

# **Diseño de Interfaces de Usuario**

## **Memoria de la Práctica 1**

*Ingeniería de Software*

*Curso 2023-2024*

*4º Ingeniería Informática*



# **UNIVERSIDAD DE GRANADA**

Integrantes del equipo:

*José Luis Rico Ramos*

*David Martínez Díaz*

*Miguel Tirado Guzmán*

# Índice

<b>1. User Research Plan.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Competitive analysis.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Personas.....</b>	<b>5</b>
<b>4. Experience Journey Map.....</b>	<b>7</b>
<b>5. Usability review y resumen de la valoración.....</b>	<b>9</b>

# 1. User Research Plan

Lo podemos encontrar en el archivo **P1-2b User Research Plan.pdf**.

Con este documento de planificación de investigación de usuario, se establece un enfoque estratégico y detallado para evaluar y optimizar la experiencia de usuario y usabilidad del sitio web "Vinos de Granada". Centrándose en comprender las necesidades, expectativas y desafíos de los usuarios actuales y potenciales, el plan aborda aspectos críticos como la calidad y relevancia del contenido, la estética de la interfaz, y la identificación de barreras de usabilidad.




A través de métodos de investigación cualitativos, incluyendo la etnografía y análisis de feedback directo de los usuarios, se busca generar recomendaciones concretas que mejoren la interacción y satisfacción de los usuarios, promoviendo un aumento en la fidelización del cliente y contribuyendo a los objetivos de negocio de crecimiento de ingresos y expansión del mercado.

## 2. Competitive analysis

Para el análisis de competidores hemos escogido diferentes páginas que ofrezcan los mismos servicios o similares, tales como catas de vinos ferias de vinos o ambas:

- La cata con botas: Esta fue la primera en la que nos fijamos ya que cuando realizas la búsqueda en Google es de las primeras que sale referenciada, lo que la convierte en una de nuestras principales competidoras ya que al ser todo online el posicionamiento SEO es clave.
- Feria de vinos Granada: Esta es otra página especializada en las ferias de vinos como producto sustitutivo al nuestro, lo que lo convierte en competidor también, tiene una interfaz menos usable peor un posicionamiento SEO mejor al cuadrar directamente
- Granada Cooking: Esta página ofrece diferentes servicios tales como las catas de vinos, talleres, cooking partys, tiene una interfaz muy user friendly hasta el punto que cuenta con un calendario interactivo, lo único que las fechas suelen estar agotadas y precios elevados

En conclusión del análisis competitivo la mejor selección de competidor sería Granada Cooking, ya que a parte de ofrecer nuestros mismos servicios con una interfaz más usable y amigable para el usuario, también ofrece otros servicios sustitutivos y complementarios a los nuestros a unos precios muy competitivos.

Competitor Analysis				
	<div><b>La cata con botas #1</b> <small>Short Bio: El mundo del vino en Granada Website: <a href="https://lacataconbotas.com/">https://lacataconbotas.com/</a></small></div>	<div><b>Feria de vinos Granada #2</b> <small>Short Bio: Feria del vino en Granada Website: <a href="https://laferiadelvino.com/">https://laferiadelvino.com/</a></small></div>	<div><b>Granada Cooking #3</b> <small>Short Bio: Taller de cata de vinos Website: <a href="https://granadacooking.com/taller/cata-de-vino-2/">https://granadacooking.com/taller/cata-de-vino-2/</a></small></div>	
<b>Business Model</b>				
Precios	Hay precios reducidos y baratos	Entradas agotadas	Precios caros	
Ofertas	Hay ofertas en algunos vinos	No hay ofertas	No hay ofertas	
Soporte de usuario	Puedes hablar con ellos por WhatsApp	No cuentan con soporte	Tiene telefono asociado	
<b>Technological Issues</b>				
Diseño responsive	Si tiene	Si tiene	Si tiene	
Integración	Cuenta con integración de google Maps y enlaces a whatsapp	Cuenta con la integración de Instagram y la pagina de ventas	Cuenta con integración con la pagina de compra	
Accesibilidad	Utilización de popups	Cuenta con colores muy claros y similares todos al igual que las distintas imagenes	Colores muy blancos y semejantes	
<b>Functionalty &amp; Use</b>				
Busqueda y filtros	No hay	No hay	Tiene	
Opiniones y reviews	Solo dispone de las de google	En comentarios de Instagram	No tiene	
Personalización UX	No te puedes crear un usuario, por lo que no tiene	No hay	No tiene	
<b>Usability</b>				
	Es bastante uniforme, siempre manteniendo una cabecera y un footer y siempre manteniendo el mismo estilo...	Un header muy grande que ocupa media pantalla	Guarda la apariencia durante todo el recorrido con el header en estatico	
Navegación	Una navegación simple y sencilla	Navegación simple y sencilla	Intuitiva y facil uso	
Estructuración	Tiene una estructura sencilla, se puede acceder a cualquier sitio mas o menos rapido.	Estructura simple	Clara y concisa	
<b>Subjective issues</b>				
Puntos fuertes	Se encuentra en el centro de Granada	Tiene informacion relevante a cerca de las fechas de la feria, la localización y los servicios extra con los que cuenta como las de musica en directo	Calendario comodo para comprender los dias libres de realización del taller	
Puntos débiles	Sistema de pedidos limitada.	Cuenta con poca informacion a cerca de siguientes eventos	Pocos dias disponibles en la web	
Conclusiones	Experiencia de Usuario mejorable.	Pagina simple que cumple con su cometido	Buena experiencia de usuario con informacion relevante sobre el taller	

### 3. Personas

Luis Lozano, enólogo de 42 años en Logroño, es un apasionado del vino, dedicado a mejorar su calidad y a compartir su conocimiento. Sociable con las personas que comparten su pasión, Luis se preocupa por la autenticidad y la ética en la industria del vino. Planea visitar bodegas andaluzas para degustar y conocer en profundidad los vinos, reflejando su enfoque práctico y su deseo de interacción con marcas genuinas y de calidad.

Persona #1

**PERSONA #1: LUIS LOZANO**



**SOCIABLE - IMPLICADO - CERCANO**

"Hacer un buen vino es arte, pasión y química. Degustarlo, es algo que te llena el alma"

**DEMOGRAPHICS**  
**Age:** 42  
**Gender:** Varón  
**Profession:** Enólogo  
**Nationality:** Español  
**Location:** Logroño, España  
  
**Lifestyle & bio:** Pese a su edad, tiene gran experiencia en la enología ya que es su pasión. Siente devoción por su trabajo, por ello siempre está pensando en él. Cuando puede aprovecha para visitar distintas bodegas junto a sus amigos y rescatar sabores e ideas para crear nuevos vinos.

**GOALS - INTERESTS**

- Crear el mejor vino que jamás haya existido.
- Fomentar la mejora en calidad de los vinos en general.
- Introducir a más personas a apasionarse al vino.
- Innovación en las técnicas de vinificación mediante la fusión de técnicas tradicionales y novedosas.
- Conocer más apasionados como él.

**PAIN POINTS - CONCERNS**

- Preocupación por los intentos de engaño con el vino en aquellas bodegas que dan a sus usuarios productos distintos de los que ofrecen.
- Le molesta que los demás sólo aprovechen las catas de vinos para emborracharse.
- Preocupado por el mal etiquetado del vino.

**SCENARIO**

El próximo fin de semana lo tiene libre, por lo que ha decidido que va a hacer una cata de vinos en alguna bodega de Andalucía. Espera encontrar información meticulosamente precisa sobre el producto que se ofrece en cada cata para poder decidir.

**MOTIVATIONS**

- Enología
- Conocer más apasionados
- Innovación

**SKILLS**

- Vinificación
- Comunicativas

**PERSONALITY**

- Introvert — Extrovert
- Low confidence — High confidence
- Follower — Leader
- Close minded — Open minded
- Solo — Collaborative

**BRANDS**




user persona template [DIU-UX Toolkit]

Lucía Herrerías, una jubilada española de 69 años residente en Murcia, disfruta de su pasión por el vino y las relaciones sociales. Viajera y entusiasta, busca compartir experiencias en ferias vinícolas y encontrar vinos que sorprendan a su marido. A pesar de su preocupación por la salud de su hijo y su dependencia económica de la pensión, Lucía se mantiene activa en la comunidad vinícola, esperando que la tecnología le facilite seguir participando en eventos y fortalecer su círculo social. Con un carácter abierto y colaborativo, tiene habilidades de empatía y comunicación, y confía en marcas como La Sportiva, García Carrion y Eileen Fisher.

Persona #1

### PERSONA #2: LUCIA HERRERIAS



**APASIONADA - CURIOSA - DIVERTIDA**

"Lo mejor de una buena copa de vino son todas las que vienen despues"

#### GOALS - INTERESTS

- Socializar con otros amantes del vino y compartir experiencias.
- Encontrar un vino que le guste a su marido
- Viajar a ferias vinícolas y descubrir nuevas bodegas.
- Disfrutar de la jubilación viajando y conociendo pueblos atractivos.
- Vino

#### MOTIVATIONS

Energía

Amigos

Dinero

#### SKILLS

Empatía

Comunicación

#### PAIN POINTS - CONCERNS

- Preocupación por la salud de su hijo menor y cómo afecta su bienestar emocional y físico.
- Dolor al andar, lo cual puede limitar su capacidad para participar en actividades.
- Dependencia de su pensión como fuente de ingresos, lo que genera preocupación por la estabilidad financiera.

#### PERSONALITY

Introvert  Extrovert

Low confidence  High confidence

Follower  Leader

Close minded  Open minded

Solo  Collaborative

#### DEMOGRAPHICS

**Age:** 69  
**Gender:** Mujer  
**Profession:** Jubilada  
**Nationality:** Española  
**Location:** Murcia, España

**Lifestyle & bio:** Jubilada desde hace 5 años, de siempre le ha gustado mucho el vino y hacer rutas de montaña y viajes con sus amigas, desde que esta jubilada se dedica a viajar a las ferias vinícolas de los diferentes pueblos de al rededor.

#### SCENARIO

Desde que se unió como miembro activo en la asociación de amantes del vino, Lucía, de 69 años, está comprometida en facilitar a sus compañeros la participación en las actividades relacionadas con el vino. Ella espera que la aplicación les brinde la posibilidad de inscribirse y modificar eventos fácilmente. María confía en que una aplicación eficiente aumentaría la organización de eventos y fortalecería la comunidad de amantes del vino.

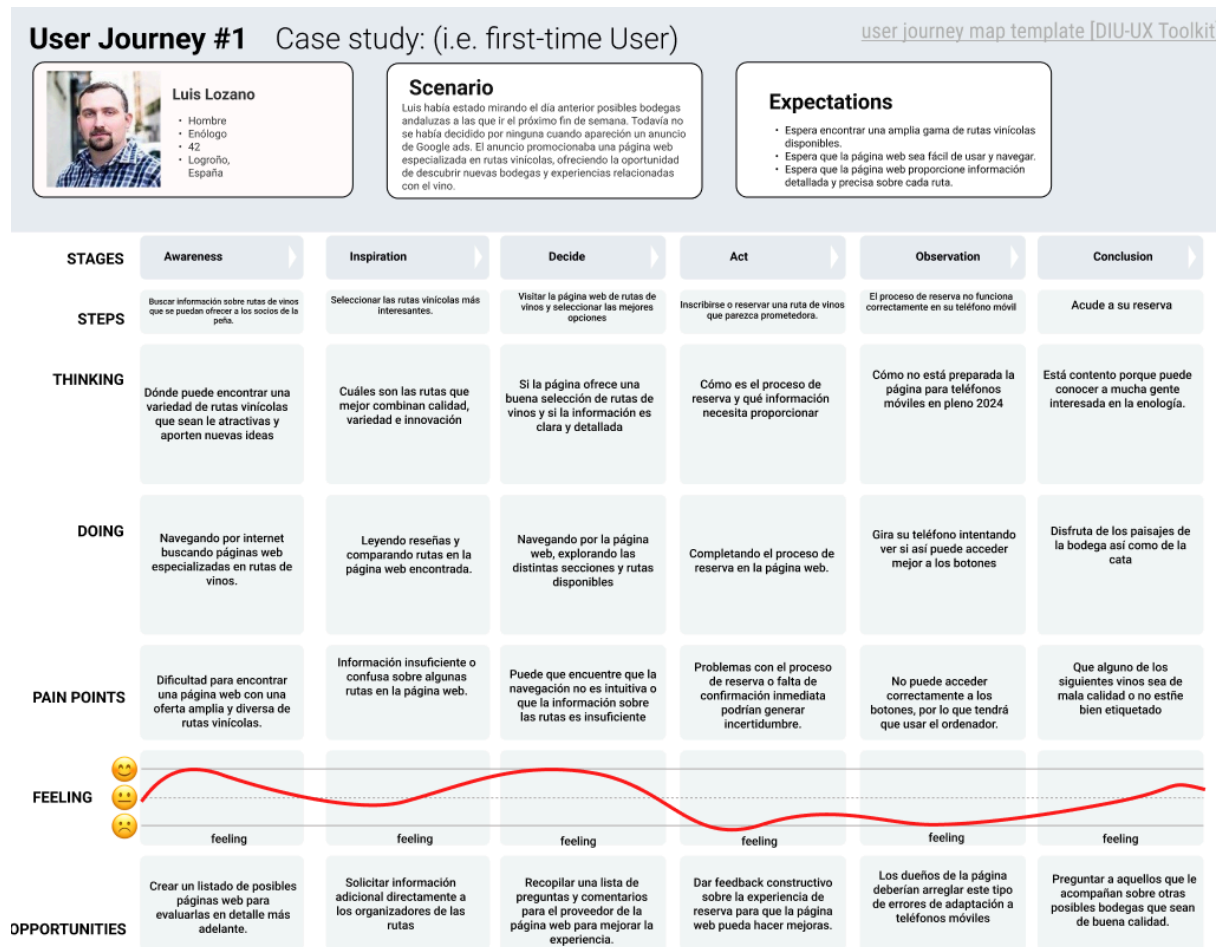
#### BRANDS

GARCIA CARRION  
LA SPORTIVA  
EILEEN FISHER

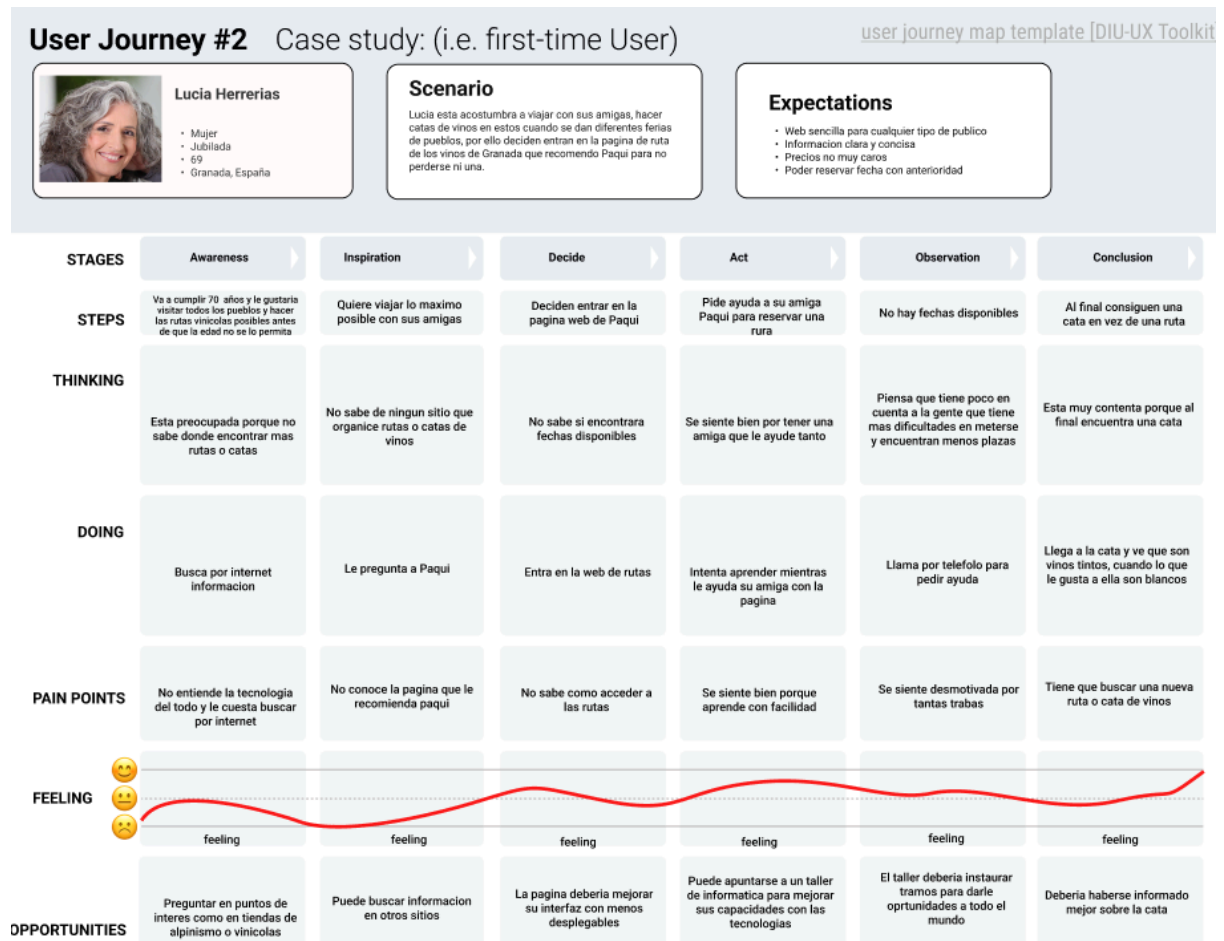
user persona template [DIU-UX Toolkit]

## 4. Experience Journey Map

Elegimos la experiencia de Luis Lozano para ilustrar las dificultades cotidianas que enfrentan usuarios expertos en la temática, en esta casuística el vino, al navegar por la página web. Luis se topa con páginas poco intuitivas y con información insuficiente, un problema recurrente que afecta la experiencia de reserva en línea y demuestra la necesidad de mejorar la accesibilidad y comprensión en las plataformas digitales.



La experiencia de Lucia Herrerias refleja un desafío común para muchas personas de su edad: la lucha por encontrar y reservar rutas de vino en línea. A sus 69 años, Lucia enfrenta obstáculos tecnológicos que complican lo que debería ser una reserva sencilla. Aunque cuenta con la ayuda de una amiga y eventualmente logra su objetivo, el proceso evidencia la necesidad de sitios web más accesibles y comprensibles, especialmente para los usuarios senior que desean participar en el enoturismo sin la frustración de la tecnología.





## 5. Usability review y resumen de la valoración

Se puede encontrar en el archivo **Usability-review.xlsx**.

El Usability Review se puede encontrar en el archivo Usability-review.xlsx. Tras haber valorado cada uno de los aspectos contemplados en la plantilla inicial, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- **Los botones son aceptables, aunque mejorables.** La gran mayoría de botones tienen una etiqueta que los representa de manera clara y son bastante visibles. Sin embargo, algunos no funcionan correctamente y no existen shortcuts, lo que puede dificultar la experiencia de usuario tanto en los primeros usos como en los más prolongados en el tiempo.
- **Tiempos de carga demasiado largos.** La página tarda mucho en pasar de una página a otra debido a las pocas prestaciones del servidor o a los demasiados recursos empleados en cada pantalla. Esto afecta mucho a la experiencia del usuario, pues es mucho más pesado buscar por la página.
- **Carencia de barra de búsqueda general.** Junto al aspecto anterior, hace que el proceso de búsqueda de algo concreto por parte del usuario se haga muy pesado.
- **Estética adecuada pero sobrecargada.** La estética nos parece acertada, con los colores representativos del vino. Sin embargo, algunas páginas resultan sobrecargadas de información y pueden estresar al usuario que ingresa a la página por primera vez.
- **Contenido adecuado pero básico en algunos aspectos.** El contenido y su relevancia son suficientes para los usuarios, pudiendo estos obtener información clara y precisa mediante imágenes y mapas de dónde están las bodegas, cómo son, cómo son los vinos de la tienda... Sin embargo, se echa en falta mayor detalle de los vinos ofertados en cada cata/visita de bodega para usuarios con mayor nivel de conocimiento.