

DISEÑO DE INTERFACES DE USUARIO

PRÁCTICA 1: ANÁLISIS DEL INTERFAZ DE USUARIO. REVISIÓN DE USABILIDAD

Curso 2022-2023

Miquel Vidal Cortés

Aurelio Espinosa Ramón

Índice

Empathy Map	3
Nuestra experiencia	3
El usuario dice...	4
El usuario piensa...	5
El usuario hace...	6
EL usuario siente...	7
Necesidades del usuario	8
Mejoras	9
Competitive Analysis	9
User Research	15
Persona 1. Kimura Yamamoto	16
Persona 2. Rocío García Parada	17
Journey Map	18
Persona 1	19
Persona 2	21
Usability Review	23
Briefing	23

Empathy Map

Nuestra experiencia

En primer lugar, explicamos nuestras experiencias con los espectáculos flamencos además de dar nuestra opinión al respecto. La visión que tenemos sobre ello, a quien pensamos que va orientado este tipo de cultura...

En ambos casos ninguno de los dos ha asistido a este tipo de eventos culturales, ya sea porque no ha tenido la oportunidad de ir debido a la ubicación de su residencia o por falta de interés.

MIQUEL VIDAL CORTES

Creemos que está enfocado a la gente mayor o a los turistas

MIQUEL VIDAL CORTES

Creemos que los tablados flamencos del Sacromonte están enfocados hacia los turistas nacionales o extranjeros. Los verdaderos files a esta cultura no asisten a este tipo de espectáculos debido a que buscan otro tipo de ambientes

MIQUEL VIDAL CORTES

El usuario dice...

En segundo lugar, dada nuestra opinión al respecto, nos ponemos en la piel de un potencial cliente y aportamos comentarios sobre lo que diría. Para ello, nos hemos ayudado de las opiniones que han dejado usuarios que han podido vivir este tipo de experiencia.

SAY

Experiencia
totalmente
recomendable

MIQUEL VIDAL CORTES

Expectativas
superadas a las
inicialmente
definidas

MIQUEL VIDAL CORTES

Los bailes son
sorprendentes

Aurelio

Buena acústica del
lugar

MIQUEL VIDAL CORTES

Desde cualquier
lugar se ve bien el
espectáculo

MIQUEL VIDAL CORTES

Me gustó mucho
lo emocional y
apasionado que
es

Aurelio

Programación
variada y de
excelente calidad

MIQUEL VIDAL CORTES

El flamenco es un
género musical
muy diferente

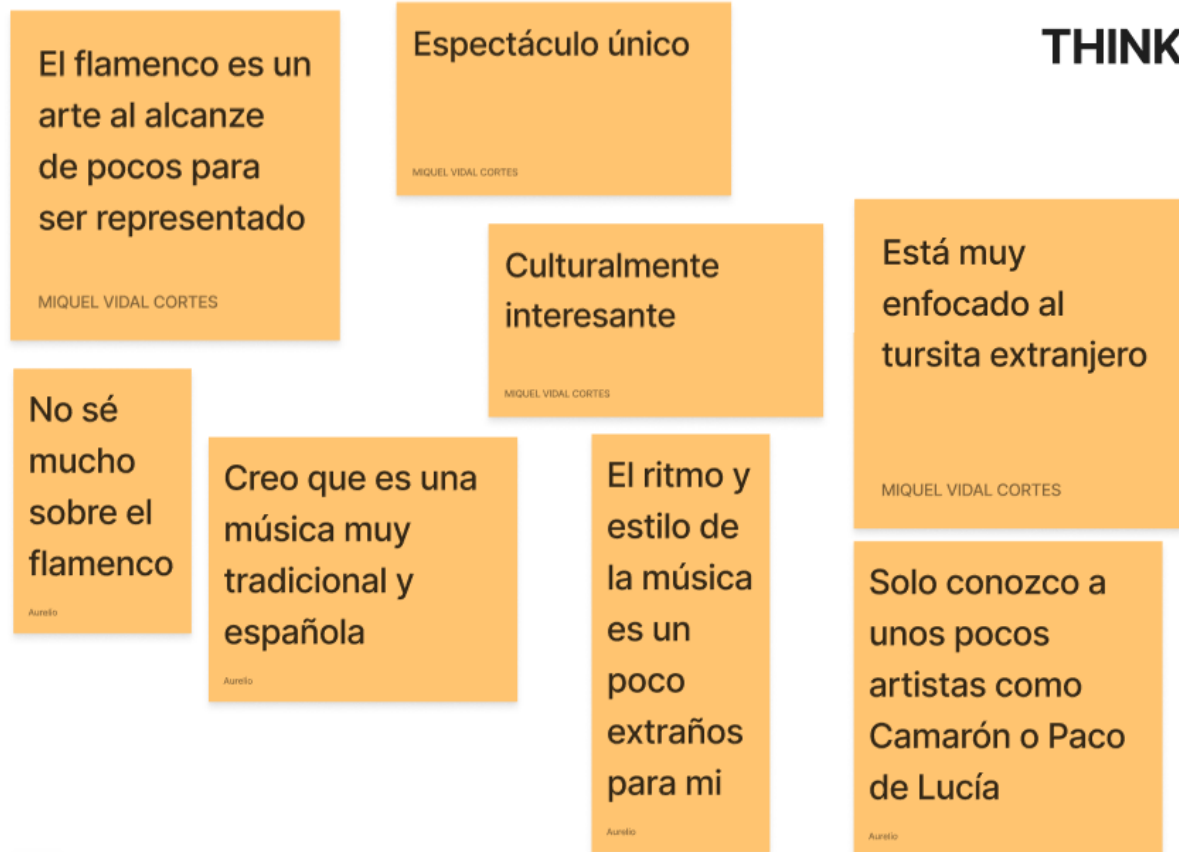
Aurelio

Es muy
interesante y
quiero seguir
aprendiendo

Aurelio

El usuario piensa...

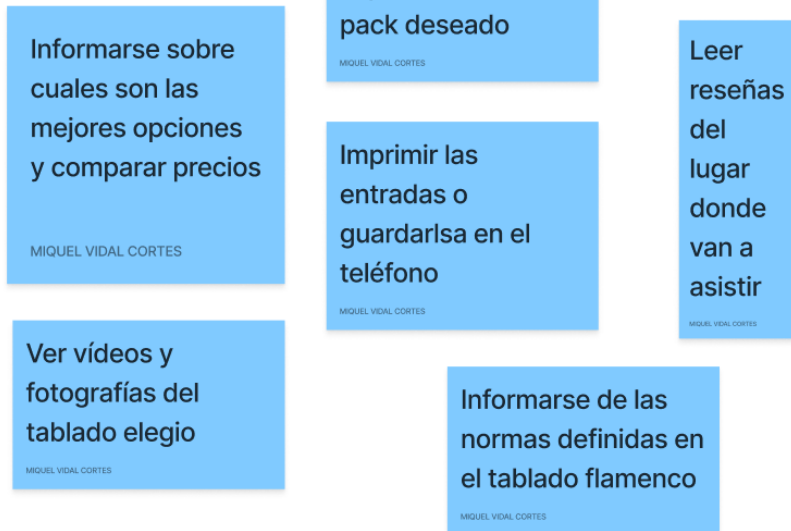
En tercer lugar, nos centramos en el aspecto subjetivo. Ya sea por parte de un usuario habitual, un nuevo usuario o incluso, uno que no esté interesado en el tema.



El usuario hace...

En cuarto lugar, anotamos los posibles pasos que realiza el usuario desde que se interesa por el tema hasta que decide ir. Para ello, se informa de los tablados mejor valorados, selecciona uno, compara las experiencias que puede vivir, se decide por una, selecciona día y hora y, finalmente, compra las entradas.

DO



EL usuario siente...

En quinto lugar, listamos que posibles sentimientos puede experimentar el usuario durante el espectáculo y posterior a él.



Necesidades del usuario

En sexto lugar, tratamos de identificar las posibles necesidades que tiene un usuario durante toda la experiencia. Ya sea a nivel de informarse, reservar como a nivel de comodidad para mejorar lo que va a vivir.

USER NEEDS



Teo Yu Siang and Interaction Design Foundation.

Que se vea
correctamente
independiente
del lugar
donde se
sienten

MIQUEL VIDAL CORTES

Comodidad

MIQUEL VIDAL CORTES

Que se oiga
correctamente

MIQUEL VIDAL CORTES

Buscar
información
sobre el flamenco

Aurelio

Tener un ambiente que
comparta el gusto por el
flamenco(amigos,
familia...)

MIQUEL VIDAL CORTES

Mejoras

Finalmente, y analizados los diferentes puntos vistos, anotamos posibles mejoras que puede realizar el mundo del flamenco con el objetivo de mejorar el producto que ofrece.

INSIGHTS

Porgramaciones
especiales

MIQUEL VIDAL CORTES

Ofertas para
nuevos usuarios

Aurelio

Varios tipos de
entrada (con tapas,
cena...)

Aurelio

Competitive Analysis

En este caso hemos realizado una tabla comparando nuestra opción “La Alboreá” con otros tablaos flamencos granadinos con páginas webs parecidas. En este caso, “Cueva La Rocío”, “La Soleá” y “La Comino”. Adjuntamos los enlaces a sus correspondientes webs para posibles comprobaciones.

Tablao flamenco	Enlace página web
La Alboreá	https://alboreaflamenco.com/
Cueva La Rocío	https://cuevalarocio.es/
La Soleá	https://tablaolasolea.com/
La Comino	https://cuevaflamencalacomino.com/

La tabla compara diferentes aspectos de los diferentes tablaos flamencos. En primer lugar, el modelo de negocio que presenta cada uno. En segundo lugar, la usabilidad de la página web. Nos centraremos en aspectos de carácter técnico. En tercer lugar, las funcionalidades presentes en cada sitio web. Y en cuarto lugar, las tecnologías utilizadas. Cada aspecto viene valorado según el criterio que hemos analizado, explicado a continuación.

En este caso estamos midiendo el tipo de modelo de empresa que tiene cada una de las opciones comparadas. Para cada característica analizada se adjunta una breve descripción de que ofrece y que no.

Business model				
Nombre	La Alboreà	Cueva La Rocío	La Soleá	La Comino
Precio oferta básica	18 € adultos // 10.80 € niños	25 € adultos // 15 € niños	30 € adultos // 15 € niños	25€ adultos // 12.5 € niños
Orientado a...	Todas las edades	Todas las edades	Todas las edades	Todas las edades
Duración	1 hora	1 hora	1:30 hora	1 hora
Ofrece consumición + espectáculo	Sí (una copa o una cerveza, refresco o sangría) 20.5€ adultos // 13.2€ niños	Si (Las opciones son refrescos, sangría o cerveza)	Si	Si, además de poder seleccionar si quieres estar en primera o segunda fila 35 € adultos // 17.5 niños
Ofrece cena + espectáculo	Sí (en restaurante los manuales o embutidos en el mismo lugar) No hay precio // No hay disponibilidad	Si (mismo lugar) 55 € adultos // 27.5 € niños	Si (mismo lugar) 65 € adultos // 32.5 € niños	No
Ofrece cena + traslado + espectáculo	No hay opción de traslado. Facilita la ubicación.	No, pero facilita la ubicación del lugar	No, pero facilita la ubicación.	No
Ofrece cena + traslado + espectáculo + guía turística	No hay traslado. sin embargo hay opción de espectáculo más guía turística. 32 € sin cena (todos mismo precio)	Si, 35 € adultos // 20 € niños	No hay opción de traslado	No

Realiza eventos	Sí. Imparten clases de flamenco	Si, permite la realización de eventos como bodas, comuniones...	No	No
------------------------	---------------------------------	---	----	----

Para los aspectos relacionados con la usabilidad hemos decidido clasificarlos segun una escala del 1 al 5 de manera ascendente. Cada valor indica el grado de usabilidad que tiene dicho aspecto.

Valor	Significado
1	No lo cumple
2	Mínimo de reajuste, algunos fallos
3	Es adecuado
4	Se ajusta bastante bien en móvil y ordenador
5	Funciona correctamente tanto en móvil como en ordenador

Usability				
Nombre	La Alboreá	Cueva La Rocío	La Soleá	La Comino
Web Responsive	5/5	5/5	5/5	5/5
Intuitiva	3/5	4/5	3/5	3/5
Eficiencia	4/5	4/5	5/5	3/5
Satisfacción	4/5	5/5	3/5	2/5
Eficacia	4/5	5/5	4/5	3/5
Seguridad	5/5	5/5	5/5	3/5

Credibilidad	5/5	5/5	5/5	5/5
Navegación	4/5	5/5	4/5	3/5

De la misma manera que en el modelo de negocio, se aclara si ofrece dicho servicio o no, y se hace un comentario cuando es oportuno.

Funcionalidades				
Nombre	La Alboreá	Cueva La Rocío	La Soleá	La Comino
Idiomas	Español, Inglés, Francés y Koreano	Español, Inglés, Francés	Español, Inglés,	Español, Inglés
Reservar online	Sí	Si	Si	Sí
Contacto con la empresa	Facilita varias números, tanto de teléfono como whatsapp, además de correo electrónico	Facilita varias números, tanto de teléfono como whatsapp, además de correo electrónico	Facilita un número de teléfono y un correo electrónico	Facilita varias números, tanto de teléfono como whatsapp, además de correo electrónico
Ubicación	Sí, mediante un mapa	Si	Si	Si, mediante un mapa
Contenido gráfico	Ofrece solo imágenes	Si, ofrece imágenes del lugar y los espectáculos, así como videos. También ofrece una visita virtual del lugar	Si, ofrece tanto videos como imágenes	Ofrece solo imágenes

Consulta opiniones	Sí.	No	Si	Sí
Pago a través de paypal	Sí	Si	No	No
Pago mediante tarjeta de crédito	Sí	Si	Si	Sí
Pago en efectivo	No especifica	No	No	No especifica
Pago en diferentes tipos de moneda	Sí	No	No	No

De la misma manera que en el modelo de negocio, se aclara si ofrece dicho servicio o no, y se hace un comentario cuando es oportuno.

Tecnologías				
Nombre	La Alboreá	Cueva La Rocío	La Soleá	La Comino
Mensaje error	Sí	Si	Si	Sí
Cookies		Si, no muy molestas, permiten la navegación	No	No
Barra navegación	Sí	Si	No	Sí
Footer	Sí	Si, con enlaces directos e información útil	No	Sí

User Research

En nuestro caso hemos elaborado dos perfiles de usuarios totalmente diferentes. En primer lugar, un ciudadano Japonés llamado Kimura Yamamoto. Está de viaje por el sur de Europa con su mujer durante sus vacaciones. Amante del ciclismo de carretera, la cocina y de la fotografía. Llega a Granada para aprovechar las características de dicha provincia, mar, montaña y una cultura gastronómica muy variada. A todos estos alicientes se le suma el poder ver en primera persona un espectáculo de flamenco. Tiene experiencia previa debido al movimiento migratorio del flamenco hacia el país nipón. En segundo lugar, Rocío García, granadina de nacimiento. Estudió psicología en Salamanca. Volvió a Granada donde está trabajando como psicóloga. Aprovechando una visita de sus amigos que hizo en edad universitaria, van a ir a ver un espectáculo de flamenco. Rocío considera que es interesante culturalmente y, aprovechando la experiencia de su abuela, le pedirá consejo para elegir tablao.

Kimura Yamamoto

PERSONA #1: KIMURA YAMAMOTO



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

Le gusta ir en bici, cocinar, fotografiar y conocer nuevas culturas viajando a diferentes países. Es amable, ordenado y responsable.

DEMOGRAPHICS

Age: 52

Gender: Hombre

Profession: Funcionario

Nationality: Japonesa

Location: Tokio, Japón

Lifestyle & bio: Trabaja desde hace 21 años como funcionario del estado nipón. Está casado con su mujer. Está dentro de un grupo ciclista con el que sale semanalmente a rodar. Además, le gusta la fotografía y cocinar en casa.

GOALS - INTERESTS

- Viajar
- Mejorar su español
- Hacer rutas en bici por la provincia de Granada. Es un gran escalador.
- Formarse en la gastronomía mediterránea.
- Conocer la cultura de tapa-caña

PAIN POINTS - CONCERNS

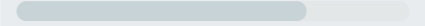
- Diferencia cultural notable
- Incertidumbre de que se va a encontrar
- Nivel de inglés muy básico
- No sabe hablar español

SCENARIO

Durante sus vacaciones junto a su mujer ha decidido realizar un viaje por Europa. Para ello ha contratado a una agencia de viajes que le ofrece diferentes tipos de packs (centro de Europa, norte de Europa o sud de Europa). Prioriza el buen tiempo y una gastronomía variada y enriquecedora. Finalmente se decide por realizar el viaje por el sud de Europa. Una de las razones de peso por el cual ha decidido este pack ha sido la presencia en Granada en la ruta por España. Le ofrece muchas de las cosas que está buscando: poder conocer lugares a través del ciclismo, probar la gastronomía mediterránea, y finalmente, poder asistir a un tablao flamenco, movimiento muy popular en su país natal. Recordar que son muchos los grandes del flamenco que han realizado giras por el país nipón con el objetivo de abrir fronteras y buscar nuevos mercados. Recuerda cuando de joven asistió a un concierto de Paco de Lucía. Además de la visualización de algún documental que daban en la televisión nacional.

MOTIVATIONS

Poder asistir a un evento flamenco en un tablao tradicional

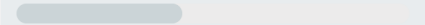


Conocer mundo

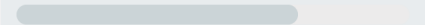


SKILLS

Technology

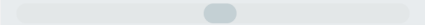


Problem solving

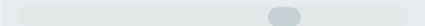


PERSONALITY

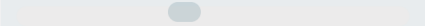
Introvert Extrovert



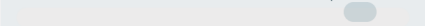
Low confidence High confidence



Follower Leader



Close minded Open minded



Solo Collaborative



BRANDS



user persona template [DIU-UX Toolkit]

Rocío García Parada

PERSONA #2: ROCÍO GARCÍA PARADA GOALS - INTERESTS



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

Le gusta seguir formándose en diferentes campos de su especialidad, hace yoga y le gusta el mundo de las plantas. Le encanta ir de excursión cuando tiene tiempo y descubrir lugares de Granada.

DEMOGRAPHICS

Age: 30

Gender: Mujer

Profession: Psicóloga

Nationality: Española

Location: Granada, España

Lifestyle & bio: Estudio psicología hace 7 años en la universidad de Salamanca, donde hizo amigos. Le apasiona su profesión y disfruta ayudar a la gente. Además, suele ir de excursión. Después de estudiar en Salamanca decidió volver a Granada para estar cerca de su familia y por temas económicos le era más fácil empezar su consulta en Granada.

- Seguir formándose en el campo de la psicología.
- Poder tener una clínica más grande.
- Ayudar a más gente.
- Viajar por toda España después de conocer toda Granada.
- Iniciar otros negocios.

PAIN POINTS - CONCERNS

- Demasiado perfeccionista
- Incapaz de no hacer nada y relajarse
- Le molesta mucho los cambios de última hora en algún plan.

SCENARIO

Rocío decidió estudiar en la Universidad de Salamanca debido a que en dicha universidad se impartía una especialidad de Psicología que le llamaba mucho la atención. Durante sus años de estudio en Salamanca Rocío conoció a muchos amigos con lo que hoy en día se sigue llevando genial. Estos amigos van a pasar un tiempo en Granada, por lo que Rocío ha propuesto una serie de planes para visitar los elementos culturales más característicos de Granada como la Alhambra, el sacramento, el Albaicín y por supuesto un espectáculo de flamenco. Aunque ella haya asistido un par de veces a algunos espectáculos, nunca ha estado realmente interesada, y ha sido más bien por casualidad. Por lo tanto, para asegurarse de que todo vaya bien y sus amigos se lo pasen genial, ha decidido preguntar a su abuela, quien tiene algo más de experiencia en este mundo. Además, de las recomendaciones de su abuela Rocío también ha decidido informarse de otros espectáculos que ofrezcan otro tipo de entradas como por ejemplo espectáculo+cena+transporte+guía turística para facilitar la visita por Granada a sus amigos.

MOTIVATIONS

Crecimiento Personal

Ayudar a gente

Motivation

SKILLS

Tecnología

Capacidad de liderazgo

PERSONALITY

Introvert

Extrovert

Low confidence

High confidence

Follower

Leader

Close minded

Open minded

Solo

Collaborative

BRANDS



[user persona template](#) [DIU-UX Toolkit]

Journey Map

Para cada una de las personas definidas anteriormente hemos elaborado dos Journey Maps distintos adaptándonos a la experiencia que van a vivir. En caso Kimura Yamamoto, el proceso va desde que se informa sobre el tablado al que va a ir, después de una comparativa con las opciones que le propone la agencia, pasando por la elección de la entrada que va a comprar hasta el pago y obtención de los tickets. En el caso de Rocío, tiene estados del Journey Map parecido al de Kimura, pero se diferencian en la toma de la decisión, ya que la granadina ha de tener en cuenta la ubicación del tablao debido a que vive en las afueras de Granada.

Kimura Yamamoto

Stage	Elegir tablado al que va a asistir	Como consigo la entrada	Informarse sobre la entrada	Decidir qué tipo de entrada queremos	Información de entradas	Proceso de pagar	Tener las entradas (conclusiones)
Steps	Elegir qué tablado asistir entre la lista que le ha aportado la agencia	Navegar por la web hasta encontrar tipo de entradas	Obtener información sobre el tipo de entradas que hay	Elegir la entrada	Definir las características de la entrada (día, hora, gente...)	Indicar los datos personales de los asistentes y pagar	Descargar las entradas en el móvil
Thinking	Cual ofrecerá mejor experiencia (calidad del grupo flamenco, comodidad (ubicación))	Si al web estará en japonés para facilitar la comprensión	Le gustaría poder reservar un pack	Cual es la mejor opción para cuadrar con horarios y presupuestos	Cual es el mejor día para ir según el planning establecido	Si tendrá problemas al pagar con yenes	El proceso podría haber sido más rápido y eficiente.
Doing	Comparando los tablados en base a la información que le han proporcionado.	Saber a qué idiomas se puede traducir la web	Leer sobre las diferentes ofertas	Comparando precios y analizando cuál es la mejor opción	Introduciendo los datos necesarios y comprobando que sean correctos	Completando el formulario requerido e introduciendo los datos de su tarjeta de crédito	Revisando que los datos son correctos y guardando las entradas en un lugar seguro y que recuerde

Pain points	La información aportada podría ser menos ambigua y solo aportar la mejor opción.	La web no está en japonés	Poco intuitivo el encontrar los packs	Proceso lento en el cual se siente muy solo	El usuario no sabe qué días no están disponibles hasta que no confirma el día al cual quiere ir.		El usuario tiene la sensación de que ha estado más tiempo de lo necesario para reservar las entradas
Feelings	Curioso	Intranquilo	Frustrado	Indeciso	Control	Seguro	Satisfecho
Opportunities	Mejorar el documento que se le ha hecho llegar introduciendo opiniones de compatriotas sobre la experiencia	Aumentar la cantidad de idiomas posibles para traducir la web	Tener una sección llamada packs donde se oferten todos las posibles combinaciones	Se aportará más información sobre las posibles experiencias a contratar. Además de simplificar la navegación en el proceso de elección de la entrada.	Indicar sobre el calendario qué días no están disponibles para el tipo de entrada escogida. Así evitando perder tiempo buscando disponibilidad.	Está satisfecho con el hecho de poder pagar con la moneda de su país	Hay puntos del proceso que se podrían optimizar facilitando la experiencia de usuario.

Rocío García Parada

Stage	Preguntar por tablaos	Informarse sobre los tablaos	Elegir el tablao	Información de entradas	Proceso de pagar	Tener las entradas (conclusiones)
Steps	Le pregunta a su abuela, que tiene algo de experiencia, que tablaos le recomienda.	Busca información sobre los 3 tablaos	Elegir el tablao que más le convenga.	Definir las características de la entrada (día, hora, gente...)	Indicar los datos personales de los asistentes y pagar	Descargarse las entradas y pasarlas a sus amigos
Thinking	Si su abuela se acordará del nombre de algún tablao	Cual será mejor de los 3.	Si a sus amigos les gustará	Cual es el mejor día para ir y si a sus amigos le parecerá bien	Si será seguro pagar online	El proceso podría haber sido más rápido y eficiente.
Doing	Busca en Google los tablaos recomendados por su abuela.	Navega por las webs para comparar horarios, precios y ubicación.	Descartar las dos opciones que no le han convencido	Introduciendo los datos necesarios y comprobando que sean correctos	Completando el formulario requerido e introduciendo los datos de su tarjeta de crédito	Revisando que los datos son correctos y a sus amigos les parece bien el plan.
Pain points		Proceso tedioso ya que hay que	En el mapa que nos ubica donde está	Tener que comprobar manualmente si el día	No poder pagar en efectivo	Ha necesitado demasiado tiempo

		comparar varios aspectos de distintas páginas.	situado el tablao no aparece nuestra ubicación, si lo deseamos tenemos que saltar a otra ventana. No sabemos el horario de los espectáculos hasta no tener decidido el día. Podría llevar a pérdidas de tiempo.	elegido está disponible		para reservar las entradas.
Feelings	Curiosa	Preocupada	Frustración	Control	Insegura	Satisfecha
Opportunities		Que existiera una web que se encargará de comparar distintas características, como el precio, ubicación, horarios de los tablaos.	Mejorar a la sección ubicación introduciendo la nuestra en el mapa. Hacer saber al usuario los horarios antes de elegir día.	Sobre el calendario indicar que días no hay disponibilidad o baja disponibilidad o están disponibles. (Calendario + campo para seleccionar hora)	Se debería de dar la opción a pagar en efectivo pudiendo dejar reservada la entrada.	El proceso de elección podría ser más eficaz y eficiente.

Usability Review

En términos generales creemos que la web satisface las necesidades que tienen los clientes. Además está adaptada a las tecnologías utilizadas en la actualidad. En todo momento el usuario sabe en qué punto se encuentra y que es lo que debe hacer. Refleja estas valoraciones la puntuación final que ha tenido una vez realizado el Usability Review, 81 puntos. No obstante, hemos detectado puntos de mejora . Según el objetivo del usuario la navegación y experiencia utilizando la web puede variar provocando la insatisfacción de este mismo. La fluidez es un punto a tener en cuenta y a mejorar en posibles nuevas versiones de la web. A esto se le añade la ambigüedad de algunas secciones que podrían fusionarse para mejorar la eficiencia de la web.

Debido a la extensión del Usability Review adjuntamos enlace al documento que hemos elaborado. Enlace al [UR](#).

Briefing

El nivel de la práctica no ha sido muy complejo, no obstante, le hemos tenido que dedicar un total de horas considerado debido a que nos hemos formado en nuevas herramientas como es Figma y hemos utilizado plantillas que no habíamos tratado anteriormente. Una vez analizados estos nuevos formatos hemos planteado la práctica y estamos satisfechos con el resultado obtenido. Tenemos dos personajes variados con unos Journey Maps diferenciados, debido a que sus experiencias a través del tablero son diferentes. Además para el Competitive Analysis, hemos definido un conjunto mayor de aspectos a valorar que hemos considerado necesarios. Finalmente, nos hemos sentido cómodos completando el Usability Review teniendo en cuenta que no tenemos experiencia previa con el análisis de páginas webs.