



Diseño Web
Cuatrimestre 1 de 2025

TRABAJO PRÁCTICO

Desafíos UX Fase 2: Discovery e Investigación

ÁREA TEMÁTICA

Integrador

Curso: Diseño Web- Turno Noche

EQUIPO

Pisano Silvana
Monzón Lucas
Pacheco Thomas
Enciso Franco
García Lucas

Fecha de entrega: 06/06/2025

Registro de investigación:

Métodos usados:

Se utilizarán los siguientes métodos:

- 1) **Encuestas Online Rápidas:** Formularios breves (5–7 preguntas) enviados por WhatsApp o redes sociales locales. Nos servirá para recoger opiniones, prioridades y hábitos de forma cuantitativa.
- 2) **Entrevistas Semi-estructuradas:** 5–8 preguntas clave a usuarios (presenciales o por videollamada) de 15–20 min. Mediante esta técnica, podremos profundizar en motivaciones y frustraciones de los usuarios.
- 3) **Revisión de Analíticas Existentes:** Si ya hay un sitio o redes sociales activas, analizar métricas (Google Analytics, insights de Instagram/Facebook). Esto nos servirá para entender cuáles son las páginas más visitadas, dispositivos principales y horarios de mayor tráfico.

Preguntas de ejemplo para las entrevistas:

- **Contame de la última vez que fuiste a merendar:**
¿Cómo decidiste a qué cafetería ir y qué te llevó a esa elección?
- **Factores clave:**
¿Qué características o aspectos (p. ej., ubicación, ambiente, menú, precio) suelen ser determinantes para ti al seleccionar un lugar para merendar?
- **Proceso de investigación:**
¿Cómo te informas o dónde buscas recomendaciones antes de elegir una cafetería? (por ejemplo, redes sociales, reseñas online, boca a boca)
- **Expectativas de la experiencia:**
Cuando entras a una cafetería para merendar, ¿qué elementos o sensaciones esperas encontrar que hagan tu experiencia satisfactoria?
- **Comparación de experiencias:**
Piensa en una merienda muy positiva y en otra que no cumplió tus expectativas: ¿qué diferencias notaste entre ambas y qué influyó en tu satisfacción?

Perfil de los participantes:

Perfil	Demografía	Objetivos en la web	Frustraciones en la web	Comportamientos digitales
Sofía, 24	Estudiante universitaria	Ver horarios, ubicación y menú rápido y fácilmente sin scroll. Comprobar disponibilidad de Wi-Fi y enchufes desde la web.	Información clave escondida bajo menús. Sitio no responsive o cargas lentas en móvil.	Escanea la home en menos de 5 segundos, buscando lo esencial. Navega principalmente en smartphone.
Andrés, 32	Ingeniero de software	Acceso rápido a menú y precios. Enlace directo a Google Maps desde la web.	Animaciones o scripts que ralenticen la carga. Estructura de menús confusa (demasiados niveles).	Abre el sitio desde la búsqueda en Google. Cierra la pestaña si no ve la info en dos clics.
Mariana, 40	Ama de casa	Explorar galería de productos (pastelería) con descripciones apetitosas. Encontrar promociones o combos de fin de semana.	Fotos de baja calidad o sin detalles. Ausencia de llamadas a la acción para "ofertas".	Hace scroll lento para ver imágenes. Usa la web en tablet o portátil.
Tomás, 28	Freelance creativo	Disfrutar de un diseño limpio, tipografía acurada y espacios en blanco. Inspirarse en layout y fotografía.	Inconsistencia visual entre secciones. Tipografías mal alineadas o colores poco armónicos.	Investiga la UI/UX del sitio como ejemplo. Toma notas de estilo y estructura.
Laura, 35	Ejecutiva de marketing	Compartir fácilmente secciones "instagrammeables". Encontrar enlaces y botones sociales visibles.	Falta de iconos de redes sociales o enlaces para compartir. Diseño genérico sin personalidad.	Captura pantalla para stories. Revisa meta-tags de Open Graph al compartir.

Aprendizajes:

1. Información a primera vista imprescindible

Todos los perfiles abandonan rápido si no encuentran horarios, ubicación o menú en

los primeros segundos y en máximo dos clics.

2. Performance y usabilidad móvil son decisivas

Cargas lentas, animaciones innecesarias o un diseño no responsive fracturan la experiencia.

3. Calidad visual y coherencia de estilo

Imágenes de producto de alta resolución, tipografías alineadas y una paleta de colores armoniosa refuerzan la percepción de calidad y atraen a clientes, que valoran la estética como inspiración.

4. Galerías y descripciones evocativas

Algunos clientes necesitan ver fotos apetitosas de la pastelería con descripciones claras de ingredientes y origen, sin eso, percibe la oferta como poco diferenciada.

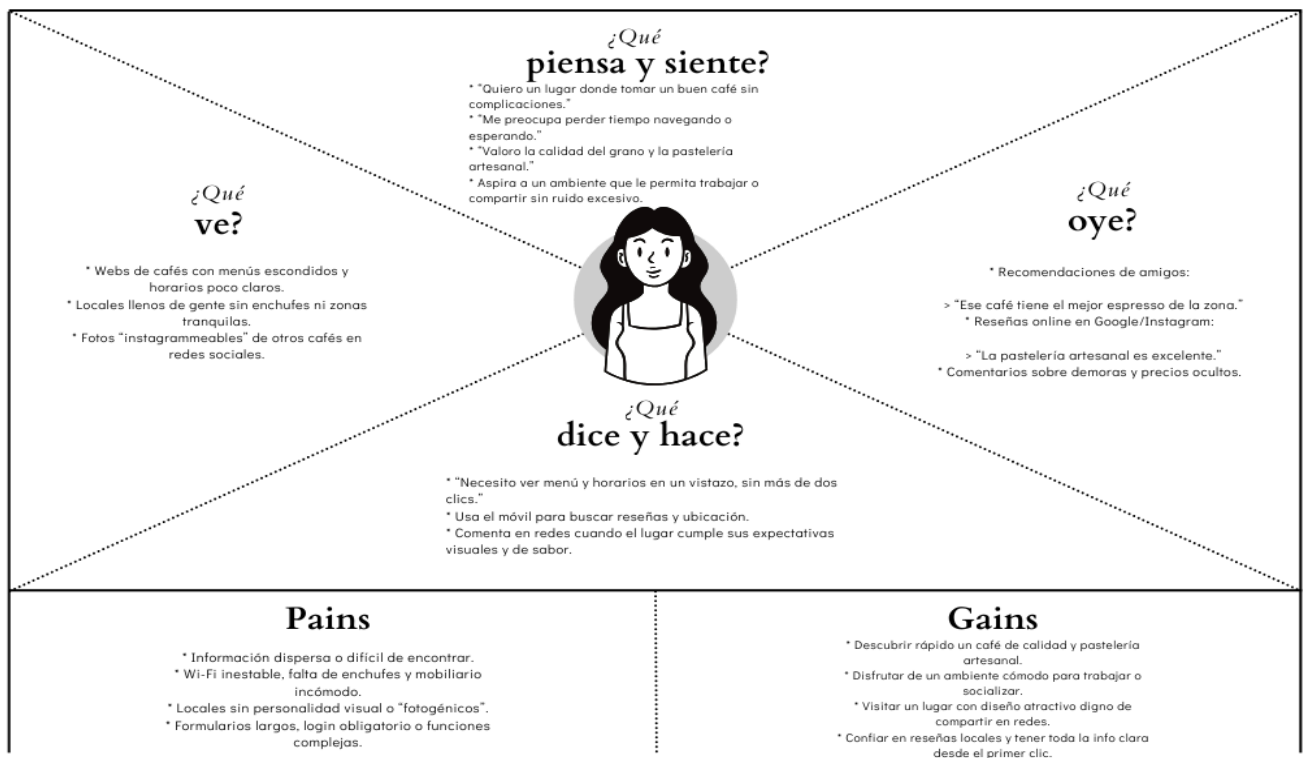
5. Facilidad para compartir y prueba social

Laura y Tomás quieren botones claros de redes para compartir; además, destacar reseñas locales aumenta la confianza y convierte visitas en recomendaciones orgánicas.

Mapa de empatía

Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario



Persona UX: Guadalupe Vega

- Edad / Ocupación: 28 años / Freelance creativo (diseñador gráfico)

Objetivos

- Encontrar rápidamente horarios, ubicación y menú (sin hacer scroll).
- Navegación clara que le permita pasar de la página principal a la sección de menú o contacto en máximo dos clics.
- Inspirarse con un diseño atractivo (uso de imágenes, tipografía y espacios en blanco) que refleje la calidad del café.

Frustraciones

- Información oculta tras múltiples menús o pestañas.
- Velocidad de carga lenta: imágenes pesadas o scripts que retrasan la apertura.
- Falta de consistencia visual: estilos de botones, tipografías o colores que cambian entre secciones.

Comportamientos digitales

- Al entrar, escanea rápidamente los primeros 2–3 segundos para ubicar la información clave.
- Usa su smartphone para buscar en Google Maps y luego va al sitio para confirmar detalles.
- Interactúa con galerías de fotos y valoraciones destacadas.

Dispositivos que usa

- Smartphone (Android) – navegación móvil prioritaria.
- Laptop (MacBook Pro) – cuando busca detalles o descarga el menú en PDF.

Cita que la representa

“Cuando entro a una web, quiero ver horario y menú de un vistazo, sin esperar ni buscar pestañas ocultas.”

¿Qué descubrimientos fueron más sorprendentes o desafiaron nuestras ideas iniciales?

Poca demanda de contenido dinámico o blog

Inicialmente creímos que un “mini-blog” con noticias y promociones sería valorado, pero descubrimos que la mayoría de los usuarios sólo busca información estable (horarios, menú, contacto) y no vuelve a consultar contenido que cambia con frecuencia.

Alta prioridad de cues visuales de confort

Pensábamos que bastaría con describir “Wi-Fi disponible” en texto, pero algunos participantes, pedían iconos claros de Wi-Fi y enchufes para saber de inmediato si el local les servía como espacio de trabajo.

Uso relevante de dispositivos de escritorio entre algunos perfiles

Suponíamos que todos navegan principalmente desde el móvil, pero algunos confirman que exploran galerías de pastelería y detalles estéticos en sus tablets o laptops, no sólo en el celular.

¿Cómo nos ayudó la IA a pensar mejor nuestra investigación?

Gracias a la IA pudimos simular las entrevistas, nos ayudó a crear los perfiles de usuarios y los métodos a utilizar.

¿Qué aprendimos sobre las verdaderas necesidades de nuestros usuarios?

Aprendimos que las verdaderas necesidades de nuestros usuarios son:

1. **Acceso inmediato a la información esencial**
No quieren explorar menús largos ni pestañas ocultas: necesitan ver **horarios, ubicación y menú** rápidamente y en un máximo de dos clics.
2. **Indicadores visuales claros de confort**
Iconos o badges que muestren **Wi-Fi, enchufes y ambiente tranquilo** son tan críticos como la propia oferta de café; son señales que validan de un vistazo si el sitio web cubre sus necesidades de trabajo o estudio.
3. **Consistencia visual que refuerce la calidad**
Una paleta de colores, tipografías y estilo de imágenes coherentes transmite confianza y eleva la percepción de la **artesanía** detrás del café y la pastelería.
4. **Simplicidad funcional sin barreras.**

No quieren formularios largos, logins ni contenido dinámico innecesario. Su objetivo es **consultar y decidir** con el menor número de pasos posible.