



FORMACIÓN UXDI
experiencia de usuario y diseño inclusivo



Técnica Persona



La Técnica Persona fue creada por **Alan Cooper** en los 90'.

Son **arquetipos** basados en **patrones de comportamiento** revelados durante el proceso de investigación de usuarios.

Se construyen con el propósito de ser una herramienta de comunicación durante el proceso de diseño del producto.



“Persona” en Inglés significa “Personaje”

Por ello, esta herramienta consiste en **crear perfiles de usuarios imaginarios tras un estudio exhaustivo** de los grupos de personas que hacen uso de un producto o servicio.

Creados con atributos de usuarios que previamente han sido entrevistados de forma cualitativa. Para cada persona se definirán características personales como una descripción física, edad, género, cultura, gustos, rutina, hábitos, etc; incluyendo una fotografía.



User Persona vs Proto Persona

Representaciones ficticias de los usuarios REALES de algún producto o servicio, que permiten **conocer**:

- **motivaciones**
- **comportamientos**
- **frustraciones, necesidades etc**

Proto; Imaginar un posible usuario sin datos reales.



Los arquetipos son una herramienta que tipifica el comportamiento y el pensamiento humano para facilitar su comprensión, entendimiento y evitar sesgos.

Nos permite sistematizar la heterogeneidad.

Representan disposiciones cognitivas, emocionales y conductuales que se activan en determinados momentos.



Son resultado de la etnografía y o del análisis de datos secundarios

Son **realizadas después de largas jornadas de investigación**, gracias a entrevistas, trabajo colaborativo con los *stakeholders*, encuestas y observaciones pasivas a usuarios reales de un producto o servicio específico. Y lectura de informes previos.

Analizar resultados etnográficos y unir patrones



1. Fotografía que represente a tu usuario.

2. Datos demográficos: en este cuadrante debes escribir los datos generales de la persona, como: nombre, edad, nacionalidad, educación, ocupación, mascotas, etc.

3. Entorno físico: La idea es tener la mayor cantidad de información de las cosas que rodean a la persona cotidianamente. Algunas preguntas: ¿En qué parte vive?, ¿Dónde fue al colegio, a la universidad?, ¿Dónde trabaja?, ¿Dónde realiza sus compras?, etc.

4. Entorno social: Con esta sección queremos identificar las personas que influyen en su toma de decisiones. Trata de contestar las siguientes preguntas: ¿Tiene pareja, hijos?, ¿Quiénes son sus amigos? ¿Hace algún deporte/pasatiempo?



5. Entorno tecnológico: Acá identificamos su expertise en el medio tecnológico, ¿Qué dispositivos usa?, ¿Cuál es su frecuencia de uso?, ¿Qué aplicaciones utiliza?, etc.

6. Metas y Objetivos: En esta sección necesitamos saber qué espera el usuario encontrar en el producto o servicio. Algunas preguntas: ¿Cuál es su principal objetivo?, ¿Necesita encontrar algo de manera expedita?

7. Frustraciones: ¿Qué cosas son las que frustran al usuario del producto o servicio?

8. Frase: Cita que represente lo que el usuario diría utilizando el producto, ¿Cuál es la frase que representa al usuario usando el servicio?



VALENTINA INSÚA

Frase de cabecera

“Cuando tengas los hechos de su lado, discuta los hechos. Cuando tengas la ley de su lado, discuta la ley.” -Al Gore

Argentina

52 años

\$270.000 mensuales

Casada, 1 hijo, 1 hija

Valentina es directora de una empresa de sistemas informáticos. Debido a su alto cargo, intenta balancear la vida familiar y social con su trabajo.

Valentina es una fiel convencida de que la tecnología asiste en el crecimiento en todos los aspectos de la vida. Cree en que todavía se puede cambiar algunas cosas. Es idealista. Como seguidora de Al Gore, le interesa el medioambiente. En su vida diaria va apañando las luces por toda la casa y siempre pide a su familia que la cuiden.

Le interesa la energía solar, tema que sigue hace años, pero aún no sabe a quién consultar. El dinero no es un problema a fin de mes, pero quiere contribuir más al cuidado del planeta.

SKILLS	METAS
Nivel académico: 100%	Contribuir a cuidar el medioambiente.
Manejo de la tecnología (celular, tablet, PC): 90%	Reducir el consumo de energía eléctrica.
Consumo de medios de comunicación: 60%	Optimizar el rendimiento de la energía eléctrica en su hogar.
Conciencia Ambiental: 75%	Encontrar un proveedor del servicio serio y confiable que le brinde todo el equipamiento necesario para la instalación de energía solar en su casa.
MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
Saber que en 2020 ya hay equipos que permiten adaptar la energía solar a la vida cotidiana.	A Valentina no le sobra el tiempo. Necesita siempre contar con algún momento del día donde pueda utilizar una app o sitio web donde buscar aquello que quiere comprar.
Tener un hogar responsable con el medioambiente que eventualmente heredará sus hijos.	Desconoce cuál es el proceso de instalar un equipo solar en su hogar, y no está segura de poder hacerlo en su casa.
Al tener un hogar donde viven varias personas, el gasto de luz es elevado. La idea de que podrá ahorrar aunque no lo necesita la entusiasma.	Temer que el proceso lleve mucho tiempo.



CARLOS SIMON

Frase de cabecera

“Si puedes soñarlo, puedes hacerlo!” -Walt Disney

Argentina

47 años

\$170.000 mensuales

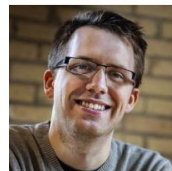
Casado, 2 hijos

Carlos es Ingeniero Civil, y dueño de un negocio que fabrica e instala paneles solares. Cree en emprender, y le interesa la política. También le encanta su trabajo pero también disfruta de reunirse con sus amigos y su familia.

Desde muy chico le fascinaba el tema de la sustentabilidad y siempre miraba documentales y películas sobre el tema. Es un arduo defensor del medioambiente.

Carlos siempre está pensando en distintas ideas, en innovar, y en implementar paneles solares, desde poner a funcionar sistemas de riego en los campos, iluminación de calles, rutas, cabinas de llamadas de emergencia en las autopistas, para sistemas de navegación y boyas.

SKILLS	METAS
Nivel académico: 70%	Derribar el mito de que la única opción energética es el uso del petróleo o energías nucleares.
Manejo de la tecnología (celular, tablet, PC): 90%	Formar una comunidad donde proveedores, ciudadanos y vendedores generen vínculos en pos de mejorar el servicio eléctrico.
Interés por la sustentabilidad: 90%	Impulsar la investigación y desarrollo de fabricación de equipos solares nacionales.
Interés por la política: 75%	
MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
Saber que el campo de las energías renovables tiene mucho potencial de desarrollo.	Que gubernamentalmente no se quiera invertir en este tipo de energías, o que cueste mucho tiempo en trámites burocráticos.
Poder ayudar a crear el uso de energía solar, y llevarla a la gente, poder calentar el agua del mate en la playa, las plazas públicas y estaciones de servicio.	Que la gente tenga desinterés por sus ideas y/o proyectos.
Poder generar vínculos políticos para llevar a cabo inversiones en el sector.	Que cualquier proyecto que desarrolle requiera de inversiones en moneda extranjera y se vuelva muy costoso.



LUCAS VALENCIA

Frase de cabecera

“La innovación es lo que distingue a un líder de un seguidor” Steve Jobs

Argentina

41 años

\$80.000 mensuales

Casado, 1 hijo

Lucas es médico anestesiólogo. En sus ratos de ocio (que son pocos), disfruta estar al aire libre y practicar algún deporte.

A Lucas le interesa el medioambiente. En su vida diaria recicla y le presta atención al consumo de luz y de agua.

Le interesa la energía solar, y le gustaría explorar la opción de poder instalarla en su hogar, pero no sabe a quién consultar. Lucas, al igual que muchas personas, espera encontrar una solución para reducir el número que ve en su factura a fin de bimestre y además le gusta sentir que coopera en cuidar al planeta, utilizando la tecnología a su favor.

SKILLS	METAS
Nivel académico: 80%	Ahorrar dinero en el gasto de luz.
Manejo de la tecnología (celular, tablet, PC): 70%	Reducir el consumo de energía eléctrica.
Deportes: 60%	Obtener el detalle del equipamiento necesario para la instalación de energía solar en su casa.
Conciencia Ambiental: 75%	Tener acceso a quién/buques venden esos equipos o pueden asesorarlo.
	Solucionar todo de un solo paso. No perder tiempo en trámites burocráticos.
MOTIVACIONES	FRUSTRACIONES
Concurrir a cursos donde pueda conocer sobre innovación y tecnología.	Pensar en costos de compra e instalación.
Tener un hogar cálido y responsable con el medioambiente para poder pasar tiempo con su familia y recibir amigos.	No poder contactar a un proveedor confiable.
Tener capacidad económica para solventar la instalación de los equipos solares.	Desconocer cuánto dinero estaría ahorrando si decide instalar el equipo solar.
Conocer proveedores del servicio en su zona.	Que el procedimiento sea engorroso y frustrante.
	Que el vocabulario que utilice quien le brinde el servicio o la información que busque sea demasiado técnico y confuso.

Energías renovables (UXDI 2021)

Método Persona



Nombre:

Edad:

Nuestro personaje físicamente es...

¿Dónde vive?

¿Trabaja o estudia...?

¿Nivel cultural?

¿Qué motivaciones tiene?

¿Qué preocupaciones?

¿Cómo se relaciona con sus amistades?

¿Cuáles son sus deseos?

¿Cómo es la relación con su familia?

¿Tiene manías?

¿A que le tiene miedo?

¿Cual es su color favorito?

¿Qué hobbies tiene?



El usuario arquetípico

Creación y uso de personajes en el diseño de productos interactivos

Ariel Guersenzvaig a.guersenzvaig@acm.org Universidad de Barcelona, División de ciencias humanas y sociales Facultad de bellas artes.