

---

# PRÁCTICA NEEDFINDING IDEA FINAL PA2

## TRYONHOLO

---



# TRYONHOLO

T A G I N G   H E R E

**Autores:**

Guillermo Juárez Herrero

Enrique Cañadas González

### **Características de la búsqueda:**

En primer lugar, hemos decidido seleccionar mayoritariamente a un grupo de personas con características específicas para la búsqueda de necesidades y soluciones sobre nuestra práctica.

Nos hemos centrado en buscar prioritariamente a gente joven, entre un rango de edad de 18 a 30 años, ya que, debido a que nuestra aplicación se basa fundamentalmente en el problema de la confusión de tallas y percepción de las prendas a la hora de comprar ropa online, hemos supuesto que encontraremos mejores respuestas entrevistando a gente de dicho rango de edad, ya que más del 56% de las personas que compran ropa online pertenecen a ese grupo.

Pero también es necesario tener en cuenta la perspectiva de adultos mayores (40+ años) quienes tienen una menor familiaridad con la tecnología, pero podrían beneficiarse de una experiencia de compra más accesible y personalizada.

Para la selección de los participantes, optamos por acercarnos a individuos en situaciones donde estuvieran más dispuestos a conversar, como en espacios de descanso, evitando interrumpir a quienes parecían apurados o distraídos.

También optamos por acercarnos a preguntar a individuos que se encontraban acompañados, para que, de esa manera, se sintieran menos nerviosos o angustiados.

Durante las entrevistas, nos enfocamos en identificar los principales problemas que enfrentan los usuarios en su día a día al comprar ropa en línea. Esto nos permitió recopilar respuestas que iban desde soluciones prácticas e interesantes, como mejorar la precisión de las tallas, crear algún tipo de máquina que te permita probar la ropa de alguna manera, etc...

**TAGING HERE**

### Casos abordados en la búsqueda:

1. Primeramente, nos acercamos a un grupo de chicas de entre 18-21 años que se encontraban sentadas en el vestíbulo de la universidad.

Les hicimos algunas preguntas como:

¿Soléis comprar a menudo ropa de online? ¿Hay algún problema o algo que os moleste a la hora de comprar? ¿Se os ocurre alguna manera de solucionar ese problema?

La mayoría de ellas respondieron que, si suelen comprar ropa online, sobre todo ropa de Shein, respecto a algún problema, nos comentaron que a la hora de elegir talla estaban inseguras, ya que muchas tallas no suelen coincidir con otras prendas de la misma medida/talla.

Otra cosa que comentaron que nos pareció interesante era que, a la hora de elegir la ropa, muchas se fijan en como le queda puesta a la modelo de la foto, pero como tienen cuerpos diferentes, pues no sabían como les quedaría a ellas.

Respecto a la solución, no se les ocurrió nada, de manera que les explicamos la idea de nuestra aplicación (crear un holograma 3D de las medidas de los usuarios), y les pareció una idea interesante, aunque complicada de implementar.

# TRYONHOLO

T A G I N G   H E R E



2. Tras esta entrevista, nos acercamos a preguntar a dos jóvenes de 25 años, estudiantes de economía, los cuales se encontraban paseando por los alrededores de la plaza mayor. Repetimos la misma estrategia que con la entrevista anterior, y nos dieron respuestas aproximadas a lo que nos habían respondido las anteriores entrevistadas.

En general, los dos chicos nos comentaron el problema típico de las tallas y la confusión con las proporciones de las prendas, ya que, aunque nos comentaron que suelen consultar las guías de las tallas con las medidas de las partes de la prenda, suele ser difícil hacerse una idea de cómo puede quedar esa prenda puesta en sus medidas corporales.

Pero, a parte, uno de ellos nos comentó un caso muy curioso y a la vez común, ya que es cierto que a mi compañero y a mí también nos ha pasado alguna vez. Este caso trata sobre el problema de los colores de las prendas a la hora de verlas a través de la página web, ya que, como el chico mencionó, a la hora de comprar la prenda, él percibió un color más intenso de la sudadera que quería, pero a la hora de recibir la sudadera, no era lo que esperaba, y manifestó que el color se veía mucho más apagado que en la página web.

Nosotros les comentamos nuestra aplicación, así como el holograma para solucionar el tema de las tallas, pero teníamos nuestras dudas sobre cómo solucionar el tema de la percepción de colores en el holograma, para que se ajuste lo máximo posible a la realidad.

Ellos mencionaron que, para solucionar este problema, sería de gran ayuda que otros usuarios de la aplicación que se hayan probado la prenda con el holograma y finalmente la hayan comprado, pudieran subir fotos mostrando cómo se ve en la realidad. Además, sugirieron incluir un foro de reseñas donde cada usuario pueda compartir su experiencia con la prenda que haya probado, lo que permitiría a otros compradores tener una referencia más precisa antes de tomar una decisión.

3. Para la tercera entrevista hemos optado por acercarnos a un matrimonio, de alrededor de unos 40 años, que paseaba con su hijo.

Como ya tenemos algunas de las ideas de las anteriores entrevistas, decidimos, antes que nada, explicarles cual era nuestra idea de proyecto, y una vez hayan entrado en contexto, preguntarles su opinión y alguna mejora o necesidad que se les pudiese ocurrir, para así, intentar refinar las ideas que nos ofrecen y las funcionalidades de la aplicación.

En una primera instancia, la idea les parecía interesante y resolutive, pero nos comentaron que la implementación del holograma les resultaba un poco extraña ya que sería demasiado complicado de implementar, pero opinaron que si la idea se pudiese llevar a cabo sería revolucionaria.

Una vez con la idea clara, les preguntamos sobre alguna funcionalidad extra que pudiesen necesitar y que estuviese relacionada con la idea comentada, y nos respondieron que sería una buena opción poder probarse en el holograma varias prendas a la vez, ya que la mayoría de veces que compran ropa online, suelen comprar ropa para combinarla con otras prendas que ya tienen o simplemente un conjunto nuevo que desean probar.

# TRYONHOLO

## TAGING HERE



4. También comentamos la idea con un hombre mayor de 65 años aproximadamente. Decidimos preguntarle ya que es bueno tener una percepción extra de alguien que no esté familiarizado con la tecnología y nuestra idea en general. Al comentarle nuestra idea, el hombre se echó a reír y nos comentó que él no es muy fan de la tecnología y que nunca había comprado por internet, pero sí que sus hijos compraban a menudo y también cosas para él. Al preguntarle qué le parecía la idea y si veía algún inconveniente, nos comentó que, aunque le parecía una buena propuesta, él personalmente no la usaría, ya que no está muy familiarizado con la tecnología. Sin embargo, mencionó que otras personas de su edad podrían encontrarla útil, siempre y cuando la aplicación fuera fácil de usar. En ese sentido, sugirió que se debería priorizar una interfaz simple y accesible para los adultos mayores, ya que muchos de ellos podrían sentirse más cómodos con una plataforma intuitiva y sin complicaciones.

5. Continuando con la búsqueda de necesidades, nos acercamos a un hombre de entre 35 y 40 años que estaba sentado en uno de los bancos de la plaza mayor. Le explicamos brevemente lo que estábamos haciendo y le preguntamos sobre su experiencia en las compras de ropa en línea.

Al preguntarle si solía realizar compras online, nos comentó que, aunque no lo hace con mucha frecuencia, si había recurrido a este método en varias ocasiones, ya sea para comprar alguna camiseta de fútbol, o cualquier otro tipo de prenda de ropa para sus hijos.

Le mencionamos si había algún problema o inconveniente en la compra online, y nos comentó que el tiempo de entrega de los pedidos no cumplían con los límites de tiempo de llegada.

También nos mencionó que en algunas ocasiones el gasto de envío no era gratuito, por lo que tenía que elegir entre recoger la ropa en algún punto de recogida, o pagar el coste del envío, lo que le parecía bastante molesto.

Tras escuchar su punto de vista, le presentamos nuestra idea de TryOnHolo y cómo la aplicación ayudaba a reducir la incertidumbre sobre las tallas y la apariencia de las prendas. Le

comentamos que no habíamos pensado en como solucionar el problema de los tiempos de entrega, a lo que el hombre sugirió que sería interesante, que de alguna manera, la aplicación pudiera tener un sistema de verificación de stock de prendas en el almacén en tiempo real.

Gracias a esta entrevista, tuvimos la oportunidad de conocer otro problema mas allá de la precisión de las tallas.

### **Conclusión:**

Los casos comentados anteriormente son algunos de los más interesantes que encontramos durante nuestra investigación. En total, consultamos alrededor de unas 15 personas diferentes, pero no hemos incluido todos de ellos, ya que muchos individuos mencionaban el mismo problema de las tallas.

Además del problema de las tallas y la incertidumbre sobre cómo quedará la ropa en el cuerpo, surgieron otros inconvenientes relevantes, como la percepción del color de las prendas y los tiempos de entrega, lo que nos permitió ampliar nuestra visión sobre los desafíos que enfrentan los compradores online.

Estos hallazgos nos han hecho reflexionar sobre la importancia de ofrecer una solución integral. Si bien *TryOnHolo* busca mejorar la experiencia de compra mediante pruebas virtuales con hologramas personalizados, también es fundamental considerar otros aspectos que afectan la satisfacción del usuario, como la precisión en la representación de los colores y la optimización del proceso logístico.

En definitiva, esta investigación nos ha brindado información valiosa que nos ayudará a desarrollar una propuesta más completa y alineada con las verdaderas necesidades de los consumidores.