

Webinar

# ¿Qué es Experiencia de Usuario y cómo la construimos?

Lucía Bustamante

DISEÑADORA DE PRODUCTOS DIGITALES



# MUJERES IT<sub>uy</sub>

LA COMUNIDAD DE MUJERES EN IT DE URUGUAY

Hablar **cara a cara** con la mujer de IT que reside en Uruguay.

**Nuclear** comunidades de mujeres en tecnología.

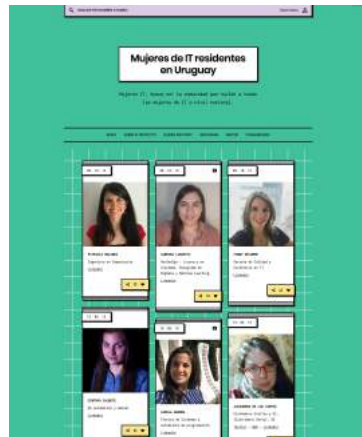
**Fomentar** la inclusión de la mujer en el ámbito tecnológico.

**Difundir** iniciativas que busquen o sean de mujeres.

**Contar** qué hacemos las mujeres.

**Informar** sobre búsqueda de speakers, voluntarias, etc

[mujeresit.uy](https://mujeresit.uy)



mujeresituy en Redes



[meetup.com/es/mujeresituy](https://meetup.com/es/mujeresituy)

Directorio de mujeres en IT de Uruguay y Comunidades.

[mujeresit.uy](https://mujeresit.uy)


[mujeresituy@gmail.com](mailto:mujeresituy@gmail.com)



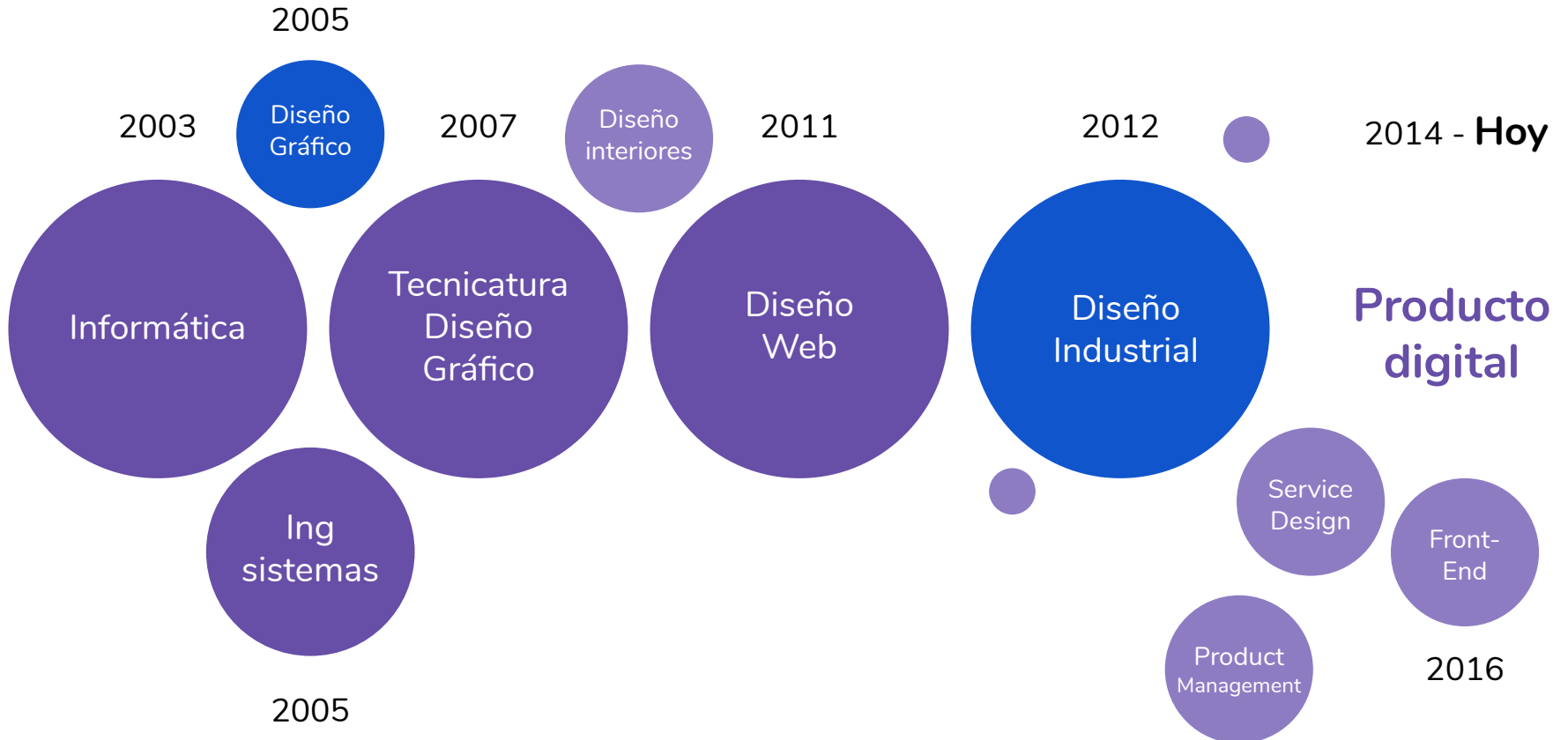
## Lucía Bustamante

**Diseñadora de Productos Digitales** (NoblyPOS UK)

Lead @mujeresituy | @DribbbleMeetupMvd

 @lubustaman

# Mi camino hacia UX



# HOY

**49%**

**Informática**

**33%**

**Comercial,  
Administración**

**18%**

**Sociales, Arte,  
Periodismo**

Ahora si....

**¿Qué es Experiencia de Usuario  
y cómo la construimos?**

## ¿Qué es Experiencia de usuario?

UX es como el usuario **siente y vive** su relación con un producto o servicio.

## ¿Qué es Experiencia de usuario?

UX es como el usuario **siente y vive** su relación con un producto o servicio.





Producto



Lo que el usuario busca

Interfaz de usuario



Lo que permite el acceso

Experiencia



El consumo

# 7 factores que afectan la experiencia



**Peter Morville (Inglaterra)**

*“Padre” de la arquitectura de la información*



¿Cómo se logra una  
buena experiencia?

# Diseño Centrado en el Usuario

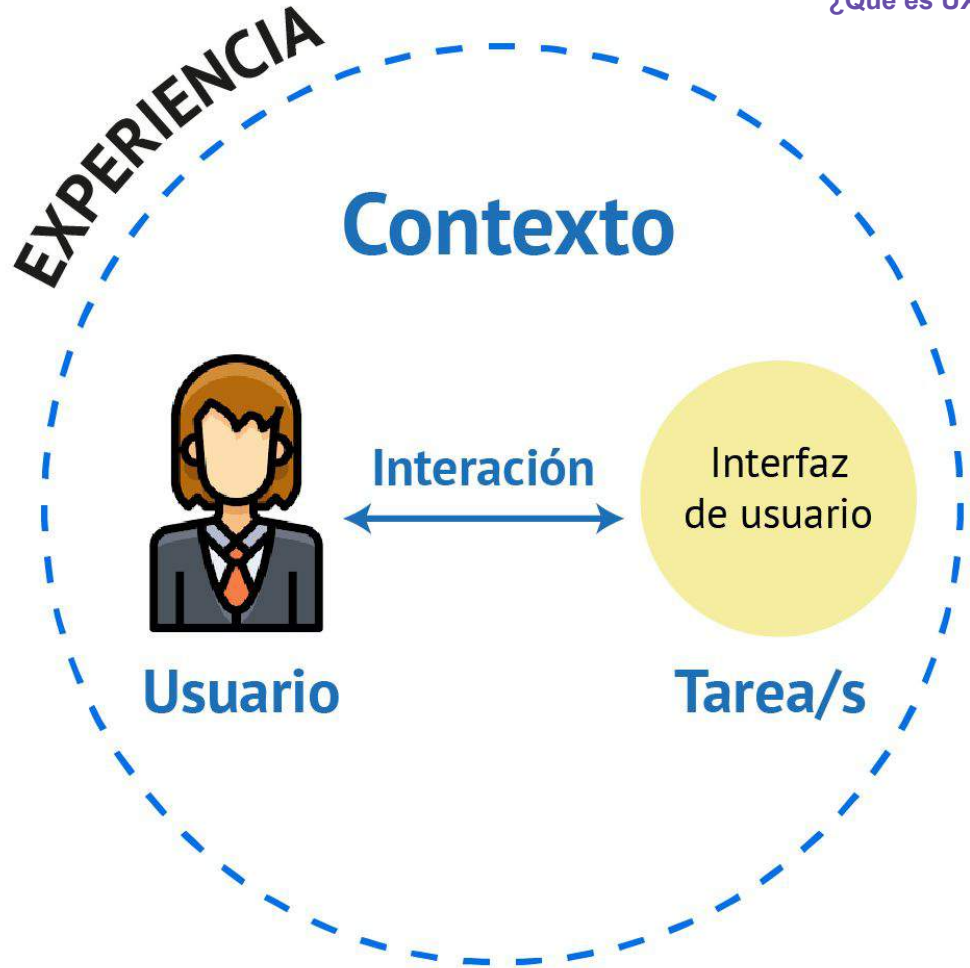
(UCD: User Centered Design)



Soluciones específicas  
y beneficios reales para el usuario

# Diseño Centrado en el Usuario

(UCD: User Centered Design)



# Diseño Centrado en el Usuario



Identificar a los  
**usuarios** finales

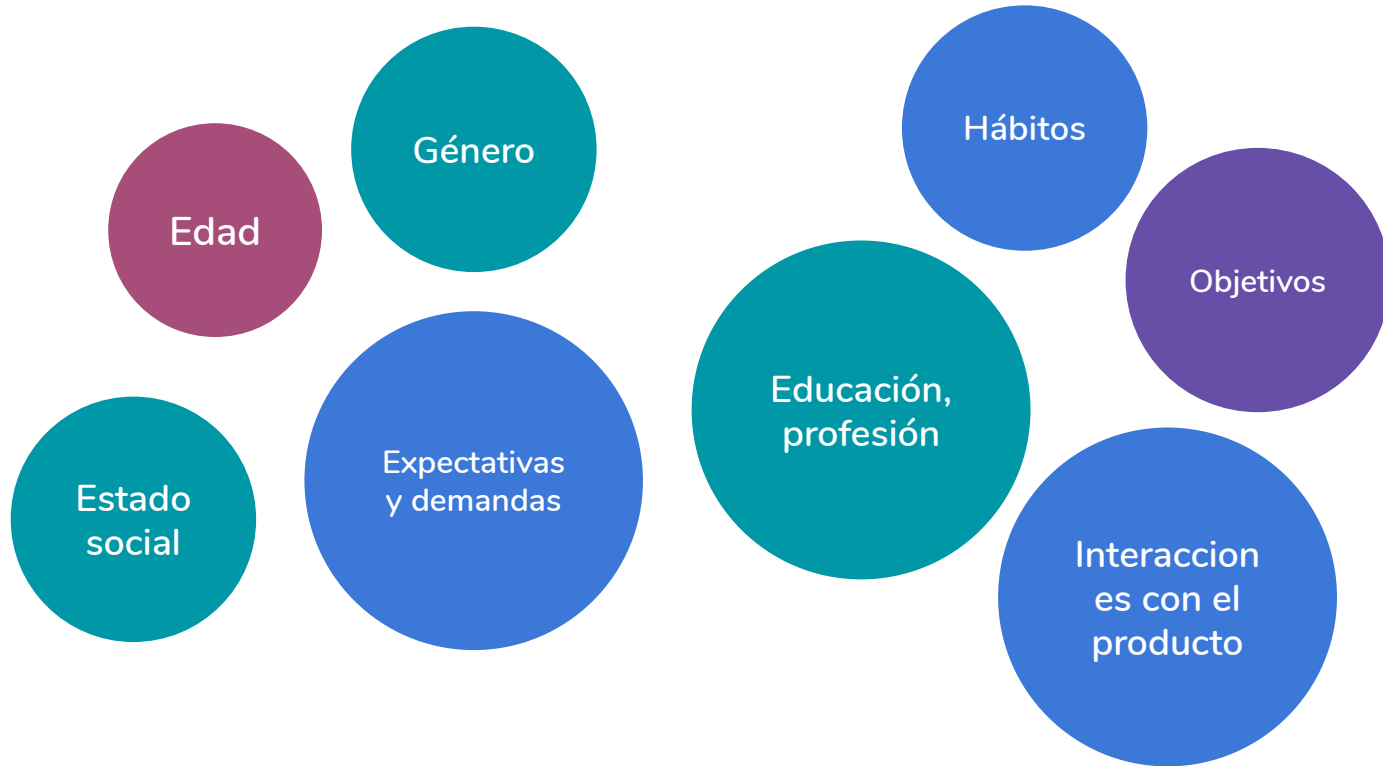
**Por qué**



Identificar el  
**contexto** de uso

**Cómo**

# El Diseño Centrado en el Usuario tiene el cuenta:





# Principios del Diseño Centrado en el Usuario



**Incorporar el feedback** del usuario para definir los requisitos y el diseño.



**Comprensión clara** de los requisitos y las tareas.



Participación **temprana y activa** del usuario para evaluar el diseño del producto.



Es un proceso de diseño **iterativo**.

# Fases del proceso de Diseño Centrado en el Usuario



## IDENTIFICAR y EMPATIZAR

Las preferencias y necesidades del usuario y su contexto.

## ANALIZAR

Observar y estudiar las tareas de los usuarios en su contexto.

## OBJETIVOS MEDIBLES

Establecer objetivos medibles que se puedan aplicar como criterios de calidad.

## PROTOTIPAR

Crear prototipos para la interfaz de usuario.

## TESTEAR

Testear la propuesta e iterar con usuarios reales

**¿El producto se va  
a poder usar?**

## EL CLIENTE NOS PIDE

El diseño de un recipiente con el cual se pueda servir líquidos calientes en tazas. Del tipo vasija de metal o porcelana, con tapa, pico y asa.

El cliente nos pide





¿Y ahora...?



## ¿Qué es Usabilidad?

Facilidad con que las personas pueden utilizar una interfaz, herramienta o cualquier otro objeto con el fin de alcanzar un objetivo concreto.

## Fecha de nacimiento

Día	Mes	Año
^	^	^
20	Enero	1978
v	v	v





LA USABILIDAD, ES UN ATRIBUTO DE

**CALIDAD**

**¿Si es bonito es mejor?**

## Diseño visual agradable:



Relajación



Credibilidad



Confianza



Tolerancia

Las personas **tienden a creer** que las cosas que se ven mejor, funcionarán mejor

# UX

The diagram consists of a large dashed circle containing three smaller solid circles. At the top center of the dashed circle is the text 'UX'. The three smaller circles are arranged in a triangle. The top-left circle is teal and contains the text 'Diseño Centrado en el Usuario' and 'Interacción Tareas'. The top-right circle is purple and contains the text 'Diseño visual' and 'Armonía', 'Confianza', 'Credibilidad'. The bottom circle is blue and contains the text 'Usabilidad' and 'Funcionalidad', 'Previsibilidad', 'Facilidad'.

## Diseño Centrado en el Usuario

Interacción  
Tareas

## Diseño visual

Armonía  
Confianza  
Credibilidad

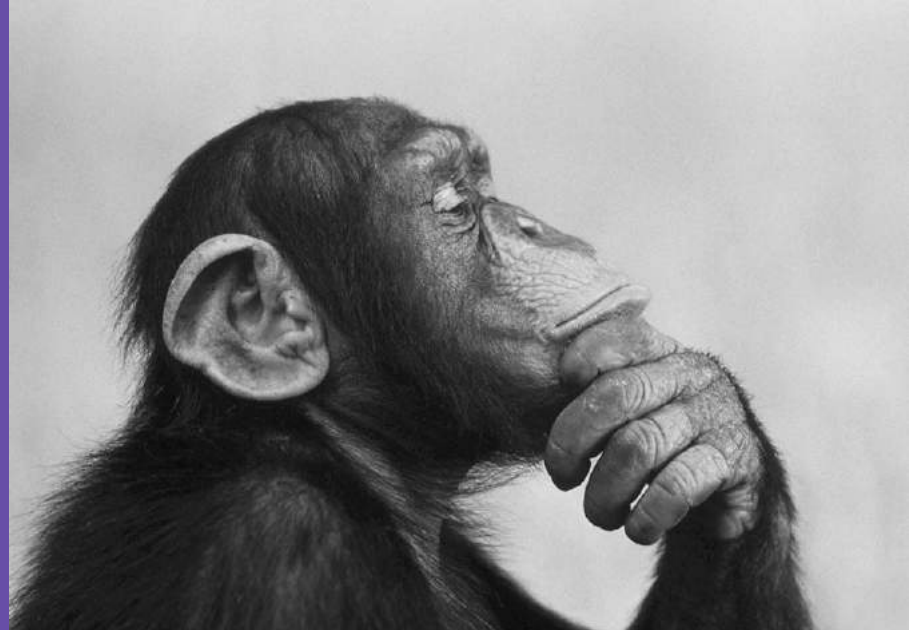
## Usabilidad

Funcionalidad  
Previsibilidad  
Facilidad

**¿Qué papel juega  
nuestra mente?**

# Ciencias Cognitivas

Cómo se procesa la información, a través de la percepción y el conocimiento adquirido.



## Modelos Mentales

Son las ideas que formamos en nuestra mente en base a **aprendizajes de experiencias pasadas** y son la forma en la que entendemos el mundo.

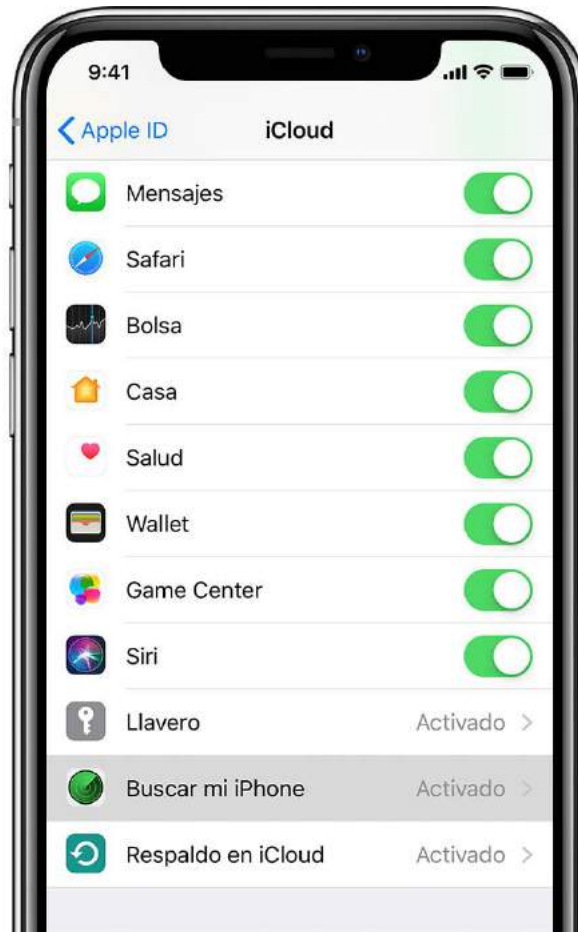








Toggle button



Ejemplos:



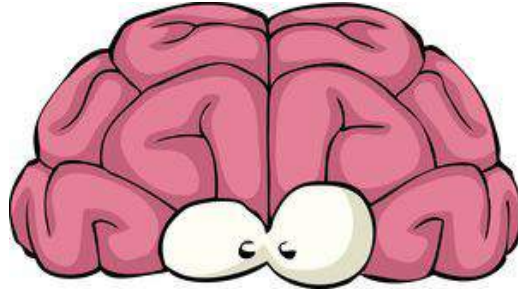
AHORA...

**Hablemos sobre nuestro cerebro**

# SISTEMA 1

Intuición y memoria reciente

Rápido  
Impulsivo  
Automático  
Inconsciente  
Modelos mentales



# SISTEMA 2

Recuperación y aprendizaje

Lento  
Consciente  
Analítico  
Racional  
Lógico

# Demasiados estímulos compitiendo por la atención.

**Bestellung anlegen Service Center Produktion**

Bestellart  Org.  Kopf  Neue Pos.  Dispo  Stamm  Mat+F-Preis  F-Preis  Lö. F-Preis  Storno  F-Preise  Preisentw.

Bestellkopf IL - Produktionsdienstleistung mit LV

VArt 000  46  Monika  Leistdat T 27.11.2007 bis 27.11.2007 Redakt  SendDat

Kred 327  Studio GmbH Leipzig  Währ EUR  Kontrakt 650001  Beitrag fliegenfänger  Dauer

Kost 59  FL Bearbeitung  KTR für LVER C. 07322.10.1  Zulieferung zu TS/TT/Mi...

Überschrift kat  Kopf YM\_BST\_00  Anhang YM\_11600  Notiz  Word   Kopf  Kont  nCUN

**Bestellpositionen**

Pos.: 001 X Mng 1,000  Eh S8  Mat 90005  b.Lief  W6 BEARB  Konto 438  Nonlinearer Onlineschnittplatz mit P...  MatPs/Not

KText Nonlinearer Onlineschnittplatz  Prs 496,55  pro 1  S8  MW  Y  Rabatt   kostenlos

Kostl 594  FL Bearbeitung  KTR  LV C. 07322.10.1  Zulieferung zu TS/TT/...

Produktionsort  Datum T 27.11.2007 bis 27.11.2007  Beginn 10:00:00  Ende 17:00:00

Treffpunkt  Abfahrt   Kontr 650001  010

Pos.: Mng  Eh  Mat  b.Lief  W6  Konto   MatPs/Not

KText   Prs  pro   MW   Rabatt   kostenlos

Kostl   KTR   LV

Produktionsort  Datum  bis   Beginn   Ende

Treffpunkt  Abfahrt   Kontr

**Diseñando para todas las personas**

## Accesibilidad

Es el grado en el que **todas las personas** pueden utilizar un objeto o servicio, independientemente de sus capacidades cognitivas o físicas.



# 4 principios básicos de la Accesibilidad:

1

## PERCEPTIBLE

Cualquier información que se muestre debe presentarse a los usuarios de forma que pueda ser percibida fácilmente.

**Ejemplo:** subtítulos y lengua de señas para hacer accesible el contenido.

# 4 principios básicos de la Accesibilidad:

1

## PERCEPTIBLE

Cualquier información que se muestre debe presentarse a los usuarios de forma que pueda ser percibida fácilmente.

**Ejemplo:** subtítulos y lengua de señas para hacer accesible el contenido.

2

## OPERABLE

La navegación debe ser manejable, es decir, se debe poder acceder al contenido desde cualquier dispositivo de apoyo.

**Ejemplo:** asegurar que la funcionalidad se ejecute desde el teclado.

# 4 principios básicos de la Accesibilidad:

1

## PERCEPTIBLE

Cualquier información que se muestre debe presentarse a los usuarios de forma que pueda ser percibida fácilmente.

**Ejemplo:** subtítulos y lengua de señas para hacer accesible el contenido.

2

## OPERABLE

La navegación debe ser manejable, es decir, se debe poder acceder al contenido desde cualquier dispositivo de apoyo.

**Ejemplo:** asegurar que la funcionalidad se ejecute desde el teclado.

3

## COMPRENSIBLE

El contenido debe ser claro y fácil de interpretar, sin dar lugar a confusiones o equivocaciones.

**Ejemplo:** Ayudar a los usuarios a prevenir y corregir los errores.

# 4 principios básicos de la Accesibilidad:

1

## PERCEPTIBLE

Cualquier información que se muestre debe presentarse a los usuarios de forma que pueda ser percibida fácilmente.

**Ejemplo:** subtítulos y lengua de señas para hacer accesible el contenido.

2

## OPERABLE

La navegación debe ser manejable, es decir, se debe poder acceder al contenido desde cualquier dispositivo de apoyo.

**Ejemplo:** asegurar que la funcionalidad se ejecute desde el teclado.

3

## COMPRENSIBLE

El contenido debe ser claro y fácil de interpretar, sin dar lugar a confusiones o equivocaciones.

**Ejemplo:** Ayudar a los usuarios a prevenir y corregir los errores.

4

## ROBUSTO

El contenido y la navegación ha de ser interpretado por los navegadores, dispositivos y tecnologías de apoyo.

**Ejemplo:** lectores de pantallas para personas ciegas como lo son Talkback, VoiceOver.

## Diseño Centrado en el Usuario

Interacción  
Tareas

## Usabilidad

Funcionalidad  
Previsibilidad  
Facilidad

# CONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

## Diseño visual

Armonía  
Confianza  
Credibilidad

## Accesibilidad

Todas las personas  
pueden utilizar el  
producto

Ciencias  
cognitivas

Necesidades  
del negocio

## Diseño Centrado en el Usuario

Interacción  
Tareas

Performance  
y plataformas

## Usabilidad

Funcionalidad  
Previsibilidad  
Facilidad

Ergonomía  
Adaptación  
al contexto

Marketing

# CONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Estrategia de  
contenido

## Diseño visual

Armonía  
Confianza  
Credibilidad

Atención al  
cliente

Ciencias  
cognitivas

## Accesibilidad

Todas las personas  
pueden utilizar el  
producto

Arquitectura de la  
información  
Organizar las  
información para que  
sea comprensible

UX

**Multidisciplinar y Co-creativa**

# Recursos UX

Inglés

<https://www.nngroup.com/articles/>

<https://uxmag.com/>

<https://www.uxmatters.com/>

Español

<http://www.nosolousabilidad.com/>

<https://uxenespanol.com/>

E-books gratis

<https://www.uxpin.com/studio/ebooks/>

**Herramientas para validar accesibilidad**

Validar el contraste

<https://contrast-ratio.com/>

Evalúa el código

<https://achecker.ca/checker/index.php>

Simulador de trastornos de la vista

<http://colororacle.org/>



**Recordá siempre, que no sos el usuario.**

**Muchas gracias!**

**Lucía Bustamante**

DISEÑADORA DE PRODUCTOS DIGITALES

@lubustaman

**MUJERES IT** *uy*  
LA COMUNIDAD DE MUJERES EN IT DE URUGUAY

**smart**  
**talent**