

Planificación de investigación

**Jorge L.
Maza-Cordova**

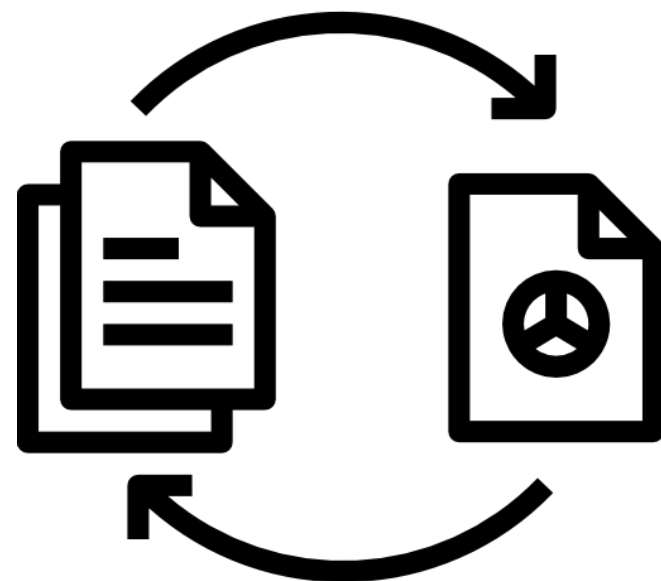


Objetivo

Establecer un plan de investigación para ejecutar la parte de inmersión con los usuarios.

Reglas básicas

- 1 Estar presentes y con la mente abierta.
- 2 Participar activamente.
- 3 No juzgar, no hay ideas incorrectas.



Definición del reto

Vamos al EVA

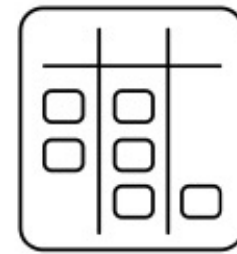
Proceso de diseño



Definir el reto



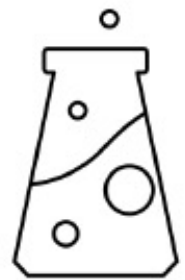
Empatizar



Sintetizar



Idear



Probar



Empatizar con el usuario es fundamentalmente,
entenderlo, descubrir el problema que hay que
solucionar y detectar esas verdades ocultas que nos
sirvan como detonador de una gran idea



Proceso de investigación

¿Cuál es tu reto a investigar?



Reto de diseño

Ejemplo: No puedes manejar bicicleta de forma segura en Machala.

No asumas la respuesta en la pregunta!

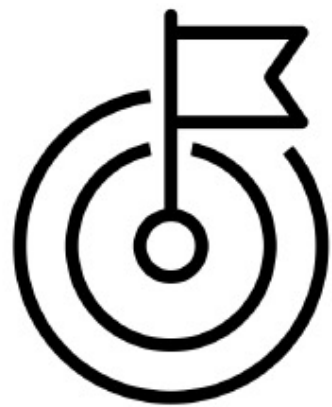
Ejemplo: ¿Cómo podríamos proponer ciclo vías seguras para los ciclistas?



Creando el Plan



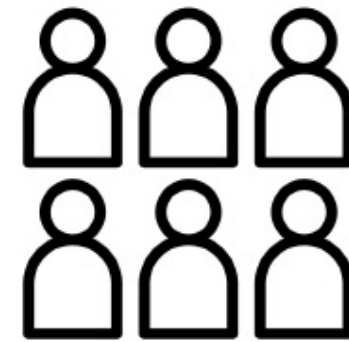
Contenido



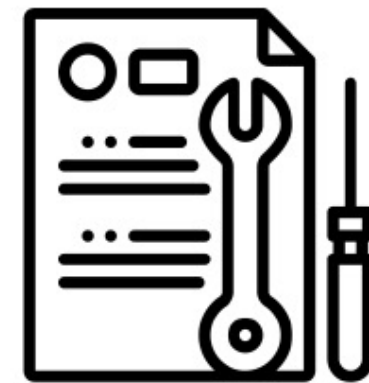
Objetivos



Hipótesis



**Perfil de
usuarios**



Herramientas

Tus objetivos deben ser sinceros y puntuales.
Ya sabes que debes hacer una investigación con
usuarios pero ¿qué buscas con esta investigación?



Tipo de investigación

Exploratoria

La investigación generativa o exploratoria ayuda a identificar problemas que vale la pena resolver. Buscamos encontrar necesidades no satisfechas.

Descriptiva-Explicativa

La investigación descriptiva y explicativa nos ayuda a aprender más sobre un problema ya identificado, para que sepamos cómo resolverlo.

Evaluativa

La investigación evaluativa se trata de probar nuestras soluciones con usuarios representativos para validar nuestros diseños.



Abordamientos



Desk Research

Investigación secundaria que nos permite extraer datos relevantes en relación al reto.



Field Research

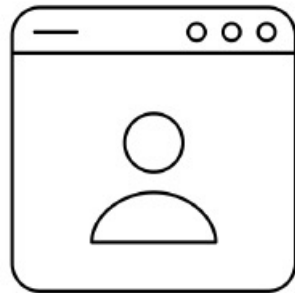
Investigación que se realizan en campo. La parte inicial se puede hacer paralelo al desk research

Perfilamiento de usuarios

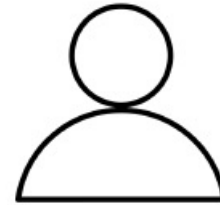


De la Data a la Proto-persona

Recordar que seguimos en el mundo de las suposiciones hasta llegar a construir nuestra persona después de la investigación



**Marketing
Persona**



**Proto
Persona**



Persona



Formulando hipótesis

Si _____ porque _____, entonces _____

Si el usuario no descarga el app del banco es porque no tiene memoria suficiente en su smartphone, entonces seguirá utilizando otros canales físicos (agencias/agentes)

Herramientas



Técnicas

- ☑ Entrevistas.
- ☑ Cultural Probes.
- ☑ Entrevistas a expertos.
- ☑ Shadowing.

Hay muchas técnicas para poder capturar las historias de nuestros usuarios, por ahora nos enfocaremos en estas 5





“ Lo más importante es que no hay una fórmula exacta, encuentra la técnica que sea más cómoda para tu equipo y para el reto que les toca





¡Gracias!

🌐 jorgemaza.com

📷 [@jorgemazac](https://www.instagram.com/jorgemazac)

📺 [@jorgemaza85](https://www.youtube.com/channel/UCjorgemaza85)

🔍 <https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Maza-Cordova>