

Investigación en el Diseño Centrado en el Usuario (DCU)

**Jorge L.
Maza-Cordova**



Objetivo

Comprender las metodologías de trabajo en el diseño centrado en el usuario para el desarrollo de ideas creativas.

Reglas básicas

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

La bicicleta al revés



https://www.youtube.com/watch?v=EO_MWip60jA

Actividad

La historia de tu vida



La investigación en el diseño

Hoy más que nunca las empresas reconocen lo importante que es el diseño para el éxito comercial.

La investigación en el diseño

Las decisiones estéticas de un diseñador están influidas por las horas pasadas estudiando principios tipográficos, teorías del color, maquetación, relación entre las formas y contrastes visuales.

La investigación en el diseño

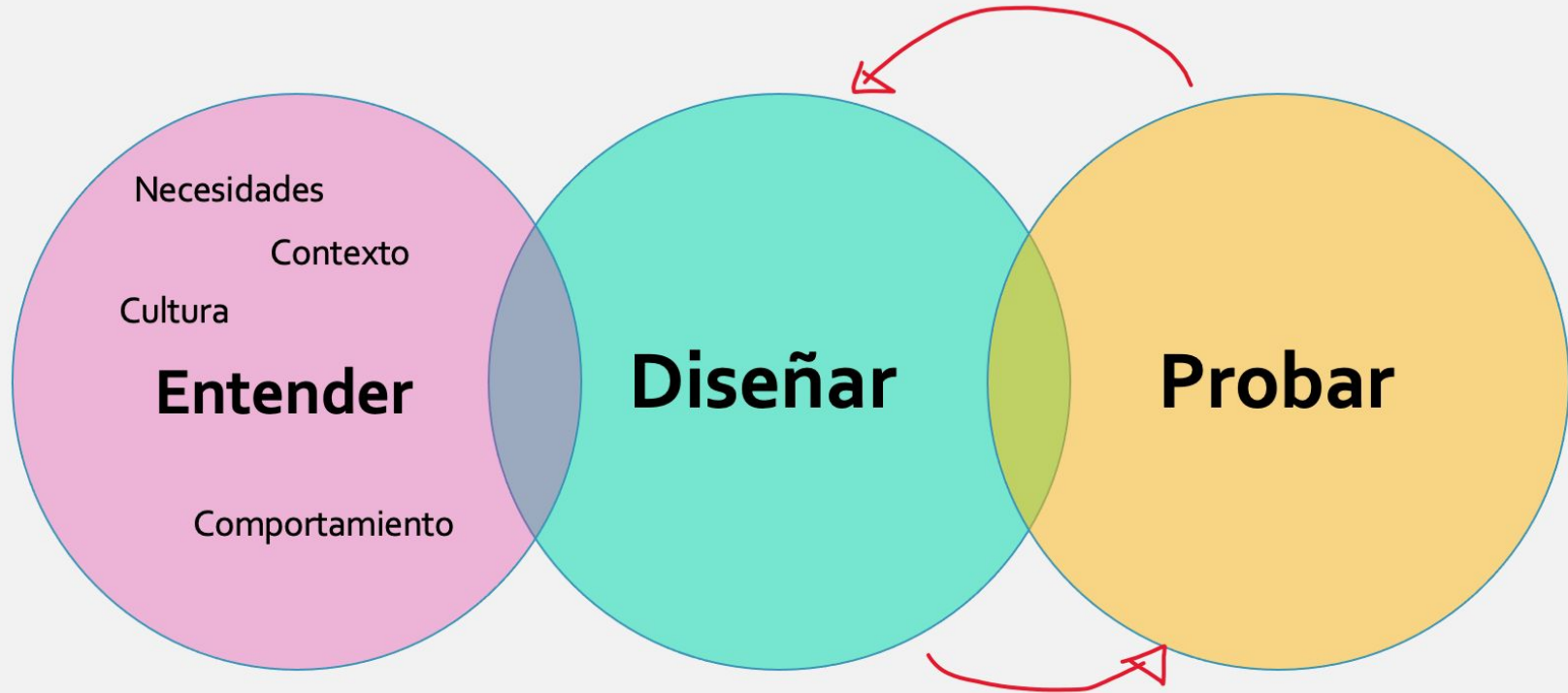
Los clientes quieren asegurarse de que los diseñadores comprenden los aspectos de su negocio y de que los encargos redundará en un buen retorno de la inversión.

A top-down view of a collaborative workspace. Several people's hands and arms are visible, working on a light-colored wooden table. The table is covered with various items: a silver laptop in the bottom right corner; several sheets of paper with hand-drawn diagrams, including a large flowchart with multiple boxes and arrows; and numerous colorful sticky notes (blue, pink, yellow, purple) with handwritten text and drawings. Some sticky notes have words like 'APPLY', 'problem', 'Train', 'AWARE', 'Process', and 'idea'. One yellow sticky note features a large black arrow pointing up and to the right. A small, colorful cartoon sticker of a character with a speech bubble is also on the table. The people are wearing casual clothing, including a red hijab and a plaid shirt. The overall scene suggests a creative brainstorming or design session.

¿Qué puede hacer la investigación con el DCU?

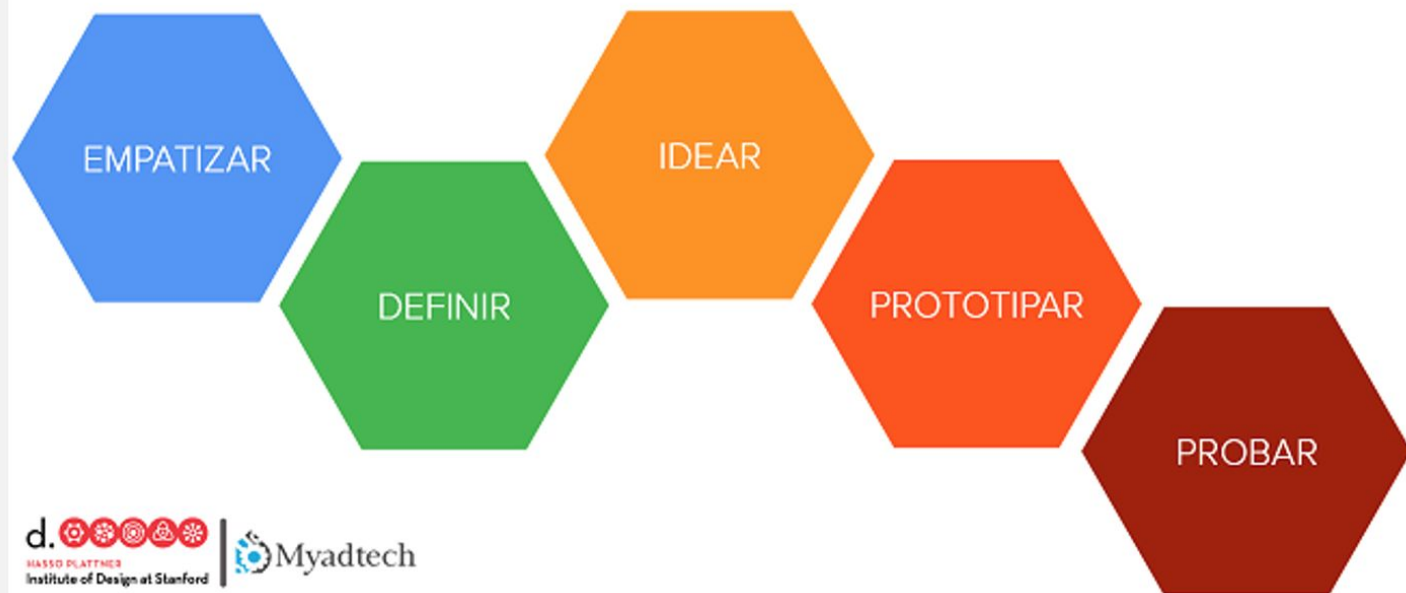
- Delimitar el problema.
- Conocer a las personas.
- Los integrantes del mercado.
- Para identificar y entender necesidades.
- Conectar los objetivos con la gente.
- Tomar decisiones creativas y estéticas.
- Evaluar progresos.
- Confirmar el éxito.





En este enfoque del diseño ayuda a los equipos creativos a comprender las necesidades, el comportamiento y la cultura.

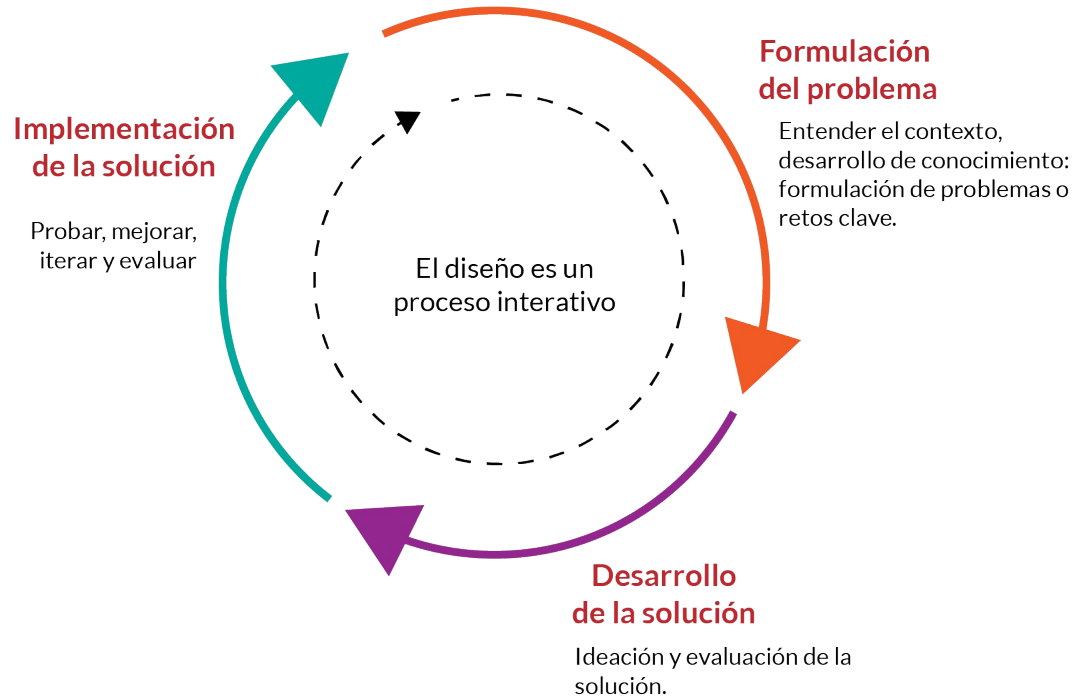
DESIGN THINKING



**Como profesionales, entendemos
que el buen diseño crea valor.**

Es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y **dar solución a las necesidades reales de los usuarios**. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de producto. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como "Pensamiento de Diseño".

Se empezó a desarrollar de forma teórica en la Universidad de Stanford en California (EEUU) a partir de los años 70, y su primera aplicabilidad con fines lucrativos como "Design Thinking" la llevó a cabo la consultoría de diseño IDEO, siendo hoy en día su principal precursora.



DESIGN THINKING



EMPATHIZE

- Siente el estado emocional y las experiencias del usuario.
- Recopilar ideas.
- Comprender las necesidades del usuario.
- Define personas.
- Identificar las tareas del usuario y su entorno.
- Identificar el contexto de uso.
- ¿Quiénes son los usuarios?
- ¿Qué les importa?
- ¿Cómo me identifico?



DEFINE

- Crear historias de usuarios.
- Sintetizar datos.
- Interpretar las demandas del usuario.
- Definir tecnología.
- Marco de oportunidades.
- Definir alcance.
- Punto de vista del marco.
- Definir problema.
- ¿Qué quieren los usuarios?
- ¿Qué podemos construir?
- ¿Cómo interpreto?



IDEATE

- Genera ideas salvajes.
- Lluvia de ideas sin restricciones.
- Ir más allá de la tecnología.
- Explore soluciones múltiples.
- Co-crear soluciones con diversos equipos.
- Ir ancho para ir angosto.
- ¿Fuimos amplios?
- ¿Qué son ideas salvajes?
- ¿Cómo creo?



PROTOTYPE

- Mostrar es mejor que explicar.
- Construye múltiples artesanías.
- Busque ayuda de su equipo.
- Use artefactos simples.
- Pruebe varios métodos de creación de prototipos.
- Es solo un borrador.
- ¿Los usuarios entendieron?
- ¿Los usuarios interactuaron bien?
- ¿Cómo presento?



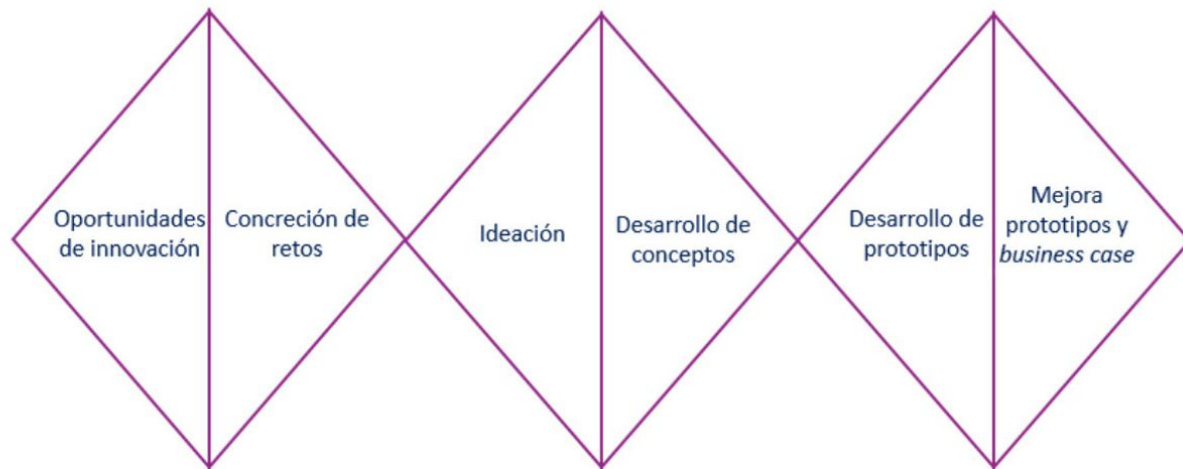
EVALUATE

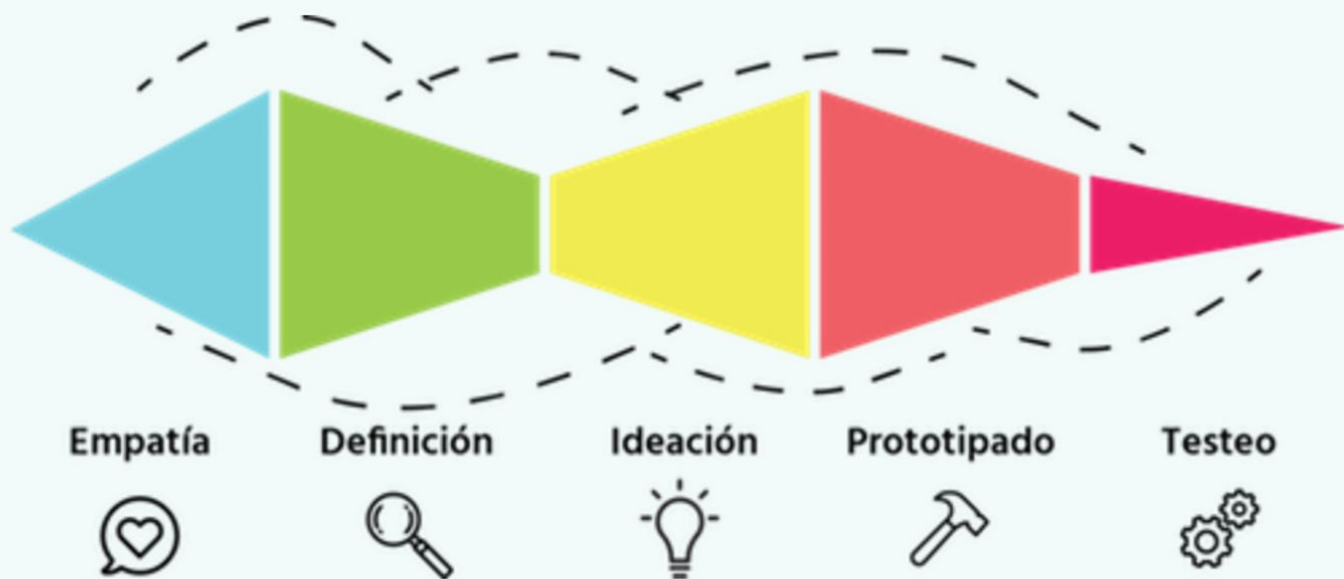
- Prueba con los usuarios reales.
- Buscar comentarios de los usuarios.
- Validar ideas de diseño.
- Iterar y mejorar diseños.
- Llevar a cabo investigaciones contextuales, entrevistas entre usuarios, encuestas y pruebas de usabilidad.
- ¿Qué funcionó bien?
- ¿Qué no funcionó y por qué?
- ¿Cómo evalúo?

Design thinking

La norma del triple diamante

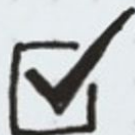
Induct
Connecting Innovation Communities





— RUN YOUR OWN —

DESIGN SPRINT



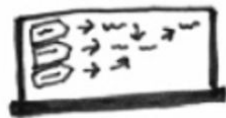
DELFO-VICS

Design Sprint es una **metodología que permite prototipar y validar ideas con usuarios finales de manera rápida**, con el fin de definir el roadmap de un producto en 5 fases. Este método fue creado por Google Ventures en 2010, después de haber estudiado cientos de estrategias de *User Research* y *Design Thinking*, el Design Sprint reúne las más efectivas y propone una forma de trabajar que te permitirá lanzar pronto e iterar para tener un producto exitoso.

MONDAY

- Start at the end

• **Map**



- Ask the experts
- Target

TUESDAY

- Remix & improve

• **Sketch**



WEDNESDAY

• **Decide**



- Rumble
- Story board

THURSDAY

• **Proto-type**



FRIDAY

• **Test**



- Learn

Pensar de forma creativa

El sprint obliga al equipo a concentrarse en los problemas más acuciantes. La segunda es que permite aprender de los rasgos más superficiales de un producto final.

Este ambiente colaborativo hace del sprint un momento perfecto para incluir a personas que no tienen por qué pensar como el resto.

El proceso de sprint hace que tener ideas que compiten entre sí sea beneficioso.

LUN



Définir le problème & rechercher rapidement les utilisateurs & le domaine concerné

MAR



Analyser les résultats des recherches, choisir une cible & générer des idées pour de potentielles solutions

MER



Choisir des idées pour avancer et créer un scénario et des croquis

JEU



Concevoir et bâtir 1 ou 2 prototypes réalistes

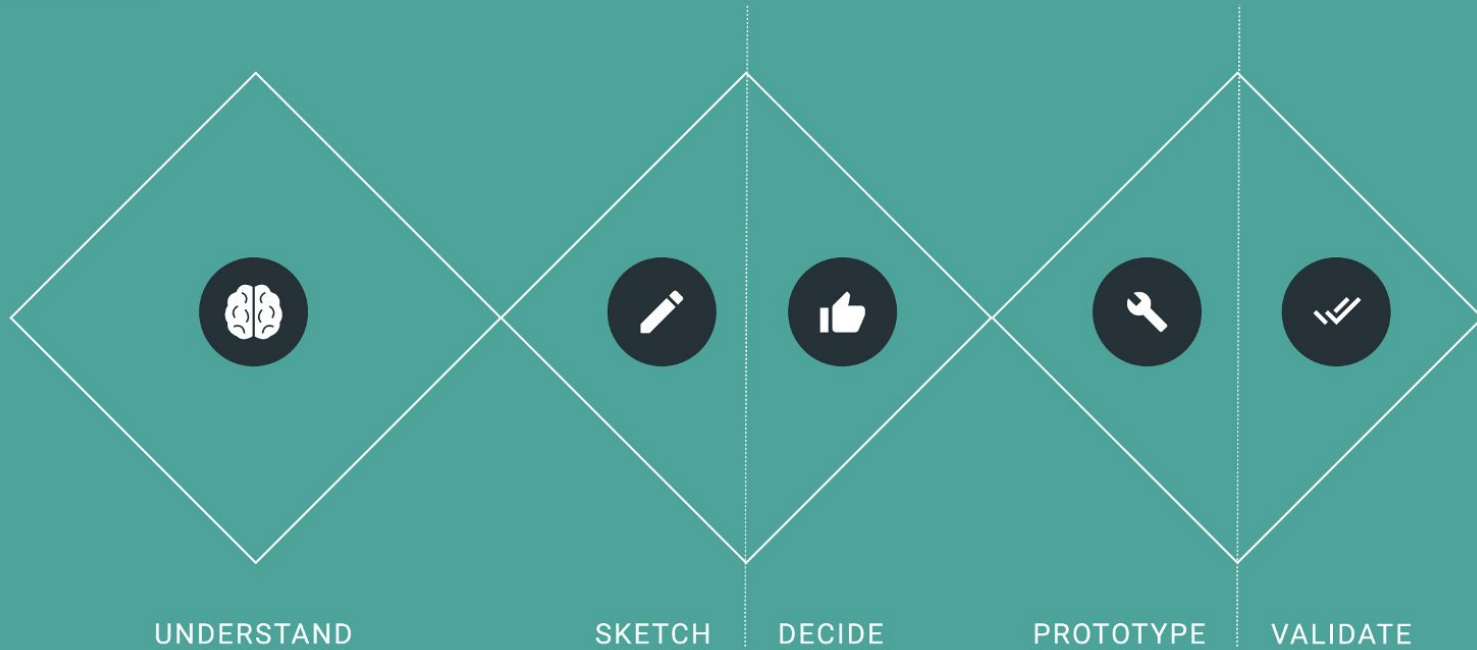
VEN

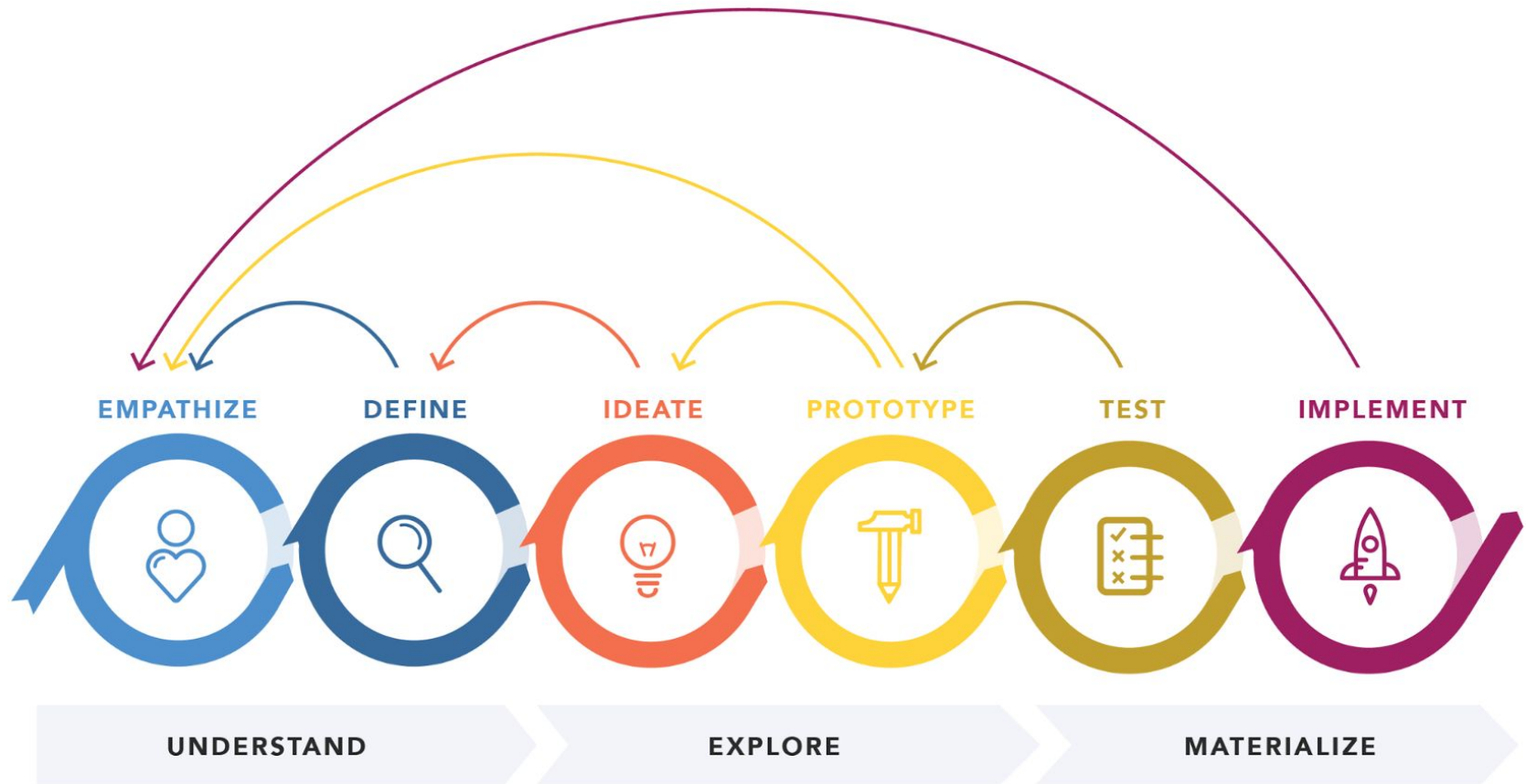


Evaluer avec un échantillon représentatif d'utilisateurs.

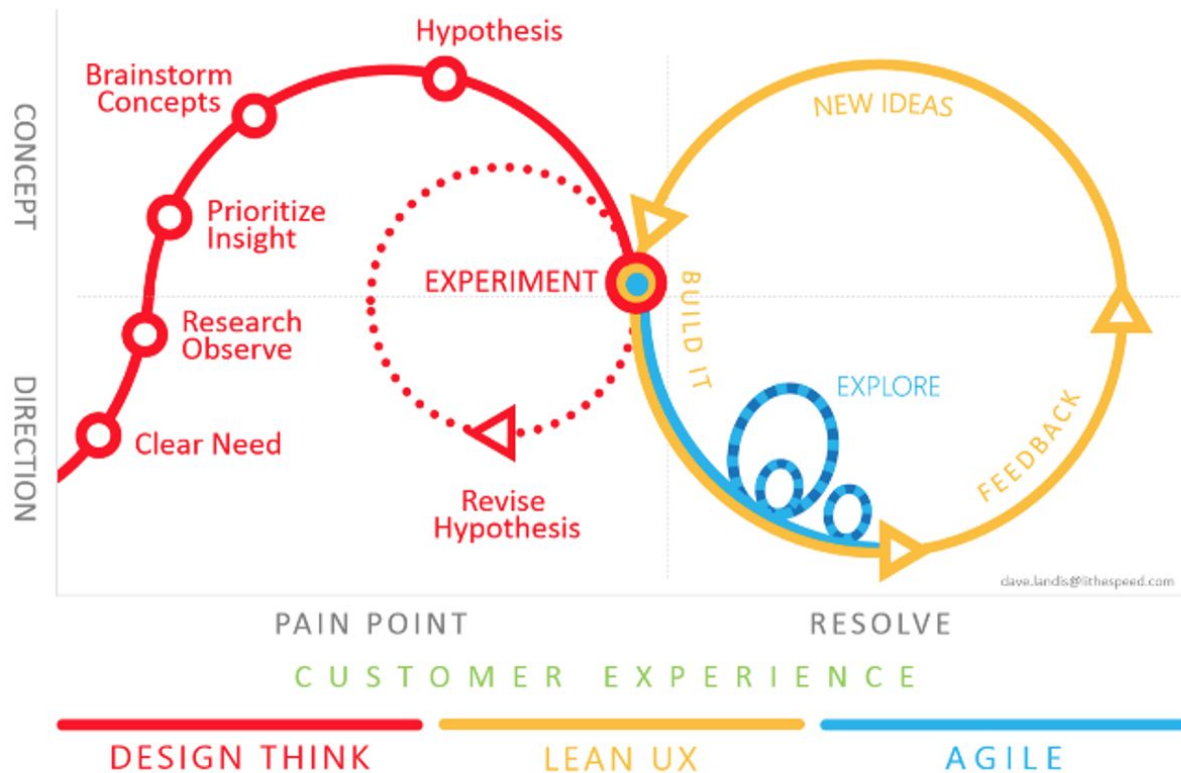
Phases & Methods

Introduction





BETTER TOGETHER



Lean UX within an Agile environment, by Dave Landis

y para terminar...

LA CREATIVIDAD
ES LA INTELIGENCIA
DIVIRTIENDOSE





Jorge L.
Maza-Cordova



¡Gracias!



jorgemaza.com



@jorgemazac



@jorgemaza85



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