

Procesos, conceptos y disciplinas contemporáneas centradas en la(s) persona(s)

EDUARDO MÉNDEZ

Doctoral Researcher, School of Design and Creative Arts, Loughborough University

dsrem@lunet.lboro.ac.uk

rmendezg@correo.xoc.uam.mx

PALABRAS CLAVE

Diseño centrado en la(s) persona(s)

Enfoques metodológicos

Métodos de obtención de información

Métodos de diseño

KEYWORDS

Human-Centred Design

Methodological Approaches

Information Gathering Methods

Design Methods

El artículo presenta una sistematización de enfoques y métodos de diseño centrados en la(s) persona(s), agrupándolos en tres categorías: académicos, profesionales y estratégicos. A partir de una revisión crítica de disciplinas como HCD, UX, UCD, ergonomía y diseño participativo, se identifican sus principales características, campos de aplicación y métodos asociados. Además, se ofrece una tabla comparativa y ejemplos de aplicación en diversas disciplinas del diseño. El objetivo es brindar una herramienta de consulta útil para profesionales, docentes y estudiantes que buscan comprender, aplicar o enseñar metodologías centradas en la experiencia, contexto y diversidad de las personas.

This article presents a systematization of human-centered design approaches and methods, grouping them into three categories: academic, professional, and strategic. Through a critical review of disciplines such as HCD, UX, UCD, ergonomics, and participatory design, their main characteristics, fields of application, and associated methods are identified. A comparative table and application examples in various design disciplines are also provided. The objective is to provide a useful reference tool for professionals, educators, and students seeking to understand, apply, or teach methodologies centered on the experience, context, and diversity of people.



INTRODUCCIÓN

El diseño contemporáneo ha evolucionado hacia una comprensión más amplia y empática del papel que juegan las personas en los procesos creativos, tecnológicos y sociales. En este contexto, el Diseño Centrado en el Ser Humano (Human-Centred Design, HCD) se ha consolidado como un enfoque integrador que considera a las personas no sólo como usuarias de productos o servicios, sino como agentes complejos con dimensiones físicas, emocionales, culturales y sociales.

Desde esta perspectiva, el diseño debe orientarse a entender profundamente a quienes serán beneficiarios de una solución, considerando sus contextos de uso, capacidades, motivaciones y limitaciones. El enfoque HCD fue consolidado por autores como Donald Norman, quien destaca que el diseño debe adaptarse a las personas y no a la inversa, estableciendo una base filosófica y metodológica para diversas disciplinas del diseño contemporáneo (Norman, 2013). A su vez, instituciones como IDEO.org han promovido el uso del HCD en campos como la innovación social, el diseño de servicios o el desarrollo comunitario, reforzando su carácter aplicado y transversal (IDEO.org, 2015).

Uno de los enfoques derivados del HCD es el Diseño Centrado en el Usuario (User-Centred Design, UCD), término ampliamente difundido por Norman en sus obras *User Centered System Design* (Norman & Draper, 1986) y *The Design of Everyday Things* (Norman, 2013¹). El UCD ha sido ampliamente adoptado en campos como la Interacción Humano-Computadora (HCI) y el diseño de interfaces digitales, donde se lo considera tanto una metodología como una filosofía de diseño, tal como señalan Garreta Domingo y Mor Pera (2020).

Así, el enfoque centrado en la(s) persona(s) no se limita a una sola disciplina, sino que atraviesa múltiples prácticas del diseño contemporáneo, desde la ergonomía hasta la experiencia de usuario, pasando por el pensamiento de diseño (Design Thinking) o la ingeniería Kansei. Cada uno de estos enfoques adopta el principio de considerar a

las personas como el eje del proceso creativo, aunque lo haga con objetivos, métodos y lenguajes distintos.

Este artículo tiene como objetivo clasificar y describir los enfoques, conceptos y disciplinas contemporáneas centradas en la(s) persona(s), agrupándolos según su base académica, su aplicación profesional o su carácter emergente y estratégico. Asimismo, se presentarán los métodos más característicos para la obtención de información sobre las personas usuarias, herramientas clave para garantizar que los productos, servicios o sistemas desarrollados respondan efectivamente a sus necesidades y expectativas.

ENFOQUES Y DISCIPLINAS

CENTRADAS EN LA(S) PERSONA(S)

Los enfoques centrados en la(s) persona(s) comparten una visión que prioriza la comprensión profunda de quienes interactúan con productos, servicios o sistemas diseñados. Aunque parten de principios similares —como la empatía, la participación, la iteración y la adaptabilidad—, sus aplicaciones, objetivos y niveles de formalización pueden variar ampliamente. En este trabajo se propone una clasificación orientativa que agrupa estos enfoques en tres grandes categorías: a) enfoques con base científica o académica, b) enfoques de aplicación profesional, y c) enfoques emergentes o con perspectiva estratégica y económica.

Cabe destacar que esta clasificación no es rígida. Muchos enfoques operan de manera transversal, adaptándose tanto a contextos académicos como profesionales según los objetivos del proyecto, el perfil del equipo y las condiciones de implementación.

Entre las disciplinas y marcos metodológicos más relevantes identificados —a partir de las clasificaciones propuestas por Garreta Domingo y Mor Pera (2020), Martin y Huntington (2012), y Stanton et al. (2005; 2013)— se encuentran los siguientes:²

- Factores Humanos y Ergonomía (HFE, Human Factors and Ergonomics)
- Diseño Centrado en el Ser Humano (Human-Centred Design, HCD)

- Diseño Centrado en el Usuario (UCD, User-Centred Design)
- Interacción Humano-Computadora (HCI, Human-Computer Interaction)
- Experiencia de Usuario (UX, User Experience)
- Usabilidad (U, Usability)
- Accesibilidad (A, Accessibility)
- Arquitectura de la Información (IA, Information Architecture)
- Diseño de Interacción (IxD, Interaction Design)
- Design Thinking (DT)
- Diseño de Servicios (SD, Service Design)
- Ingeniería Kansei (KE, Kansei Engineering)
- Diseño Estratégico (Strategic Design)
- Diseño Participativo (Participatory Design)
- Diseño Inclusivo y Universal (Inclusive Design / Universal Design)

A pesar de sus diferencias conceptuales y metodológicas, estas disciplinas comparten un mismo principio: centrarse en la persona que usará, vivirá o interactuará con aquello que se diseña. Esto implica no solo considerar aspectos funcionales, sino también emocionales, cognitivos, físicos, culturales y contextuales. Como señalan Garreta Domingo y Mor Pera (2020), se trata de un enfoque integral que abarca desde los deseos y necesidades hasta las limitaciones y condiciones reales de uso, permitiendo procesos de diseño iterativos y con base empírica.

Para facilitar su consulta y comparación, los enfoques presentados en esta sección han sido sistematizados en una tabla resumen que puede encontrarse en el Anexo 1 al final del artículo. Esta incluye su nombre, categoría general, orientación, aplicación típica, principales métodos asociados y disciplinas relacionadas (ver Anexo 1, Tabla 2).

A continuación, se describe cada enfoque de manera sintetizada, ubicándolos dentro de las tres categorías propuestas y resaltando sus características principales, campos de aplicación, métodos asociados y disciplinas relacionadas.

ENFOQUES CON BASE CIENTÍFICA Y/O ACADÉMICA

Los enfoques que se originan en la investigación científica y académica constituyen una de las bases más sólidas del diseño centra-

¹ Originalmente bajo el título *The Psychology of Everyday Things*, 1988.

² Nota: En este artículo, los nombres de las disciplinas y métodos se presentan primero en español, seguidos por su término en inglés más comúnmente utilizado en la literatura internacional, con sus siglas respectivas cuando aplica.

do en la(s) persona(s). Se desarrollan en el ámbito universitario y están profundamente influenciados por disciplinas como la ergonomía, la psicología cognitiva, la ingeniería, las ciencias de la computación y las ciencias sociales. Estos enfoques se caracterizan por su rigurosidad metodológica, su vocación interdisciplinaria y su énfasis en la validación empírica. Muchos de ellos han contribuido a establecer principios fundamentales que luego han sido adaptados por enfoques aplicados o emergentes en el ámbito profesional.

Factores Humanos³ y Ergonomía

(HFE, Human Factors and Ergonomics)

Tal como define la International Ergonomics Association (IEA, 2020), la ergonomía o factores humanos es la disciplina científica que estudia las interacciones entre los seres humanos y otros elementos de un sistema, y que aplica sus principios para optimizar el bienestar humano y el rendimiento general de los sistemas sociotécnicos. Esta disciplina ha sido históricamente clave en contextos laborales, industriales y tecnológicos, abordando tanto aspectos físicos (ergonomía física) como cognitivos y organizacionales (micro y macroergonomía).

Autores como Carayon et al. (2006) y Rutherford (2020) coinciden en que los términos ergonomía y factores humanos se utilizan de manera intercambiable, aunque con matices. Mientras la ergonomía se asocia más a entornos físicos y condiciones laborales, los factores humanos abarcan un enfoque más sistemático e interdisciplinario (CIEHF, 2018). En ambos casos, el foco se mantiene en adaptar el entorno al ser humano y no a la inversa, lo cual lo sitúa dentro del paradigma centrado en la persona.

Diseño Centrado en el Ser Humano

(HCD)

El Diseño Centrado en el Ser Humano (Human-Centred Design, HCD) representa una filosofía y un conjunto de métodos cuyo propósito es colocar a la persona —no solo al usuario técnico— en el centro del proceso de diseño. Si bien el término ha sido ampliamente difundido por Donald Norman en el ámbito del diseño de interacción, ha sido adoptado en una variedad de disciplinas que

incluyen el desarrollo de servicios públicos, la innovación social, la salud comunitaria y la educación (IDEO.org, 2015; Norman, 2013).

A diferencia del Diseño Centrado en el Usuario (UCD), el HCD tiene un alcance más amplio e inclusivo. Considera tanto las necesidades funcionales como las dimensiones emocionales, culturales y sociales de las personas involucradas, en especial aquellas tradicionalmente marginadas por los procesos de diseño. Por esta razón, el HCD es particularmente relevante en contextos donde la diversidad de actores y escenarios exige enfoques éticos, sostenibles y participativos.

Interacción Humano-Computadora

(HCI⁴)

La Interacción Humano-Computadora (Human-Computer Interaction, HCI) es una disciplina que se ocupa del diseño, evaluación e implementación de sistemas interactivos para el uso humano, así como del estudio de los fenómenos que rodean esta interacción (Martig et al., 2001). Se considera una intersección entre la informática, la psicología, el diseño y otras ciencias humanas, y forma parte de las disciplinas derivadas de los factores humanos (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

La HCI se enfoca en la comprensión de los comportamientos, necesidades y limitaciones de las personas usuarias al interactuar con tecnologías digitales. Esta disciplina ha desarrollado metodologías específicas como el proceso de descubrimiento de conocimiento (Knowledge Discovery, KD) a partir de minería de datos, que permite adaptar sistemas complejos a las experiencias y expectativas humanas (Molero Castillo et al., 2017).

Diseño Participativo (Participatory

Design)

El Diseño Participativo tiene sus raíces en la investigación-acción y los movimientos democráticos de co-creación en el norte de Europa durante los años 70. Este enfoque propone que las personas usuarias no solo sean consultadas, sino que participen activamente en la toma de decisiones del diseño (Sanders & Stappers, 2008). Lejos de considerarlas sujetos pasivos, el diseño par-

ticipativo las reconoce como expertas en su propia experiencia.

Desde el ámbito académico, se ha consolidado como un enfoque metodológico robusto para procesos de innovación social, desarrollo local y diseño colaborativo. En la práctica, se aplica en sesiones de co-diseño, talleres creativos o laboratorios de innovación, y puede integrarse con otras metodologías como el Design Thinking o el UCD.

ENFOQUES DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Los enfoques de esta categoría se caracterizan por su aplicación directa en contextos profesionales del diseño, tanto en estudios especializados como en departamentos de innovación de empresas e instituciones. Su foco principal es mejorar la experiencia de uso, optimizar procesos y garantizar que los productos o servicios diseñados respondan a las expectativas de las personas usuarias en contextos reales. Aunque están profundamente influenciados por la investigación académica, estos enfoques se centran en la práctica y la implementación.

Diseño Centrado en el Usuario (UCD)

El Diseño Centrado en el Usuario (User-Centred Design, UCD) ha sido uno de los enfoques más influyentes en el diseño de productos digitales y tecnológicos. Atribuido a Donald Norman, el UCD plantea que todo proceso de diseño debe girar en torno a la comprensión profunda del usuario final, considerando sus objetivos, capacidades, entorno y necesidades (Norman & Draper, 1986; Norman, 2013). En este sentido, se define como una filosofía, una metodología y un conjunto de herramientas que permiten planificar, desarrollar y evaluar productos interactivos de manera iterativa (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

El UCD ha sido particularmente relevante en la disciplina de la Interacción Humano-Computadora (HCI), aunque sus principios pueden aplicarse a cualquier proyecto de diseño, especialmente aquellos con alta carga tecnológica. Las etapas comunes del UCD incluyen el análisis de usuarios y tareas, el diseño conceptual y de prototipos, y la evaluación mediante pruebas con personas usuarias. Su implementación ha dado lugar a la adopción de prácticas como el diseño iterativo, las pruebas de usabilidad y la validación con usuarios reales.

³ También conocida como Ingeniería en Factores Humanos.

⁴ También conocida como Interacción Persona-Ordenador (IPO).

Experiencia de Usuario (UX)⁵

El diseño de Experiencia de Usuario (User Experience, UX) abarca todos los aspectos de la interacción de una persona con un producto, sistema o servicio, incluyendo sus emociones, percepciones y grado de satisfacción. Según Babich (2020), la UX se enfoca en crear experiencias significativas y agradables, considerando tanto la funcionalidad como el placer de uso. A diferencia del UCD, cuyo enfoque puede ser más técnico, la UX incorpora dimensiones hedónicas, estéticas y emocionales.

En el ámbito profesional, la UX ha ganado gran protagonismo gracias a su impacto en el éxito comercial de productos digitales (Rodríguez Castilla et al., 2016). Este enfoque requiere un trabajo interdisciplinario entre diseño, desarrollo, psicología y marketing, y se materializa a través de prácticas como la creación de “personas”, escenarios de uso, mapas de experiencia y pruebas de usabilidad. Como señalan Garreta Domingo y Mor Pera (2020), la UX representa una forma de entender el diseño desde la perspectiva de quien lo experimenta, no solo de quien lo utiliza.

Usabilidad (U, Usability)⁶

La usabilidad se refiere a la facilidad con la que una persona puede aprender a utilizar un producto, realizar tareas eficientemente y obtener resultados satisfactorios. Aunque inicialmente asociada a la HCI, hoy se aplica a cualquier artefacto o sistema diseñado para la interacción humana. Los criterios típicos de evaluación de la usabilidad incluyen la eficacia, eficiencia, tasa de error y satisfacción del usuario (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

Jakob Nielsen (2020) desarrolló un conjunto de diez heurísticos de usabilidad que han sido ampliamente adoptados como guía para evaluar interfaces. Estos principios ayudan a identificar errores comunes en el diseño y optimizar la experiencia de uso sin necesidad de recurrir a estudios complejos. La usabilidad es una condición fundamental, aunque no suficiente, para una buena experiencia de usuario.

Accesibilidad (A, Accessibility)⁷

La accesibilidad consiste en diseñar productos, servicios e interfaces que puedan ser utilizados por la mayor cantidad posible de personas, independientemente de sus capacidades físicas, cognitivas o sensoriales. Este enfoque tiene una dimensión ética y social, y se basa en principios como la inclusión, la equidad y la justicia de acceso (Lawton Henry, 2021).

En el ámbito profesional, la accesibilidad se traduce en prácticas como el uso de contrastes adecuados, navegación por teclado, compatibilidad con lectores de pantalla y estructuras de contenido claras. Además, conceptos relacionados como el Diseño Universal y el Diseño para Todos amplían esta visión hacia una accesibilidad que esté integrada desde la concepción del producto.

Arquitectura de la información (IA)

La Arquitectura de la Información (Information Architecture, IA) se encarga de organizar y estructurar contenidos de forma que sean comprensibles, navegables y útiles para las personas. Es una disciplina clave en el diseño de interfaces digitales, páginas web y sistemas de información (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

Según Rodríguez Castilla et al. (2016), la IA implica técnicas como la jerarquización de contenidos, la categorización semántica, el etiquetado intuitivo y el diseño de navegación. Su objetivo es reducir la carga cognitiva y facilitar la recuperación de información, lo cual la convierte en una herramienta fundamental para una buena experiencia de usuario.

Diseño Inclusivo y Diseño Universal (Inclusive Design / Universal Design)

El Diseño Inclusivo busca crear soluciones que sean accesibles y significativas para el mayor número posible de personas, desde el inicio del proceso de diseño. No se trata únicamente de adaptar productos para personas con discapacidad, sino de considerar una diversidad de contextos, capacidades y preferencias desde el principio. A su vez, el Diseño Universal plantea la creación de productos que no requieran adaptaciones ni soluciones especiales para ningún grupo en particular (Story et al., 1998).

Estos enfoques están cobrando protagonismo en el ámbito profesional, especialmente en políticas públicas, tecnología, diseño web y arquitectura. Además, su adopción está alineada con los principios del HCD y refuerza una ética del diseño centrada en la equidad y la participación.

Diseño de Interacción (IxD)

El Diseño de Interacción (Interaction Design, IxD) se ocupa de definir cómo las personas interactúan con sistemas digitales o físicos. Este enfoque se centra en elementos como la navegación, los flujos de información, la retroalimentación del sistema y la calidad del diálogo entre la persona y el dispositivo (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020; Perez, 2019). Aunque históricamente vinculado al campo de las tecnologías de la información, el diseño de interacción ha cobrado relevancia en entornos físicos como el diseño de productos o entornos inteligentes.

El objetivo principal del IxD es lograr experiencias intuitivas, coherentes y funcionales. Para ello, se emplean técnicas de modelado de flujos, wireframes, prototipos interactivos y análisis de escenarios. Además, el IxD se articula estrechamente con disciplinas como UX, IA y UCD, consolidándose como un componente clave en el diseño digital.

ENFOQUES EMERGENTES O CON PERSPECTIVA ESTRATÉGICA/ ECONÓMICA

Esta categoría incluye enfoques contemporáneos que, si bien pueden tener bases científicas o aplicadas, han ganado popularidad en las últimas décadas por su vinculación con la innovación, la estrategia organizacional y el desarrollo de servicios. Se caracterizan por su orientación práctica, su flexibilidad metodológica y su capacidad para integrarse en contextos empresariales, educativos o comunitarios. Muchos de estos enfoques son iterativos, colaborativos y fuertemente centrados en la(s) persona(s) como eje de transformación.

Design Thinking (DT)

El Design Thinking⁸ (DT) es un enfoque para la resolución creativa de problemas centrado en las personas. Su popularidad se debe

⁵ Acrónimo de la expresión inglesa User eXperience.

⁶ También conocida como la Ingeniería de la Usabilidad.

⁷ Accessibility.

⁸ Traducido genéricamente como Pensamiento de Diseño

a su capacidad para generar soluciones innovadoras en contextos complejos y cambiantes. Según Moran (2021), el marco de trabajo del DT parte del principio de que un enfoque empático y práctico hacia los problemas puede conducir a resultados más diferenciadores y sostenibles.

El proceso del Design Thinking suele estructurarse en cinco o seis fases: empatizar, definir, idear, prototipar, testear (y a veces, implementar o aprender). Este enfoque es ampliamente utilizado en diseño de servicios, educación, innovación empresarial y desarrollo social, y ha sido promovido por instituciones como IDEO o la d.school de Stanford (HPI, s.f.)

A pesar de su orientación profesional, el DT comparte con el HCD su énfasis en la empatía, la iteración y la co-creación. Sin embargo, se diferencia por su carácter más estratégico y transversal, y por su adopción en sectores no tradicionalmente ligados al diseño.

Diseño de Servicios (SD, Service Design)

El Diseño de Servicios (SD) se enfoca en la creación o mejora de experiencias a través de la planificación y organización de elementos tangibles e intangibles que constituyen un servicio. Esta disciplina busca diseñar experiencias coherentes, eficientes y significativas para todas las personas involucradas, ya sean usuarias, prestadoras o afectadas por el servicio (Gibbons, 2022).

El diseño de servicios se basa en tres componentes clave: personas, accesorios o elementos de apoyo, y procesos. Para visualizar estas relaciones, se utilizan herramientas como el Service Blueprint, que permite mapear las interacciones visibles e invisibles del servicio. Este enfoque es común en sectores como salud, transporte, cultura, educación y atención al cliente.

El SD se articula con otros enfoques como el DT, el UCD y el HCD, ya que también considera al ser humano como el centro del proceso de diseño. Su diferencia radica en que el servicio es entendido como un sistema complejo con múltiples puntos de contacto y actores interrelacionados.

Ingeniería Kansei (KE, Kansei Engineering)

La Ingeniería Kansei es un método japonés que busca traducir los sentimientos, emociones y percepciones de las personas en

parámetros concretos de diseño. Fue desarrollada por Mitsuo Nagamachi en la década de 1970 y ha sido especialmente aplicada en la industria automotriz, electrónica y diseño de productos de consumo (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

El objetivo de esta metodología es captar las reacciones sensoriales y emocionales que genera un producto, y utilizarlas como insu- mos para el desarrollo de atributos estéticos, funcionales o simbólicos. Esto permite diseñar experiencias que generen placer, apego o diferenciación en el mercado.

Si bien está relacionada con disciplinas como el UX y la ergonomía emocional, la Ingeniería Kansei se distingue por su enfoque sistemático de cuantificación de variables emocionales, utilizando escalas semánticas, análisis estadísticos y modelado de correlaciones entre percepciones y diseño.

Diseño estratégico (Strategic Design) y Diseño sistémico (Systemic Design)

El Diseño Estratégico es un enfoque que extiende las capacidades del diseño más allá de los productos o servicios individuales, para aplicarlas a sistemas complejos, organizaciones, políticas públicas y modelos de negocio. Su objetivo principal es generar valor a largo plazo, conectando las decisiones de diseño con la visión, identidad y objetivos de una institución o empresa.

Este enfoque se nutre del pensamiento sistémico, el diseño centrado en las personas y la innovación estratégica. El diseño estratégico busca integrar diferentes disciplinas para generar soluciones significativas en escenarios de alta complejidad e incertidumbre (Bertola y Teixeira, 2003). Es comúnmente utilizado en procesos de transformación organizacional, diseño de servicios públicos, planificación urbana y estrategias de marca.

En la práctica, el diseño estratégico se apoya en herramientas como mapas de actores, mapas de valor, narrativas futuras, y sesiones de co-creación intersectorial. A diferencia del Design Thinking, que suele centrarse en proyectos puntuales, el diseño estratégico opera a nivel macro, buscando alineación entre el diseño, la cultura institucional y los objetivos de sostenibilidad o impacto social.

De forma complementaria, el Diseño Sistémico (Systemic Design) comparte con el diseño estratégico su enfoque holístico, pero se distingue por integrar formalmente herra-

mientas del pensamiento sistémico, como mapeos de relaciones, análisis de actores múltiples y escenarios de largo plazo. Mientras el diseño estratégico tiende a enfocarse en la alineación de objetivos organizacionales, valor e innovación, el diseño sistémico busca comprender las interdependencias profundas entre personas, estructuras y entornos, abordando problemas complejos en contextos de alta incertidumbre (Jones, 2014; Sevaldson, 2017). Aunque todavía emergente, su uso se está expandiendo en ámbitos como la sostenibilidad, la educación y la gobernanza.

MÉTODOS CARACTERÍSTICOS PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LAS PERSONAS USUARIAS

Los enfoques de diseño centrados en la(s) persona(s) comparten una base metodológica orientada a comprender profundamente a quienes participan, utilizan o se ven afectados por los productos, servicios o sistemas diseñados. Esta comprensión se logra a través de diversas técnicas de recolección de información, que permiten acceder a las experiencias, contextos, emociones, capacidades y expectativas de las personas usuarias.

Estos métodos, provenientes tanto de la investigación cualitativa como cuantitativa (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), son fundamentales para garantizar que las soluciones diseñadas respondan de forma efectiva, inclusiva y significativa a las realidades de uso. Aunque varían según el enfoque aplicado (académico, profesional o estratégico), muchos de ellos son comunes y adaptables a distintos contextos y disciplinas.

A modo de exemplificación, en el Anexo 2 (Tabla 3) se presenta una tabla que ilustra cómo los métodos descritos pueden ser aplicados en distintas disciplinas del diseño, incluyendo diseño industrial, diseño de la comunicación gráfica, arquitectura y planeación territorial.

En la Tabla 1 se presentan los métodos más característicos identificados por autores como Martin & Hanington (2012) y Trujillo Suárez et al. (2016), utilizados especialmente en el desarrollo de productos materiales, pero extensibles a otros ámbitos del diseño centrado en la(s) persona(s).

Tabla 1. Métodos más característicos para el desarrollo de productos materiales (Martin & Hanington, 2012; Trujillo Suárez et al., 2016). Términos en español e inglés.

Diseño iterativo	Iterative design
Evaluación de uso	Usability evaluation
Ánalisis de actividades-tareas	Task analysis
Revisión de expertos	Informal expert review
Observación de contextos de uso	Field studies
Grupos de discusión	Focus groups
Evaluación heurística	Heuristic evaluation
Prototipado	Prototyping
Entrevistas de usuario	User interviews
Ánalisis de los requerimientos	User requirements analysis
Diseño participativo	Participatory design
Encuestas	Surveys
Jerarquización de tarjetas	Card sorting
Perfil de usuario	User profile
Edificación de personas	Persona building
Escenarios de interacción	Scenarios
Evaluación de deseabilidad	Desirability evaluation

EVALUACIÓN HEURÍSTICA (HEURISTIC EVALUATION)

Evaluación basada en principios de diseño pre establecidos, realizada por evaluadores expertos sin conexión directa con el proyecto. Aunque se aplica comúnmente en entornos digitales, puede adaptarse a productos físicos incorporando dimensiones como el ciclo de vida del producto y criterios de sostenibilidad.

PROTOTIPADO (PROTOTYPING)

Método de simulación que permite estimar y definir la experiencia interactiva mediante modelos de baja, media o alta fidelidad. Favorece la exploración de ideas y reduce el riesgo de errores en la implementación final. Implica iteraciones con distintas representaciones físicas o digitales.

ENTREVISTAS DE USUARIO (USER INTERVIEWS)

Conversaciones guiadas mediante preguntas abiertas o semiestructuradas para explorar percepciones, emociones y experiencias de personas que interactúan con un producto. Se suele complementar con observación, análisis de tareas y encuestas.

ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS DE USUARIO (USER REQUIREMENTS ANALYSIS)

Define las características óptimas de un producto y cómo debe funcionar. Los requerimientos deben ser claros, verificables y abarcar aspectos de uso, funcionalidad, técnica y estética. Sirven para evaluar propuestas y tomar decisiones de diseño.

DISEÑO PARTICIPATIVO (PARTICIPATORY DESIGN)

Enfoque colaborativo en el que las personas involucradas en el uso participan activamente en el proceso de diseño. Aporta diversidad de perspectivas y ayuda a minimizar sesgos del equipo de desarrollo. En proyectos prolongados, conviene rotar a las personas participantes para mantener la representatividad.

ENCUESTAS (SURVEYS)

Herramienta cuantitativa para obtener datos estructurados sobre preferencias, comportamientos o características comunes de una muestra representativa. Puede aplicarse

DISEÑO ITERATIVO (ITERATIVE DESIGN)

El diseño iterativo se basa en un proceso continuo de testeо, verificación y evaluación del producto, permitiendo eliminar gradualmente problemas y adaptarlo a las necesidades de las personas que lo utilizarán. Este proceso mejora el diseño con el tiempo, ya sea mediante bocetos o modelos volumétricos que fomentan la construcción colectiva de conocimiento, tanto a nivel individual como en espacios colaborativos.

EVALUACIÓN DE USO (USABILITY EVALUATION)

Método que permite recopilar información durante el desarrollo de tareas con uno o más prototipos, observando fallas que deben ser corregidas. Se aplica con protocolos definidos y es útil para comparar alternativas de diseño en distintas fases del proceso. Ayuda a mejorar la eficiencia y facilidad de interacción para las personas destinatarias.

ANÁLISIS DE ACTIVIDADES-TAREAS (TASK ANALYSIS)

Se enfoca en describir secuencias de acciones para comprender, a nivel físico y cognitivo, cómo una persona realiza tareas utilizando un producto. Analiza el uso y la respuesta del sistema en el tiempo y espacio donde

ocurren las acciones, generando patrones que deben ser considerados en el diseño.

REVISIÓN DE EXPERTOS (INFORMAL EXPERT REVIEW)

Consiste en que un especialista externo evalúe el producto en desarrollo, identificando problemas y emitiendo recomendaciones para el equipo de diseño. Este método suele complementarse con otros que incorporan la experiencia directa de personas usuarias.

OBSERVACIÓN DE CONTEXTOS DE USO (FIELD STUDIES)

Método de origen etnográfico que permite observar situaciones reales de uso para conocer lo que hacen las personas en su entorno cotidiano. Aunque no permite acceder directamente a percepciones o pensamientos, se complementa con entrevistas y grupos de discusión para construir una visión integral.

GRUPOS FOCALES (FOCUS GROUPS)

Reuniones moderadas con personas que comparten un perfil específico, donde se discuten percepciones, expectativas y experiencias relacionadas con un producto o servicio. Se utiliza tanto para explorar necesidades como para evaluar propuestas en etapas finales.

en diferentes fases del diseño y en combinación con otros métodos.

JERARQUIZACIÓN DE TARJETAS (CARD SORTING)

Técnica en la que se pide a personas participantes agrupar tarjetas con conceptos o atributos según su lógica o relevancia. Ayuda a alinear la percepción del producto con sus componentes funcionales o simbólicos.

PERFIL DE USUARIO (USER PROFILE)

Consiste en definir grupos destinatarios mediante descripciones amplias que incluyen contexto, habilidades, conocimientos, actividades, características demográficas y limitaciones. Estos perfiles permiten seleccionar personas adecuadas para las etapas de evaluación.

EDIFICACIÓN DE PERSONAS (PERSONA BUILDING)

Creación de representaciones ficticias basadas en investigación, que reflejan estilos de vida, metas, frustraciones y características clave de segmentos poblacionales. Permite diseñar con empatía y claridad de enfoque.

ESCENARIOS DE INTERACCIÓN (SCENARIOS)

Narraciones que describen cómo una persona realiza una tarea en un contexto específico, con un producto o servicio. Incluyen metas, emociones, errores comunes y se representan frecuentemente en storyboards o guiones gráficos.

EVALUACIÓN DE DESEABILIDAD (DESIRABILITY EVALUATION)

Evaluá la reacción emocional y el valor estético de productos o servicios. Permite identificar atributos que generan placer, atracción o identificación en las personas, y contribuye a decisiones orientadas al diseño hedónico.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente artículo ha buscado sistematizar e ilustrar un conjunto de enfoques y métodos vinculados al diseño centrado en la(s) persona(s), con el fin de servir como herramienta de consulta y orientación para quienes diseñan, investigan o enseñan en el campo del diseño. Más allá de recopilar metodologías, esta propuesta invita a reflexionar sobre qué implica realmente “centrarse en las personas”.

Si bien los enfoques descritos —ergonomía, HCI, UX, Design Thinking, Ingeniería Kansei, entre otros— provienen de tradiciones disciplinares distintas, convergen en una misma premisa: situar a las personas, sus necesidades, deseos y contextos, como criterio prioritario en la toma de decisiones de diseño. Este principio se ha vuelto transversal en múltiples áreas productivas, más allá del diseño tradicional.

No obstante, aún persisten desafíos significativos. En muchos entornos, las metodologías centradas en las personas se aplican de forma ritualizada, sin la flexibilidad ni el compromiso necesarios para iterar genuinamente. También es común confundir lo estéticamente atractivo con lo verdaderamente significativo, o limitar la participación de las personas a una fuente de datos, cuando en realidad deberían ser parte activa del proceso de diseño (IDEO.org, 2015).

Por otro lado, la inclusión efectiva de colectivos históricamente marginados —como personas con discapacidades, adultos mayores, minorías culturales, cuerpos y géneros no hegemónicos— sigue siendo una deuda pendiente. Como advierte Criado Pérez (2019), muchos productos, servicios y espacios han sido diseñados sobre la base de un “usuario estándar” masculino, joven, sano y occidental, invisibilizando a una enorme parte de la población.

En este contexto, el término “usuario” (persona “que usa algo”. RAE, 2014) comienza a resultar limitado. Diseñar no es solo pensar en el uso funcional de un objeto, sino intervenir en las experiencias, vínculos, emociones y modos de habitar el mundo. El cambio hacia una noción de “persona usuaria” no es solo semántico, sino conceptual: implica diseñar con empatía, conciencia ética y sensibilidad cultural (Norman, 2013).

Por ello, comprender los alcances, limitaciones y posibilidades de cada enfoque es clave para aplicar las metodologías de forma crítica, sin idealizarlas ni reducirlas a recetas. Ningún método, por sí solo, garantiza una solución adecuada. La riqueza del diseño centrado en la(s) persona(s) radica en su capacidad de adaptarse, combinarse y dialogar con distintas realidades y disciplinas, reconociendo que diseñar es un acto situado, colectivo y en constante evolución (Garreta Domingo & Mor Pera, 2020).

En consecuencia, se hace imprescindible que las personas que diseñan exploren y

se formen en más de un enfoque, adaptándolos a sus propios contextos. Esta práctica no solo mejora la calidad de los productos, servicios o sistemas creados, sino que también promueve una relación más honesta y cercana con quienes los utilizarán. Un diseño exitoso no se logra al primer intento: requiere iteración, validación, aprendizaje y, sobre todo, una voluntad auténtica de escuchar.

En línea con esta apertura hacia enfoques más integradores, es relevante considerar cómo metodologías emergentes como el Diseño Sistémico comienzan a cobrar protagonismo en el ámbito del diseño centrado en la(s) persona(s). Su capacidad para abordar la complejidad desde una perspectiva transdisciplinaria y contextual lo posiciona como un posible campo de exploración futura, especialmente en proyectos que requieren intervención a múltiples niveles sociales, organizacionales y ambientales.

Finalmente, la clasificación presentada —académica, profesional y estratégica— no pretende establecer límites fijos, sino servir como guía adaptable. Algunos enfoques serán más útiles para quien investiga en el ámbito académico; otros, para quien modela, fabrica, comunica o gestiona; y muchos podrán combinarse de forma complementaria. Lo fundamental es comprender que el diseño centrado en la(s) persona(s) no es una fórmula cerrada, sino un marco vivo que invita a la exploración constante, al trabajo colaborativo y al compromiso con un mundo más justo, sensible y significativo.

REFERENCIAS

Babich, N. (2020). *What Is UX Design? User Experience Definition*. Adobe XD Ideas. Retrieved 2 February 2022, from <https://xd.adobe.com/ideas/career-tips/what-is-ux-design/>.

Carayon, P. (2006). Human factors of complex sociotechnical systems. *Applied ergonomics*, 37(4), 525-535. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2006.04.011>

Chartered Institute of Ergonomics and Human Factors. (2018). *Human Factors for Health & Social Care (White Paper) [online]*. Ergonomics.org.uk. Retrieved 2 February 2022, from https://www.ergonomics.org.uk/Public/Resources/Publications/Healthcare-White-Paper/Public/Resources/Publications/Healthcare_White_Paper.pdf

- te_Paper.aspx?hkey=caf8ec2c-9ad9-4335-952e-c01abcd5bfd1.
- Criado Pérez, C. (2019). *Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men*. Chatto & Windus.
- Garreta Domingo, M., & Mor Pera, E. (2020). *Interacción persona-ordenador: Módulo 3. Diseño centrado en el usuario*. Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC). Retrieved 1 February 2022, from http://cv.uoc.edu/annotation/988e6d1ead39c2f9c461c07b3ce0e9e7/754931/PID_00275324/PID_00275324.html#w31aab9b7.
- Hasso Plattner Institute of Design at Stanford. (s.f.). *Get started with design*. d.school. <https://dschool.stanford.edu/innovate/tools/get-started-with-design>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1^a ed.). McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO. <https://www.designkit.org/resources/1.html>
- International Ergonomics Association. (2020). *What Is Ergonomics?* iea.cc. Retrieved 1 February 2022, from <https://iea.cc/what-is-ergonomics/>.
- Jones, P.H. (2014). Systemic Design Principles for Complex Social Systems. In: Metcalf, G. (eds) *Social Systems and Design. Translational Systems Sciences*, vol 1. Springer, Tokyo. https://doi.org/10.1007/978-4-431-54478-4_4
- Lawton Henry, S. (2021). *Introduction to Web Accessibility*. Web Accessibility Initiative (WAI). Retrieved 3 February 2022, from <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>.
- Martig, S., Castro, S., & DiLuca, S. (2001). Un curso de interacción humano computadora en las currículas de ciencias de la computación. In *VII Congreso Argentino de Ciencias de la Computación* (pp. 1-7). Red de Universidades con Carreras en Informática (RedUNCI). Retrieved 2 February 2022, from <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/23193>.
- Martin, B., & Hanington, B. (2012). *Universal Methods of Design* (1st ed.). Rockport Publishers.
- Molero Castillo, G., Benítez Guerrero, E., & Mezura Godoy, C. (2017). Interacción humano computadora y minería de datos para la generación y representación de conocimiento útil. *Ciencias De La Información*, 48(1), 3-10. Retrieved 2 February 2022, from <https://eds.p.ebscohost.com/eds/pdf-viewer/pdfviewer?vid=4&sid=c5e1399e-603b-484e-9661-519923f55d1c%40redis>.
- Moran, K. (2021). *Design Thinking: Study Guide*. Nielsen Norman Group. Retrieved 3 February 2022, from <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking-study-guide/>.
- Nielsen, J. (2020). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Nielsen Norman Group. Retrieved 2 February 2022, from <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and Expanded Edition*. Basic books.
- Norman, D. A. (1988). *The Psychology of Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D., & Draper, S. (1986). *User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*. Lawrence Erlbaum.
- P. Bertola, J.C Teixeira, (2003). Design as a knowledge agent: How design as a knowledge process is embedded into organizations to foster innovation. *Design Studies*, 24 (2), 181-194. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(02\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(02)00036-4)
- Perez, L. (2019). Guía del diseño de interacción: conoce el IxD, sus principios, procesos y características [Blog]. Retrieved 3 February 2022, from <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-de-interaccion/>.
- RAE. (2014). Usuario. *Diccionario de la Lengua Española* (23rd ed.). Real Academia Española. ASALE. Retrieved 1 February 2022, from <https://dle.rae.es/usuario>.
- Rodríguez Castilla, L., González Hernández, D., & Pérez González, Y. (2016). De la arquitectura de información a la experiencia de usuario: Su interrelación en el desarrollo de software de la Universidad de las Ciencias Informáticas. *E-Ciencias De La Información*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.15517/eci.v7i1.24317>
- Rutherford, G. (2020). *Human Factors in Paramedic Practice*. Class Professional Publishing.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). *Co-creation and the new landscapes of design*. *CoDesign*, 4(1), 5–18.
- Sevaldson, B. (2017). Redesigning Systems Thinking. *FormAkademisk*, 10(1). <https://doi.org/10.7577/formakademisk.1755>
- Stanton, N., Hedge, A., Brookhuis, K., Salas, E., & Hendrick, H. (2005). *Handbook of Human Factors and Ergonomics Methods*. CRC Press LLC.
- Stanton, N., Salmon, P., Rafferty, L., Walker, G., Baber, C., & Jenkins, D. (2013). *Human Factors Methods: A Practical Guide for Engineering and Design* (2nd ed.). CRC Press.
- Story, M. F., Mueller, J. L., & Mace, R. L. (1998). *The Universal Design File: Designing for people of all ages and abilities*. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED460554.pdf>
- Trujillo Suárez, M., Aguilar, J., & Neira, C. (2016). Los métodos más característicos del diseño centrado en el usuario -DCU-, adaptados para el desarrollo de productos materiales. *Iconofacto*, 12(19), 215-236. <https://doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a09>

ANEXOS

Anexo 1: Comparativo de enfoques centrados en la(s) persona(s)

Tabla 2. Enfoques centrado(s) en la(s) persona(s)

Nombre del enfoque	Categoría	Enfoque principal	Aplicación típica	Métodos más asociados	Disciplinas relacionadas
Diseño Centrado en el Usuario (UCD)	Profesional	Funcionalidad, usabilidad	Tecnología, diseño de interfaces	Prototipado, pruebas de usabilidad, entrevistas	HCI, UX, IxD
Experiencia de Usuario (UX)	Profesional	Emocional, hedónico	Aplicaciones web, apps, servicios digitales	Personas, escenarios, mapas de experiencia	UCD, IxD, arquitectura de información
Diseño de Interacción (IxD)	Profesional	Flujo de interacción, feedback	Dispositivos digitales, sistemas interactivos	Ánalisis de tareas, diseño de interfaces	HCI, UX, usabilidad
Accesibilidad	Profesional	Inclusión, equidad	Sitios web, servicios públicos, tecnología asistiva	Evaluación heurística, tests de accesibilidad, observación	Diseño universal, diseño inclusivo
Arquitectura de la Información (IA)	Profesional	Organización de contenidos	Web, apps, sistemas informáticos	Card sorting, estructura de navegación	UX, IxD
Diseño Inclusivo / Universal	Profesional	Accesibilidad desde el inicio	Espacios, productos digitales, servicios	Observación, co-creación con diversidad de personas	Accesibilidad, diseño ético
Factores Humanos y Ergonomía (HFE)	Académico	Seguridad, eficiencia, bienestar	Industrias, medicina, transporte, manufactura	Ánalisis de tareas, simulaciones, tests ergonómicos	Ingeniería, psicología, sociología
Interacción Humano-Computadora (HCI)	Académico	Interacción humano-tecnología	Software, sistemas complejos	Evaluación de uso, minería de datos, entrevistas	Informática, psicología, diseño
Diseño Centrado en el Ser Humano (HCD)	Académico / Global	Holístico, empático, social	Servicios, salud, educación, innovación social	Observación contextual, co-creación, entrevistas, prototipado	UCD, UX, diseño participativo
Diseño Participativo	Académico / Social	Co-creación, empoderamiento	Innovación social, comunidades, planificación local	Talleres, sesiones de co-diseño, entrevistas grupales	Sociología, diseño social, HCD
Design Thinking (DT)	Emergente / Estratégico	Resolución de problemas creativos	Educación, innovación, negocios, políticas públicas	Mapas de empatía, prototipado, testeo, feedback	HCD, innovación social
Diseño de Servicios (SD)	Emergente / Estratégico	Experiencia total en sistemas	Atención al cliente, salud, cultura, banca	Blueprint, mapa de actores, escenarios, co-creación	DT, UX, estrategia de servicios
Ingeniería Kansei (KE)	Emergente / Técnico	Emociones, sensaciones	Automotriz, electrónica, productos de consumo	Escalas semánticas, correlaciones emocionales	Ergonomía emocional, UX
Diseño Estratégico	Emergente / Estratégico	Valor, visión institucional	Organizaciones, sistemas, modelos de negocio	Mapas de valor, sesiones de estrategia, foresight, visualización	DT, diseño organizacional, HCD

Tabla resumen que sistematiza los enfoques descritos en la primer parte del artículo, organizada por categoría, enfoque principal, aplicación, métodos asociados y disciplinas vinculadas.

Anexo 2: Aplicación de métodos en distintas disciplinas

Tabla 3. Aplicación de métodos en distintas disciplinas

Método	Diseño Industrial	Diseño de la Comunicación Gráfica	Arquitectura	Planeación Territorial
Diseño iterativo	Prototipado físico en cartón para testeo de ergonomía.	Infografía educativa con versiones testeadas para optimizar claridad del mensaje.	Maqueta a escala con retroalimentación de futuros habitantes.	Simulación de escenarios urbanos participativos (mapas de uso de suelo, crecimiento).
Evaluación de uso	Pruebas funcionales del producto en diferentes entornos.	Comparación de piezas visuales para medir comprensión o recordación del mensaje.	Observación del uso real de espacios construidos.	Validación comunitaria de propuestas de zonificación o equipamientos.
Ánálisis de tareas	Secuencia de acciones para ensamblar o usar un objeto.	Ánálisis de navegación en piezas gráficas interactivas o editoriales.	Estudio de recorridos y flujos de circulación en edificios.	Flujo de desplazamiento peatonal o transporte público en zonas clave.
Revisión de expertos	Evaluación ergonómica por especialista en producto.	Crítica comunicacional de campaña visual por expertos en semiótica.	Revisión arquitectónica centrada en accesibilidad y confort.	Evaluación técnica de planes por urbanistas, movilidad o medioambiente.
Observación de contexto	Uso de herramientas en ambientes reales.	Observación de la interpretación de señalética o mensajes en espacios reales.	Registro de comportamiento social en espacio público.	Observación participativa en barrios o zonas en conflicto de uso del suelo.
Grupos de discusión	Opiniones de operarios sobre prototipos.	Discusión grupal sobre tono, mensaje y recepción de una campaña.	Talleres con vecinos sobre propuestas de espacio público.	Mesas de trabajo sobre problemáticas territoriales con comunidad y autoridades.
Evaluación heurística	Validación ergonómica y funcional.	Evaluación de claridad y coherencia de mensajes visuales según heurísticas.	Revisión de diseño espacial frente a principios de accesibilidad.	Revisión de planes o instrumentos con base en criterios sostenibles y sociales.
Prototipado	Modelos 3D de baja y alta fidelidad.	Borradores visuales de piezas impresas/digitales para testeo de legibilidad y narrativa.	Modelos volumétricos para simular recorridos o iluminación.	Mapas conceptuales sobre crecimiento urbano o proyecciones de densidad.
Entrevistas	A personas usuarias de productos técnicos.	A públicos diversos sobre interpretación y emociones frente a mensajes visuales.	A residentes sobre percepción de vivienda o entorno.	A pobladores sobre problemáticas cotidianas, servicios o desplazamientos.
Ánálisis de requerimientos	Requisitos técnicos, estéticos y funcionales del producto.	Objetivos comunicativos, perfil de audiencia y contexto de circulación del mensaje.	Listado de necesidades para un espacio habitacional o comunitario.	Requerimientos normativos, sociales y estratégicos para un plan de desarrollo.
Diseño participativo	Co-creación de herramientas con personas usuarias.	Talleres de diseño visual con colectivos o comunidades afectadas.	Participación ciudadana en definición de mobiliario urbano.	Coproducción de propuestas urbanas con ciudadanía y actores institucionales.
Encuestas	Opinión sobre usabilidad y estética del objeto.	Evaluación de efectividad del mensaje en piezas gráficas o campañas.	Encuestas sobre calidad del espacio urbano o satisfacción.	Diagnóstico participativo sobre servicios, vivienda, equipamientos.
Jerarquización de tarjetas	Priorización de atributos del producto (peso, forma).	Ordenamiento de mensajes o temas según importancia para el público objetivo.	Organización funcional del programa arquitectónico.	Priorización de demandas territoriales o problemáticas locales.
Perfil de persona	“Persona adulta que trabaja en oficios manuales, con experiencia previa en herramientas y necesidades ergonómicas específicas.”	“Estudiante universitaria que consume contenidos digitales diariamente y busca información clara en formatos visuales.”	“Persona mayor que frecuenta espacios públicos y presenta requerimientos de accesibilidad física y señalización clara.”	“Líder comunitario con conocimientos básicos sobre procesos barriales y organización vecinal.”
Edificación de personas	“Adrián, carpintero, usa herramientas de forma intensiva.”	“Lucía, estudiante que consume información visual en redes digitales.”	“Juan, adulto mayor que visita espacios públicos frecuentemente.”	“Carlos, líder barrial con conocimientos sobre procesos comunitarios.”
Escenarios de interacción	Uso extremo de un producto en condiciones reales.	Persona interactuando con campaña en espacio digital o físico (transporte, calle, etc.)	Interacciones familiares en plazas o parques urbanos.	Escenarios urbanos como día de feria, movilización social, o crisis ambiental.
Evaluación de deseabilidad	Reacción emocional ante estética y funcionalidad del producto.	Reacción afectiva frente al mensaje visual (identificación, agrado, rechazo).	Preferencia por estilos de diseño en renders o materialidades.	Aceptación o resistencia frente a propuestas de transformación territorial.

Esta tabla presenta ejemplos aplicados de métodos de obtención de información centrados en la(s) persona(s), distribuidos en cuatro disciplinas: Diseño Industrial, Diseño de la Comunicación Gráfica, Arquitectura y Planeación Territorial.