



# Procesos de innovación centrados en el usuario

diciembre 2017



**¿Cuáles son los nuevos procesos creativos de innovación?**



[Scrum](#), [Agile](#), [Lean](#), [Kanban](#)... estos son algunos de los cientos de metodologías que existen desde los años 90, para generar flujos que **mejoren la productividad y la innovación** en los procesos del desarrollo de software. Pero existen otras para **innovar en servicios y productos** que ofrecen otro tipo de organizaciones como son las GLAMS (Gallery, Libraries, Archives and Museums).

En nuestro sector, el **usuario** es el componente clave a tener en cuenta en todo momento: debemos resolver problemas, mejorar o innovar un servicio y/o producto **pensando en el cliente o usuario final** e incluso involucrarlo en el proceso de innovación.

En este TIP nos vamos a centrar en tres importantes marcos de procesos de innovación: **human-centred design** (HCD o diseño centrado en el humano), **user-centred design** (UCD o diseño centrado en el usuario) y **design thinking** (pensamiento creativo). Todos ellos son complementarios y pueden ser aplicados en distintas etapas del proceso de innovación.


Lo que tienen en común estos nuevos procesos es un **approach holístico al diseño creativo** de productos y servicios con el fin de tener más **resonancia entre las personas a las que** que nuestras empresas e instituciones están al servicio y que a las que nunca deberíamos perder de vista.

El HCD es un marco de diseño y gestión que desarrolla soluciones a problemas **involucrando la perspectiva humana** en cada fase del proceso.

Se basa en la **investigación-acción participativa**, sobretudo en campos como las ciencias sociológicas, la salud y la tecnología. Destaca por su capacidad de **tener en cuenta la dignidad humana**, el **acceso** y las **habilidades** al desarrollar soluciones.

Es por esto que el HCD puede incorporar **soluciones culturalmente más sólidas**, informadas por el ser humano y apropiadas a los problemas en lugar de solo productos basados en la tecnología. Por lo general, se centra más en **metodologías y técnicas para interactuar con las personas** de tal manera que faciliten la detección de significados, deseos y necesidades, ya sea por medios verbales o no verbales.

Más info: <http://www.designkit.org/human-centered-design>



***Human-centred  
design...***  
(diseño centrado en la  
persona)

***User-centred design***  
(diseño centrado en el  
usuario)



Por contra, el diseño centrado en el usuario (*user-centred design* o UCD) es otro enfoque y marco de proceso que considera el **rol humano en el uso del producto**, pero que se enfoca principalmente en la producción de **tecnología interactiva** diseñada en torno a los atributos del usuario en lugar de la resolución de problemas sociales.

El UCD se caracteriza como un proceso de resolución de problemas de múltiples etapas que no sólo requiere que los diseñadores analicen y visualicen la manera en que los usuarios consumen un producto, si no que también valida sus suposiciones con respecto al **comportamiento del usuario** en el mundo real.

Se realizan pruebas con y sin usuarios reales durante cada etapa del proceso a partir de los requisitos, los modelos de pre-producción y la post-producción, completando un círculo de pruebas para **garantizar que el desarrollo continúe con el usuario como centro de atención.**

Más info: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design>

**Design Thinking (pensamiento creativo)** es una metodología y herramienta de trabajo para las organizaciones que permite **convertir problemas en oportunidades** e innovar a la vez de crear nuevos productos, servicios y procesos.

Las soluciones se aportan desde la co-creación por parte del propio equipo y de otros agentes, los cuales **a partir de su conocimiento, empatizan con sus usuarios/clientes y se ponen en su lugar.**

Design Thinking aporta valor en las fases iniciales del proceso de innovación, cuando, partiendo de un reto, **debemos entender al cliente** para idear soluciones que busquen satisfacer sus necesidades para ofrecerle una propuesta que sea percibida como que **le aporta valor.**

Está enfocado hacia un estilo colaborativo de co-creación e iterativo a través de la **creación de espacios creativos y sesiones dinámicas.**

Más info: <http://www.designthinkingforlibraries.com/>



**Design Thinking:  
herramienta de  
innovación centrada  
en la persona/  
usuari@**

## Para:

- identificar **oportunidades** de la organización y generar compromiso de mejora con el equipo
- poder entender y **canalizar los procesos** de innovación en la organización
- profundizar en los **problemas organizativos**, de gestión o actuación
- entender **cómo piensa el cliente** y cómo se le puede ayudar
- **descartar** proyectos, servicios o productos que no sean rentables
- **evitar resistencias al cambio** y generar dinámicas de trabajo eficientes
- identificar todo el **conocimiento oculto** de los equipos y ponerlo al servicio de la innovación
- conseguir **nuevos objetivos** y asumir nuevos retos
- pasar de lo abstracto a lo **concreto** y de la intención a la **acción**
- **mejorar** aprendiendo de los otros

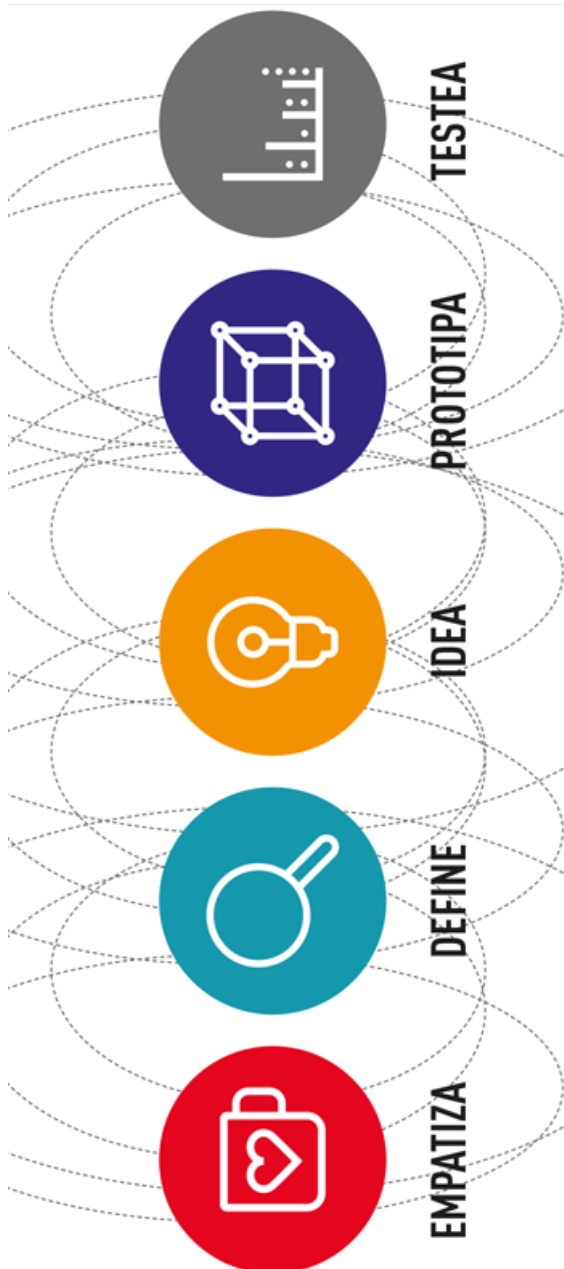


¿Para qué sirve?

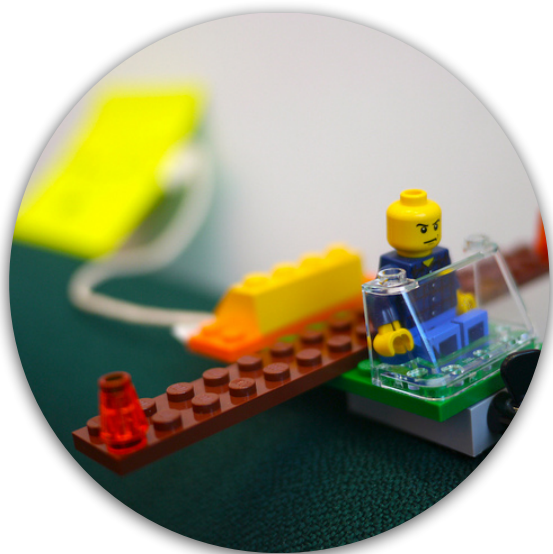
# Metodología Design Thinking

Sus principales características son:

1. **Empatía:** satisfacer las necesidades del cliente o usuario final es el principal objetivo y para ello hay que ponerse en su lugar.
2. **Trabajo en equipo:** poner en valor el pensamiento colectivo, aplicar pensamientos divergentes (con múltiples soluciones, posibles o imposibles) y convergentes (seleccionando la mejor resolución de un problema).
3. **Prototipado, validación y testeo**, puesto que antes de poder continuar con el trabajo, debe ser aceptado por todos aquellos que estén involucrados en el proceso. El análisis mediante ensayos, identificación de fallos y aplicación de soluciones.
4. **Uso de espacios creativos**, que promuevan una mayor interacción y comunicación entre los empleados.
5. Desarrollo de **técnicas con un gran contenido visual y plástico**.



**Experiencias de procesos creativos de innovación en GLAMS**











- Creación de un nuevo equipamiento público Dokk1 (biblioteca y mediateca) a partir de trabajo basado en la utilización del método Design Thinking aplicada a las bibliotecas. Esta manera de trabajar que permitió pensar y diseñar los espacios, servicios y experiencias a partir de las personas e involucrando a la <http://www.urbanmediaspace.dk/en/involvement> <https://dokk1.dk/english>
- **Arlington Public Library, Virginia, Estados Unidos.** de entre 20 y 39 años representan el 46% de la población de Arlington (VA), sin embargo, la Biblioteca Pública de Arlington tuvo muchos menos accediendo a los servicios de la biblioteca. Al aplicar los principios de Design Thinking, a través de conversaciones individuales en la comunidad, el personal de la biblioteca determinó la necesidad y puso a prueba los programas de estereotipado y marketing para redefinir la biblioteca y conectarse con este grupo demográfico. [https://www.urbanlibraries.org/twitter-to-twister--how-design-thinking-lit-up-apl-innovation-1218.php?page\\_id=428](https://www.urbanlibraries.org/twitter-to-twister--how-design-thinking-lit-up-apl-innovation-1218.php?page_id=428)
- **WLIC 2017: Making Change Happen, Leaders for a United Library Field - IFLA President-elect's Session: Identificación y creación de perfiles de profesionales de la información.** Durante el WLIC 2017 en Wroclaw, Polonia, se realizó una sesión dinámica basada en Design Thinking para definir, conjuntamente con profesionales del sector, el perfil del profesional de la información con el fin de conocer mejor su realidad y sus necesidades como gestores del cambio. Durante 2018 se publicarán los resultados de la sesión.

- Participar conjuntamente con GLAMs en dinámicas o procesos de Design Thinking para conocer mejor sus necesidades y las de sus usuarios
- Incorporar procesos de *human-centred design*, *user-centred design* y *design thinking* en su empresa para innovar en el sector y poder ofrecer nuevos servicios y productos con valor añadido a sus clientes
- Fomentar el uso de procesos de innovación entre sus clientes, ofreciendo servicios y espacios para la co-creación y los procesos creativos de innovación

**Oportunidades para  
las empresas**



## Créditos imágenes

IMAGEN DIAPO #1		<a href="#">think public</a>
IMAGEN DIAPO #2		<a href="#">Saint Louis University Madrid Campus</a>
IMAGEN DIAPO #3		<a href="#">Ewan McIntosh</a>
IMAGEN DIAPO #4		<a href="#">dgies</a>
IMAGEN DIAPO #5		<a href="#">Ewan McIntosh</a>
IMAGEN DIAPO #6		<a href="#">Ewan McIntosh</a>
IMAGEN DIAPO #7		
IMAGEN DIAPO #8		<a href="#">Ewan McIntosh</a>
IMAGEN DIAPO #9	