

Ejercicio 1. Evaluación por recorrido cognitivo.

Para poder analizar mediante recorrido cognitivo las siguientes figuras que se nos presentan primero que todo nos tenemos que plantear qué es lo que queremos hacer en la aplicación. En este caso queremos acceder a la aplicación “La meva /Salut” para poder solicitar el certificado COVID EU. El perfil que se nos presenta es una persona mayor de edad con poca experiencia en este tipo de aplicaciones.

Para poder realizar dicho recorrido nos tenemos que plantear 4 cuestiones:

¿Intentará el usuario alcanzar el efecto deseado?

En este caso el usuario quiere acceder a la aplicación para poder solicitar dicho certificado, en la figura 1 se nos pide tomar una decisión con 2 botones, el de acceder (remarcado en un azul más oscuro que invita a pulsarlo ya que es la acción más importante y más solicitada) y el de conocer los servicios, del mismo tamaño que el de acceder. En la parte inferior tenemos botones para consultas y emergencias. En este caso aunque el usuario tenga poca experiencia, por intuición por parte de los botones podría iniciar sesión con facilidad, aunque para solicitar el alta DENTRO de la aplicación podría tener algunas dificultades dado que es un botón que está dentro de un texto pequeño, a pesar de ser igual de importante que el de acceder, el diseño en la figura 1 parece dar más importancia a conocer los servicios que solicitar el alta de la propia aplicación.

Así que en la figura 1 será complicado darse de alta pero no acceder para iniciar sesión.

En la validación no parecen haber dificultades, los campos de texto parecen dar importancia y los dos tipos de sesión se ven de una forma bastante visible, además que el icono de Face ID es igual que el que se encuentra en todo su dispositivo Apple, por ende puede reconocer fácilmente que el inicio de sesión por reconocimiento facial es ese.

Una vez inicia sesión el usuario se encuentra con 9 botones con un tamaño importante, en este caso para lo que desea tiene el botón de “Vacunes i certificat COVID” en el cual gracias al icono puede asociar fácilmente con el certificado de las vacunas, además que se encuentra a primera vista ya que de primeras es una opción bastante solicitada.

En la pantalla del espacio de vacunas hay varias opciones, pero todas van mediante un texto y cada una tiene un objetivo diferente, el usuario podría encontrar problemas al intentar solicitarlo ya que el botón de solicitar el certificado es poco visible y es mediante texto, no hay una asociación clara o visible.

¿El usuario se dará cuenta de que la acción está disponible?

Como se ha especificado en el apartado anterior, en la primera pantalla en caso de que el usuario quiera darse de alta en la aplicación puede encontrar problemas, ya que no hay una señal clara de que esa función esté disponible, al ser pequeña y ser un texto subrayado. En la pantalla de vacunas tampoco, ya que es un texto sin apenas predominancia y lo único

que podría dar la sensación de disponibilidad es su color azul, pero no invita a pulsarlo. Además contamos con que tiene poca experiencia, quizás no está familiarizado con los hipervínculos.

¿El usuario asociará la acción correcta con el efecto deseado?

En este caso, en el menú principal hay un feedback visual de que el icono de las vacunas tendrá alguna relación con las vacunas y dicho certificado COVID, en la pantalla de inicio de sesión también encontramos que el botón de acceder está remarcado de forma que da la sensación de que si pulsa podrá alcanzar la siguiente pantalla. El botón de solicitud del certificado, aunque tenga un feedback visual un tanto ambiguo, sí que puede dar la sensación de que conseguirá lo que quiere, ya que está junto a un cartel grande de “Certificado COVID”, y es lo primero que se puede asociar a él dada su cercanía.

¿El usuario entiende que progresa hacia el objetivo?

En este caso sí, la cantidad de pantallas para alcanzar lo que quiere es bastante mínima, no hay submenús de ningún tipo, si quiere acceder directamente iniciará sesión, y al iniciar sesión saldrán las opciones que tiene, y al tomar la decisión de la opción se encuentra directamente en la pantalla.

Ejercicio 2. Problemas de usabilidad.

Figura 1.

En este caso como podemos ver tenemos una pantalla de login, el cual el usuario establece un mail y una contraseña, y parece ser que nos ha dado un error.

En este caso este diseño comete un error fatal y es asumir que los usuarios de alguna forma son iguales al diseñador y que son iguales entre sí, además de una clara falta de robustez del diseño ya que tenemos una clara falta de feedback y de capacidad de respuesta. Al cometer un error directamente no nos dice qué error hemos cometido, y es un problema dado que el usuario no sabe por qué ha cometido ese error ni cómo puede recuperarlo o solucionarlo. Para aumentar esta recuperabilidad se solucionaría primero que todo haciendo un mensaje de error más grande (aumentando así la capacidad de respuesta), y luego de eso especificar con un lenguaje adecuado para el usuario por qué se ha cometido el error y qué puede hacer para solventarlo.

Figura 2.

En este caso se nos presenta una ventana de error de Windows diciéndonos que Internet Explorer no ha podido abrir cierta página web y que la operación ha sido completada de forma satisfactoria.

En términos de usabilidad directamente además de una falta de comunicación por parte del diseño con el usuario y en parte también es creer que el usuario es el diseñador. El mensaje final del error es innecesario, dado que genera confusión al usuario, ya que no sabe para

nada qué operación se ha completado, puede generar mucha confusión a la hora de usar el programa y no parece ser una respuesta consistente por parte del diseño.

Mi solución sería simplemente retirar ese texto, ya que el resto de elementos indican de forma correcta que se trata de un error, y la cruz roja se puede asociar a muchos elementos de prohibición o problema.

Ejercicio 3.

En este caso tal y como el ejercicio nos describe, vemos que los usuarios entran en esta página web, se registran, la usan para el objetivo que tenían y no vuelven a usarla más.

Analizando el tipo de página web que es, es una página que nos permite comprar y vender objetos de segunda mano, por ende los perfiles de usuario son de lo más extenso que nos podemos encontrar, ya que ocupamos un nicho de mercado muy grande.

Lo primero que podríamos hacer es incentivar a los usuarios a encontrar más productos, dado que es una página web de compraventa de segunda mano, se puede recoger información sobre lo que le interesa al usuario y ofrecerle más productos del mismo tipo del que ha comprado que le puedan interesar. Esto causa que el usuario pase de buscar una sola cosa en concreto a explorar y seguir manipulando la página, y a la vez podría incentivar a las visitas de los anuncios dentro de la página, dando una seguridad a los vendedores de que sus anuncios serán vistos. En este caso se puede crear una página principal con productos que al usuario podría interesarle en comprar.

Siguiendo esa misma intención, la de invitar a los usuarios a explorar la página, se puede crear un apartado de chat donde el usuario podría contactar de forma directa y personal con el vendedor, de esta forma le damos la máxima seguridad al usuario de no dar sus datos personales a ninguna persona ajena, además de dar una opción directa para conocer más a fondo el producto que este mismo desea.

Y por último, para incentivar que el usuario vuelva a la página, se puede crear una lista de deseados, así mientras explora puede añadirlos a su lista (además funciona para la primera propuesta ya que podemos recoger información para dar una pantalla principal más personalizada), y dicha lista puede incorporar alguna función de avisos por si ese producto se ha vendido, o ha variado en el precio, para que el usuario tenga el control de aquellos anuncios que le interesen. En caso de que algún producto se haya vendido, podemos incorporar alguna función para que la plataforma recomiende anuncios del mismo producto hechos por otras personas, para poder mantener su lista.