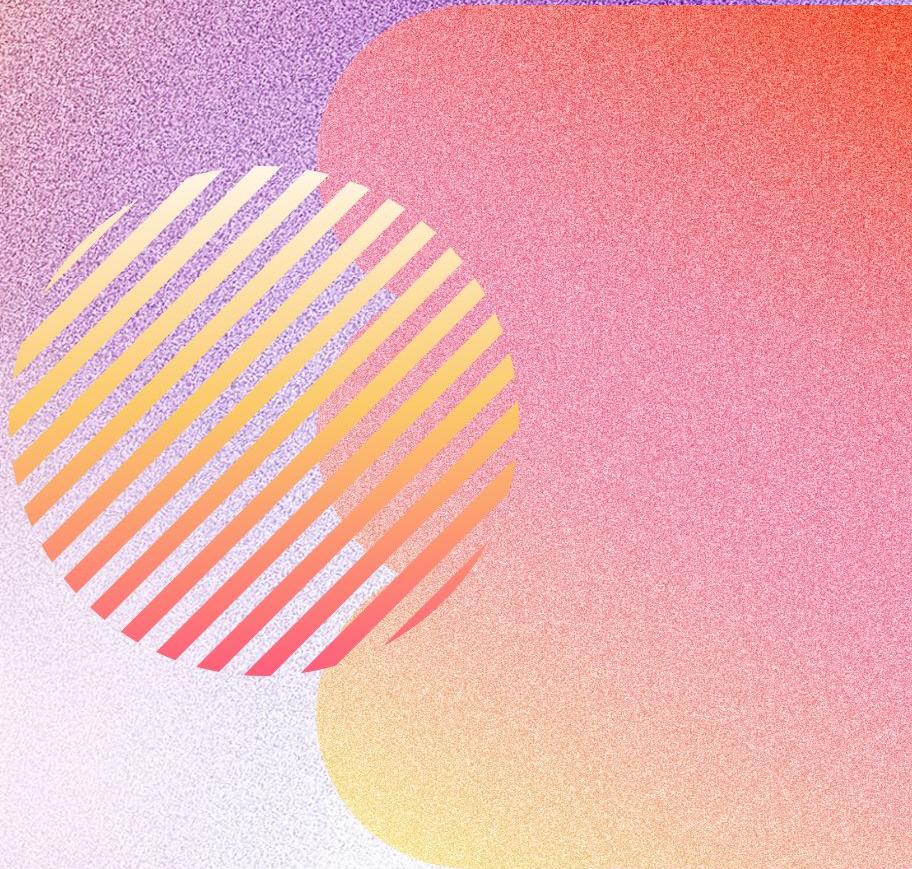


Grupo Fusión

- Javier Beati
 - Maria Angela Medina
 - Felipe Ponce
 - Yainsy Contreras
 - Matías Castelo
-



Research

Planteamiento

- ★ **Problema:** La inflación provoca aumentos en los precios de los productos y esto puede afectar el presupuesto de los consumidores, mientras que el tiempo necesario para ir al supermercado de manera presencial también puede ser un problema, especialmente para aquellos con horarios ocupados o que viven lejos de los supermercados.
- ★ **Solución:** Es una aplicación de ahorro en compras de supermercado que ofrece descuentos y ofertas especiales, se podrá armar tu carrito de compras y la app se encargará de buscar esas ofertas y mostrar las mejores opciones, luego compras y el envío te llega a tu casa. Será fácil de usar y se podrá ahorrar en tiempo y dinero.
- ★ **Objetivo:** Ayudar a los usuarios a que aprovechen las ofertas y descuentos para así poder ahorrar dinero, además tener la comodidad de hacerlo sin salir de su casa, lo cual también les ahorra bastante tiempo.

Informe

TN > General

Compras online: un fenómeno que también crece en los supermercados

Impulsada por la pandemia, esta experiencia se instaló y comienza a ser una salida recurrente para los usuarios.

Según la última "Encuesta de supermercados y autoservicios mayoristas" que difundió el INDEC, las ventas del canal online en supermercados representaron en noviembre de 2021 un 4,1% del total de ese segmento, un crecimiento de participación de casi el doble respecto del 2,2% de share que tenían en el mismo mes de 2019.

<https://tn.com.ar/general/2022/08/26/compras-online-un-fenomeno-que-tambien-crece-en-los-supermercados/>

SEGÚN UNA ENCUESTA, 4 DE CADA 10 PERSONAS COMPRAN EN SUPERMERCADOS A TRAVÉS DE APPS DE DELIVERY

De acuerdo con el relevamiento realizado por la consultora, el 34 por ciento afirmó haber incrementado sus pedidos mediante esta modalidad, mientras que un 46 por ciento mantuvo su nivel de compra de los últimos dos años.

Según el estudio, entre las principales ventajas que destacan los argentinos al momento de realizar sus compras de supermercados a través de aplicaciones están el ahorro de tiempo (51%), los descuentos y promociones (33%), la facilidad de uso de la plataforma (31%), la rapidez para encontrar los productos que se necesitan (31%) y la posibilidad de recibir programar el pedido y recibirla en una hora (29%).

<https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/segun-una-encuesta-4-de-cada-10-personas-compran-en-supermercados-a-traves-de-apps-de-delivery/>

Benchmarking

Benchmarking



Tiendeo

Es una App de comparación de precios y ofertas en tiendas y productos de muchos rubros.



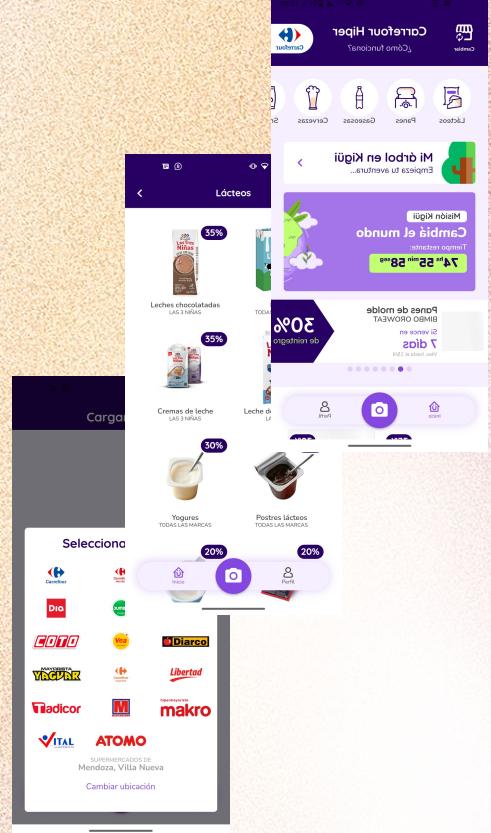
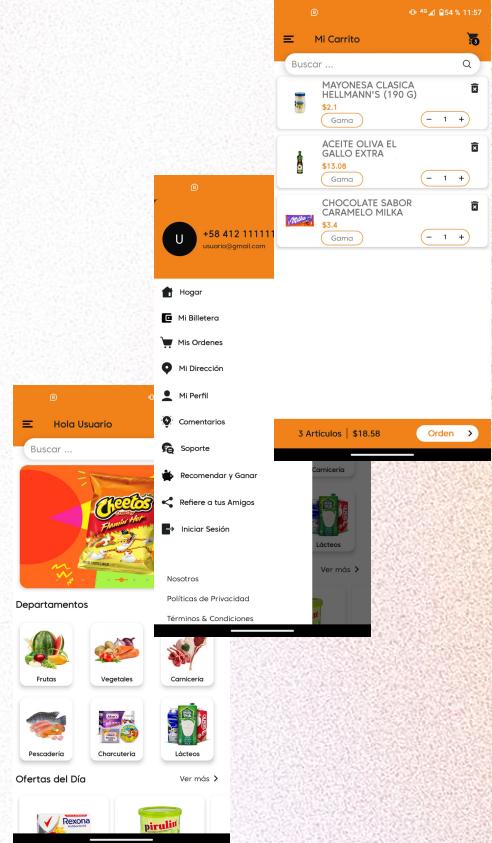
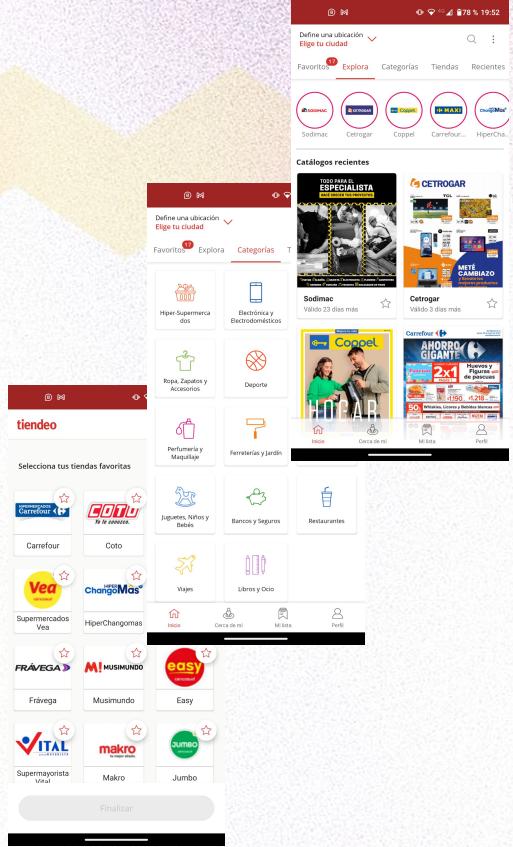
Grohero

Es una app de comparación de precios entre supermercados y permite concretar la compra desde ella.



Kigüi

Para ver productos próximos a vencerse (con grandes descuentos) en un supermercado para luego ir a comprarlos. Se reintegra un monto por “rescatarlos”.



Tiendeo

Grohero

Kigüi

Navegación

tiendeo



Kigüi

Cantidad de pasos	Tiendeo	Grohero	Kigüi
Buscar un producto.	1	1	2-3
Filtrar los productos de una categoría	2	1 - 2	1-2
Agregar un producto a mi lista / carrito	2	2	-



Vocabulario o Errores	Tiendeo	Grohero	Kigüi
Óptimo		Simple e intuitivo, muy fácil de usar.	Muy buen vocabulario, es claro, simple y conciso.
Error menor	Cumple, es claro y se entiende luego de explorar un poco pero al haber tantas secciones y botones a veces se torna difícil recordar dónde estaba cada cosa.		
Error mayor			



Diseño	Tiendeo	Grohero	Kigüi
Óptimo		Simple y claro, con muchas imágenes que hacen que se entienda todo a la perfección. Buena paleta de colores,	Es muy interactivo, dinámico e intuitivo. Fácil de entender y usar. La paleta de colores armónica y que transmite confianza.
Básico			
Malo	Al haber tantas secciones y botones en cada pantalla, las letras y botones terminan siendo pequeños, a veces hay que forzar la vista. Le faltan íconos ilustrativos y el Home tiene mucho “ruido” visual.		



tiendeo



Kigüi

Fortalezas

- Variedad de productos y tiendas.
- Mucha información.
- Ubicación de tiendas cercanas en el mapa.

- Diseño simple y claro
- Permite acceder a las categorías desde el home.
- Muy buen comparador de precios por producto.

- Diseño muy claro, moderno e interactivo.
- Es simple, realiza pocas tareas pero es muy fácil de entender en el primer uso.
- Valor agregado (compromiso con el medio ambiente).

tiendeoKigüi

Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Demasiadas secciones y botones..• Pocos íconos ilustrativos• El home muestra las imágenes de las portadas de folletos, lo que genera ruido y exceso de información, confusión.	<ul style="list-style-type: none">• No permite ver las tiendas por ubicación.• No se puede buscar por tienda, solo por productos.	<ul style="list-style-type: none">• No permite comparar precios.• Permite observar solo de una tienda a la vez.• No se puede armar lista de compras ni concretar la misma.
-------------	--	--	--

Conclusiones

Luego de realizar el Benchmarking pudimos concluir que la aplicación líder en el mercado es Tiendeo, con la mayor cantidad de descargas y presencia en varios países. La misma tiene mucha variedad de tiendas de diferentes rubros.

Sin embargo la misma presenta algunas falencias de diseño, simpleza y usabilidad.

Desde nuestro lugar, pensamos que podemos brindar información valiosa como lo hace Tiendeo, pero mejorando en cuanto al aspecto y simplicidad.

Para esto trabajaremos en base a las debilidades de Tiendeo y tomaremos como referencia aspectos del diseño de las otras dos aplicaciones (Kigüi y Grohero).

Otro aspecto diferencial en cuanto a Tiendeo que desarrollaremos será la posibilidad de efectuar la compra desde la App.

Fichas de protopersonas



Juan Velazquez Protopersona

“Busco la calidad y la conveniencia en mis compras, y confío en la tecnología para encontrar las mejores opciones que se adapten a mis necesidades y estilo de vida.”

Edad: 28

Educación: Universitario

Ubicación: Caballito, GCBA

Familia: Soltero, sin hijos

Ocupación: Diseñador Gráfico

Biografía:

Juan es una persona ocupada que trabaja desde casa y tiene un horario flexible. A menudo hace sus compras en línea y las recoge en la tienda, ya que esto le permite ahorrar tiempo y dinero en gastos de envío. Le gusta probar nuevos productos y experimentar en la cocina, por lo que busca tiendas con una amplia variedad de productos de alta calidad. También le gusta estar informado sobre las últimas tendencias en alimentación saludable y productos orgánicos.

Objetivos y motivaciones:

- ★ Motivado por su pasión por el diseño gráfico y su deseo de tener un estilo de vida saludable y activo.
- ★ Quiere encontrar los mejores productos a precios asequibles y disfrutar de la comodidad y flexibilidad que le ofrece la compra en línea.

Frustraciones:

- ★ Juan se frustra cuando no encuentra los productos que necesita en línea o cuando no hay suficiente variedad en las tiendas en las que compra.
- ★ También se preocupa por la calidad de los productos y se siente decepcionado cuando compra algo que no cumple con sus expectativas.

Hobbies e intereses:

- ★ En su tiempo libre, a Juan le gusta practicar deportes al aire libre
- ★ También le gusta viajar y experimentar con la cocina.

Relación con la tecnología:

- ★ Juan es un diseñador gráfico freelance que está familiarizado con la tecnología y las herramientas digitales. Utiliza software especializado para su trabajo y también hace compras en línea y administra sus finanzas con aplicaciones móviles debido a su agenda ocupada y flexible.



Biografía

Ana es una persona muy ocupada que trabaja a tiempo completo y tiene que cuidar a sus hijos después del trabajo. No le gusta perder tiempo en compras, por lo que prefiere hacerlo en línea y que le entreguen los productos a domicilio. Además, está muy interesada en conseguir las mejores ofertas y promociones para ahorrar dinero.

Ana López User persona

"Quiero hacer compras eficientes y seguras, sin sacrificar la calidad y el ahorro de tiempo y dinero para invertir en mi familia y mi carrera profesional"

Edad: 32

Educación: Licenciada

Ubicación: Florida, Vicente López

Familia: 2 hijos y esposo

Ocupación: Ejecutiva de marketing en una empresa de tecnología

Justificación:

Ana es la indicada porque la app le ahorraría mucho tiempo, esfuerzo y recursos de hacer sus compras en supermercados.

Objetivos y motivaciones:

- ★ Ana está motivada por su familia y su carrera profesional.
- ★ Quiere aprovechar al máximo su tiempo libre y ahorrar dinero en sus compras para poder invertir en otras áreas de su vida.

Frustraciones:

- ★ Ana se frustra cuando no encuentra los productos en el tiempo y precio que los necesita.
- ★ También se preocupa por la seguridad de su información de pago y se siente incómoda al ingresar sus datos en sitios web poco confiables.

Hobbies e intereses:

- ★ En su tiempo libre, a Ana le gusta hacer ejercicio, leer y ver series en Netflix.
- ★ Le interesa el bienestar de su familia.

Habilidades tecnológicas:

- ★ Por su profesión Ana es muy hábil con la tecnología.
- ★ Como le interesa ahorrar tiempo y dinero todo lo que puede, lo hace por internet.

Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?

- ❖ Ana vive en una ciudad muy concurrida, siempre está muy ocupada en su trabajo y le preocupa el bienestar de su familia por eso se esfuerza por conseguir lo mejor y al mejor precio
- ❖ Siente que su tiempo es muy valioso por lo que necesita hacer sus compras lo más pronto posible, y usar los descuentos y promociones que tenga disponibles. Esto le da tranquilidad y sentido de logro.

¿Qué oye?

- ❖ Sus amigos le dicen que es fácil ,seguro y rápido hacer compras por internet.
- ❖ Oye a una mamá del colegio de sus hijos que las ofertas del mercado están buenísimas.



¿Qué ve?

- ❖ Ve correos que le envía su banco con descuentos, válidos en ciertos días. Al igual puede ver promociones del Mercado por tiempo limitado.
- ❖ Ana ve a sus amigos del trabajo comprando productos y que son entregados directo a domicilio.

¿Qué dice y hace?

- ❖ Hace compras online en distintos mercados en busca de los productos que necesita.
- ❖ Navega en distintas páginas web de mercados en busca de promociones y descuentos
- ❖ Pregunta a sus amigos qué producto está de oferta..

Resultados:

El deseo de Ana es hacer sus compras de una manera tranquila y que encuentre lo que necesita al precio justo, y poder aprovechar el ahorro obtenido para crecer más profesionalmente o invertirlo con su familia en lo que más les guste.

Frustraciones:

Le frustra el tiempo invertido en ir de una página a otra buscando ofertas y comparando precios. Generalmente no suele conseguir todo lo que necesita.

ENTREVISTAS

Entrevistas cualitativas

Entrevista Validadora

Objetivos:

- Validar una de nuestras proto persona.
- Conversar con nuestros posibles usuarios de manera fluida y distendida para poder comprenderlas y empatizar realmente con ellas.
- Confirmar que la problemática que identificamos y las frustraciones de las personas pueden ser solucionadas con nuestra App.
- Mediante esta conversación, reconocer algún Insight acerca de nuestros usuarios.

Target:

- Personas que tengan una vida muy ocupada.
- Gente que tenga un buen manejo de la tecnología y aplicaciones en general.
- Personas que ya suelen comprar alimentos y productos de manera online.

Resultados obtenidos de las entrevistas:

- ❖ Realizan compras por internet de diversos productos en especial compras de supermercado.
- ❖ No se sienten bien navegando de una página a otra en busca de las mejores opciones para sus compras.
- ❖ Cuentan con muy poquito tiempo libre para realizar sus compras.
- ❖ Sienten inseguridad en la manera como es manejada su información personal.
- ❖ Les gustaría mucho saber cuándo y dónde se pueden aprovechar las promociones, ofertas y descuentos tanto del supermercado como de su banco personal.
- ❖ Prefieren la entrega a domicilio.

Conclusiones de las Entrevistas

“¡¡Estaría buenísimo!! La usaría de seguro”

Analia Leiva

“¡¡Ya la estoy esperando”

Genesis Fernandez

“Me interesaría, porque es el filtro que más utilizo y no existe, tengo que ir probando supermercado por supermercado....”

Soledad

Al analizar a nuestros entrevistados concluimos que por sus ocupaciones o poca movilidad prefieren no hacer sus compras de manera presencial además consideran más práctico la comparación de precios y compra de sus productos de manera virtual, además de seguro la usarían según sus propias palabras.

POV, Storytelling y Storyboard

P.O.V

Ana es Ejecutiva de Marketing de una empresa, por lo que siempre está muy ocupada, tiene 2 hijos y esta preocupa por el bienestar de su familia por eso, **necesita** una forma rápida y conveniente de comparar precios en diferentes supermercados para poder tomar decisiones informadas sobre dónde hacer sus compras **porque** al buscar los productos de manera fácil y rápida podrá ver los precios y promociones en tiempo real pudiendo así escoger la mejor opción que se ajuste a su presupuesto. Todo esto le dará la tranquilidad y satisfacción que su familia obtiene más y mejor.

Storytelling

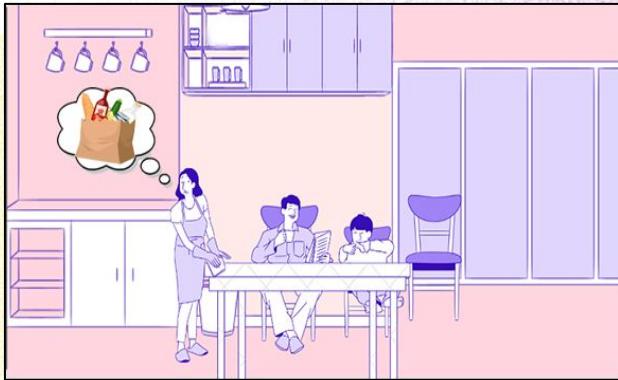
Ana es una madre trabajadora con una agenda muy apretada. Su día típico comienza temprano, cuando se levanta para preparar el desayuno y ayudar a sus hijos a prepararse para la escuela. Luego, se apresura a vestirse y salir de casa para llegar a tiempo a su trabajo. Su día laboral es largo y estresante, y cuando finalmente sale, a menudo se encuentra con el tráfico y el caos de la ciudad.

Una de las tareas que siempre requiere su atención es hacer la compra en el supermercado. A menudo se siente abrumada por las opciones disponibles y le preocupa si está obteniendo los mejores precios para los productos que necesita. Tiene que hacer malabares con su presupuesto para asegurarse de que su familia tenga suficiente comida, y encontrar el equilibrio correcto entre calidad y precio puede ser difícil.

Recientemente, Ana descubrió nuestra aplicación que le permite comparar precios en diferentes supermercados, lo que le ha ayudado mucho en su búsqueda de las mejores ofertas. Con esta aplicación, puede buscar los productos que necesita y ver fácilmente los precios en diferentes tiendas en tiempo real. Además, puede guardar sus compras y revisarlas en cualquier momento, lo que le permite planificar mejor sus compras futuras.

Gracias a la aplicación, Ana ahora se siente más confiada y segura al hacer sus compras. Ahora puede ahorrar tiempo y dinero al tomar decisiones informadas sobre dónde comprar, lo que le da más tiempo y recursos para dedicar a su familia y a otras tareas importantes.

Storyboard



MVP - Producto Mínimo Viable

Funcionalidades

Imprescindibles:

- ❖ **Búsqueda de productos:** nuestra aplicación debe permitir a los usuarios buscar productos específicos y comparar los precios en diferentes supermercados.
- ❖ **Lista de compras:** Los usuarios deben poder crear una lista de compras para guardar los productos que desean comparar.
- ❖ **Información de precios:** debemos proporcionar información detallada sobre los precios de los productos en diferentes supermercados, incluyendo promociones y descuentos.
- ❖ **Filtros de búsqueda:** Los usuarios deben poder filtrar los resultados de búsqueda según el precio, la ubicación, la marca y otras características relevantes.
- ❖ **Ubicación:** tener una función de ubicación para encontrar los supermercados cercanos .
- ❖ **Carrito de compras:** Los usuarios deben poder agregar los productos que desean comprar a un carrito virtual y realizar la compra directamente desde la aplicación.
- ❖ **Perfil de usuario:** Debe permitir a los usuarios crear un perfil para guardar su información personal, preferencias, direcciones y listas de compras.
- ❖ **Integración con sistemas de pago:** Para permitir a los usuarios realizar compras a través de la aplicación directamente.
- ❖ **Ayuda en línea:** La app debe contar con una sección de ayuda en línea para que los usuarios puedan solucionar cualquier problema que surja durante el uso de la aplicación, también debe contar con una opción para que los usuarios puedan enviar comentarios y sugerencias para mejorar la aplicación.

Funcionalidades

Deseables:

- **Historial de compras:** Mostrar el historial de compras realizadas por el usuario en la aplicación, para que pueda realizar un seguimiento de sus gastos y productos comprados.
- **Comentarios y valoraciones de productos:** Permitir que los usuarios dejen comentarios y valoraciones sobre los productos que han comprado, para ayudar a otros usuarios en sus decisiones de compra.
- **Alertas de precios:** Notificar a los usuarios cuando el precio de un producto que han seleccionado ha bajado o ha aparecido una nueva oferta en alguno de los supermercados.
- **Recomendaciones personalizadas:** Utilizar algún tipo de algoritmo de aprendizaje automático para proporcionar recomendaciones personalizadas a los usuarios, basadas en sus hábitos de compra anteriores.
- **Compartir en redes sociales:** Permitirle a los usuarios comparten sus compras y descubrimientos en las redes sociales, aumentando la visibilidad y alcance de la app

Funcionalidad Principal:

Capacidad de mostrar al usuario una comparativa de precios de los productos que desea comprar en diferentes supermercados cercanos. Esta funcionalidad es la razón principal por la que los usuarios utilizaran nuestra aplicación y es lo que la diferencia de otras aplicaciones de compras en línea. Además, otras funcionalidades, como el registro de usuario, el carrito de compras, la búsqueda y los filtros, son importantes, pero son secundarias a la comparativa de precios.

Informe

Como se puede observar, la aplicación de comparación de precios tiene como objetivo ayudar a los usuarios a ahorrar tiempo y dinero en sus compras. Para lograr esto, es imprescindible que la app cuente con un Catálogo de productos ya que esto permite que los usuarios encuentren los productos que necesitan y comparen los precios en diferentes supermercados, ya sea desde la comodidad de su hogar o mientras se desplazan. Esto les ahorra tiempo y les da la posibilidad de encontrar los mejores precios. Al permitir que los usuarios guarden sus productos favoritos o qué productos compran con frecuencia, se les facilita aún más esta tarea y tiene como plus tener un recordatorio para comprar productos que se acaban con frecuencia. Por otro lado, una vez que los usuarios encuentran los productos que necesitan, es importante que puedan agregarlos al Carrito de Compras de manera fácil y rápida. Esto les permite llevar un control de los productos que van a comprar y el costo total de su compra.

Los filtros le permitirían a los usuarios refinar su búsqueda de productos según sus necesidades específicas, como por ejemplo marca, tipo de producto, tamaño, etc. Esto también les ahorra tiempo que sumado a una Información de tiendas actualizada incluyendo sus ubicaciones, horarios y métodos de pago aceptados mejoraría notablemente poder planificar sus compras de manera más efectiva.

En resumen, estas funcionalidades son esenciales para la primera versión de la aplicación ya que les brinda a los usuarios la capacidad de buscar y comparar productos, planificar sus compras, y ahorrar tiempo y dinero en el proceso.

Arquitectura de la información

(Card Sorting, Dendograma y Matriz de Similitud).

Card Sorting

Luego de decidir las funcionalidades principales de nuestra App, decidimos cuáles serían las 20 tarjetas. Dentro de Optimal Workshop fueron organizadas en categorías o grupos mediante un Card Sorting abierto de 10 personas.

Frutas y verduras frescas

Filtros de búsqueda

Productos de limpieza del hogar

Pan y pastelería

Métodos de pago

Lácteos y huevos

Carrito de compras

Ayuda en línea

Ofertas y promociones

Bebidas

Mis direcciones

Cuidado personal y belleza

Comparación de precios por tienda

Envío a domicilio

Golosinas y snacks

Lista de compras

Carnes

Iniciar sesión

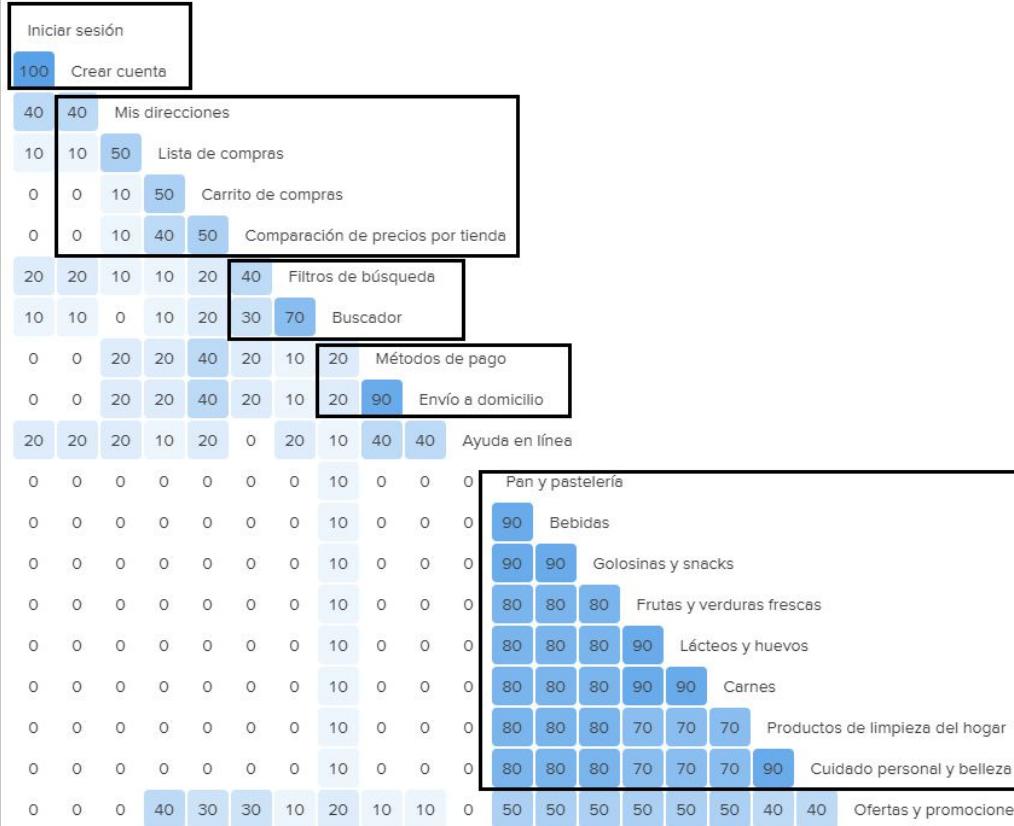
Buscador

Crear cuenta

Matriz de similitud

Enlace

Similarity matrix ⑦

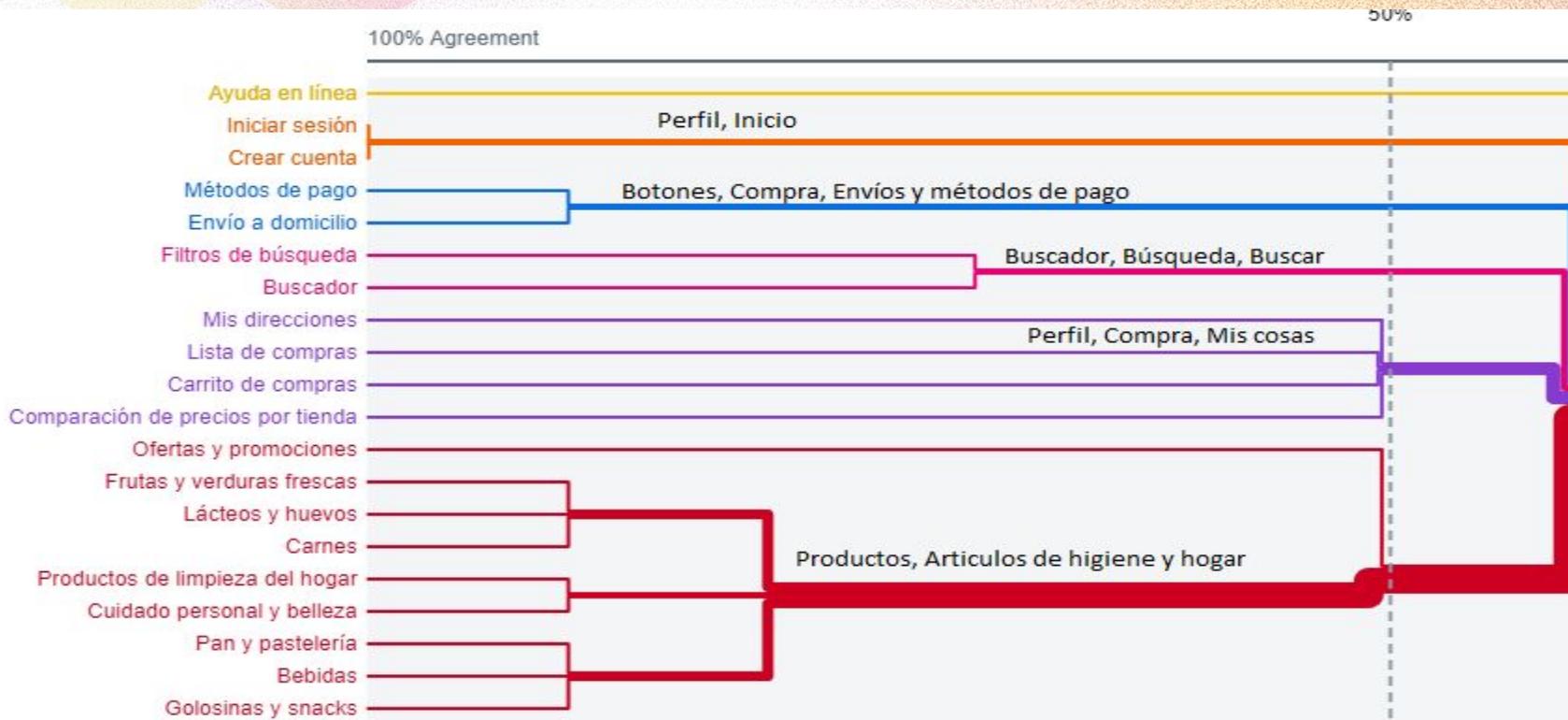


Dado los resultados obtenidos mediante el cardsorting, la Matriz de similitud nos mostró que las personas emparejan estas palabras entre sí:

- Iniciar sesión, Crear cuenta.
- Mis direcciones, Lista de compras, Carrito de compras, Comparación de precios por tienda.
- Filtros de búsqueda, Buscador
- Métodos de pago, Envío a domicilio
- Pan y pastelería, Bebidas, Golosinas y snacks, Frutas y verduras frescas, Lácteos y huevos, Carnes, Productos de limpieza del hogar, Cuidado personal y belleza.

Dendrograma

El dendrograma nos permitió visualizar los grupos y etiquetas principales que eligieron los participantes. Se generaron 5 categorías principales que organizamos como: Inicio, Compras, Buscador, Perfil y Productos. Las secciones que no fueron agrupadas, como “Ayuda en línea” se distribuirán más adelante tal vez como un botón o en su propia categoría.



Conclusiones

¿Qué no se comprendió?

Si bien casi todos los participantes concordaron en que el ejercicio fue bastante claro hubo uno que comentó lo siguiente: **“AL AGRUPAR YA HAY TARJETAS QUE TIENEN EL MISMO NOMBRE DEL CONTENIDO Y AL REPETIR SE OCUPA MÁS ESPACIO”**, entendemos que se refiere a tarjetas que tal vez cumplen una función similar o a la cantidad de tarjetas sobre productos.

Decisiones

Al analizar los datos del dendrograma de los 10 participantes notamos que, aunque se crearon 5 secciones principales, no hubo tanta coincidencia con el nombre de las mismas e incluso alguna tarjeta no fue agrupada Sin embargo, basándonos en el benchmarking y en el proceso del proyecto, resolvimos armar un mapa de sitio con solo 4 categorías.

Mapa del Sitio

MAPA DE SITIO



Mapa de Sitio

<https://whimsical.com/mapa-de-sitio-WKD92YzgFfhKPRs8Crvxy2>

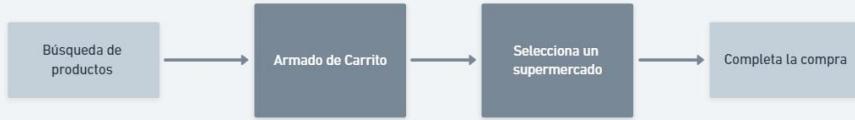
A partir de los resultados obtenidos del Cardsorting, del análisis de los diagramas, y nuestras decisiones basadas en el research realizamos este mapa de sitio.

Task Flow

Task Flow (Happy Path)

<https://whimsical.com/task-flow-user-flow-Ur2dvfFwZfFuKF7sgroif>

TASK FLOW



Teniendo en cuenta el MVP reconocemos que las principales tareas de la App son: Buscar/seleccionar productos para armar el carrito, elegir un supermercado y realizar la compra. Este sería el Camino Feliz (Happy Path) que el usuario realizaría.

User Flow

