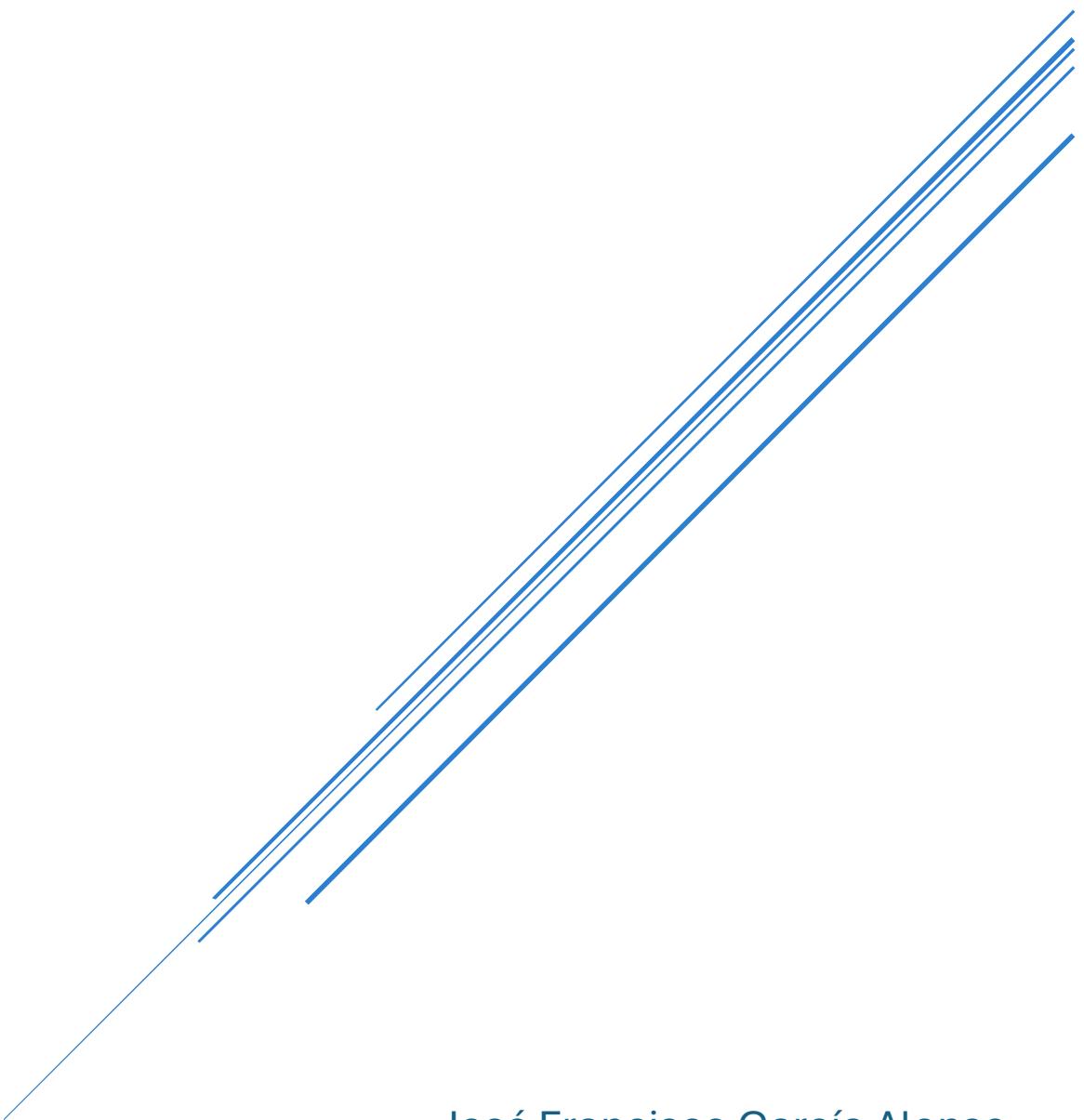


DISEÑO DE INTERFACES DE USUARIO

Practica 4



José Francisco García Alonso
Luis Enrique Romero Pérez

Introducción al Análisis del Usuario

- Definición del análisis del usuario
- Importancia en el diseño de interfaces
- Objetivo de la presentación

Ejercicio 1: Identifica una aplicación que uses y describe a qué tipo de usuario está dirigida.

Aplicación: Instagram

Tipo de usuario al que está dirigida:

Instagram está dirigida a usuarios generales de dispositivos móviles que buscan compartir y consumir contenido visual (fotos y videos). Dentro de esta audiencia general, se pueden identificar varios perfiles:

- Usuarios jóvenes (13-35 años):** Son los principales usuarios activos, interesados en redes sociales, entretenimiento y tendencias.
- Creadores de contenido:** Personas que usan la plataforma para llegar a una audiencia, construir una marca personal o monetizar contenido.
- Empresas y marcas:** Utilizan Instagram para marketing, publicidad y contacto directo con clientes.
- Fotógrafos y artistas:** Encuentran en Instagram un medio para exponer su trabajo visual de manera creativa.

Métodos de Análisis del Usuario

- Investigación cualitativa y cuantitativa
- Encuestas y entrevistas
- Pruebas de usabilidad y observación

Ejercicio 2: Diseña una breve encuesta para entender las necesidades de los usuarios de una app.

Encuesta Breve para Usuarios de una App (Ejemplo para una App de Salud y Bienestar)

1. ¿Con qué frecuencia usas aplicaciones relacionadas con la salud o el bienestar?

- A diario
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Rara vez
- Nunca

2. ¿Qué funcionalidades consideras más importantes? (Puedes seleccionar más de una)

- Seguimiento de actividad física
- Recordatorios para tomar agua o medicación
- Meditación y relajación
- Planificación de comidas
- Registro de síntomas o estados de ánimo

3. ¿Qué te motiva a usar este tipo de apps?

4. ¿Has tenido alguna dificultad al usar este tipo de aplicaciones? Si es así, ¿cuál?

5. ¿Qué mejorarías en tu aplicación actual de salud y bienestar?

- Definición de usuarios tipo
- Creación de perfiles basados en datos
- Uso de personas para representar segmentos de usuarios

Ejercicio 3: Crea una persona de usuario para una app de banca móvil.

Persona de Usuario para una App de Banca Móvil

Nombre: Laura Martínez

Edad: 34 años

Ocupación: Contadora pública

Ubicación: Monterrey, México

Nivel tecnológico: Intermedio

Dispositivo principal: Smartphone Android

Biografía:

Laura trabaja en una empresa mediana y administra sus finanzas personales con cuidado. Tiene una hija pequeña y suele hacer sus transacciones bancarias en el celular durante su hora de comida o por las noches. No le gusta ir al banco y prefiere resolver todo desde la app.

Objetivos:

- Consultar saldos y movimientos rápidamente.
- Realizar transferencias y pagos sin complicaciones.
- Recibir alertas inmediatas de actividad en su cuenta.
- Tener acceso a soporte en línea si hay un problema.

Frustraciones:

- Lenta respuesta en el chat de ayuda.
- Interfaz confusa para programar pagos automáticos.
- Fallos al escanear códigos QR para pagar en tiendas.

Experiencia del Usuario y Comportamiento

- Cómo los usuarios interactúan con interfaces
- Identificación de puntos de fricción
- Mapeo del recorrido del usuario

Ejercicio 4: Dibuja un mapa del recorrido de un usuario en una tienda en línea.

Mapa del Recorrido del Usuario en una Tienda en Línea

Escenario: Usuario que entra a una tienda en línea para comprar una camiseta.

Etapa	Acciones del Usuario	Emociones	Puntos de Fricción Posibles	Oportunidades de Mejora
1. Descubrimiento	Ve un anuncio en redes y entra al sitio.	Curiosidad, interés	Página lenta o poco atractiva.	Optimizar carga y diseño visual.
2. Exploración	Busca camisetas, aplica filtros de talla y color.	Entusiasmo, expectativa	Filtros confusos o catálogo poco claro.	Mejora del sistema de filtrado y categorización.
3. Selección	Elige un producto y revisa detalles.	Seguridad, comparación	Descripciones vagas, fotos de baja calidad.	Mostrar reviews, imágenes nítidas y claras.
4. Compra	Añade al carrito, inicia proceso de pago.	Decisión, posible ansiedad	Registro obligatorio, proceso largo.	Ofrecer compra como invitado, simplificar pasos.
5. Pago	Ingresa datos y realiza el pago.	Alivio, incertidumbre	Métodos de pago limitados o fallos.	Diversificar formas de pago, asegurar fiabilidad.
6. Confirmación	Recibe mensaje de	Tranquilidad, satisfacción	No recibir correo o	Confirmación clara con

	confirmación .		detalles claros.	seguimiento del pedido.
7. Entrega y Feedback	Recibe el producto y evalúa experiencia.	Alegría o decepción	Retrasos o producto no esperado.	Solicitar reseña y dar seguimiento postventa.



Accesibilidad y Diversidad de Usuarios

- Importancia del diseño inclusivo
- Diferencias en capacidades y dispositivos
- Adaptaciones necesarias para diferentes usuarios

Ejercicio 5: Identifica barreras de accesibilidad en una aplicación y sugiere mejoras.

Barreras de Accesibilidad en Facebook y Sugerencias de Mejora

Aplicación analizada: Facebook

Barreras de accesibilidad identificadas:

1.-Imágenes sin texto alternativo personalizado:

-Muchos usuarios no agregan descripciones, dificultando el acceso para personas con discapacidad visual que usan lectores de pantalla.

2.-Videos sin subtítulos automáticos o personalizables:

-Videos en vivo o grabados carecen de subtítulos accesibles, afectando a personas con discapacidad auditiva.

3.-Pequeños botones o muy cercanos entre sí:

-Dificulta la interacción para personas con problemas motores o usuarios con pantallas pequeñas.

4.-Contraste insuficiente en modo claro:

-Algunos textos o iconos tienen bajo contraste sobre fondos blancos o grises, afectando a personas con baja visión.

Sugerencias de mejora:

Sugerir o generar texto alternativo automáticamente:

-Promover que los usuarios añadan descripciones o mejorar los algoritmos de generación automática de texto.

Subtítulos en tiempo real y personalizables:

-Integrar subtítulos editables para videos en vivo y permitir ajustar tamaño y color.

Aumentar la separación y tamaño de botones clave:

-Facilitar el toque y navegación para usuarios con limitaciones físicas o precisión reducida.

Mejorar el contraste de colores en toda la interfaz:

-Aplicar estándares WCAG para garantizar lectura cómoda en todos los modos de pantalla.

Análisis de Datos del Usuario

- Uso de métricas para evaluar interacción

- Herramientas de análisis de comportamiento
- Toma de decisiones basada en datos

Ejercicio 6: Propón un conjunto de métricas clave para analizar el uso de una aplicación de mensajería.

Métricas Clave para Analizar el Uso de una Aplicación de Mensajería

Métricas clave propuestas:

1.-Usuarios activos diarios/mensuales (DAU / MAU)

-Indica cuántos usuarios realmente usan la app y con qué frecuencia.

2.-Número promedio de mensajes enviados por usuario al día

-Mide el nivel de participación e interacción.

3.-Tiempo promedio de sesión

-Permite saber cuánto tiempo pasan los usuarios usando la app por sesión.

4.-Tasa de retención (día 1, 7, 30)

-Evalúa si los usuarios regresan después de instalar la aplicación.

5.-Tasa de apertura de notificaciones push

-Determina la efectividad de los recordatorios o alertas.

6.-Número de conversaciones iniciadas vs. abandonadas

-Ayuda a detectar barreras en la comunicación o fricciones en la interfaz.

7.-Porcentaje de usuarios que usan funciones adicionales

-Ejemplo: notas de voz, videollamadas, emojis, archivos adjuntos.

8.-Errores o caídas por sesión

-Mide la estabilidad y experiencia técnica del usuario.

9.-Plataformas y dispositivos más usados

-Informa sobre la optimización necesaria para cada sistema operativo.

Iteración y Mejora Continua

- El análisis como proceso cíclico

- Pruebas A/B y optimización de interfaces
- Implementación de mejoras basadas en el usuario

Ejercicio 7: Imagina que una app tiene una alta tasa de abandono.

¿Cómo investigarías la causa?

Investigación de la Causa del Abandono en una App

1.-Analizar métricas clave

-**Tasa de retención:** ¿En qué día (1, 7, 30) abandonan más los usuarios?

-**Pantalla de salida:** Identificar desde qué sección los usuarios tienden a salir más.

-**Duración de la sesión:** Ver si los usuarios apenas abren la app o si interactúan antes de salir.

-**Embudo de conversión:** Ver en qué paso exacto los usuarios se detienen (registro, onboarding, primer uso, etc.).

2.-Realizar encuestas y entrevistas

-Encuestar a usuarios que desinstalaron la app (si es posible) o a usuarios inactivos con preguntas como:

-¿Qué esperaban de la app?

-¿Qué les pareció difícil o poco útil?

-¿Por qué dejaron de usarla?

-Entrevistar a un pequeño grupo de usuarios nuevos y frecuentes para conocer sus experiencias reales.

3.-Hacer pruebas de usabilidad

-Observar a usuarios reales usando la app por primera vez.

-Detectar confusiones, errores o frustraciones al navegar.

-Probar el proceso de instalación, registro, navegación y funcionalidad principal.

4.-Revisar aspectos técnicos

-Verificar si hay **fallos, lentitud o errores frecuentes** mediante herramientas como Firebase Crashlytics o logs de errores.

-Analizar si hay problemas de compatibilidad con ciertos dispositivos o sistemas operativos.

5.-Estudiar las reseñas y valoraciones

-Revisar comentarios en Google Play, App Store o redes sociales. Las opiniones negativas suelen dar pistas valiosas sobre la experiencia del usuario.

Conclusión

- Resumen de los principios del análisis del usuario
- Importancia de entender a los usuarios para un diseño exitoso
- Herramientas y recursos para seguir mejorando

Ejercicio Final: Diseña una estrategia de análisis del usuario para una nueva aplicación móvil.

Estrategia de Análisis del Usuario para una Nueva App Móvil

Nombre de la app (ejemplo): EcoTrack – app para medir hábitos sostenibles del usuario (consumo, reciclaje, transporte).

1. Definición del público objetivo

-Jóvenes de 18 a 30 años interesados en el medio ambiente.

-Nivel medio-alto de uso tecnológico.

-Buscan herramientas simples para mejorar su impacto ambiental.

2. Investigación inicial

-Encuestas en línea: hábitos sostenibles, apps similares que usan, expectativas.

-Entrevistas a 10 usuarios: motivaciones, frustraciones con apps ecológicas previas.

-Revisión de comentarios de apps similares en tiendas.

3. Creación de perfiles de usuario y personas

-Generar al menos 3 personas: estudiante ambientalista, profesionista con poco tiempo, usuario escéptico pero curioso.

4. Pruebas de prototipo

- Usar Figma o Adobe XD para crear prototipo interactivo.
- Realizar pruebas de usabilidad con usuarios reales (5–10) y observar interacción.
- Ajustar según retroalimentación (mapa de calor, grabaciones, verbalización).

5. Seguimiento con métricas tras el lanzamiento

-Medir:

- Tasa de retención (día 1, 7, 30).
- Funciones más usadas.
- Tiempo medio por sesión.
- Pantallas más abandonadas.
- Herramientas: **Firebase Analytics, Hotjar, Crashlytics** para errores.

6. Mejora continua

- Revisar mensualmente datos y feedback.
- Lanzar mejoras incrementales con pruebas A/B.
- Mantener un canal abierto con la comunidad (foro o redes).