

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Ingeniería de Sistemas y Computación | Ingeniería de Software

MAG 28 C

COURSE PROJECT

SI47 - ICH DE TECNOLOGÍAS MÓVILES

Teacher: Alan Tito Gutierrez Gutierrez

FINAL REPORT

FinTech

Team Members

Suárez Pagán Diego Alonso U202015052

Arana Ramos Jack U202121875

Celestino Torrejon Alvaro Pedro U20211C704

Lavado Medina Azucena U20211D693

CONTENIDO:

Registro de versionEs.....	5
ABET – EAC - Student Outcome 2	6
CAPÍTULO I: Introducción	8
1.1. <i>Startup Profile</i>	8
1.1.1. Descripción del StartUp:	8
1.1.2. Perfiles de Integrantes del equipo:.....	9
1.2. <i>Solution Profile</i>	10
1.2.1. Antecedentes y Problemáticas.....	10
1.2.2. Lean UX Process.	12
1.2.2.1. Lean UX Problem Statements.....	12
1.2.2.2. Lean UX Assumptions.....	12
1.2.2.3. Lean UX Hypothesis Statements.	13
1.2.2.4. Lean UX Canvas.	13
1.3. <i>Segmentos objetivo.</i>	14
CAPÍTULO II: REQUIREMENTS ELICITATION & ANALYSIS	16
2.1. <i>Competidores</i>	16
2.1.1. Análisis competitivo.	16
2.1.2. Estrategias y tácticas frente a competidores.....	18
2.2. <i>Entrevistas.</i>	19
2.2.1. Diseño de entrevistas.....	19
2.2.2. Registro de entrevistas.....	19
2.2.3. Análisis de entrevistas.....	21
2.3. <i>Needfinding</i>	21
2.3.1. User Personas.....	21
2.3.2. User Task Matrix.	23
2.3.3. User Journey Mapping.	23
2.3.4. Empathy Mapping.	26
2.3.5. As-is Scenario Mapping.	27
CAPÍTULO III: REQUIREMENTS SPECIFICATION	28
3.1. <i>To-Be Scenario Mapping.</i>	28

3.2. User Stories	29
3.3. Impact Mapping.....	36
3.4. Product Backlog.	37
CAPÍTULO IV: PRODUCT UX / UI DESIGN.....	38
4.1. Style Guidelines	38
4.1.1. General Style Guidelines.....	38
4.1.2. Web Style Guidelines.	39
4.1.3. Mobile Style Guidelines.	40
4.1.3.1. iOS Mobile Style Guidelines.	40
4.1.3.2. Android Mobile Style Guidelines.....	41
4.2. Information Architecture	42
4.2.1. Organization Systems.....	42
4.2.2. Labeling Systems.....	43
4.2.3. Searching Systems.....	43
4.2.3. Navigation Systems.	44
4.3. Landing Page UI Design	44
4.3.1. Landing Page Wireframe.....	44
4.3.2. Landing Page Mock-up.....	46
4.4. Mobile Applications UI Design	49
4.4.1. Mobile Applications Wireframes.	49
4.4.2. Mobile Applications Wireflow Diagrams.	53
4.4.4. Mobile Applications User Flow Diagrams.	61
4.5. Mobile Applications Prototyping.	61
4.5.1. Android Mobile Applications Prototyping.	62
4.5.2. iOS Mobile Applications Prototyping.	62
<i>Capítulo V: Product Implementation & Deployment</i>	<i>63</i>
5.1. Software Configuration Management.....	63
5.1.1. Software Development Environment Configuration.	63
5.1.2. Source Code Management.	63
5.1.3. Source Code Style Guide & Conventions.	64
5.1.4. Software Deployment Configuration.	64
5.2. Product ImplementationSS & Deployment.	66

5.2.1. Sprint 1	66
5.2.1.1. Sprint Backlog 1.....	66
5.2.1.2. User Interface & Execution.....	70
5.2.1.3. Team Collaboration Insights.....	70
5.2.2. Sprint 2	72
5.2.2.1. Sprint Backlog 2.....	72
5.2.2.2. User Interface & Execution.....	73
5.2.2.3. Team Collaboration Insights.....	74
5.3. Video About-The-Product.	75
CAPÍTULO VI: PRODUCT VALIDATION	76
6.1. Acceptance Tests	76
6.2. Entrevistas De Validación.	80
6.2.1. Diseño De Entrevistas.....	80
6.2.2. Registro De Entrevistas.	81
6.2.3. Evaluaciones Según Heurísticas.	84
6.3. Auditoría de experiencias de usuario.....	89
6.3.1. Auditoría realizada.	89
6.3.1.1. Información del grupo auditado.....	89
6.3.1.2. Cronograma de auditoría realizada.....	89
6.3.1.3. Contenido de auditoría realizada.....	90
6.3.2. Auditoría recibida.	95
6.3.2.1. Información del grupo auditor.	95
6.3.2.2. Cronograma de auditoría recibida.	95
6.3.2.3. Contenido de auditoría recibida.	96
6.3.2.4. Resumen de modificaciones para subsanar hallazgos.	104
Anexos.....	105
Referencias Bibliográficas.....	106

REGISTRO DE VERSIONES

<i>Entregable</i>	<i>Fecha</i>	<i>Participantes</i>	<i>Observaciones</i>
<i>TB1</i>	<i>12/04/2023</i>	Suárez Pagán Diego Alonso Arana Ramos Jack Celestino Torrejon Alvaro Pedro Lavado Medina Azucena	<i>Todos trabajaron</i>
<i>TP</i>	<i>04/05/2023</i>	Suárez Pagán Diego Alonso Arana Ramos Jack Celestino Torrejon Alvaro Pedro Lavado Medina Azucena	<i>Todos trabajaron</i>
<i>TB2</i>	<i>02/06/2023</i>	Suárez Pagán Diego Alonso Arana Ramos Jack Celestino Torrejon Alvaro Pedro Lavado Medina Azucena	<i>Todos trabajaron</i>
<i>TF</i>	<i>29/06/2023</i>	Suárez Pagán Diego Alonso Arana Ramos Jack Celestino Torrejon Alvaro Pedro Lavado Medina Azucena	<i>Todos trabajaron</i>

ABET – EAC - STUDENT OUTCOME 2

Criterio específico	Acciones realizadas	Conclusiones
2.c1. Diseñar soluciones en ingeniería de software (productos, procesos y/o servicios) que satisfagan necesidades específicas considerando el impacto en salud pública, seguridad, bienestar, así como factores globales, culturales, sociales, ambientales y económicos	<p>TB1</p> <p>Definir el tema del proyecto</p> <p>Definir los objetivos del proyecto</p> <p>Definir el Lean UX Process</p> <p>Desarrollo del Lean UX Problem Statements</p> <p>Desarrollo del Lean UX Assumptions</p> <p>Desarrollo del Lean UX Hypothesis Statements</p> <p>Desarrollo del Lean UX Canvas</p> <p>Definir los segmentos objetivos</p> <p>El análisis y estrategias frente a competidores</p>	<p>TB1: Aprendimos (mediante los antecedentes y problemática) a identificar las necesidades que tienen nuestros segmentos objetivo.</p> <p>TP:</p> <p>Gracias a la elaboración del Competitive Analysis Landscape, se logró identificar con mayor exactitud nuestras ventajas, desventajas, estrategias y tácticas frente a nuestros competidores.</p>
	<p>TP</p> <p>Desarrollo del análisis competitivo</p> <p>Planteamiento de las estrategias y tácticas frente a competidores</p> <p>Desarrollo de las preguntas de entrevista</p> <p>Desarrollo del registro y análisis de las entrevistas</p> <p>Desarrollo de las User persona</p> <p>Desarrollo de las especificaciones de requerimientos</p> <p>Desarrollo del Style Guidelines</p> <p>Desarrollo de la arquitectura de información</p> <p>Desarrollo del Landingpage</p> <p>Desarrollo del Mobile Wireframes</p>	<p>Con la elaboración de las entrevistas, se logró definir nuestros segmentos objetivos para el planteamiento de nuestro User persona.</p> <p>TB2:</p> <p>El enfoque en el desarrollo de maquetas y prototipos de aplicaciones móviles ha permitido obtener una representación visual y funcional del producto final, lo que ha facilitado la iteración y mejora continua en el diseño y experiencia del usuario.</p>
	<p>TB2</p> <p>Desarrollo de maquetas y prototipos de aplicaciones móviles para Android e iOS.</p> <p>Implementación del producto: gestión de configuración de software, entorno de desarrollo, gestión de código fuente, convenciones de estilo de código y configuración de despliegue de software.</p> <p>Implementación y despliegue del producto, incluyendo un sprint inicial, interfaz de usuario y colaboración efectiva en equipo.</p> <p>Validación del producto a través de pruebas de aceptación.</p> <p>Entrevistas de validación con diseño y registro adecuados.</p> <p>Evaluaciones heurísticas para asegurar la calidad del producto.</p>	<p>Mediante la implementación y despliegue del producto, se ha logrado establecer una base sólida de configuración de software, gestión de código y convenciones de estilo, lo que ha favorecido la estabilidad y mantenibilidad del producto a largo plazo.</p>
	<p>TF</p> <p>Desarrollo del segundo sprint backlog.</p> <p>Implementación de auditorías de experiencias de usuarios.</p> <p>Planteamiento de la información del grupo auditado y auditor.</p> <p>Desarrollo del cronograma de auditoría realizada y recibida.</p> <p>Desarrollo del contenido de auditoría realizada y recibida.</p> <p>Resumen de modificaciones para subsanar hallazgos.</p>	<p>TF: Se ha realizado un conjunto de actividades que abarcan desde la planificación y desarrollo de auditorías hasta la identificación de hallazgos y la propuesta de modificaciones para su corrección. Estas acciones tienen como finalidad mejorar la calidad y la experiencia de uso del producto o servicio, basándose en la retroalimentación de los usuarios y garantizando su satisfacción.</p>

<p>2.c2. Validar que el diseño de la solución de software considere aspectos en salud pública, seguridad, bienestar, así como factores globales, culturales, sociales, ambientales y económicos</p>	<p>TB1 - No presenta</p>	<p>TB1 - No presenta</p> <p>TP: La solución ha considerado aspectos económicos, evaluando su viabilidad financiera y generando beneficios económicos a través de modelos de negocio sostenibles y estrategias de monetización.</p>
	<p>TP Se ha evaluado la viabilidad financiera y la capacidad para generar beneficios económicos tanto para los usuarios como para los stakeholders involucrados. Se han implementado modelos de negocio sostenibles y estrategias de monetización.</p>	<p>TB2: La solución ha sido evaluada exhaustivamente para cumplir con estándares y regulaciones relacionadas con la salud pública, priorizando la privacidad y seguridad de los datos de los usuarios.</p>
	<p>TB2 Se ha garantizado que la solución cumpla con los estándares y regulaciones aplicables, priorizando la privacidad y seguridad de los datos de los usuarios.</p>	
	<p>TF Se ha realizado retroalimentación y auditorías para las mejoras en la validación de diseño para la solución del software, considerando los aspectos de seguridad y factores globales, sociales y económicos.</p>	<p>TF: Estas medidas buscan garantizar la calidad y confiabilidad del producto final, así como su adaptación a los desafíos actuales a nivel global. La retroalimentación y las auditorías fueron fundamentales para optimizar la validación del diseño y asegurar su adecuación a los estándares y requisitos pertinentes.</p>

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

CHAPTER

1

1.1. *Startup Profile*

Somos una empresa que tiene como objetivo brindar orientación vocacional que nos permita determinar con una idea más precisa si los usuarios están dispuestos o interesados en seguir un determinado estilo de vida en su futuro. Nuestro enfoque principal está en todas aquellas personas que desean continuar su educación profesional y quieren asegurarse acerca de la carrera en la cual deben invertir su tiempo y dinero.

1.1.1. Descripción del StartUp:

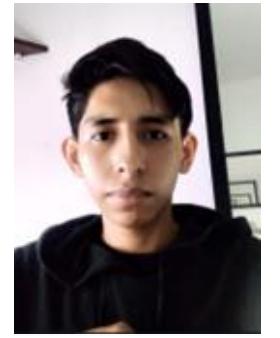
Somos la empresa FinTech, un grupo de estudiantes de la Universidad de Ciencias Aplicadas, buscamos solucionar el problema de muchos estudiantes y jóvenes que tienen preguntas como ¿Qué carrera profesional escoger?, ¿Qué habilidades y talentos tengo?, ¿Qué me apasiona?, ¿Qué carreras están en alta demanda?, estas preguntas hacen que estudiantes recuren a buscar asesorías o test online, entonces nosotros proporcionamos una herramienta diseñada para ayudar a los usuarios a explorar sus habilidades, valores e intereses para identificar sus posibles carreras y campos laborales que pueden ser adecuados para ellos.

Hoy en día, más del 70% de estudiantes de educación secundaria no saben qué deberían estudiar. A causa de esto, ocurren problemas como una mala planificación en su futuro profesional. Por lo que, es imprescindible almacenar información de cada usuario para poder realizar una orientación eficiente.

En primer lugar, el usuario tendrá que registrarse con sus datos personales tales como su edad, lugar de residencia y sus intereses para poder ingresar a la app. La recopilación de estos datos es importante para que la inteligencia artificial (IA), los almacene ofreciendo opciones netamente personalizadas y sobre todo para que maneje una adecuada organización sobre las prioridades del usuario y toda la información que debería saber sobre sus resultados finales.

En segundo lugar, la aplicación tendrá planes de suscripción que servirán para mejorar la experiencia del usuario, cada plan tendrá beneficios únicos. El primer plan denominado “Plan de suscripción mensual”, permitirá a los usuarios tener acceso a todas las opciones, como son el análisis de habilidades y la orientación personalizada para carreras específicas. El Segundo plan denominado “Plan de suscripción anual”, incluirá los beneficios del plan de suscripción mensual pero tendrá un descuento en el precio total, los usuarios que sean acreedores de este plan tendrán un acceso más rápido a las actualizaciones y serán informados sobre las nuevas características de la aplicación. El tercer plan denominado “Plan personalizado”, será únicamente para los usuarios que después de haber sido recomendados en la experiencia gratuita, aún no tienen claro lo que desean estudiar, para ello, con este plan podrán hablar directamente con un especialista consejero de carrera y de esta manera recibir una retroalimentación más profunda.

1.1.2. Perfiles de Integrantes del equipo:

Diego Alonso Suarez Pagan	
Me llamo Diego Alonso Suarez Pagan, me gusta bailar; cantar; las comidas picantes. Una de mis metas es algún día tener una empresa propia. Tengo 21 años y estudió la carrera de Ingeniería de Sistemas de Información.	
Alvaro Pedro Celestino Torrejón	
Soy Alvaro Pedro Celestino Torrejón, me gusta; cantar, viajar, escuchar música; soy una persona responsable, analítico y trabajador tengo 18 años y actualmente vivo en Lima - perú estoy cruzando el 5to ciclo de la carrera de Ingeniería de Sistemas de Información en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas de UPC.	
Jack Arana Ramos – U202121875	
Mi nombre es Jack Arana, estudiante de la carrera de Ing. De Software. Me considero una persona autodidacta, capaz de realizar los trabajos de manera eficaz y eficiente. Además, tengo buena relación con los trabajos en equipo y cuento con algunas habilidades tales como: el lenguaje C ++, HTML, CSS y algunos conceptos básicos del Desarrollo Web.	

Azucena Guadalupe Lavado Medina – U20211D693

Mi nombre es Azucena Lavado, estoy en la carrera de Ingeniería de Sistemas de Información. Algunas de mis fortalezas son que soy responsable, empática y resolutiva. Mis metas a corto plazo son aprobar sin dificultades el curso, y una de mis metas a largo plazo es tener un trabajo estable.



1.2. Solution Profile

1.2.1. Antecedentes y Problemáticas

La elección de una carrera universitaria o técnica es una de las decisiones más importantes que los jóvenes deben tomar en sus vidas. Muchas veces, los estudiantes no están seguros de qué carrera elegir y se sienten abrumados por la cantidad de opciones disponibles. En algunos casos, los jóvenes también pueden no conocer las opciones de carrera disponibles y pueden tener una comprensión incorrecta de la carrera o sus requisitos.

En los últimos años, ha habido una explosión de aplicaciones móviles y plataformas que se han desarrollado para ayudar a los jóvenes a tomar decisiones informadas sobre su carrera. Estas aplicaciones ofrecen una gama de herramientas y recursos que pueden ayudar a los jóvenes a explorar sus intereses, habilidades, fortalezas y debilidades para encontrar la carrera que mejor se adapte a ellos.

Sin embargo, también hay desafíos en el desarrollo de estas aplicaciones, como la necesidad de diseñar herramientas efectivas que puedan ayudar a los estudiantes a identificar sus fortalezas y debilidades, o la necesidad de asegurarse de que los estudiantes no se limiten a las carreras que ya conocen. Además, hay una gran cantidad de información disponible en línea, y no siempre es fácil determinar qué información es precisa y confiable.

En resumen, la problemática radica en que los estudiantes carecen de una orientación efectiva y confiable para escoger una carrera, y la cantidad de información disponible en línea puede dificultar aún más la toma de decisiones informadas. Una aplicación que pueda abordar estos desafíos al proporcionar una orientación enfocada, herramientas para la exploración de carreras y acceso a información confiable podría resultar extremadamente útil para los jóvenes estudiantes que buscan una carrera adecuada.

The 5 'W's y 2 'H's

¿Cuál es el problema? (What - Qué)

- El problema es la cantidad de alumnos que al momento de elegir una carrera tienden a no indagar más del tema o no toman un test vocacional y esto conlleva a que posiblemente en una etapa avanzada intenten hacer un traslado de carrera.

¿Cuándo sucede el problema? (When - Cuándo).

1. El problema más frecuente sucede cuando los alumnos o escolares están por terminar el colegio sin saber que carrera estudiar. Asimismo, jóvenes que acaban de culminar el colegio pero que están confundidos con la carrera a la cual dedicarse.

¿Dónde sucede el problema? (Where - Dónde)

- Este problema sucede a menudo en los colegios (por el saber de los profesores o compañeros) y en el hogar (por el saber de los padres o familiares)

¿A quién se le presenta el problema? ¿Cuál es tu público objetivo? (Who - Quién)

1. El problema es que están involucrados todos los alumnos qué tengan dudas sobre la elección de una carrera profesional, en pocas palabras jóvenes de 16 en adelante que están pensando en tomar estudios superiores.

¿Por qué sucede el problema? ¿Qué situación ocasiona el problema? (Why - Por qué)

- Las personas llegan al problema porque no tienen certeza de qué carrera van a elegir, usualmente la mayoría ni toma el test vocacional y por eso necesitan una forma rápida y sencilla de solucionar el problema.

¿Cómo sucede el problema? ¿Cuáles son las precondiciones para que se presente el problema? (How - Cómo)

- El problema sucede porque al previo egreso de las escuelas, no se les informa a los alumnos qué deben investigar sobre la carrera que van a ejercer. O bien se les informa, pero no se toca el tema a profundidad.

¿Cuánto impacto económico genera este problema? Representar datos estadísticos del segmento que tiene el problema. (How much - Cuánto)

De acuerdo con el estudio hecho por la agencia EF, el 40% de los alumnos no saben qué carrera estudiar al terminar su colegio. Asimismo, de acuerdo con el estudio de mercado del Grupo de Educación al Futuro, el 80% de los estudiantes no sabe qué carrera estudiar cuando está por culminar sus estudios escolares.

1.2.2. Lean UX Process.

1.2.2.1. Lean UX Problem Statements.

El objetivo de nuestra aplicación es enfocarnos en la elección de estudios superiores específicamente en carreras universitarias.

Nuestro startup ofrece una aplicación de test vocacional, orientación educativa y vocacional. A través de nuestra aplicación, nuestros usuarios pueden realizar un test desarrollado y/o solicitar una sesión de orientación privada, en el caso de que no les convenza la respuesta del test.

Hemos llegado a observar que el problema ocurre mayormente debido al poco énfasis que se tiene en las escuelas con la elección de una carrera, pero también debido a que hay como 46% de personas que no rinden un test vocacional.

¿Cómo podemos tener un mayor alcance al público que egresan y lograr que aumente el porcentaje de personas que rinden y sienten seguridad de la carrera que están eligiendo?

1.2.2.2. Lean UX Assumptions.

Business Assumptions

1. Yo creo que los clientes tienen la necesidad de “Obtener un test vocacional simple pero efectivo”
2. Estas necesidades se pueden resolver con “La aplicación FinTech”
3. Mis clientes iniciales son (O serán) “Mayormente adolescentes qué estén egresando de la escuela”
4. El primer valor que un cliente quiere obtener de mi servicio es “La seguridad de que la respuesta que obtenga sea verídica”
5. El cliente también puede obtener estos beneficios adicionales “Obtención de un asesoramiento personalizado”
6. Adquiere la mayoría de mis clientes a través “Publicidad en Colegios”
7. Voy a hacer dinero por “Anuncios”
8. Mi principal competencia en el mercado será “Big Think”
9. Los venceremos debido a “Nuestro innovador servicio”
10. Mi mayor riesgo de producto es “No llegar a una gran cantidad del segmento objetivo”
11. Lo resolveremos a través de “Marketing en diferentes sitios web, concientizando a los alumnos”

User Assumptions

1. Quién es el usuario “Estudiantes de secundaria”
2. Donde encaja nuestro producto en su trabajo o vida “Encaja en la vida escolar”
3. Qué problemas resuelve nuestro producto “La inseguridad de la elección de una carrera profesional”
4. Cuando y como nuestro producto es usado “Al finalizar la escuela y de manera online”
5. Qué características son importantes “El test y la asesoría”

6. Cómo nuestro debe verse y comportarse nuestro producto “Debería lucir un aspecto limpio y comportarse de una manera fluida sin errores”

1.2.2.3. Lean UX Hypothesis Statements.

Hypothesis A

Creemos que al crear una plataforma que ofrezca tests vocacionales para que el cliente pueda obtener una respuesta concisa y respaldada por expertos.

Sabremos que tuvimos éxito

Cuando veamos una disminución del gran porcentaje de inseguridad en la elección de estudios superiores.

Hypothesis B

Creemos que crear un apartado en la app que ofrezca orientación personalizada, en caso no le convenga el test existe la opción de un meeting virtual en el que se puede solucionar muchas dudas.

Sabremos que tendremos éxito

Cuando veamos un descenso de dudas que se tengan con el test que se toma.

Hypothesis C

Creemos que al agregar una categoría en la app que nos permita seleccionar un horario libre, para evadir problemas de fecha

Sabremos que tendremos éxito

Cuando veamos un incremento en citas para la orientación personalizada

1.2.2.4. Lean UX Canvas.

<p>Business problem What business have you identified that needs help?</p> <ul style="list-style-type: none"> Dificultad de las personas que tienen el problema de no saber determinar la carrera universitaria. Algunas personas no tienen el tiempo de asistir a las clases personalizadas(presenciales) <p>Users and customers What types of users and customers should you focus on first?</p> <ol style="list-style-type: none"> Personas jóvenes entre 16 y 25. Personas que quieren obtener un conocimiento sobre las carreras que brindan las universidades. 	<p>Solution ideas List product/feature/enhancement ideas that help your target audience achieve the benefits they are seeking.</p> <p>Se agregaron cursos de introducción a la carrera.</p> <p>Se agregaron subtítulos para portugués, Inglés, Español.</p> <p>Se agrego login como usuario invitado.</p> <p>Guía vocacional autoguiada con videos explicativos y material descargable elaborado por nuestros profesionales.</p> <p>Mapa vocacional para llevar un resumen práctico de tus resultados.</p> <p>Nuevas características para mantener tu mente activa con desafíos innovadores para mantenerte entretenido.</p> <p>Retos diarios, semanales, mensuales y tablas de competición</p>	<p>Business outcomes What changes in customer behavior will indicate you have solved a real problem in a way that adds value to your customers?</p> <p>Ayudar a las personas a través de la aplicación dándoles consejos sobre la introducción de su carrera.</p> <p>Nuestros usuarios necesitan servicio de ayuda de una guía vocacional.</p> <p>User benefits What are the goals your users are trying to achieve? What is motivating them to seek out your solution?</p> <p>Compartir con otras personas clases personalizadas y nuestra que este en tendencia.</p> <p>Encontrar mas usuarios que quieran aprender y informarse de cada carrera universitaria.</p>
<p>Hypotheses Combine the assumptions from 2, 3, 4 and 5 into the following template hypothesis statement: "We believe that [business outcome] will be achieved if [user] attains [benefit] with [feature]". Each hypothesis should focus on one feature.</p> <p>Creemos que con nuestra aplicación beneficiaremos a muchas personas y que tengan conocimiento sobre las carreras universitarias que brinda cada universidad.</p> <p>Creemos que a través de nuestra aplicación se puede compartir clases personalizadas para ayudar a demás personas a querer llegar a ser profesionales.</p>	<p>What's the most important thing we need to learn first? For each hypothesis, identify the riskiest assumption. This is the assumption that will cause the entire idea to fail if it's wrong.</p> <p>Tener en cuenta que a las personas se les hace un poco difícil saber escoger su carrera y no contar con una buena información a base de la carrera que ellos quieren consultar.</p>	<p>What's the least amount of work we need to do to learn the next most important thing? Brainstorm the types of experiments you can run to learn whether your riskiest assumption is true or false.</p> <p>Preguntas frecuentes en como la aplicación para mas beneficio a los usuarios.</p> <p>Hacer encuestas a las personas que quieren ser mas a delante a profuturo.</p>

miro

1.3. Segmentos objetivo.

Para poder identificar el segmento objetivo, es primordial segmentar el mercado, el público objetivo será al único que atenderemos y modelamos el servicio de acuerdo con sus necesidades.

Según el diario El peruano, en el Perú hasta noviembre del año 2021, indica que la tasa de deserción universitaria se redujo en un 11,5%. Así mismo, en agosto del 2021, seis de cada 10 jóvenes tuvieron que detener los estudios que cursan, debido a problemas económicos en la familia o un bajo rendimiento académico. Por otro lado, según un estudio entre los meses de junio y agosto del año 2021, existió una alta demanda de más de 180 mil búsquedas de deserción universitaria, el 72,4% relacionadas al interés de dejar estudios universitarios y el 27,6% en dejar estudios de institutos. De acuerdo con un estudio de ciencia de manejo de datos, las principales causas son el reprobar cursos, poca preparación escolar y falta de interés por la carrera que eligieron. Estos datos indican cierta discrepancia entre datos reales e investigaciones académicas sobre la base de datos de búsqueda de páginas de internet, lo cual supone un problema de credibilidad o incertidumbre sobre lo que abarca más porcentaje de población. Por estos motivos, existe una posibilidad de que el servicio de una aplicación que brinde una orientación vocacional personalizada con un seguimiento constante y activo, se mejore la información que puedan recibir las personas interesadas y que reconozcan mejor sus virtudes y las aprovechen, logrando que tengan un mayor interés en realizar sus carreras profesionales y se mejore la percepción de los usuarios sobre un futuro profesional exitoso.

Por todo ello, los segmentos objetivos primordiales identificados son los **Jóvenes en busca de orientación vocacional**. Asimismo, de **especialistas de carreras profesionales** que imparten orientación vocacional con su conocimiento y experiencia.

CAPÍTULO II: REQUIREMENTS ELICITATION & ANALYSIS

2.1. Competidores

2.1.1. Análisis competitivo.

Competitive Analysis Landscape					
¿Por qué llevar a cabo este análisis?		Escriba en el recuadro la pregunta que busca responder o el objetivo de este análisis.			
		¿Qué ventajas tenemos frente a nuestros competidores?			
(En la cabecera colocar por cada competidor nombre y logo)	Vocational Finter (FinTech) 	TED Ed (Competidor 1) 	Big Think (Competidor 2) 	Khan Academy (Competidor 3) 	
Perfil	Overview	Plataforma educativa, proporcionamos una que pueden ser adecuados para ellos.	Plataforma educativa en línea que ofrece una amplia gama de videos educativos. Estos videos cubren una variedad de temas, desde ciencia y tecnología hasta historia y literatura.	Sitio web educativo que presenta videos y entrevistas con expertos en diversos campos, como ciencia, psicología, política y filosofía. Los videos de Big Think abordan temas importantes	Plataforma educativa sin fines de lucro que ofrece lecciones en línea en forma de videos y ejercicios interactivos. Khan Academy cubre una amplia gama de materias, desde

		Los videos de TED Ed están diseñados para ser entretenidos y educativos, utilizando animaciones y narraciones para explicar conceptos complejos de manera accesible.	y actuales, y su objetivo es fomentar el pensamiento crítico y promover el conocimiento en la sociedad.	matemáticas y ciencias hasta humanidades y economía.
	Ventaja competitiva ¡Que valor ofrece a los clientes?	Recursos de aprendizaje gratuito sobre la carrera profesional y laboral (lecciones, herramientas, tecnologías, charlas, etc)	Ofrece lecciones y charlas inspiradoras de expertos en diversos campos.	Ofrece videos de expertos en diferentes campos, incluyendo ciencia, tecnología, política, cultura y más.
Perfil de Marketing	Mercado Objetivo	Estudiantes interesados en el autoaprendizaje a nivel universitario	Estudiantes y educadores de todas las edades.	Adultos interesados en la mejora personal y el aprendizaje continuo
	Estrategias de marketing	Landing Page y RRSS	Contenido viral, colaboraciones estratégicas y promoción en eventos.	Influencer marketing, contenido de alta calidad y estrategias de SEO.
Perfil de producto	Producto & Servicios	Lecciones, herramientas de práctica y charlas con expertos	Charlas y videos educativos, y recursos para educadores.	Videos educativos de expertos, y programas de aprendizaje en línea.
	Precios & Costos	Contenido gratuito y contenido premium de pago en suscripciones	TED-Ed ofrece su contenido educativo de forma gratuita en su plataforma en línea.	Big Think ofrece un contenido gratuito y uno premium de pago en su plataforma en línea.
	Canales de distribución (Web y/o Móvil)	Canales de distribución web y móvil (iOS y Android)	Canal de distribución web	Canales de distribución web y móvil (iOS y Android)

Análisis SWOT

<p>Realice esto entre su startup y sus competidores, sus fortalezas deberían apoyar sus oportunidades y contribuir a lo que ustedes definen como su posible ventaja competitiva.</p>				
Fortalezas	Enfoque en el autoaprendizaje y un amplio catálogo de contenido gratuito	Contenido educativo de alta calidad, marca establecida y amplia audiencia	Amplio catálogo de contenido y enfoque en el aprendizaje empresarial	Amplio catálogo de contenido gratuito y enfoque en la educación K-12
Debilidades	Dependencia de ingresos por suscripciones	Disponibilidad de contenido limitada y el idioma	Dependencia de ingresos por suscripciones	Dependencia de donaciones
Oportunidades	Expansión internacional y alianzas estratégicas	Expansión de contenido e Internacionalización	Expansión a nuevos mercados	Colaboraciones con escuelas e instituciones educativas
Amenazas	Competencia de otras plataformas educativas	Competencia en el mercado educativo en línea	Cambios en la demanda del mercado	Cambios en las políticas educativas

2.1.2. Estrategias y tácticas frente a competidores.

- Marketing digital: Utilizar estrategias de marketing digital efectivas, como SEO (optimización para motores de búsqueda), SEM (publicidad en motores de búsqueda), redes sociales, marketing de contenidos y email marketing, para aumentar la visibilidad y atraer a la audiencia objetiva.
- Alianzas estratégicas: Buscar oportunidades de colaboración con otras empresas o instituciones educativas que complementen tu producto/servicio. Esto puede incluir acuerdos de co-marketing, colaboraciones en eventos o programas conjuntos que amplíen el alcance y ayuden a llegar a nuevos mercados.
- Experiencia del usuario: Ofrecer una experiencia del usuario excepcional en tu plataforma o sitio web. De uso fácil, intuitiva y con un diseño atractivo. Ofrece un excelente servicio al cliente y busca constantemente la retroalimentación de los usuarios para mejorar y optimizar la experiencia del usuario.
- Fidelización de clientes: Implementación de estrategias de fidelización de clientes, como programas de lealtad, descuentos exclusivos para clientes recurrentes, contenido premium o acceso anticipado a nuevas funcionalidades. Comunicación activa con los clientes para mantener su compromiso y lealtad a la empresa.

2.2. Entrevistas.

2.2.1. Diseño de entrevistas.

1. ¿Cuán a menudo usted ha hecho uso de un test vocacional?
2. ¿Además de un test vocacional de qué otra manera usted podría decidir qué estudiar?
3. ¿Con qué frecuencia usted investiga sobre sus inclinaciones académicas?
4. ¿Cómo cree usted que debería realizarse una orientación vocacional de manera efectiva?
5. ¿Cómo podría usted identificar sus fortalezas y debilidades?
6. ¿Qué problemas presenta usted cuando quiso escoger una carrera profesional?
7. ¿Qué recomendaciones le brindaría usted a los jóvenes estudiantes que están por terminar su ciclo escolar o jóvenes que desertaron de su carrera?
8. ¿Utilizaría usted un aplicativo móvil que realice un seguimiento vacacional personalizado?
9. ¿Cómo crees que una app de orientación vocacional personalizada ayudaría a solucionar los problemas actuales acerca de la toma de decisiones ante un futuro profesional?
10. ¿Existe alguna aplicación de orientación vocacional con la que se siente cómodo(a)?

¿Si es así cual sería? Si no es así ¿Porque cree que no hay ninguna aplicación de su interés?

2.2.2. Registro de entrevistas.

Entrevista Nro. 1



Entrevistado: Wilver Arana Ramos

Entrevistador: Jack Arana

Link de la entrevista: <https://youtu.be/J6glQkCI6BA>

Entrevista Nro. 2



Entrevistado: Camila Ordoñes Castillo

Entrevistador: Alvaro Pedro Celestino Torrejón

Link de la Entrevista: <https://youtu.be/mZeL5M530Oc>

Entrevista Nro. 3



Entrevistado: Sara Gutierrez

Entrevistador: Diego Suarez

Link de la Entrevista:

https://drive.google.com/file/d/1e7k9wrpe24I-Dn8ft6KDNJJvvJKZVWym/view?usp=share_link

2.2.3. Análisis de entrevistas.

Entrevista 1: En esta entrevista nos acompaña un joven de 21 años. Es estudiante de 6to ciclo de la carrera de Ingeniería de Software en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El joven nos comenta de la experiencia que tuvo al escoger su carrera profesional, así como en las dificultades que presento en aquellos momentos. Asimismo, del problema que tuvo en el cambio de carrera cuando cursaba el 3er ciclo en su universidad. Este cambio de carrera fue de Ing. De Sistemas de Información a la carrera que estudia actualmente (Ing. De Software).

Entrevista 2: Camila es una joven de 18 años un poco insegura de sus decisiones, que terminó la secundaria y está preparándose para postular. Ella cuando estaba en la secundaria no tenía muy claro qué carrera estudiar, en su momento realizaron test vocacionales en su colegio, realizado por estudiantes de una Universidad, también ha realizado test vocacionales en línea pero ninguno le ha ayudado. Al final de la entrevista ella cree que una aplicación que le ayude a realizar test vocacionales sería innovadora y muy bien aprovechada por los jóvenes. Ya que la tecnología va avanzando y así mismo nosotros podemos aprovecharlo al máximo, Camila sería un perfil interesante para Vocational Finter ya que ella tiene miedo a equivocarse y aún no tiene claro del todo que carrera seguir.

Entrevista 3: Sara es una joven de 17 años que acabó el colegio y está alistando para una academia. Ella nos comenta muy joven no sabía qué carrera decidirse y nosotros la ayudamos a poderla orientar a que carrera elegir recibió charlas y actividades como el test vocacional.

2.3. Needfinding.

2.3.1. User Personas.

VOCATIONAL FINDER



DAMARIS PERALTA

ACERCA DE ELLA

- Estudiante de secundaria
- Edad: 16 años
- Ubicación: Lima, Perú

Damaris es una estudiante de quinto año de secundaria que le preocupa que será de su futuro después de la escuela.

Ella quiere tomar una buena decisión respecto a su futuro profesional pero, no sabe como hacerlo, le da miedo fracasar en lo que escoga porque no sabe cual es su vocación.

OBJETIVOS

- Identificar sus fortalezas
- Escoger una carrera profesional
- Culminar exitosamente su carrera



"Una decisión puede cambiar tu futuro."

- Damaris P.

PERSONALIDAD



HOBBIES

- Escuchar música
- Leer
- Ver películas



FRANCISCO MARTINEZ

ACERCA DE ÉL

- Ex-estudiante Universitario
- Edad: 20 años
- Ubicación: Lima, Perú

Francisco fue un estudiante Universitario que se retiró de su carrera porque sentía que no era lo que en realidad le gustaba.

Francisco desea retomar sus estudios superiores pero aún no decide que debería estudiar, le preocupa mucho el tiempo que pasa sin saber que sería bueno para él, no quiere quedarse estancado por mucho tiempo.

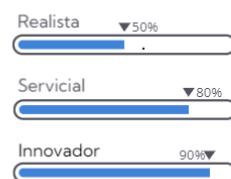
OBJETIVOS

- Descubrir su vocación
- Reconocer sus debilidades
- Encontrar una carrera que le guste.

"No tengas miedo de buscar tus sueños."

- Francisco M.

PERSONALIDAD



HOBBIES

- Investigar
- Dibujar
- Analizar

2.3.2. User Task Matrix.

Tareas	Damaris Peralta	
	Frecuencia	Importancia
Busca test vocacional	Muy seguido	Alta
Comparar resultados	Muy seguido	Alta
Busca aplicaciones similares	Muy seguido	Alta
Prueba la aplicación	Algunas veces	Alta
Verifica los resultados	Algunas veces	Alta

Tareas	Francisco Martinez	
	Frecuencia	Importancia
Investiga sobre aplicaciones confiables de guías académicas	Algunas veces	Alta
Usa la aplicación	Algunas veces	Alta
Registra sus datos e historial	Algunas veces	Alta
Paga la Categoría Premium	Algunas veces	Alta
Verifica los resultados	Algunas veces	Alta

2.3.3. User Journey Mapping.



JUMPING DAMARIS

Escenario: Damaris desea poder descubrir la carrera que debería estudiar.

EXPECTATIONS

- Estar convencida de la carrera que elija para estudiar.
- Disfrutar de la carrera que eligió.

DEFINE	COMPARE	NEGOTIATE	SELECT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga sobre test vocacionales y la viabilidad de estos. 2. Ingresa a plataformas que ofrecen estos servicios. <p>aplicaciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Encuentra varias opciones en páginas web y aplicaciones. 4. Compara la efectividad de las páginas. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Descubre la aplicación Vocational Finder en las sugerencias de la tienda de aplicaciones. 6. Tiene varias categorías de suscripción. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Comienza a usar la aplicación y se inclina por usar la categoría de suscripción mensual. 8. El aplicativo le ofrece muchas opciones para descubrir su vocación.
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> -Tener varias opciones entre páginas y aplicaciones. -Comparar precios. -El servicio de orientación vocacional permite decidir que es mejor estudiar según los gustos y habilidades de cada persona. 		INTERNAL OWNERSHIP + METRICS <ul style="list-style-type: none"> -Ahorro de tiempo -Opciones variadas -Mejora la experiencia del usuario por las mejoras de la aplicación conforme el tiempo que sea usuario. 	

	JUMPING FRANCISCO Escenario: Francisco quiere elegir una carrera profesional con certeza de que le guste.	EXPECTATIONS <ul style="list-style-type: none"> -Averiguar qué carrera se adapta mejor a sus gustos. -Culminar satisfactoriamente la carrera que elija. 	
DEFINE <ol style="list-style-type: none"> 1. Explora sobre las diversas orientaciones académicas que existen. 2. Indaga en recomendaciones de sus amistades y de la tienda de aplicaciones. 	COMPARE <ol style="list-style-type: none"> 3. Encuentra diversas páginas y aplicaciones que ofrecen el mismo servicio, pero decide leer las características de cada una. 4. Compara las opciones de aplicaciones. 	NEGOTIATE <ol style="list-style-type: none"> 5. Descubre la aplicación Vocational Finder y la descarga en su móvil. 6. Tiene varias opciones de suscripción, pero opta por la versión gratuita para probar. <p>La categoría gratuita ofrece todo lo que necesito por ahora.</p> <p>¿Podría obtener descuentos en las demás categorías?</p>	
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> -Manejar una variedad de opciones y poder experimentar en cada una de ellas. -Comparar precios. -La orientación vocacional te ayuda a tener una idea más clara y precisa de lo que podrías estudiar según tu información. 		INTERNAL OWNERSHIP + METRICS <ul style="list-style-type: none"> -Ahorro de tiempo -Es una aplicación optimizada por lo que ocupa menos espacio. -Es compatible para varias versiones de sistemas de celular. 	

2.3.4. Empathy Mapping.

USER 1



USER 2



2.3.5. As-is Scenario Mapping.

USER 1

FASES	BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN	REALIZACIÓN DEL TEST VOCACIONAL EN LÍNEA	INTERPRETACIÓN DEL RESULTADO	TOMA DE DECISIÓN
DOING	<ul style="list-style-type: none"> - Busca información en internet de las diferentes carreras profesionales. - Busca test vocacional en internet. - Compara salarios promedios de diferentes carreras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le realizan preguntas poco científicas que no están respaldadas por estudios psicológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interpreta que el test vocacional no le brinda el resultado esperado. - Obtiene poca información sobre sus intereses, habilidades y valores 	<ul style="list-style-type: none"> - Aún no postula a ninguna universidad.
THINKING	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que los diferentes sitios web no le dan la información que ella busca. - Piensa que los sitios web no son seguros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que no ha respondido correctamente las preguntas del test vocacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que los resultados no le ha ayudado a decidir su carrera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que no encontrará la carrera que está buscando.
FEELING	<ul style="list-style-type: none"> - Siente temor de que las páginas no sean seguras. - Siente temor que el test vocacional gratuito encontrado no le ayude. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se frustra al no saber qué responder en algunas preguntas. - Siente preocupación ya que las preguntas son difíciles de responder. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se decepciona al recibir el resultado y no estar segura de que esa sea su vocación a seguir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Siente frustración al no saber que carrera profesional seguir. - Se preocupa ya que está acabando el colegio.

USER 2

FASES	BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN	REALIZACIÓN DEL TEST VOCACIONAL	INTERPRETACIÓN DEL RESULTADO	TOMA DE DECISIÓN
DOING	<ul style="list-style-type: none"> - Pregunta a sus amigos como les va en la Universidad. - Investiga a personas exitosas y sus carreras. - Busca test vocacional en internet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las preguntas son simples y con poco criterio. 	<ul style="list-style-type: none"> - El resultado varía y no le genera más dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aún no retoma sus estudios. - Tiene más dudas que antes.
THINKING	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que sus amigos no le ayudan a escoger su vocación. - Piensa que le brindan información segura. - Piensa que las carreras profesionales no van enfocado a sus gustos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Al dar muchas veces el test, siente que las preguntas son simples y no están respaldadas por profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que los resultados del test vocacional no le ayudan a escoger su vocación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piensa que nunca va encontrar la carrera que a él le guste. - Piensa que va a decepcionar a sus familiares.
FEELING	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene miedo de poder entrar a páginas con virus. - Siente dudas al no pensar igual que sus amigos. - Se desespera al no encontrar una respuesta segura al investigar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se decepciona de las preguntas, ya que considera que son muy simples. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se desespera porque la página le da diferentes respuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Siente presión de parte de su familia. - Siente frustración al no saber que carrera elegir. - No se siente seguro de retomar sus estudios.

CAPÍTULO III: REQUIREMENTS SPECIFICATION

3.1. To-Be Scenario Mapping.

Damaris

¿Qué hace, siente y piensa Damaris de nuestra solución para saber que debería hacer en su futuro profesional?

STEP	Buscar páginas o aplicaciones de orientación vocacional	Comenzar a usar la aplicación Vocational Finter	Probar la aplicación de diversas formas
DOING	-Abro Vocational Finder -Coloco mis datos y mi historial académico -Realizo el pago de la suscripción.	-Realizo el test vocacional y respondo a las preguntas personalizadas que aparecen -Investigo en las instrucciones para sacar el máximo provecho de la aplicación	-Pruebo la aplicación de varias maneras con las asesorías personalizadas.
THINKING	-Que bien que exista una aplicación de orientación vocacional personalizada.	-Sé que el aplicativo está preparado para mis necesidades.	-Que bien que la aplicación tenga un uso extendido
FEELING	-Seguridad al saber que la aplicación será de mucha ayuda. -Tranquilidad al ver las diversas opciones si una no me convence.	-Confianza al saber que cuento con profesionales adecuados para mis dudas.	-Emoción al saber que podré usar la aplicación por tiempo indefinido.

Francisco

¿Qué hace, siente y piensa Francisco de nuestra solución para saber que debería hacer en su futuro profesional?

Step	Explora sobre diversas orientaciones vocacionales	Comenzar a usar la aplicación Vocational Finter	Probar la aplicación de diversas formas
Doing	-Abro Vocational Finter -Leo la información detallada -Me registro con mis datos y mi historial académico	-Veo las opciones que la aplicación ofrece -Indago acerca de la veracidad sobre la información que brinda la aplicación	-Utilizo la aplicación en su forma gratuita y comparo los resultados con otros.
Thinking	-Es genial que exista una aplicación de orientación vocacional con información necesaria y confiable.	-Estoy seguro de que el aplicativo me presentará ofertas educativas útiles para mí.	-Qué bueno que la aplicación me ofrezca un servicio confiable y lo refuerce con información necesaria.
Feeling	-Seguridad y confianza que encontraré la mejor solución mediante esta app. -Tranquilidad al saber que ya no tendré que preocuparme por creer que no tengo opciones.	-Certeza de que podré darme una idea de la carrera que realmente me podría gustar.	-Confianza de que encuentre una carrera específica y la especialidad que debería seguir para mi buen desempeño en mi futuro profesional.

3.2. User Stories.

HU	HU01:	Título:	Registro y acceso del usuario a la aplicación Vocational Finder
Usuario	UH	Sprint	
Descripción	Como usuario deseo poder registrarme y acceder a mi cuenta a partir de un vínculo de cuentas personales con alguna red social tales como Facebook o correos electrónicos populares como Gmail y Outlook.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Registro y acceso del usuario en la app</p> <p>Dado que el usuario accede al registro de usuarios en la app</p> <p>Cuando registre todos los datos necesarios como sus datos personales, correo y tipo de suscripción</p> <p>Y presione el Botón crear cuenta</p> <p>Entonces se habrá creado una cuenta como usuario y se mostrará un mensaje de cuenta creada.</p> <p>Escenario 2: Registro y acceso del usuario con ayuda de cuentas externas</p> <p>Dado que el usuario no está registrado</p>		

	Y se encuentre en el formulario de registro de la aplicación Cuando presione el botón registrar con cuenta de red social Entonces instantáneamente se crea una cuenta en la aplicación con los datos de la cuenta de la red social seleccionada.
Prioridad	Alta
Tiempo estimado	100 horas

HU	HU02:	Título:	Interacción en carreras
Usuario	UH	Sprint	
Descripción	Como usuario quiero tener acceso ilimitado a algunas opciones de la aplicación.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Navegación en carreras</p> <p>Dado que el usuario está registrado en la suscripción mensual</p> <p>Cuando requiera hacer uso de la aplicación Vocational Finder</p> <p>Y seleccione la opción de carreras</p> <p>Entonces se desplegará todas las opciones las carreras por especialidades, con acceso ilimitado.</p> <p>Escenario 2: Información específica por carrera</p> <p>Dado que el usuario registrado se encuentra en la aplicación</p> <p>Y requiere saber la información sobre alguna carrera</p> <p>Cuando presione alguna carrera</p> <p>Entonces instantáneamente se tendrá acceso a la información de esta carrera</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	70 horas		
HU	HU03:	Título:	Navegación por especialistas
Usuario	UH	Sprint	

Descripción	Como usuario quiero saber qué tipo de especialistas tienen y reservar citas con ellos.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Conocer a los especialistas</p> <p>Dado que el usuario accede la opción de especialistas en el app</p> <p>Cuando seleccione la opción especialista</p> <p>Y seleccione alguna especialidad y carrera</p> <p>Entonces podrá saber con qué especialistas cuenta la app</p> <p>Escenario 2: Reservación de citas</p> <p>Dado que el usuario accedió a la opción especialistas</p> <p>Y se encuentre en los especialistas según carrera</p> <p>Cuando presione la opción de chat</p> <p>Entonces el usuario podrá iniciar una conversación con el especialista.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	90 horas		
HU	HU04:	Título:	Perfil e información del usuario
Usuario	UH	Sprint	
Descripción	Como usuario deseo poder personalizar mi perfil.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Personalización del perfil</p> <p>Dado que el usuario desea personalizar su perfil</p> <p>Cuando vaya al ícono de perfil</p> <p>Y seleccione la opción editar perfil</p> <p>Entonces el usuario podrá editar su perfil como mejor le parezca.</p>		

Prioridad	Media		
Tiempo estimado	50 horas		
HU	HU05:	Título:	Acceso a mi historial de resultados en los test
Usuario	UH	Sprint	
Descripción	Como usuario deseo poder contar con un historial de resultados cuando haga un test.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Historial de resultados después de cada test vocacional</p> <p>Dado que el usuario realizó un test vocacional</p> <p>Cuando le salgan los resultados</p> <p>Y presione la opción perfil</p> <p>Entonces debajo de los datos aparecerá el historial de resultados.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	100 horas		
HU	HU06:	Título:	Realizar un test vocacional
Usuario	UH	Sprint	
Descripción	Como usuario quiero realizar test vocacionales.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Usuario cuenta con la categoría gratuita</p> <p>Dado que el usuario tiene la categoría gratuita</p> <p>Cuando vaya a la opción inicio</p> <p>Y seleccione test vocacional</p> <p>Entonces se abrirá una pantalla y solo permitirá 3 intentos de test vocacionales.</p>		

	Escenario 2: Usuario con cuenta de categoría mensual					
	<p>Dado que el usuario cuenta con la categoría mensual</p> <p>Cuando vaya a inicio</p> <p>Y seleccione la opcion test vocacional</p> <p>Entonces podrá realizar los test vocacionales ilimitadamente.</p>					
Prioridad	Alta					
Tiempo estimado	90 horas					
HU	HU07:	Título:	Configuración de la aplicación			
Usuario	UH	Sprint				
Descripción	Como usuario deseo poder configurar la aplicación para poder aprovecharlo al máximo.					
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Acceso a la parte de configuración de la app.</p> <p>Dado que el usuario se encuentre en la página de inicio</p> <p>Cuando seleccione el tornillo de configuración</p> <p>Entonces el usuario podrá ver toda la política de trabajo de la aplicación</p>					
Prioridad	Alta					
Tiempo estimado	110 horas					
HU	HU08:	Título:	Tipo de suscripción			
Usuario	UH	Sprint				
Descripción	Como usuario deseo tener opciones de tipo de suscripción.					
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Suscripción gratuita.</p> <p>Dado que el usuario solo quiera hacer uso de la suscripción gratuita</p> <p>Cuando seleccione cualquier opción</p> <p>Entonces tendrá usos limitados y no tendrá acceso a más usos por el bloqueo de suscripción gratuita</p>					

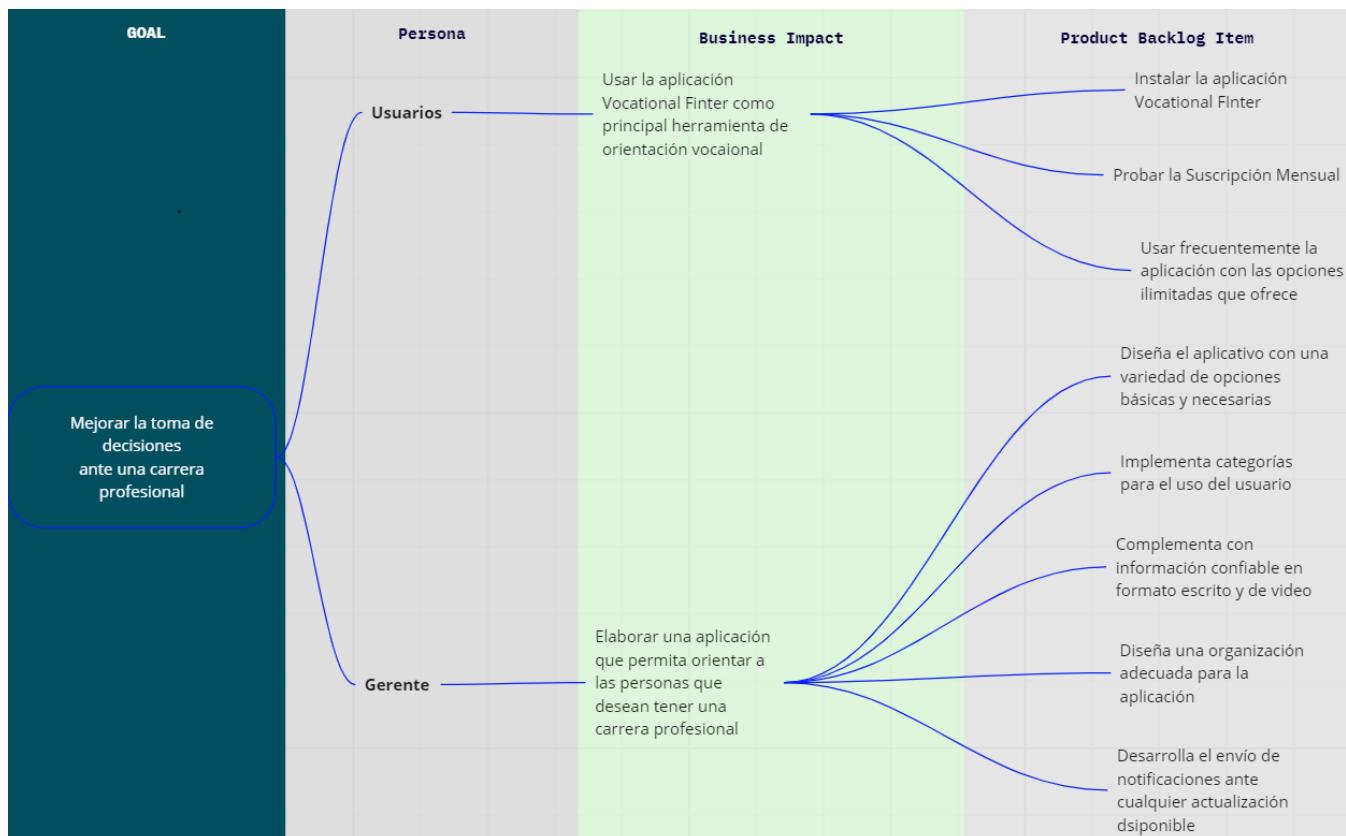
	<p>Escenario 2: Suscripción mensual.</p> <p>Dado que el usuario quiera hacer uso de la suscripción mensual</p> <p>Cuando seleccione cualquier opción</p> <p>Entonces el usuario tendrá uso ilimitado de muchas opciones que ofrece la aplicación</p>
Prioridad	Alta
Tiempo estimado	110 horas

HU	HU09:	Título:	Contacto web
Usuario	UH	Sprint	1
Descripción	Como usuario deseo poder tener un medio para contactarme con la empresa.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Contacto web</p> <p>Dado que el usuario accede a la página web</p> <p>Cuando identifique la organización de la página</p> <p>Y seleccione la opción contacto</p> <p>Entonces podrá observar los medios de contacto</p> <p>Y podrá enviar un mensaje desde la misma página con sus datos.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	1 hora		
HU	HU10:	Título:	Información suscripción
Usuario	UH	Sprint	2
Descripción	Como usuario quiero información en una página web sobre los tipos que suscripción que ofrece la aplicación Vocational Finder.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Información suscripción</p> <p>Dado que el usuario accede a la página web</p>		

	<p>Cuando seleccione el apartado de suscripción</p> <p>Entonces podrá visualizar toda la información necesaria acerca de los planes de suscripción de la aplicación.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	2 horas		
HU	HU11:	Título:	Servicio
Usuario	UH	Sprint	1
Descripción	<p>Como usuario quiero ver el servicio detallado que ofrece la aplicación en una página web.</p>		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Servicio</p> <p>Dado que el usuario accede a la página web</p> <p>Cuando visualice la organización</p> <p>Y seleccione el apartado de “Sobre nosotros”</p> <p>Entonces podrá ver la descripción detallada de nuestro startup.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	2 horas		
HU	HU12:	Título:	Equipo
Usuario	UH	Sprint	2
Descripción	<p>Como usuario quiero ver la información de los integrantes que conforman parte del equipo de desarrollo del proyecto.</p>		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Equipo</p> <p>Dado que el usuario desea conocer la información de los integrantes del equipo de desarrollo</p> <p>Cuando acceda a la página web de la aplicación</p> <p>Y seleccione el apartado de “Equipo”</p> <p>Entonces podrá visualizar una fotografía de cada uno de los integrantes, su especialidad y sus redes sociales.</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	1 hora		

HU	HU13:	Título:	Visualización organizada y fácil de desplazar
Usuario	UH	Sprint	1
Descripción	Como usuario quiero que la página web de la aplicación Vocational Finder sea fácil de entender y se pueda acceder a los apartados fácilmente.		
Criterios de aceptación	<p>Escenario 1: Visualización organizada y fácil de desplazar</p> <p>Dado que el usuario accede a la página web</p> <p>Y quiera ver la información que contiene</p> <p>Cuando seleccione las opciones del encabezado o deslice hacia arriba</p> <p>Entonces se mostrará toda la información de manera organizada y detallada</p>		
Prioridad	Alta		
Tiempo estimado	2 horas		

3.3. Impact Mapping.



3.4. Product Backlog.

Or de r	User Story ID	Titulo	Story Points (1-2-3-5-9)	Sprint
Requisitos funcionales del CORE				
6	HU06	Realizar un test vocacional	9	1
8	HU08	Tipo de suscripción	9	1
Requisitos funcionales normales				
1	HU01	Registro y acceso del usuario con vinculación de cuentas	9	1
2	HU02	Interacción en carreras	9	2
3	HU03	Navegación por especialistas	9	2
5	HU05	Acceso a mi historial de resultados en los test	5	1
9	HU09	Contacto web	5	1
10	HU10	Información suscripción	5	2
11	HU11	Servicios en seguridad de pago	9	1
12	HU12	Equipo con function auditiva	5	2
13	HU13	Visualización organizada y fácil de desplazar	9	1
14	HU14	Cambio de idioma	5	1
Requisitos no funcionales				
4	HU04	Perfil e información del usuario	9	2
7	HI07	Configuracion de la aplicacion	3	2

CHAPTER

CAPÍTULO IV: PRODUCT UX / UI DESIGN

4

4.1. Style Guidelines

4.1.1. General Style Guidelines.

- Logotipo



Escogimos este logo debido a que la brújula significa que somos la herramienta que muchos estudiantes buscan para encontrar su vocación. Brindándoles orientación, dirección, exploración y confianza. Nuestra aplicación les ayudará a navegar por las diferentes opciones y oportunidades laborales, explorar las diferentes áreas profesionales y descubrir sus intereses y habilidades, y así poder tomar la mejor decisión.

- Colores



#4D98ED

Hemos optado por utilizar los colores azul vibrante y blanco. Utilizamos el azul como color principal y el blanco para el texto y elementos del menú. Elegimos el color azul ya que está asociada a la confianza y puede brindar sensaciones de estabilidad y seguridad. Esto combinado con el blanco que es maravilloso en todos los contextos. La combinación de los colores para nuestra aplicación está muy asociada a la confianza que queremos transmitir a nuestros usuarios.

- Tipografía

Montserrat

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMOP
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnop
 qrstuvwxyz
 1234567890

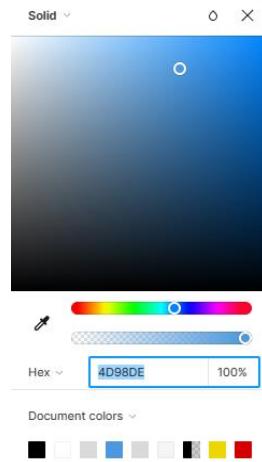
Escogimos el tipo de letra Montserrat ya que es una fuente moderna y legible, Este tipo de letra es muy adecuada para aplicaciones relacionadas con educación y trabajo.

4.1.2. Web Style Guidelines.

- Fuentes: Las variaciones del estilo de las fuentes de la aplicación móvil para:
 - Los títulos serán: Montserrat, tamaño 36
 - Los textos serán: Montserrat, tamaño 16
 - Subtítulos: Montserrat, tamaño 24



- Colores: El interfaz de colores serán el blanco para el fondo de la aplicación, azul para el campo de texto, blanco para el texto y negro para títulos y subtítulos.



- Gráficos:
 - Logo de la aplicación
 - Imágenes interactivas
 - Íconos de interacción
 - Imágenes de las carreras
 - Marco estadístico
 - Animaciones

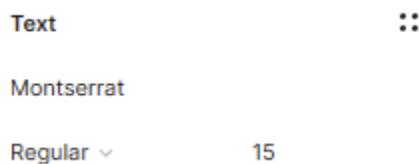
- Componentes:
 - Botón
 - Deslizador
 - Desplegables
 - Campo de texto
 - Campo de Test Vocacional.
 - Tabla Estadística

Menús y barras: Los menús serían test online, carreras, perfil y especialistas. Las barras serían el de búsqueda de carrera, búsqueda de especialista. Para acceder a los menús y barras de búsquedas con botones para que todo se encuentre de manera ordenada

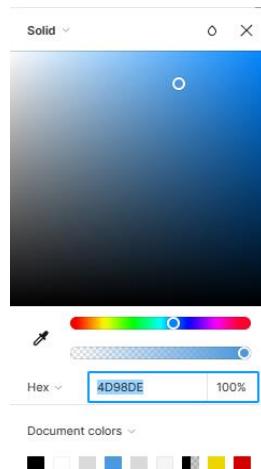
4.1.3. Mobile Style Guidelines.

4.1.3.1. iOS Mobile Style Guidelines.

- Fuentes: Las variaciones del estilo de las fuentes de la aplicación móvil para:
 - Los títulos serán: Montserrat, tamaño 36
 - Los textos serán: Montserrat, tamaño 15
 - Subtítulos: Montserrat, tamaño 18



- Colores: El interfaz de colores serán el blanco para el fondo de la aplicación, azul para el campo de texto, blanco para el texto y negro para títulos y subtítulos.



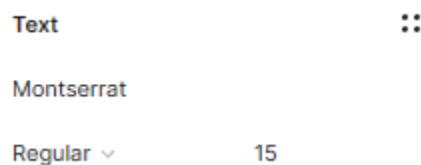
- Gráficos:
 - Logo de la aplicación
 - Íconos de interacción
 - Imágenes de las carreras
 - Marco estadístico
 - Animaciones

- Componentes:
 - Botón
 - Deslizador
 - Desplegables
 - Campo de texto
 - Campo de Test Vocacional.
 - Tabla Estadística

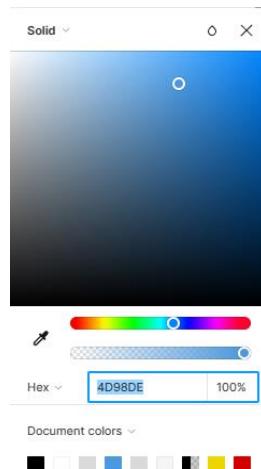
Menús y barras: Los menús serían test online, carreras, perfil y especialistas. Las barras serían el de búsqueda de carrera, búsqueda de especialista. Para acceder a los menús y barras de búsquedas con botones para que todo se encuentre de manera ordenada.

4.1.3.2. Android Mobile Style Guidelines.

- Fuentes: Las variaciones del estilo de las fuentes de la aplicación móvil para:
 - Los títulos serán: Montserrat, tamaño 36
 - Los textos serán: Montserrat, tamaño 15
 - Subtítulos: Montserrat, tamaño 18



- Colores: El interfaz de colores serán el blanco para el fondo de la aplicación, azul para el campo de texto, blanco para el texto y negro para títulos y subtítulos.



- Gráficos:
 - Logo de la aplicación
 - Íconos de interacción
 - Imágenes de las carreras
 - Marco estadístico
 - Animaciones

- Componentes:
 - Botón
 - Deslizador
 - Desplegables
 - Campo de texto
 - Campo de Test Vocacional.
 - Tabla Estadística

Menús y barras: Los menús serían test online, carreras, perfil y especialistas. Las barras serían el de búsqueda de carrera, búsqueda de especialista. Para acceder a los menús y barras de búsquedas con botones para que todo se encuentre de manera ordenada.

4.2. Information Architecture

4.2.1. Organization Systems.

El sistema de organización que se planea implementar para “VocationalFinder”, les permitirá a los usuarios visualizar la interfaz de forma intuitiva.

Tópico	Definición

Respuesta IA	Jerarquización en la información de las carreras y sus especialidades, búsqueda para la elección de una especialidad para el usuario
Agrupación	Agrupación de contenido relacionado a las lecciones, herramientas y charlas según la especialidad del usuario
Sugerencias	Acceso a la comunidad para consultas

4.2.2. Labeling Systems.

El sistema de “VocationalFinder” poseerá las siguientes etiquetas a utilizar para representar los conjuntos de información

Etiqueta	Descripción
Acceso	Botón para el inicio de sesión del usuario
Inscripción	Botón para inscribirse, crear cuenta
Principal	Visualización de los tópicos
Inicio	Redirecciónamiento al apartado principal
Suscripción	Apartado de visualización de las suscripciones
Búsqueda	Botón para iniciar la búsqueda de una carrera profesional
Recomendado	Redirecciónamiento a las charlas con expertos
Perfil	Redirecciónamiento al perfil configurable del usuario
Guardar	Botón para guardar cambios en la especialidad escogida
Reiniciar	Botón para reiniciar cambios en la especialidad del usuario

4.2.3. Searching Systems.

El sistema de búsqueda que se plantea realizar “VocationalFinder”, les permitirá a los usuarios encontrar su carrera, especialidad, ofertas entre otros. Este sistema de búsqueda simplificará el tiempo con el fin de brindar una mejor experiencia.

Nombre del Filtro	Descripción
Carreras	Filtro donde visualizamos todas las carreras profesionales
Especialidades	Filtro donde visualizamos las especialidades según la carrera profesional
Lecciones	Filtro donde se visualiza las lecciones necesarias según la especialidad
Herramientas	Filtro donde se visualiza las herramientas necesarias según la especialidad
Tecnologías	Filtro donde se visualiza las tecnologías necesarias según la especialidad
Charlas	Filtro donde encontramos todas las charlas con expertos según la especialidad

4.2.3. Navigation Systems.

Las acciones técnicas guiarán a los usuarios de “VocationalFinder” a través de las ventanas web, donde ayudará al usuario a elegir alguna información que desee acerca del producto o la aplicación.

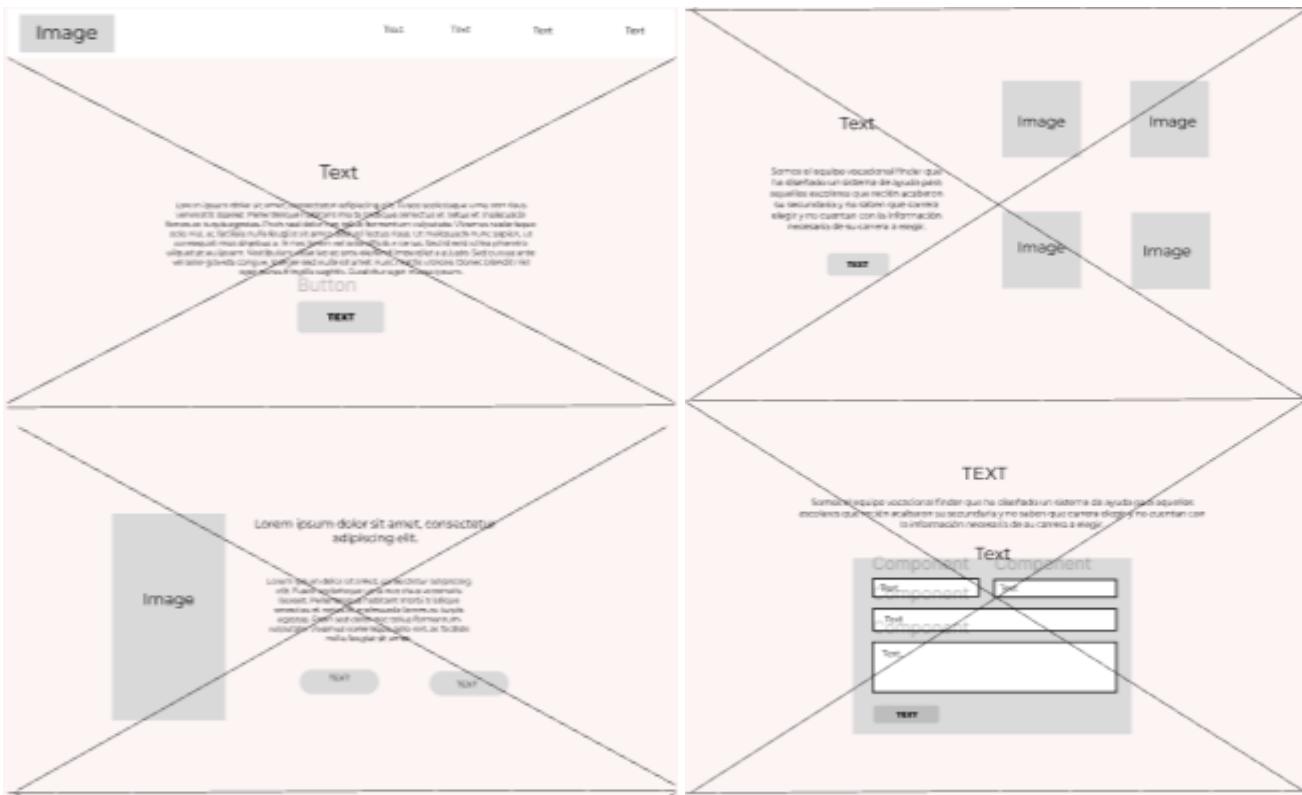
Nombre	Descripción
Inicio	Apartado principal, presentación de la Startup
Aplicación	Apartado de información sobre el aplicativo
Quienes somos	Apartado de información sobre el proyecto y el equipo
Contacto	Apartado de contacto, vía Gmail

4.3. Landing Page UI Design

4.3.1. Landing Page Wireframe.

Será una idea de la representación de cómo se verá nuestra página web.

En la pestaña principal pensamos en colocar el logo de la aplicación y se puede visualizar el botón de descargar el aplicativo móvil, además se encuentran los demás slides de la información del proyecto, el equipo y el de contactarnos con nosotros.



4.3.2. Landing Page Mock-up.

The landing page features a dark header with the logo 'FinTech' and a navigation menu with links: Home, Aplicacion, Suscripción, Comentarios, Sobre nosotros, Equipo, and Contacto. The main content area has a large 'FinTech' logo at the top, followed by the heading 'BIENVENIDO A NUESTRO SITIO WEB'. Below this is a paragraph about the site's purpose: 'Nuestro objetivo es brindar orientación vocacional que nos permita determinar con una idea más precisa si los usuarios están dispuestos o interesados en seguir un determinado estilo de vida en su futuro'. At the bottom are two buttons: 'NUESTRA APP' (highlighted in blue) and 'SABER MAS'.

The header is identical to the first landing page, featuring the 'FinTech' logo and the same navigation menu.

The main heading is 'NUESTRO APP MOBILE'. Below it is a smartphone displaying the app's welcome screen with the text 'Bienvenido a Vocational Finter' and a 'EMPEZAR TEST' button. To the right of the phone is a section titled 'Vocational Finder' with descriptive text and download links for 'PLAY STORE' and 'APP STORE'.

FinTech

- [Home](#)
- [Aplicación](#)
- [Suscripción](#)
- [Comentarios](#)
- [Sobre nosotros](#)
- [Equipo](#)
- [Contacto](#)

NUESTROS PLANES

La aplicación tendrá planes de suscripción que servirán para mejorar la experiencia del usuario, cada plan tendrá beneficios únicos

PLAN FREE

Este plan te permitirá hacer uso de la IA para encontrar tu carrera y especialidad, mas no te permitirá el uso de las herramientas y contenido premium.

PLAN DE SUSCRIPCIÓN MENSUAL

Este plan premium permitirá a los usuarios tener acceso a todas las opciones, como son el análisis de habilidades y la orientación personalizada para carreras específicas.

PLAN DE SUSCRIPCIÓN ANUAL

Este plan premium incluirá los beneficios del plan de suscripción mensual pero tendrá un descuento en el precio total, los usuarios que sean acreedores de este plan tendrán un acceso más rápido a las actualizaciones y serán informados sobre las nuevas características de la aplicación.

PLAN PERSONALIZADO

Únicamente para los usuarios que después de haber sido recomendados en la experiencia gratuita, aún no tienen claro lo que desean estudiar, para ello, con este plan podrán hablar directamente con un especialista consejero de carrera y de esta manera recibir una retroalimentación más profunda.

COMENTARIOS

Aun no estás seguro?, usuarios que probaron nuestra aplicación te cuentan un poco al respecto:

Saul Goodman
Lawless Inc

“ Lorem ipsum dolor sit amet consectetur, adipisicing elit. Lorem, ipsum dolor. Magnam iusto blanditiis non accusamus consequatur, nisi aut ducimus odio veniam culpa. ”

Sara Wilsson
Odeo Inc

“ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Corrupti assumenda, inventore laboriosam tempora itaque nesciunt tenetur, dolorem eligendi provident consectetur, magni vero quia repudiandae consequuntur. ”

 FinTech

Home Aplicacion Suscripción Comentarios Sobre nosotros Equipo Contacto

SOBRE NOSOTROS

Nuestro enfoque principal está en todas aquellas personas que desean continuar su educación profesional y quieren asegurarse acerca de la carrera en la cual deben invertir su tiempo y dinero.



Descripción de nuestra Startup

Somos la empresa FinTech, un grupo de estudiantes de la Universidad de Ciencias Aplicadas, buscamos solucionar el problema de muchos estudiantes y jóvenes que tienen preguntas como ¿Qué carrera profesional escoger?, ¿Qué habilidades y talentos tengo?, ¿Qué me apasiona?, ¿Qué carreras están en alta demanda?, estas preguntas hacen que estudiantes recurran a buscar asesorías o test online, entonces nosotros proporcionamos una herramienta diseñada para ayudar a los usuarios a explorar sus habilidades, valores e intereses para identificar sus posibles carreras y campos laborales que pueden ser adecuados para ellos.

Hoy en día, más del 70% de estudiantes de educación secundaria no saben que deberían estudiar. A causa de esto, ocurren problemas como una mala planificación en su futuro profesional. Por lo que, es imprescindible almacenar información de cada usuario para poder realizar una orientación eficiente.

 FinTech

Home Aplicacion Suscripción Comentarios Sobre nosotros Equipo Contacto

NUESTRO EQUIPO

Somos un grupo de estudiantes de la Universidad de Ciencias Aplicadas



Diego Suarez
Ing. de Software
[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#)



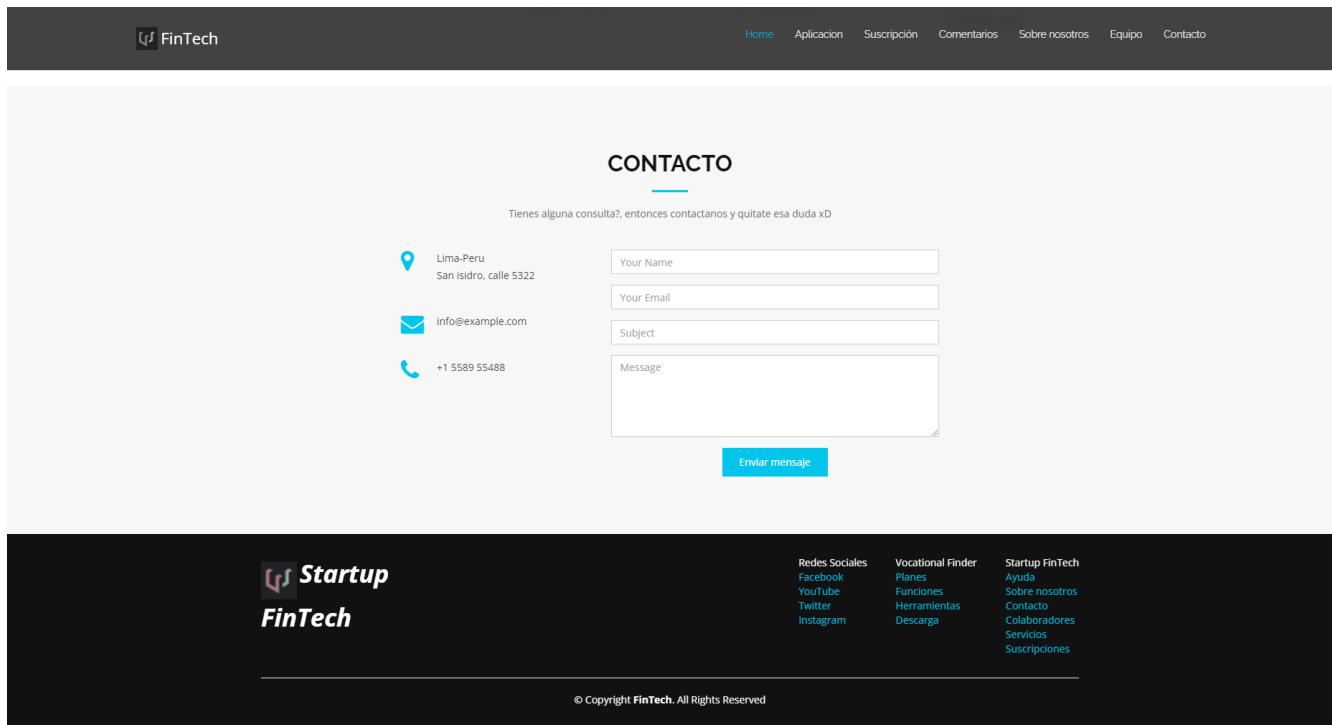
Alvaro Celestino
Ing. de Software
[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#)



Jack Arana
Ing. de Software
[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#)



Azucena Lavado
Ing. de Software
[Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#)

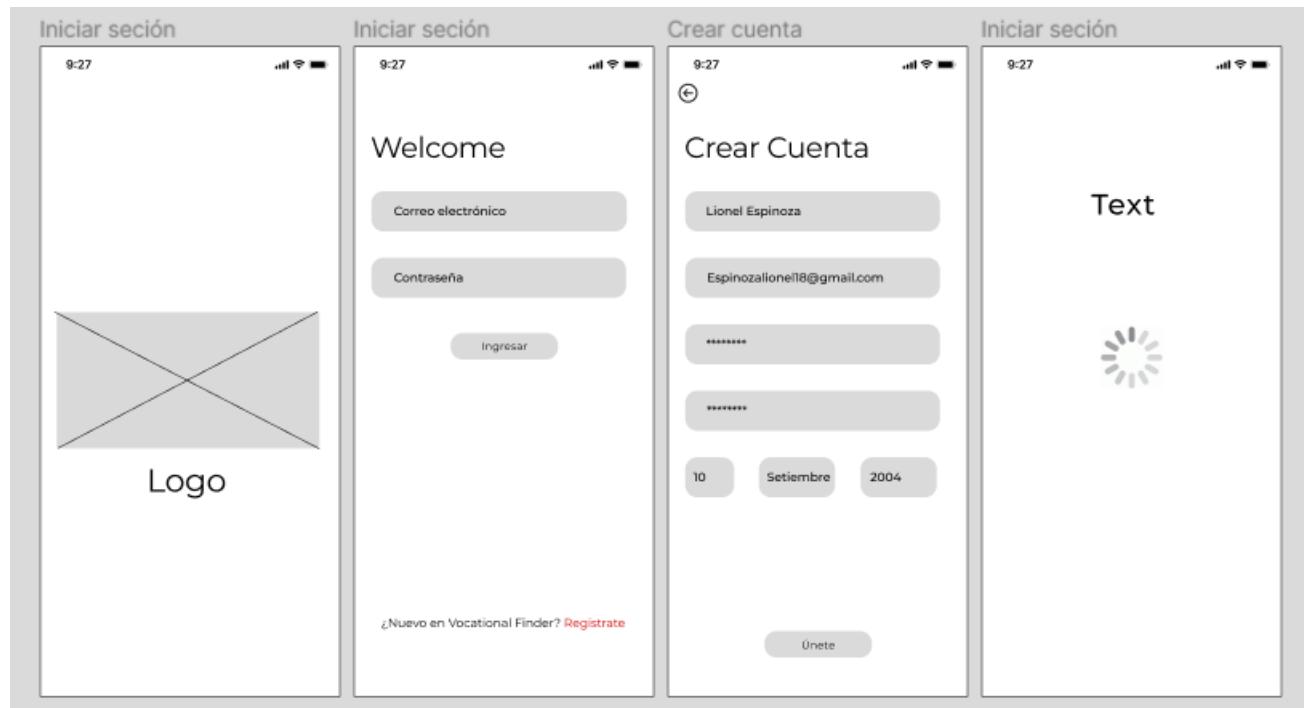


The image shows a wireframe of a website's contact page. At the top, there is a dark header bar with the FinTech logo on the left and navigation links for Home, Aplicacion, Suscripción, Comentarios, Sobre nosotros, Equipo, and Contacto on the right. Below the header, the main content area has a light gray background. The title "CONTACTO" is centered at the top of the content area. Below the title, there is a small text message: "Tienes alguna consulta?, entonces contactanos y quítate esa duda xD". To the left of the form fields, there are icons for location, email, and phone, each followed by placeholder text: "Lima-Peru San isidro, calle 5322", "info@example.com", and "+1 5589 55488". To the right of these icons is a large rectangular form field divided into four sections: "Your Name", "Your Email", "Subject", and "Message". At the bottom right of the form field is a blue button labeled "Enviar mensaje".

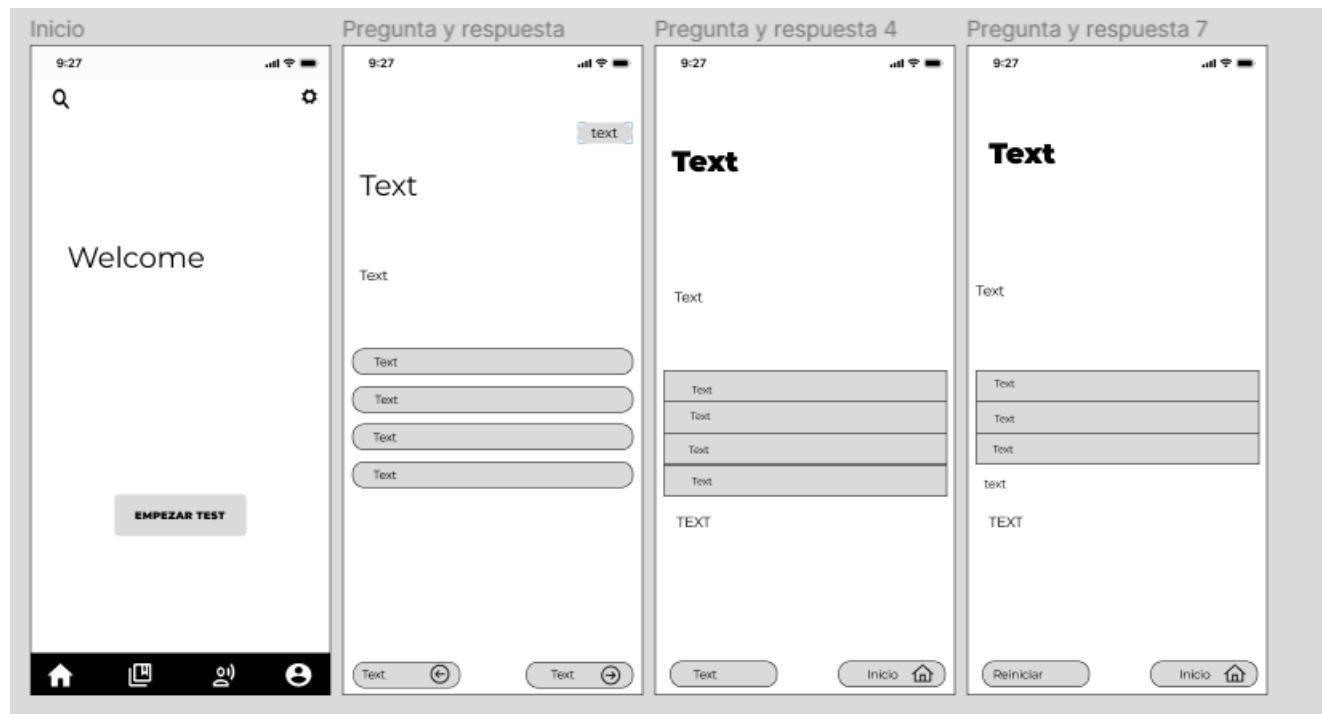
4.4. Mobile Applications UI Design

4.4.1. Mobile Applications Wireframes.

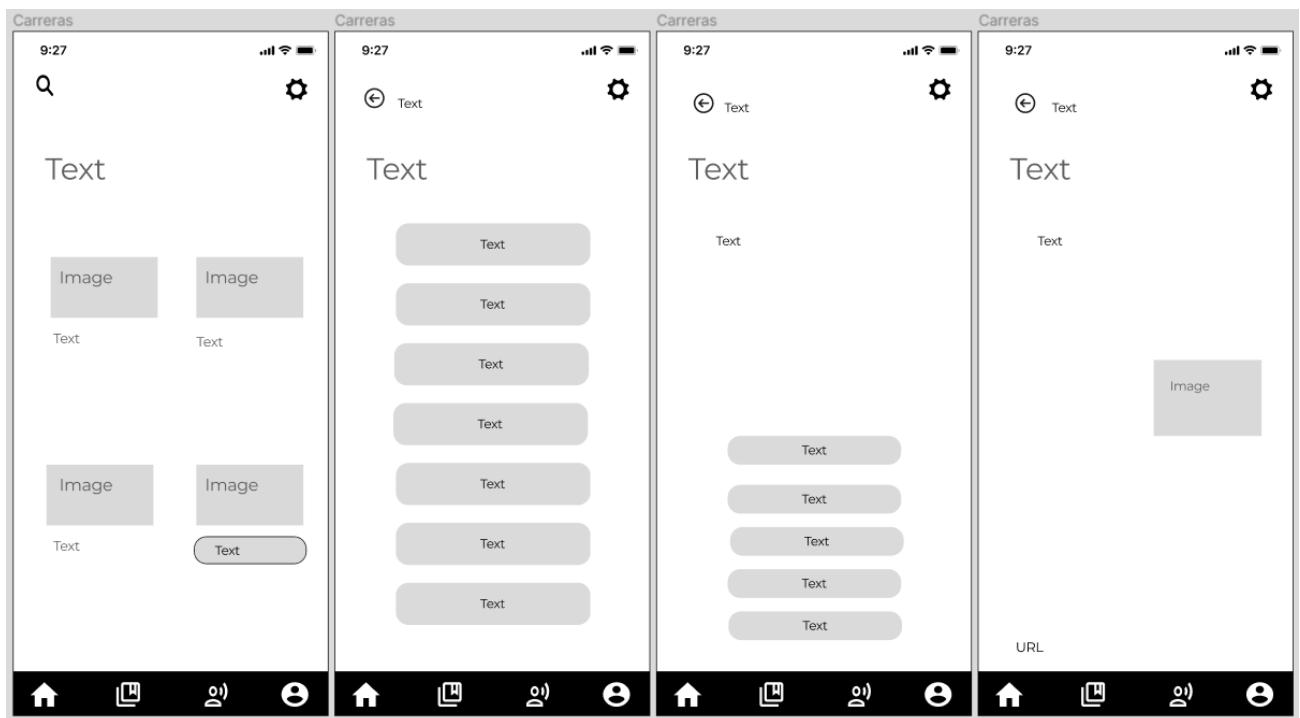
- Iniciar sección



- Test Online



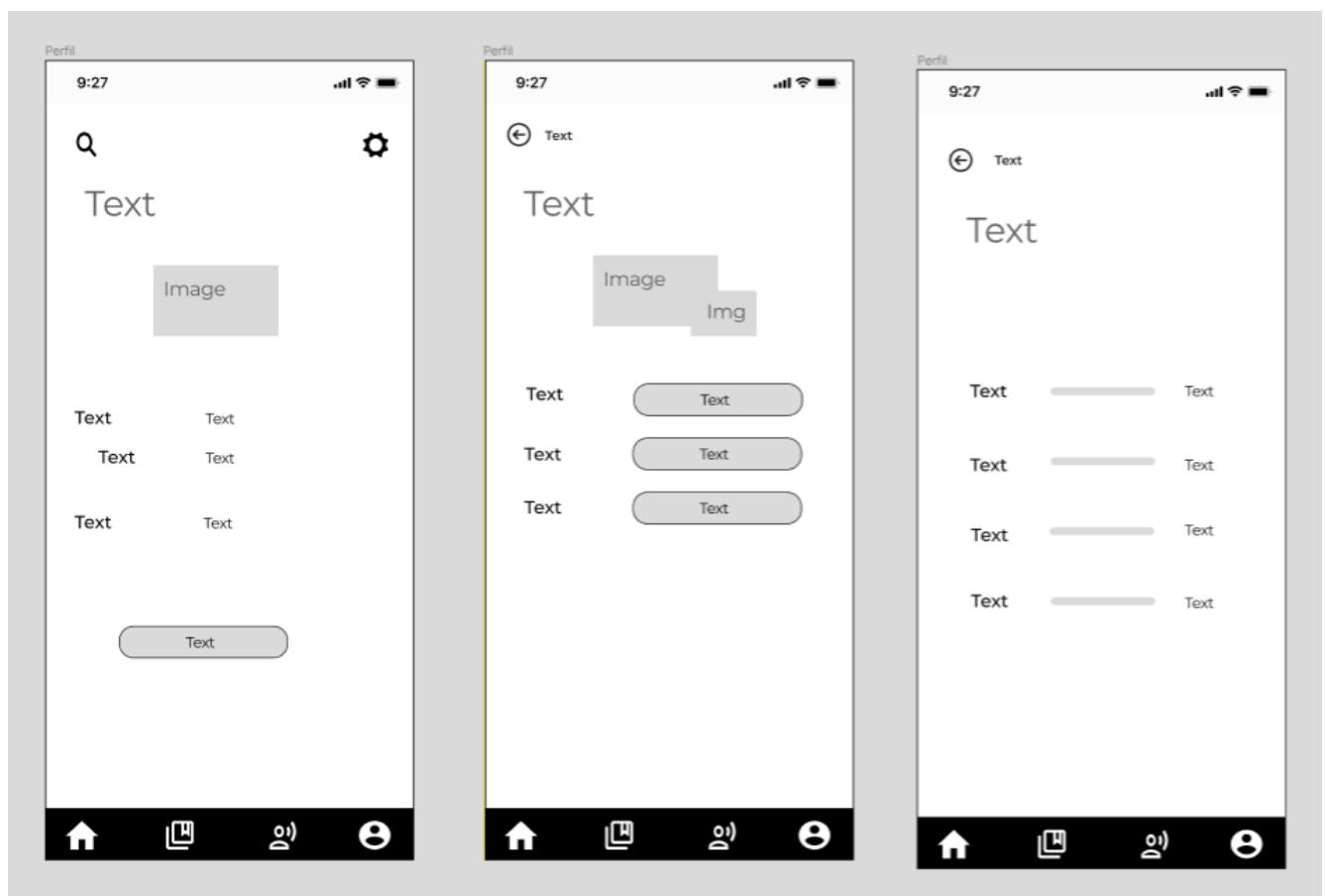
- Carreras



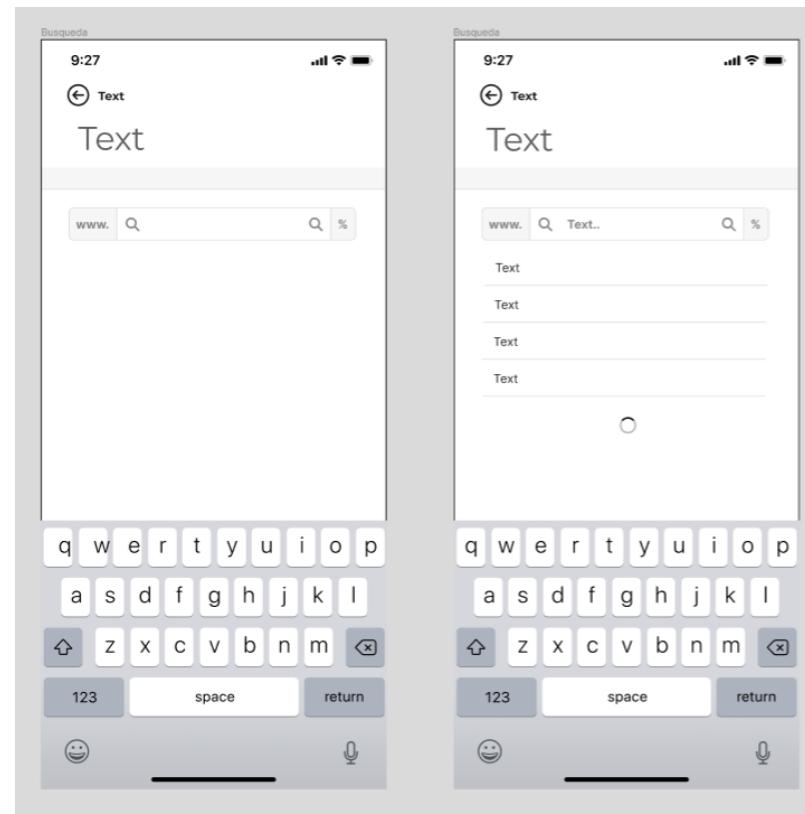
- Especialistas



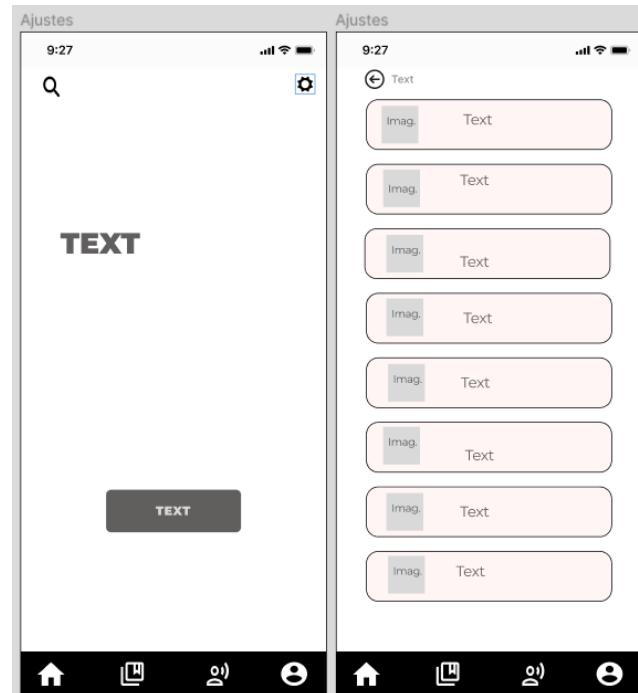
- Perfil



- Barra de Búsqueda



- Ajustes

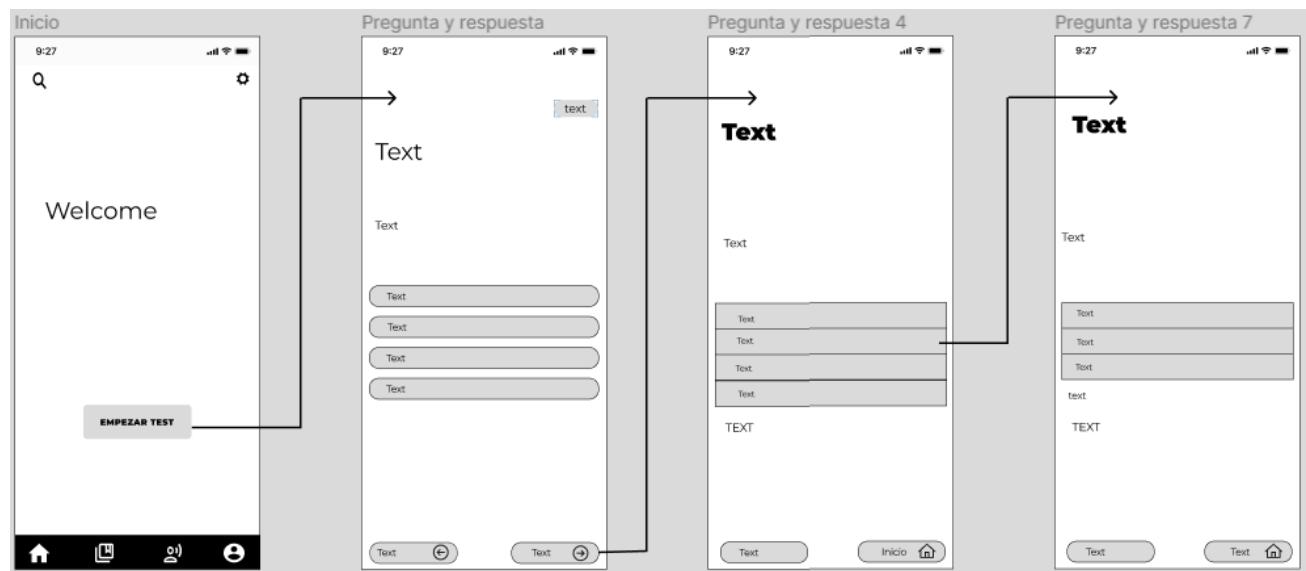


4.4.2. Mobile Applications Wireflow Diagrams.

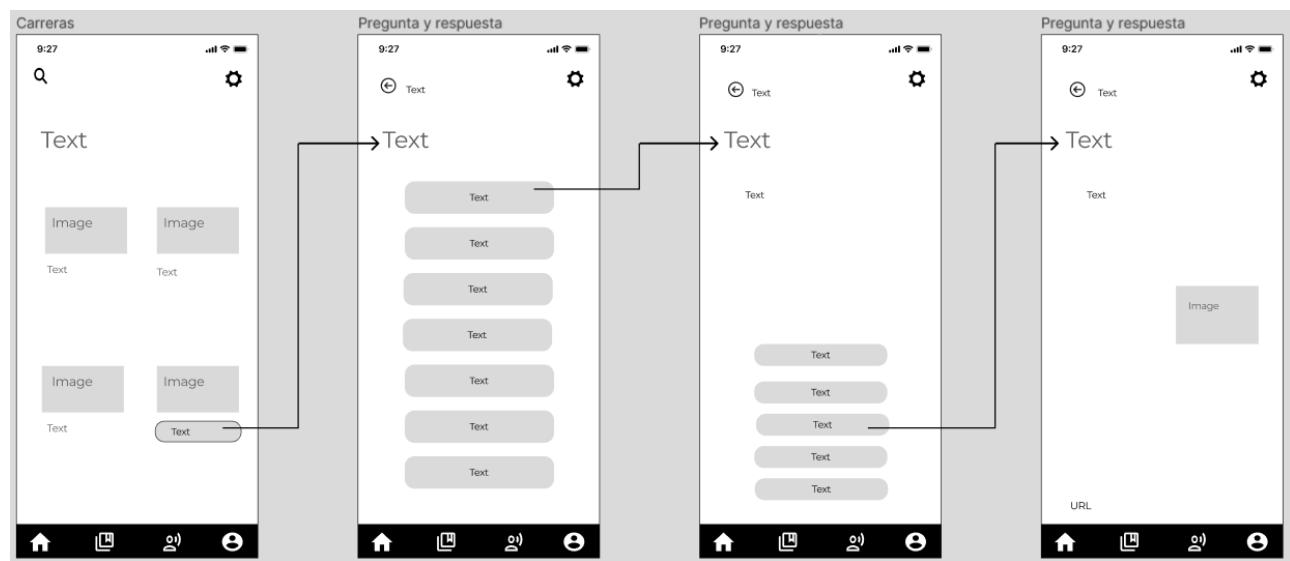
- Iniciar sesión



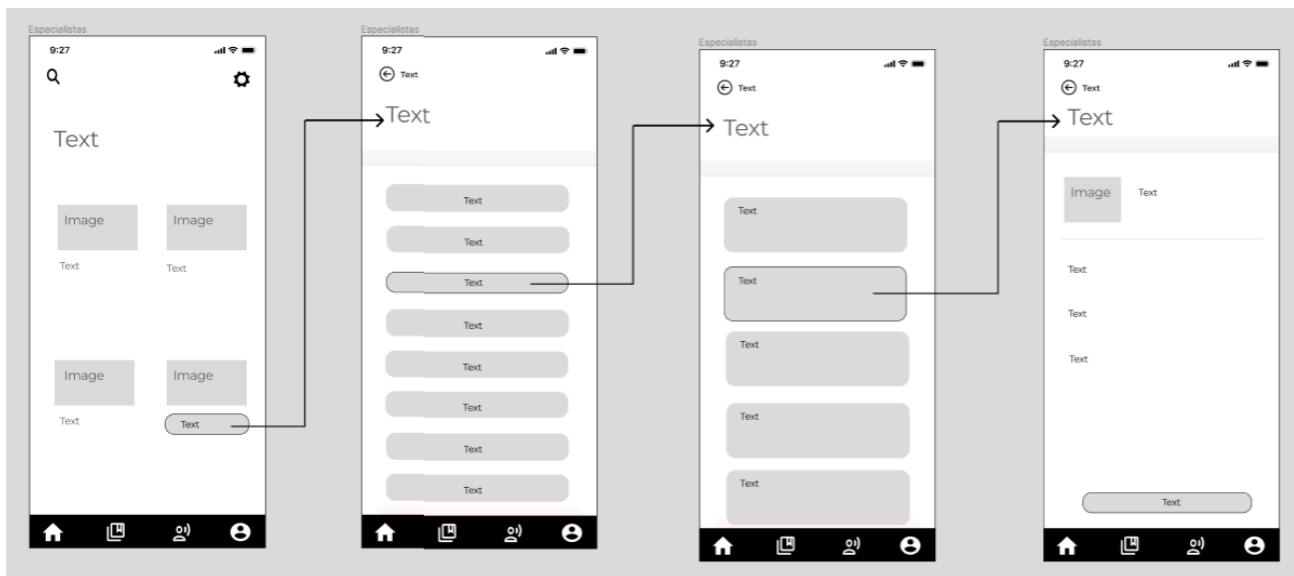
- Test Online



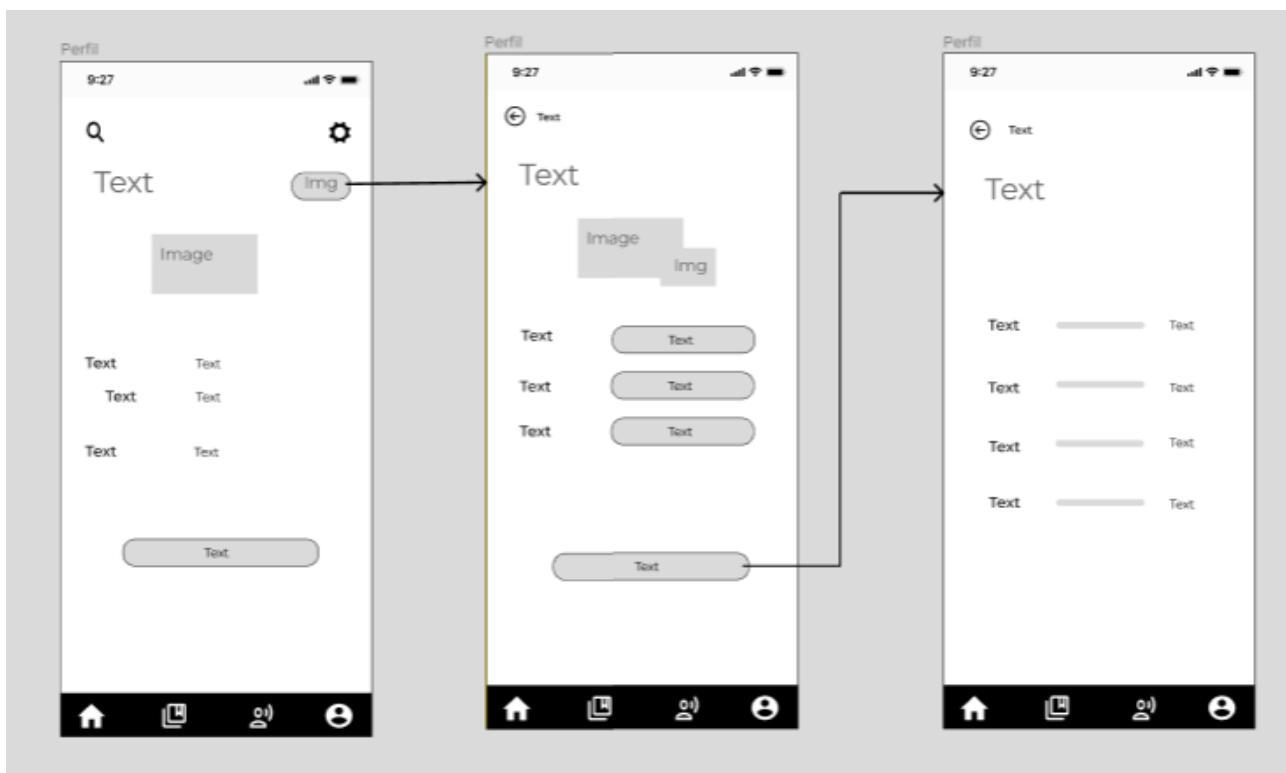
- Carreras



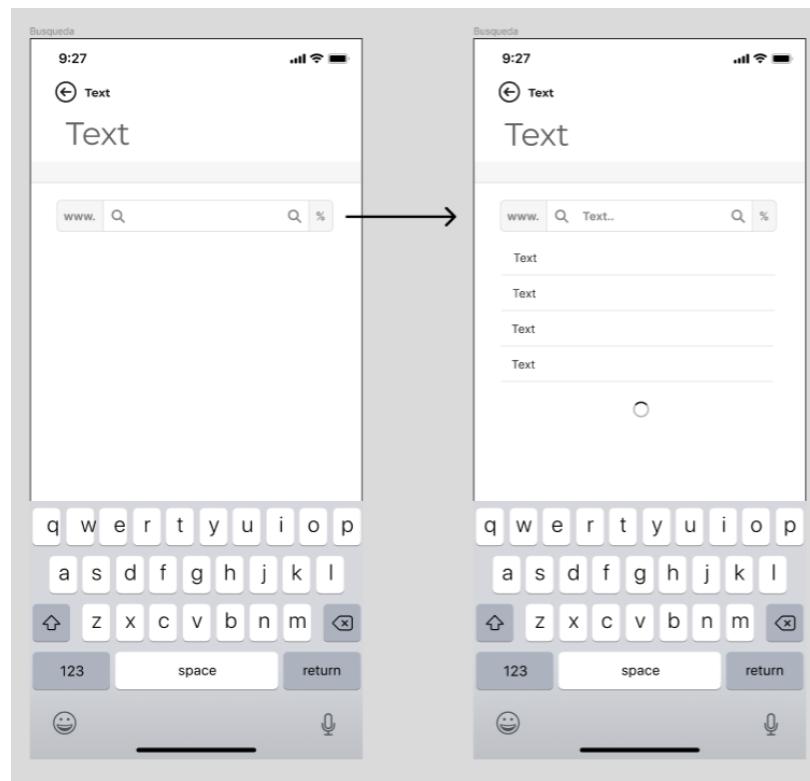
- Especialistas



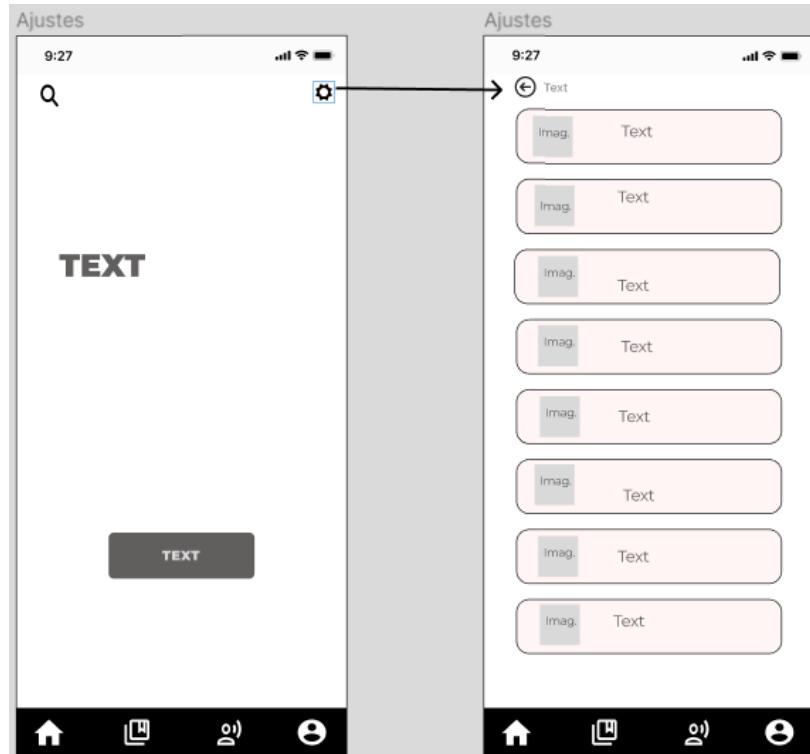
- Perfil



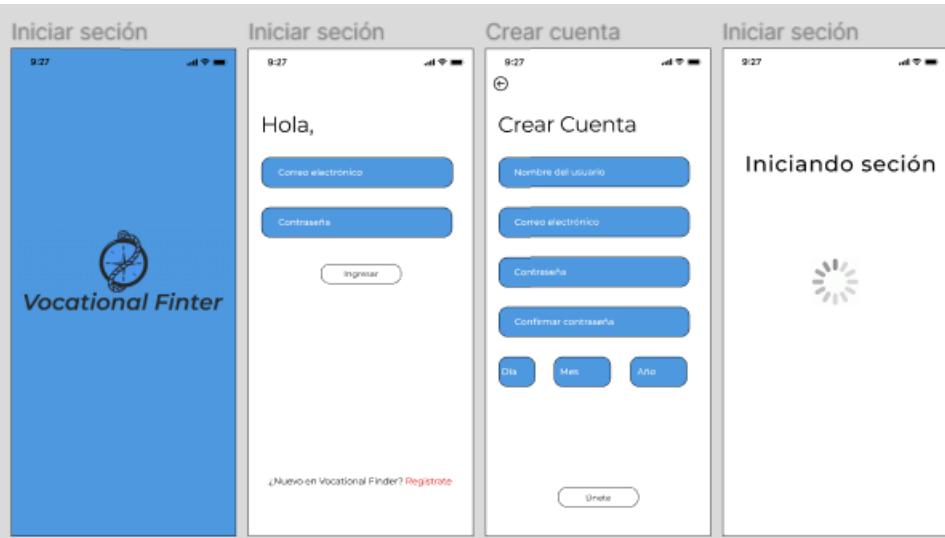
- Barra de Búsqueda



- Ajustes



- Iniciar sesión



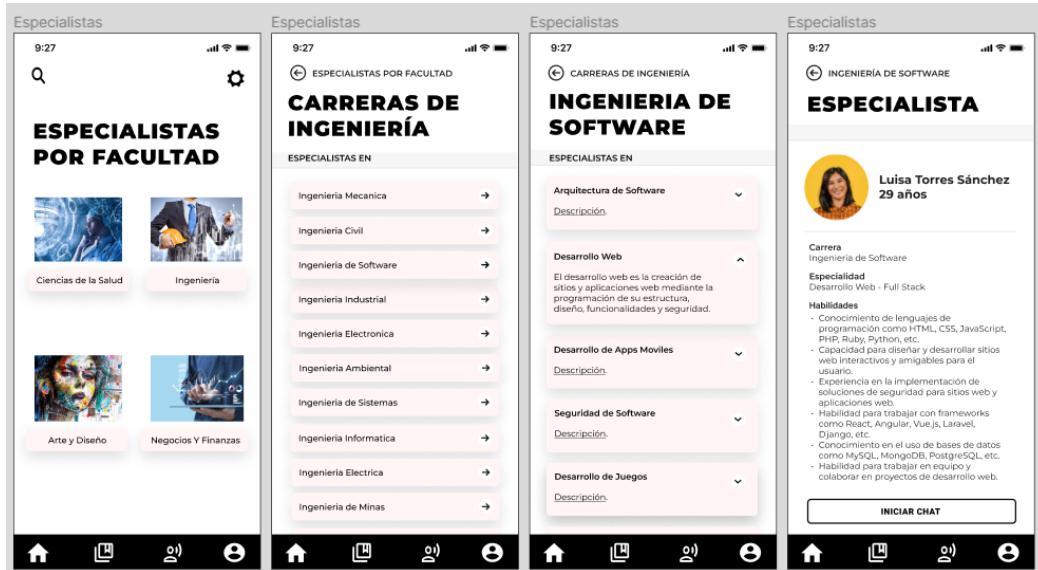
- Test Online



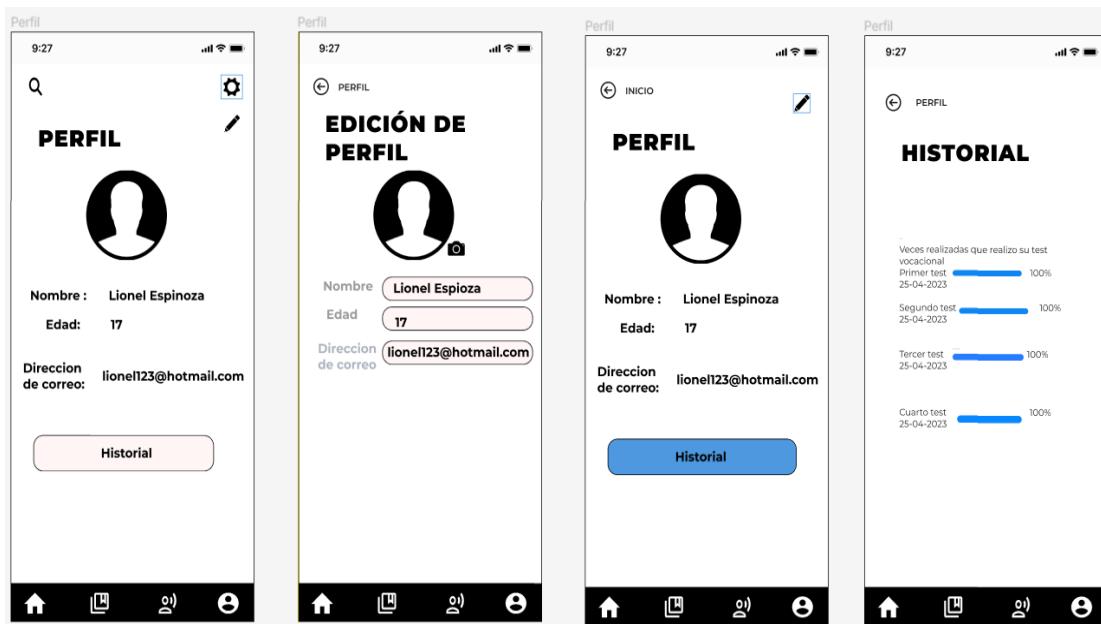
- Carreras



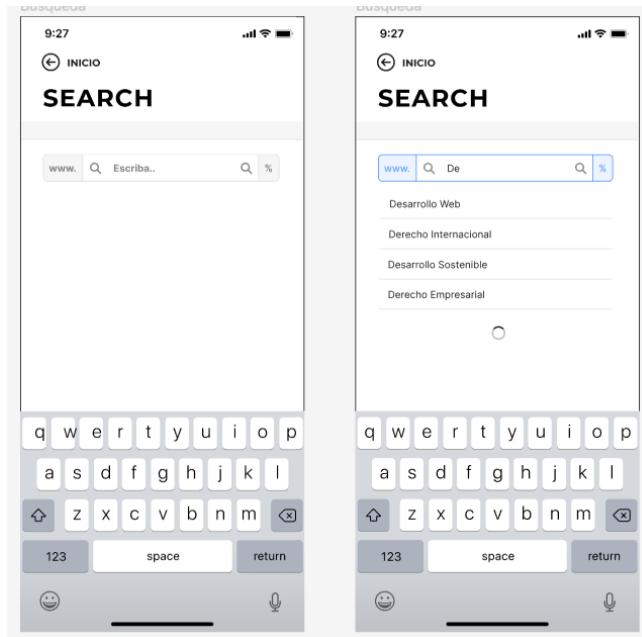
- Especialistas



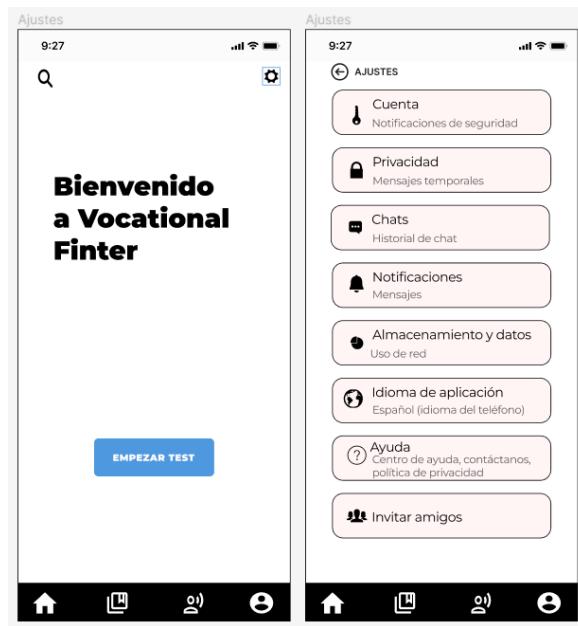
- Perfil



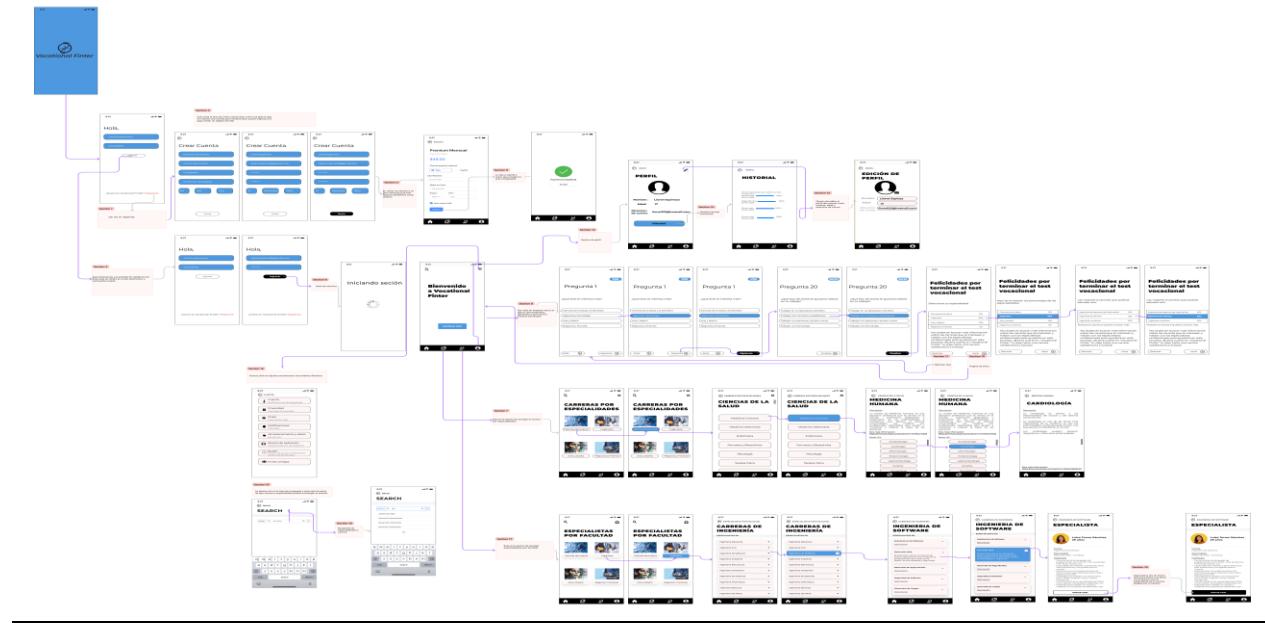
- Barra de búsqueda



- Ajustes



4.4.4. Mobile Applications User Flow Diagrams.



[Link: https://www.figma.com/file/V6mZswmYmxUXyJbRWkZ5Ke/Untitled?type=whiteboard&node-id=0%3A1&t=9yrEUJIJZdkeOlAd-1](https://www.figma.com/file/V6mZswmYmxUXyJbRWkZ5Ke/Untitled?type=whiteboard&node-id=0%3A1&t=9yrEUJIJZdkeOlAd-1)

4.5. Mobile Applications Prototyping.

4.5.1. Android Mobile Applications Prototyping.



<https://www.figma.com/proto/HvLLQa20lLMU6bhkQ2qLme/Untitled?node-id=153-804&scaling=scale-down&page-id=5%3A2>

4.5.2. iOS Mobile Applications Prototyping.



<https://www.figma.com/proto/HvLLQa20lLMU6bhkQ2qLme/Untitled?node-id=90-481&scaling=scale-down&page-id=5%3A2>

CAPÍTULO V: PRODUCT IMPLEMENTATION & DEPLOYMENT

5.1. Software Configuration Management.

5.1.1. Software Development Environment Configuration.

Durante el desarrollo del proyecto utilizaremos el programa de Visual Studio Code, este

programa será usado para el desarrollo de la página web. Emplearemos el lenguaje de HTML debido a que está especializado en el desarrollo de páginas y sitios web. Asimismo, se empleará CSS para mejorar la página web con paletas de colores, tamaño, fuentes, tipo de letra, ancho, etc. También, se utilizará JavaScript para ayudar a que nuestra página web sea más vistosa, implementando eventos que ocurran cuando los botones sean oprimidos o efectos dinámicos, videos multimedia, animación, etc.



5.1.2. Source Code Management.

Github es un modelo Git branching de creación de ramas en Git con el fin de utilizar ramas principales y de función para proyectos de larga duración y mayores confirmaciones. Esta herramienta pone a disposición algunas extensiones de Git que ayudan a gestionar el funcionamiento y

actualización de ramas. En nuestro proyecto, contamos con ramas "main" y "gh-pages". En la primera rama principal disponemos de carpetas con estilos diseñados en CSS, imágenes, código escrito en JS y la Landing Page desarrollada en HTML (index). Por otra parte, disponemos de un repositorio adicional para los criterios de aceptación a realizar con carpetas que almacenan las epics que analizaremos en archivos .feature. Para todo esto, escogimos GitHub por el hecho de que se puede trabajar mejor en equipo, dar seguimiento actualizado al proyecto en general y, además, visualizar el archivo index.html con todas las modificaciones y archivos vinculados al mismo en una página de ejemplo en GitHub.

Repositorios:

El URL del repositorio creado en GitHub:

[FinTech | Vocational Finder \(github.com\)](https://github.com/Fintech-VocationalFinder)

El URL del Landing Page subido en Github Pages:

<https://fintech-vocationalfinter.github.io/LandingPage/>

5.1.3. Source Code Style Guide & Conventions.

En nuestra guía de estilo y convenciones, seguimos prácticas convencionales de html en un archivo css para asegurar un diseño de calidad en nuestra landing page.

Para comenzar, utilizamos las etiquetas "h1" y "h2" para indicar tamaños de fuente diferentes para el título y subtítulo en los encabezados de la página. También agregamos etiquetas "p" para escribir párrafos, y en las secciones (home, aplicación, suscripciones, comentarios, sobre nosotros, equipo, contacto), se hizo uso de la etiqueta "section".

Además, para brindar dinamismo a la página y acceder a diferentes menús o secciones, utilizamos etiquetas "button" y creamos dos estilos de botones.

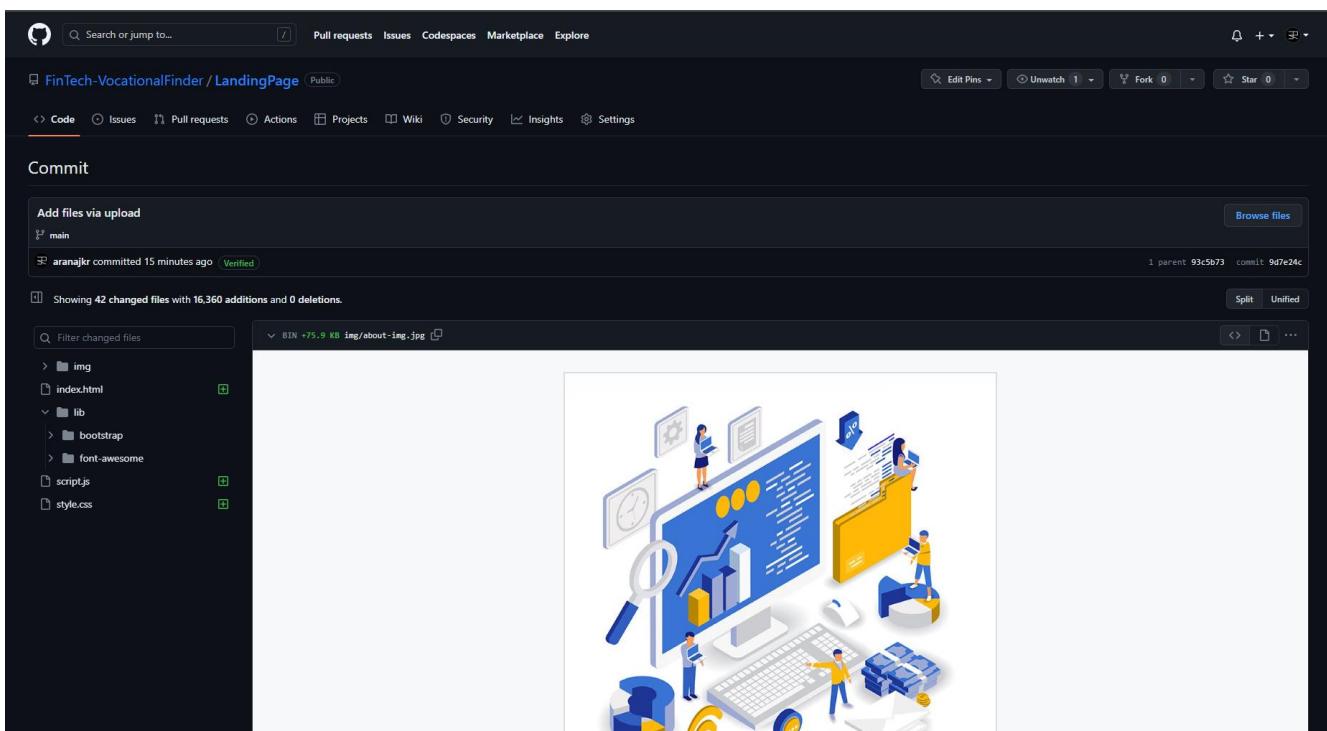
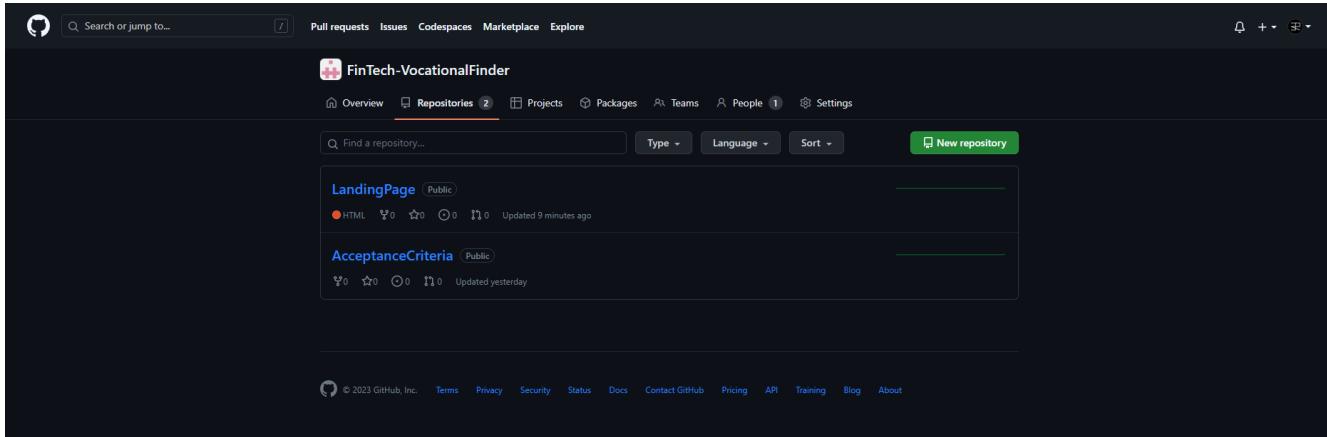
Por último, utilizamos imágenes de fondo con atributos personalizados y colores suaves y variados para resaltar ciertas partes de la landing page, como el contenido de nuestra sección "suscripciones".

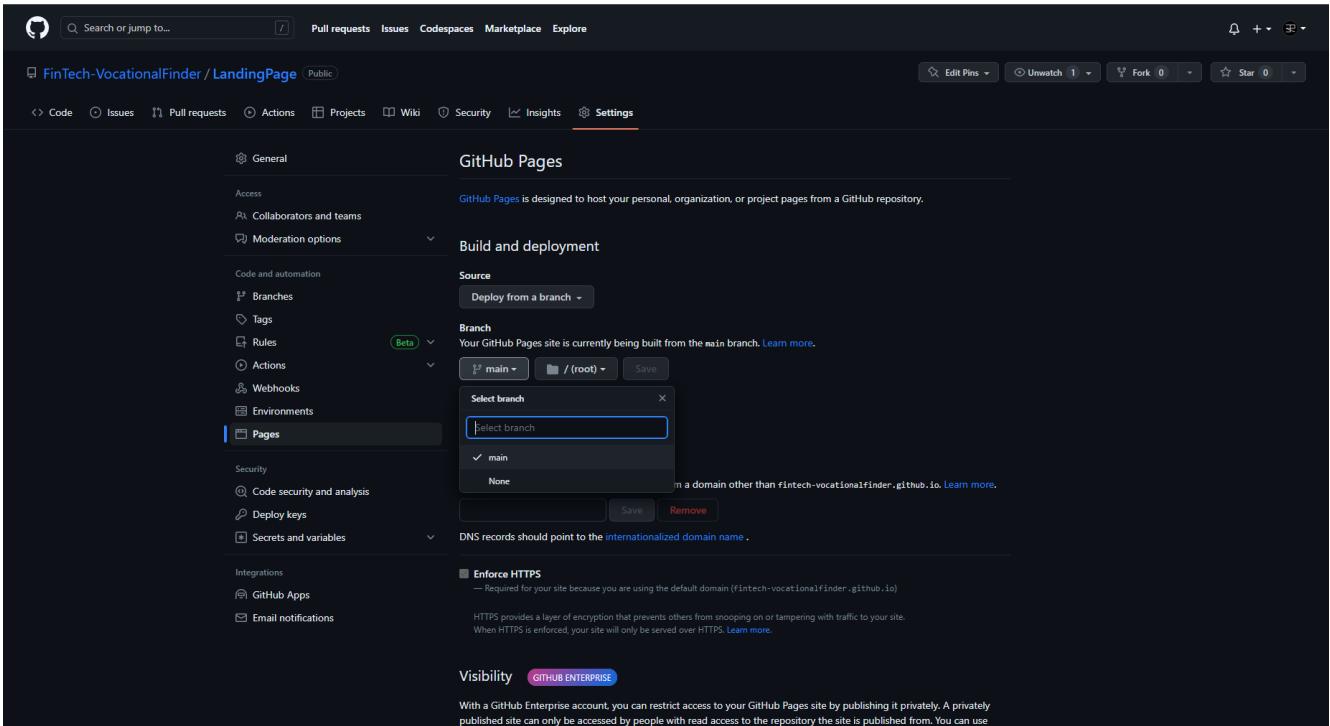
5.1.4. Software Deployment Configuration.

La implementación de un software implica seguir una serie de pasos, procesos y actividades para asegurar que una actualización o sistema esté disponible para los usuarios que visiten nuestro sitio web.

Por ello, para lograr una publicación exitosa de cada uno de nuestros productos digitales, utilizamos un servidor (git) e hicimos uso de github. Lo que esto implico subir los archivos .html, .css y .js a un repositorio y tener la capacidad de configurar cualquier parte del código de nuestra página web.

Asimismo, hacer uso del servicio de Github Pages para la visualización de nuestro landing page en la Web.





5.2. Product Implementation & Deployment.

5.2.1. Sprint 1

5.2.1.1. Sprint Backlog 1.

Con el primer sprint backlog se logró un desarrollo de la página con sus principales características para así dar a conocer a los usuarios la organización del landing page de la aplicación hacia al navegador web.

Se podrá visualizar el diseño realizado de la página web con ayuda de la maqueta de alta fidelidad del proyecto para que así beneficie a nuestros usuarios y nos ayude con una mejor organización y verificar ciertos puntos rescatables.

<https://trello.com/invite/b/ESsVXH2Y/ATTI749f2ce196f5d5ee24f7ec0d272c6c53C6CEC079/sprint-1>

Realizamos el diseño de las tareas importantes de acuerdo a las historias de usuario y lo redirigimos al primer diseño de la página web.

Sprint #		Sprint 1						
User Story		Work-Item / Task						
ID	Title	ID	Title	Description	Estimation (Hours)	Assigned to	Status (To-Do / En proceso/ To Review / Hecho)	
HU11	Servicio	C101	Codificación del apartado del Startup	Desarrollo del código con HTML	2 h	Jack Arana Ramos	Done	
HU01	Registro y acceso del usuario	C102	Programar funcionalidad de registro de usuarios desde la página web	Desarrollo del código de inicio de sesión en HTML	2 h	Alvaro Celestino Torrejon	Done	

		C103	Codificación de almacenamiento de datos del usuario en la página web	Desarrollo del código en CSS y JAVASCRIP	2 h	Alvaro Celestino Torrejon	Done
HU09	Contacto web	C104	Creación del footer	Desarrollo del código footer con HTML	1 h	Azucena Lavado Medina	Done
HU10	Información suscripción	C105	Creación de información de tipos de suscripción	Desarrollo del código de los tipos de suscripción en HTML	2 h	Jack Arana Ramos	Done
HU12	Equipo	C106	Creación de la información del equipo	Creación del código con HTML	1 H	Diego Suarez Pagan	Done
HU13	Visualización organizada y fácil de desplazar	C107	Creación de header	Desarrollo del código del header con HTML, CSS Y JAVASCRIP	2 h	Jack Arana Ramos	Done
		C108	Codificación del Smooth Scroll	Implementar el Scroll al código	1 h	Azucena Lavado Medina	Done

Gráficos de la técnica de estimación

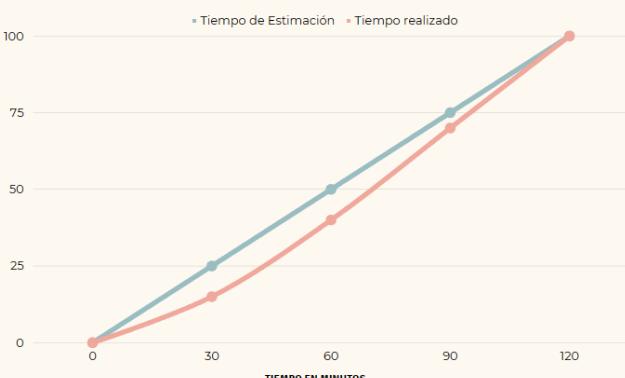
CODIFICACIÓN DEL APARTADO DE LA STARTUP

TRABAJO REALIZADO



PROGRAMAR FUNCIONALIDAD DE REGISTRO DE USUARIOS

TRABAJO REALIZADO



CODIFICACIÓN DEL ALMACENAMIENTO DE BASE DE DATOS

TRABAJO REALIZADO



CREACION DE FOOTER

TRABAJO REALIZADO



CREACIÓN DE INFORMACIÓN DE TIPOS DE SUSCRIPCION

TRABAJO REALIZADO



CREACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL EQUIPO

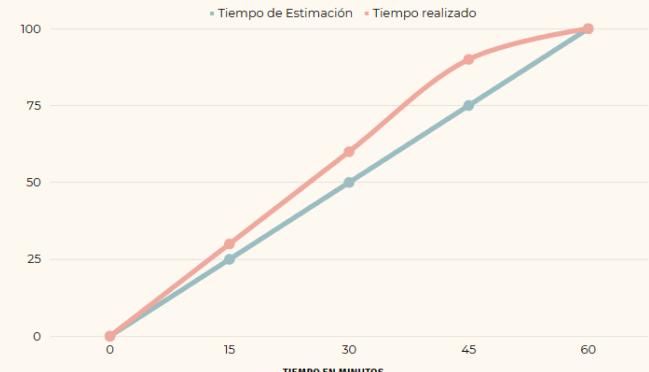
TRABAJO REALIZADO



CREACION DE HEADER

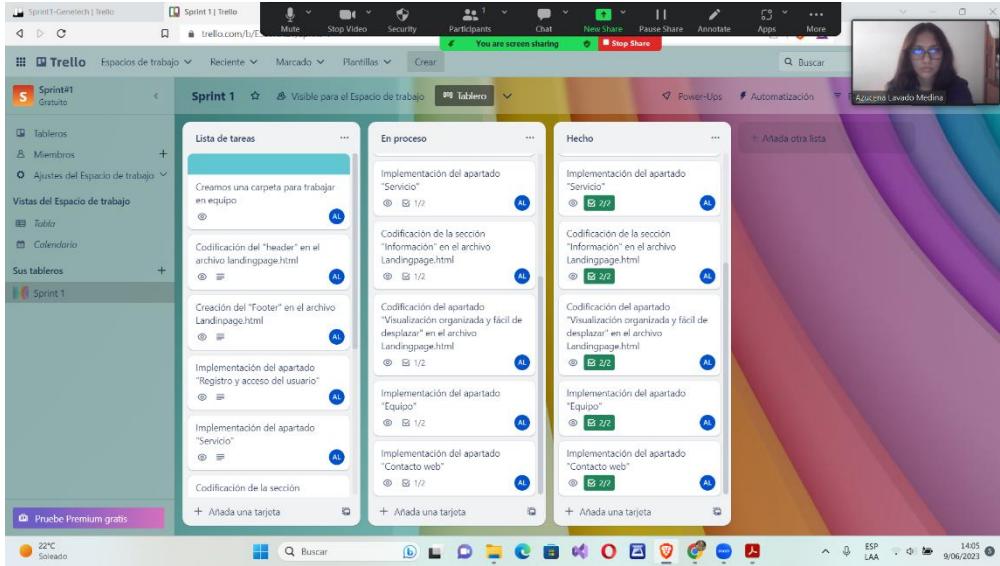


CODIFICACIÓN DEL SMOOTH SCROLL



5.2.1.2. User Interface & Execution.

Siendo esto la primera version en cuanto al diseño del landing page de acuerdo a todos los segmentos posibles de las historias de usuario. A continuación, se explicará brevemente este punto.



Link del video: <https://youtu.be/wZ99eqehPek>

5.2.1.3. Team Collaboration Insights.

Como grafico de colaboración para el repositorio de "criterios de aceptación", se presenta una representación visual de la participación individual de cada integrante del equipo. Esta representación

muestra la contribución específica de cada miembro al registrar los archivos feature en este espacio. Cada línea en el gráfico representa el nivel de actividad y compromiso de cada persona en el proceso de documentación y definición de los criterios de aceptación.

Posteriormente, presentamos el gráfico del repositorio de nuestro “Landing Page” y la contribución de cada miembro del equipo. En esta sección, cargamos y publicamos todos los archivos y códigos escritos en formatos .html, .css y .js. Asimismo, de una carpeta dedicada para subir algunas imágenes que se utilizarán en el Landing Page como el de una carpeta con las librerías implementadas para ayudarnos a desarrollar nuestra Página Web.

Este enfoque colaborativo permitió una mayor transparencia y seguimiento del progreso de cada integrante, fomentando la responsabilidad compartida y el trabajo en equipo. Así, esta herramienta proporcionó una visión clara y detallada de la implicación de cada miembro del equipo en el desarrollo y mantenimiento de los criterios de aceptación del proyecto.

The screenshot shows the 'People' section of the FinTech | Vocational Finder application. On the left, there's a sidebar with 'Organization permissions' and sections for 'Members' (4), 'Outside collaborators', 'Pending collaborators', 'Invitations' (1), and 'Failed invitations'. The main area has a search bar 'Find a member...' and buttons for 'Export' and 'Invite member'. Below is a table listing members:

	Members	Role	2FA	Private	Owner	0 teams	...
<input type="checkbox"/>	JackxD aranajkr		x	Private	Owner	0 teams	...
<input type="checkbox"/>	Azulvlu		x	Private	Member	0 teams	...
<input type="checkbox"/>	Diegoalonsos		x	Private	Member	0 teams	...
<input type="checkbox"/>	Pedri1814		x	Private	Member	0 teams	...

The screenshot shows the 'Repositories' section of the FinTech | Vocational Finder application. At the top, there's a search bar 'Find a repository...', filters for 'Type', 'Language', and 'Sort', and a button 'New repository'. Below is a list of repositories:

- LandingPage** Public
 - HTML 0
 - 0 stars
 - 0 forks
 - 0 issues
 - Updated 14 hours ago
- AcceptanceCriteria** Public
 - HTML 1
 - 0 stars
 - 0 forks
 - 0 issues
 - Updated 17 hours ago

5.2.2. Sprint 2

5.2.2.1. Sprint Backlog 2.

Sprint #		Sprint 2				
User Story		Work-Item / Task				
Id	Title	Id	Description	Estimation (Hours)	Assigned to	Status (To-do / En proceso/ To Review / Hecho)
HU07	Revisar video del landing page (Usuarios)	C101	Organizar el contenido para el video	1 h	Jack Arana Ramos	Done
		C102	Realizar entrevistas y seleccionar uno como testimonio	1 h	Alvaro Celestino Torrejon	Done
		C103	Realizar el video About-the-product	1 h	Jack Arana Ramos	Done
HU01	Revisar video del landing page (Especialistas)	C104	Organizar el contenido para el video para los especialistas	1 h	Azucena Lavado Medina	Done

	C105	Realizar entrevistas a los especialistas y seleccionar uno como testimonio	1 h	Diego Suarez Pagan	Done	
	C106	Realizar el video About-the-product para el segmento de Especialistas	1 h	Diego Suarez Pagan	Done	
HU08	Accesibilidad para un manejo fácil de la página	C107	Realizar un video del manejo práctico de la página	1 h	Azucena Lavado Medina	Done

5.2.2.2. User Interface & Execution.

PEGA AQUÍ LA CAPTURA ↵ ↴ ↳ ↲ YASTA

Lista de tareas	En proceso	Hecho
Realizar apartado de perfil para usuarios	Realizar apartado de perfil para usuarios AL 2/2	Realizar apartado de perfil para usuarios AL 2/2
Realizar desplazamiento fácil para usuarios	Realizar desplazamiento fácil para usuarios AL 2/2	Realizar desplazamiento fácil para usuarios AL 2/2
Realizar el apartado de navegación de especialistas para usuarios	Realizar el apartado de navegación de especialistas para usuarios AL 2/2	Realizar el apartado de navegación de especialistas para usuarios AL 2/2
Realizar apartado servicios para usuarios	Realizar apartado servicios para usuarios AL 2/2	Realizar apartado servicios para usuarios AL 2/2
Realizar el apartado de registro y acceso para usuarios	Realizar el apartado de registro y acceso para usuarios AL 2/2	Realizar el apartado de registro y acceso para usuarios AL 2/2
Realizar el apartado de servicios	Realizar el apartado de servicios	Realizar el apartado de servicios

<https://trello.com/invite/b/ZBBg83Mr/ATTle9d2e8ecdb2df7b6ebe2d2cee74fa6ceD0564E96/sprint-2>

En este sprint no se realizaró cambios radicales en la interfaz, ya que solo fueron revisiones en el contenido para el usuario.

5.2.2.3. Team Collaboration Insights.

The screenshot shows the 'People' tab of the organization settings. It lists members: JackxD (aranajkr), Azulvlu, Diegoalonsos, and Pedri1814. Each member entry includes their profile picture, name, 2FA status, privacy level (Private or Owner), number of teams, and a more options menu.

Member	Profile Picture	Name	2FA	Privacy	Teams	More Options
JackxD		aranajkr	X	Private	Owner	0 teams
Azulvlu		Azulvlu	X	Private	Member	0 teams
Diegoalonsos		Diegoalonsos	X	Private	Member	0 teams
Pedri1814		Pedri1814	X	Private	Member	0 teams

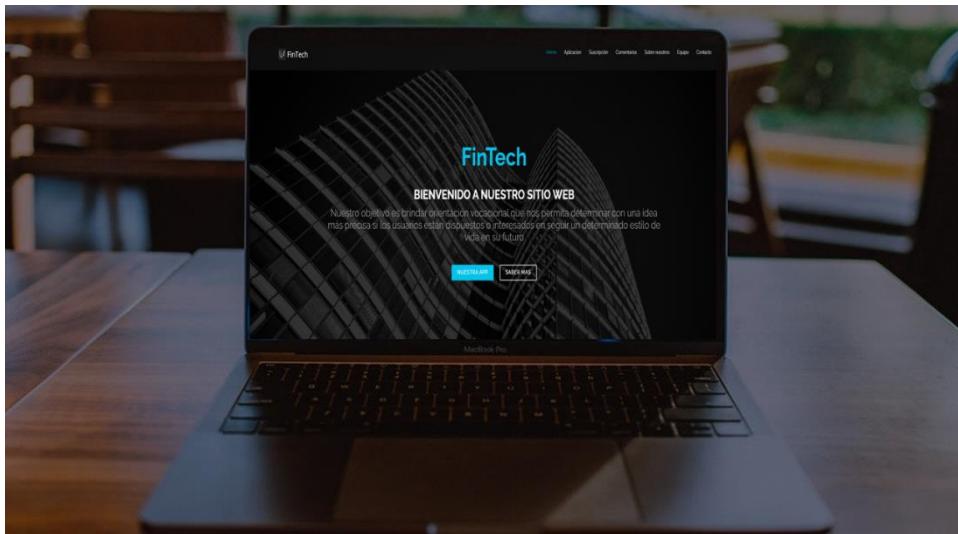
The screenshot shows the GitHub Insights dashboard for the period May 28, 2023 – Jun 29, 2023. The left sidebar has a 'Pulse' section with links to Contributors, Community, Community Standards, Traffic, Commits, Code frequency, Dependency graph, Network, Forks, and People. The main area displays a summary chart for contributions to 'main' and a detailed view for four team members: Pedri1814, aranajkr, Azulvlu, and Diegoalonsos. Each member's chart shows a bell curve of commits per day, with specific commit counts labeled at the peak.

User	Commits	Contributions
Pedri1814	9 commits	108 ++ 31 --
aranajkr	2 commits	1 ++ 1 --
Azulvlu	1 commit	1 ++ 0 --
Diegoalonsos	1 commit	1 ++ 0 --

5.3. Video About-The-Product.

El video about-the-product es una herramienta audiovisual diseñada para brindar una introducción completa a nuestro modelo de negocio y las características clave de nuestros productos de software. Dirigido específicamente a los visitantes de nuestra página de inicio, este video busca satisfacer su necesidad de comprender rápidamente cómo nuestro negocio puede beneficiarlos.

En este video, nos esforzamos por mantener un tono consistente con la identidad de nuestro producto, transmitiendo un mensaje claro. Además, hemos incluido un testimonio positivo de un usuario que participó en nuestras entrevistas de validación, para mostrar cómo nuestros productos han tenido un impacto positivo en la vida de las personas.



El video tiene una duración de [5:45], lo que permite a los espectadores obtener una visión general concisa y valiosa de nuestra propuesta. El video se puede encontrar en el siguiente enlace de youtube: [\[About he Product\]](#).

CHAPTER

6

CAPÍTULO VI: PRODUCT VALIDATION

6.1. Acceptance Tests

US01.Feature

Esta historia de usuario permite al usuario registrarse y crear se cuenta en la aplicación mediante su correo electrónico o redes sociales.

Feature: US01-Registro y acceso del usuario a la aplicación Vocational Finder

Como usuario
Deseo poder registrarme y acceder a mi cuenta a partir de un vínculo de cuentas personales con alguna red social tales como Facebook o correos electrónicos populares como Gmail y Outlook

Scenario E01: Registro y acceso del usuario en la app

Given que el usuario accede al registro de usuarios en la app

When registre todos los datos necesarios como sus datos personales, correo y tipo de suscripción

And presione el Botón crear cuenta

Then se habrá creado una cuenta como usuario y se mostrará un mensaje de cuenta creada

Scenario E02: Registro y acceso del usuario con ayuda de cuentas externas

Given que el usuario no está registrado

And se encuentra en el formulario de registro de la aplicación

When presione el botón registrar con cuenta de red social

Then instantáneamente se crea una cuenta en la aplicación con los datos de la cuenta de la red social seleccionada.

US11.Feature

Esta historia de usuario enfocada en la página web, permite que el usuario visualice el servicio brindado y así saber más de la aplicación.

Feature: US11 - Servicio

Como usuario
Quiero saber más de la aplicación y el servicio que me ofrece

Scenario E01: Descripción del servicio

Given que el usuario desea obtener información sobre el servicio

When accede a la página web

Then se mostrará una descripción detallada del servicio

US09.Feature

Esta historia de usuario enfocada en la página web, permite que el usuario pueda contactar con el soporte técnico a través de la página web.

```
Feature: US11 - Contacto Web
```

Como usuario

Quiero tener la opción de contactar al soporte técnico a través de la página web

Scenario E01: Contactar al soporte técnico

```
Given que el usuario desea contactar al soporte técnico
```

```
When accede a la página web de la empresa
```

```
And presione el botón "Contacto"
```

```
Then donde se podrá enviar un mensaje o completar un formulario  
de contacto para obtener asistencia
```

US10.Feature

Esta historia de usuario enfocada en la página web, permite que el usuario visualice y obtenga información detallada sobre los planes de suscripción.

```
Feature: US10 - Información suscripción
```

Como usuario

Quiero obtener información detallada sobre los planes de suscripción disponibles

Scenario E01: Obtener información sobre los planes de suscripción

```
Given que el usuario desea conocer los planes de suscripción disponibles
```

```
When accede a la página web
```

```
And selecciona la opción "Suscripción"
```

```
Then se mostrará información detallada sobre cada plan de suscripción, incluyendo  
características, precios y beneficios adicionales
```

US12.Feature

Esta historia de usuario enfocada en la página web, permite que el usuario visualice y conozca al equipo responsable de la aplicación.

```
Feature: US12 - Equipo
```

Como usuario

Quiero conocer al equipo detrás de la aplicación

Scenario E01: Conocer al equipo de la aplicación

```
Given que el usuario desea conocer al equipo responsable de la aplicación
```

```
When accede a la página web
```

```
And selecciona la opción "Equipo"
```

```
Then se mostrará información sobre cada miembro del equipo, incluyendo su nombre, foto, carrera y redes sociales
```

US13.Feature

Esta historia de usuario enfocada en la página web, permite que el usuario visualice una página web organizada y fácil de desplazarse.

```
Feature: US13 - Visualización organizada y fácil de desplazar
```

Como usuario

Quiero una interfaz de usuario organizada y fácil de desplazar para una mejor experiencia de uso

Scenario E01: Visualización organizada

```
Given que el usuario accede a la página web
```

```
When navega por la página web
```

```
And visualiza la página web
```

```
Then se mostrará una visualización organizada de contenido, con elementos bien estructurados y fácilmente identificables
```

Scenario E02: Desplazamiento fluido

```
Given que el usuario interactúa con la página web
```

```
When desplaza la pantalla vertical
```

```
And realiza gestos de desplazamiento
```

```
Then la interfaz de usuario responderá de manera fluida y suave, permitiendo un desplazamiento fácil y sin retrasos.
```

6.2. Entrevistas De Validación.

6.2.1. Diseño De Entrevistas.

Primer segmento objetivo (Jóvenes en busca de orientación vocacional)

User flow que se evaluaran:

- Resultados del test vocacional
- Registro en la app
- Contactarse con un profesional

Preguntas generales:

- ¿Cuál es su nombre y apellido?
- ¿Cuántos años tiene?

Preguntas específicas (después de mostrarle la app y el landing page)

- ¿Cuál es su opinión sobre el diseño de la página web?
- ¿Cree que tiene una buena organización?
- ¿Considera que el contenido que tiene es relevante?

Para el aplicativo móvil:

- ¿Qué opina acerca del nombre y el logo del aplicativo móvil?
- ¿Qué opina sobre la organización del aplicativo móvil?
- ¿Considera que el proceso de registro es fácil?
- En cuanto a la realización de los test vocacionales, ¿usted cree que es fácil o complicado?
- ¿Considera usted que es fácil contactarse con un profesional de la salud? ¿Tiene alguna recomendación?
- ¿Considera usted que la información que encuentra es relevante?

Segundo segmento objetivo (Especialistas en Carreras Profesionales)

User Flow que se evaluaran:

- Registrar charlas con los usuarios
- Registrarse en la app
- Acceder al historial del usuario

Preguntas generales:

- ¿Cuál es su nombre y apellido?
- ¿Cuántos años tiene?
- ¿En dónde reside actualmente?

Preguntas específicas (Luego de enseñarle la Landing page y el prototipo Mobile)

- ¿Cuál es su opinión sobre el diseño de la página web?
- ¿Cree que tiene una buena organización?
- ¿Considera que el contenido que tiene es relevante?

Para el diseño móvil:

- ¿Qué opina acerca del nombre y el logo del aplicativo móvil?
- ¿Qué opina sobre la organización del aplicativo móvil?
- ¿Le resulta fácil realizar un registro del usuario en el aplicativo móvil?
- ¿Le resulta fácil acceder al historial del usuario?

6.2.2. Registro De Entrevistas.

Registro de entrevista 01

Entrevistador:

Nombres y apellido: Jack Arana

Edad: 19

Lugar: Carabayllo - Lima

Entrevistado:

Nombres y apellidos: Wilver Arana Ramos

Edad: 21

Lugar: Carabayllo – Lima



URL: <https://youtu.be/x0FT0GTI4TA>

Timing: 0:04

Duración: 5:43

Resumen de la entrevista:

El entrevistado se llama Wilver Arana y tiene 21 años. En cuanto al landing page, el entrevistado opinó que el diseño es moderno y atractivo, con colores y disposición de elementos agradables a la vista. También consideró que está bien organizado y que el contenido es relevante. El entrevistado expresó que le gusta el nombre y el logo del aplicativo móvil "Vocational Finter" por su conexión con la búsqueda de la vocación. Consideró que el aplicativo está bien organizado, con un proceso de registro fácil y test vocacionales sencillos de realizar. Mencionó que es fácil contactarse con un profesional de la salud y recomendó agregar una sección de preguntas frecuentes. En cuanto a la información encontrada, la consideró relevante y útil para decisiones sobre carreras profesionales, y sugirió incluir más recursos y testimonios de profesionales.

Registro de entrevista 03

Entrevistador:

Nombres y apellidos: Alvaro Pedro, Celestino Torrejón

Edad: 18

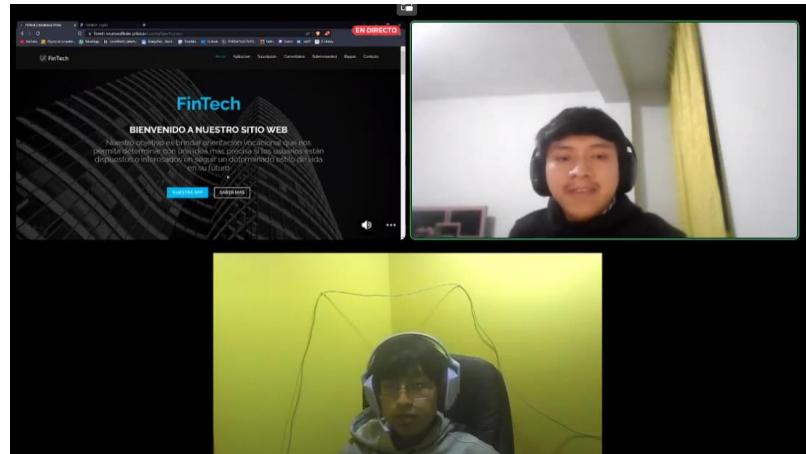
Lugar: Jauja - Junín

Entrevistado:

Nombres y apellidos: José Manuel Espinoza León

Edad: 18

Lugar: Jauja-Junín



URL: <https://youtu.be/W2n4NORIXFI>

Duración: 9:52

Resumen de la entrevista:

El entrevistado se llama José Manuel, Espinoza León y tiene 18 años. En cuanto a la landing page, el entrevistado menciona que el diseño es moderno que está bien ordenado y también que es entendible y fácil de navegar por la página web. Después de visualizar el prototipo de la aplicación, el entrevistado menciona que el logo y los colores utilizados le parecen correctos, además que están bien organizados. Además, encuentra muy accesible el registrarte a la aplicación.

Entrevistado:

Nombres y apellidos: Diego alonso suarez pagan

Edad: 20

Lugar: lima Perú

Entrevistado:

Nombres y apellidos: sara gutierrez

Edad: 23

Lugar: lima Peru



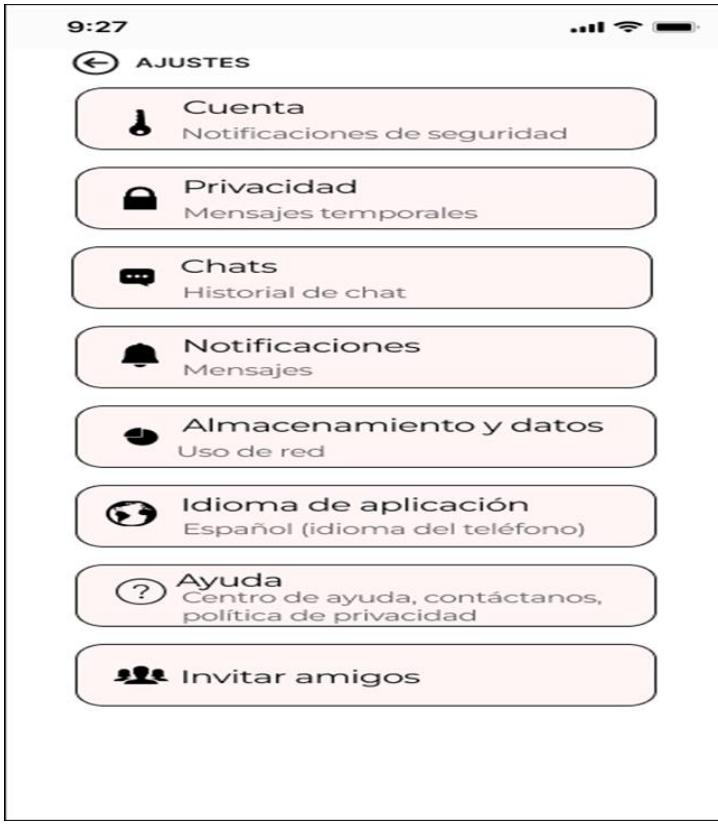
URL: <https://youtu.be/rZnFt3c4D3U>

Duración: 4:54

Resumen de la entrevista: La señorita entrevistada se llama sara gutierrez y tiene 23 años nos cuenta en el landing page menciona que el diseño es muy dinamico y ordena y es facil de entender facilde navegar y muy rapido despues vizualizo la aplicación movil y dijo que esta super ordenado y dinamico.

6.2.3. Evaluaciones Según Heurísticas.

<p>Gracias al feedback obtenido durante las entrevistas en las que se muestra tanto el landing page como el prototipo móvil, pudimos corregir o validar estas heurísticas.</p>	
Heurística	Heurística
Heurística de usabilidad: “Diseño estético y minimalista”	<p>Web: Nuestro diseño fue pensando en reducir el texto y priorizar lo importante. Además, si el usuario desea, puede extender la información dando clic.</p>  <p>Nuestro enfoque principal está en todas aquellas personas que desean continuar su educación profesional y quieren asegurarse acerca de la carrera en la cual deben invertir su tiempo y dinero.</p>

<p>Heurística de usabilidad: “Libertad y control por parte del usuario”</p>	<p>Web: Los usuarios cuando entran a la web podrán redirigirse a la sección que deseen sin necesidad de buscar debido a que tendrán accesos directos en la parte superior derecha y este se mantendrá constante durante todo el desplazamiento.</p>  <p>Móvil: Los usuarios son capaces de moverse por la app de forma libre y rápida gracias al menú emergente que está presente siempre en todas las pantallas que muestra la aplicación.</p> 
<p>Heurística de usabilidad: “Consistencia entre el sistema y el mundo real”</p>	<p>Web: Nos hemos enfocado en utilizar cosas reconocibles por cualquier usuario, tramos de no innovar en este ámbito debido a que puede ser perjudicial para el usuario tener que entender un nuevo lenguaje de imágenes o text boxes.</p>

CONTACTO

Tienes alguna consulta?, entonces contactanos y quitate esa duda xD

 Lima-Peru
San isidro, calle 5322

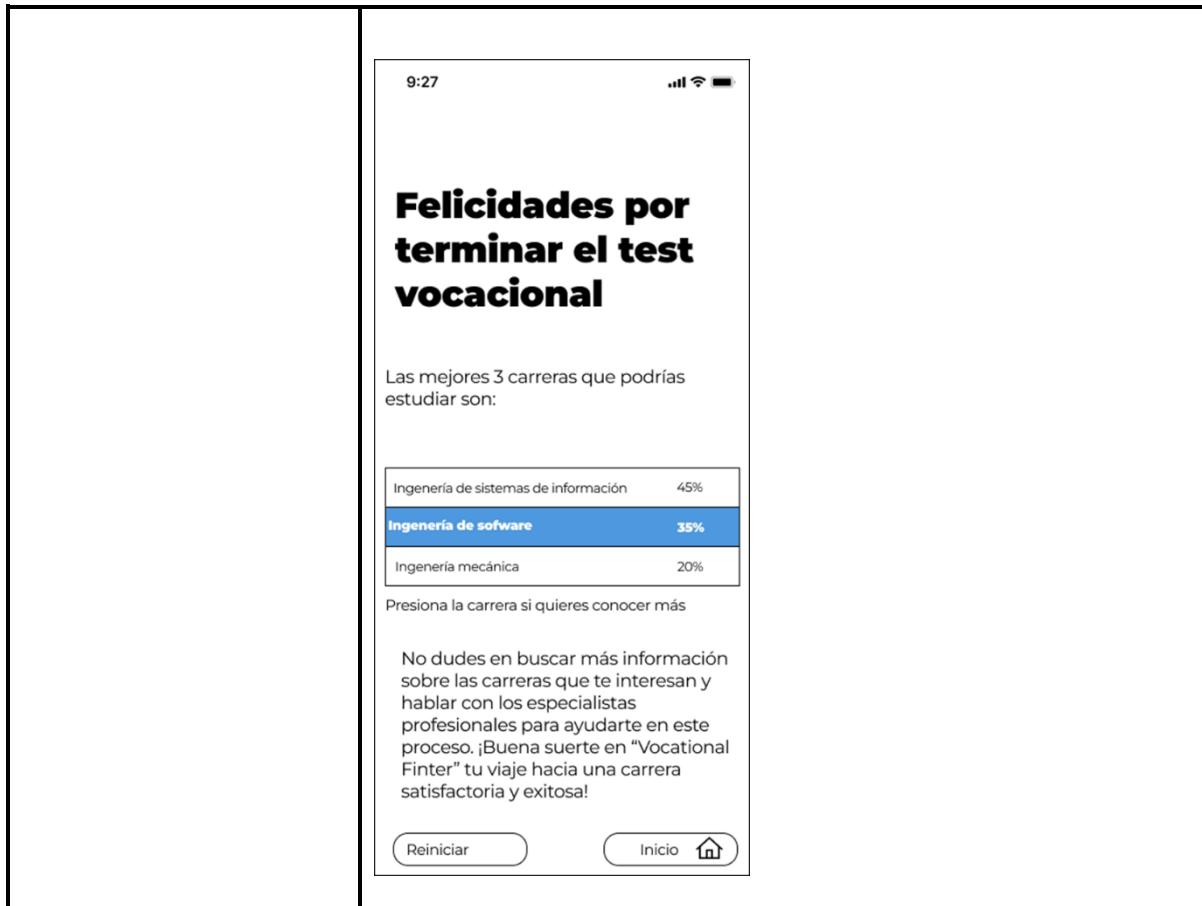
 info@example.com

 +1 5589 55488

[Enviar mensaje](#)

App: En toda la aplicación se utilizan iconos reconocibles por el usuario para mejorar el entendimiento del mismo, respetando los estándares para que el usuario no tenga que aprender algo nuevo.

	
“Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores”	Móvil: Durante un error se le muestra al usuario cuál es el problema y se le redirige a la pestaña correspondiente para solucionarlo.



6.3. Auditoría de experiencias de usuario

6.3.1. Auditoría realizada.

6.3.1.1. Información del grupo auditado.

Nombre de la aplicación: MarkTech

Nombres y Apellidos	Código
Azucena Guadalupe Lavado Medina	U20211D693
Jack Arana Ramos	U202121875
Diego Alonso Suarez Pagan	u202015052
Álvaro Pedro Celestino Torrejón	u20201e840

6.3.1.2. Cronograma de auditoría realizada.

Actividad de auditoría realizada	Fecha	Hora	Realizado por
Solicitud de envío de información	26/06/2023	22:25	Jack, Azucena, Alvaro, Diego
Información recepcionada	26/06/2023	22:37	Jack, Azucena, Alvaro, Diego
Proceso de auditoría	26/06/2023	22:50	Jack, Azucena, Alvaro, Diego
Elaborar informe de auditoría	26/06/2023	23:20	Jack, Azucena, Alvaro, Diego
Envío del informe de auditoría	26/06/2023	23:25	Jack, Azucena, Alvaro, Diego

6.3.1.3. Contenido de auditoría realizada.

#	Problema	Escala de severidad	Heurística/Principio violada(o)
1	No incluye información sobre reseñas de trabajadores o contratantes que puedan presentar un posible riesgo	4	Usability: Es encontrable?
2	No incluye un buen diseño o interacción que transmita el mensaje deseado al usuario en la Aplicación Web	2	Comodidad - Interacción de usuario

DESCRIPCIÓN DE PROBLEMAS

DESCRIPCIÓN DE PROBLEMAS:

PROBLEMA #1: No incluye información sobre reseñas de trabajadores o contratantes que puedan presentar un posible riesgo.

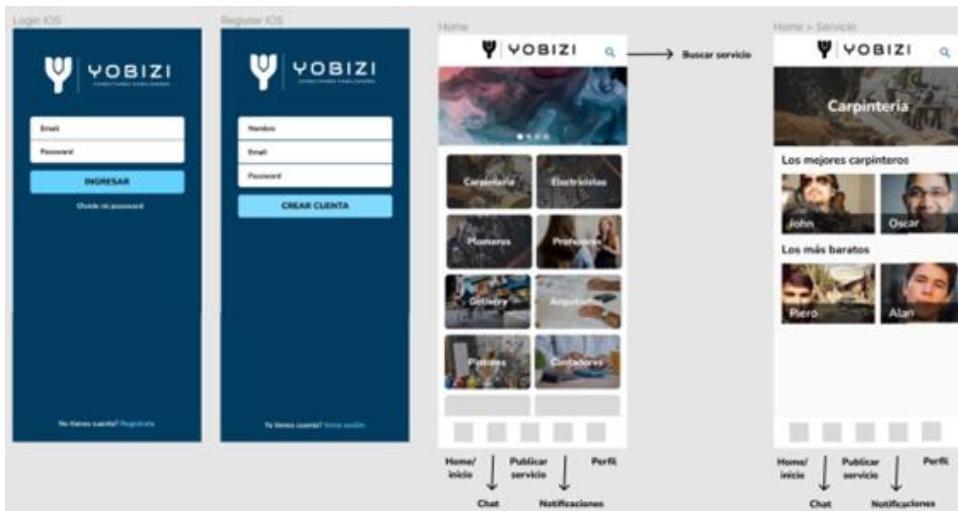
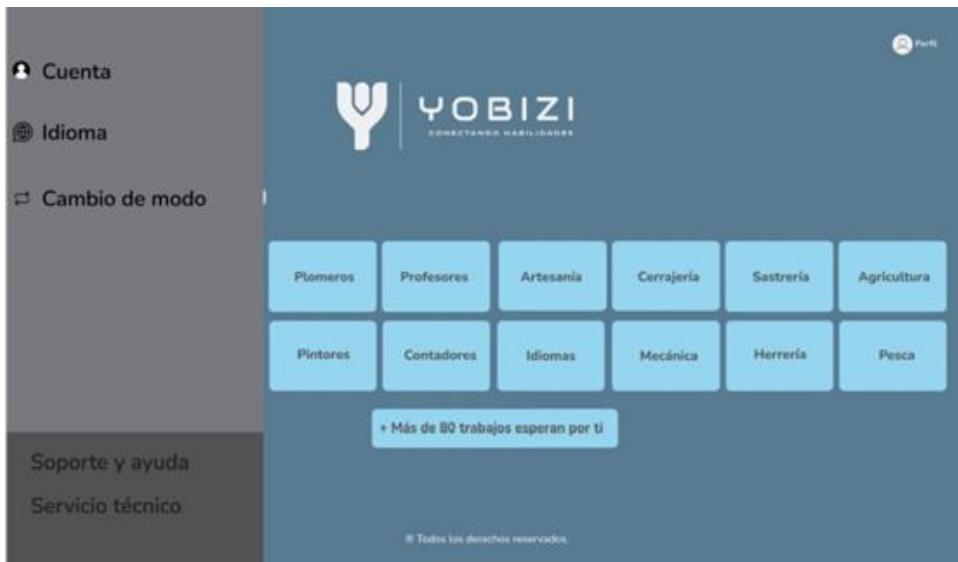
Severidad: 3

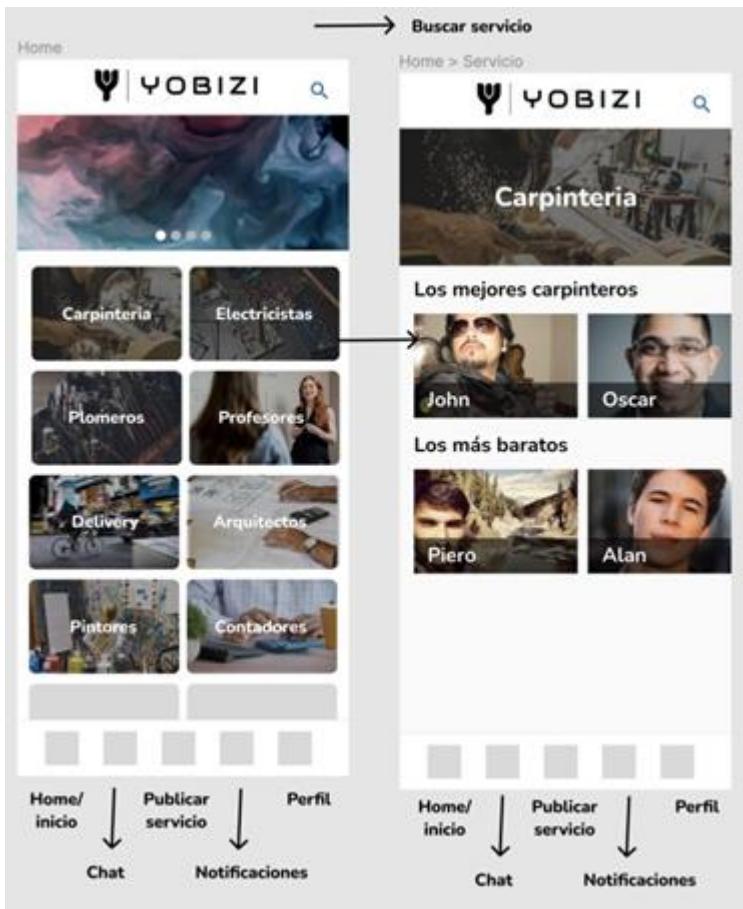
Heurística violada:

Usabilidad - Es encontrable? Problema:

Si bien hay una reseña para mejorar la aplicación en sí, no hay reseñas o un apartado en donde se describa o comenten los servicios o tratos de los usuarios después de una experiencia. O no se visualiza en el trabajo enviado.

BAJA	HU12	Como administrador quiero obtener un reporte de reseñas de usuarios para realizar mejoras	5
------	------	---	---





Recomendación:

Antes de añadir el apartado de comentarios o reseñas de usuarios para otros usuarios en la página de inicio, incluyan un contrato para ciertos trabajos más privados que lo requieran entre contratante y trabajador en donde no se vea afectada ninguna de las partes en caso de incumplimiento o estafas, así como robo de información. Este contrato debe ser benéfico para ambas partes y deben incluir puntos importantes, así como confidencialidad, sanciones y despido inmediato en caso sea necesario y este mismo contrato debe pasar por una revisión detallada.

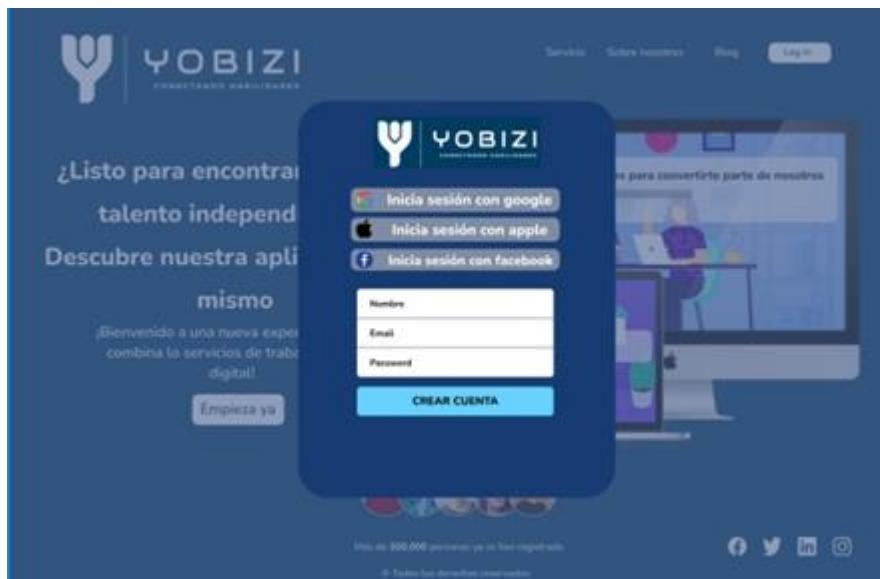
PROBLEMA #2: No incluye un buen diseño o interacción que transmita el mensaje deseado al usuario en la Aplicación Web.

Severidad: 3

Heurística violada: Comodidad - Interacción de usuario Problema:

Aunque se ha optado por un diseño simple y agradable para el usuario, no logra transmitir el mensaje deseado. Es necesario jugar con los colores tanto en los fondos

como en los textos, incluir imágenes representativas y aprovechar el espacio utilizando adecuadamente el relleno y el margen. Además, el uso de botones e iconos que nos permite mejorar la interpretación y la interacción, por ejemplo para cerrar o volver.





Recomendación:

Ajustar la paleta de colores: Experimenta con diferentes combinaciones de colores para los fondos y los textos. Asegúrate de que haya suficiente contraste para que el texto sea legible y que los colores transmitan la atmósfera deseada.

Incorporar imágenes representativas: Agrega imágenes relevantes que complementen el contenido y mejoren la estética del diseño. Estas imágenes pueden ser fotografías, ilustraciones o gráficos que enriquezcan la experiencia visual del usuario.

Utilizar espacios adecuadamente: Aprovecha el espacio en el diseño utilizando padding y margin de manera efectiva. Estos espacios ayudarán a crear una distribución equilibrada de los elementos y mejorarán la legibilidad y la organización visual.

Implementar botones e iconos intuitivos: Utiliza botones e iconos con una función clara y reconocible para mejorar la interacción con el usuario. Por ejemplo, el uso de un ícono de "X" para cerrar una ventana o un ícono de flecha "<" para volver atrás proporciona una mejor comprensión de las acciones disponibles.

6.3.2. Auditoría recibida.

6.3.2.1. Información del grupo auditor.

Nos ha auditado el grupo 1

Nombres y Apellidos	Código
Alejandro la rosa rodriguez la rosa	U20211D693
Janne pierina bazan zapata	U202121875
Diego Alonso guevara alvarado	u202015052
Roberto Alonso Jacinto Socola	U20201e842
Ronald Giampiere julca Rosales	u202e87645

6.3.2.2. Cronograma de auditoría recibida.

Actividad de auditoría realizada	Fecha	Hora	Realizado por
Solicitud de envío de información	26/06/2023	19:32	Grupo 2
Información recepcionada	27/10/2023	13:28	Grupo 1
Proceso de auditoría	28/11/2023	07:00	Grupo 1
Elaborar informe de auditoría	28/11/2023	13:50	Grupo 1
Envío del informe de auditoría	28/11/2023	23:30	Grupo 1

6.3.2.3. Contenido de auditoría recibida.

#	Problema	Escala de severidad	Heurística/Principio violada(o)
1	No hay un control que la seguridad de los datos en el trámite de suscripción	4	<i>Usability: Ayuda y documentación</i>
2	No ofrece diversidad de modos de registro para el usuario	2	<i>Usability: Flexibilidad y eficiencia de uso</i>
3	Se puede visualizar que está mezclando idiomas (español e inglés)	3	<i>Information Architecture: Is it learnable?</i>
4	No existe un mensaje de error para la validación de datos que se muestre en cuanto al ingreso de datos incorrecto respecto al usuario	4	<i>Usability: Prevención de errores</i>
5	No incluye información de los planes de servicio	3	<i>Information Architecture: Is it findable?</i>
6	No incluye descripciones auditivas	4	<i>Inclusive design: Experiencia comparable</i>

DESCRIPCIÓN DE PROBLEMAS:

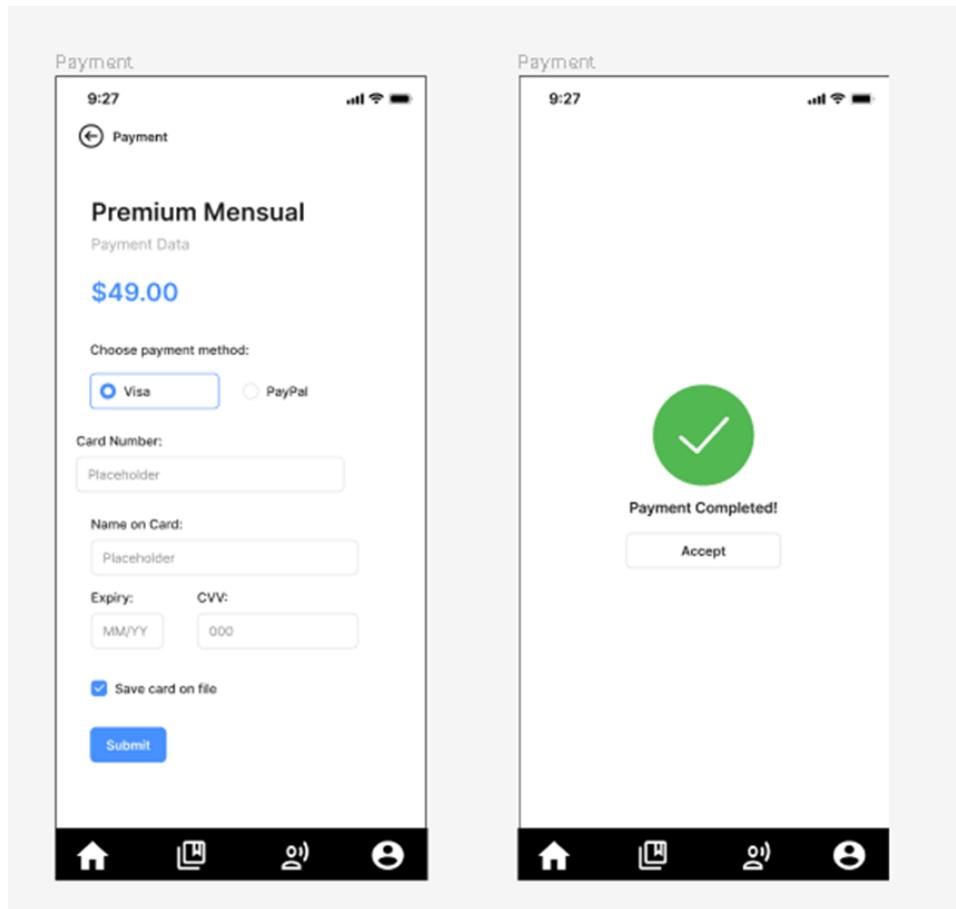
PROBLEMA #1: No hay un control que la seguridad de los datos en el trámite de suscripción
 Severidad: 4

Heurística violada: Usabilidad - Ayuda y documentación Problema:

Se observa en cuanto a la modalidad de pago que al ingresar nuestros datos, no podemos obtener información de cómo se manejan estos mismos, no se observan políticas de garantía para que

no existe el tráfico de ellos con fin comercial, tampoco se observa alguna política de privacidad o información sobre a qué se expone el usuario introduciendo sus datos.

Una vez el cliente pase el trámite de compra, en caso de que este quiera asegurarse de que el monto cobrado sea correcto, tampoco exhibe algún mensaje de soporte en caso de este tipo de errores .



Recomendación:

La más práctica es que al momento en que queramos realizar dicho trámite, el navegador lo abra en una ventana aparte en conjunto con sistemas virtuales de entidades financieras que sean familiares para el usuario, de forma que se garantiza confidencialidad, garantía y proporciona información general sobre la seguridad de datos.

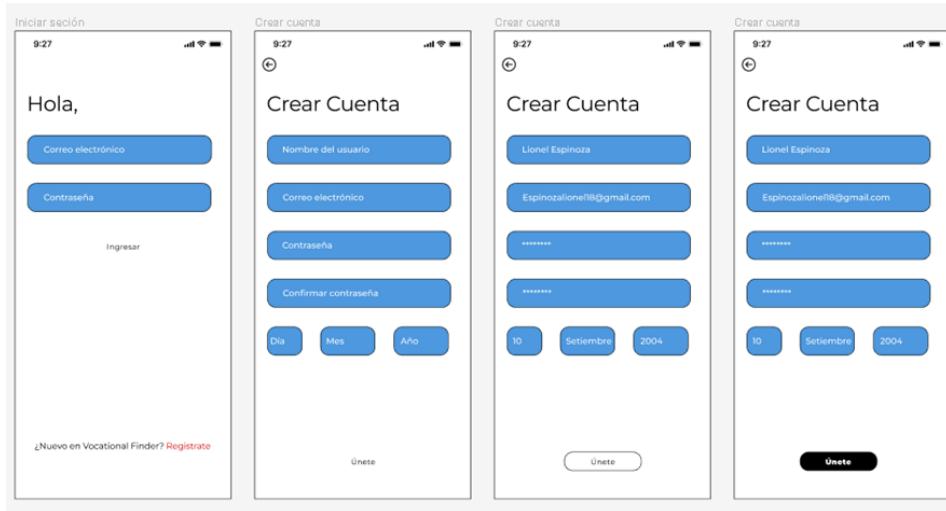
1. PROBLEMA #2: No ofrece diversidad de modos de registro para el usuario

Severidad: 2

Heurística violada: Usabilidad - Flexibilidad y eficiencia de uso

Problema:

Se observa que cuando el usuario desee crear una cuenta, la aplicación presenta estrictamente que esta deba admitir 2 tipos de identificadores para la cuenta: Correo electrónico y contraseña. No permite realizar un registro con alguna otra cuenta asociada de forma directa la cual permita la eficaz tarea de poder ahorrar tiempo creando la cuenta.



Recomendación:

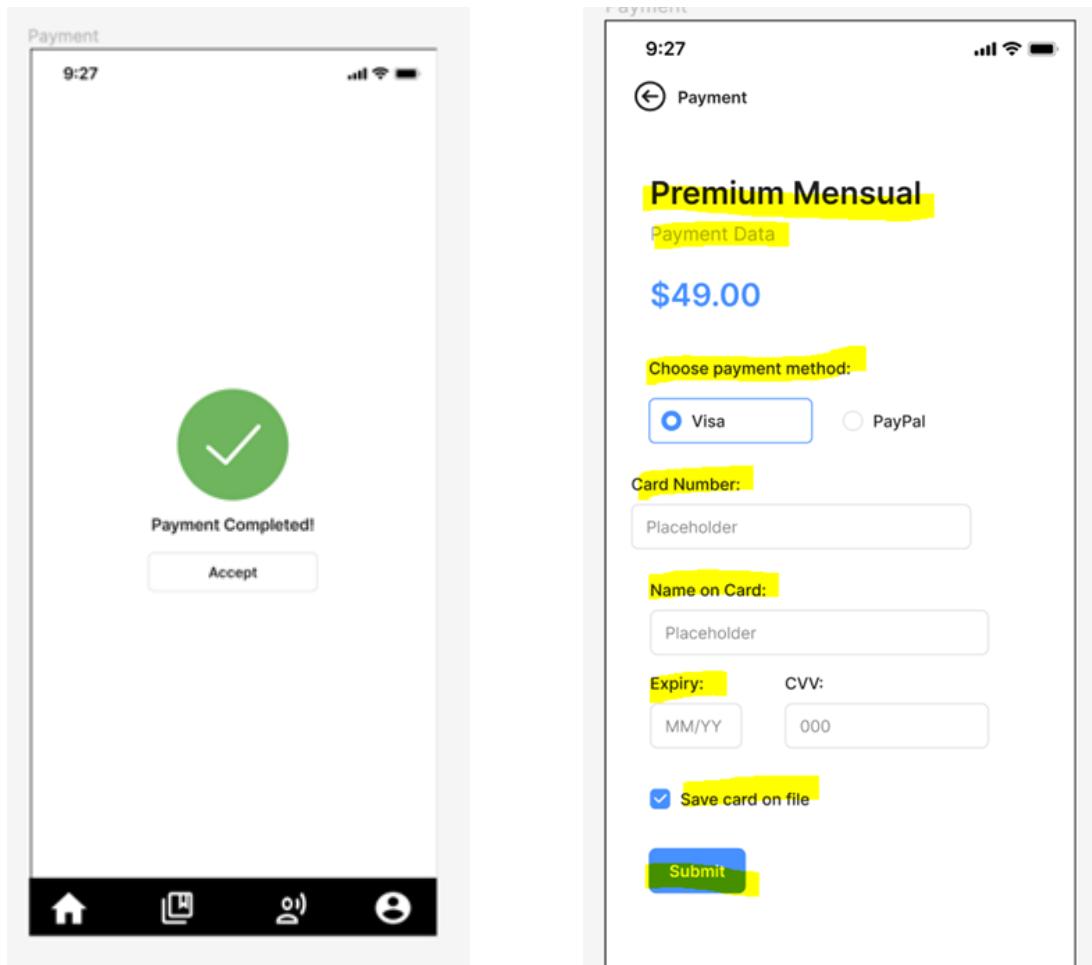
La solución es implementando estos recursos para poder lograr así la eficacia que se requiere, se pueden vincular otras cuentas para favorecer el registro en forma directa, dejando así, que el usuario pueda acceder a la aplicación sin la complejidad de escoger una serie de datos que deba guardar o recordar de alguna otra forma

PROBLEMA #3: Se puede visualizar que se está mezclando el idioma Español e inglés en la app.

Severidad: 3

Heurística violada: Architecture - Is it learnable? Problema:

Al momento de ingresar datos y completar el pago para la suscripción premium mensual se especifican los campos en otra idioma, esto se puede evidenciar con tan solo una pantalla al finalizar el pago, la cual muestra un mensaje que detalla “Payment Completed!”, pero el mensaje se encuentra en inglés mientras que toda la aplicación está en español.



Recomendación:

Lo que se recomienda es cambiar el lenguaje de la aplicación al momento de pedir ciertos datos a inglés o cambiar el mensaje a español.

PROBLEMA #4: No existe un mensaje de error para la validación de datos que se muestre en cuanto al ingreso de datos incorrecto respecto al usuario

Severidad: 4

Heurística violada: Usability: Prevención de errores Problema:

Al momento de ingresar nuestros datos, no tenemos ninguna validación, es decir que en correo podemos ingresar cualquier valor o dígito, o incluso un correo inexistente y el registro aún así saldría exitoso, de igual manera para la contraseña, no tenemos una recomendación de si hay que utilizar dígitos especiales, combinación de números, letras o símbolos.



Recomendación:

Implementar una validación para que el usuario solo ingrese un correo válido y datos válidos para el registro, de igual manera para la contraseña, indicar una pequeña recomendación de la mezcla de dígitos.

PROBLEMA #5: No incluye información de los planes de servicio Severidad: 3

Heurística violada: Information Architecture: Is it findable?

Problema:

No incluye información de los planes de servicio en el momento de ver la opción del pago para la suscripción al aplicativo, no muestra una descripción que explique cuáles son los beneficios se le brinda al usuario por su suscripción de pago.

The screenshot shows a mobile payment screen. At the top, there is a red header bar with the number '102'. Below it, the status bar shows the time as 9:27 and signal strength. The main content area has a white background. At the top left is a back arrow icon labeled 'Payment'. In the center, a green oval highlights the 'Premium Mensual' plan. To its right, 'Payment Data' is displayed. Below the plan, the price '\$49.00' is shown in blue. Underneath the price, the text 'Choose payment method:' is followed by two radio buttons: 'Visa' (selected) and 'PayPal'. Below these are input fields for 'Card Number' (placeholder 'Placeholder'), 'Name on Card' (placeholder 'Placeholder'), 'Expiry' (placeholder 'MM/YY'), 'CVV' (placeholder '000'), and a checked checkbox for 'Save card on file'. A blue 'Submit' button is at the bottom.

Recomendación:

Implementar una descripción detallada en la que explique los beneficios que va a recibir el usuario al pagar la suscripción mensual. De esta manera el usuario puede estar más seguro y/o motivado para realizar el pago.

PROBLEMA #6: No incluye descripciones auditivas

Severidad 3

Heurística violada: Inclusive design: Experiencia comparable

Problema: No incluye característica habilitable para personas con discapacidades auditivas como alertas más visuales alternativas a las notificaciones sonoras.

Recomendación:

En los ajustes, implementar un apartado de accesibilidad, compatible con la configuración propia de los dispositivos, que permita comunicar de manera más amigable a todo tipo de usuarios



6.3.2.4. Resumen de modificaciones para subsanar hallazgos.

Problema	Solución
No hay un control que garantice la seguridad de los datos en el trámite de suscripción.	Se considero implementar un control de seguridad en el proceso de suscripción. Ahora, al realizar el trámite, el navegador abrirá una ventana aparte junto con sistemas virtuales de entidades financieras reconocidas, lo que asegura la confidencialidad de los datos y brinda información detallada sobre la seguridad de los mismos.
No ofrece diversidad de modos de registro para el usuario.	Hemos añadido más opciones de registro para brindar flexibilidad y eficiencia al usuario. Ahora, además de la opción de registro con correo electrónico y contraseña, también se puede vincular una cuenta asociada, lo que permite un proceso de creación de cuenta más rápido y cómodo para el usuario.
Se mezclan idiomas (español e inglés) en la aplicación.	Hemos realizado una corrección para asegurarnos de que todos los elementos de la aplicación estén en el mismo idioma. Los campos y mensajes que antes estaban en inglés ahora han sido traducidos al español, proporcionando una experiencia coherente y comprensible para los usuarios.
Falta un mensaje de error para la validación de datos incorrectos.	Hemos implementado una validación de datos más rigurosa. Ahora, al ingresar información, como el correo electrónico, se verificará su validez y se mostrará un mensaje de error específico en caso de ingresar datos incorrectos o no válidos, guiando al usuario para corregirlos.
No se incluye información de los planes de servicio.	Hemos agregado descripciones detalladas de los planes de servicio al momento de presentar las opciones de pago. Ahora, los usuarios podrán ver claramente los beneficios y características que obtendrán al suscribirse, lo que les brindará una mayor seguridad y motivación al realizar el pago.
No se incluyen descripciones auditivas para usuarios con discapacidades auditivas.	Hemos introducido una función de accesibilidad en los ajustes de la aplicación. Ahora, los usuarios pueden activar alertas visuales alternativas para recibir notificaciones y alertas, lo que garantiza una experiencia comparable y accesible para aquellos con discapacidades auditivas.

Conclusiones

- La población de nuestra aplicación al momento de realizar los diseños e implementaciones correspondientes se mostraron positivas ante estas demostraciones, por ello concluimos que la implementación y el diseño nos ayudará a dar muchas más respuestas positivas de los usuarios que centrándose en cada una por separado.
- Las auditorías dictadas por nuestros compañeros nos dio una visión más allá de solo creadores, nos dio la visión de los mismos usuarios poniendo así los diseños e implementaciones orientadas a ellos. Debido a esto las respuestas positivas de nuestros usuarios aumentó significativamente.
- El proyecto nos ayudó a usar las herramientas y metodologías de un ingeniero, gracias a esto pudimos mejorar profesionalmente y sobre todo trabajar en equipo corrigiendo y creando nuestra aplicación.

Anexos

About-The Product: https://youtu.be/77X_mtqmmcE

Explicacion en Trello:

<https://trello.com/invite/b/ESsVXH2Y/ATTI749f2ce196f5d5ee24f7ec0d272c6c53C6CEC079/sprint-1>

Video de exposición por Drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1wPw0GS3nXCe5jo6_V3ZlDM70ZrB8vF_u?usp=sharing

Referencias Bibliográficas

Apaza, E., & Huamán, F. (2012). Factores determinantes que inciden en la deserción de los estudiantes universitarios. Apuntes Universitarios. Revista de Investigación, 77-86. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4676/467646124005.pdf>

Big Think. (2023, April 6). Big Think. <https://bigthink.com/>

Erazo Guerra, X. F., & Rosero Morales, E. D. R. (2021). Orientación vocacional y su influencia en la deserción universitaria. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(18), 591-606.

<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i18.198>

El peruano, (2021). *Tasa de deserción en educación universitaria se redujo a 11.5%*

<https://elperuano.pe/noticia/132960-tasa-de-desercion-en-educacion-universitaria-se-redujo-a-115>

(2022, April 26). Jóvenes no saben qué carrera profesional van a estudiar - Momento San Luis Potosí.

Momento Digital. <https://periodicoelmomento.com/2022/jovenes-no-saben-que-carrera-profesional-van-a-estudiar/>

Hernandez, E. A., & De la Cruz, K. (2021). *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas* (13th ed., Vol. 7).

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj98paF_6T-AhXnJrkGHX8pBMYQFnnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Fpsicoeducativa.iztacala.unam.mx%2Frevista%2Findex.php%2Frpsicoedu%2Farticle%2Fdownload%2F132%2F388%2F648&usg=AOvVaw2ALLYy0avz1n

Khan Academy / Práctica, lecciones y cursos en línea gratuitos. (2023). Khan Academy.

<https://es.khanacademy.org/>

Lessons Worth Sharing. (2023). TED-Ed. <https://ed.ted.com/>

Ríos, M. (2022, July 18). El 80% de escolares no sabe qué carrera profesional estudiar al terminar el colegio | ECONOMIA | GESTIÓN. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/80-escolares-carrera-profesional-estudiar-terminar-colegio-266166-noticia/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20estudio%20de%20mercado%20del,los%20%C3%B3venes%20solo%20optan%20por%20las%20m%C3%A1s%20conocidas.>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021, 11 de marzo). El 80% de los estudiantes no sabe qué carrera elegir tras terminar el colegio [Nota de prensa]. RPP Noticias.

<https://rpp.pe/economia/economia/el-80-de-los-estudiantes-no-sabe-que-carrera-elegir-tras-terminar-el-colegio-noticia-1412841>

Tuero Herrero, E., Ayala Galavís, I., Urbano Contreras, A., Herrero Díez, F. J., & Bernardo Gutiérrez, A. B. (2020). Intención de abandonar la carrera: Influencia de variables personales y familiares. *Revista Fuentes*.

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/58713/22.2.5_10769_F.pdf?sequence=1

Orrego, V. H. M. (2019). Influencia de la deserción estudiantil en la rentabilidad económica de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes–Sede Huancayo. *Prospectiva contable. Revista de investigación*, 1(1), 62-67.

<https://revistas.upla.edu.pe/index.php/prospectiva/article/view/130>

Perú 21, (2021). *¿Qué motiva la deserción universitaria?*

<https://peru21.pe/lima/que-motiva-la-desercion-universitaria-noticia/>