



## M1.409 - Diseño de interfaces interactivas aula 2

### PEC 1. Conceptualización

Inicio:

**21/09/19**

Entrega:

**18/10/19**

Calificación:

**04/11/19**

### Presentación

Durante las 4 PECs de esta asignatura pondremos en práctica las técnicas y procesos necesarios para el desarrollo de una aplicación web responsive para dispositivos de escritorio o móvil. Con el propósito que todo el mundo trabaje en un proyecto similar, os proponemos una tipología de aplicación.

El objetivo de esta primera práctica es trabajar las diferentes técnicas para conducir un estudio del público objetivo. Un hecho que requerirá que ponéis en marcha una investigación y os habituéis a recopilar, analizar datos e información antes de trabajar sobre un problema y su público.

Esta práctica tiene una valoración del 20% respecto a la Evaluación Continua (AC)

### Descripción de la aplicación

Los hábitos de consumo están cambiando y cada vez hay más personas que deciden ser partidarias de un consumo consciente y respetuoso con el medio ambiente. En el ámbito de la moda han surgido marcas de zapatillas creadas a partir materiales sostenibles, reciclados, siguiendo métodos de fabricación éticos o combinando varios de estos aspectos a la vez.

Algunos ejemplos de marcas que ya comercializan zapatillas con algunas de estas características son:

- Ethletics <https://ethletic.com/en/>
- Vea <https://www.veja-store.com/>
- Indianes <https://www.indianesfootwear.com/>
- Wado <https://www.wearewado.com/>

Las grandes marcas tampoco se han quedado al margen de esta tendencia:

- Adidas [https://www.adidas.es/calzado-materiales\\_reciclad0s](https://www.adidas.es/calzado-materiales_reciclad0s)
- Nike [https://www.nike.com/es/es\\_es/c/sustainability](https://www.nike.com/es/es_es/c/sustainability)
- Reebok <https://www.reebok.es/npc-uk-cotton-and-corn/dv8957.html>

Ante el inminente crecimiento de este nuevo modelo de consumo, **la aplicación que se propone para trabajar a lo largo del curso será el diseño de un e-commerce multimarca de venta de zapatillas con estas características**, es decir, un e-commerce donde una persona interesada pueda encontrar y comprar cualquier marca de las anteriormente referenciadas

---

## Descripción de la PEC a realizar

En base a los criterios del anterior punto se tienen que llevar a cabo las siguientes tareas:

### 1. Estudio del público objetivo

Tenemos que pensar en los usuarios potenciales del e-commerce que nos han encargado. Quién son los potenciales clientes? Cuáles son sus necesidades? Cómo, cuando y dónde utilizarán nuestra aplicación? Cuáles son sus hábitos de consumo? Qué les importa más en la compra de zapatillas de este tipo? Cuando compren calzado por internet qué problemas experimentan?...

Para llevar a cabo este estudio, tenemos que poner en práctica las metodologías y técnicas estudiadas a lo largo del módulo 1. Para lo cual se propone la elaboración y distribución de una encuesta online. Se tendrá que tener un mínimo de 25 personas encuestadas para posteriormente analizar estos datos.

Pasos a seguir:

1. Definición de los posibles compradores y objetivos de la investigación: a quien tenemos que preguntar y que los tenemos que preguntar?
2. Elaboración y distribución de una encuesta que nos permita conocer mejor a este grupo que hemos definido inicialmente y llegar saber motivaciones y miedos de estos posibles compradores. Un mínimo 25 personas tienen que responder la encuesta.
3. Análisis de los resultados
4. Conclusiones del estudio

### 2. Definición de las personas usuarias y sus necesidades

Una vez realizado el estudio de nuestro público objetivo, se propone utilizar la técnica de las Personas para consolidar las conclusiones de la investigación.

En este apartado se pide que elabores dos Personas para el proyecto que respondan a la investigación iniciada en el primer apartado basada en datos objetivos. Es vital que se justifique quién son los usuarios objetivos, puesto que el que buscamos es un proceso de diseño informado, no inventado.

Por el que hace las Personas, a pesar de ser personas ficticias, no se trata de inventarse la vida de un personaje, no escribiremos una novela, cada persona que elabores tiene que representar fielmente el target, a nivel de actitudes, preferencias, demográfica, socioeconómica y cultural. Así mismo, tiene que incluir necesidades y deseos, puesto que estas personas representan las metas y la conducta de un grupo de usuarios.

### 3. Contextos de acceso

Una vez descritos la aplicación y nuestros usuarios, tenemos que poner a estos usuarios en contexto. A menudo es crucial para un producto digital, entender cómo una persona llega a interactuar con una aplicación. Es resultado del boca a boca, reseñas en línea, una valla publicitaria, televisión o radio, o de un anuncio online? La persona busca resolver un problema que puede abordarse a través de la aplicación?

Recordemos que aquí todavía no tenemos que describir la solución que ofreceremos, sino la manera en que los usuarios llegarán a nuestro proyecto: el usuario tiene un problema/necesitado y nosotros estamos diseñando posibles formas de solucionarlo.

Escribid la situación trigger de uso empleando entre 300 y 500 caracteres para indicar de forma concreta cuál será el contexto de acceso.

## Bibliografía

**Libro** : A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. by Carolyn Chandler; Russ Unger

Capítulo 2: The Project Ecosystem: Planning for Project Needs, Roles, and Culture (1h)

Capítulo 6: User Research: Get to Know the Guests You're Inviting to the Party (42min)

**Libro** : Fixing Bad UX Designs- by Lisandra Maioli

Capítulo: User research methodologies (1:09 min)

Capítulo: 20 UX methods in brief (7min)

**Libro** : Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide- by Louis M. Rea; Richard A. Parker

## Capítulo 3: Developing Survey Questions (31min)

**Libro** : A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making. Second Edition- by Carolyn Chandler; Russ Unger

## Capítulo 7: Personas: Find the Best Way to Put Your Team—or Your Client—in Your Users' Shoes (23min)

---

### Qué se tiene que entregar?

1. Documentación del proceso de la investigación de público objetivo que incluya:
  - Definición inicial del público al cual se quiere analizar y los objetivos que se quieren conseguir con la encuesta.
  - Encuesta utilizada para la investigación por este grupo.
  - Análisis y conclusión de la investigación: estudio posterior de los datos recopilados donde se expliquen las conclusiones del mismo para poder concluir cuáles son las características de nuestros arquetipos
  - Anexo que incluya la manera de distribución de la encuesta, el tamaño de la muestra conseguida y todas las respuestas recibidas sin analizar
2. Personas incluyendo como mínimo fotografía, demografía, biografía significativa en relación al proyecto, objetivos, motivaciones, frustraciones y pain points (no se tendrán en cuenta para la puntuación sino se ha hecho la investigación de usuarios)
3. Escenarios de entrada / Situación trigger (no se tendrán en cuenta si no se hace la investigación de usuarios y las personas)

---

### Formato y data de entrega

- Estructura: Integrar los diferentes apartados de la PEC a un único documento siguiendo las indicaciones facilitadas
- Formato de entrega: documento PDF
- Nomenclatura: CognomsNom\_DII\_PEC1.pdf
- Data entrega: 18/10/2019