



Agencia de
Aprendizaje
a lo largo
de la vida

DISEÑO UX/UI

Clase 10

Repaso

Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase

Clase 09

User Flow

- ¿Qué es un User Flow?
- Tipos de flujo de usuario
- Task Flow
- ¿Qué es el Happy Path?
- **Tarea para el Proyecto Final**

Clase 10

Repaso e Integración

- Repaso de todos los ejercicios que forman parte de la Preentrega.
- Proyecto Guía.
- Espacio de consultas.

Clase 11

Pre-entrega del Proyecto Final

Codo a Codo - Diseño UX/UI

Cronograma:

Clases	Temas
Clase 0	Presentación y Armar equipos
Clases 1 y 2	Introducción al diseño e imágenes
Clases 3 y 4	Vectorial/Mapa de Bits y Research/Benchmarking
Clases 5 y 6	User Persona y Entrevistas
Clases 7 y 8	POV/MVP y Arquitectura de la información
Clases 9 y 10	User Flow y Repaso/Integración
Clases 11 y 12	Pre-entrega y Prototipo
Clases 13 y 14	Patrones de diseño y Prototipo Funcional/Métricas
Clases 15 y 16	Pruebas de usabilidad y Atomic Design
Clases 17 y 18	Práctica/Figma y Grillas
Clases 19 y 20	Estándares/Guidelines y Illustrator/Moodboard
Clases 21 y 22	Color y Tipografía
Clases 23 y 24	UI kit y Logo
Clases 25 y 26	Branding y Entrega Final
Clases 27 y 28	Elevator Pitch y Motion
Clases 29 y 30	Accesibilidad y Heurística
Clases 31 y 32	Autoevaluación y Portfolio/Reporte
Clases 33 y 34	Recuperatorio y Presentación de proyectos
Clases 35 y 36	Presentación de proyectos - Exámenes finales
Clases 37 y 38	Presentación de proyectos - Exámenes finales y clase de cierre

Diploma

Se otorga una constancia de participación en el programa.

Requisitos para obtener el diploma:

- Asistir al 75% de las clases en vivo (sincrónicas)
- Acceder semanalmente al Aula Virtual
- Realizar los ejercicios obligatorios semanales
- Aprobar el Proyecto Final Obligatorio
- Aprobar el EFI (Examen Final Integrador)

¿Qué es el diseño?

El diseño es el proceso previo de configuración mental, «pre-figuración», en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

Se aplica habitualmente en disciplinas que requieren creatividad.

El diseño involucra variadas dimensiones que van más allá del aspecto, la forma y el color, abarcando también la función de un objeto y su interacción con el usuario.

Durante el proceso se debe tener en cuenta además la funcionalidad, la operatividad, la eficiencia y la vida útil del objeto del diseño.

El diseño como forma de comunicar:

1. Es una disciplina dedicada a la producción de **comunicaciones visuales orientadas a un público específico.**
2. Se encarga de comunicar a través de medios visuales y como finalidad **transmitir un mensaje específico despojado de rasgos personales.**
3. El hecho de crear y cumplir con un propósito se centra en: **la transformación de una realidad existente por una deseada.**

El diseño como forma de comunicar:

4. Los diseños se basan en un mensaje concreto que se quiere transmitir y a partir de ello **obtener una respuesta del público al que está dirigido**. Estos afectan el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.
5. Para poder crear estas piezas de comunicación, el mensaje se tiene que adecuar al grupo al que se está introduciendo. De esta forma **se analiza ampliamente a quién irá encaminado el mensaje**. ¿Qué piensa? ¿Qué hace? ¿Qué ve? ¿Qué siente? ¿En qué cree?
6. En todo diseño debe haber **correlación entre lo que se quiere transmitir y los elementos utilizados** sin resignar su objetivo final sea cual sea.



*El diseñador de comunicación visual trabaja en la **interpretación**, el **ordenamiento** y la **presentación visual** de **mensajes**. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido.*



Autor/as/es: Frascara

Comunicación visual:

El **emisor** se desdobra en dos protagonistas:

- Aquel que crea el mensaje y necesita transmitirlo (cliente o marca)
- El diseñador que interviene para hacer que dicho mensaje sea efectivo.

El **receptor** es el sujeto para quien está destinada la comunicación, un sector de la sociedad o el público ideal.

El **significado** es lo que se desea expresar, es el mensaje. ¿Qué se comunica?

El **significante** está siempre unido al significado pues la comunicación se produce en el cruce de ambos. ¿Cómo se comunica?

Reglas del diseñador profesional:

- **El diseñador es un intérprete** que conforma mensajes producidos por otras personas.
- **El diseñador no adorna**, es un proceso de creación visual con el propósito de comunicar un mensaje específico.
- **El diseño debe ser estético pero también funcional.**
- El diseñador maneja **conceptos, códigos y estética** para poder **enviar mensajes fácilmente comprendidos y absorbidos por las audiencias a quienes se dirigen.**
- El diseño, por ética, debe tener como fin último **mejorar y transformar el mundo donde vivimos.**
- El diseño forma parte de nuestra vida diaria, **estamos rodeados de diseño por lo tanto debe ser cuidadoso.**

La retórica de la imagen:

La **denotación**, es el significado básico de una palabra, constante, universal, el que una palabra tiene para todos los conocedores de una lengua.

Por ejemplo: **un cuenco, una bombilla, una infusión y yerba.** Lo denotado sería lo real, lo objetivo y lo literal, en lo que está de acuerdo toda la comunidad lingüística, es decir el significado que le da el diccionario.



La retórica de la imagen:

La **connotación**, son todas aquellas ideas y asociaciones que se despiertan a la hora de visualizar un mate.

Por ejemplo: **Argentinidad, charlas, reunión con amigos, campo, Pampa, etc.**

Lo connotado son otros significados que podemos darle a la imagen.

Estas ideas o asociaciones a la imagen del mate van a depender de quién sea el observador. De su cultura, entorno, edad, lugar, educación y muchos factores más.



Diseño UX facetas

El **diseño de experiencia de usuario (UX)** es un conjunto de metodologías, mindsets y procesos, orientados a diseñar un servicio o producto, teniendo en consideración las necesidades de los usuarios finales (y no de quien está desarrollando o diseñando).

Las 7 facetas o factores que construyen la experiencia de usuario de Peter Morville:

Valioso - Útil - Deseable - Accesible - Creíble - Ubicable - Usable

¿Qué es la Usabilidad?

“El atributo de calidad de un producto, que se refiere sencillamente a su facilidad de uso. Implica el grado en que el usuario puede explotar o aprovechar la utilidad de un producto.”

Jakob Nielsen - Padre de la usabilidad.

Características

- **Facilidad de aprendizaje**

¿Cuán fácil es llevar a cabo las tareas la primera vez?

- **Eficiencia**

Una vez que aprendieron el funcionamiento, ¿cuán rápido las realizan?

- **Cualidad de ser recordado**

Si pasan un tiempo sin usarlo, ¿Cuán fácil es que vuelvan a usarlo eficientemente?

- **Eficacia**

¿Cuántos errores comete el usuario? La gravedad del error, puede recuperarse fácilmente de esos errores?

- **Satisfacción**

¿Cuán agradable es usar el producto?

¿Qué es Design Thinking?

Design Thinking es una metodología orientada al usuario, que se enfoca en detectar y entender las necesidades de los mismos, con el objetivo de generar soluciones innovadoras en un determinado marco de trabajo.

Aquellos productos y servicios diseñados de manera adecuada a través de este método aportan valor a las personas.

El proceso de Design Thinking se compone de 5 etapas o fases.

Etapas del proceso

Empatizar: A través de esta etapa que tiene como centro la investigación, buscamos **conocer a nuestros usuarios**. Este comienzo se basa en **comprender sus necesidades**.

Definir: Organizamos todo lo que aprendimos de nuestros usuarios y nos quedaremos con **lo que determina el problema central** al cual podremos ofrecer soluciones como diseñadores/as.

Idear: Se trata de "pensar fuera de la caja" para dar con **el mayor número de ideas posibles**. No nos centramos en buscar la idea correcta si no en imaginar la mayor cantidad de alternativas.

Prototipar: Damos forma **de manera rápida y simplificada** a aquellas ideas que seleccionemos. Al construir prototipos, rápidamente obtendremos feedback de nuestros usuarios para poder realizar cambios y mejoras antes de llegar al resultado final.

Testear: En esta última etapa, mostramos el prototipo diseñado para **obtener devoluciones de nuestros usuarios**. No estamos vendiendo sino aprendiendo del feedback que recibimos.

Dado que Design Thinking es un **proceso iterativo**, nos permite volver a las etapas anteriores para realizar cambios y mejoras en nuestro producto.

Diseño Centrado en el Usuario

- El **DCU** comprende una serie de **métodos y técnicas** para analizar, diseñar y evaluar hardware y software (interface)
- Tiene un enfoque de diseño cuyo proceso está **orientado por la información** acerca de quienes van a hacer uso del producto (usuarios)
- Tener en cuenta: ¿**Quién** usará el sistema?, ¿**qué tareas** llevará a cabo con el mismo?
- Un **proceso iterativo (cíclico)** en el cual diseño y evaluación se incorporan desde la fase inicial del proyecto y en todas las fases que veremos a continuación:

Fases:

1. **Análisis.** Entendiendo a los usuarios y sus necesidades
2. **Diseño.** Proyecto una solución que satisfaga las necesidades
3. **Validación.** Compruebo el valor que estoy agregando a los usuarios

Iterar: es un proceso de mejora continua.

Impacto de la Imagen

El impacto de las imágenes es vital tanto para el medio impreso como el virtual.

El usuario examina los detalles visibles, desde la imagen de la portada, el color, los títulos, la organización de la información, la línea gráfica (coherencia) y todo lo que a su juicio la hace sobresalir de otros textos o páginas web.

Las personas eligen empujados por lo que ven, la sensación que les produce y lo que les dicen los titulares. Si a primera vista el medio les atrae, lo adquirirán.

El diseño por tanto, es la llave de acceso para alcanzar las metas, de ahí la importancia de poseer una gráfica que destaque por sobre las demás.

Lo primero que elegimos es lo que más nos atrae visualmente.

En resumen: **La primera impresión cuenta.**

La primera impresión es un mix entre lo que tu sitio web denota y connota.



Este primer pantallazo también se denomina Above the Fold y es determinante para ver si el usuario se queda o se va.

A una persona le lleva alrededor de 50 milisegundos (esto es 0.05 segundos) en crear una primera opinión sobre el sitio y definir si se queda o se va.

Esto quiere decir que el usuario hace juicios rápidos basándose solamente en el diseño.



Un poco sobre fotografía

Para aprender a **distinguir entre buenas y malas fotografías** necesitamos entrenar nuestra mente y también nuestros ojos.

Prestemos atención de ahora en más en:

si la imagen está **nítida**, si el **foco** está en el lugar adecuado, si está **sobreexpuesta** (demasiado blanca) o **subexpuesta** (demasiado oscura), si está **centrada**, si tiene **manchas o reflejos** molestos, si los **colores** son los adecuados etc.

Importante: que no se **deformen** ni tengan **marcas de agua**.



Diseño Web

La información está por todas partes, y por eso es extremadamente importante que los diseñadores piensen en hacer diseños claros. Las piezas del diseño **tienen que atraer la atención de los usuarios**, ya sea mientras compran en una tienda online, leen un blog o, simplemente, navegan por internet.

El diseño web debe ser fácil de leer y de entender.

Debemos recordar que optar por un diseño sencillo en lugar de uno recargado es clave para mantener interesados a los lectores. Una gran cantidad de elementos, imágenes, colores, y formas diferentes en una página pueden hacer que una web se vea más "barroca", lo cual distraerá la atención del usuario.

Una buena forma de crear una experiencia agradable en la web es recordar que **menos es más.**

Las leyes de la Gestalt

“La mente configura, por medio de ciertas **leyes**, los elementos que llegan a través de los canales sensoriales o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas), es decir la **percepción**.

La palabra Gestalt hace referencia a **figura, forma u organización**. La Gestalt analizó diversas áreas de la psicología (actitudes, el aprendizaje, la motivación, etc.) pero se centró en la percepción. No percibimos como elementos aislados, sino que por el contrario percibimos como globalidad o conjunto organizado.”

“El todo es más que la suma de las partes”

Mapa de bits vs. Gráfico vectorial

- **Mapa de bits o Bitmap:** es un grupo de bits. Cada bit, la unidad mínima de información, es cada píxel que compone la imagen. Cada píxel es un cuadro con información sobre su color y la unión de muchos de estos cuadros crea la imagen completa.
- **No es escalable:** alterar el tamaño de un bitmap provoca que ésta se “píxele”.
- **Fotorrealista:** pueden mostrar gran cantidad de detalles y variaciones sutiles en el color.



Las fotografías son Mapas de Bits

Mapa de bits vs. Gráfico vectorial

- **Gráfico vectorial o curvas:** está formada por la unión o superposición de unidades básicas de información pero en lugar de píxeles, estas unidades básicas son vectores matemáticos, las formas definidas por los vectores se basan en las curvas Bézier.
- **Es escalable:** se puede escalar libremente sin sacrificar la calidad. (permanecen nítidas)
- **Totalmente editables:** Los objetos de una imagen vectorial pueden constar de líneas, curvas y formas con atributos editables como color, relleno y contorno.



Los “Logos” son Gráficos vectoriales

¿Qué es Photoshop?



Adobe Photoshop es el software líder en edición de imágenes de mapa de bits, desarrollado por Adobe Systems Incorporated.

Usado principalmente para el retoque de fotografías, su nombre en español significa "taller de fotos". Es conocido mundialmente. Nos referiremos a este software como: Photoshop o Ps.

Formatos

JPEG - Es el **formato más popular**. El formato .JPEG (Joint Photographic Experts Group) destaca por el **alto nivel de compresión** que ofrece y, que se basa en la pérdida de calidad. Es por eso que este formato sacrifica valores imperceptibles por el ojo humano para bajar el peso final, así como lo hace un archivo .MP3 con el sonido. No son muy utilizadas entre quienes requieren fotos en alta calidad.

PNG - El formato .PNG (Portable Network Graphics) **tiene un nivel de compresión que casi no presenta pérdidas**. La principal característica de este formato es que .PNG **permite el uso de transparencias** (canal alpha o alfa) con bastante profundidad, ya sea completa o en ciertos píxeles utilizando diferentes canales. No son óptimas para diseño de impresión de alto nivel. **Se utilizan para diseño web, o en condiciones no profesionales, debido a su peso moderado y buena administración del color.**

JPEG



PNG

¿Qué es UX research?

La **investigación de usuarios** se enfoca en **comprender** los **comportamientos, necesidades y motivaciones** de los usuarios a través de técnicas de observación, análisis de tareas y otras metodologías de retroalimentación.

Es el puente entre el Usuario y los Diseñadores.

Investigación de Usuarios:

Se trata de **responder una pregunta o hipótesis** que usted o su equipo de diseño tengan.

No existe un enfoque único para construir una práctica de investigación porque cada organización tiene sus propios objetivos. Aprender **qué tipo de investigación hacer, por qué y cómo** debe hacerlo son pasos importantes para establecer una práctica de investigación.

Algunos datos siempre son mejores que ninguno, pero saber cuándo recopilarlos y qué tipo de datos necesita comienza por **comprender el objetivo**.

Behzod Sirjani, fundador de Yet Another Studio y exjefe de operaciones de investigación y análisis de Slack, dice que **debe intentar investigar cada vez que desee aumentar su confianza en una decisión**:

La investigación siempre debe orientarse en torno a una **decisión** porque saber lo que está tratando de decidir lo ayudará a comprender lo que está tratando de ver y cómo realmente va a hacer esa investigación.

Insight - visión interna o verdad revelada:

No es un entendimiento común, sino un descubrimiento de una **verdad profunda y muchas veces oculta**, que solo encontraremos charlando con los usuarios e indagando sobre sus pensamientos más internos.

¿Por qué hizo eso? ¿Qué pensó en ese momento? ¿Qué motivó su decisión?.

A veces podemos confundir los datos o el feedback que recibimos de nuestros consumidores como insights, pero lo cierto es que debes ir más allá, pues **la clave para tener insights está en el análisis y la interpretación que hagas.**

Los datos hacen parte del proceso para obtener insights pero se convierten en conocimientos o verdades claves cuando les añades interpretación. **Datos sin interpretación no son insights.**

Entender el por qué de lo que hacen o la **motivación detrás de tus consumidores** hará que sean verdaderos insights.

¿Qué es benchmarking?

El **benchmarking competitivo** consiste en identificar información específica acerca de sus **competidores directos, y compararlos**.

Consiste en tomar "comparadores" o benchmarks, que podría traducirse como **medida de calidad**.

Es un **proceso de investigación** que proporciona información valiosa para la toma de decisiones.

Es una **actividad continua** porque el mercado está constantemente cambiando. Al realizarlo nos da una **"foto" del momento** que estamos analizando.

No es un proceso para copiar o imitar a la competencia.

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.**

La proto persona debe tener

1. **Datos personales y foto:** 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”

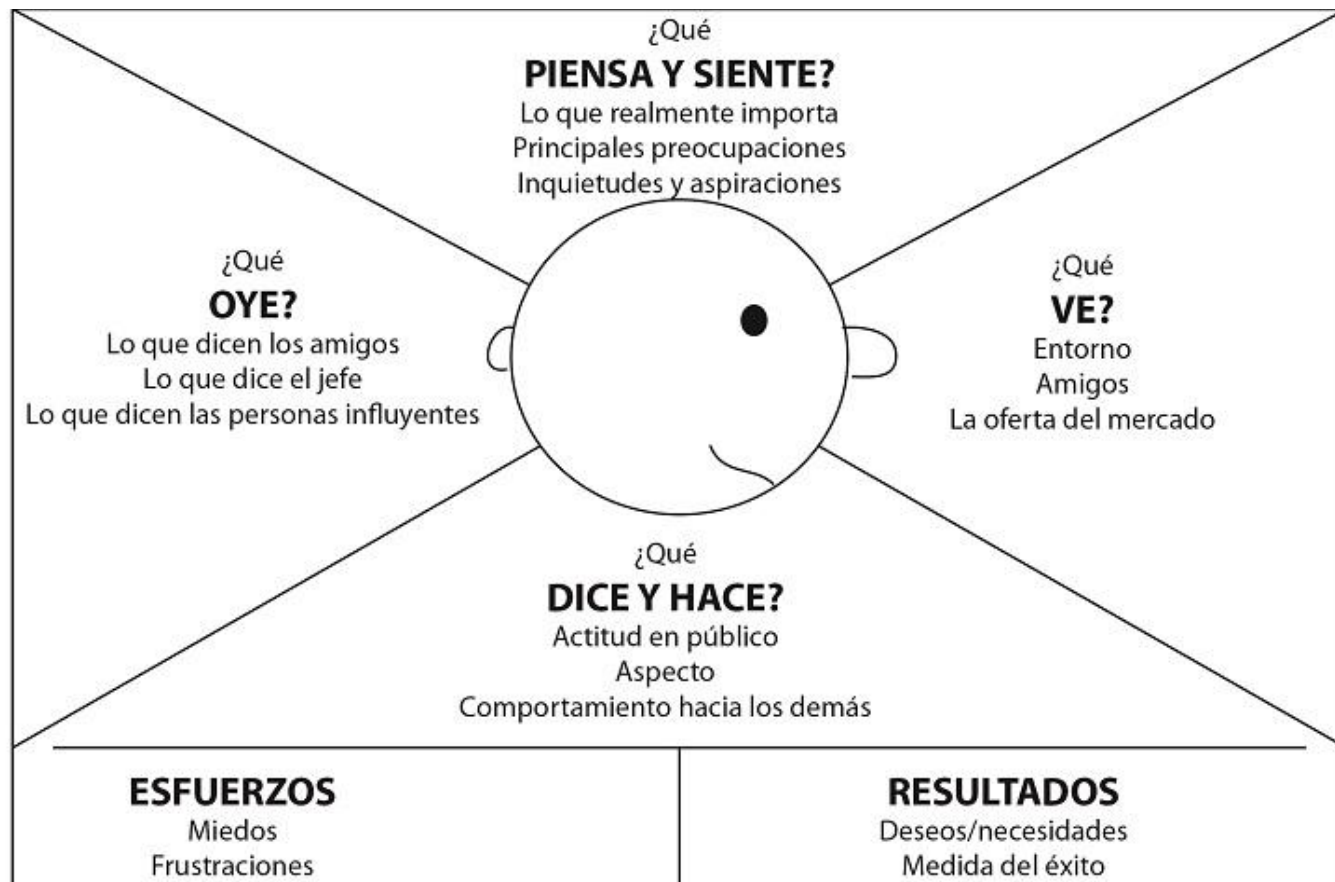
¿Qué es un mapa de empatía?

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 es una entrevista?

Es una **técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa** para recabar datos; se define como una **conversación que se propone un fin determinado** distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial.

Una persona pregunta y la otra responde, no hay ida y vuelta.

Fases de la entrevista

1. **Preparación.** Es el momento previo a la entrevista, en el cual se planifican los aspectos organizativos de la misma como son los **objetivos, redacción de preguntas guía y convocatoria.**
2. **Apertura.** Es la fase cuando se está con el entrevistado en el lugar de la cita, en el que se **plantentan los objetivos** que se pretenden con la entrevista, el tiempo de duración. También, es el momento oportuno para **solicitar el consentimiento de grabar o filmar la conversación.**
3. **Desarrollo.** Constituye el núcleo de la entrevista, en el que se realiza el **intercambio de información siguiendo la guía de preguntas con flexibilidad.** Es cuando el entrevistador hace uso de sus recursos para obtener la información que se requiere.
4. **Cierre.** Es el momento en el que conviene anticipar el final de la entrevista para que el entrevistado recapitule mentalmente lo que ha dicho y provocar en él la **oportunidad de que profundice o exprese ideas que no ha mencionado.** Se hace una **síntesis** de la conversación para puntualizar la información obtenida y finalmente **se agradece al entrevistado su participación en el estudio.**

¿Qué es POV?

POV o **Point of view**, en español significa **Punto de vista**.

En UX sirve para obtener de forma concisa el **qué, para quién y por qué** estamos creando nuestro producto o servicio.

Si podemos entender realmente la problemática de nuestros usuarios podremos **generar una solución adecuada, focalizada y con valor agregado**.

Estructura y requisitos

POV:

Usuario (user persona)- Necesita (relacionado a nuestra app) - porque (insight)

Técnica de Storytelling:

Arco argumental + Emoción (atmósfera que envuelva, cautive, les resulte familiar)

Estructura de la narración:

Introducción - Nudo - Desenlace



*"La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero
nunca olvidarán lo que les hiciste sentir".*



Autor/as/es: Maya Angelou.

¿Qué es un Storyboard?

Es el **guión gráfico**. Es un **conjunto de ilustraciones** que aparecen en secuencia y que se utilizan como **guía para entender una historia**.

La característica principal del storyboard es su **representatividad**: es visual, la historia aparece frente a nuestros ojos como algo menos abstracto que en el guión.

Un storyboard se parece mucho a una **historieta de la narración**.

STORYBOARD

¿Qué es un MVP?

Minimum Viable Product - **Producto Mínimo Viable.**

En desarrollo de producto, el producto viable mínimo es un **producto con suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales, y proporcionar retroalimentación para el desarrollo futuro.**

En desarrollo de startups (empresas emergentes altamente innovadoras), para garantizar que una startup tenga éxito, se necesita **desarrollar productos escalables**, que deben introducirse gradualmente. Esta práctica es muy funcional para reducir riesgos y evitar gastos excesivos. Se basa en una validación real, **basada en pruebas y feedbacks de los clientes.**

MVP

Al pensar en un nuevo servicio, producto o canal, se suelen establecer hipótesis o pequeños supuestos acerca de **lo que se necesita para solucionar una necesidad.**

Un **ejercicio para determinar el producto mínimo viable:**

Para lograrlo necesitamos:

- **Listado de tareas**
- Determinar cuales son **prioridad, imprescindible.**
- Determinar futuras versiones, **deseable.**

¿Qué es Arquitectura de la Información?

En pocas palabras, la arquitectura de la información es el **arte de organizar la información de la forma más clara y lógica posible**. Para que el usuario pueda encontrar fácilmente lo que está buscando. Además, también nos permitirá poder añadir fácilmente nuevas funcionalidades y escalar el producto. Se trata de **organizar, estructurar y etiquetar** correctamente todos sus elementos.

Arquitectura de la información:

Es un documento vital en el que se **definen la organización y relaciones entre todos los elementos de nuestra app.**

De ella depende el resto del proceso, los wireframes, prototipos y diseño final.

En este punto del proyecto **idearemos una arquitectura de la información** para representar y comprender el **modelo mental** de nuestra user persona, saber **como prefieren y reconocen la información** cuando ingresan a una app.

Para lograr esto necesitamos que el usuario forme parte del proceso de diseño.

Utilizaremos la **técnica de Card Sorting en Optimal Workshop.**

Optimal Workshop:

Card Sorting Abierto - Optimalsort

1. **Introducimos los nombres en cada tarjeta.**
2. Redactamos una **introducción** para los usuarios.
3. Configuramos los datos que se dan antes de comenzar el cardsorting, **consigna detallada**: leer, asociar, agrupar, jerarquizar estas tarjetas, también nombrar las categorías a donde pertenecen. **Preguntas** para poder organizar y segmentar a los usuarios que participen.
4. Redactamos las **preguntas finales** que se les hará a los usuarios una vez finalizado el cardsorting: ¿Qué tan difícil te resultó agrupar las tarjetas? Fácil 1-10 Difícil ¿Cuál tarjeta te generó dudas al momento de ordenarla? ¿No sabías el significado de alguna tarjeta?.
5. **Incluimos a los participantes enviándoles el enlace** aclarando que es muy importante **realizarlo desde una PC** o no será posible finalizar el cardsorting.
6. **Lanzamos el Cardsorting** con el botón “Launch”, y recordar que una vez realizado esto no se podrán realizar más cambios. Chequear en “Study settings” que no esté en “Draft”.

Conclusiones

La herramienta nos brindará dos gráficos (en “Analysis”):

- **Dendrograma (Dendrogram)**- Este diagrama nos permite ver los grupos y etiquetas principales elegidas por los usuarios.
- **Matriz de similitud** (Similarity matrix)- Este diagrama detecta grupos o tarjetas que fueron más frecuentemente emparejadas entre los usuarios, donde el número sea mayor es donde más similitud hay.

A partir de estos resultados debemos **analizar e interpretar** la información, que luego nos servirá para realizar nuestra arquitectura de la información para nuestro proyecto con información validada por los usuarios.

Mapa de sitio

A partir de los resultados obtenidos del cardsorting y del análisis posterior de sus diagramas, vamos a poder realizar el **mapa del sitio**, este permitirá ver las relaciones y agrupaciones establecidas entre los contenidos.

En algunas ocasiones será necesario renombrar algunas categorías o incluso permitir el acceso a algún apartado desde distintas categorías.

Allí indicaremos las secciones principales de nuestra app, cómo se conectan a las subsecciones y qué relación hay entre ellas, partiendo de la **“Home”**.

¿Qué significa User Flow?

Podemos definir **User Flow** como la **ruta que sigue un usuario en un sitio web o aplicación para completar una tarea**. El flujo de usuario comprende **desde el punto de su entrada** sumando el conjunto de pasos que ejecuta **hasta que completa la tarea con un resultado exitoso**.

Definir los flujos de usuario conduce a una mejor experiencia de usuario, ya que lo coloca en el centro del proceso de diseño.

User Flow y Diagrama de Flujo:

Los **user flows** son un elemento más del diseño y **preparación del proyecto** de un entorno digital, ya que nos permite **identificar situaciones futuras y necesidades del usuario** dentro de nuestra web o aplicación.

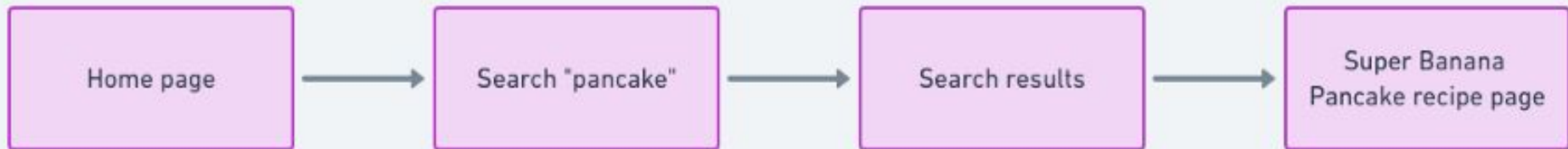
La manera más común para representar los flujos de usuario es mediante diagramas de flujo (Flow charts), en los cuales representamos, de manera separada, **cada paso que lleva a cabo el usuario.**

El diagrama de flujo o flow chart es una manera de **representar gráficamente un proceso** a través de una serie de pasos bien estructurados y relacionados que **permiten comprender un todo.**

Task Flow

El flujo de tareas, más conocido como **task flow**, es un diagrama que representa el **trayecto que debe realizar un usuario para llevar a cabo una tarea concreta**.

Task flow: finding a pancake recipe 🔍🥞



¿Qué es el Happy Path?

En el contexto del modelado de software o información, un **camino feliz** es un **escenario predeterminado que no presenta condiciones excepcionales o de error**.

En Design Thinking empleamos el término **Happy path** para describir el escenario de uso, en el cual un **usuario toma el camino más corto para la consecución de un objetivo concreto**, y en el que además todos los puntos de contacto e interrelación entre él y el producto le **satisfacen**.

Figuras Geométricas:

INICIO/FIN

PROCESO O
PANTALLA

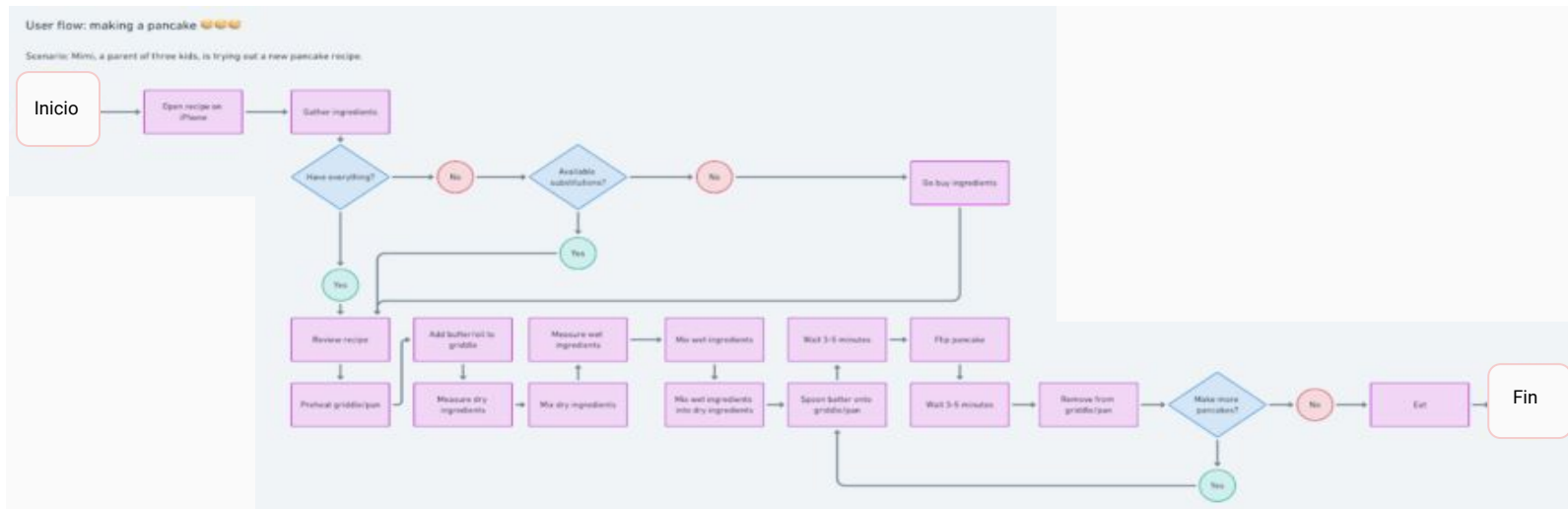
INTERACCIÓN O
CARGA DE DATOS

DECISIÓN
SI - NO

ERROR

User flow

El **User Flow**, es un diagrama que representa el **trayecto que realiza un usuario para realizar todas las tareas posibles en mi app o web.**



Proyecto Final

Fecha de la Preentrega:

Clase 11

Semana del 10 de Abril

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a realizar una **Investigación de Usuario**, indagando sobre sus **comportamientos, necesidades y motivaciones**, realizando preguntas que nos permitan descubrir: ¿qué hace?, ¿qué piensa?, ¿qué dice?, ¿en qué cree?, ¿qué lo frustra?, ¿qué lo motiva?, ¿qué le preocupa?...

y tenemos que determinar en primera instancia:

- ¿Quién es nuestro **usuario?** (en quién basamos nuestra investigación)
- ¿Cuál es el **problema?** (necesidad detectada)
- ¿Cuál es la **solución** que vamos a ofrecer? (En forma de una **App**).

Informe: Nota periodística que valide la problemática, captura de redes sociales donde los usuarios exponen que esa situación es un problema para ellos, etc.

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a realizar un **Benchmarking**, comparando 3 competidores directos de nuestra App y tenemos que realizar un cuadro comparativo:

- **Nombre y “logo” de las 3 Apps** (Para poder ver el diseño de mi competencia)
- **Reseña de las 3 Apps** (Para poder ver el enfoque de mi competencia)
- **Captura de las 3 Apps** (Para poder ver el diseño de mi competencia)
- **Cantidad de Pasos por Acción** (De 3 acciones por cada una de las 3 App)
- **Vocabulario o Errores** (Óptimo, Error menor, Error mayor - que no me permite operar)
- **Diseño** (Óptimo, Básico, Malo)
- **Fortalezas y Debilidades** (De cada una de las 3 App)

Finalmente realizar un **breve informe** con las conclusiones que obtenemos del cuadro. (¿Quién es mi competencia?, ¿quiénes son sus usuarios?, ¿Cómo les hablan?, ¿En qué se diferencian?, ¿Qué puedo ofrecer en mi App que ellos no tengan?, ¿Cómo puedo superar su propuesta?).

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 las **Fichas de dos (dos) Proto Personas** que deben ser diferentes y 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** (que se encuentra marcada en el cronograma del curso de la clase 0)

En el ejemplo se muestra la presentación de 2 protopersonas, de las cuales una fue validada y pasó a ser **user persona** luego de las entrevistas.

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

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a realizar **5 entrevistas**, esto nos permitirá recopilar datos e insights sobre los usuarios, empatizar con ellos, validar la proto persona y transformarla en una user persona.

Para elegir a los entrevistados tendremos en cuenta:

- Que sea **mayor de 18 años**.
- Que entren en el grupo de usuarios que necesitamos validar (mi **proto persona**)
- Que la **problemática** de mi proyecto los atraviese directamente (¿la solución que voy a brindar en mi app influye en la vida de esta persona?)
- Que tenga **disponibilidad** para realizar la entrevista presencial o virtual (dentro de un tiempo razonable) y permita que la misma sea **grabada** (sino la entrevista no será válida).

Realizar un informe: sobre los resultados de las entrevistas, los datos recopilados, los insights que consiguieron descubrir (si es que los hay), especificar de qué forma los entrevistados validaron a la proto persona y se transformaron en user personas de ahora en más.

Nota: Tener en cuenta que el docente puede pedir acceso a las grabaciones en cualquier momento de la cursada.

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a realizar un **POV** aplicando las técnicas de **Storytelling y Storyboard**, esto nos permitirá a nosotros y a otros/as comprender y empatizar con nuestros usuarios.

Para ello realizaremos las siguientes tareas:

- **POV** - Completar la frase: **Usuario - Necesita - Porque.**
- **Storytelling** - Crear una **narración** sobre nuestro proyecto que cuente con un: **Inicio - Nudo - Desenlace**, que cree una **conexión emocional** con nuestra User Persona. Que sea persuasiva y tenga relación con nuestros usuarios.
- **Storyboard** - Representar visualmente la narración. Ilustrando los **momentos clave** de la historia (6 dibujos máximo).
Recuerden que no es necesario saber dibujar “bien” sino que se entienda la idea. Puede ser a mano o digital, si es a mano deberán pasarlo a tinta y escanearlo con buena calidad y buena luz para que se pueda visualizar correctamente.

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a definir un **MVP**, esto nos permitirá tener en claro cuales son las funcionalidades básicas que debe tener mi app.

Para hacerlo debemos:

- Redactar una **lista de tareas** (todas las que se me ocurran relacionadas a mi proyecto).
- Definir prioridades, **cuáles tareas son imprescindibles para el funcionamiento de la app**.
- Definir cuáles tareas son **deseables** para versiones más avanzadas de mi app en un futuro (versión 2.0).
- Identificar cuál es la **función básica y primordial** que mi usuario realizará en mi app, y por qué es **deseable para mi usuario**.

Realizar un informe sobre las conclusiones del ejercicio, cuáles tareas se desarrollaran primero y por qué (explicar brevemente cada tarea).

Tarea para el Proyecto Final

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

Vamos a realizar la **Arquitectura de la información** de nuestro proyecto aplicando la técnica de **Card Sorting Abierto** con **Optimal Workshop**, obtendremos como resultado el **Dendrograma** y la **Matriz de similitud** con las que realizaremos un **informe de conclusiones**.

Para ello realizaremos las siguientes tareas:

- Completar las tarjetas: **20** (tareas que surgen del MVP y Benchmarking)
- Crear una **introducción detallada** para los participantes, explicando la consigna que deben cumplir con respecto a las tarjetas, realizarles **preguntas de segmentación** básicas (por ejemplo: nombre, ciudad, edad) y redactar las **preguntas finales** para los usuarios, para clarificar sus decisiones y ver si comprendieron el lenguaje de las tarjetas.
- **Invitar a 10 participantes** mínimo (que pertenezcan al grupo de la user persona) y enviarles el link para el cardsorting, debemos recordarles que se realiza desde una PC si o si.
- **Analizar e interpretar** los resultados (gráficos y respuestas), y realizar un **informe** con las conclusiones del estudio (aciertos, errores, correcciones realizadas, conclusiones, etc.).

Tarea para el Proyecto Final

Luego vamos crear el **Mapa de sitio**, en **Whimsical**, utilizando la información validada por los usuarios, obtenida del **informe** del estudio de CardSorting y sus gráficos.

Para hacerlo debemos:

- Ir a Whimsical y seleccionar **Flowchart**
- Definir **cuáles van a ser mis categorías y subcategorías a partir de los resultados dados por los participantes/usuarios** (como ellos ordenaron la información)
- **Crear el diagrama de mi app**, utilizando los recuadros y flechas, en forma **vertical**, partiendo desde la **HOME**, siguiendo a las **categorías principales** y luego desde estas a las **subcategorías** y dentro las **tareas u opciones** que se encuentren.

Tener en cuenta que como resultado debe quedar el diagrama de app lo más **ordenado y coherente** posible. Vamos a tratar de respetar al máximo las **preferencias del usuario** y también tener en cuenta nuestra **interpretación de los resultados** (por ej: si en las preguntas finales notamos que varias tarjetas no fueron comprendidas, pudieron ser ubicadas en lugares incorrectos o al azar, y tendremos que renombrarlas para facilitar su comprensión.)

Tarea para el Proyecto Final

Para comenzar a diseñar la interfaz del prototipo del **Proyecto Final** que vamos a desarrollar:

Comenzaremos realizando en whimsical el **Task Flow** de nuestro proyecto. Luego podremos realizar el **User Flow**, empezando con la **Función principal de nuestra app (happy path)**, después le sumaremos los **posibles errores** que puedan surgir y **por último las demás tareas** o funcionalidades que vayan a formar parte de la primera versión (MVP) de nuestro proyecto.

Para ello necesitaremos previamente tener hechos:

- **User persona**
- **MVP**
- **POV - Storytelling + Storyboard**
- **Arquitectura de la información**
- **Analizar e interpretar las conclusiones de nuestros informes previos.**

Aclaraciones: Para el User flow deben utilizar las figuras geométricas sugeridas en esta clase como código para los diagramas, el diagrama se realiza de izquierda a derecha, arriba a abajo, tiene un comienzo y un fin, en lo posible acomodarlo de forma que no se crucen las flechas.

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**