

Caso de Estudio: Film commission

En este caso de estudio se aborda el análisis UX de varias plataformas digitales pertenecientes a distintas Film Commissions españolas, con el objetivo de evaluar su diseño, usabilidad, accesibilidad y capacidad de adaptación a distintos dispositivos y contextos de uso. Para ello se ha hecho uso de distintas técnicas propias del Diseño centrado en el usuario y la Experiencia de Usuario, con el objetivo de identificar puntos fuertes y áreas de mejora en las distintas partes de dichas plataformas.

En concreto, se ha realizado un análisis individual de una de las plataformas seleccionadas, en concreto la Valencia Film Office, y se ha establecido una comparativa con la propuesta de la Granada Film Commission, todo con el fin de identificar diferencias en la estructura, diseño y orientación al usuario.

Además, se incluirá al final una propuesta de valor orientada a fomentar el turismo local basado en el cine, enfocándose como una aplicación móvil.

Análisis de la film commission de Valencia Film office

Para la correcta realización del caso de estudio, es necesario comenzar con un análisis del diseño, usabilidad y accesibilidad de la web, pudiendo extraer así los puntos fuertes y débiles a tener en cuenta de cara a la propuesta de valor que se realizará más adelante.

Se han usado distintas técnicas, herramientas y comparaciones con buenas prácticas de diseño centrado en usuario para poder así analizar cada apartado y poder ofrecer una valoración de calidad.

(Los distintos documentos obtenidos como resultado de cada herramienta utilizada se pueden encontrar en el [github](#))

Usuario objetivo y sus necesidades

Antes de analizar nada, es importante establecer quienes son los usuarios que utilizan este tipo de páginas y sus necesidades.

El público objetivo principal de las film commission son productores, directores y profesionales de la industria audiovisual que buscan obtener información sobre distintas localizaciones, proveedores y equipos locales, así como los trámites necesarios para rodar en esos sitios. Su principal necesidad es el acceso rápido, claro y sencillo a toda la información relevante sobre los rodajes y las localizaciones en la localidad en la que están interesados, incluyendo aspectos técnicos, legales y logísticos.

Además, otro grupo importante de usuarios son los turistas, aficionados al cine y ciudadanos locales interesados en conocer las localizaciones de rodaje, eventos culturales relacionados con el cine, y la historia cinematográfica de la ciudad. Este público está interesado en contenidos visuales atractivos, rutas o guías para visitar lugares emblemáticos y una experiencia accesible y amena.

En resumen, estas páginas deben atender tanto a las necesidades prácticas y profesionales de los agentes audiovisuales como a las expectativas culturales y turísticas del público general, adaptando la experiencia a los diferentes perfiles y objetivos mencionados.

Análisis del diseño

Para el correcto análisis del diseño, se ha realizado una checklist/test con la que evaluar cada apartado del diseño junto al cual se ha realizado una serie de comentarios sobre qué funciona y qué no lo hace. La checklist utilizada ha sido elaborada usando como referencia algunas preguntas de la siguiente página: <https://www.checklist.design/topics-checklist>, y puede ser encontrada en el GitHub.

La media obtenida tras la realización del análisis del diseño de la web a través de la checklist es de un 7.2. Los puntos débiles a destacar son los siguientes:

- En el diseño responsive, la cantidad de contenido en pantalla puede volverse excesiva en dispositivos pequeños, sobre todo en el inicio.
- En cuanto a la paleta de color, apenas se utiliza y hay un claro exceso de negro en toda la página. El color secundario apenas aparece.
- Hay poco feedback hacia el usuario. La mayoría de menús no tienen animación y se abren de manera automática y los botones y formularios apenas tienen un cambio notable de estado al interactuar con ellos.
- Como apunte extra, en la landing page (y en algunos otros apartados) la simetría no se cumple del todo, teniendo elementos con tamaños dispares pero en la misma fila.

Con esta información obtenida, vemos claro que hace falta un claro enfoque en la paleta de color y en la interacción con el usuario, el cual se aplicará la propuesta de valor. La página se relaciona muy poco con el usuario y navegarla puede llegar a sentirse pesado.

Análisis de la usabilidad

El análisis de la usabilidad se respaldará de igual forma en una herramienta orientada al mismo, en concreto el “usability review”. Dicha review se encuentra también en el github, y en ella se evalúan distintos apartados de la web basados en buenas prácticas de diseño orientadas a la jerarquía de navegación, funcionalidades y rendimiento.

El usability review se realiza desde el punto de vista de un usuario interesado en el sistema y que busca poder obtener la mayor cantidad de información posible. A su vez, en el usability review se describen cada una de las evaluaciones realizadas para su posterior análisis global.

El resultado del usability review nos muestra que, tras un análisis en profundidad de todas las partes de la web, esta tiene una nota de usabilidad de 87 sobre 100. En general cubre bien todos los aspectos relacionados con la usabilidad (Funcionalidades, Navegación, Feedback, Formularios, etc...), pero hay ciertos apartados en los que flaquea mucho. A continuación repasamos los distintos puntos a mejorar en cuanto a la usabilidad:

- Búsqueda: La página carece por completo de ningún tipo de función de búsqueda general. Esto es muy perjudicial para el usuario, y lo es más en una página donde el objetivo principal es obtener información.
- Landing page: La información está demasiado concentrada al inicio y apenas hay espacios en blanco, lo que puede llegar a hacer la navegación bastante incómoda.

En el resto de puntos, apenas hay puntos negativos y todo cumple los distintos principios de usabilidad sin problemas mayores que puedan afectar gravemente a la experiencia de usuario.

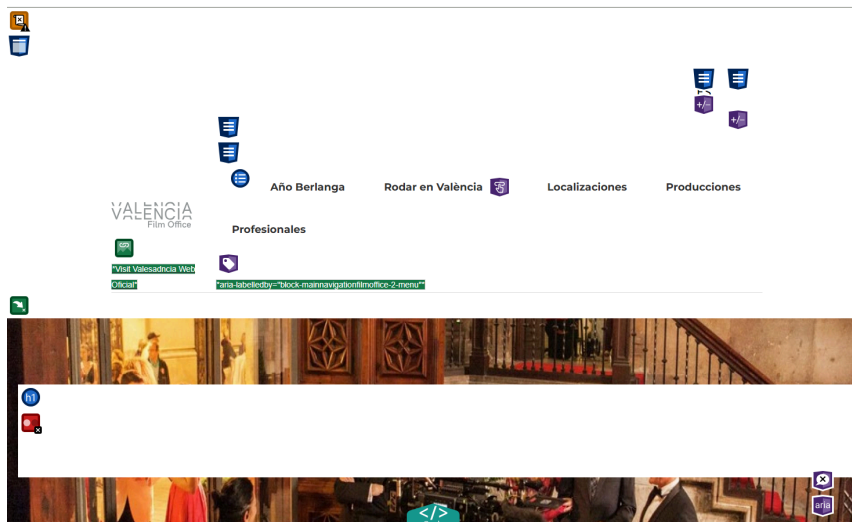
Análisis de la accesibilidad

Para el análisis de la accesibilidad, se han usado una serie de herramientas para la evaluación automática de pautas de accesibilidad, así como simuladores de diferentes deficiencias para comprobar cómo responde la página a estos problemas. El análisis de opciones de accesibilidad es innecesario puesto que la página carece de los mismos.

Con el uso de estas herramientas hemos podido encontrar los distintos puntos débiles del diseño accesible de la página, los cuales habrá que tener en cuenta de cara a la propuesta de valor.

Análisis de la aplicación de pautas de accesibilidad.

Para este análisis hemos usado la herramienta WAVE Web Accessibility Evaluation Tool que nos muestra con superposición los distintos problemas de la página.



Tras un escaneo de todas las partes principales de la página web, encontramos que la mayoría de errores presentes son de problemas con el contraste. En concreto, estos problemas surgen del uso de texto blanco sobre imágenes con un tono de color en general claro.

A parte de estos errores, también hay un problema claro con la inconsistencia de elementos que pueden ser pulsados, ya que algunos presentan el rol de “botón”, que permite un mejor escaneo de elementos interactivables, y un problema generalizado de heading, donde múltiples elementos podrían ser considerados la cabecera de algún elemento pero no están marcados como tal, lo cual dificulta la comprensión de la estructura de la web.

Análisis mediante simuladores

Por último se ha usado el simulador de discapacidad “Funkify” para poder comprobar en qué medida afectan los problemas encontrados con los análisis anterior.

El problema que más resalta es el de contraste, que se intensifica con algunos simuladores, como el de ceguera. Cuanto más borrosa es la visión del usuario, menos se entienden los títulos principales de cada página cuando van acompañadas de una imagen de fondo.

A su vez, discapacidades como el daltonismo, se ven afectadas por la falta de una paleta de colores más variada y representativa, pues, al haber tanta falta de color, algunas personas pueden incluso no poder apreciar el resaltado de los botones o enlaces.

En resumen, el análisis de accesibilidad es algo negativo, puesto que existen varios fallos que pueden afectar de manera negativa a la experiencia de personas con discapacidades concretas, aunque en general cumpla de manera aceptable con la normativa.

Conclusión del análisis

Tras la evaluación detallada de la plataforma de Valencia Film Office, hemos podido apreciar que, aun si la web cumple con varios aspectos clave del diseño UX, existen ciertas áreas donde los puntos débiles son muy apreciables.

Desde el punto de vista del diseño, hemos apreciado un problema bastante elevado con la paleta, el cual incluso ha acabado afectando a la accesibilidad de la página, en concreto generando problemas con el contraste. En cuanto a la usabilidad, la página responde bien a la mayoría de aspectos funcionales, pero falla por completo en herramientas clave como la función de búsqueda general, o en el reparto de información como en la landing page, cuya densidad acaba siendo excesiva.

En conjunto, el análisis nos ha proporcionado los puntos clave en los cuales habrá que hacer hincapié en la propuesta de valor, ya sean errores a corregir, como puntos clave que Valencia Film Office ha llevado a cabo correctamente y que sería interesante tener en cuenta.

Comparativa competitiva con Granada Filmin

El objetivo de esta comparativa enfocada al diseño y organización de tareas es comprobar cual de las dos funciona mejor y por tanto, que información de diseño se puede extraer de cara a usarla como guía en la propuesta de valor.

Para ello se ha realizado un “competitor analysis” mediante una plantilla en Figma, donde se ha repasado los distintos puntos de mayor importancia en cuanto a diseño/usabilidad y estructura de la información para posteriormente, realizar el análisis y comparativa de los resultados. *Dicho análisis se encuentra en github.*

En general, los resultados de la comparativa nos dice que ambas páginas son muy similares en cuanto a estructuración de la información, usabilidad y diseño, pero si hay algunos puntos donde podemos marcar la diferencia entre ambos y establecer cual es objetivamente la mejor diseñada:

- **Funcionalidad y estructuración de la información:** Granada Filmin muestra un uso mejor de dicha jerarquía permitiendo una navegación más intuitiva y mejor presentada al usuario, utilizando el menú de inicio como escaparate de todas las actividades a realizar.
Valencia Film Office hace algo similar, pero lo coloca al final de la página de inicio y entre medias establece una introducción que puede llegar a ser excesiva y que podría ser relocalizada en otra parte de la web. A su vez, la falta de funcionalidad de

búsqueda hace que el uso de dicha estructura de información sea más compleja y más limitante para el usuario.

- Diseño: El uso de una paleta bien definida y que contraste bien con los colores elegidos le da a Granada Filmin una clara ventaja sobre el diseño de Valencia Film Office, el cual tiene un claro abuso de colores negros y blancos y una falta de colores secundarios representativos.

A su vez, en la mayoría de espacios de Valencia Film Office se puede observar una necesidad de espaciado entre elementos, sobre todo en la página inicial, donde comprender la estructura de la información puede volverse difícil.

Con estos dos puntos diferenciadores, podemos concluir habiendo seguido unos criterios objetivos enfocados al diseño y estructura de la información, usados mediante la herramienta del análisis competitivo, que Granada Filmin es la página mejor diseñada entre las dos.

A su vez, esta comparativa nos ofrece una base sólida para tomar decisiones de diseño más efectivas en la propuesta de valor, priorizando una jerarquía clara, accesos rápidos a funcionalidades clave y una estética coherente y diferenciadora.

Propuesta de valor (Scope Canvas)

Gracias al análisis de Valencia Film Office y su comparativa con Granada Filmin, hemos conseguido extraer conclusiones objetivas sobre qué funciona y qué no a la hora de presentar contenidos audiovisuales enfocados al turismo, detectando oportunidades de mejora en aspectos como la jerarquía de contenidos, la experiencia de navegación o la visibilidad de la página en general.

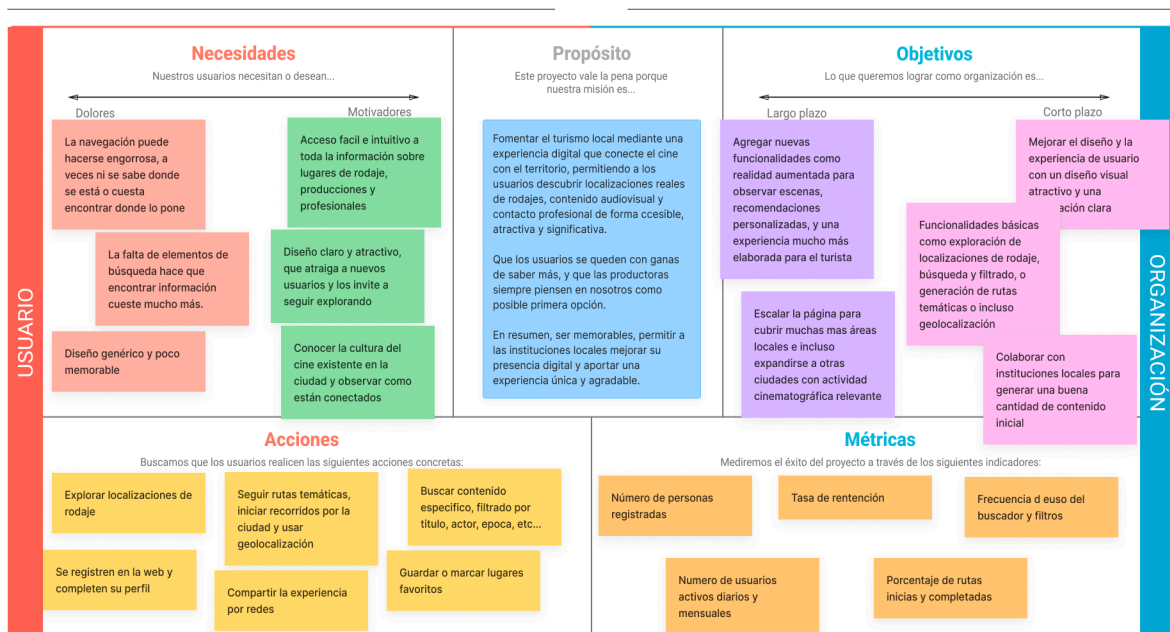
Con esta información como base, el objetivo es plantear una propuesta de valor concreta para el rediseño de la experiencia que propone Valencia Film Office para promover el turismo local a través del cine. Dicha propuesta de valor se va a dividir en:

- Un Scope Canvas que sintetice los problemas detectados, la audiencia objetivo y sus necesidades, y los objetivos a cumplir.
- Un boceto (wireframe) de la página de inicio de la app, centrado en resolver los puntos críticos identificados y en ofrecer una experiencia intuitiva y centrada en el usuario.

Scope canvas

En nuestro scope canvas, para el cual se ha usado la plantilla de <http://scopecanvas.com>, hemos plasmado una breve explicación de en qué va a consistir nuestro proyecto de rediseño, haciendo hincapié en los siguientes apartados:

- Necesidades, dolores y motivaciones de nuestros usuarios
- El propósito y misión del proyecto
- Objetos que se quieren alcanzar, tanto a corto plazo como a largo plazo
- Las acciones que buscamos que realicen los usuarios
- Las métricas que seguiremos para medir el éxito del proyecto



v5.0 www.scopecanvas.com

Licencia de uso: Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

Conversión a Figma: Formación Gráfica - <https://www.youtube.com/formaciongrafica/>

En el scope canvas hemos tenido en cuenta aquello que nos ofrecían tanto Valencia Film Office como Granada Filmin, y hemos buscado hacer énfasis en los detalles en los que fallaba el primero, para así poder ofrecer al usuario una experiencia más especial, memorable y que ayude a impulsar el turismo local y el desarrollo de la industria de manera profesional.

El scope canvas se puede encontrar también en el github

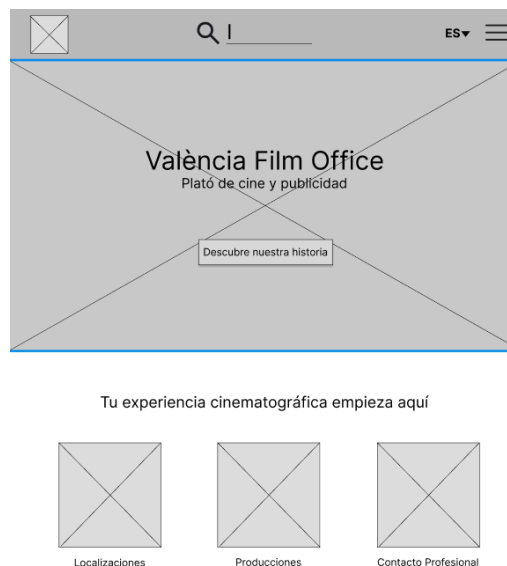
Boceto (Wireframe)

Por último, se va a realizar un boceto en wireframe donde el objetivo es mostrar cómo sería el rediseño de la distribución de la información que queremos para nuestro proyecto. El enfoque principal va a ser la página inicial, ya que es la que, a lo largo del proceso de análisis, ha concentrado el mayor número de problemas a solucionar.

Hemos cogido algo de inspiración del diseño de Granada Filmin, el cual establece el buscador como atractivo principal, mientras el resto de opciones principales las mantiene en el menú del header. A su vez muestra las opciones principales en la página inicial en un listado bien presentado por lo que el usuario no se pierde nada y la interfaz queda limpia.

Principales características del rediseño

El diseño original de Valencia film office, en cuanto a estructura general, no es del todo malo, pero era necesario corregir algunos problemas, tanto como la presentación inicial, que es algo pobre, como el espaciado entre elementos, que era algo escaso. La página inicial también carece de un CTA (Call To Action), por lo que añadir uno también es necesario.



Se ha cambiado la navegación del header por un buscador, y todas las acciones están en el menú desplegable de la derecha, similar al enfoque que usa Granada Filmin. A su vez, se ha añadido el botón de “Descubre nuestra historia”, que dirige a la página que ahora aloja la introducción que antes estaba directamente visible al usuario.

En su lugar ahora, lo primero que ve el usuario son las acciones principales que puede realizar, así como una invitación a descubrir más sobre la página.

València es la ciudad ideal para llevar a cabo su proyecto cinematográfico

València goza de un suave clima con más de 300 días de sol al año y una temperatura media de 19°. Bañada por las cálidas aguas del mar Mediterráneo, la ciudad cuenta con kilómetros de playas y zonas verdes.

València presenta un variado abanico de localizaciones gracias a sus más de 2.000 años de historia capaces de inspirar numerosas tramas de cualquier género cinematográfico.

Cómo rodar en València



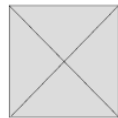
Servicios València
Film Office



Cómo iniciar tu rodaje
en València



Formularios de
solicitud para rodajes



Ayudas e incentivos
en rodajes



Las mejores
localizaciones



Rodajes sostenibles
en València

Contacta con nosotros

Cómo rodar en València

En cuanto al resto, la descripción inicial se ha mantenido para dar un poco de contexto, pero el resto está en su propia página, junto con videos introductorios que contenía. De esta forma, no agobiamos al usuario de primeras con mucha información de golpe, si no que le damos una pequeña bienvenida explicando de manera concisa lo que se ofrece.

Por último, el listado de acciones secundarias de la página también se ha mantenido, pero esta vez se ha movido al final de la página y se han espaciado más los elementos para mitigar lo más posible el problema de que no existían separación entre elementos que teníamos antes.

El footer se ha mantenido igual. En el wireframe no hemos incluido los sponsors ni la navegación secundaria que se encuentra en el.

El wireframe completo se encuentra en el github

Conclusión del estudio / auto-evaluación

Durante el desarrollo de este estudio he podido volver a aplicar muchas herramientas y métodos de trabajo que aprendí a usar en las prácticas y que ahora he podido realizar con un poco más de conocimiento y criterio.

Los análisis he podido realizarlos con un conocimiento mayor en cómo hay que enfocar un diseño centrado en el usuario, lo que me ha permitido hacer una evaluación algo más profunda de lo que he podido hacerla en prácticas.

A su vez, he podido abarcar la propuesta de valor con una mejor base de la que tenía cuando realicé las prácticas, tanto en resultados de análisis del entorno y aplicaciones existentes como en conocimientos propios, pero si es verdad que quizás no ha sido tan completa como me hubiese gustado a nivel de detalle. Habría sido interesante hacer más hincapié en los objetivos que queremos para el sistema como pudimos hacer en prácticas.

En general, la práctica no alcanza en todos los niveles a mi trabajo realizado en prácticas ni al nivel que he obtenido a lo largo de la asignatura, pero es en parte debido al poco tiempo del que se disponía para el ejercicio. Teniendo en cuenta limitaciones de tiempo, creo que el caso de estudio ha salido bastante decente.

Por último, creo que el nivel que he adquirido tanto en prácticas como realizando este trabajo me deja bastante preparado para el diseño de un caso real, pero obviamente aún quedan puntos que pulir en cuanto a mi manera de trabajar y desarrollar un caso de estudio de manera correcta.