



Agencia de
Aprendizaje
a lo largo
de la vida

DISEÑO UX/UI

Clase 5

User Persona

Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase

Clase 04

Research y Benchmarking

- ¿Qué significa iterar?
- UX Research
- Insights
- Benchmarking
- **Tarea para el Proyecto Final**

Clase 05

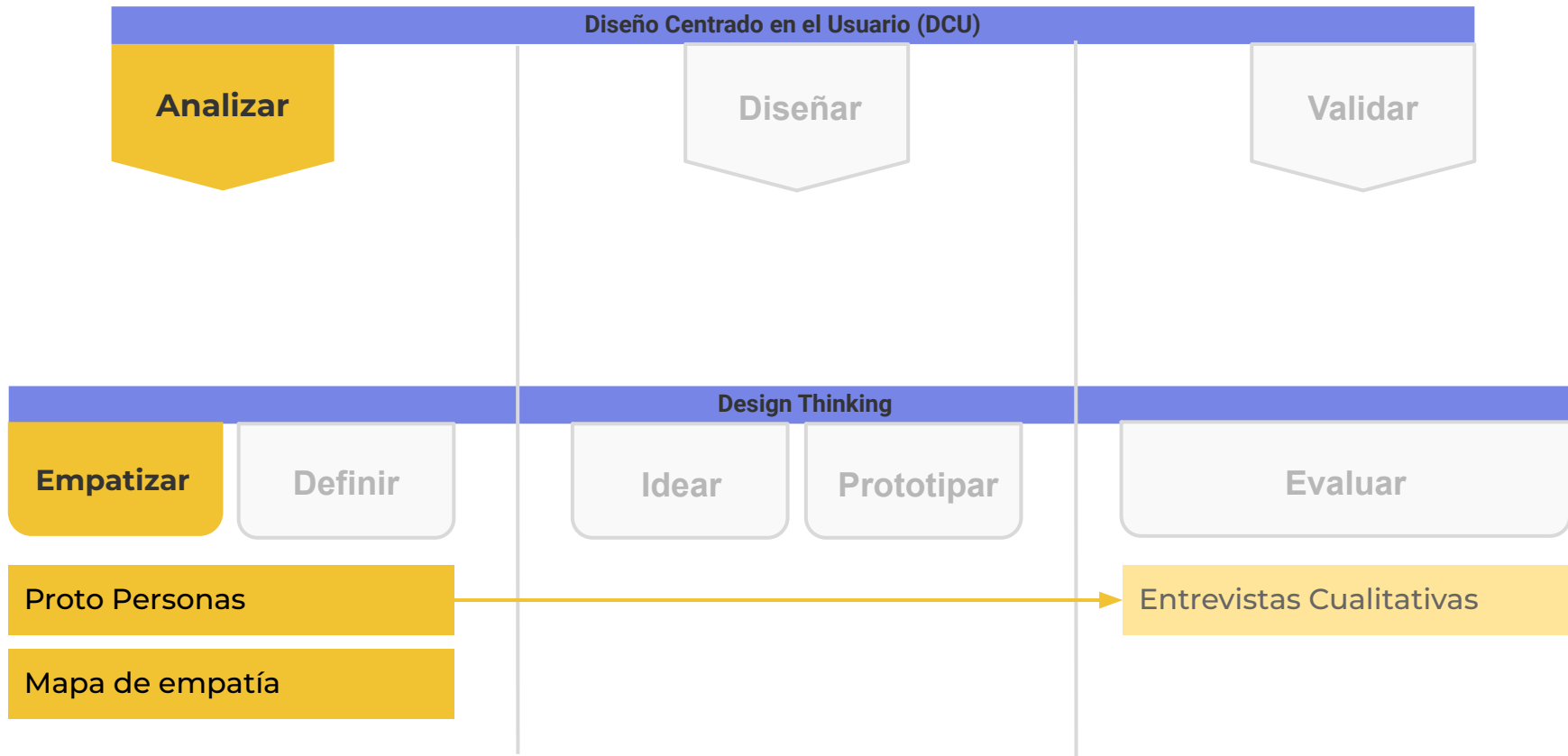
Arquetipos de Persona

- ¿Qué es una Persona?
- Proto Persona y User Persona
- Mapa de empatía
- **Tarea para el Proyecto Final**

Clase 06

Entrevistas Cualitativas

- ¿Qué es una entrevista?
- Tipos de entrevista
- Etapas de una entrevista
- **Tarea para el Proyecto Final**



¿Qué es una persona?

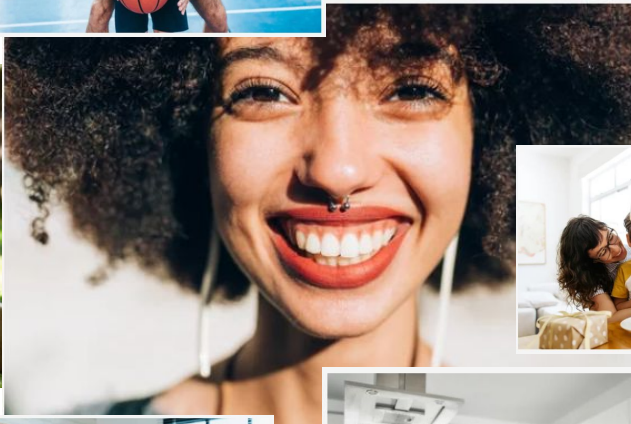
Según la Real Academia Española los dos primeros resultados que aparecen son:

1. f. Individuo de la especie humana.
2. f. Hombre o mujer cuyo nombre se ignora o se omite.

Persona

Según la Sociología: puede definirse persona como un ser sociable que vive y se desarrolla en sociedad, pero al mismo tiempo nunca deja de actuar con un carácter individual. Es decir somos “yo” y “nosotros” al mismo tiempo.

Según la Psicología: persona designa a un ser concreto, abarcando tanto sus aspectos físicos como psíquicos para definir su carácter singular y único. Percibe e interpreta el estado de ánimo, el carácter y la forma de actuar de las personas, además estudia las cualidades y facultades que tiene la persona, como la razón, los sentimientos y los valores que lo distingue de los demás seres



Persona en el diseño UX/UI

- Es un **individuo ficticio** que se crea para **identificar un público específico**.
- Son **modelos** de personas que **representan a los usuarios** durante el proceso de diseño.
- Son **imaginarios** pero están creados con mucho **detallismo y precisión**.
- **No están diseñadas únicamente según su información demográfica.**



*Las personas son **arquetipos** basados en patrones de comportamiento revelados durante el proceso de investigación de usuarios.*



Autor/as/es: Alan Cooper

¿Por qué necesitamos crear personas?

- Comprender lo que quieren los usuarios no es suficiente. Tienes que entender el contexto.
- Para diseñar una experiencia que deleite a los usuarios, debemos documentar sus pensamientos, sentimientos, expectativas y motivaciones.
- Las personas combinan estos conocimientos en **una narrativa que ayuda a tomar mejores decisiones y diseñar mejores productos.**

Proto persona

- Utilizaremos los datos recolectados de la investigación de usuarios, nuestras observaciones y suposiciones para crear una **hipótesis**.
- **La Proto persona es una primera versión (sin validar)** de lo que luego va a ser la User persona (validada).

Características

- Las proto personas son una **parte clave del diseño UX**. Nos aseguramos de hablar al público objetivo y construimos personas detalladas que reflejan los deseos, necesidades, expectativas y frustraciones de los usuarios.
- Cuando se habla de grupos de usuarios, segmentos de mercado y otros datos, puede ser fácil olvidar que **al final hay un ser humano**. Las personas son más que estadísticas. Son **narrativas** que van a inspirar y respaldar las decisiones que tomemos.
- Siempre que la comprensión de todos los que formen parte del proceso de diseño sea clara, algo tan simple como el **nombre** de la persona disparará una amplia gama de datos: datos demográficos, atributos, deseos, comportamientos, preocupaciones, miedos y citas.

La proto persona debe tener

1. **Datos:** nombre y apellido, profesión.
2. **Datos demográficos:** lugar de residencia, edad, sexo, nivel de educación, estado civil, ingresos
3. **Biografía:** breve reseña de cómo es, cómo vive, qué la define
4. **Intereses:** hobbies, modo de vida
5. **Hábitos de consumo:** ¿Qué consume?, cómo lo hace?, ¿por qué lo hace?
6. **Objetivos, sueños, metas:** ¿Qué quieren hacer y por qué?
7. **Su relación con la tecnología:** ¿Qué usa?, ¿con qué frecuencia?, para qué?
8. **Frustraciones y motivaciones:** ¿Qué se interpone en su camino? ¿Qué los hace avanzar?
9. **Una frase que identifique lo mejor posible cómo piensa:** Se expresa entre comillas “quote”

Una imagen que nos de conexión emocional



Es muy importante **darle una cara** a la proto persona que estamos creando, no olvidemos que representan a personas reales.

Utilicen todo lo aprendido en las clases anteriores sobre imagen al momento de seleccionar la fotografía y darle el tratamiento digital apropiado en Photoshop.

Requisitos básicos de la fotografía

Que la imagen esté **nítida** (buena calidad, no “pixelada”).

Que el **foco** esté en el sujeto.

Que no esté **sobreexpuesta** (demasiado blanca) o **subexpuesta** (demasiado oscura).

Que esté **centrada en el punto de interés**.

Que no tenga **manchas, reflejos o marcas de agua**.

Que el tratamiento del **color** sea el adecuado (sin filtros).



USER PERSONA

Sara Muñoz

QUOTE

“Me preocupo mucho por la salud de los míos, ¡es lo mejor que tengo!

EDAD 43

TRABAJO Product Manager

ESTATUS Casada

UBICACIÓN Barcelona

GAIN POINTS

- Despreocuparse de la toma de las pastillas de su madre.
- Vivir con las preocupaciones justas.
- Poder salir de casa algunos días a la semana sin estar pendiente del móvil.

PAIN POINTS

- Preocupación constante por la salud de su madre.
- Le preocupa que sus hijos no finalicen sus tratamientos médicos cuando están enfermos.

HÁBITOS Y NECESIDADES

- Madre separada con 2 hijos.
- Trabaja jornada completa. No tiene mucho tiempo para ella.
- Su madre de Sara es diabética y debe inyectarse insulina diariamente.

PERSONALIDAD

GENEROSA

AGOBIA DA

INQUIETA

CUIDADOSA



No me fio de las empresas que regalan muchas cosas, pienso que hay gato encerrado




Introvertido  Extrovertido

Análítico  Creativo

Ocupado  Con tiempo

Borja

 22 años

 Sevilla

 Estudiante de derecho

Bio

Borja se encuentra en su segundo año del Grado de Derecho en la UCM. Es original de Sevilla, pero desde hace un año y medio vive en Madrid. Comparte piso con otros tres compañeros que también son de otras provincias.

Objetivos

- Buscar un curro de fin de semana que no le quite mucha vida.
- Ahorrar para mudarse con su novia a un piso juntos.



Motivaciones

- Le encantan los comics y el diseño. Tiene un canal de YouTube.
- Quiere acabar este curso para irse de Erasmus el año que viene.
- Le guatería tener más independencia económica para viajar.

Frustraciones

- Odia depender de sus padres a pesar de ser una familia acomodada.
- No encuentra un trabajo que le permita seguir centrado en sus estudios.
- Le da rabia no entender sobre impuestos, préstamos y otros conceptos económicos.

Ejercicio Clase 5

Comentemos en clase de qué
tratan nuestras ideas de Proyecto y
qué persona creen que podría
identificar a sus usuarios.



¿Qué es un mapa de empatía?

Es un **esquema visual** con preguntas sobre el cliente objetivo ideal de un **producto o servicio determinado**.

Sirve **para entender mejor a este prototipo de persona** y por tanto poder satisfacer mejor sus necesidades y comunicarnos **empatizando** al máximo con ella.

Este lienzo ayuda a reflexionar sobre cómo la afectan el **entorno** y las **emociones** internas que vive.

Es importante tomarla como uno de los **puntos de partida para identificar cómo es este user persona**.



¿Qué piensa y qué siente?

¿Qué da sentido a su vida?

¿Qué le preocupa?

¿Qué le hace feliz?

¿Qué otros pensamientos y sentimientos podrían motivar su comportamiento?

¿Qué ve?

¿Qué ve en el mercado?

¿Qué ve en su entorno inmediato?

¿Qué ve a otros diciendo y haciendo?

¿Qué está viendo y leyendo?

¿Qué escucha?

¿Qué está oyendo decir a los demás?

¿Qué está escuchando de sus amigos?

¿Qué está escuchando de sus colegas?

¿Qué está escuchando de otros?

¿Qué dice y qué hace?

¿Qué le hemos oído decir?

¿Qué podemos imaginarle diciendo?

¿Cómo es su rutina?

¿Qué comportamiento hemos observado?

¿Qué podemos imaginarle haciendo?

¿Qué necesita hacer de manera diferente?

¿Qué trabajo(s) quiere o necesita conseguir?

¿Qué decisiones debe tomar?

¿Cómo sabremos que tuvo éxito?

¿Qué lo motiva?

¿Cuáles son sus deseos?

¿Cuáles son sus necesidades?

¿Qué espera que suceda?

¿Cuáles son sus sueños?

¿Qué lo frustra?

¿Cuáles son sus miedos?

¿Cuáles son sus obstáculos?

¿Qué teme que suceda?

¿Cuáles son sus frustraciones?

¿Qué le causa ansiedad?

¿Qué lo enoja?

Tarea para el Proyecto Final

Para continuar con el **Proyecto Final** que vamos a desarrollar durante todo este curso:

Vamos a realizar un **Mapa de Empatía**, que nos ayudará a responder preguntas específicas sobre nuestros usuarios **siempre teniendo en mente nuestra idea de App**.

Tenemos que determinar en primera instancia:

- ¿Quién es la **persona** que estamos intentando comprender? (proto persona)
 - ¿En qué **situación** se encuentra? (datos que estén relacionados con nuestra app)
 - ¿Cuál es **su papel** en la situación?
 - (¿Por qué es él/ella y no otro/a? que lo conecta a nuestro proyecto.
- ¿Qué condiciones hace que sea un futuro usuario de nuestra app?).**

Tarea para el Proyecto Final

Vamos a realizar la **Ficha de Proto Persona x2** que debe contener la siguiente información:

- Datos personales y foto.
- Datos demográficos.
- Biografía.
- Intereses
- Hábitos de consumo.
- Objetivos, sueños, metas.
- Su relación con la tecnología.
- Frustraciones y motivaciones.
- Una frase.

Tener en cuenta que **todas las tareas serán entregadas juntas en la Pre entrega del lunes 10 de Abril** (que se encuentra marcada en el cronograma del curso de la clase 0)

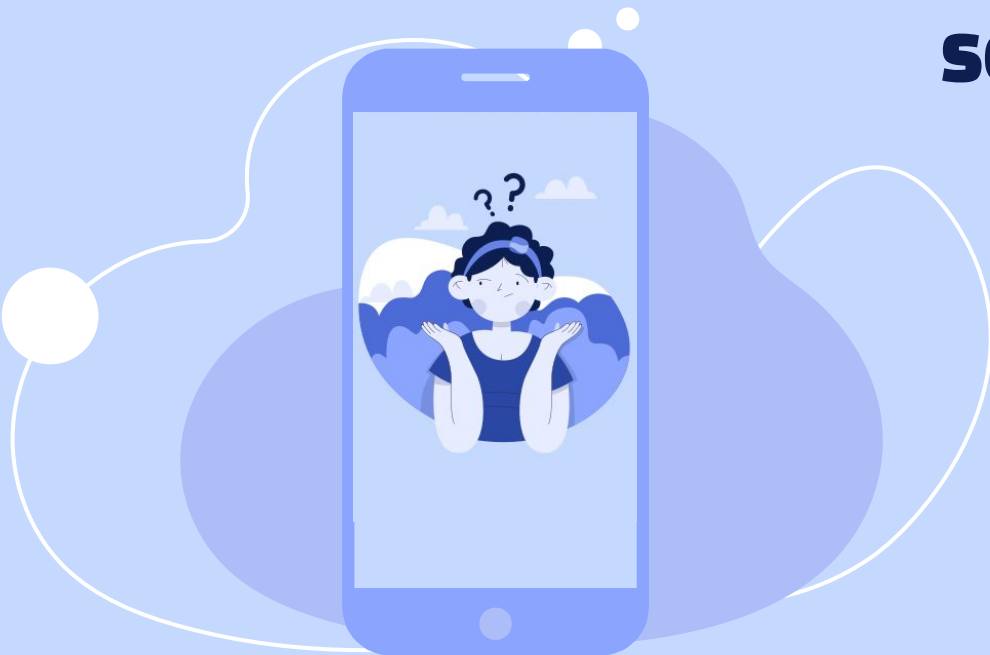
Las tareas se entregan mediante **una presentación de Google Slides por equipo.**

Ejemplos de entrega

OBJETIVO

Facilitar la búsqueda de un psicólogo acorde a la problemática del paciente, tipo de terapia, características del profesional, experiencia, disponibilidad horaria y ubicación.





SOLUCIÓN PROPUESTA

Crear una aplicación mobile en donde los usuarios puedan buscar un psicólogo según la problemática del paciente, la especialidad del profesional, costo, disponibilidad horaria, modalidad (presencial o virtual), zona geográfica; y acceder a una breve reseña del mismo para poder ponerse en contacto y coordinar un primer encuentro con el profesional

RESEARCH

NOTAS PERIODÍSTICAS: pretendemos encontrar por dónde se aborda la problemática elegida y cómo es tratada la misma desde los distintos medios digitales. En esta búsqueda podremos comprobar si es o no una problemática actual.

Tu Terapia - Nota periodística:

En la nota se menciona cuál es el modelo de monetización de la app. Se basa en comisiones. “Somos un marketplace y cobramos una comisión por sesión de aproximadamente el 20%. La otra parte se la queda el psicólogo por lo que trabaja”, explica. El año pasado, la facturación de TuTerapia fue de 60 mil dólares. También tienen un plan para empresas que se llama: TuTerapia Business. Fuente:

<https://www.iproup.com/leaders/22546-tinder-psicologia-como-es-la-app-para-buscar-terapeuta>
(02/05/2021)

Cómo buscar un psicólogo - Nota periodística:

En la nota se mencionan las pautas necesarias para encontrar y elegir a los profesionales de la salud mental que mejor se adapten al paciente. Cómo buscar un psicólogo en 8 pasos.

<https://psicologiaymente.com/clinica/como-buscar-un-psicologo>

BENCHMARKING

Conozcamos a nuestra competencia.



psiconnection.com.ar

Plataforma dedicada a acortar las distancias entre el profesional y el consultante. Ofrece una amplia variedad de terapeutas, distribuidos en diferentes zonas del país, para conformar una red de profesionales que logren brindar sus servicios de ayuda a cada vez más personas.



Psicoterapia Online

Plataforma que ofrece un servicio de psicología en línea, de manera privada y personal. Cuenta con profesionales de la salud mental, psicólogos y psicólogas cualificados, para ofrecer la comprensión y el sustento que el paciente está buscando.



TuTerapia.com.ar

Plataforma de atención psicológica online creada por dos psicólogos. Permite que cualquier persona pueda acceder a consultas con su "terapeuta ideal". Mediante una serie de preguntas la persona hace un match con un psicólogo/a de su equipo.

Fortalezas y Debilidades de cada una:



FORTALEZAS: Es una página web intuitiva, eficaz, eficiente.

DEBILIDADES: Su diseño no está logrado, resulta poco moderno.



FORTALEZAS: Es la única que se accede desde la App Store.

DEBILIDADES: No es realmente una app, ya que te redirige a una web. No tiene diseño aplicado, es más bien una serie de formularios.



FORTALEZAS: Es una página web: intuitiva, amigable, eficaz, eficiente y con buen diseño aplicado.

DEBILIDADES: Cometió un error en el resultado, recomendó mujeres cuando se había seleccionado la opción de terapeuta hombre.



Conclusiones

#1

Tu Terapia

Clara, muy intuitiva, rápido de completar y avanzar.
Los resultados de la búsqueda deberían coincidir con lo seleccionado de las opciones dadas.

#2

Psicoterapia Online

Claro, conciso, y explicativa. Intuitiva, didáctica, con categorías bien diferenciadas.
Formulario de registración debería ser más breve.

#3

Psiconnection

Claro, conciso, y explicativa. Intuitiva, didáctica, con categorías bien diferenciadas.



Marta

Ama de casa

Tipo de Usuario:

Quiere ir a terapia presencial.

***“Al final... lo primero es la familia.”
Los Benvenuto***

Género:
Femenino

Estado Civil:
Casada

Edad:
60 años

Ciudad:
Banfield, Bs. As., Argentina.

JUSTIFICACIÓN: *tiene capacidad económica para llevar adelante una psicoterapia. Pertenecer a la generación baby boomer. Está en sus primeros años de adulto mayor. Padece de síndrome del nido vacío.*

Sobre Marta

Bio: María Marta nunca hizo terapia. Tiene tres hijos adultos independizados. El menor se fue a vivir sólo recientemente, el mayor vive en Europa y el otro vive con sus hijos y su esposa en Tigre. El marido aún trabaja por lo que ella pasa mucho tiempo sola. Los fines de semana la visitan los nietos y pasan el día en la pileta. El domingo a la noche siente un bajón sabiendo que se viene una semana sola. Su hobby es mirar Netflix y fotos de su familia en Facebook, ambas aplicaciones descargadas por su hijo cuando la visitó por última vez.

Objetivos y Metas

- Conectarse con sus nietos.
- Encontrar una actividad que la satisfaga.
- Generar recuerdos lindos para su familia.

Frustraciones

- Odia sentirse sola.
- Le molesta no poder comunicarse con sus hijos.
- Le molesta no ser independiente en el uso de la tecnología
- Sentir que todos están ocupados y ella no..

Motivaciones

- Poder ser feliz estando sola.
- Encontrar un hobby.
- Hablar con alguien para contar sus problemas.
- Sentirse escuchada..

Habilidades

Tecnológicas: no está familiarizada con las apps. Para todo lo tecnológico necesita ayuda de su hijo menor.



Pilar

Estudiante avanzada de
Hotelería y Turismo

Tipo de Usuario:

Quiere ir a terapia.

***“Cariño, si no supiste valorarme
aprenderás a extrañarme.”***

Frase de Tik Tok

Género:
Femenino

Estado Civil:
Soltera

Edad:
25 años

Ciudad:
San Isidro, Bs. As., Argentina.

JUSTIFICACIÓN: tiene capacidad económica para llevar adelante una psicoterapia. Pertenecce a la generación nativo-digital. Está en plena juventud. Padece de ansiedad generalizada.

Sobre Pili

Bio: Pilar ya ha hecho terapia antes. Vive con sus padres y sus dos hermanos mayores. Hace danza desde los 8 años y ahora tiene un canal de tik tok sobre baile. Vive a la moda y sigue todas las tendencias. Tuvo una relación amorosa desde el colegio pero recientemente se separó. Además de la danza, su hobbies incluyen mirar películas y series en todas las plataformas digitales (Netflix, HBO, Amazon Prime y Disney+). Le gusta visitar los bares de moda de Palermo con su grupo de amigas. Viajó mucho por el mundo con su familia.

Objetivos y Metas

- Encontrar un terapeuta que la ayude a superar esta etapa.
- Superar sus miedos para poder cumplir sus objetivos personales.
- Procesar mejor sus emociones.

Frustraciones

- No tener con quien hablar sus problemas.
- No encontrar a un terapeuta acorde a sus necesidades.
- Que su terapeuta no se centre en los conflictos que le parecen más importantes.
- No tener buena conectividad.

Motivaciones

- Estar mejor.
- Ser feliz.
- Sentirse realizada.

Habilidades

Tecnológicas: tiene todas las redes sociales actuales (LinkedIn, Tik Tok, YouTube, Instagram, Twitch). Está muy familiarizada con las apps.

MAPA DE EMPATÍA

Sentirse a gusto con su terapeuta

Le importa que le den herramientas para solucionar sus problemas

Tener un espacio para poder hablar de sus problemas

El costo de la terapia

Que las Apps no le permitan realizar todas las acciones ahí mismo

No encontrar a un terapeuta acorde a sus necesidades

¿Qué **PIENSA Y SIENTE**?

Las cosas que le importan
Las cosas que le preocupan
¿Cuáles son sus expectativas?

¿Qué lo **FRUSTRA**?

¿Qué dificultades tiene?
¿Qué obstáculos encuentra?
¿Qué miedos tiene?

Quiere encontrar un terapeuta acorde a sus posibilidades económicas

Que su terapeuta no se centre en los conflictos que le parecen más importantes

Tener una mala experiencia al contratar un servicio

Utiliza con frecuencia Apps para contratar servicios

¿Qué **DICE Y HACE**?

¿Cómo se comporta normalmente?
¿Qué actividades lleva a cabo?
¿Con quién habla y que le dice?

¿Qué lo **MOTIVA**?

¿Qué quiere conseguir?
¿Qué es el éxito para él?
¿Qué cosas le gustan?

Sentirse escuchado

Le importa su bienestar personal

Consulta terapeutas de la obra social porque no conoce otros

Ya tiene experiencia en terapia

Tener un terapeuta que le haga una buena devolución

Resolver sus problemas

Procesar mejor sus emociones para sentirse mejor



Proyecto Final

Fecha de la Pre entrega:

Clase 11

Semana del 10 de Abril

No te olvides de dar el presente

Recordá:

- **Revisar la Cartelera de Novedades.**
- **Hacer tus consultas en el Foro.**

Todo en el Aula Virtual.

**Muchas gracias por tu atención.
Nos vemos pronto**