

# Análisis de Sistemas

Materia:  
Experiencia de Usuario

**Docentes contenidistas:**

KOTLAR, Florencia y MEIJIDE, Valeria

**Revisión:** Coordinación

# Contenido

Mapa conceptual .....	4
Design Thinking .....	5
Definir.....	6
Personas .....	7
Historia de usuario.....	9
Mapa Mental .....	10
Moodboard .....	10
Observación encubierta .....	11
Bibliografía .....	13
Para ampliar la información .....	13

# Clase 9



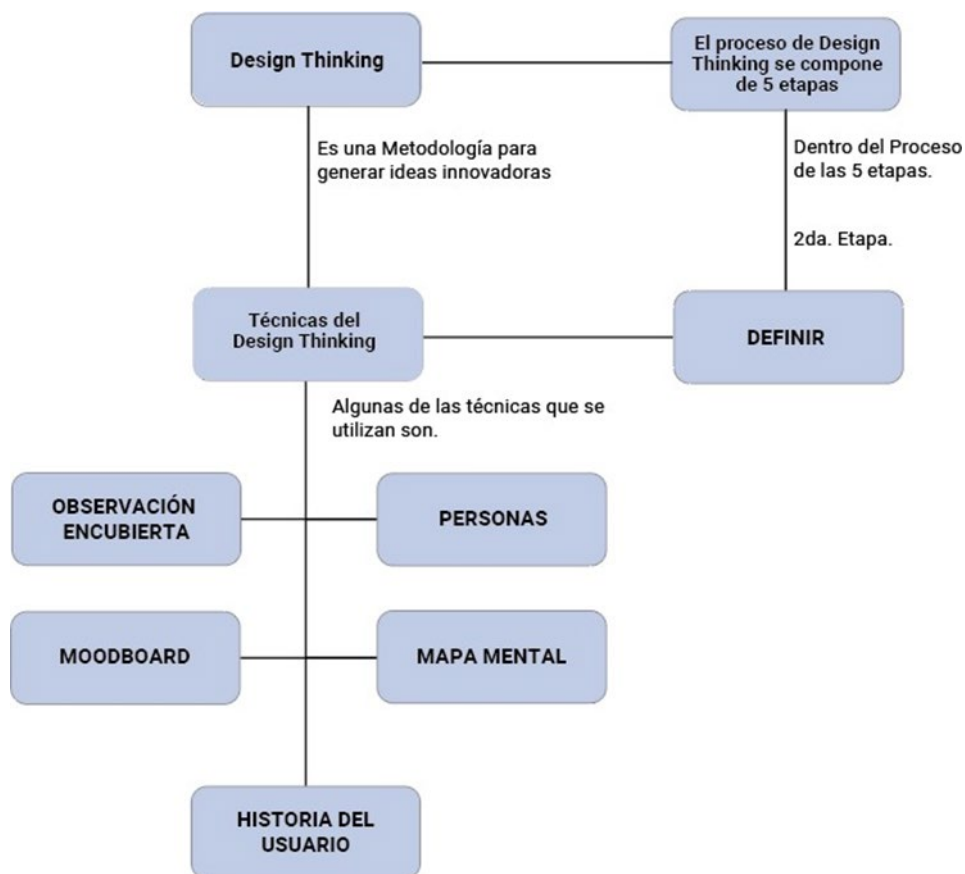
¡Te damos la bienvenida a la materia  
**Experiencia de Usuario!**

**En esta clase vamos a ver los siguientes temas:**

- Diferentes técnicas del Design Thinking.
- Definir.
- Técnica Personas.
- Personas y su contexto.
- Historia de usuario.
- Mapa Mental.
- Moodboard.
- Observación encubierta.

# Mapa conceptual

Te damos la bienvenida a la clase 9 de Experiencia del usuario y te proponemos que antes de iniciar visualices este Mapa conceptual en donde de forma esquemática te presentamos los temas a desarrollar:



# Design Thinking



**En la clase pasada comenzamos a trabajar sobre esta metodología de diseño.**

Recordemos que el Design Thinking tiene cinco pasos:

1. Empatizar (Comprender).
2. Definir.
3. Idear.
4. Prototipar.
5. Evaluar (Probar).

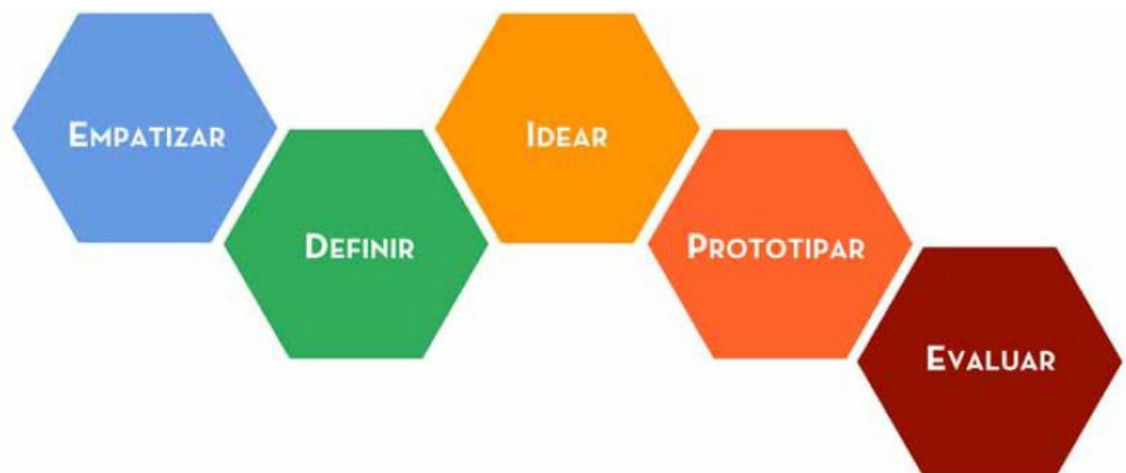


Imagen de Mini guía: una introducción al Design Thinking + Bootcamp bootleg. Institute of Design at Stanford.

**A continuación, profundizamos en el segundo paso del proceso de pensamiento de diseño:**



# Definir

*"Enmarcando el problema adecuado es la única manera de crear la solución correcta".*

Este modo de "definición del problema/proyecto" significa traer claridad y enfoque al espacio de diseño en que se definen y redefinen los conceptos. Es preciso determinar bien el desafío del proyecto, basado en lo aprendido del usuario y su contexto. Después de entender el problema y adquirir empatía con los usuarios potenciales, esta etapa es "**sobre crear**" organizar la variada información que se ha reunido.

Es "La forma en que se define el proyecto", es crítico para el proceso de diseño ya que la meta de esta etapa es generar un "Point of View" (POV) que significa **crear una declaración de problema viable y significativo** y que será guía para enfocarse de mejor manera a un usuario en particular.

Los *insights* no aparecen de la nada y repentinamente como por arte de magia. Estos *insights* nacen al procesar y sintetizar la información y enfrentando el problema para hacer conexiones y descubrir patrones racionales.

**La definición del proyecto/problema debe cumplir con ciertos criterios para que funcione bien, tales como:**

- Enmarcar un problema con un enfoque directo.
- Que el problema sea inspirador para el equipo.
- Que genere criterios para evaluar ideas y contrarrestarlas.
- Que capture las mentes y corazones de las personas que estudiamos.
- Que ayude a resolver el problema. Es imposible de desarrollar conceptos que sirven para todo y para todos.

A lo largo de esta clase veremos distintas técnicas que permitirán conocer mejor a los usuarios y trabajar en soluciones óptimas, acordes a los destinatarios.

**Vamos a ver una de las técnicas para definir al usuario: la técnica "Personas".**

# Personas

Esta es una de las técnicas más conocidas y habituales, que se complementa perfectamente con el Mapa de Empatía, y que nos ayudará a pensar en los “usuarios” como “personas”.

Una vez segmentado nuestro público objetivo representaremos y humanizaremos a cada uno con un personaje ficticio (Persona), un arquetipo de usuario, del cual haremos una ficha.

## Esos personajes:

- Son modelos descriptivos de personas.
- No son reales.
- Están basados en motivaciones y comportamientos reales.
- Se basan en patrones de comportamiento (datos, entrevistas).

## Contexto de uso:

Desarrollar historias y escenarios de las interacciones ideales del usuario con el producto o servicio. (Describe como los usuarios realizan la tarea).

Definir el marco de interacción de producto o servicio (va a ayudar a definir los detalles del diseño).

Casos de uso: Descripciones de los requisitos funcionales del sistema. (Ayuda a ver las tareas y acciones que hay que priorizar).

Por cada Persona tendremos un nombre y una foto, una lista con sus características (edad, profesión, origen y ubicación, nivel de estudios, estado civil, su experiencia en Internet, etc.) y una narrativa en tercera persona. Queremos saber sus objetivos y necesidades, sus motivaciones, sus limitaciones o frustraciones.

A continuación, vemos un ejemplo de **Personas**.

# BRANDI TYLER

PROFILE

Narrow Feet

GENDER

Female

AGE


36

LOCATION

Los Angeles, CA

OCCUPATION

Receptionist; \$38k



"It's SO difficult to buy shoes that fit my feet."

## MOTIVATIONS

Brandi gets very emotional about shopping for shoes in retail stores because she rarely can find a pair that fits her narrow feet. Recently, she's turned to online shopping to avoid the hassle of shopping in stores. Brandi found Munro after Googling "narrow width shoes" and reading other reviews online about the company.

## GOALS

- Needs an SS (4A) width shoe
- Would like to purchase several pairs to fit occasion, style, and color
- Hoping to find that she doesn't have to sacrifice style or options when searching by fit

## FRUSTRATIONS

- Not being able to filter available shoes by width
- Getting far fewer options when she applies width filter
- No other recommended shoes when she's looking at a pair she particularly likes

## REAL MUNRO CUSTOMERS


"My whole life has been a choice between fit and style - when I was younger, I went for style & my feet killed me. As an adult, I tried for fit & the styles were for 95 year olds. This shoe is the 1st time I could get both."

"I wear a 4A and I have struggled my entire life finding shoes narrow enough for my feet and more so in recent years. I stumbled onto this Munro brand sandal and was shocked to find it comes in up to a 4A width and it actually fit and is like wearing a glove! I now have two pairs in different colors."

"Love these slides so much I went out and bought two more pairs. I have very narrow feet and they fit perfectly. They're very stylish and I get compliments whenever I wear them."

Imagen de <http://adpearance.com/blog/using-personas-in-web-design>

Otro ejemplo en el cual se incluyen escenarios y comportamientos:



## Tony

Estudiante de Tercer Ciclo y Educación Diversificada

### Datos Demográficos


Rango de edad: 12-21 años  
Clase social: Media - baja  
Nivel educativo: 2 ciclo  
Porcentaje: H:49.85% M:50.15%  
Población: 354.413

### Conocimientos Técnicos

Computación: Intermedio - alto  
Web: Intermedio - alto

NECESIDADES	ESCENARIOS	FUNCIONALIDADES	CORPORTAMIENTOS
Tener acceso a información y temarios de los exámenes de bachillerato	En su último año Tony necesita estar informado de los detalles para realizar su prueba de bachillerato	Sección informativa sobre el bachillerato con opción de descargar los temarios ordenados por materias y link a zona de prácticas para los mismos.	Tony entrará al sitio web a buscar la información para sus pruebas para soltar sus dudas
Contar con prácticas actualizadas y diferentes a las entregadas por su profesor	Tony necesita realizar prácticas para estar mejor preparado para los exámenes generales y sobretodo para las pruebas de bachillerato	Sección de Recursos descargables, ordenados por tema, materia y año	Tony entrará al sitio web a buscar las prácticas según el año, la materia y el tema de interés.
Buscar información para hacer los trabajos asignados en el colegio	A Tony le han asignado tareas de investigación y necesita información para completar su trabajo.	Sección de Recursos informativos ordenados por tema, materia y año	Tony podrá realizar búsquedas dentro del sitio web para encontrar información según el año, materia y tema que necesite.
Tener información de feriados, actividades de la institución y otras actividades de interés	A Tony le interesa conocer las fechas importantes durante el período escolar.	Área de Calendario Escolar	Tony ingresará al sitio web a revisar las fechas del calendario escolar que le interesen
Tener información sobre actividades dirigidas a estudiantes	Tony quiere estar informado sobre actividades extracurriculares en las que pueda participar	Blog informativo con categorías y tags específicos con integración al facebook del MEP	Tony podrá ingresar al sitio web a ver las últimas noticias, además podrá inscribirse al RSS del blog para recibir la información en el lector de RSS que tenga configurado. Además al ingresar a su facebook le aparecerán las actualizaciones del blog.

Imagen de [www.pulsosocial.com](http://www.pulsosocial.com)


  
 PRIMERA ESCUELA DE ARTE MULTIMEDIAL

8

[www.davinci.edu.ar](http://www.davinci.edu.ar)



Hay muchos ejemplos diferentes buscando "example personas" en Google.

Los "usuarios" están ahora representados por un número manejable de personas. No sólo nos permite comprenderlos y empatizar con ellos, sino que las decisiones o los desacuerdos se resuelven referenciando siempre a estas personas.

A continuación, veremos otra técnica que permite generar empatía, conocer al usuario y definir la idea: "Historias de Usuario".

## Historia de usuario

*"Una historia de usuario es una representación de un requisito escrito en una o dos frases utilizando el lenguaje común del usuario".*

Las historias de usuario son utilizadas en las metodologías de desarrollo ágiles para la especificación de requisitos (acompañadas de las discusiones con los usuarios y las pruebas de validación).

Cada historia de usuario debe ser limitada, ésta debería poderse escribir sobre una nota adhesiva pequeña.

Dentro de la metodología XP las historias de usuario deben ser escritas por los usuarios.

Cada "historia de usuario" debe tener en algún momento pruebas de validación asociadas.

Esta validación permitirá al desarrollador, y más tarde al cliente, verificar si la historia ha sido completada.

**A continuación, veremos otra técnica del Design thinking, el mapa mental:**

# Mapa Mental

La técnica del mapa mental tiene como objetivo evaluar la relación entre distintas variables sobre un tema central.

Como hablamos en las primeras clases, con los modelos mentales, estamos queriendo establecer que la manera en la que entendemos (es decir, cuando ponemos en juego nuestro procesamiento cognitivo crítico y lógico) se basa en creencias y experiencias previas, habilitando distintas interpretaciones de un mismo objeto.

Esta manera distinta de entender nos pone en un enfoque sesgado a la hora de conectar con las emociones de aquel que entiende de otra manera.

El mapa mental es una herramienta que ayuda al desarrollo de un pensamiento y sus posibles conexiones con otros.

Favorece la fluidez de ideas ya que la mano y la mente trabajan juntas, apoyándose esta última por la herramienta visual.

Para desarrollar un mapa mental, se coloca **un tema principal en el centro del mapa, y se van conectando a él conceptos concretos** de forma ramificada.

**Otra técnica del Design thinking es el:**

# Moodboard

El moodboard es una herramienta visual que consiste en la selección de imágenes, fotografías, materiales, etc. que puedan expresar conceptos relacionados con la posible solución y que sean complicados de expresar con palabras.

Pueden ayudar a la percepción más certera de ambientes, estilos, valores, etc., de los usuarios.

Su objetivo es mejorar la comunicación sobre conceptos complejos.

**La última técnica que veremos en esta clase es la de observación encubierta:**

## **Observación encubierta**

Esta técnica consiste en observar a un usuario interactuando con un producto, servicio o prototipo, sin que sepa que está siendo evaluado.

Nos permite obtener información objetiva del comportamiento del usuario, sin interferir provocando algún tipo de influencia.

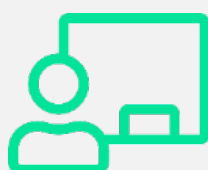
Por ejemplo: sobre las decisiones que toma el usuario con la navegación de la página o una aplicación que le estamos dando a testear / probar.

Se puede utilizar en la fase inicial de empatía, para observar las reacciones sinceras de los usuarios, e igualmente en la fase de testeo, cuando evaluamos el prototipo.



Hemos llegado así al final de esta clase en la que vimos:

- Diferentes técnicas del Design Thinking.
- Definir.
- Técnica Personas.
- Personas y su contexto.
- Historia de usuario.
- Mapa Mental.
- Moodboard.
- Observación encubierta.



Te esperamos en la **clase en vivo** de esta semana.  
No olvides realizar el **desafío semanal**.

**¡Hasta la próxima clase!**

# Bibliografía

Montoto Carreras, O., (2014). Recuperado de:

<https://olgacarreras.blogspot.com/2014/02/customer-journey-map-mapa-de-empatia-y.html>

Miniguía: una introducción al Design Thinking + Bootcamp bootleg.

Traducido al español por: Felipe González. Institute of Design at Stanford. <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20DEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=284984d22365aed841322860a725264d47aa06ec>

Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., Noessel, C., (2014). About Face, The essentials of Interaction Design (cuarta edición). John Wiley & Sons, Inc. Indianapolis, Indiana.

<https://fall14se.files.wordpress.com/2017/04/alan-cooper-robert-reimann-david-cronin-christopher-noessel-about-face-the-essentials-of-interaction-design-wiley-2014.pdf>

Hernandez, G. S., (2019). Técnicas sorprendentes que utilizan los mejores equipos ágiles para escribir historias de usuario. Recuperado de: <https://www.agile611.com/tecnicas-que-utilizan-los-equipos-agiles-para-escribir-historias-de-usuario/>

SDT. (2003). Herramientas de diseño de servicios. Recuperado de: <https://servicedesigntools.org/>

## Para ampliar la información

Nielsen, L., Interaction Design Foundations Encyclopedia (2006). Personas. Recuperado de: <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/personas>

Montoto Carreras, O., (2014). Recuperado de:

<https://olgacarreras.blogspot.com/2014/02/customer-journey-map-mapa-de-empatia-y.html>

Navarro, G., (2020). Customer Journey: aprende a planear la CX de sus clientes. Recuperado de: <https://www.icr-evolution.com/blog/customer-journey-de-sus-clientes/>



## **Herramientas online:**

Descargar plantillas canvas:

<https://edit.org/es/blog/plantillas-business-canvas-model-online>

<https://descargarmodelo.com/descargar-modelo-canvas/>

Descargar plantilla de Customer Journey Map:

<https://www.infoautonomos.com/utilidades/plantillas/plantilla-customer-journey-map/>