
## Viaje del usuario





## Definición del problema

El aprendizaje de reciclaje creativo ocurre de forma dispersa y sin guía estructurada, lo que dificulta que los usuarios completen proyectos y desarrollen habilidades. Actualmente no existe una solución que combine aprendizaje creativo con experiencias **flexibles y creativas**, adaptadas a usuarios con **tiempo limitado**, lo que representa una oportunidad para diseñar una plataforma alineada a sus hábitos y motivaciones.





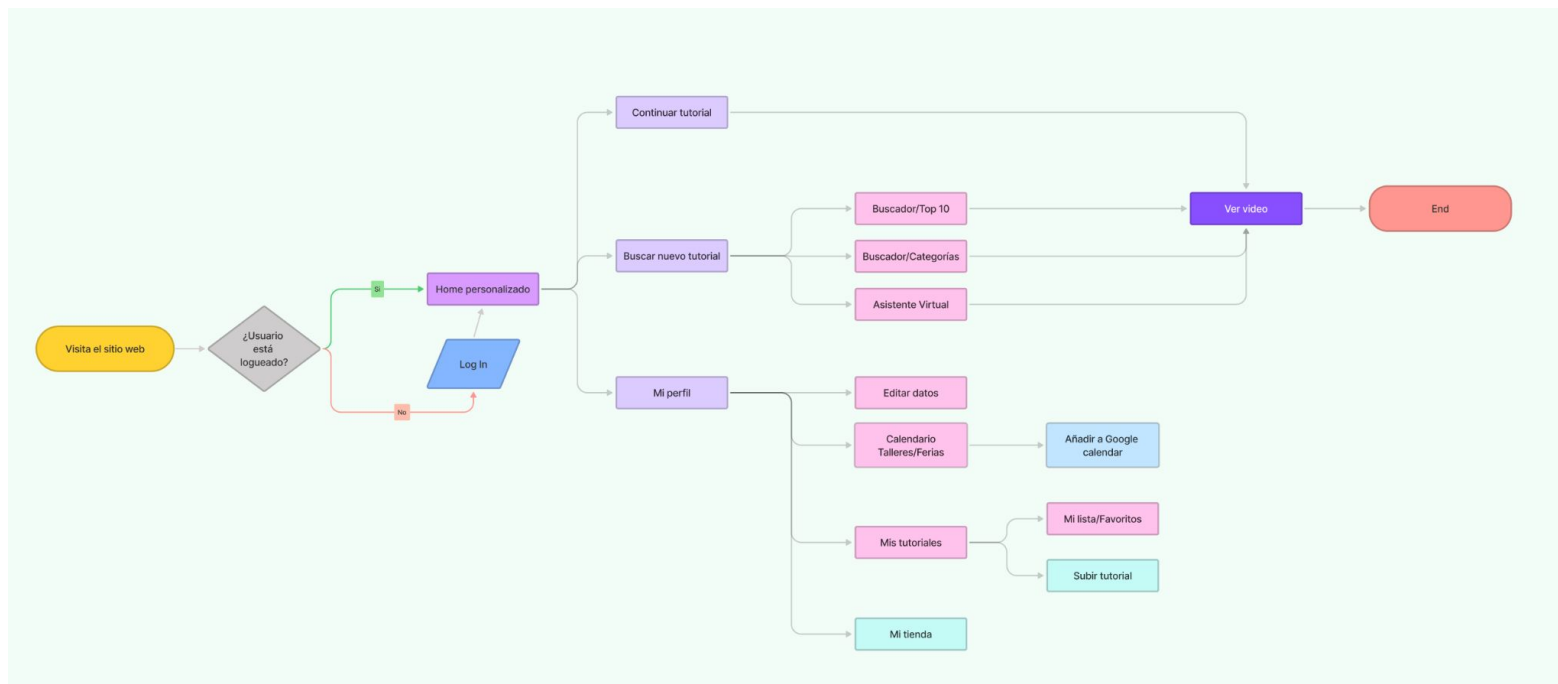
# Hipótesis

- Si la plataforma cuenta con tutoriales cortos ( 30 min - 1 hora), aumentará el consumo de cursos.
- Ofrecer clases en vivo durante el fin de semana, aumentará la participación en la plataforma.
- La implementación de recursos con IA para optimizar la experiencia motiva al usuario para terminar un curso.
- Priorizar la experiencia en desktop, aumentará la facilidad de uso y consumo de contenido.
- Eventos/ferias familiares y pet friendly aumentará el interés en el uso secundario de la plataforma y referidos.
- Si facilitamos la exploración de cursos mediante categorías claras, entonces aumentará la tasa de inicio de cursos, porque los usuarios actualmente se sienten abrumados al elegir.

---

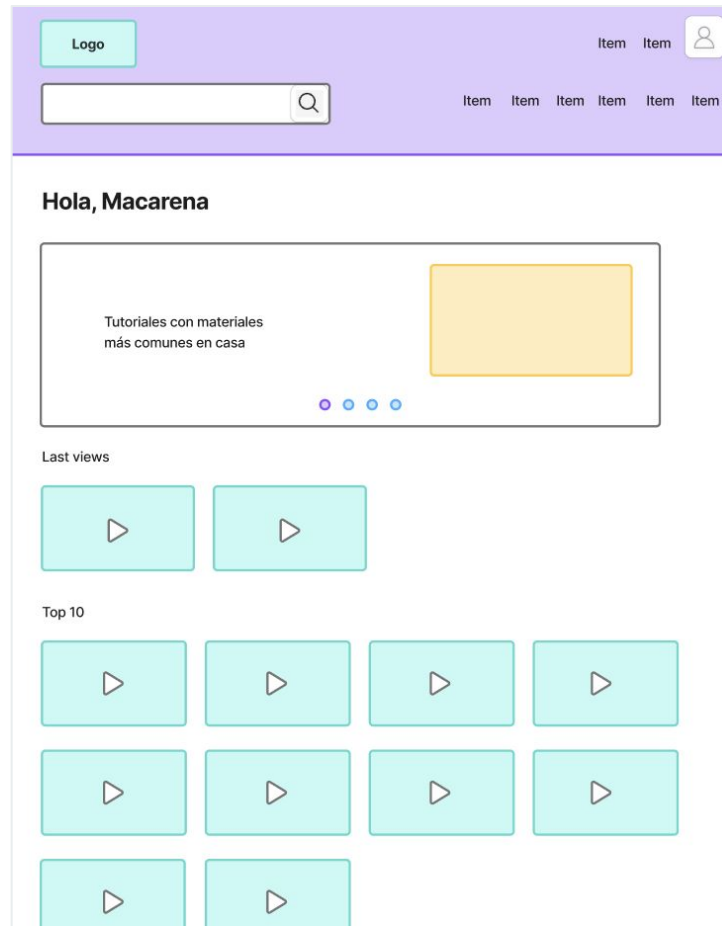
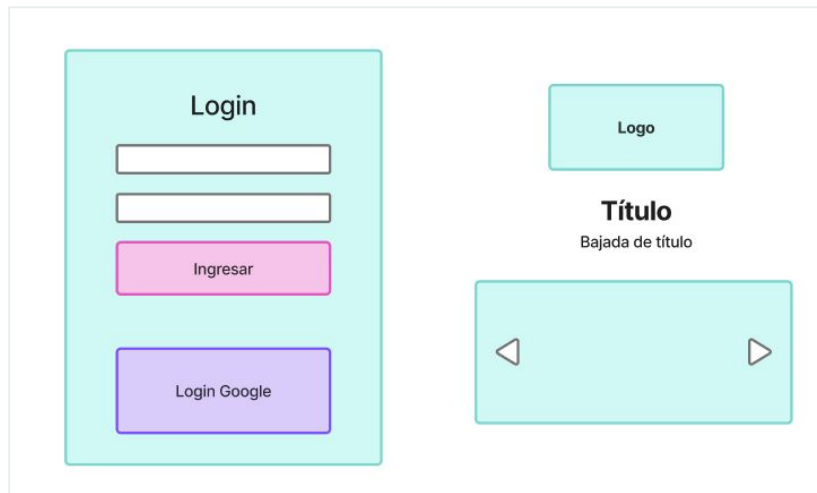
# Solución

# Userflow





# Wireframes





# Decisiones UX

## Plataforma

- Login/Registro con Google para agilizar proceso de ingreso a plataforma.
- Buscador para una búsqueda más personalizada y tendencias de búsqueda para guiar al usuario y reducir dudas en la búsqueda.
- Slider personalizado implementado con IA para destacar contenido basado en algoritmos y agilizar la experiencia del usuario.
- Reels: Videos cortos para generar interés en contenido.
- Top 10 🔥: Tutoriales más vistos para guiar al usuario y reducir tiempo de búsqueda.

# Midiendo el éxito

¿Cómo medimos el éxito de la plataforma?



---

# Funnel de conversión

Midiendo el éxito en cada etapa



# Adquisición

Atraer usuarios interesados en reciclaje creativo y aprendizaje sustentable.

## Acciones usuario

- Descubre DecoArt en redes sociales
- Llega desde contenido SEO
- Visita landing
- Explora proyectos reciclados

## Métricas clave

- Tráfico web
- CTR Google Adwords
- Costo adquisición usuario (CAC)



# Activación

Momento donde ocurre el primer valor real del producto.

## Acciones usuario

- Crea cuenta
- Inicia primer tutorial
- Completa primer proyecto sustentable
- Usa recomendaciones IA

## Métricas clave

- Registro usuarios
- Tutorial iniciado
- Tutorial completado



# Retención

Usuarios vuelven y siguen usando el producto.

## Acciones usuario

- Realiza otros cursos
- Participa en comunidad
- Asiste a talleres y eventos

## Métricas clave

- Retención 30 días
- Número proyectos completados
- Usuarios que venden sus productos
- NPS



# Revenue

Monetización del producto.

## Acciones usuario

- Compra suscripción premium
- Accede a contenido avanzado
- Vende productos artesanales
- Compra entrada a talleres o eventos

## Métricas clave

- Conversión free → premium
- Venta promedio marketplace
- Venta tickets eventos promedio



## Referidos

Usuarios recomiendan DecoArt.

### Acciones usuario

- Comparte proyectos en redes sociales
- Invita amigos (Programa “Referidos”)
- Comparte tienda artesanal
- Participa en comunidad

### Métricas clave

- Recomendaciones
- Shares en redes sociales
- Programa “Referidos”
- Invitados a eventos por usuarios DecoArt

---

# Plan de medición

## North Star Metric (NSM)

Definiendo el éxito principal del producto.

★ Usuarios que transforman residuos en **productos útiles** y avanzan hacia experiencias **premium** que expanden su aprendizaje y oportunidades.



# Objetivos

Objetivos para apuntar a nuestra **North Star Metric**

## Objetivos del producto

- Fomentar aprendizaje con tutoriales
- Incrementar conversión premium





# KPIs

¿Cómo medimos el éxito de la plataforma?

- **Conversión free → premium:** Mide si el producto genera valor y monetiza.
- **Tasa de finalización de cursos (Course Completion Rate):** Indica si el contenido realmente engancha y se consume
- **Retención mensual de usuarios:** Mide si los usuarios vuelven y siguen usando la plataforma



# KPIs

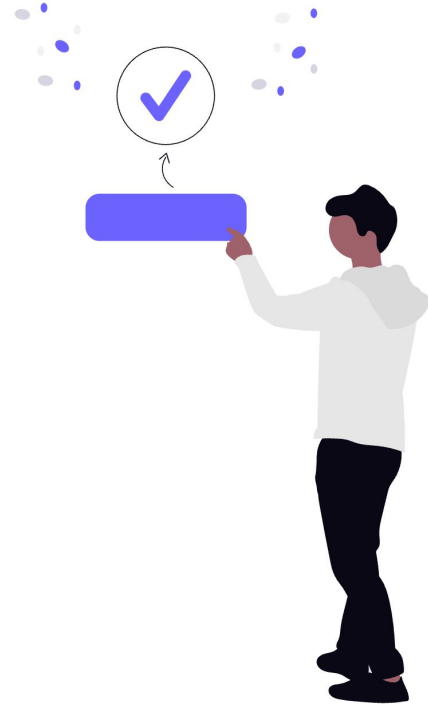
Midiendo si los objetivos se están cumpliendo.

- Conversión free → premium
- Course completion rate
- Retención mensual
- Tiempo promedio en plataforma
- Tasa de abandono

# Eventos

¿Qué acciones específicas **permiten medir** nuestros KPIs?

- Tiempo de retención
- Suscripciones premium
- Ventas por marketplace
- CTR (Click through rate)





# Frameworks

## Google Analytics

- Eventos
- Conversión
- Retención

## Clarity

- Heatmaps
- Session recordings
- Fricción UX





# Impacto esperado

DecoArt busca transformar el reciclaje creativo en una oportunidad de aprendizaje, comunidad y desarrollo económico sustentable contribuyendo así a una reducción significativa de residuos no degradables.

## Impacto para el Usuario

- Desarrollo creativo y habilidades manuales
- Mayor conciencia medioambiental
- Oportunidad de generar ingresos personales

## Impacto para el Negocio

- Crecimiento de usuarios activos
- Incremento conversión modelo freemium
- Nuevas fuentes de revenue (marketplace y talleres)
- Fidelización y retención de usuarios

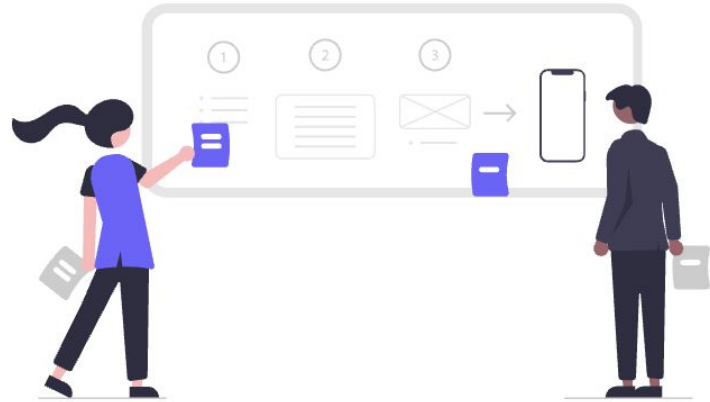
# Próximos pasos

¿Qué se viene más adelante?



## Próximos pasos

- Diseño UI
- Testing usuarios A/B
- Medición del éxito de la plataforma
- Escalamiento del producto y mejora continua





# Gracias

Product Design Case Study - DecoArt  
Marzo 2026



**Macarena Oviedo**

UX/UI Designer

[maca-ui.cl](https://maca-ui.cl)