

Stakeholders, un análisis centrado en los usuarios

Alejandra Martínez Coronel

Universidad Autónoma del Estado de México

alecoro2501@gmail.com

Laura Cecilia Méndez Guevara

Universidad Autónoma del Estado de México

lcmendezg@uaemex.mx

RESUMEN

El proyecto se basa en un estudio relacionado a la tendencia del análisis centrado en los usuarios para mejorar los procesos de negocio que impactan en la calidad en el servicio al cliente. Se requiere identificar a las personas que influyen dentro de la organización (actores) involucrados (stakeholders) para agilizar dichos procesos y disminuir los tiempos de respuesta a los usuarios directos.

Palabras clave: Diseño Centrado en el Usuario, Modelo de Negocios, Toma de Decisiones. Calidad del Servicio.

Stakeholders, a user-centered analysis

ABSTRACT

The project is based on a study related to the trend toward user-centric analysis to improve business processes that impact customer service quality. It is necessary to identify the stakeholders within the organization who influence the process in order to streamline these processes and reduce response times for direct users.

Keywords: User-Centered Design, Business Model, Decision-Making, and Service Quality.

INTRODUCCIÓN

El Análisis centrado en los usuarios permite mejorar los procesos de negocio y por ende la calidad del servicio al cliente en una empresa u organización. Esta investigación busca identificar a los actores o *stakeholders* dentro de la organización para agilizar procesos y reducir los tiempos de respuesta para los clientes.

Para Berna (2015) estos procesos relacionados con la venta, inician con los procesos previos a la adquisición, además de los procesos post venta.

El presente estudio se parte del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) para optimizar los procesos de negocio y, en última instancia, elevar la Calidad del Servicio.

El elemento central del DCU el cual se enfoca a entender las necesidades y el comportamiento de los usuarios directos. Permite identificar a los usuarios y sus interacciones, que permitan diseñar soluciones, productos y servicios que realmente satisfagan sus expectativas. La investigación menciona que el proyecto se basa en un estudio relacionado con el análisis centrado en los usuarios para mejorar los procesos de negocio.

El Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es un enfoque y una filosofía de diseño que pone al usuario como el elemento esencial en cada etapa del desarrollo de un producto y/o servicio. Crea productos que no sólo sean funcionales, sino que también sean intuitivos, eficientes y agradables para el usuario final.

Principios del DCU. El DCU se basa en una serie de principios fundamentales que guían el proceso de diseño:

1. Conocimiento del usuario: Se enfoca en comprender a fondo a los usuarios, sus necesidades, preferencias, comportamientos y limitaciones. Se logra a través de investigación, como entrevistas, encuestas y análisis del contexto.
2. Participación del usuario: Los usuarios no son sólo un objeto de estudio, sino que se les integra activamente en el proceso. Su retroalimentación es clave para tomar decisiones de diseño y afinar el producto.
3. Diseño iterativo: Consiste en ciclos continuos de diseño, prueba y refinamiento, donde cada iteración mejora la experiencia del usuario basándose en los hallazgos anteriores.
4. Evaluación empírica: Las decisiones de diseño se basan en evidencia real, obtenida a través de pruebas de usabilidad y otras técnicas de evaluación que miden cómo los usuarios interactúan con el producto.

Figura 1

Integración del DCU con las estrategias de negocios.



Nota: representa como el diseño puede derivar en estrategias de negocio útiles a las empresas.

Modelos de Negocio (BPM). Los conocimientos obtenidos del DCU influyen directamente en la estrategia de negocio. Al comprender lo que los usuarios valoran, la organización puede ajustar sus procesos internos para ser más eficientes. El documento resalta la necesidad de identificar a los stakeholders (actores) dentro de la organización que influyen en los procesos para agilizarlos. Esto lleva a la optimización de los modelos de negocio para servir mejor a los clientes, (Díaz, 2019).

BPM abarca personas, sistemas, funciones, negocios, clientes, proveedores y socios (Garimella, Lees & Williams, 2008). El presente estudio, hace referencia a los involucrados o *stakeholders*, que si los representamos a través de un modelo enfocado a DCU o directamente en un modelo de negocios, dará como resultado las estrategias de negocios que integran un diseño mejorado.

Calidad del Servicio. La mejora en los modelos de negocio, impulsada por una comprensión profunda del usuario, se traduce directamente en una mayor calidad en el servicio. El objetivo es reducir los tiempos de respuesta y agilizar los procesos. Un servicio de calidad superior es el resultado final de un negocio que ha alineado sus procesos internos con las necesidades de sus usuarios.

Este enfoque iterativo y centrado en el usuario permite a las organizaciones tomar decisiones informadas, lo que a su vez impacta positivamente en la experiencia del cliente y en los resultados del negocio. La conexión entre estos tres elementos es cíclica: a medida que mejora la calidad del servicio, se obtiene retroalimentación de los usuarios que puede usarse para refinar aún más el diseño y los modelos de negocio. El Diseño Centrado en el Usuario (DCU), se desarrolla posterior a la segunda guerra mundial aproximadamente en la década de los 50's, sienta sus bases en los estudios de la ergonomía, aunque no se usaba aún el término DCU, si se disponía de algunas herramientas básicas de diseño y se empezó el trabajo en ciertos espacios de las universidades para adaptarlas a ciertas capacidades humanas. Los primeros bocetos se dieron en el diseño industrial, se usaron datos antropométricos que hacen referencia a las medidas del cuerpo humano, para crear productos más cómodos y seguros para las personas, como muebles utensilios de casa, entre otros.

Para 1960 surge el Diseño participativo y el enfoque de usabilidad en los países bajos, su propósito era involucrar a los usuarios finales en el proceso de diseño para crear productos más efectivos. Actualmente bajo ese enfoque se utiliza la estrategia de *focus group*.

En la década de 1970, investigadores de Xerox PARC, como Norman, comenzaron a desarrollar la interfaz gráfica de usuario (GUI por sus siglas en inglés), hizo que las computadoras fueran más accesibles. Este trabajo fue fundamental para sentar las bases de la interacción hombre-máquina y la usabilidad.

En 1980: Norman, en su libro "*The Psychology of Everyday Things*" (luego rebautizado como "*The Design of Everyday Things*"), popularizó el término y la filosofía del Diseño Centrado en el Usuario. Dió énfasis en la

importancia de diseñar basándose en la comprensión de las necesidades, capacidades y limitaciones de los usuarios.

A partir de 1990: se adoptó en la industria:

- Integración en el desarrollo de software: Con el auge de las computadoras personales y la web, las empresas comenzaron a reconocer a la usabilidad como un factor clave para el éxito del producto. El DCU se convirtió en una metodología más formal en el desarrollo de software.

Desde el año 2000 en adelante: Expansión de la experiencia de usuario (UX)

- El DCU evolucionó más allá de la usabilidad para abarcar la experiencia completa del usuario (UX), que incluye aspectos emocionales, de marca y de servicio. La disciplina se expandió a áreas como el diseño de servicios, el diseño de interacción y el diseño de la información.
- Con el surgimiento de los *Smartphone* y pantallas táctiles, con el iPhone de Apple en 2007 como un hito, consolidó la importancia del DCU. Los diseñadores tuvieron que repensar la interacción para adaptarse a nuevos formatos y comportamientos del usuario, con el objetivo de crear experiencias intuitivas y fluidas.

Figura 2

Línea del tiempo sobre la evolución del concepto de DCU.



Nota: la evolución del concepto de DCU nos muestra el impacto que ha tenido.

Este diagrama muestra cómo el Diseño Centrado en el Usuario (DCU) es el punto de partida que influye en la optimización de los modelos de negocio, lo que a su vez conduce a una mejor calidad del servicio. También se incluye un ciclo de retroalimentación donde la información de la calidad del servicio se utiliza para refinar y mejorar continuamente el DCU.

Figura 3

Elementos de interacción del DCU.



Nota: el DCU ha permitido mejorar los modelos de negocio y elevar la calidad de productos y/o servicios.

Identificación de *Stakeholders*: En el contexto de los sistemas de información y la mejora de procesos de negocio. Se debe explicar los diferentes tipos de stakeholders y sus roles en un proyecto.

Modelos de Mejora de Procesos de Negocio: Se podrían discutir diversas metodologías para la mejora de procesos, como *Six Sigma*, *Lean* o la Reingeniería de Procesos de Negocio (BPR). Se debe explicar cómo los principios del DCU pueden integrarse en estos modelos para mejorar los resultados. Además, para poder gestionar el servicio de atención al cliente (SAC) es necesario establecer acuerdos mutuos entre la organización y éste (López, 2020).

Impacto en la Calidad del Servicio: Se deben examinar publicaciones académicas e industriales que vinculan el DCU y la mejora de procesos con la calidad del servicio al cliente y los resultados del negocio.

Toma de Decisiones en Sistemas: Se debe explorar cómo los datos de los usuarios y los *stakeholders* pueden usarse para tomar mejores decisiones dentro de una organización, lo que conduce a procesos más eficientes y a un mejor servicio.

Se puede complementar con relación a lo anterior que, la evolución de la Interacción Hombre-Máquina se debe de seleccionar una estrategia de negocios que permita a la alta gerencia implementar nuevos productos y/ o servicios. Si bien es cierto que, originalmente, el DCU surgió en el contexto de la interacción Hombre-Máquina (HCI, por sus siglas en inglés). Su objetivo principal era mejorar la usabilidad de la interfaz de

software y *hardware*, haciendo que las computadoras fueran más accesibles y fáciles de usar para la gente común.

Con el tiempo, este enfoque evolucionó y se expandió más allá del ámbito técnico para convertirse en una estrategia de negocio más amplia. Esta evolución se debió a varios factores:

- Reconocimiento del valor del cliente: Las empresas se dieron cuenta de que una excelente experiencia de usuario no era solo una cuestión de diseño, sino un diferenciador competitivo clave. Un producto fácil de usar y agradable genera mayor lealtad del cliente, reduce los costos de soporte y aumenta la adopción.
- Expansión del concepto de "usuario": El término "usuario" se amplió para incluir a cualquier persona que interactúa con una empresa, no solo a través de un *software*, sino también en servicios, tiendas físicas y cualquier punto de contacto.
- Integración con otras metodologías: El DCU se fusionó con otros enfoques como el *Design Thinking* y la metodología *Agile*, lo que lo convirtió en un componente esencial para la innovación y la gestión de proyectos.
- Impacto directo en los resultados: Se demostró que un enfoque centrado en el usuario conduce a una mayor calidad del servicio, lo que a su vez se traduce en un aumento de la eficiencia operativa y una mejor toma de decisiones dentro de la organización.

En resumen, el DCU dejó de ser una disciplina técnica para convertirse en una mentalidad empresarial. Ya no se trata solo de crear una interfaz usable, sino de alinear toda la organización (procesos de negocio, modelos y toma de decisiones) para satisfacer las necesidades del cliente y, en última instancia, impulsar el éxito y el crecimiento del negocio.

Figura 4

Interacción hombre-máquina en un modelo de negocios centrado en el usuario.



Nota: Dentro del análisis de los stakeholders se ubica: el valor del cliente, ampliar la visión de los usuarios. Integración de las metodologías y la valoración de los resultados.

METODOLOGÍA

La presente investigación se sustenta en una revisión de la literatura para analizar, sintetizar y conceptualizar el tema central, que se enfoca en el análisis centrado en los usuarios para mejorar los procesos de negocio y la calidad del servicio al cliente.

1. Diseño de la Investigación

Se empleó un diseño de investigación cualitativo basado en la revisión de literatura. Este enfoque permite la identificación de conceptos clave, tendencias, autores prominentes y brechas de conocimiento en el campo de estudio. La metodología se llevó a cabo siguiendo los siguientes pasos:

Formulación de la pregunta de investigación: Se partió de la pregunta principal: ¿Cómo el análisis centrado en los usuarios mejora los procesos de negocio y la calidad del servicio al cliente?

Definición de palabras clave: Las palabras clave principales utilizadas para la búsqueda fueron "Diseño Centrado en el Usuario," "Modelos de Negocio," "Calidad del Servicio," "Stakeholders," y "Toma de Decisiones". Se utilizaron sinónimos y traducciones al inglés para ampliar la búsqueda.

Selección de bases de datos: Se consultaron bases de datos académicas y repositorios científicos de renombre como Google Académico. Se dio preferencia a artículos de investigación, revisiones sistemáticas, tesis y libros publicados en los últimos 5 años para garantizar la actualidad de la información.

2. Criterios de inclusión:

Figura 5

Criterios de búsqueda de la revisión literaria.



Nota: se identifican artículos de investigación sobre el DCU y modelos de negocio, en fuentes formales arbitradas e indexadas.

3. Proceso de síntesis y análisis.

La información de los artículos seleccionados se sintetizó de forma narrativa para identificar temas recurrentes, consensos y disensos en la literatura. El análisis se estructuró en las siguientes categorías de análisis:

Definición y principios del DCU: Para comprender sus fundamentos y cómo se aplica en la práctica.

Evolución del DCU: Se analizó cómo el enfoque ha trascendido del ámbito de la usabilidad a una estrategia de negocio integral.

Modelos de negocio y calidad del servicio: Se examinó la relación entre el enfoque centrado en el usuario y la mejora de los procesos de negocio y la calidad del servicio.

Este proceso permitió obtener una comprensión profunda del tema, sirviendo como base teórica para el desarrollo de la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado se obtiene que, el uso de modelos de negocio reales que se plantean a través de estudios de caso concretos, logran clarificar cómo el análisis centrado en los usuarios mejora los procesos de negocio y la calidad del servicio al cliente, respondiendo a la pregunta de investigación que motivó este trabajo. Las principales respuestas encontradas son:

- Se confirma que el DCU es un enfoque fundamental para entender las necesidades y el comportamiento de los usuarios directos. Este conocimiento es la base para diseñar soluciones, productos y servicios que realmente satisfagan sus expectativas.
- La investigación demuestra que los conocimientos obtenidos del DCU influyen directamente en la estrategia de negocio. Al comprender lo que los usuarios necesitan, la organización puede ajustar sus procesos internos para ser más eficientes. La identificación de los actores o involucrados (*stakeholders*) es esencial para agilizar dichos procesos y reducir los tiempos de respuesta.
- La optimización de los modelos de negocio, impulsada por un profundo entendimiento del usuario, se traduce directamente en una mayor calidad en el servicio. El objetivo final de agilizar los procesos y reducir los tiempos de respuesta se logra a través de esta alineación.
- A medida que la calidad del servicio mejora, se obtiene retroalimentación valiosa de los usuarios, la cual puede ser utilizada para afinar y mejorar de forma continua el diseño y los modelos de negocio.

CONCLUSIONES

El análisis centrado en los usuarios mejora los procesos de negocio y la calidad del servicio al cliente, ya que el DCU permite comprender las necesidades y el comportamiento de los usuarios directos. Este conocimiento es la base para diseñar soluciones, productos y servicios que realmente satisfagan las expectativas del cliente. Además, la investigación demuestra que los conocimientos obtenidos del DCU influyen directamente en la estrategia de negocio. Al comprender lo que los usuarios valoran, una organización puede ajustar sus procesos internos para ser más eficientes. La identificación de los actores clave o *stakeholders* es esencial para agilizar dichos procesos y reducir los tiempos de respuesta.

Se concluye que la optimización de los modelos de negocio, impulsada por un profundo entendimiento del usuario, se traduce directamente en una mayor calidad en el servicio. Un servicio de calidad es el resultado final de un negocio que ha alineado sus procesos internos con las necesidades de sus clientes, logrando así agilizar los procesos y reducir los tiempos de respuesta. Se establece que existe una conexión cíclica entre estos elementos. A medida que mejora la calidad del servicio, se obtiene retroalimentación valiosa de los usuarios, la cual se puede usar para refinar continuamente el diseño y los modelos de negocio. Este enfoque transforma el DCU de una disciplina técnica a una mentalidad empresarial que busca alinear a toda la organización para el éxito y el crecimiento. Así un enfoque basado en el usuario y en la calidad del servicio y/o producto transforma el DCU de una disciplina técnica a una mentalidad empresarial que busca alinear toda la organización para el éxito y el crecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquino, A. A., Molero-Castillo, G., & Rojano, R. (2018). Hacia un nuevo proceso de minería de datos centrado en el usuario. *Pistas Educativas*, 36(114).
- Berna, Z., M. M. (2015). Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente. *Universidad militar nueva granada*.
- Díaz, A. L. (2019). Enfoque BPM y mejora de procesos de ciencia e innovación tecnológica. https://rein.umcc.cu/bitstream/handle/123456789/3496/TD19_Lisanne.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Garimella, K., Lees, M., & Williams, B. (2008). BPM (Gerencia de procesos de negocio). *Introducción a BPM*.
- López, S. S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo. <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=jpzODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=C2%BFC%C3%B3mo+el+an%C3%A1lisis+centrado+en+los+usuarios+mejora+los+procesos+de+>

negocio+y+la+calidad+del+servicio+al+cliente%3F&ots=2KU-

HKYDvP&sig=5kI4l4BseUhzVibRP53QhKZysfQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Navor-Galeana, N. P., Gutiérrez Martínez, J., Martínez Licon, F. M., & Molina Salazar, R. (2013). Análisis de los procesos centrados al paciente en el área de radiología: Un enfoque orientado al modelado de procesos de negocio. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 34(3), 205-216.

Peresson, L. (2007). Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. *España: Universidad de Valladolid*.

Reyes, N. S., Vanegas, P. F., & Guevara, M. V. (2024). Análisis de la experiencia del cliente en el comercio electrónico mediante inteligencia de negocios. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(6), 1066-1077.