

Resumen

Esta investigación sostiene que la participación del usuario en el proceso de diseño promueve un entendimiento entre usuarios y empresa que mejora la calidad de los resultados y el valor de las soluciones obtenidas. El propósito del estudio es ampliar el conocimiento sobre este ámbito y analizar cómo lo perciben las pequeñas empresas de servicios de diseño y qué aplican en su gestión del diseño. La participación del usuario en el proceso de diseño, es cada vez más, una actividad clave de mejora para cualquier producto o servicio, ayudando a definir y sintetizar correctamente los requerimientos reales de los usuarios y promoviendo una mayor satisfacción y valor al proceso. No obstante, la creciente necesidad de lograr un mejor y mayor entendimiento entre los diferentes actores que intervienen en el diseño de productos y servicios, junto con las posibilidades que las nuevas tecnologías de comunicación y producción proporcionan a esta vinculación con estos nuevos usuarios, requieren una revisión. En la actualidad la convivencia de procesos, modelos y metodologías más participativas, accesibles y motivadoras, propician una mayor interacción durante el proceso de desarrollo de un producto o servicio.

La continua transformación social, económica y política motivada por el dinamismo del mercado, desarrollo social y tecnológico, obliga a redirigir el proceso de diseño evolucionando hacia nuevas prácticas y maneras de hacer las cosas. Esta investigación se ha centrado en la identificación, comprensión e indagación de la evolución de que ha experimentado el proceso de participación del usuario y su rol en el proceso de diseño. En la primera parte, se ha realizado el análisis documental que muestra cómo ha evolucionado la terminología específica en torno a la cuestión de la participación desarrollando una investigación bibliométrica que constituye el estado del arte. Seguidamente se estudian la gestión estratégica como marco de esta participación en las empresas y los modelos más relevantes de participación directa o indirecta vigentes en la actualidad. La segunda parte de la investigación desarrolla un caso aplicado a tres grupos de empresas de la Comunidad Valenciana: empresas de servicios de diseño de producto, diseño gráfico y comunicación y *start-ups*. A partir de la aplicación de un cuestionario se ha realizado un estudio descriptivo cualitativo y cuantitativo con el objeto de clarificar el nivel de conocimiento teórico y práctico del tema de la participación del usuario, sus beneficios, cómo la utilizan y para qué,

Con este enfoque teórico-práctico la investigación se desarrolla a partir de dos hipótesis que ponen en valor el conocimiento de las nuevas fórmulas de participación del usuario y su potencial para las empresas de servicios de diseño. En la investigación se obtienen resultados conceptuales de carácter global y

particulares relativos al conocimiento y uso que del tema de la participación hacen las empresas que han constituido este estudio en su estrategia de innovación.

La investigación permite comprender el fenómeno de la participación del usuario como un concepto integral y futurista que abre nuevos escenarios en la práctica y enseñanza de los procesos de diseño e innovación, fundamentado en el diálogo, sintonía y entendimiento común entre usuario, empresa y sociedad.

Palabras Clave:

Participación del usuario; innovación; diseño participativo; diseño industrial; gestión estratégica del diseño; satisfacción del usuario.

Líneas de Investigación:

Diseño, diseño participativo, co-diseño, metodología de diseño, diseño estratégico, enseñanza del diseño, ingeniería de productos, experiencia de usuario.