

DIBUJO Y PENSAMIENTO VISUAL



MOSTRAR Y TESTEAR

Breve conclusión

Considero que este ejercicio es de vital importancia para poder evaluar cualquier producto o servicio indiferentemente de la etapa en la que se encuentre, ya que nos permite ser empáticos y ponernos en los pies de los usuarios tratando de entender el razonamiento de sus decisiones, sus motivaciones y retos al utilizar el producto servicio evaluado. además, permite comparar toda la investigación realizada con opiniones y realidades de usuarios actuales con el fin de obtener más información y corroborar el trabajo que se ha realizado. Siendo de gran importancia para el perfeccionamiento de la experiencia del usuario y brindando gran cantidad de información a la empresa proveedora sobre los elementos determinantes dentro de todo el proceso de uso, así como otorgar hechos que incentiven la creatividad para la solución de los retos que se presentan.

El testeó me ha permitido identificar aquellos aspectos claves para otros usuarios, que tal vez dentro de mis contextos no eran tan relevantes, lo cual brinda gran cantidad de información y permite comparar el pensamiento del investigador con los usuarios.

Dentro de los puntos fuertes del proyecto, se encuentra la calidad de la representación visual, La puntualización de los datos obtenidos Y el análisis de estos para llegar a conclusiones concretas sobre cómo poder mejorar la experiencia de los usuarios durante todo el proceso de consumo del servicio producto.

En cuanto a los puntos débiles del proyecto, destaca el límite de tiempo para la realización de este ya que se debía cumplir con el tiempo límite dispuesto para el ejercicio, también otra de las barreras es la pandemia actual, donde una actividad como las entrevistas a profundidad, quizá hubieran podido dar mayor cantidad de información realizándose éstas de manera presencial.

A pesar de esto consideró que el proyecto brindaría a cualquier empresa de gestión de este tipo de servicio, suficientes pautas para el incremento de uso del servicio y para el aumento de la satisfacción de los usuarios, siendo muchas de ellas acciones de bajo costo o que requieren poco tiempo para poder realizarse pero que otorgarían a la empresa un mayor valor en el producto o servicio que realizan.



Universitat
Oberta
de Catalunya

Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX)

GABRIEL QUIRÓS VILLALOBOS