

# Diseñar un servicio multiplataforma que ayude a que los niños aprendan sobre las emociones y la empatía

---

Nubia Esmeralda Cantú Sánchez

# Project overview



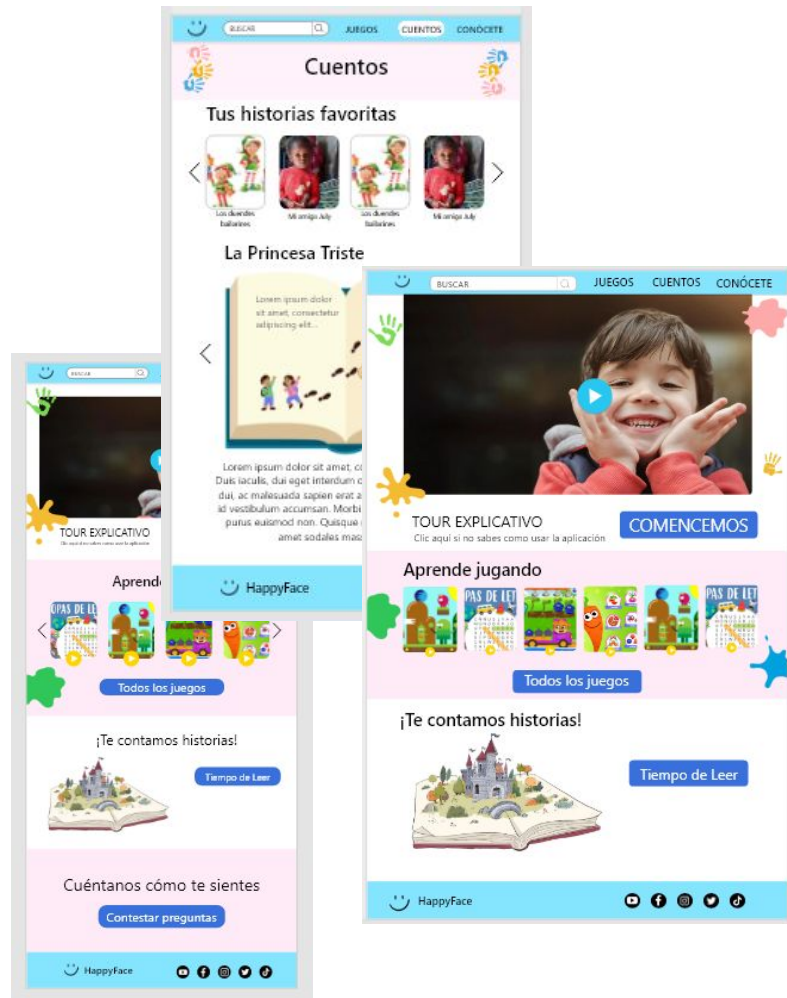
## The product:

HappyFace es una organización sin fines de lucros apoyada por empresarios donadores interesados en los próximos líderes del mundo, los niños.



## Project duration:

Agosto a Octubre de 2023



# Project overview



## The problem:

Las emociones son un tema que debería tratarse con más regularidad en los niños para que crezcan como personas sanas, con menos ansiedad y con menos probabilidad de desarrollar problemas de ira o de depresión.



## The goal:

Ayudar a los niños de forma divertida a aprender a manejar sus emociones..

# Project overview



## My role:

Diseñador UX



## Responsibilities:

Idear, Diseñar, crear prototipos de baja y alta fidelidad y estudios de usabilidad

# Understanding the user

- User research
- Personas
- Problem statements
- Competitive audit
- Ideation

# Persona : **Emily**

## Problem statement:

Emily es madre primeriza y confía en las nuevas oportunidades que puedan ayudarle a enseñar a sus hijas.



**Name: Emily Perez**

Age: 25 años  
Education: Lic. En comercio Internacional  
Hometown: Guadalajara, Jalisco, México  
Family: Esposo y 2 hijas  
Occupation: Ama de casa

*"Mis hijas son lo más importante para mí"*

## Goals

- Enseñar a mis hijas

## Frustrations

- No sabe cómo hacerlo de forma divertida

Emily es una madre primeriza que ama a sus hijas y está interesada en enseñarles de forma divertida usando la tecnología como un aliado.

# Competitive audit

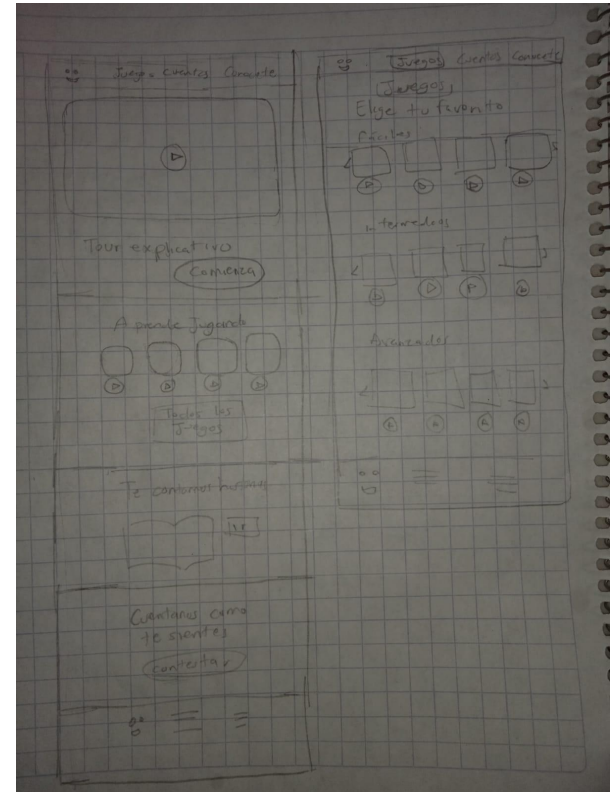
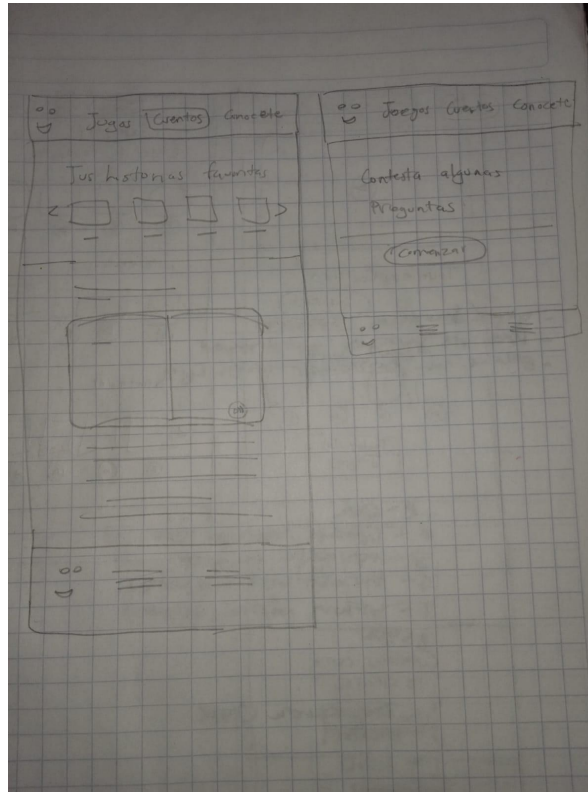
Auditoria de tres competidores: Smile and learn, Edelvives y Scholastic Classroom.

| Competitive audit          |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |
|----------------------------|-------------|------------------|---|---------------|---|-----------------|--------------------------|--|----------------------------------|----------|---------------|------------|----------|
| Competitive audit goal     |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |
| General information        |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |
| Competitor type (business) | Location(s) | Product offering | Price (€ / \$)  | Website (URL) | Business size (employees)   | Target audience | Unique value proposition | First impressions                                  |                                  |          |               |            | Insights |
|                            |             |                  |   |               |   |                 |                          | Desktop website experience                         | App or mobile website experience | Features | Accessibility |            |          |
| Smile and learn            | directo     | Estados Unidos   | Merchand y discos oficiales de un artista específico                    | 200-2000 M\$  | <a href="https://www.smileandlearn.com/">https://www.smileandlearn.com/</a> | medio           | Jóvenes de 10 a 18 años  | Carla album en la versión oficial de Taylor Swift  | Sobresaliente                    | No hay   | Buena         | Buena      |          |
|                            |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |
| Edelvives                  | directo     | Correa del Sur   | Merchand y discos oficiales de grupos de KPOP                           | 100-2000 M\$  | <a href="https://www.edelvives.com/">https://www.edelvives.com/</a>         | medio           | Jóvenes de 10 a 25 años  | Merchand de distribución oficial de grupos de KPOP | Buena                            | BATING   | Buena         | Buena      |          |
|                            |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |
| Scholastic Classroom       | directo     | Correa del Sur   | Merchand y discos oficiales y no oficiales para cualquier grupo de KPOP | 400-1800 M\$  | <a href="https://www.scholastic.com/">https://www.scholastic.com/</a>       | grande          | Jóvenes de 10 a 25 años  | Todo sobre KPOP                                    | Buena                            | No hay   | Buena         | Poca Buena |          |
|                            |             |                  |   |               |   |                 |                          |  |                                  |          |               |            |          |

| UX (rated: needs work, okay-good, or outstanding)   |  |  |  |  |                                  |   |  |
|---|--|--|--|--|----------------------------------|---|--|
| Interaction   |  |  |  | Visual design  |                                  | Content   |  |
| Features  | Accessibility  | User flow  | Navigation   | Brand identity   | Tone                             | Descriptiveness   |  |
| Buena<br>• Carrito práctico que se abre a un lado al agregar productos<br>• Varios pasos de compra    | Buena<br>• Fácil navegación para mejor experiencia de disponibilidad<br>• No tiene en cuenta personas con diferentes capacidades | Buena<br>• Productos en una sola página<br>• No hay categorías de productos                            | Buena<br>• Se entiende como usar<br>• Se abre una nueva página por tipo de producto  | Buena<br>• La identidad de la marca está marcada<br>• En donde vas a comprar cambia el estilo  | Amigable y visualmente atractiva | Buena<br>• Detalles de productos descriptivos<br>• Mucha información a la vista |  |
| Buena<br>• Compra rápida<br>• Solo un artículo por selección de compra                                | Buena<br>• Incluye 3 idiomas y países<br>• No tiene en cuenta personas con diferentes capacidades                                | Buena<br>• Categorías específicas por producto<br>• Muchos clics                                       | Buena<br>• Menú principal siempre arriba<br>• Menú de categorías se pierde           | Buena<br>• Estilos marcados en toda la página<br>• Poca visibilidad                            | Minimalista y confiable          | Buena<br>• Sorcilla<br>• Poco descriptiva                                       |  |
| Buena<br>• Carrito para varios artículos<br>• Te avisa hasta el carrito cada que quieres comprar algo | Poco Buena<br>• No hay más idiomas<br>• No tiene en cuenta personas con diferentes capacidades                                   | Buena<br>• Incluye categorías y subcategorías<br>• No se entiende fácilmente como usar esas categorías | Buena<br>• Productos más basados a la vista<br>• Se pierde el menú al dar para abajo | Poco Buena<br>• Colores y estilos marcados en toda la página<br>• Se siente ruidoso a la vista | Informal y completa              | Buena<br>• Tiene todo lo que necesitas saber<br>• Mucho texto                   |  |

# Ideation

Se pretendía idear una plataforma atractiva visual e interactivamente para los niños, que no sea aburrida y que les guste.







# Digital wireframes

Después de idear se conceptualizó la idea en wireframes que tuviesen lo mejor de cada uno de los diseños conformando pantallas sólidas.

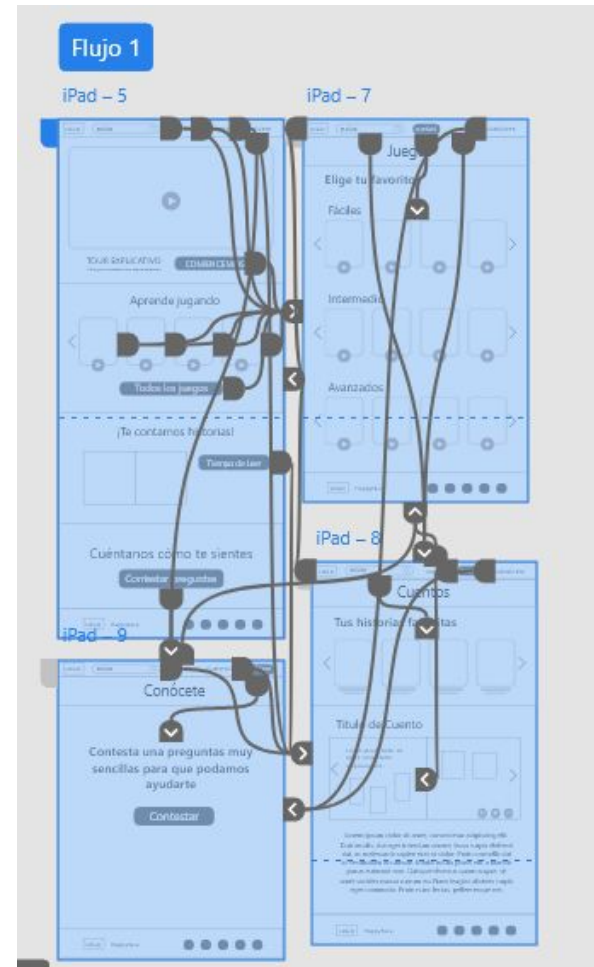


# Low-fidelity prototype

Se creó un prototipo de baja fidelidad para probar el viaje del usuario a través de la aplicación de forma rápida y sencilla.

Ver:

<https://xd.adobe.com/view/e0dd91e7-c1b6-431c-95d5-63dbb694fe82-b58e/?fullscreen>



# Usability study: parameters



## Study type:

Unmoderated usability study



## Location:

Mexico, remoto



## Participants:

5 participants



## Length:

30-45 minutos

# Usability study: findings

Algunos de los hallazgos obtenidos en el estudio de usabilidad son:

1

## Videos

Los niños prefieren páginas interactivas.

2

## Sencillo

Para que un niño pueda entenderlo debe ser muy fácil de usar

3

## Bonita

Debe ser colorida y atractiva para los niños.

## Refining the design

- Mockups
- High-fidelity prototype
- Accessibility

# Mockups

Basado en el estudio de usabilidad se llevó a cabo el cambio de los diseños para que fuera lo mejor para los usuarios.

Before usability study



After usability study



# Mockups

Se revisó el diseño, los colores y el atractivo.

Before usability study



After usability study





# Mockups

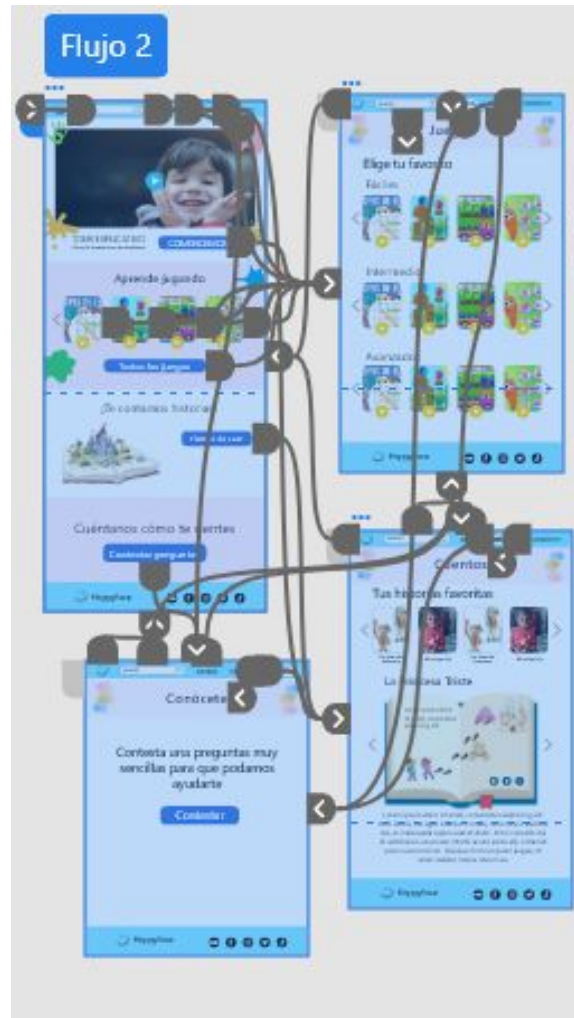


# High-fidelity prototype

Siguiendo el flujo del prototipo de baja fidelidad se agregaron mejoras y esto ayudó a que la experiencia de usuario fuera mejor.

Ver:

<https://xd.adobe.com/view/e7b830e4-b4f2-4a7d-bf4e-aa3989bc30f3-b2eb/?fullscreen>



# Accessibility considerations

1

Diseño sencillo y llamativo

2

Ideas educativas pero divertidas.

3

Enfocada en todos los niños.

# Responsive Design

- Information architecture
- Responsive design

# Responsive designs

Se crearon diseños adaptables para tres pantallas que pudieran usarse en diferentes dispositivos.

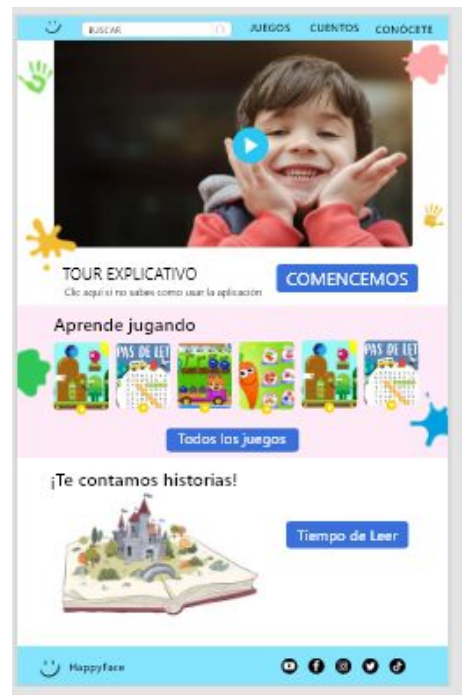
Mobile website



Tablet



Desktop



# Going forward

- Takeaways
- Next steps

# Takeaways



## Impact:

Los niños ahora podrían encontrar una plataforma en donde puedan aprender a manejar sus emociones de forma interactiva y divertida. Así podrán ser más conscientes de sus emociones y su trato a los demás al crecer.



## What I learned:

Es importante saber manejar solo los recursos esenciales y poco texto cuando de niños se trata, entre más sencillo mejor.

# Next steps

1

Insert a few sentences summarizing the next steps you would take with this project and why.

2

Insert a few sentences summarizing the next steps you would take with this project and why.

3

Insert a few sentences summarizing the next steps you would take with this project and why.



# Let's connect!



Gracias por tomarse el tiempo de leer este caso práctico, espero haya servido de ayuda!

Mi información contacto es la siguiente, si les interesa algo de los que vieron:

Email: [cantu.nubia.1am@gmail.com](mailto:cantu.nubia.1am@gmail.com)

Celular: 834 428 0421