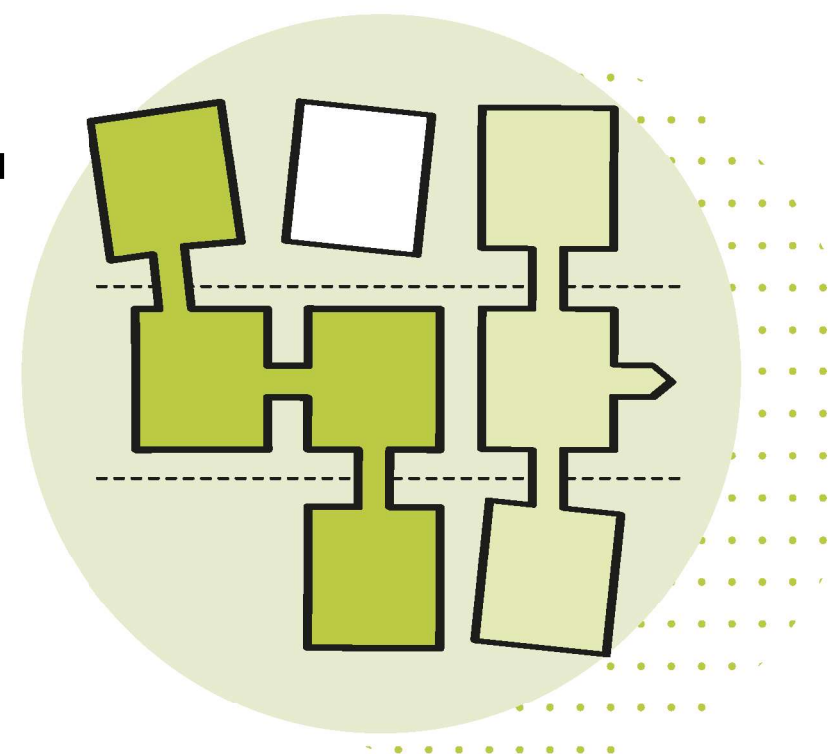




BLUE PRINT DEL SERVICIO

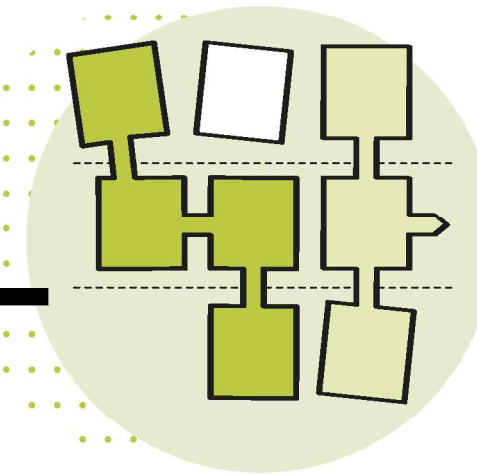


El mapa del servicio visibiliza el proceso a través del cual una empresa entrega valor, incorporando en él, la experiencia del cliente interno y externo.



BLUE PRINT

DEL SERVICIO



→ **Autores**

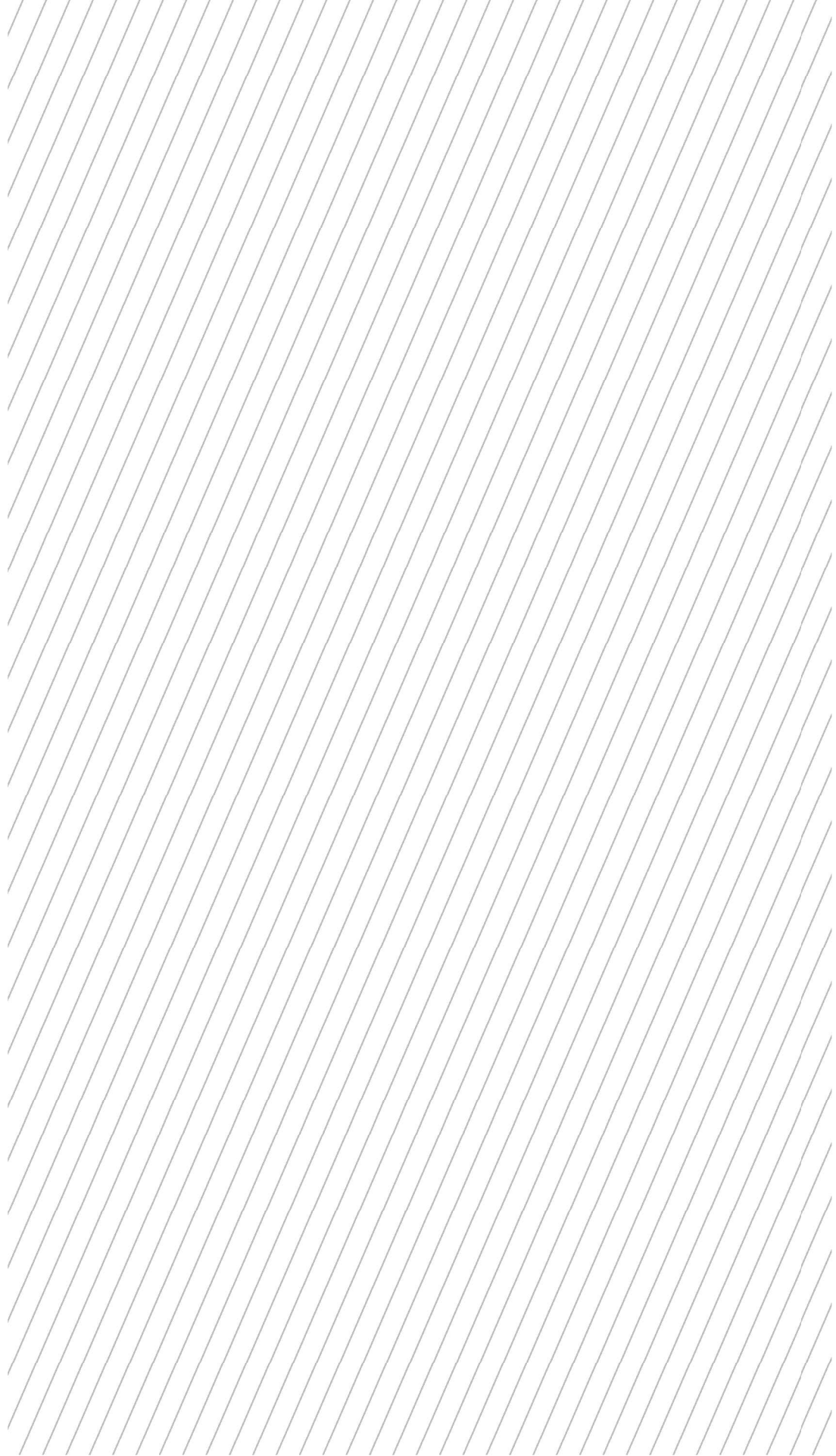
María José Dubois
Mariela Celina Secchi
Victoria Díaz

Colaboración

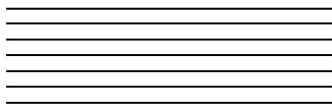
Rodrigo Ramírez

Diseño y maquetación

Mariela Celina Secchi



→ Herramienta operativa que describe la naturaleza y las características de las interacciones del servicio con suficiente detalle para verificarlo, implementarlo y mantenerlo.



Se basa en una técnica gráfica que muestra los elementos del proceso por encima y por debajo de la línea de visibilidad para el cliente externo. Se identifican todos los puntos de contacto y los procesos necesarios para la construcción de su experiencia.

La herramienta BLUEPRINT permite reconocer todos los componentes de un servicio, facilitando la identificación de oportunidades de mejora y la optimización de la experiencia de todos los involucrados. Esta herramienta ayuda a las organizaciones a comprender mejor los puntos de interacción entre éste y la organización.

→ **Otras herramientas con las que se relaciona:**

MAPA DE EXPERIENCIA / PERSONA / CANVAS / MAPA DE EMPATÍA

**REPRESENTACIÓN
VISUAL QUE DETA-
LLA LOS ASPECTOS
DE UN SERVICIO
INCORPORANDO
LAS PERCEPCIONES
DE LOS CLIENTES.**

Permite describir los compo-
nentes internos y externos
del servicio.



¿Cuándo utilizarlo?

→ **Cuando se desee mejorar la oferta de servicio.** Saber cómo se produce el servicio es esencial para abordar los puntos débiles.

→ **Cuando se quiera diseñar un nuevo servicio que mezcle puntos de contacto digitales y no digitales.** El blueprint es ideal para examinar e implementar la entrega de servicios complejos.

→ **Cuando se ha perdido el control de cómo se produce el servicio.** Los servicios, al igual que los productos, tienen líneas de producción. Cuanto más tiempo ha existido el servicio o más grande es la organización, menos explícitos pueden ser los procesos simplificados.

→ **Cuando se diseña un servicio o producto que esté involucrado en la producción de otros servicios.** Los productos y servicios a menudo interactúan con otros servicios. Comprender las interacciones de las personas (clientes internos y externos) a lo largo de la totalidad del servicio puede mejorar la experiencia y hacerla más fluida.

→ **Cuando hay muchos componentes en el servicio.** Incluso el servicio más simple puede incluir sistemas de tecnologías de información (TI), personas, accesorios y socios que trabajan para mejorar la experiencia del usuario. La herramienta Blueprint puede ayudar a comprender esta complejidad.

ELEMENTOS
PRINCIPALES Y SECUNDARIOS
PARA CONSTRUIR
Y COMPRENDER
LA HERRAMIENTA



ELEMENTOS PRINCIPALES

→ **LÍNEA DE INTERACCIÓN**

Separa las acciones del cliente externo de las del interno.

→ **LÍNEA DE VISIBILIDAD**

Divide las acciones que el realiza el empleado y que el cliente externo no ve.

→ **LÍNEA DE INTERACCIÓN INTERNA**

Separa las acciones del cliente interno con los procesos de soporte. Actividades internas de la organización.

Los bloques principales de la construcción del servicio son:

Evidencias: Objetos, elementos, aspectos que se encuentran a lo largo del recorrido del servicio. Todas la señales visibles o percibidas que recibe el cliente externo antes, durante o después del servicio.

Acciones del cliente externo: Actividades que tiene que hacer para acceder al servicio y el tiempo que le lleva cada acción. Sin estas no hay servicio.

Frontstage: Todas las actividades que suceden en un espacio común entre el cliente externo y los internos durante el proceso. Estas pueden ser la atención personalizada, una plataforma o página web, la atención telefónica entre otras.

Backstage: Todo los procesos que se suceden para cumplir con el servicio y que el cliente externo no ve.

Procesos de soporte: Las tareas imprescindibles que sustentan el funcionamiento adecuado del servicio diseñado.



ELEMENTOS SECUNDARIOS

→ TIEMPO

Es un elemento indispensable. Marca la prolongación de cada acción para completar el recorrido.

→ FLECHAS

Ayudan a indicar las relaciones y las dependencias, sugiriendo el sentido y la codependencia.

→ EMOCIONES

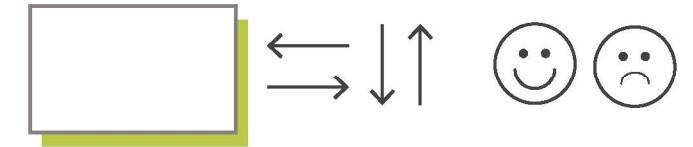
Tanto del cliente externo como interno identifican el grado de satisfacción de cada uno y ponen en evidencia posibles puntos de mejora.

→ MÉTRICAS

Son un elemento que suman detalles a los procesos y permiten resaltar puntos de atención (costos, lapsos, falta de comunicación, etc.).

→ REGULACIONES O POLÍTICAS

Aquellas que deben considerar porque no se pueden cambiar, ya sean internas o de contexto.



EVIDENCIAS
Elementos que demuestran y permiten que el servicio suceda.

ACCIONES
¿Qué hacen los clientes externos?
¿Cuáles son los lugares y momentos en los que está en contacto directo con el servicio?

Acciones visibles
¿Qué hace cliente interno de manera presencial o través algún canal??

Acciones no visibles
¿Qué hace el cliente interno?
¿Qué tareas o procesos se deben completar para llevar adelante el servicio?

Procesos
¿Qué otros procesos son necesarios para cumplir con el servicio?
¿Qué tiempo demanda? ¿Qué regulación, procedimiento o reglamento no se pueden omitir?

SERVICIO

TRAMO DEL RECORRIDO

CLIENTE EXTERNO

ANTES

DURANTE

DESPUÉS

EVIDENCIAS

ACCIONES DEL CLIENTE EXTERNO

ACCIÓN 1

ACCIÓN 2

ACCIÓN 3

ACCIÓN 4

ACCIÓN 5

Tiempo que le insume



LÍNEA DE INTERACCIÓN

ACCIONES
CLIENTE INTERNO

TECNOLOGÍA

LÍNEA DE VISIBILIDAD

ACCIONES
CLIENTE INTERNO

LÍNEA DE INTERACCIÓN INTERNA

PROCESOS DE SOPORTE

REGULACIONES

El número de acciones varía según los casos particulares de análisis.

Pasos

Los siguientes pasos constituyen una guía a la que se pueden sumar elementos importantes del proceso. El mapeo puede completarse en diferente orden e inclusive de manera solapada.

#1

Definir el marco de análisis

Establecer el tramo de recorrido del servicio que se desea analizar y quién será el actor principal, cliente externo.

#2

Plasmar las acciones del cliente externo

Ordenar las acciones cronológicamente (**antes** -cuando indentifica la necesidad, **durante** - cuando transita el servicio, **después**- cuando concluye el recorrido). Este paso puede surgir de la herramienta Mapa de experiencia o *Journey Map*.

#3

Mapear las acciones del cliente interno visibles

Identificar las tareas y el comportamiento del cliente interno frente al externo, haciendo efectivo los puntos de contacto, ya sea en un espacio físico o virtual (*Frontstage*).

#4

Identificar las actividades invisibles para el cliente externo

Registre las actividades que debe llevar adelante el cliente interno, “tras bambalinas” (*Backstage*) para cumplir con la prestación del servicio. Incluir la tecnología requerida y el rol del responsable.

#5

Añadir evidencia del servicio

Durante el proceso irá identificando distintos elementos que van dejando rastro de la prestación del servicio (por ejemplo tickets, mails, etc.). Podrá registrarlos en el campo "evidencias" en el paso identificado.

#6

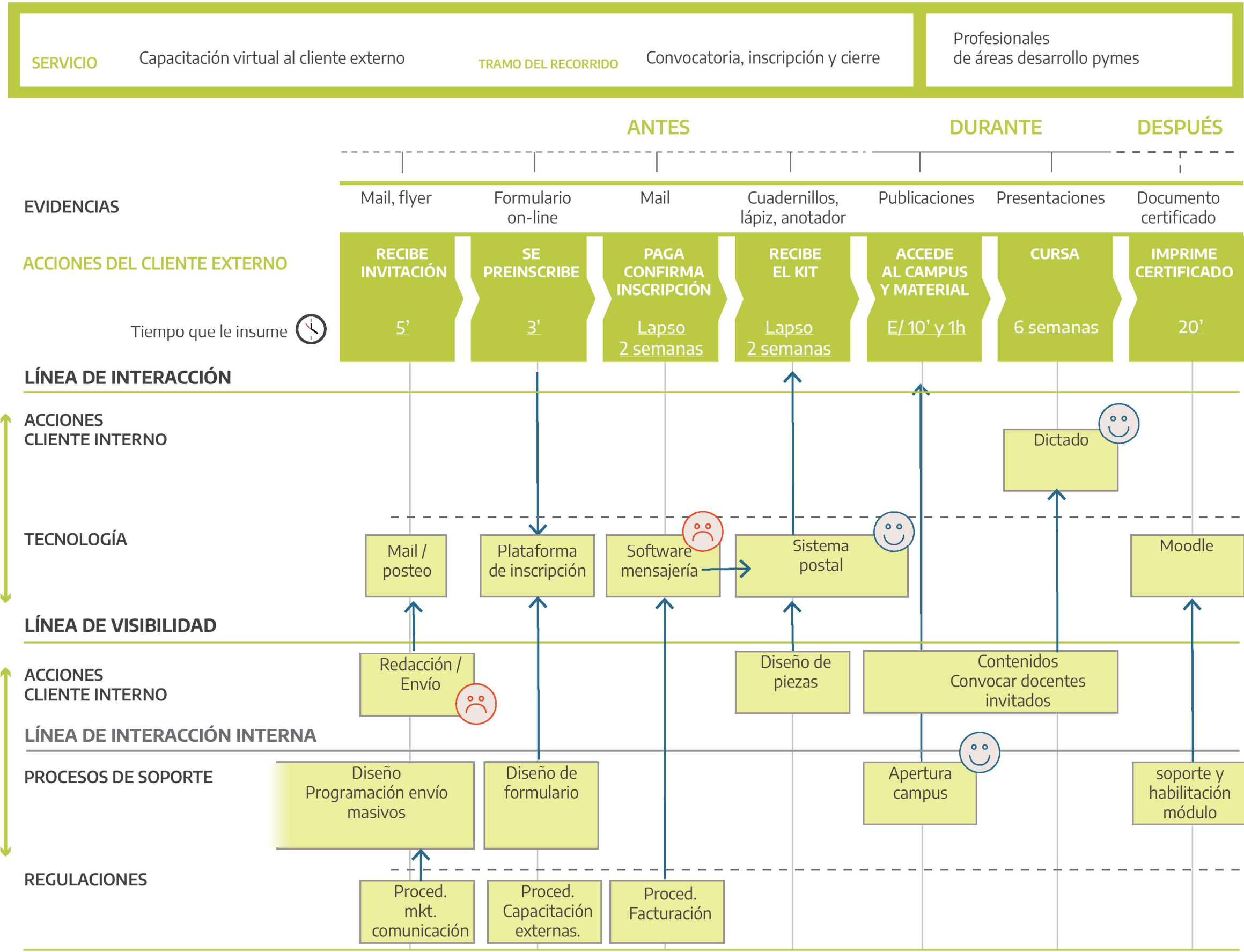
Determinar los procesos de soporte

Incluir aquellas tareas indispensables que hacen posible que el servicio se complete sin fallas, y que se encuentran por debajo de la línea de interacción interna (por ejemplo soporte técnico de la web, compra de insumos, mantenimiento de equipos, etc.).



Blueprint puesto en práctica

A modo de ejemplo se muestra un esquema simplificado que mapea las acciones y tareas que implica una capacitación virtual de INTI Diseño Industrial.

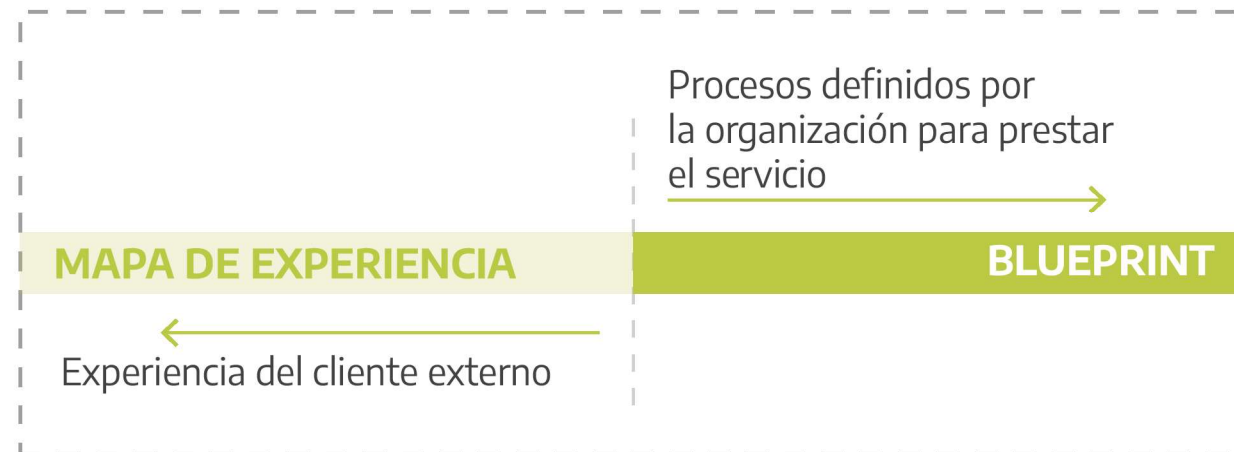




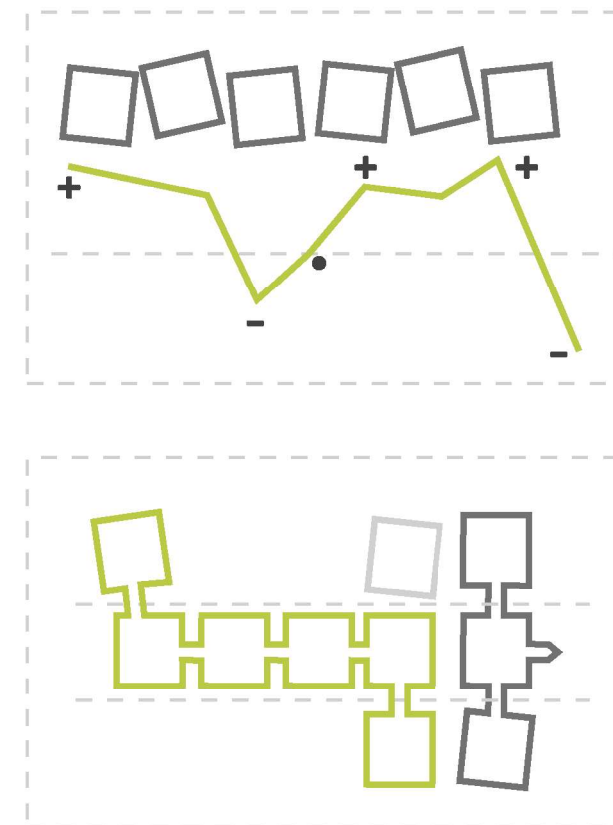
Mapa de Experiencia vs. Blueprint

Ambas herramientas mapean los puntos de contacto que un cliente externo tiene con la organización en el uso de un servicio a lo largo del tiempo.

En el **Mapa de Experiencia**, cada momento se centra en la experiencia del cliente externo identificando lo que está haciendo, pensando y/o sintiendo. El **blueprint**, en cambio, contiene menos información cualitativa sobre la experiencia, pero más detalles sobre los procesos y especificaciones necesarias para que el servicio se materialice.



De todos modos, las dos herramientas se complementan al momento de pensar mejoras en un servicio.



Resultados esperados

Diseñar e implementar servicios, a partir del análisis de la percepción del cliente externo y de lo que sucede por detrás de la línea de visibilidad. Identificar oportunidades para mejorar procesos.

+Info

Service Design Tool

<http://www.servicedesigntools.org/tools/35>

Cooper Journal - Service Blueprints:

Laying the Foundation

<https://izac.me/thoughts/blueprintfoundations>

Interaction design org

<https://www.interaction-design.org/literature/article/service-blueprints-communicating-the-design-of-services>

Gasca, J., & Zaragoza, R. (2017).

Designpedia: 80 herramientas para construir tus ideas.

LID Editorial Empresarial.

Practical Service Design

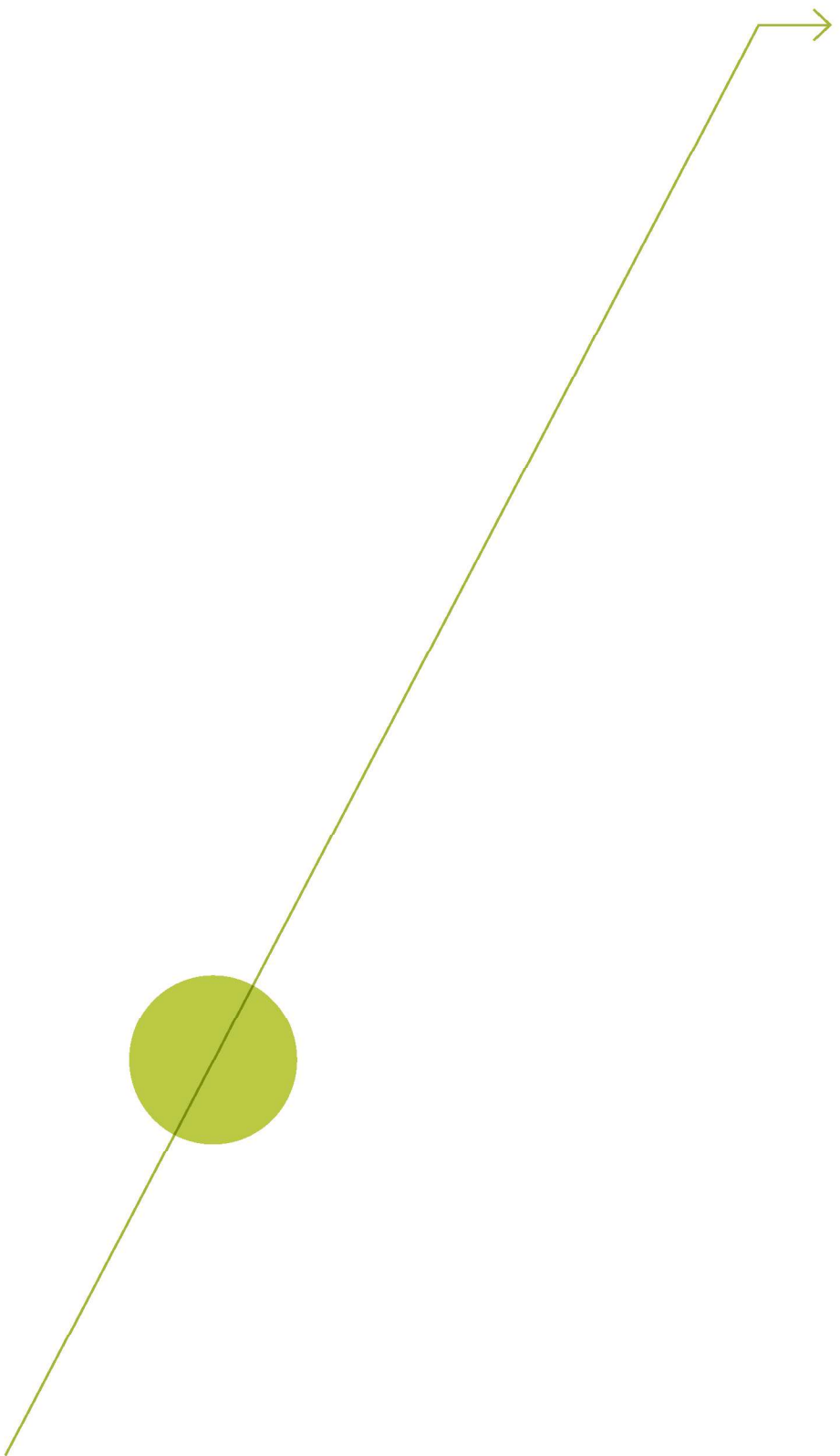
<https://www.practicalbydesign.co/>

Advenio

<http://advenio.es/como-disenar-servicios-a-traves-del-servicio-blueprint>

Miro: Service blueprint templates

<https://miro.com/templates/service-blueprint/>



+Bibliografía

Gibbons, S. (2017, August 27). *Service blueprints: Definition*. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/>

Becker, R., Díaz, V., Dubois, M. J., & Vigna, A. (2017). *Herramientas de diseño*. Instituto Nacional de Tecnología Industrial. https://www.inti.gob.ar/assets/uploads/files/disenio-industrial/herramientas-de-diseno_2017.pdf

Flowers, E., & Miller, M. (2022). *Your guide to blueprinting the practical way. Practical by Design*.

Dubois, María José

Blueprint : del servicio / María José Dubois ; Mariela Secchi ; Victoria Díaz ; Adaptado por María José Dubois ; Mariela Secchi ; Victoria Díaz ; Contribuciones de Rodrigo Ramirez. - 1a ed. - San Martín : Instituto Nacional de Tecnología Industrial - INTI, 2025.
20 p. ; 15 x 21 cm.

ISBN 978-950-532-552-8

1. Diseño. I. Dubois, María José, adapt. II. Secchi, Mariela, adapt. III. Díaz, Victoria, adapt. IV. Ramirez, Rodrigo, colab. V. Título.
CDD 621.392

INTI - DISEÑO INDUSTRIAL



Nuestro enfoque de trabajo es colaborativo, si usted quiere compartir otra herramienta, un caso de aplicación u otro ejemplo por favor escribanos a **diseño@inti.gob.ar**

Se permite el uso de esta obra bajo los términos de una licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>)

