

BriefingFinal

February 2026

1 1.f Briefing final

Como se planteó en el *Research Plan*, el objetivo de esta práctica ha sido analizar la UX de **Despiertoo Speciality Coffee** para **mejorar la experiencia de usuario y aumentar su visibilidad entre un público más joven**, especialmente en móvil.

Para ello, comenzamos con un **análisis comparativo** frente a dos alternativas con enfoques distintos: **Perspectives** (orientada a atraer público general con una comunicación clara del local y su ambiente) y **Coffee 1931** (más centrada en el producto y la **venta online**, con una estructura de tienda más completa). Este contraste nos permitió identificar buenas prácticas para dos necesidades: la decisión rápida de visita (información práctica a primera vista) y la exploración/compra online (categorías, buscador y confianza en el *checkout*).

Después, evaluamos la experiencia desde dos perfiles: **Álvaro**, que decide con prisa y abandona si no encuentra en segundos horario/ubicación/carta o si la compra online genera dudas; e **Inés**, que prioriza seguridad y claridad para quedar sin sorpresas. Finalmente, la **revisión de usabilidad** (74 – *Good*) confirma que el sitio funciona bien en lo esencial (contacto, horarios, confianza legal), pero es mejorable en la **exploración de la tienda** (falta de buscador/filtros), la **escaneabilidad en móvil** (exceso de *scroll*) y el **feedback/ayuda contextual** (guías rápidas, confirmaciones y preguntas frecuentes). Como conclusión, el sistema tiene una base sólida y potencial, pero debería reforzar el acceso inmediato a la información clave, mejorar la navegación del catálogo y simplificar/clarificar el proceso de compra para reducir incertidumbre y aumentar conversión.