

# Curso UX/UI Design - Nuclio

---

Leonardo Rodenas E.

---

## Temario

### 1. Introducción a UX Research

#### 1.1 Introducción

#### 1.2 Ámbitos de investigación

#### 1.3 Técnicas de síntesis generativas-cualitativas

#### 1.4 Técnicas de síntesis generativas-cuantitativas

#### 1.5 Técnicas de síntesis evaluativas-cualitativas

#### 1.6 Técnicas de síntesis evaluativas-cuantitativas

#### 1.7 Casos prácticos

## 1. Introducción a UX Research:

### 1.1 Introducción:

**¿Qué significa Investigar?** → En el ámbito de UX, lo que trataremos de hacer es entender bien el problema antes de resolverlo, para esto se busca recaudar el conocimiento necesario para obtener estos inputs insights que necesitan los diseñadores para continuar con su trabajo. Algunas de las razones para investigar son:

- Entender el problema.
- Empatizar con las personas.
- Entregar conocimientos.
- Evaluar soluciones.

### 1.2 Ámbitos de investigación:

Son 4 los ámbitos de investigación:

#### Generativo



Identificar metas, necesidades, comportamientos, actitudes y modelos mentales

#### Evaluativo



Detectar situaciones y problemas observando cómo funciona una solución

En general, el primero genera o eleva conocimiento, el segundo evalúa un producto o solución.

## Cualitativo



Entender las razones y motivaciones  
(insights)

Observación → Patrón → Posibles hipótesis → Teoría

## Cuantitativo



Cuantificar datos y generalizar resultados  
(numbers)

Teoría → Hipótesis → Medición → Confirmación





Cualitativo funciona desde la observación a la Teoría, Cuantitativo en cambio va desde la teoría a la confirmación de la misma.

**Ejemplo:** Termómetro (Cuantitativo, N°, dato a analizar) v/s Doctor (Cualitativo, busca el porqué de las cosas o enfermedad).

En una presentación cuantitativa se busca resultados estadísticos significativos, cualitativo en cambio busca entender las razones de un problema.

La real Importancia de esto es la matriz de investigación, es decir el cómo esto se une a disposición del proyecto una vez que estamos comenzando el mismo y así, determinar que técnicas tenemos a nuestro alcance.

## Matriz de investigación

	 <b>Cualitativa</b>	 <b>Cuantitativa</b>
 <b>Generativa</b>	Exploración del problema y generación de conocimiento	Acotación del problema, representación y validación de insights
 <b>Evaluativa</b>	Evaluación de la experiencia de usuario con la solución	Monitorización y experimentación sobre la solución en su entorno real

- **Generativa - Cualitativa:** Se inicia cuando no se tiene gran conocimiento del problema a resolver.
- **Generativa - Cuantitativa:** lo del paso anterior se valida con una muestra mayor.
- **Evaluativa - Cualitativa:** Probamos el prototipo o algo tangible de cara al usuario.

- **Evaluativa - Cuantitativa:** Ya que probamos anteriormente, creamos un caso tangible y se inician las pruebas masivas del producto.

Para recaudar la información existen diversas técnicas según el cuadrante de la matriz en que nos encontremos. Para el primer cuadrante, tenemos:

#### A. Generativa - Cualitativa:

- **Entrevista:** Conversación bidireccional, la idea es empatizar con el usuario y descubrir el problema.
- **Etnografía:** Se observa como el usuario se desenvuelve en su entorno (se sigue al usuario).
- **Focus Group:** Se usa en Marketing con la idea generar debate entre distintos grupos de usuarios (moderador busca distintos puntos de vista en el grupo).

Una vez obtenida la información esta se sintetiza y comunica de manera efectiva a los programadores / diseñadores, con el fin de reducir el tiempo de análisis de la misma.

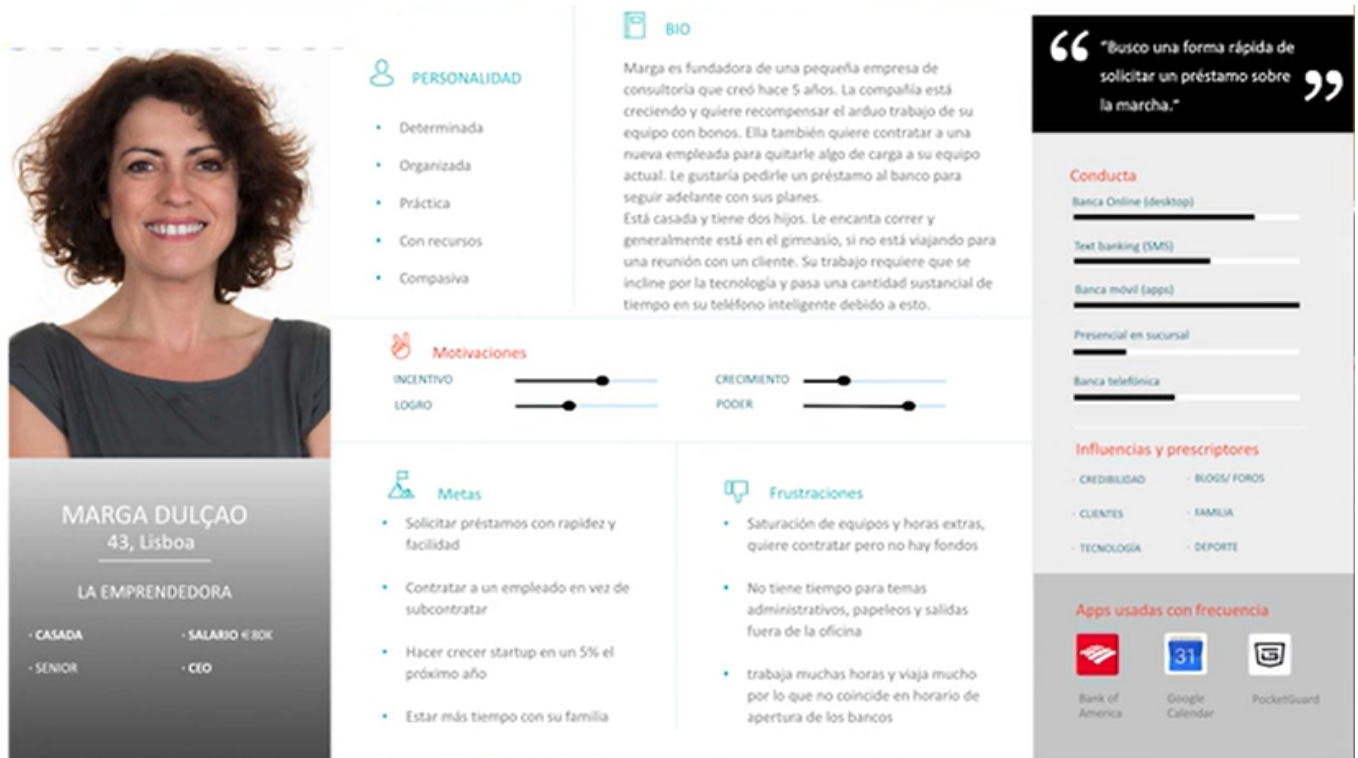
### 1.3 Técnicas de síntesis generativas-cualitativas:

- **Mapa de Empatía:**



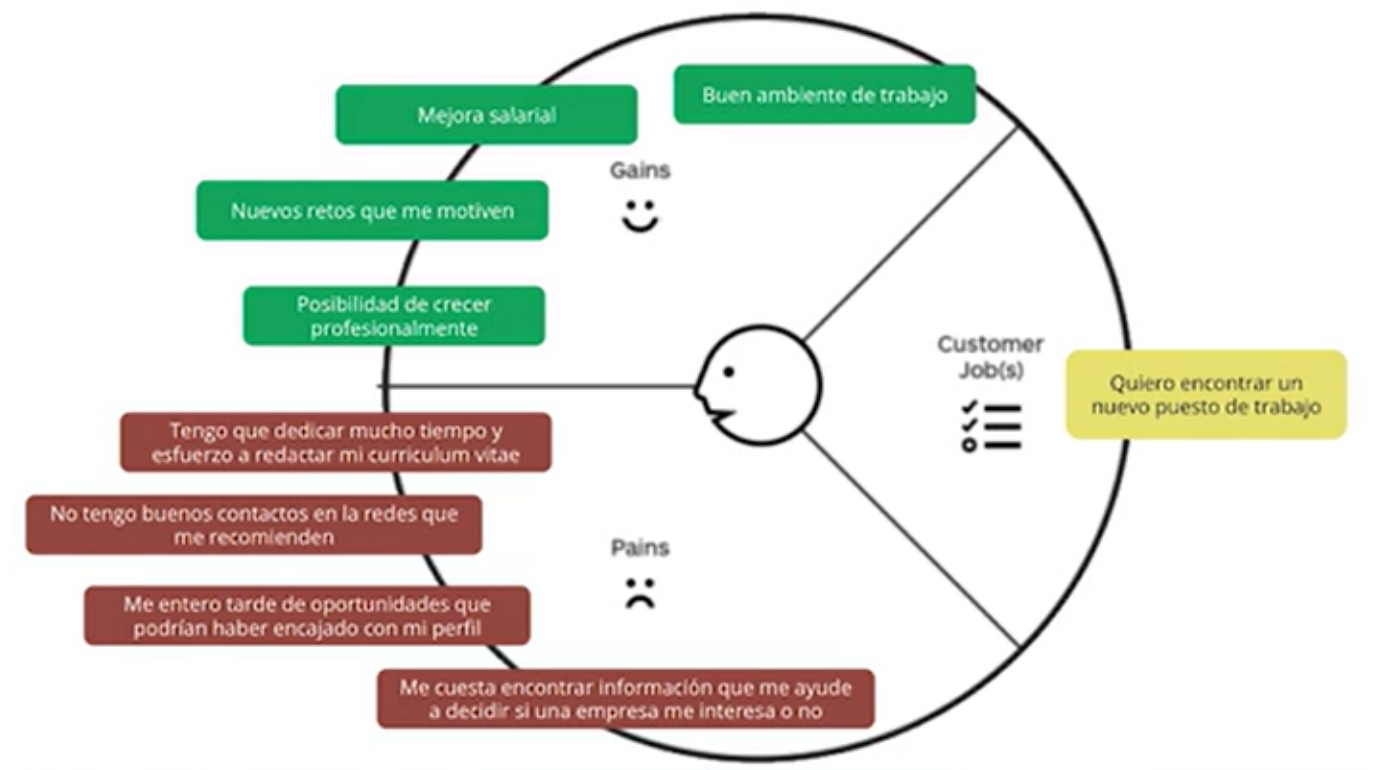
Este mapa toma las percepciones del usuario y las clasifica acorde a los sentidos. Es decir tras una recaudación de información (entrevista) esta se clasifica en lo que el usuario ve/piensa-siente/oye/hace y dice para así sacar los "pain" (problemas) y "gain" (motivación para hacer lo que quiere).

- **User - Persona:**



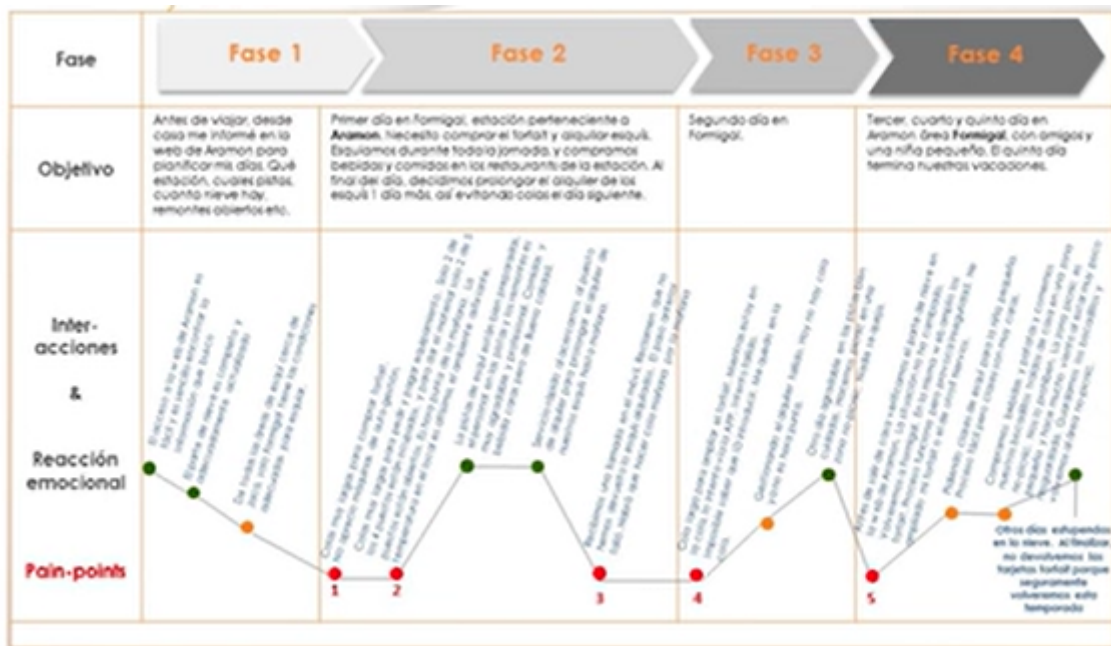
Esta forma de síntesis de información generativa-cualitativa es similar a la anterior pero más explícita en los pain y gain. Se crea un usuario ficticio que recopile las ideas de la info obtenida, para así dar la idea al programador / diseñador del tipo de usuario para el que se realizará la UI.

#### • Customer Profiles:

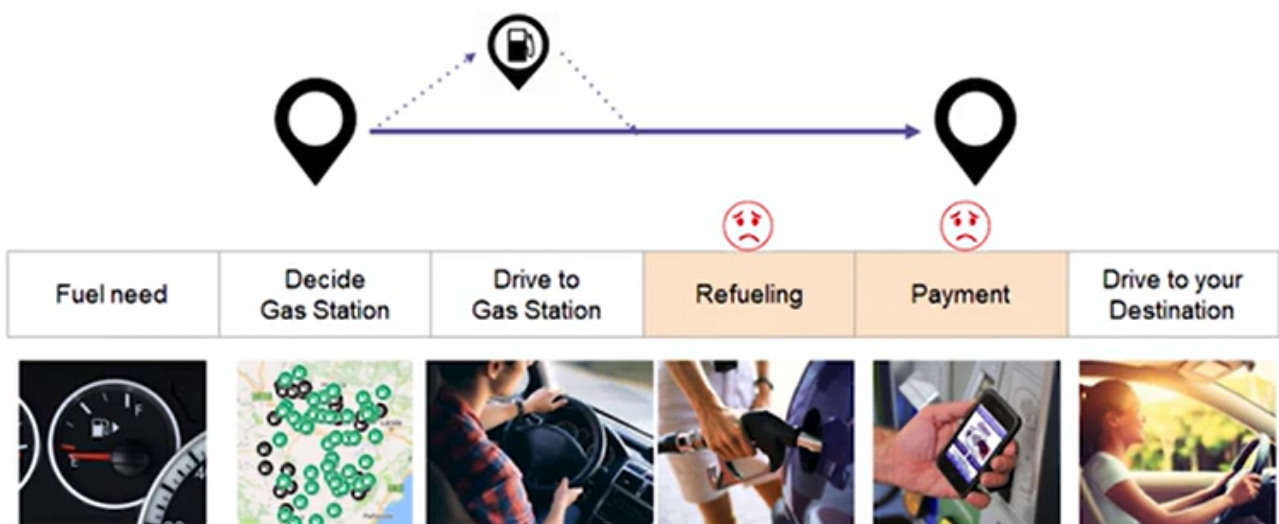


Acá nos centramos más en los Jobs (que quiere?), pain (barreras para obtenerlo?) y gain (que lo motiva a hacerlo?) obtenidos con la recaudación de información. La importancia es saber que quiere realmente el usuario. Por ejemplo se da el caso de la persona que hace un hoyo en la pared (o tal vez quiere poner un cuadro? como researcher hay que descubrir el problema real y ofrecer la solución).

- **Customer Journey:**



En este esquema lo que se hace es tomar la experiencia del usuario y ponerla en una línea temporal que identifique las fases y sus problemas. Usualmente se logra después de estudios etnográficos en donde se destaca las problemáticas del usuario frente a una situación. Es una herramienta muy potente para la innovación, por ejemplo se da el caso de la persona que para llegar a su trabajo debe llenar el auto con bencina (se identifican problemas y se ofrecen soluciones de innovación).



## 1.4 Técnicas de síntesis generativas-cuantitativas:





La herramienta maestra de este punto es el uso de **encuestas**, para ellas necesitamos 3 cosas claves:

1. Usuarios propios o un panel externo.
2. Herramientas para hacer las encuestas.
3. Herramientas para analizar los datos.

Con estas encuestas obtenemos números, pero esos números por si solos son superficiales, la gracia es segmentar los datos en informes de segmentación para así sacar información del usuario (que responde? en que situación? como lo compara con otro grupo o usuario distinto??). Estos datos obtenidos y analizados luego se plasman en gráficas o mejor aún en infografías que muestren más amigablemente y fácil la info recolectada.

### 1.5 Técnicas de síntesis evaluativas-cualitativas:



¿Qué necesitamos? 4 cosas, estas con el objetivo de hacer un user testing.

1. **Usuarios:** Se prueba el prototipo, se aprende de ellos y se itera con otro grupo hasta que no hay problemas o se cumple la prueba. A estos usuarios se les hace llenar acuerdos de confidencialidad y de registro donde se les informa de su participación en pruebas y que se le tomarán datos de las mismas.
2. **Prototipo:** Se busca que el producto sea tangible a l usuario para poder evaluarlo.
3. **Herramientas de grabación:** Permite estudios escalables y analisis posterior y revisión de datos.
4. **Clasificar Feedback:** Todo lo que diga el usuario en la prueba debe ser procesado para ofrecer luego insights y mejoras integración al proyecto.

## 1.6 Técnicas de síntesis evaluativas-cuantitativas:



- **Análisis de embudo:** Se trata de analizar el paso del usuario por distintas pantallas (en nuestro caso activitys, fragments) hasta llegar a una conversión (conversión = lo que el usuario quiere hacer y que para nosotros conocerlo e identificarlo nos genera valor). Importante es analizar cuantos avanzan a las siguientes pantallas y cuantos se quedan atrás (ejemplo: app de compras, cuantos pasan por todas las pantallas para realizar la compra o se quedan sólo mirando el catálogo).
- **Testeo A/B:** Se usan dos versiones del producto y se le da a probar una versión a un grupo control y otra a otro grupo diferente (de similares características) y luego se realiza la comparación de datos obtenidos para determinar en función del análisis si una versión es mejor o no que la otra. Siempre nace a partir de una hipótesis tipo "si hago esto, mejoro esto".
- **Mapas de calor:** Se recopilan las interacciones del usuario con el prototipo. Este mapa es generado a partir de donde el usuario hace más click (o toca, o mira con eye-tracking) para determinar el comportamiento de la persona que prueba el prototipo ante la forma de usarlo.
- **Patrones de navegación:** Desde una pantalla inicial, determina a dónde se va cada usuario (un % hacia una ventana "A", otro % a la ventana "B", otro a "C" y así).
- **Gestos sin respuesta:** Determina las interacciones del usuario que **NO** tienen una respuesta por parte del producto (es importante para determinar uso y comportamiento del usuario).

- **Cuestionarios cuantitativos:** Cuestionario que transforma la percepción del usuario a una forma cuantitativa de medir su agrado/rechazo por parte del producto.

Algunas de las herramientas más usadas salen a la derecha de la imagen, importante mencionar uxcam (apps) y hotjar (web) las cuales permiten múltiples funciones y recopilar data con videos y mapas de calor.