

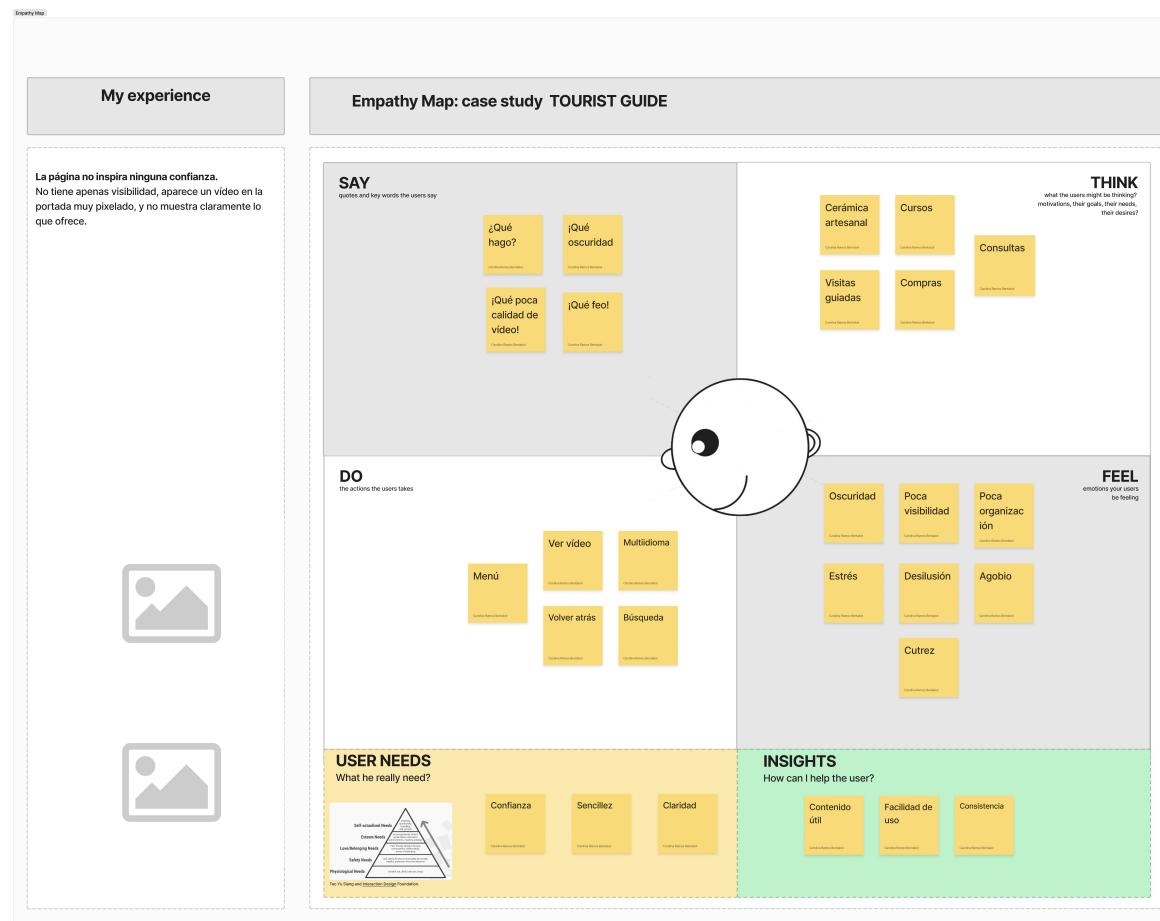
**DIU 3 | PRÁCTICA 1 | ANÁLISIS DEL INTERFAZ DE USUARIO.
REVISIÓN DE USABILIDAD.**

Paso 0. Identificación del grupo

- Nombre del grupo: miliPilis
- Nombre de autores: Inmaculada Gálvez López y Carolina Ramos Bentabol
- Enlace a github: [enlace](#)

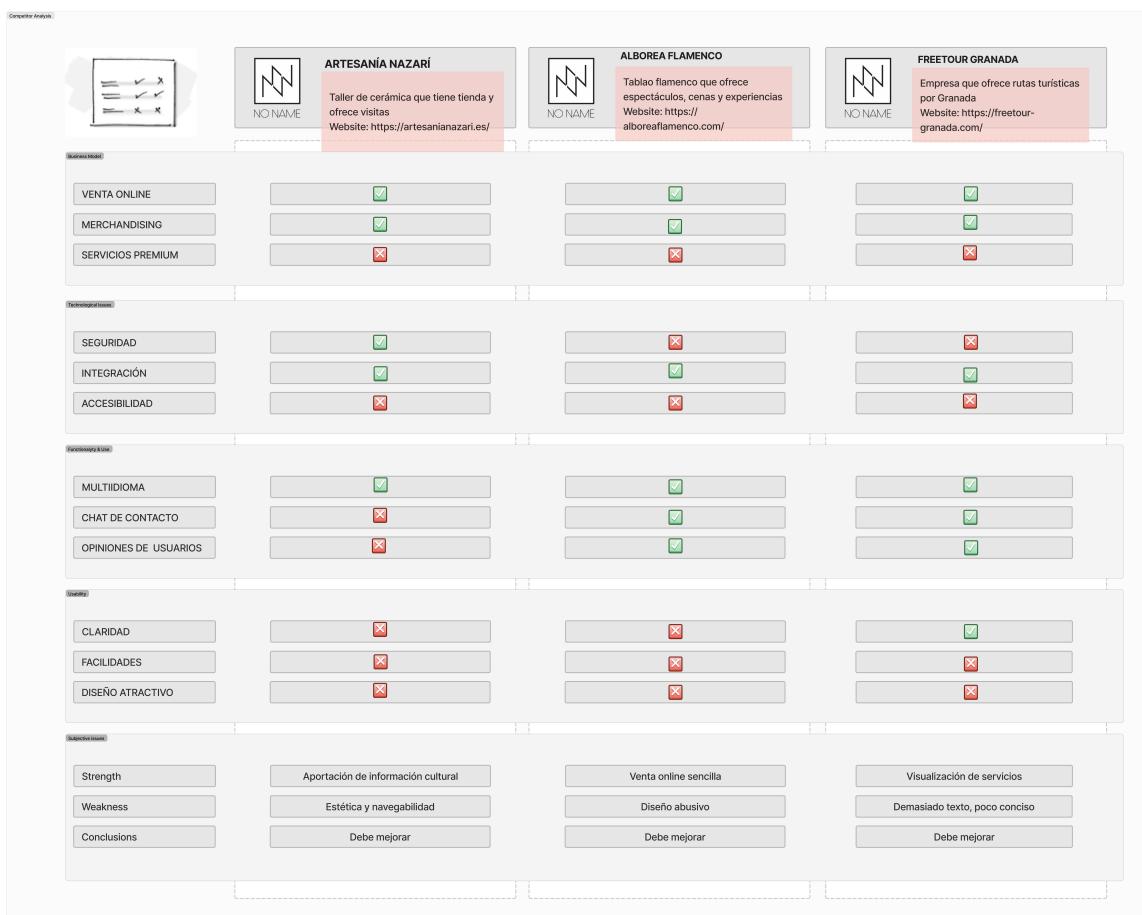
Paso 1. UX Desk Research & Analysis

1a. Mapa de empatía



Conclusión: podemos deducir que la página web tiene mucho que mejorar, puesto que el usuario entra buscando información clara y precisa, y lo que encuentra es todo lo contrario: poca visibilidad, poca organización, y agobio.

1b. Análisis competitivo



- **Artesanía nazarí:** es el asociado a nuestro grupo de prácticas y el que hemos tenido que analizar. Se trata de una web que incluye información acerca de un taller de cerámica, y que permite tanto comprar piezas en una tienda online, como reservar visitas en el taller y también obtener información acerca de la empresa. La estética nos ha parecido bastante mala, así como la organización, pues lo primero que nos hemos encontrado al entrar en la página ha sido un fondo muy oscuro y las letras con poca visibilidad, y un vídeo que ocupa casi toda la pantalla y con muy mala calidad.
- **Alborea flamenco:** es una página que muestra información sobre un tablao flamenco, que nos ofrece servicios tales como reservar entradas para un espectáculo, cenas, experiencias, una agenda donde aparece la programación de los próximos días, etc. En general, nos encontramos con el mismo problema que en el caso anterior: poca visibilidad, mal estructurado y opciones un poco imprecisas.
- **Free tour Granada:** es una web que ofrece información acerca de unas rutas turísticas por Granada, que son en principio "gratis", pero en realidad cada uno paga lo que cree conveniente al guía. Es la web que mejor nos ha parecido, ya que ofrece los servicios de una forma más clara y accesible, aunque al igual que los demás, es muy mejorable en varios aspectos.

Por estos motivos, nos quedamos con la web *Free Tour Granada*.

1c. Personas

La primera persona que hemos creado es Milagros, una maestra de 65 años jubilada, a la que le encantan las manualidades y la cerámica, y a la que le gustaría hacerle un regalo a su marido por su aniversario, pero no se le da bien la tecnología y está un poco perdida en como reservar una clase en un taller de cerámica.

PERSONA 1: MILAGROS



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

"Me encanta la cerámica, cada pieza es única y llena de historia. Quiero aprender a crear mis propias piezas y llevar un trocito de mí en cada una de ellas."

DEMOGRAPHICS

Age: 65

Gender: Femenino

Profession: Jubilada

Nationality: Española

Location: Granada, España

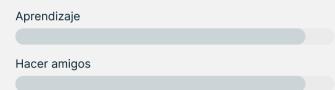
Lifestyle & bio: Maestra jubilada oriunda de Granada a la que le encantan las manualidades y, en concreto, la cerámica. Hasta ahora solo la había colecciónado, pero su interés en aprender a hacerla con sus propias manos ha crecido debido a que quiere hacerle un regalo a su marido.

[user persona template \[DIIU-UX Toolkit\]](#)

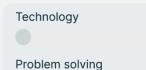
GOALS - INTERESTS

- Manualidades
- Cerámica
- Costura
- Conocer a gente

MOTIVATIONS



SKILLS



PERSONALITY



BRANDS



La otra persona que hemos creado es Jose Luis, un profesor de historia de 35 años oriundo de Colombia pero que emigró a España para aprender su cultura y arte, y que tiene especial interés en la artesanía nazarí, tanto para adquirir conocimientos como para comprar productos.

PERSONA 2: JOSE LUIS



FUN - DEDICATED - COMPASSIONATE

"Amo conocer Andalucía y especialmente por Granada, su rica historia, cultura y belleza natural son incomparables."

DEMOGRAPHICS

Age: 35

Gender: masculino

Profession: Profesor de historia en la UGR

Nationality: Colombiano

Location: Granada, España

Lifestyle & bio: Nació en Colombia pero decidió venirse a España para desarrollar su carrera profesional por la pasión que siente hacia la cultura y el arte andaluz. Aprovecha sus horas libres para sumergirse en esta cultura y ampliar sus conocimientos sobre ésta.

GOALS - INTERESTS

- Cultura
- Andalucía
- Turismo
- Arte
- Viajar

MOTIVATIONS

- Culturizarse
Descubrir nuevos lugares
Conocer gente

SKILLS

- Technology
Problem solving

PERSONALITY



SCENARIO

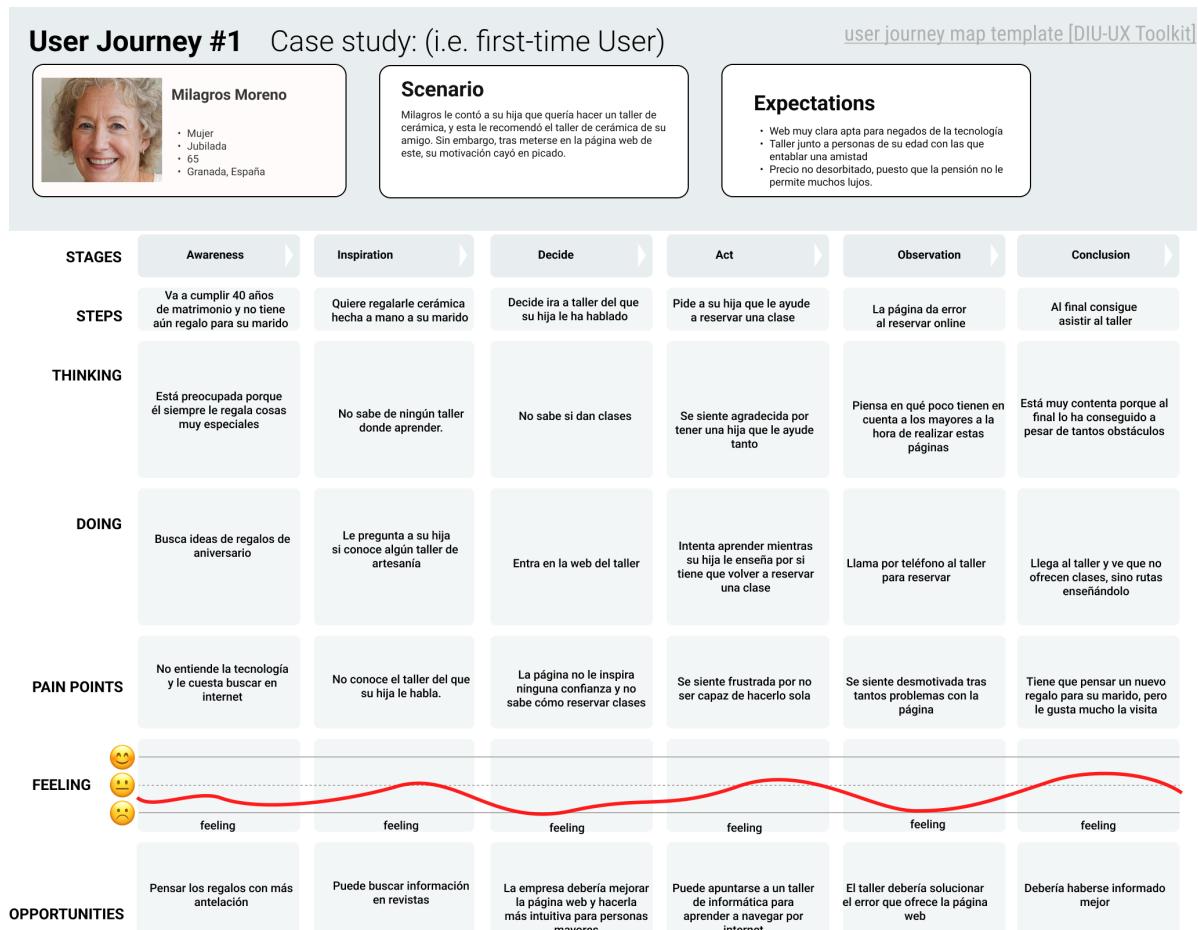
Se ha propuesto redecorar su casa y debido a la pasión y entusiasmo que siente por la cerámica, en especial la granadina se mete en google para buscar una página web donde pueda comprar esas piezas para su casa.

BRANDS

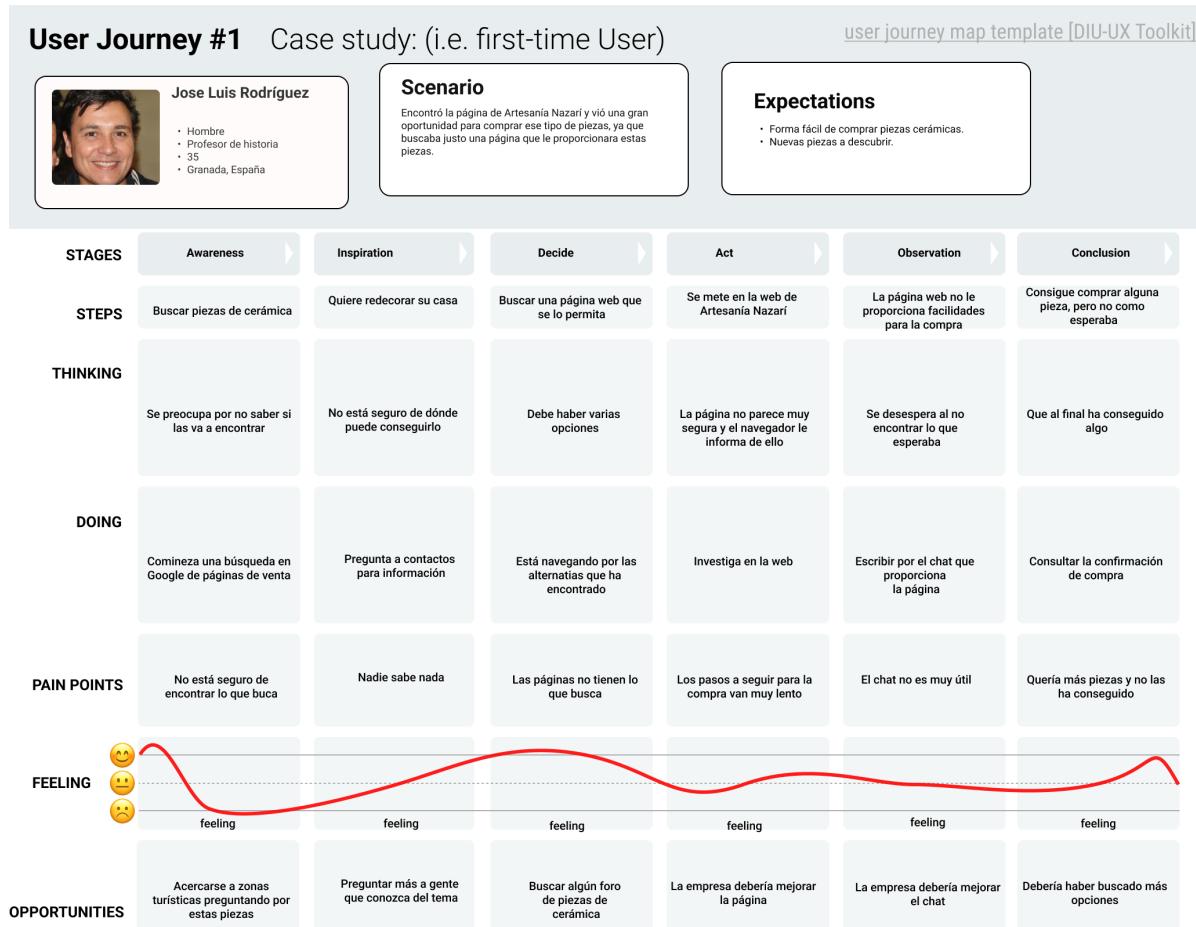


1d. Experience Journey Map

Hemos elegido esta experiencia para Milagros porque es una situación que pasa todos los días: las páginas webs no son accesibles ni comprensibles por muchas personas mayores. También es muy común no saber qué regalo hacer, pedir a alguien ayuda y que una web de un error.



En cuanto a la segunda experiencia, para un apasionado de la cultura andaluza, con especial hincapié en Granada, puede resultar bastante interesante la utilización de piezas de cerámica enfocadas en esta cultura y usarlas para la decoración interna, situación que le ocurre a Jose Luis, nuestro segundo personaje.



1e. Usability review y resumen de la valoración

Se puede encontrar en el archivo **Usability-review.xls**.

Tras el análisis de las experiencias de los usuarios que tenemos y cómo expertos en usabilidad, hemos querido resumir las ideas obtenidas en distintos puntos:

- Mejorar la legibilidad: una página web tan oscura y tan poco legible no llama la atención e incita a su abandono.
- Añadir contenido de calidad: ya que tienen la buena idea de aportar contenido gráfico, que sea de calidad y genere buenas impresiones.
- Optimizar la velocidad de carga: si una persona va a comprar una pieza, por ejemplo, el tiempo de espera es demasiado largo.
- Añadir una sección de contacto: ya que pueden surgir problemas cuando estás navegando por la página y tener un chat a mano es un punto a favor.

Todos estos puntos se resumen en que se deberían mejorar muchos aspectos para que la página aporte valor y cumpla con las expectativas que los clientes esperan.