

**Trabajo Práctico Especial
Interacción Hombre-Computadora (HCI)
Gestor de Listas de Compras**

Grupo 10



Instituto Tecnológico de Buenos Aires

Integrantes:

- Santiago Rapan Legajo: 65510
- Román Salerno Legajo: 65145
- Francisco Costa Legajo: 65202
- Tomas Costa Mendez Legajo: 65625

Índice

Introducción	3
Usuarios representativos	3
Observación participativa	3
● Modalidad y aplicaciones utilizadas	3
● Análisis de Resultados	4
Encuesta	6
● Preguntas sección 1	6
● Preguntas sección 2	7
● Análisis de Resultados	7
Modelos de persona	8
● Mariana	8
● Lucas	8
Resultados de la evaluación de usabilidad	9
Prototipos de página web	10
Prototipos de aplicación móvil (android)	15
Decisiones de usabilidad	19
Conclusiones	19
Anexos	19

Introducción

En el siguiente informe se mostrará el diseño de un gestor de listas de compras, tanto su versión web como su versión móvil. El mismo se realizó poniendo al usuario en el centro, con el fin de hacer de su experiencia lo más amena y agradable posible.

Usuarios representativos

Los usuarios representativos para la aplicación (es decir el perfil de personas que probablemente termine haciendo uso del gestor de compras) fueron pensados en base a características comunes entre quienes tienen la necesidad de ir de compras y además hacen uso de la tecnología al menos de manera moderada. Se pensó de esta manera dado que la aplicación/página web es una herramienta que permite planificar, coordinar y simplificar las compras que puede hacer una persona cualquiera en su día a día, con el fin que sea.

A la hora de aplicar un filtro al rango etario se asumen las siguientes afirmaciones como válidas:

- En su amplia mayoría, los jóvenes hoy en día tienen el uso de la tecnología naturalizado desde una edad temprana.
- Una persona tiene la necesidad de comprar cosas siempre y cuando nadie lo haga por ella.

Luego, faltaría establecer un límite superior de edad en el que el uso de la tecnología deje de ser tan común y un límite inferior en el que un joven pueda hacer las compras por su cuenta. Es por estas razones que se eligió el rango etario de 18 a 65 años. Respecto al límite superior, si bien algunos adultos mayores superan los 65 años y hacen uso de la tecnología, se lo consideró como tal para representar al grueso de la población que combina autonomía en las compras y familiaridad con dispositivos digitales.

En cuanto al nivel socioeconómico de los mismos, se tomará como representativo a quienes puedan por lo menos darse el lujo de planear sus compras y acceder a un celular, por lo que quienes estén por debajo de la línea de indigencia no serán tomados en cuenta como usuarios representativos.

Por otro lado, las compras son más cotidianas en áreas más urbanizadas, y es por este motivo que se asume además el acceso al internet por parte de los usuarios representativos.

Observación Participativa

Para poder comprender de manera más efectiva y precisa la forma de pensar de los usuarios a la hora de realizar una lista de compras se los observó hacerlas, escogiendo dos aplicaciones móviles y dos sitios web como referencia.

Modalidad y aplicaciones utilizadas

Las aplicaciones escogidas fueron “SoftList” y “AnyList” dentro de la categoría móvil y “Listonic” y “OurGroceries” dentro de las plataformas web. La elección de las mismas se debe a su variedad de interfaces de usuario, y de esta forma detectar qué características

son más deseables preservar o cuales no son deseadas en lo absoluto, así como comportamientos comunes en los usuarios y grado de satisfacción.

Primero se escogió a 5 candidatos de diversas edades y se les planteó escenarios comunes a la hora de planear las compras, como por ejemplo hacer una lista de supermercado antes de la compra, tachar los ítems a medida que avanzaba la compra, compartir la lista de compra, crear una receta (en AnyList), hacer un recuento de gastos y eliminar la compra una vez fue hecha.

Análisis de Resultados

A través de las observaciones participativas se pudieron rescatar varias reacciones y patrones de comportamiento de los participantes al usar aplicaciones gestoras de compras. A continuación se presentan los hallazgos principales y sus implicancias de diseño.

En primer lugar, al interactuar con las listas en dispositivos móviles, los participantes valoraron fuertemente la posibilidad de tachar ítems como comprados. El gesto y la retroalimentación visual de tachar el texto proporcionaron una sensación clara de progreso y redujeron la incertidumbre sobre qué faltaba. En aplicaciones donde existía un checkbox grande junto al ítem, los usuarios también lo usaron con rapidez.

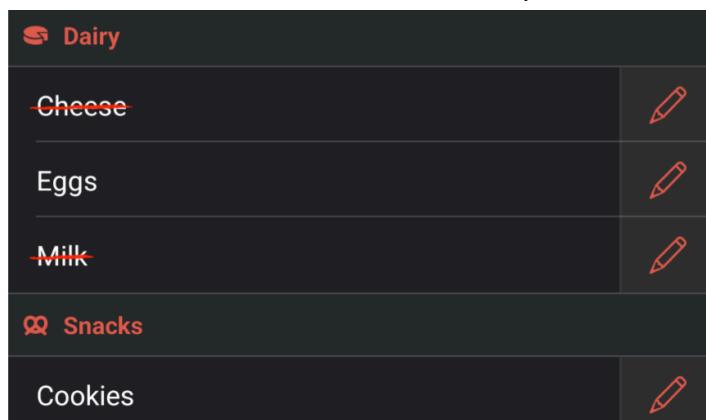


Imagen de la aplicación “AnyList”. Ilustra el tachado de productos.

En segundo lugar, el gesto de deslizar sobre un producto para eliminarlo de la lista fue percibido como útil y eficiente. Los usuarios supieron diferenciar entre “tachar” (marcar como comprado) y “eliminar” (sacar el ítem de la lista porque ya no lo quieren comprar).

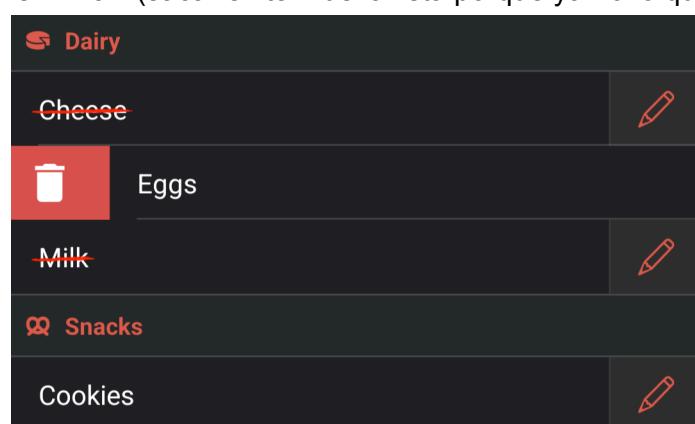


Imagen de la aplicación “AnyList”. Ilustra la eliminación de productos.

Tercero, la gestión de cantidades fue de gran importancia. Los usuarios necesitaban poder sumar o restar cantidades de forma sencilla, tanto para pocos como para muchos ítems. No hubo interfaces que ofrecieran esta opción de manera rápida, en todas las utilizadas era necesario entrar a la descripción del producto dentro de la lista para poder elegir la cantidad.

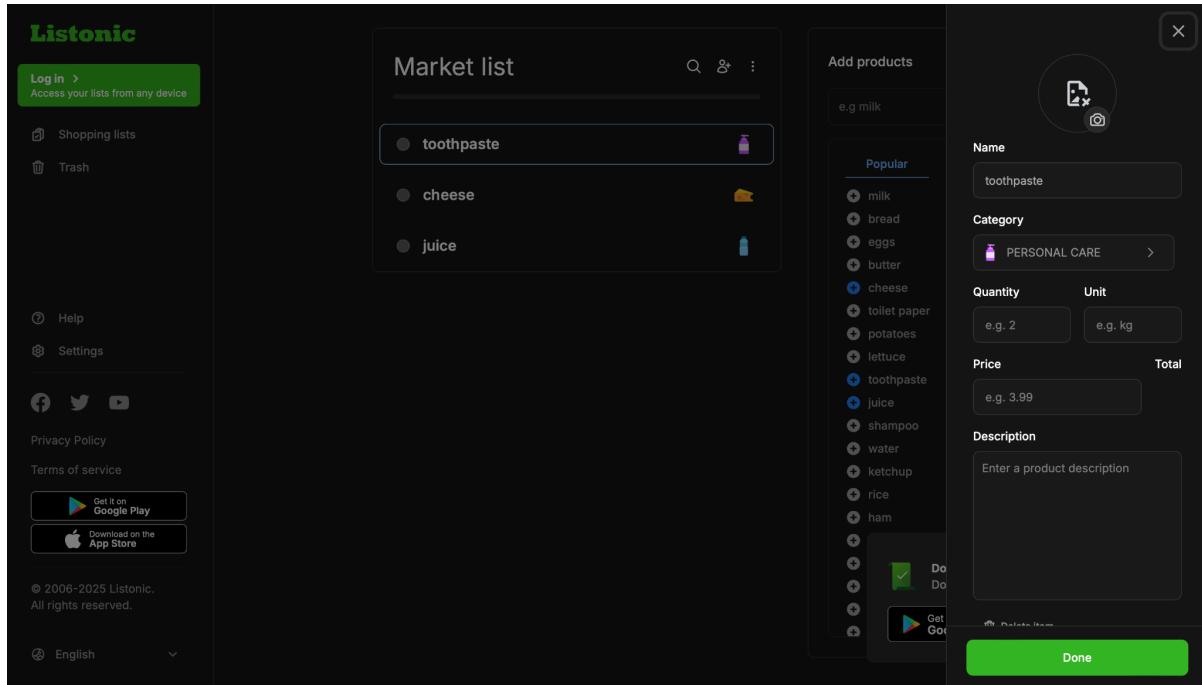


Imagen de la aplicación web “Listonic”. Ilustra la necesidad de presionar sobre el producto para especificar cantidad (en el campo “Quantity”).

En cuarto lugar, la posibilidad de calcular el valor total de la compra fue útil para aquellos usuarios que realizan compras de manera más frecuente, pues para quienes no conocen el valor aproximado de los productos no les es posible estimar el gasto total de la compra.

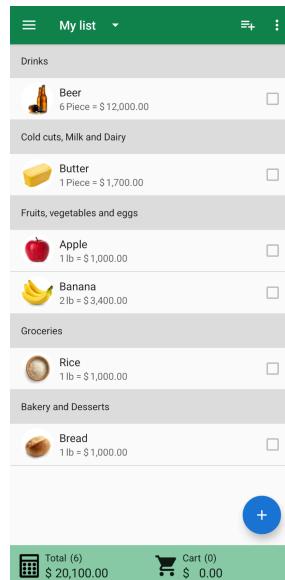


Imagen de la aplicación “SoftList”. Ilustra la opción de costo total de compra.

Por último, surgió la necesidad de recordatorios y ayudas para no olvidar qué comprar. Algunos participantes comentaron que a veces se dan cuenta de lo que faltaba en el mismo supermercado, no cuando estaban planificando la compra en casa. La ausencia de un recordatorio oportuno o sugerencias contextuales implicó compras olvidadas o vueltas al supermercado.

Encuesta

En busca de un mayor alcance hacia los posibles usuarios se optó por realizar una encuesta, la cual fue hecha con el objetivo de poder entender la forma de actuar de dichos usuarios y su forma de afrontar las compras.

Para ello la encuesta se dividió en dos secciones. La primera es más genérica, pues se trata de aprender sobre la vida de los encuestados, y la otra se divide en dos partes, una enfocada en quienes actualmente son usuarios de aplicaciones/sitios web gestores de compras y otra para quienes no lo son.

Preguntas sección 1

1. Edad

Se considera de gran importancia poder conocer los rangos etarios de los encuestados para un posterior modelado de personas.

2. Ocupación

Este aspecto del encuestado resulta útil para conocer su realidad personal junto con la relevancia que le pueda dar a las compras en general (probablemente un estudiante que vive con sus padres no piense tanto en las compras como lo hacen sus padres).

3. ¿Cómo planeas/administrás las compras?

Las opciones ofrecidas fueron: “Lista escrita a mano”, “Lista en aplicación de notas”, “Aplicación de gestión de compras”, “Web de gestión de compras”, “No hago lista de ningún tipo”, “Whatsapp o similares” y “Otro”.

Resulta fundamental entender cómo es que los encuestados llevan recuento de las compras y que tan familiarizados están con las listas (y que tipo de listas).

4. Las compras que realizás tienen como fin...

Las opciones ofrecidas fueron: “El consumo en el hogar”, “El consumo personal”, “Eventos con más gente”, “El consumo de un tercero” y “Otros”.

Si se quiere entender al potencial usuario y al público en general es debido entender que tipo de compras realiza.

5. ¿Qué tan grandes suelen ser tus compras en cuanto a cantidad de productos?

Las opciones ofrecidas fueron: “Menos de 5”, “Entre 5 y 15”, “Entre 15 y 25” y “Más de 25”.

A la hora de diseñar un gestor de compras se debe saber que tan grandes serán las compras en promedio, pues es un aspecto que afectará directamente a la distribución de los productos y las listas.

6. ¿Planeas las compras con alguien más?

Las opciones fueron: “Nunca”, “Pocas veces”, “De vez en cuando”, “Casi siempre”, “Siempre”.

La funcionalidad de compartir listas será implementada de todas formas. No obstante, es útil saber que tan utilizada pueda ser la misma.

7. ¿Cuánto tiempo antes de la compra es más usual que la planees?

Las opciones ofrecidas fueron: "Menos de 1 día antes", "Al menos 1 día antes", "Al menos 3 días antes" y "Al menos una semana antes".

Cuento más al margen de la fecha de la compra se planea, más ágil a la hora de su creación deben ser las listas, más fáciles de modificar y deberían ofrecer atajos para ahorrar tiempo.

8. ¿Una misma compra te suele tomar más de un día?

Las opciones ofrecidas fueron: "Nunca", "Pocas veces", "De vez en cuando", "Casi siempre", "Siempre".

En caso de ser una característica usual entre los encuestados se deberá pensar las listas más duraderas y flexibles. No es lo mismo una lista para una compra de un solo día que una lista de una compra realizada a lo largo de una semana.

9. ¿Qué problemas te encontrás a la hora de planear/pensar las compras? (si es que te encontrás con algún problema)

Entender los problemas de pensar una lista es clave para atender las necesidades de los usuarios y ofrecerles una solución atractiva.

10. ¿Usas una aplicación/sitio web para gestionar tus compras? (si/no)

En base a la respuesta de esta pregunta se redirecciona al usuario a una de las dos siguientes secciones de la encuesta.

Preguntas sección 2

En caso de ser usuario de una aplicación/sitio web gestor de compras:

1. ¿Usas una aplicación, un sitio web o ambos?

En caso de usar, es importante saber si es que hay una preferencia por una aplicación o página web.

2. ¿Qué aplicación/página web usas?

También es importante saber cuales usan, pues esos displays y funcionalidades serán los más familiares para estos usuarios.

3. ¿Qué funcionalidades valoras más?

Son cosas que los usuarios más experimentados esperarían desde el principio.

4. ¿Qué sentís que falta en la aplicación/web? (si es que falta algo)

De faltar algo, es una oportunidad para resolver una necesidad existente.

En caso de no ser usuario de una aplicación/sitio web gestor de compras:

1. ¿Por qué no usas una aplicación/web para gestionar tus compras?

Las opciones fueron: "No conozco ninguna", "Estoy poco familiarizado con la tecnología", "Ya probe una y no me gusto", "Mas fácil de otra forma", "Otros motivos". Hay una razón por la cual estos usuarios no usan un gestor de compras, y puede ser una oportunidad para solucionar un problema.

2. ¿Qué debería tener una aplicación/página para que consideres usarla?

Estos pueden ser los problemas que tienen los usuarios que no utilizan una aplicación/página web todavía.

Análisis de Resultados

La amplia mayoría de los encuestados afirmó no usar una aplicación a la hora de gestionar sus compras. Sin embargo, la mayoría de ellos afirmó no conocer ninguna o que le resultaba más conveniente de otra manera. Cuando les preguntamos qué funcionalidades

debería tener un sitio web, las respuestas fueron variadas pero apuntaban hacia el lado de la facilidad de uso, la contabilidad del gasto y la practicidad.

Mediante la encuesta realizada pudimos comprender más en profundidad las necesidades del público, que es lo que valoran al usar una aplicación o página web de esta categoría, lo que nos permitió generar los siguientes modelos de persona.

Modelos de Persona

A modo ilustrativo y haciendo foco en humanizar los resultados obtenidos, se sintetizaron los usuarios en los siguientes 2 modelos de personas.

Mariana



Mariana López
50 años
Casada

Abogada
Empleada en una empresa
de seguros

- Mariana está casada y tiene dos hijos varones. Ella trabaja full time en una empresa de seguros hace años. Su esposo también es abogado full time, por lo que se dividen las tareas de la casa, entre ellas las compras.
- A la hora de comprar busca simplicidad y rapidez, y es por eso que no planea las compras con mucha antelación y hace una lista a mano. Se turna con su esposo para ir al supermercado, y debido a la falta de tiempo tratan de ir una o dos veces como mucho.

Lucas



Lucas Fernandez
22 años
Soltero

Estudiante de economía
Pasante de Santander en
riesgo crediticio.

- Lucas es un joven estudiante de último año de economía. Vive con sus padres y sus hermanos.
- Hace poco comenzó a trabajar y está aprendiendo a gestionar su propio dinero.
- Lucas es un chico ambicioso que quiere progresar profesionalmente. No obstante, se permite descansar de vez en cuando con sus amigos organizando comidas, saliendo a fiestas o yendo a jugar al fútbol.
- Como no es quien se encarga de las compras del hogar, es raro que vaya al supermercado si no es por hacerle un favor a sus padres o por organizar una reunión con sus amigos.

Resultados de la evaluación de usabilidad

La evaluación de usabilidad fue hecha por el grupo 12 en base a los 10 principios de Nielsen. Las críticas fueron las siguientes:

1. Eliminar alacenas en la web

Hoy no hay una forma sencilla de borrar alacenas. Esto va contra la heurística 7 (flexibilidad y eficiencia de uso), porque el sistema debería dar un acceso rápido a una acción tan básica.

2. Eliminar productos (web y móvil)

No existe ningún botón para eliminar productos de la lista. Esto rompe con la 3 (control y libertad del usuario) y la 7 (flexibilidad y eficiencia), ya que el usuario debería tener control para deshacer o borrar elementos sin dificultad.

3. Botón “terminar” poco claro

No se entiende si “terminar” significa borrar la lista o marcarla como finalizada. Esto va contra la heurística 4 (consistencia y estándares), porque el lenguaje usado no sigue una convención clara.

4. Inconsistencia entre web y móvil (pantalla “nueva lista”)

En la web solo aparece el monto total, mientras que en el móvil se ve también el precio por producto. Esto rompe con la heurística 4 (consistencia y estándares), ya que la experiencia no es uniforme.

5. No hay buscador en la web

La versión web no tiene buscador de productos. Esto afecta la heurística 7 (flexibilidad y eficiencia), porque obliga al usuario a buscar manualmente, lo que lleva más tiempo.

6. Dificultad para ver la barra de progreso en móvil

En “nueva lista” la barra de progreso y el buscador no se distinguen bien. Aunque cumplen con la 1 (visibilidad del estado del sistema), la falta de claridad visual dificulta entenderlos rápidamente.

7. Filtros y buscador muy chicos en móvil

Los botones de filtros y buscador son demasiado pequeños. Esto rompe con la 4 (consistencia y estándares) y la 5 (prevención de errores), porque aumenta la posibilidad de toques equivocados y dificulta el uso en pantallas táctiles.

8. Botones sin símbolos en móvil

Los botones no tienen íconos que ayuden a reconocer su función. Esto va contra la heurística 4 (consistencia y estándares), porque en la mayoría de las apps se usan símbolos para guiar al usuario.

9. Falta el nombre de la app en el inicio (móvil)

En la pantalla inicial no se muestra el nombre de la aplicación. Esto choca con la 6 (reconocimiento antes que recuerdo), ya que obliga al usuario a acordarse dónde está en lugar de reconocerlo fácilmente.

10. Confusión en modo horizontal (móvil)

En horizontal, la pantalla de lista se llama “nueva lista”, lo cual no queda claro si es el título o el estado. Además, los tres puntos del menú no explican qué opciones ofrecen, y no se entiende cómo agregar productos. Esto rompe con la 4 (consistencia y estándares) y la 5 (prevención de errores).

11. Slogan inconsistente en tablet

En tablet aparece el slogan “Gestión colaborativa de listas”, que no está en las demás versiones. Esto afecta la heurística 4 (consistencia y estándares), porque el mensaje no es el mismo en todas las plataformas.

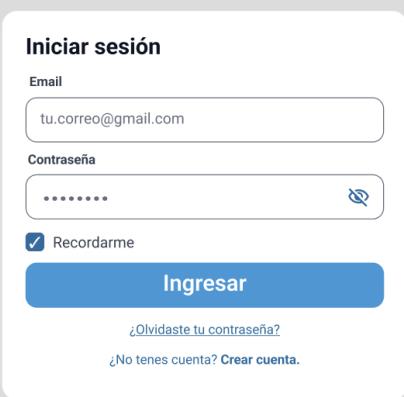
12. Creación de productos sin campo de cantidad

Al crear un producto se puede elegir la unidad (litros, gramos, etc.) pero no la cantidad. Esto rompe con la 5 (prevención de errores), porque puede generar listas incompletas o confusas.

Prototipos de página web

A continuación se listarán los prototipos de la página web, tanto la primera versión de los mismos como la versión corregida (si es que la hay).

Inicio de Sesión:

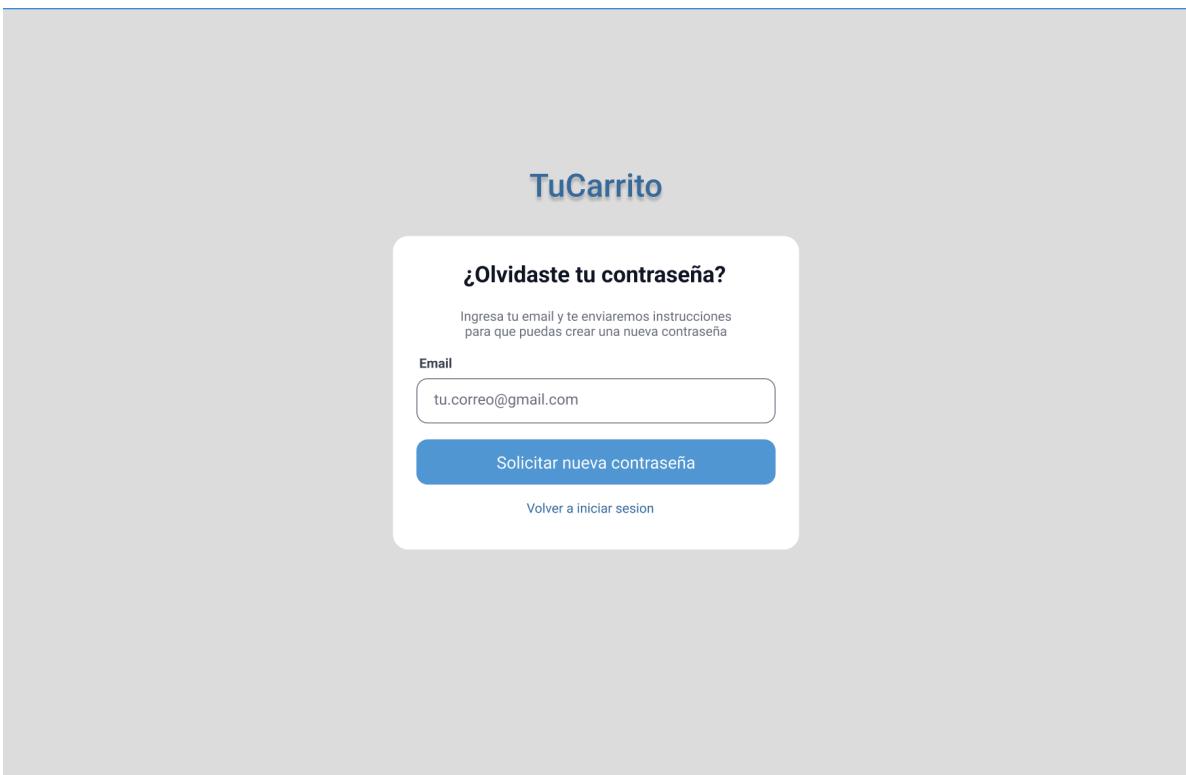


El prototipo muestra una pantalla de inicio de sesión para la aplicación TuCarrito. La interfaz es sencilla y limpia, con un cuadro central para los datos de usuario. El cuadro tiene un efecto de sombra y un efecto de desenfoque en su parte superior. Dentro del cuadro, se observa el siguiente diseño:

- Título:** Iniciar sesión
- Campo Email:** Un cuadro de texto que contiene el correo "tu.correo@gmail.com".
- Campo Contraseña:** Un cuadro de texto que muestra asteriscos (".....") y un icono de ojo para alternar visibilidad.
- Checklist:** Una casilla de verificación marcada con el texto "Recordarme".
- Boton Ingresar:** Un botón grande y azul que dice "Ingresar".
- Links auxiliares:** En la parte inferior del cuadro, hay dos enlaces: "¿Olvidaste tu contraseña?" y "¿No tenes cuenta? Crear cuenta.".

Primer y única versión

Olvido de contraseña:



Primer y única versión

Inicio:

The screenshot shows a dashboard with a header "TuCarrito" and navigation links: Inicio, Mis listas, Mis productos, Mis alacenas, and Perfil. The main area has several sections: "Supermercado - Hoy" showing 2 pendientes and \$35.250, a "Bajo stock" section listing Detergente, Yerba, and Harina, a "Recientes y frecuentes" section with items like Leche 1L, Yerba 1Kg, Coca Zero 2.25 L, Papel Higiénico, Detergente, Arroz 1Kg, and Huevos 12 u, and buttons for "Crear Lista", "Crear Producto", and "Configurar Categorías". At the bottom, there's an "Actividad" section showing recent activity from Mariana.

Primer y única versión

Mis alacenas:

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
	Sprite Zero 1.5L	1 u
	Agua sin gas	4 u
Carne		
Lacteos		

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
	Agua sin gas	4 u
Carne		
Lacteos		

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
Carne		
Lacteos		

Primer versión

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
	Sprite Zero 1.5L	1 u
	Agua sin gas	4 u
Carne		
Lacteos		

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
	Agua sin gas	4 u
Carne		
Lacteos		

Categoría	Artículo	Stock
Bebida	Coca Cola Zero 2.25L	3 u
Carne		
Lacteos		

Segunda versión

Mis listas:

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

Supermercado Frigorífico Verdulería Dietética +

Supermercado

4/6 comprados

Bebidas

Coca Cola Zero 2.25 L - 2 +

+ Agregar producto

Snacks

Papas Lays 330g - 2 +

+ Agregar producto

Lacteos

Leche 1L - 1 +

Yogurt frutilla 0.5L - 1 +

+ Agregar producto

Costo total: \$35.350

Guardar lista Finalizar compra

This screenshot shows the initial version of the grocery list application. It features a header with the brand name 'TuCarrito' and navigation links for 'Inicio', 'Mis listas', 'Mis productos', 'Mis alacenas', and 'Perfil'. Below the header is a navigation bar with categories: 'Supermercado', 'Frigorífico', 'Verdulería', 'Dietética', and a '+' button. The main content area is titled 'Supermercado' with a pencil icon. A progress bar indicates '4/6 comprados'. The 'Bebidas' section contains an item 'Coca Cola Zero 2.25 L' with quantity controls (-, 2, +). The 'Snacks' section contains an item 'Papas Lays 330g' with quantity controls (-, 2, +). The 'Lacteos' section contains two items: 'Leche 1L' and 'Yogurt frutilla 0.5L', each with quantity controls (-, 1, +). At the bottom, the total cost is displayed as 'Costo total: \$35.350' along with 'Guardar lista' and 'Finalizar compra' buttons.

Primer versión

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

🕒 Supermercado Frigorífico Verdulería Dietética +

Buscar producto

Supermercado

4/6 comprados

Bebidas

Coca Cola Zero 2.25 L (\$2500) - 2 +

+ Agregar producto

Snacks

Papas Lays 330g (\$8100) - 2 +

+ Agregar producto

Lacteos

Leche 1L (\$4030) - 1 +

Yogurt frutilla 0.5L (\$5200) - 1 +

+ Agregar producto

Costo total: \$35.350

Guardar lista Finalizar compra

This screenshot shows the second iteration of the grocery list application. The layout is very similar to the first version, with the 'TuCarrito' header, navigation links, and a navigation bar at the top. The main content area includes a search bar labeled 'Buscar producto'. The 'Supermercado' section has a clock icon and a trash icon. The 'Bebidas' section now includes a price of '\$2500' next to the item. The 'Snacks' section includes a price of '\$8100'. The 'Lacteos' section includes prices of '\$4030' and '\$5200' for its items. The quantity controls for each item now include a red trash icon in addition to the standard minus, plus, and quantity buttons.

Segunda versión

Producto:

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

Nuevo Producto

Nombre
Coca-cola Zero

Categoría
Bebida

Unidad
Litros

Cantidad
0

Precio
\$

Imagen



Arrastra una imagen o hacé clic para subirla

Guardar producto

Descartar Producto

Primer y única versión

Perfil:

TuCarrito

Inicio Mis listas Mis productos Mis alacenas Perfil

Datos de la cuenta

Nombre
Mariana

Apellido
López

Email
mariana.lopez@gmail.com

Teléfono (opcional)
9 11 1234-5678



Guardar cambios

Cambiar contraseña

Cerrar sesión

Zona peligrosa

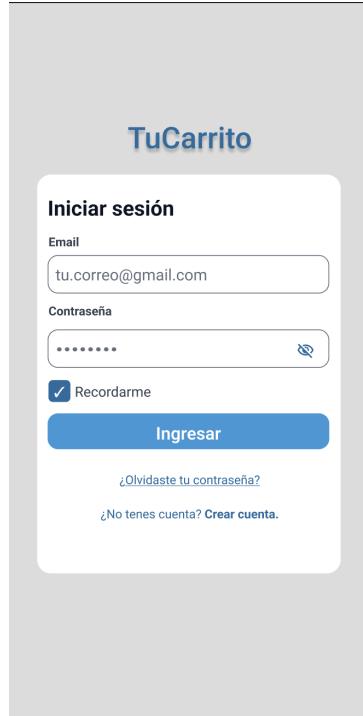
Eliminar la cuenta es irreversible. Se borrarán tus listas y alacenas.

Eliminar cuenta

Primer y única versión

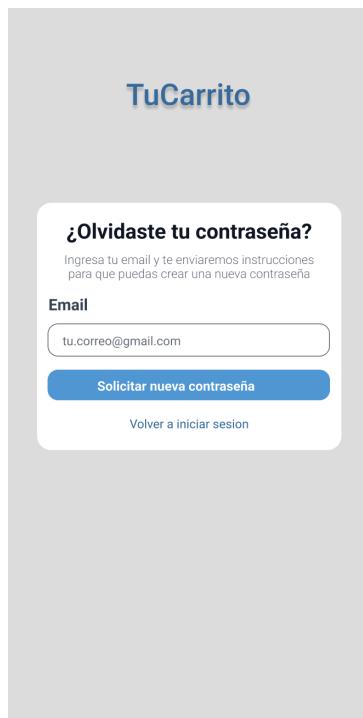
Prototipos de aplicación móvil (android)

Inicio de sesión:



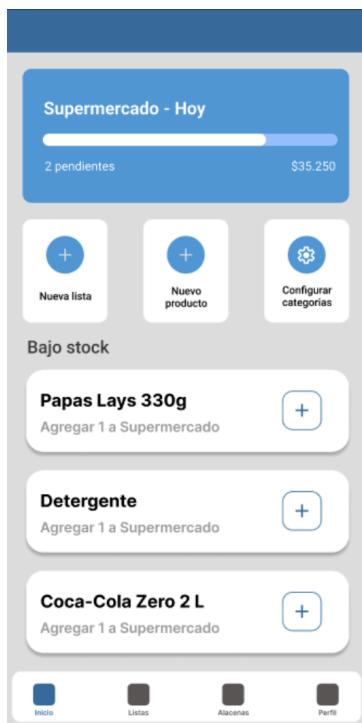
Primer y única versión

Olvido de contraseña:

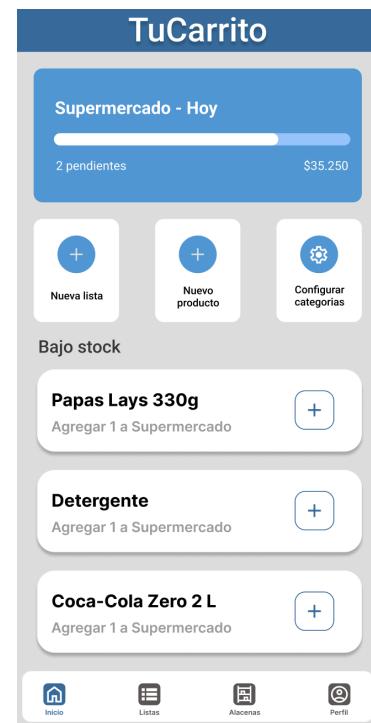


Primer y única versión

Inicio:

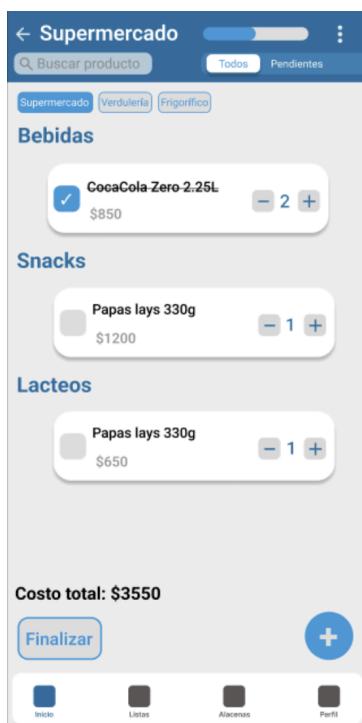


Primer versión

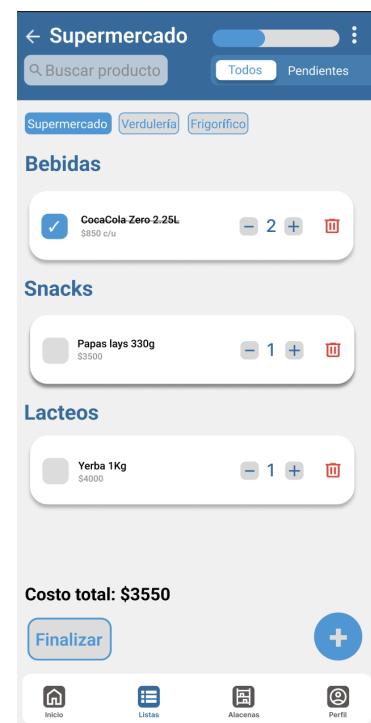


Segunda versión

Nueva lista:

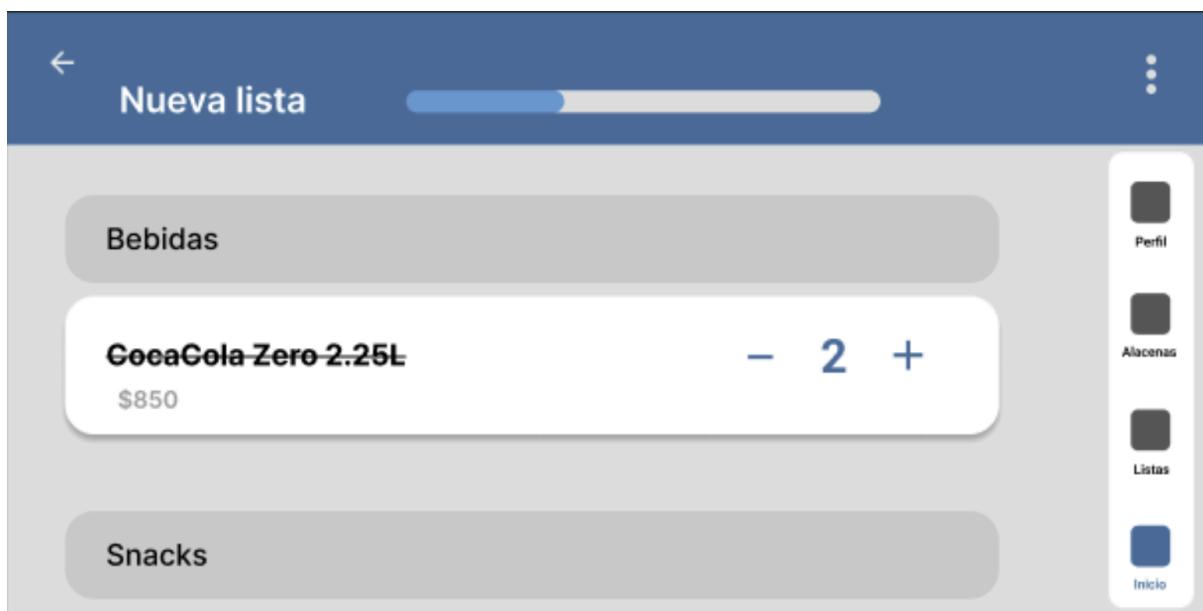


Primer versión



Segunda versión

Versión móvil horizontal:



Primer versión



Segunda versión

Versión tablet:

TuCarrito Gestión colaborativa de listas

Bienvenida, Mariana López ML

Principal

- Inicio**
- Mis listas
- Mis Alacenas

Gestión

- Productos
- Categorías
- Historial

Cuenta

- Perfil
- Configuración

Inicio

Resumen de tus listas y actividad reciente

Lista: Supermercado

6 de 8 completados \$35.250

Abrir lista **Compartir**

+ Nueva lista

Productos bajo stock

- Detergente **+ Agregar**
- Yerba **+ Agregar**
- Harina **+ Agregar**

Actividad Reciente

Juan agregó **Leche 1L** a "Supermercado". hace 3 min

Vos tildaste **Yerba 1Kg** en "Compra semanal". hace 12 min

Lucas agregó **Coca-Cola Zero 1.5L** a "Supermercado". hace 16 min

Ver todo

Primer versión

TuCarrito

Principal

- Inicio**
- Mis listas
- Mis Alacenas

Gestión

- Productos
- Categorías
- Historial

Cuenta

- Perfil
- Configuración

Inicio

Resumen de tus listas y actividad reciente

Lista: Supermercado

6 de 8 completados \$35.250

Abrir lista **Compartir**

+ Nueva lista

Productos bajo stock

- Detergente **+ Agregar**
- Yerba **+ Agregar**
- Harina **+ Agregar**

Actividad Reciente

Juan agregó **Leche 1L** a "Supermercado". hace 3 min

Vos tildaste **Yerba 1Kg** en "Compra semanal". hace 12 min

Lucas agregó **Coca-Cola Zero 1.5L** a "Supermercado". hace 16 min

Ver todo

Segunda versión

Decisiones de usabilidad

A lo largo del desarrollo del diseño de la aplicación/web se fueron tomando diferentes decisiones de usabilidad con el objetivo de hacer la interacción con los usuarios lo más amena y natural posible.

En primer lugar, se optó por un display empaquetado y sencillo, de modo que se entienda a primera vista donde se encuentra cada sección, así como que se relaciona con la misma y que no.

Siguiendo con el enfoque sencillo, se decidió no abrumar al usuario con colores de más, usando los suficientes como para lograr cierto agrado a la vista y a la vez distinguir los botones con sus distintas funcionalidades.

En contraste con la sencillez que se le quiso dar a la aplicación, también se le quiso ofrecer al usuario la posibilidad de tener numerosas funcionalidades, como lo son el recuento de los gastos o la implementación de las alacenas, cuyo motivo de existencia es facilitarle el recuento de los productos ya obtenidos a los usuarios. Esta decisión fue tomada debido a que no se detectaron dificultades ni aversión hacia la tecnología por parte de los potenciales usuarios.

Por último, se fueron recopilando las funcionalidades más valoradas de las aplicaciones utilizadas en la observación participativa, ya que se las consideró a las mismas como necesarias para mantener al usuario en un entorno tanto familiar como útil y placentero de navegar.

Conclusiones

La realización del trabajo presentó un gran desafío en términos de manejar correctamente los tiempos y dividir las tareas pendientes entre el grupo.

El diseño fue una de las partes que más desafíos planteó, sobre todo con el uso de figma, herramienta que ningún integrante conocía previo a empezar con el trabajo. La iteración sobre el prototipo, con la ayuda de la devolución de nuestros compañeros probó ser una manera eficiente de trabajar para poder cumplir las expectativas del usuario.

En síntesis, mediante la realización de este trabajo logramos una eficiente organización como equipo y poner en práctica la teoría vista en clase.

Anexos

Resultados Observación Participativa

Participante Joven (21 años)

Se le planteó realizar una lista brevemente, y luego se le fue pidiendo que haga más cosas, como tachar un elemento o borrarlo para ver su reacción.

Se le ofrecieron dos aplicaciones para que pruebe, y en ambos casos el armado de la lista fue bastante mecánico y rápido debido a la similitud que tienen las aplicaciones respecto a la búsqueda de productos.

AnyList (móvil):

A la hora de marcar elementos como comprados el participante tuvo facilidad para hacerlo. Usó el gesto de toque sobre el texto y lo tachó rápidamente. Valoró especialmente la respuesta visual inmediata. Tiempo estimado: 5 segundos.

Al pedirle que elimine un ítem, primero lo mantuvo presionado, pero no hubo respuesta. Luego presiono el lápiz a la derecha del producto, busco la opción de eliminar y finalmente presionó los tres puntos de arriba a la derecha, con la opción de eliminar producto. Para eliminar el siguiente producto probó deslizando, como en una fila de reproducción de Spotify y lo logró con cierta satisfacción. Tiempo estimado: 20 segundos.

Para aumentar la cantidad de un producto de 1 a 12, el participante utilizó el menú del producto que previamente había visto al eliminar el elemento. El mismo cuenta con dos botones “+” y “-” muy notorios, entonces no demoró mucho en realizar la tarea. Tiempo estimado: 5 segundos.

SoftList (móvil):

En esta aplicación las formas de marcar un producto como comprado y eliminarlo de la lista no son idénticas a las de AnyList. Para marcar un producto como comprado hubo una pequeña duda, pero al haber una “checkbox” a la derecha del nombre del producto no hubo tanto problema. No obstante, para eliminar el producto sí que hubo más dudas, ya que la opción de deslizar el producto también lo marca como comprado. Luego de intentar eliminarlo de esta manera procedió a mantener presionado el producto, encontrando un botón de tacho de basura arriba a la derecha. Tiempo estimado: 2 segundos para marcarlo como comprado y 15 para eliminarlo.

De la misma manera que en “AnyList”, para cambiar la cantidad de productos el participante accedió al menú del producto tocando en el mismo y cambió el número al que deseaba. Tiempo estimado: 5 segundos.

Se le pidió que dada la lista hecha por sí mismo, se la compartiera a alguno de sus contactos. También resultó bastante intuitivo, pues hay 3 puntos arriba a la derecha con la opción de compartir

Participante Adulto (53 años)

AnyList (móvil):

Se le solicitó al participante que abra una lista preexistente y marque tres ítems como comprados. Localizó la lista rápidamente y encontró el lápiz junto a los ítems, aunque evidenció dudas iniciales sobre si tocar el texto o el lápiz. Terminó tocando el lápiz y luego no encontró una opción de “marcar como comprado”, ,por lo que volvió a la lista y presionó sobre el nombre del producto, tachandolo con cierta satisfacción. Tiempo aproximado: 25 segundos.

A continuación se le pidió eliminar un producto que ya no quería comprar. No le tomó demasiado, simplemente lo deslizó hacia un costado. Tiempo estimado: 5 segundos.

Para cambiar la cantidad de un ítem (de 1 a 4 unidades) abrió la edición del producto y buscó un campo de cantidad. Nuevamente, los botones de “+” y “-” hicieron al proceso mucho más rápido. Tiempo: 10 segundos.

Participante joven (20 años)

Listonic (web):

Se le indicó al participante armar una lista desde cero con todos los productos que pueda llegar a necesitar en toda la semana. Al comienzo progreso rápidamente gracias al menú de la derecha con los productos predeterminados ya cargados. Luego de un rato de cargar los productos que estaban en la lista y sus respectivas cantidades, se demoró en pensar otros más. Tiempo estimado: 5 minutos.

Participante Adulto (48 años)

OurGroceries (web y móvil)

Se le solicitó al participante planear y hacer la compra semanal usando OurGroceries. La prueba se dividió en dos partes: la planificación en la versión web y la ejecución en la versión móvil.

El participante inició la tarea en su casa, usando la computadora. Creó una nueva lista a la que llamó “Compra semanal” y comenzó a añadir manualmente los productos habituales, como lácteos, carnes y artículos de limpieza. La aplicación organizó automáticamente los productos en categorías, algo que consideró práctico. En el supermercado, el participante usó la versión móvil de la aplicación. Iba marcando los ítems como comprados con un simple toque, lo cual le pareció intuitivo y ágil. Le resultó muy útil que la lista se reorganizara automáticamente a medida que tachaba productos, permitiéndole ver solo lo que faltaba.

Al terminar de comprar, revisó la lista y vio que solo quedaba un ítem que no había encontrado. La combinación de planificar en la computadora y luego usar el celular le pareció natural y eficiente, aunque también mencionó que manejar el carrito y el teléfono a la vez podía ser incómodo, por lo que valoraría una interfaz con botones más grandes y sencillos.

Participante Joven(23 años)

Listonic(web):

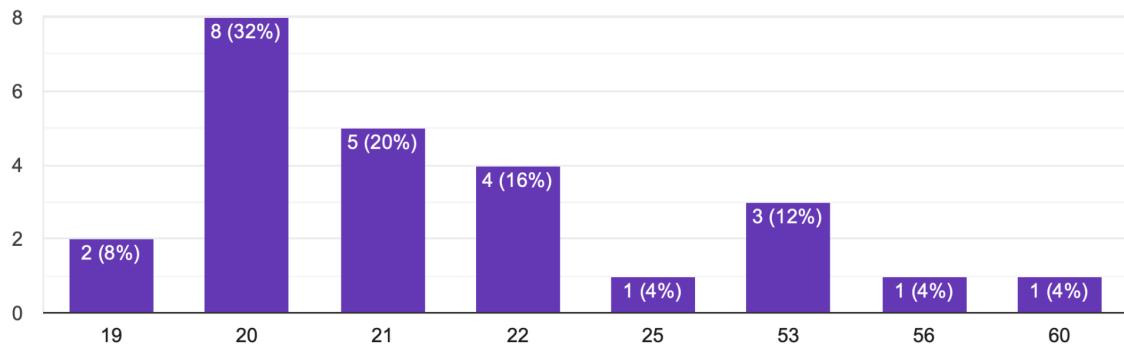
Se le solicitó al participante crear una lista de compras en la cual agrega al menos 8 productos para luego compartirla con un compañero. No demoró en crearla gracias a los productos ya creados por la página y le agrado poder filtrar los mismos por categoría. A la hora de compartir la lista, dudo por un momento sobre cómo realizar la tarea pero poco tiempo después encontró el ícono que claramente señala como hacerse cargo de la misma. Quedó conforme con la experiencia aunque destacó la insatisfacción de no poder tachar los productos ya comprados. Tiempo estimado, 10 minutos.

Resultados Encuesta

Sección 1

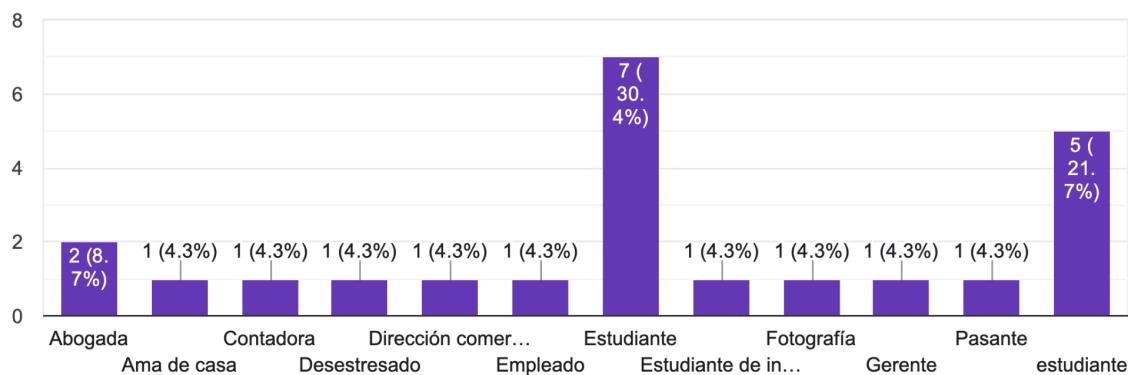
Edad

25 respuestas



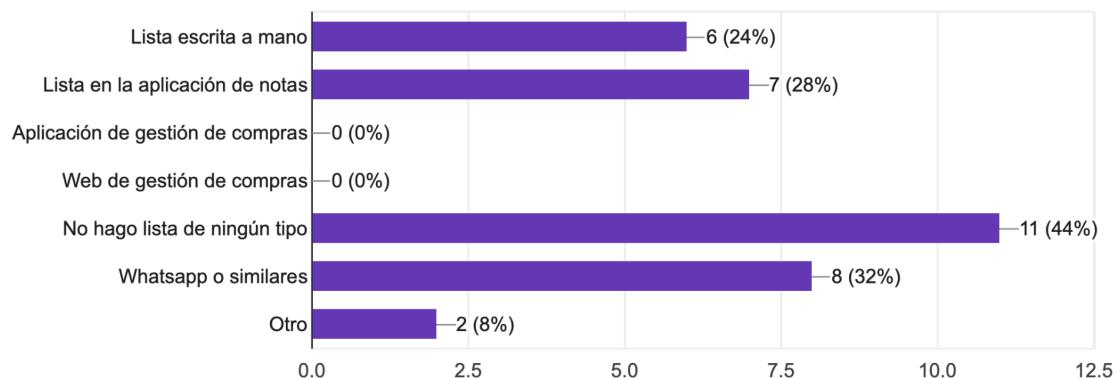
Ocupación

23 respuestas



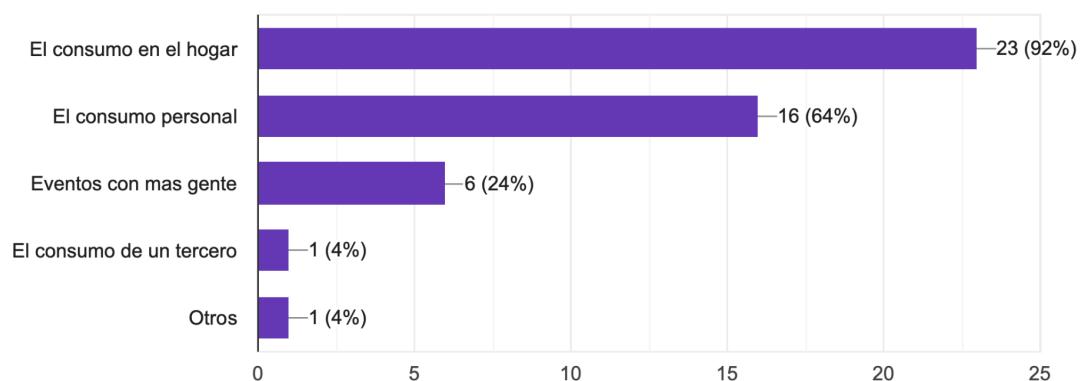
Como planeas/administras las compras?

25 respuestas



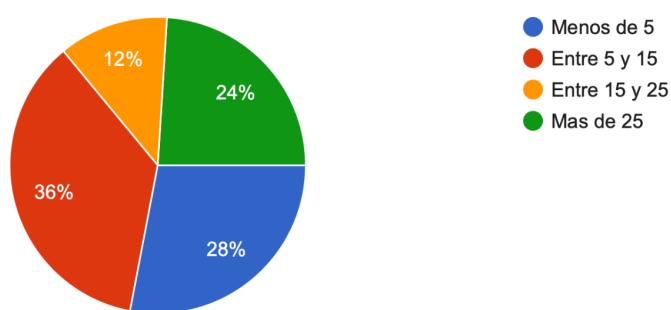
Las compras que realizas tienen como fin...

25 respuestas



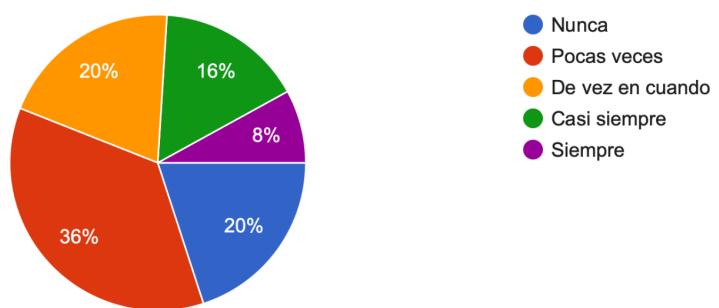
Que tan grandes suelen ser tus compras en cuanto a cantidad de productos?

25 respuestas



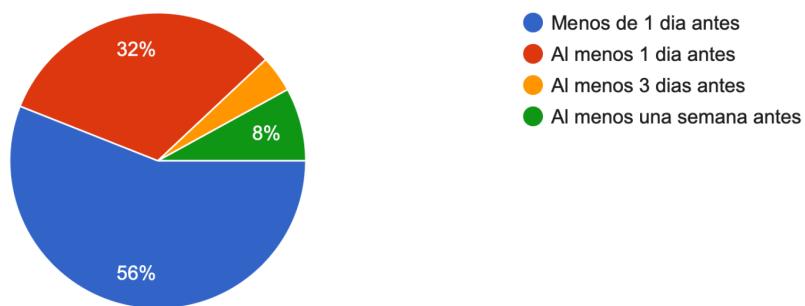
Planeas las compras con alguien mas?

25 respuestas



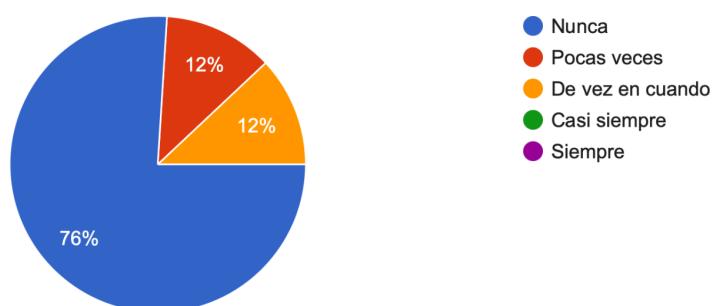
Cuanto tiempo antes de la compra es mas usual que la planees?

25 respuestas



Una misma compra te suele tomar mas de un dia?

25 respuestas

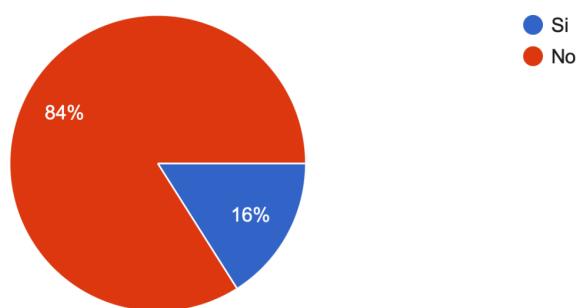


¿Qué problemas te encontrás a la hora de planear/pensar las compras? (si es que te encontrás con algún problema)

- Ninguno
- Me olvido de anotar las cosas
- Las ganas
- nunca me acuerdo que hace falta en mi hogar
- No darme cuenta que falta algún producto
- Y que capaz no me organizo bien y me olvide de comprar algo
- Llego a casa y me doy cuenta que me olvide de comprar algo
- No se me ocurre que compar/comer
- Me olvido productos
- Que me olvido cosas a veces
- Ninguno
- Que no esté el producto que estoy buscando
- Nada

Usas una aplicación/sitio web para gestionar tus compras?

25 respuestas

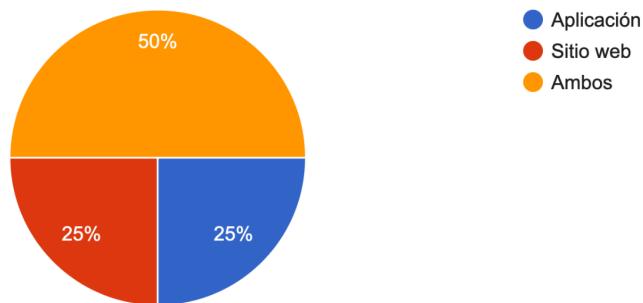


Sección 2

En caso de ser usuario de una aplicación/sitio web gestor de compras

Usas una aplicación, un sitio web o ambos?

4 respuestas



¿Qué aplicación/página web usas?

- Jumbo, mercado libre
- Meli
- Coto digital, mercado libre
- Excel

¿Qué funcionalidades valoras más?

- Encontrar con facilidad las cosas
- Precio velocidad
- Precio, optimización del tiempo
- El resta/suma automatizada

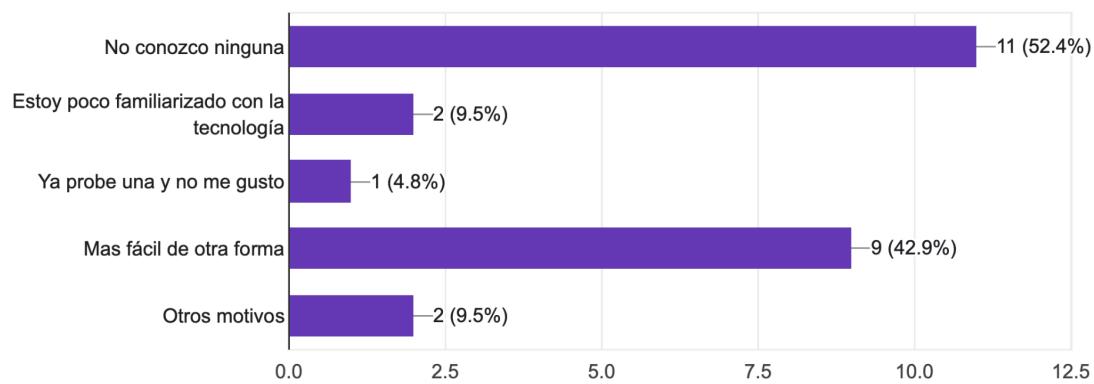
¿Qué sentís que falta en la aplicación/web? (si es que le falta algo)

- Nada
- Más opciones de envío. Proveedores del exterior
- Mejorar ofertas bancarias
- Nada

En caso de no ser usuario de una aplicación/sitio web gestor de compras

Por que no usas una aplicación/web para gestionar tus compras?

21 respuestas



¿Qué debería tener una aplicación/página para que consideres usarla?

- Facilidad para su uso, poder repetir compras y demás funcionalidades
- Sugerencias y una especie de algoritmo
- Tener listas sincronizadas con otras personas
- Y tener un lugar donde anotar tus compras o ideas que quieras comprar, y un lugar donde lleve la cuenta de cuanto gaste en esas compras
- Poder poner precios
- Ser extremadamente simple y que no requiera ningún tipo de esfuerzo para usarla.
Más fácil que agarrar un papel y anotar 2 cosas.
- Practicidad
- Ayudarme a saber los descuentos y las promos de las diferentes cadenas de supermercado
- Precios por supermercado para poder saber el total previo a la compra. Y poder comparar precios.
- Una lista de productos que ya compe antes
- Que sea fácil de gestionar
- Poder compartir la lista fácilmente
- Ser fácil de utilizar
- Una IA
- Fácil y intuitiva
- Estimación de precios
- Ni me interesa
- fácil de usar.
- Bien organizada
- Ser fácil de usar y permitirme llevar un stock de lo que tengo para saber cuando comprar más de ese producto.
- Nunca lo consideraría