

Diseño de servicios: **innovación mediante conexiones**

Melanie Collins Phillips

Diseño PUCV

Septiembre 2020

Palabras Claves: **diseño de servicios, conexiones, co-creación, innovación, interdisciplina**

Introducción

El diseñador es una persona que trabaja en torno a hacer propuestas que nacen en torno a conexiones expresadas en alguna de las 4 ordenes del diseño (1° Visual y gráfico, 2° Objetos e industrial, 3° Interacción y servicios, 4° Sistemas y transiciones). Una definición de diseño de servicios es *“La actividad de planificar y organizar a las personas, la infraestructura y los componentes de comunicación y materiales de un servicio para mejorar su calidad y la interacción entre el proveedor de servicios y los clientes”* (SDN, 2014) ¹. En el diseño de servicios el diseñador es quien usa herramientas variadas para conseguir un sistema diseñado en torno al usuario y sus necesidades para facilitar una experiencia mediante la investigación. Pero como afirma Joanna Saad-Sulonen et al (2020) *“La capacidad del diseño no es solo una característica de diseñadores, es también una actitud difusa que refiere a la capacidad de resolver problemas individual o colectivamente.”* ² Dando el paso a la co-creación, que es un método participativo que ocupa el diseñador para traer nuevas miradas y conocimientos de otras disciplinas o de los mismos usuarios de los servicios.

Por lo tanto, se reconoce una capacidad del diseñador en ser quien integra el conocimiento de todas las partes en una creación nueva teniendo siempre en cuenta al humano como centro.

“Esto es esencial porque el diseñador del servicio está proporcionando la "arcilla" (o quizás el torno y el horno del alfarero) para que los participantes la diseñen por sí mismos.” (Dubberly & Evenson, 2010) ³

Desarrollo

Definiciones de co-creación y como se da en el contexto actual

La Co-creación es una estrategia de innovación que usa la colaboración entre los involucrados es un acto de creación colectiva (en forma conjunta por dos o más personas) o como lo define el texto estudiado es *“la participación activa de las partes interesadas (por ejemplo, usuarios finales, inversores, proveedores de tecnología, reguladores) para explorar y crear valor en el proceso de innovación.”* (Bharosa, 2020) ⁴ Y que se ve ejemplificada en ese mismo texto mediante herramientas como Digicampus que fue diseñada incluyendo sitios web, servicios de autenticación y registro de datos ciudadanos; cosas que ya existían, pero son puestas a favor de facilitar la co-creación, haciendo con diseño herramientas para diseñar en torno a innovar.

El Co-diseño permite al usuario participar en todo el proceso de desarrollo de un proyecto de diseño a través de una interacción directa con el equipo de diseño. Esta perspectiva se basa en la creencia de que las personas son creativas y buscan maneras de expresar su creatividad y llegan con diferentes puntos de vista que contribuyen al proceso de innovación y diseño.

Además, el codiseño fomenta la relación del usuario con el diseñador, la confrontación con los usuarios a menudo actúa como una fuente de inspiración y aumenta la empatía hacia ellos. Es un canal directo entre el diseñador y el usuario por lo que se genera una mayor comprensión de todos los factores influyentes en cada proyecto.

Elizabeth Sanders en su texto “CoCreation and the New Landscape of Design” los define como:

Co-Creación: Cualquier acto de creatividad colectiva, creatividad compartida por dos o más personas. Término amplio que aplica desde lo físico a lo metafísico, de lo material a lo espiritual.

Co-Diseño: Creatividad colectiva que se aplica en todo un lapso de un proceso de diseño. Es una instancia específica de co-creación.

Especifica que también incluye a personas que no están capacitadas en el diseño que trabajan juntas en el proceso de desarrollo de diseño. (Sanders, 2008) ⁵

Co-creación de valor

“El diseñador no crea valor, sino que apoya las habilidades de usuarios y comunidades de definir soluciones propias (y necesidades también) y de guiarlos a un proceso participativo de co-crear valor” (Saad-Sulonen et al, 2020) 6

En proyectos e investigaciones se define primero el valor como resultante de una dinámica que tiene muchos actores, incluyendo usuarios y consumidores de servicios que participan en crear valor. Entendiendo esto se puede decir que los diseñadores de servicios no proveen el valor, sino una propuesta de valor que solo se transforma en valor real cuando se integra a un momento y contexto de uso. Y que siempre los usuarios se posicionan al centro del proceso de co-creación de valor.

La creación de valor que nace de la participación y la experiencia en conjunto con los usuarios guiados por el diseñador. Y se entiende también que esta noción de co-creación de valor es lo que ejemplifica que esta participación sirva para más allá del diseño de objetos, también para crear valor. (Saad-Sulonen et al, 2020) 7

Innovación en el diseño de servicios

Hay distintas concepciones de lo que es el diseño y que se entiende por él, existen percepciones de decoración o fabricación, pero en realidad todo lo que no está creado por la naturaleza ha sido diseñado. Hugh Dubberly mantiene un par de definiciones de Janet Murray que se refiere al diseño como *“algo nuevo que calza con lo que ya existe, o lo cambia de una manera positiva”* y Marty Neumier sugiere el año 2009 que *“diseño es cambio”*. Y afirma que entonces el cambio puede ser cambiado, o sea que el diseño puede ser cambiado, es decir que el diseño puede ser diseñado. (Dubberly & Evenson, 2010) 8

Abriendo paso entonces a la innovación en torno a cómo se diseñan servicios y como el diseño en sí es una disciplina de constante cambio e innovación. Y también entendiendo que *“El servicio como medio de diseño significa que el servicio en sí mismo es fundamentalmente un proceso creativo”* (Dubberly & Evenson, 2010) 9

El diseñador como creador de conexiones para la innovación

“Diseñar para los servicios es un proceso que reúne habilidades, métodos y herramientas para crear e integrar intencionalmente (sin descubrir y caer accidentalmente en) sistemas de interacción con los clientes para crear valor para el cliente y, al diferenciar a los proveedores, para crear relaciones a largo plazo entre proveedores y clientes.” (Dubberly & Evenson, 2010) 10

A lo largo de este artículo se han puesto en la mesa dos líneas, la del diseñador como conector de ideas para la creación en un ambiente individual y la del rol de él en lo colectivo aplicado en el diseño de servicios. Entendiendo el diseño como cambio, el cual puede ser en un objeto u solución en los primeros ordenes de diseño en el cual el diseñador puede ocupar sus capacidades y conocimientos previos para crear haciendo conexiones de los elementos ya diseñados por el hombre y ponerlos a su favor. Y luego la conexión de ideas colectivas que es la que usa el diseñador de servicios como motor de innovación mediante el diseño centrado en las personas para garantizar una experiencia positiva y diferenciadora.

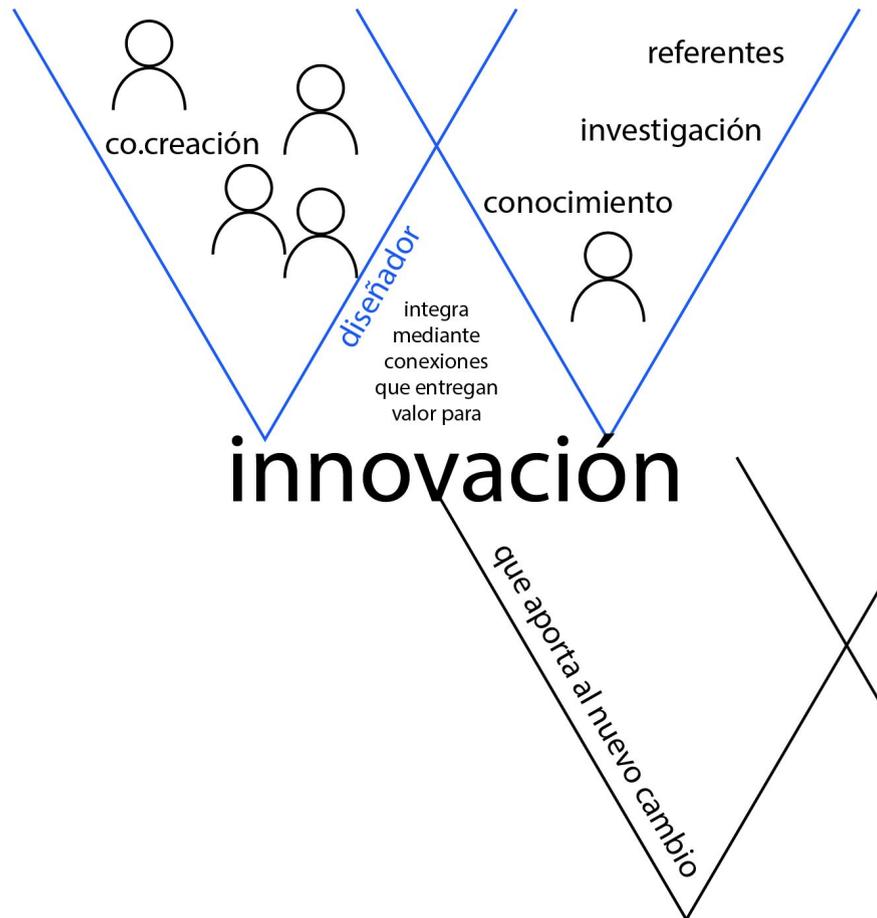
Entonces el diseño y su visión colaborativa ponen en el mundo soluciones nuevas e innovadoras que emergen cuando existe una comunicación directa entre dos o más participantes en una experiencia controlada y pensada para el flujo de las ideas.

Conclusiones

Mi argumento se basa en cómo la co-creación es un ejemplo vivo de la esencia del diseño ya que el diseño es unir e innovar, puede pasar en la cabeza de una persona o en una sala llena de gente pensante y activa. No es necesario que un diseñador reinvente la rueda cada vez que se embarca en un proyecto, si no que agregue algo, sepa identificar donde se pueden unir o agregar cosas y hacer trabajar cosas en conjunto generando innovación.

En el contexto específico del diseño de servicios la próxima innovación en la investigación estará cada vez más en conjunto con los usuarios por lo que se debe incluir sus aportes al diseño lo que es enriquecedor en cuanto a la aparición de empatía y de responsabilidad en los proyectos de diseño. Entendiendo que no existe diseñar sin otro y que se debe manifestar la empatía en todos

los diseños y que este asuma un compromiso ético, evitando crear nuevos problemas para las personas como efecto de su desarrollo y resolviendo problemas reales de personas reales.



Referencias

1. Service Design Network. (2014). *What is Service Design?* . Recuperado de <http://www.service-design-network.org/intro/>
2. 6. 7. Joanna Saad-Sulonen et al. (2020). *Service design and participatory design: time to join forces?*
3. 8. 9. 10. Dubberly, H & Evenson, S. (2010). *Designing for Service: Creating an Experience Advantage*
4. Bharosa N, Meijer K & Voort H.V.D. (2020). *Innovation in Public Service Design.*
5. Sanders,E. (2008). "CoCreation and the New Landscape of Design"

Bibliografía

- Dubberly Design Office
http://www.dubberly.com/wp-content/uploads/2008/06/ddo_innovation.pdf
- Diseñadores, ¿Protagonistas o facilitadores del trabajo interdisciplinar? La co-creación y el consenso en el diseño de productos para adultos mayores. Juan Carlos Briede (2017)
- CoCreation and the New Landscape of Design (Elizabeth Sanders)
- Service design and participatory design: time to join forces?. Joanna Saad-Sulonen et al (2020)
- Miso Kim. Designing for Participation, Dignity and Autonomy of Service.pdf
- *William J. Regan. The Service Revolution*
- Connecting Things: Broadening design to include systems, platforms, and product-service ecologies
- Designing things together: intersections of co- design and actor
- Innovation in Public Service Design. Nitesh Bharosa (2020)
- Service Design in HCI Research: The Extended Value Co-creation Model. Daisy Yoo (2019)