

UX

PERSONA

MAPA DE EMPATÍA

# Personas

---

- **Personas** son una descripción ficticia de un usuario modelo de un producto, servicio, marca, aplicación, sitio, etc.
- Describe un **usuario modelo** entre el grupo objetivo de usuarios.
- La Persona se crea en base a una investigación profunda de los posibles tipos usuarios del producto.
- Incluye detalles acerca de su educación, estilo de vida, intereses, valores, actitudes, patrones de comportamiento, etc.



# Personas

---



- La **Persona** tendrá un nombre, permitiendo al equipo de diseño referirse a ella con preguntas como:

¿Qué le gusta hacer a Rebeca durante el fin de semana?

# Personas

---

“ Personas son la herramienta de diseño más poderosa que usamos. Son la base para el diseño dirigido hacia un objetivo. Las personas nos permiten ver el alcance y la naturaleza del problema de diseño.... [Ellas] son la luz brillante bajo la cual hacemos cirugía”

- *Alan Cooper, programador y diseñador de software. “Padre del Visual Basic”*



# Personas

---



- Se da forma a las **Personas** de manera iterativa
- Se divide a los usuarios en grupos manejables y se representa a cada uno con una encarnación típica: la **Persona**
- Se consideran distintas características:
  - Aptitudes
  - Motivación
  - Contexto en el que se usará el producto



# Cómo crear Personas

---

- Recopilar información extensa sobre el usuario objetivo
- Determinar cualidades y diferencias entre usuarios
- A partir de la investigación, formular una hipótesis que indique cualidades y diferencias entre los usuarios
- El cliente debe estar de acuerdo con la hipótesis de los usuarios
- Describir la usuario incluyendo:
  - Nombre, foto, valores, intereses, educación, estilo de vida, necesidades, actitudes, deseos, limitaciones, metas y cualquier detalle extra que la haga más real y genere empatía



# Cómo crear Personas

---

- Describir situaciones o escenarios que motiven a la **Persona** a usar el producto
- Todos los involucrados en el proyecto deben desarrollar escenarios para exponer a la **Persona** de manera óptima a posibles casos de uso
- Todos los involucrados en el proyecto deben aceptar a la **Persona**
- Hacer continuos ajustes: agregar nuevas características, agregar nuevas personas, desechar personas obsoletas



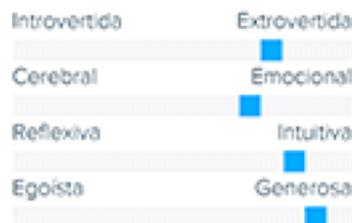
# María López



«Me gusta la vida sencilla y familiar.  
Disfrutar con mi marido y mis hijos».

Edad: 45  
Trabajo: Administrativa  
Familia: Casada. Dos hijos.  
Ubicación: Logroño.  
Carácter: Sociable, servicial.

## Personalidad



Sedentaria

Familiar

Tradicional

## Objetivos

- Hacer más ejercicio.
- Salir más con mi familia.
- Disfrutar del tiempo libre.

## Frustraciones

- Tendencia a quedarse en casa viendo la tele, en lugar de salir con la familia o con amigos.
- El cansancio laboral la lleva a una vida sedentaria.
- No tiene tiempo para planear actividades.

## Biografía

María tiene un trabajo que le gusta, aunque podría estar mejor pagado, y es feliz con su marido y sus hijos. No obstante, entre el trabajo, la familia y las labores domésticas tiene poco tiempo para planear actividades y termina pasando la mayoría de tardes y fines de semana en casa.

Le gustaría salir más, hacer ejercicio y tener una vida menos sedentaria, tanto para ella como para sus hijos. Tiene tiempo libre, sobre todo los fines de semana, pero lo administra mal y no sabe dónde buscar actividades de ocio al aire libre que encajen con su presupuesto.

## Motivación



## Canales preferidos

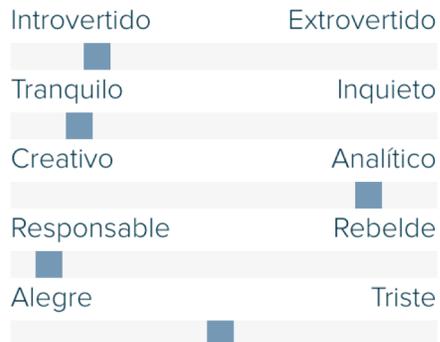


# Carlos (padre)



*"No estoy de acuerdo con el Pin parental, hay una serie de valores y educación básica sobre la que los padres no podemos vetar que se impartan en el colegio."*

## Personalidad



## Biografía

Padre de una hija de 15 años preocupado por la situación actual de la Educación sexual en España.

Edad: 47

Profesión: Ingeniero telecomunicaciones

Familia: Casado, tiene una hija de 15 años.

Residencia: Madrid

## Metas y Necesidades

- Le gustaría que en el colegio su hija recibiera una educación sexual adecuada y de calidad impartida por un profesional experto en la materia

## Frustraciones

- Se siente incómodo al hablar sobre los temas de la educación sexual con su hija
- No sabe cómo abordad el tema porqué sus padres nunca hablaron con él y desconoce el temario

## Motivaciones

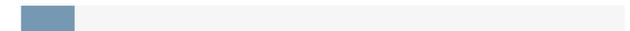
- Proteger la salud de su hija a través de una educación sexual de calidad en el colegio.

## Redes sociales

Facebook



Instagram



Twitter



Youtube



# TRACY CHADWICK



*"I'm looking for a forward thinking, forward way of communicating information."*

**AGE** 29  
**OCCUPATION** Director of Sales  
**STATUS** Single  
**LOCATION** Portsmouth, NH  
**TIER** Multi-use  
**ARCHETYPE** Creator

Creative

Intelligent

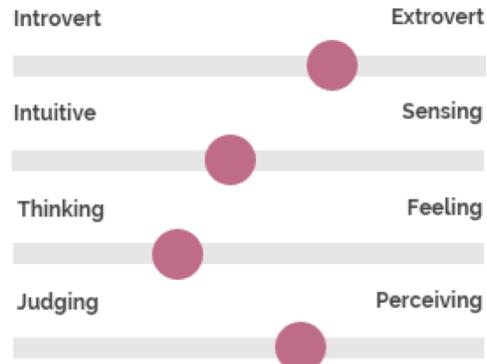
Productive

Hard working

## Bio

Tracy is a Director of Sales for an ad agency. Her problem is that traditional ads look boring. She is specifically looking for highly customizable designs that can be used to create slides for a presentation. She is motivated to be more creative and have her work stand out.

## Personality



## Brands



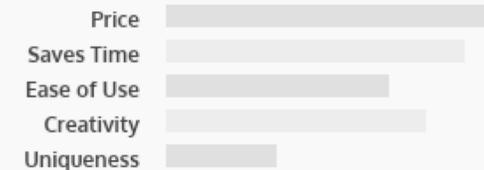
## Goals

- Sed ut perspiciatis unde omnis iste
- Emo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit
- Quis autem vel eum iure

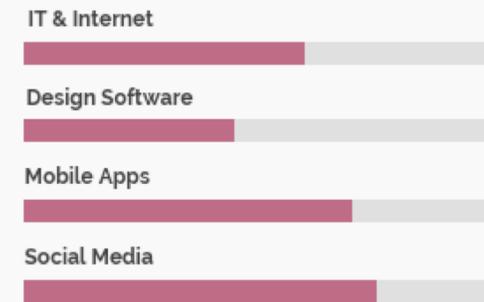
## Frustrations

- Ut enim ad minima veniam
- Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum
- At vero eos et accusamus et iusto odio

## Motivations



## Technology



# Mapa de Empatía

---

- El Mapa de Empatía es una visualización colaborativa que se usa para clarificar y resaltar lo que se conoce de un tipo particular de usuario
- Ejemplifica o exterioriza el conocimiento que se tiene del usuario para:
  - Crear un entendimiento compartido de las necesidades del usuario
  - Ayudar en la toma de decisiones



# Mapa de Empatía

---

Tradicionalmente, el **Mapa de Empatía** consta de cuatro cuadrantes, con el usuario al centro, en los que se anota lo que el usuario **dice, hace, piensa y siente**.



## SAY

"I'm so stressed out, but I can't take a break"

"It's better for mom to stay in her own home"

"I love my mom, but we don't do anything fun anymore"

## DO

Work in office 4 days a week

Does administration

Collects medication

Visits every night after work

Takes care of 2 young kids

Does groceries

## THINK

Who can I contact for help?

Why don't professionals take care of mom more?

I can't bother my sister, she's so busy

## FEEL

Is annoyed with the phone calls during the day

Feels overwhelmed by the amount of things to take care of

Scared for the changes dementia brings



### INFORMAL CAREGIVER

# Nueva versión del Mapa de Empatía

---

En la nueva versión o versión mejorada del [Mapa de Empatía](#), se añaden:

- [Objetivos](#)
- Se [numeran las secciones](#) para hacer el ejercicio de elaboración del mapa más explícito
- Se une, en una sección lo que el usuario [siente y piensa](#), y se lo coloca en el [centro](#), donde se representa el usuario.
  - Lo que el usuario siente y piensa está dentro de su cabeza, se puede inferir pero nunca observar.



# Nueva versión del Mapa de Empatía

**Empathy Map Canvas**

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_ Version: \_\_\_\_\_

The diagram is a large rectangle divided into seven numbered sections around a central face outline. The face has an ear on the left, an eye on the right, and an open mouth at the bottom. The sections are:

- 1 WHO are we empathizing with?**  
Who is the person we want to understand?  
What is the situation they are in?  
What is their role in the situation?
- GOAL**
- 2 What do they need to DO?**  
What do they need to do differently?  
What job(s) do they want or need to get done?  
What decision(s) do they need to make?  
How will we know they were successful?
- 3 What do they SEE?**  
What do they see in the marketplace?  
What do they see in their immediate environment?  
What do they see others saying and doing?  
What are they watching and reading?
- 4 What do they SAY?**  
What have we heard them say?  
What can we imagine them saying?
- 5 What do they DO?**  
What do they do today?  
What behavior have we observed?  
What can we imagine them doing?
- 7 What do they THINK and FEEL?**  
**PAINS**  
What are their fears, frustrations, and anxieties?  
**GAINS**  
What are their wants, needs, hopes and dreams?

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/> © 2017 Dave Gray, xplane.com



# Nueva versión del Mapa de Empatía

---

Cómo llenar el Mapa de Empatía:

1. **Iniciar con la sección de objetivos** definiendo el sujeto del Mapa de Empatía y lo que éste necesita hacer (comportamiento observable)
2. Llenar el mapa en **sentido horario** completando lo que el usuario **ve, dice, hace y escucha**
3. **Una vez completos** los elementos externos, continuar con lo que va dentro de la cabeza del usuario: **lo que piensa y siente**



# Empathy Map Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

