

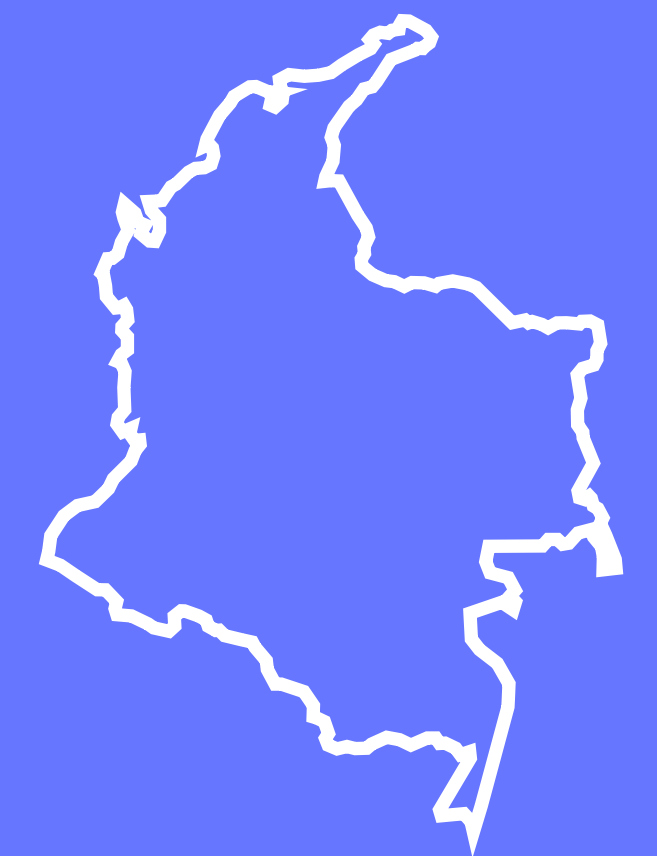
RECONNECTA: Plataforma de ayuda al voto electoral en el contexto Colombiano

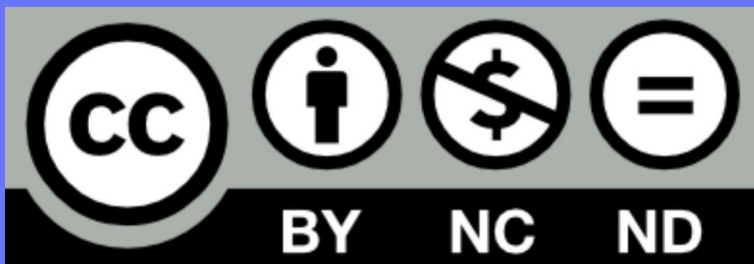
Nelly Ragua Miranda

Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario

Profesor responsable del TFM
Sebastián Marichal Baráibar

Fecha de entrega
12/2021





Esta obra está sujeta a licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada, 3.0 España de Creative Commons

Título del trabajo:	Reconecta, plataforma de ayuda al voto electoral en el contexto colombiano
Nombre del autor:	Nelly Ragua Miranda
Nombre del tutor/a:	Sebastián Marichal
Nombre del PRA:	Ferran Gimenez Prado, Enric Mor Pera
Fecha de entrega (mm/aaaa):	12/2021
Titulación:	Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario
Área del Trabajo Final:	Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario
Idioma del trabajo:	Castellano
Palabras clave:	Diseño centrado en las personas; web responsive; democracia ; ciudadanía ; voto
Resumen del Trabajo	<p>Las elecciones presidenciales en Colombia de 2022 están próximas a realizarse e históricamente la participación en estas ha sido muy baja si se compara con la gran mayoría de países de Latinoamérica. El objetivo de este proyecto es generar una herramienta útil dirigida a los jóvenes colombianos en la que puedan aclarar todas sus dudas y acceder la información necesaria para el ejercicio de su derecho al voto. Se intentará facilitar con esta plataforma el entendimiento de datos prácticos y logísticos (horarios, fechas, etc), pero también información con la que los usuarios puedan ejercitar su capacidad crítica, entender conceptos básicos para el entendimiento de la política y comparar información, por ejemplo, las distintas propuestas de los candidatos.</p> <p>El prototipo de este proyecto se realizó enfocado en las próximas elecciones presidenciales de 2022 pero con la finalidad subyacente de que su estructura se pueda actualizar en las diferentes elecciones presidenciales o en elecciones de otra naturaleza como las locales o de congreso.</p> <p>Para la realización de este proyecto se cumplieron todas las etapas necesarias en el desarrollo de un producto centrado en las personas tales como investigación, prototipado, evaluación e iteración, lo que desembocó en una plataforma concebida teniendo en cuenta a los usuarios durante todo el proceso.</p>

ÍNDICE

1 Introducción	4
• 1.1 Contexto y justificación del Trabajo	4
• 1.2 Objetivos del Trabajo	6
• 1.3 Enfoque y método seguido	7
• 1.4 Planificación del Trabajo	9
2 Investigación	10
• 2.1 Desk Research	11
• 2.2 Benchmarking	12
• 2.3 Encuestas	17
• 2.4 Entrevistas	21
• 2.5 Affinity Mapping	25
• 2.6 Insights de la investigación	29
• 2.7 Apuntes generales, requerimientos del sistema	31
• 2.8 Personas, Escenarios, User Journey	32
3 Prototipado	36
• 3.1 Cart Sorting	36
• 3.2 Diagrama de flujo	40
• 3.3 Sketch	43
• 3.4 Wireframe	45
• 3.5 Prototipado de alta fidelidad	48
4 Evaluación	55
• 4.1 Recorrido cognitivo y evaluación heurística	56
• 4.2 Test con usuarios	66
• 4.3 Conclusiones evaluación	76
• 4.4 Iteración	77
5 Conclusiones	78
6 Bibliografía	79
7 Anexos	80

1. INTRODUCCIÓN

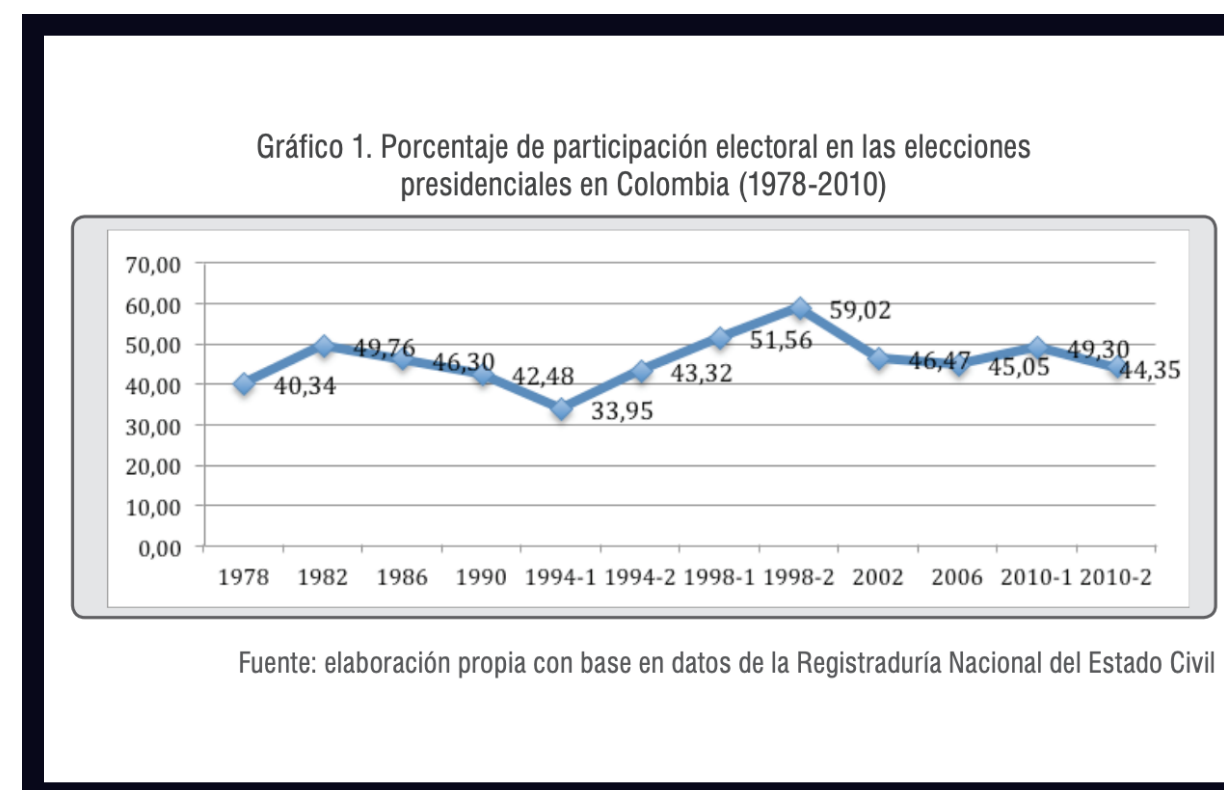
1.1 Contexto y justificación del Trabajo

La elecciones colombianas se han caracterizado históricamente por su abstención. Aunque esta tendencia no difiere de la general en América latina, Colombia muestra uno de los **índices más bajos de votación** a lo largo de los años en la región. Según El Instituto Geográfico Agustín Codazzi (2018), en Colombia “en los cinco años electorales, el común denominador ha sido una abstención de más del 50 por ciento en todo el país a la hora de elegir Presidente”

Tabla 1. Participación electoral y abstención en las elecciones presidenciales de Colombia (1978-2010)

AÑO	POTENCIAL ELECTORAL	TOTAL VOTOS	% VOTACIÓN	ABSTENCIÓN	% ABSTENCIÓN
1978	12.580.851	5.075.719	40,34	7.505.132	59,66
1982	13.734.093	6.834.250	49,76	6.899.843	50,24
1986	15.611.274	7.228.676	46,30	8.382.598	53,70
1990	14.237.110	6.047.576	42,48	8.189.534	57,52
1994 (1 vuelta)	17.146.597	5.821.331	33,95	11.325.266	66,05
1994 (2 vuelta)	17.146.597	7.427.742	43,32	9.718.855	56,68
1998 (1 vuelta)	20.857.801	10.753.465	51,56	10.104.336	48,44
1998 (2 vuelta)	20.857.801	12.310.107	59,02	8.547.694	40,98
2002	24.208.311	11.249.734	46,47	12.958.577	53,53
2006	26.731.700	12.041.737	45,05	14.689.963	54,95
2010 (1 vuelta)	29.983.279	14.781.020	49,30	15.202.259	50,70
2010 (2 vuelta)	29.983.279	13.296.924	44,35	16.686.355	55,65

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Registraduría Nacional del Estado Civil



Según un informe oficial de la Registraduría Nacional del Estado Civil (2013) la participación política electoral en promedio - incluso en países donde el voto no es obligatorio - ronda el 70%. A pesar de esto en Colombia el porcentaje de votación en los últimos 30 años ha estado entre el 50% y el 32%.

Las condiciones socio-económicas, diferentes factores geográficos, el desencanto de la población ante las candidaturas y los partidos, y una historia de violencia y censura ligada a las elecciones pueden ser algunos de los múltiples factores que provocan esta llamativa cifra.

En un informe sobre abstencionismo electoral de la Registraduría (2013) se afirma que múltiples estudios conducen a pensar que los factores que llevan a la falta de votación por parte de la población se pueden clasificar en factores individuales y conceptuales.

Los factores individuales se dividen en: edad, educación, nivel económico, estado civil, pertenencia a gremios o sindicatos, género, empleo formal, lugar de residencia y la pertenencia a grupos minoritarios. Por su parte los factores conceptuales tienen más relación con la dimensión socioeconómica: el tamaño de la población, el grado de homogeneidad de esa población, las conductas aprendidas y la violencia, la dimensión política: campañas electorales, la competitividad de las elecciones y la fragmentación partidaria y la dimensión institucional.

El mismo informe hace énfasis en que la edad es uno de los factores individuales dominantes al condicionar la decisión de voto, textualmente apunta que “desde hace tiempo, la gran mayoría de los países han reformado sus códigos electorales implantando como edad de inicio los 18, siendo anteriormente los 21 o 25 años. Actualmente, existen varios países latinoamericanos donde el voto es obligatorio para los mayores de 18 y facultativo para los que tienen más de 16 años. Sin embargo, los estudios han encontrado que **los jóvenes son menos propensos a votar**” (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2013)

Sin embargo y a pesar de este panorama desalentador, los hechos recientes acontecidos en el país dan indicios de un mayor compromiso social y mayor interés político por parte de los jóvenes en Colombia. A finales del año 2019 se inició una gran movilización que se tuvo que suspender debido a la pandemia pero que fue retomada en abril del presente año (2021).

Las protestas masivas contra el gobierno actual y frente a las precarias condiciones de vida y la desigualdad que ha caracterizado el panorama social Colombiano, evidencian una mayor preocupación y compromiso por parte de los ciudadanos, “el 28 de abril de 2021, colectivos, sindicatos, centrales obreras y miles de jóvenes iniciaron una de las movilizaciones populares más descentralizadas y amplias de las que se tenga memoria” (El País, 2021).

Los acontecimientos descritos dan a entender que la población - sobre todo la más joven - se encuentra más dispuesta a involucrarse en las decisiones políticas que los afecten de ahora en adelante como sociedad.

Bajo este contexto y teniendo presente que el abstencionismo en Colombia es consecuencia de múltiples factores, se pretende con este trabajo final de máster crear una herramienta que facilite a la población y sobre todo a los ciudadanos más jóvenes pasar de la intención a la acción de votar.

Leonie Huddy (2020) un profesor del departamento de ciencia política en Stony Brook University y experto en psicología de elecciones dice que “algunas personas encuentran la política conflictiva, difícil de entender, o están preocupados con otros aspectos de sus vidas(..) Los jóvenes generalmente caen en esta categoría”; la votación puede ser un proceso que se dificulta en ciertos casos y que es mediado generalmente por información oficial, en lenguaje oficial y en webs que podrían considerarse ajenas o lejanas para la población más joven o los nuevos votantes, este TFM aspira a **aligerar el entendimiento** del proceso de votación y dar pautas e información clara que permita a los más jóvenes entender cómo votar y no desistir de hacerlo, **evitar que se pierdan en formalismos** y acercarles la información de una manera **clara y directa**.

1.2 Objetivos del Trabajo

El objetivo general de este proyecto es generar una **herramienta que ayude a los ciudadanos colombianos a entender y ejercer su voto** en las próximas elecciones presidenciales.

El proyecto concluirá con la presentación de un prototipo funcional guiado por estos objetivos, así como un documento que evidencie todo el proceso de investigación y diseño.

Específicamente los objetivos que guiarán el proyecto son:

Indagar

en las razones por las cuáles los jóvenes no votan en Colombia y en las posibles funcionalidades de una herramienta que les ayude a entender y aligerar el proceso de votación.

Acercar

a la gente a las propuestas de los candidatos. Hacer las propuestas de los partidos menos lejanas y más comprensibles presentando la información de una manera interactiva y sencilla.

Facilitar a los usuarios pasar de la intención de voto a la acción.

Generar

una herramienta que resuma de una manera visual y sencilla toda la información necesaria para decidir y ejercer el voto.

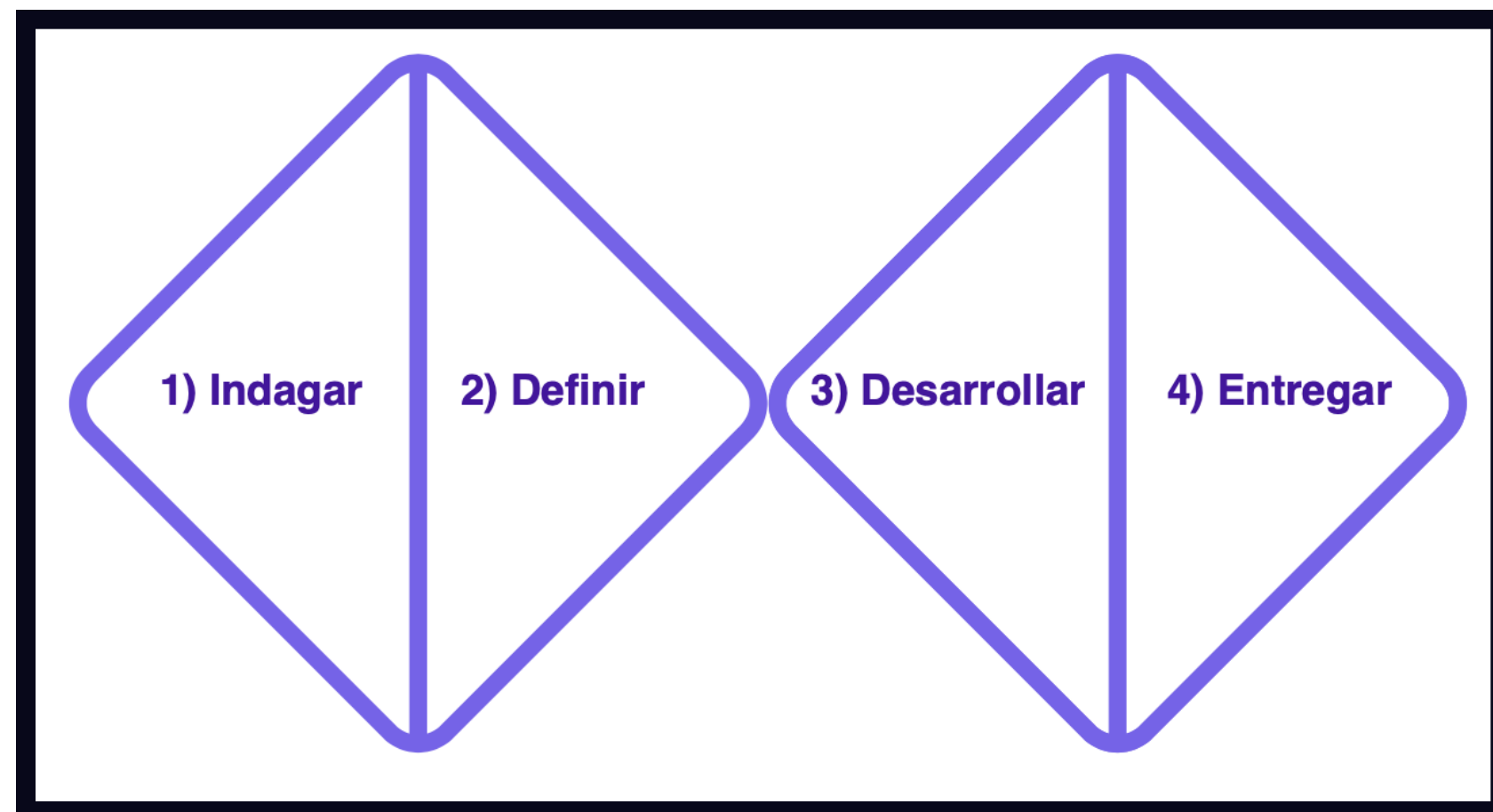
Crear

una plataforma mediadora que facilite el entendimiento del proceso de inscripción de documentos para la votación en elecciones presidenciales Colombianas, así como el entendimiento de diversos factores y pasos a tener en cuenta a la hora de votar.

1.3 Enfoque y método

Para el desarrollo del proyecto se usará la metodología de **Diseño Centrado en las personas**. Se intentará situar a los usuarios en el proceso en todas las etapas posibles, desde la investigación, la conceptualización, la evaluación hasta el desarrollo de la plataforma. Principalmente en la etapa de investigación los usuarios tendrán un papel fundamental en la definición del producto y sus funcionalidades.

Las etapas principales que definen la metodología elegida son: **descubrir, definir, desarrollar, entregar** (discover, define, develop, deliver). Esta metodología se visualiza en el esquema de double diamond del design council.



A continuación se enumeran detalladamente las fases que constituirán cada etapa:

Investigación

- Benchmarking: se hará una evaluación de las plataformas similares ya existentes.
- Desk research: se recogerá información de estudios y publicaciones relevantes para el proyecto.
- Encuestas: se harán encuestas para recoger información de carácter cualitativo que sirvan de guía para las entrevistas.
- Entrevistas: se llevarán a cabo entrevistas de carácter cualitativo a posibles usuarios para lograr insights que direccionen el proyecto.
- Affinity mapping: El taller contará con dos partes. Una de sus finalidades es recoger información detallada de naturaleza cualitativa.

Definición e ideación

- Affinity Diagram: En la segunda parte del taller se agrupará por temas información obtenida de participantes para encontrar patrones y temáticas útiles para el proyecto.
- Personas y perfiles de usuario: Con la información se crearán perfiles arquetípicos de posibles usuarios. Se definirá también un público objetivo.
- Escenarios: Se describirán experiencias de uso de la plataforma a partir del método personas.
- User Journey: Se hará una aproximación de uso de la posible plataforma y las emociones asociadas a cada paso de los usuarios por medio de User Journeys.

Prototipado

- Card Sorting: Se indagará en los modelos mentales de los usuarios por medio de esta actividad de agrupación de temáticas y categorías, esto ayudará a definir la estructura de la plataforma y su arquitectura.
- Diagrama de flujo: Se detallarán los pasos de las tareas concretas de la plataforma.
- Sketch: La creación de bocetos ayudará a visualizar de manera inicial el diseño de la plataforma.
- Wireframe: Se harán bocetos más detallados donde se representará visual y esquemáticamente la estructura de la plataforma.
- Prototipado de alta fidelidad: Se creará en Figma la plataforma en su versión de prototipo final.

Evaluación

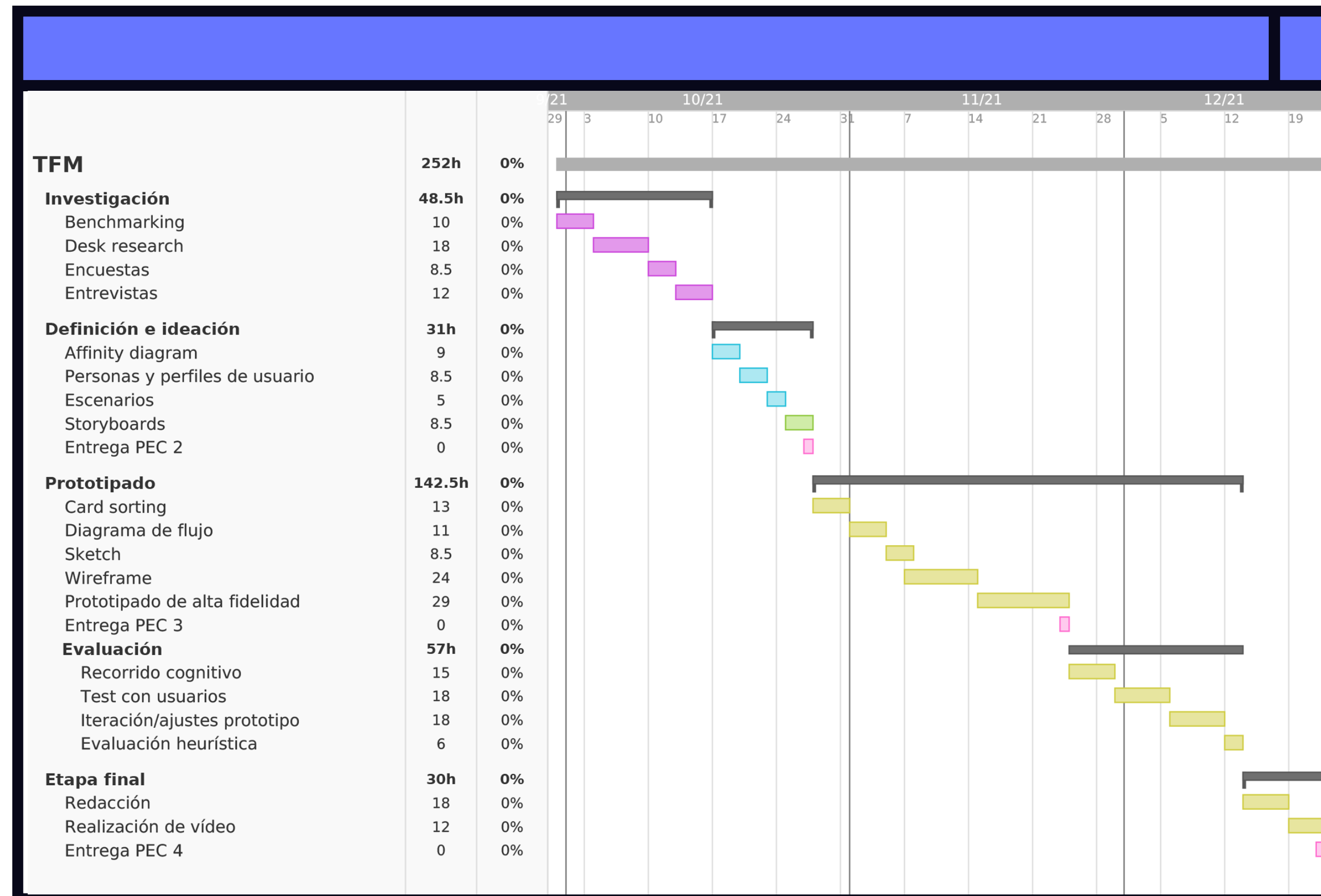
- Recorrido cognitivo: Se hará un recorrido a modo de prueba por las funcionalidades de la plataforma, completando tareas desde una perspectiva de usuario.
- Test con usuarios: Se harán tests con usuarios potenciales para evaluar las tareas más significativas de la plataforma.
- Iteración: Si es necesario, se harán correcciones a partir de las conclusiones de los tests.
- Evaluación heurística: Finalmente se someterá el producto a una evaluación general usando un "checklist" heurístico.

Fase final

- Redacción: Escritura final de memoria.
- Vídeo: Realización de vídeo de presentación.

1.4 Planificación del Trabajo

En el diagrama de Gantt mostrado a continuación, se detallan las fechas y horas asignadas por cada actividad a realizarse durante el proyecto.



2. INVESTIGACIÓN

Alcance de la investigación

- **Entender** qué impulsa o frena a los usuarios a la hora de votar.
- **Indagar** en las funcionalidades que puedan servir a los usuarios a ejercer mejor su voto.
- **Averiguar** qué necesidades de los usuarios se podrían satisfacer con esta plataforma.
- **Analizar** los datos extraídos para entender el contexto en el que se desarrollará la plataforma.

Metodología

Antes de iniciar la investigación con usuarios, se hizo un **desk research** y **benchmarking** con la intención de recoger información general y dar contexto a la investigación.

A partir de esto se eligió una **metodología híbrida** en la que se pudieran recolectar datos tanto **cuantitativos** como **cualitativos** e ir de recopilar información general a cada vez más concisa.

Inicialmente se realizó un **encuesta** general con la intención de generar datos cualitativos que sirvieran de guía inicial para plantear la actividad posterior. Acto seguido se realizaron 8 **entrevistas** y finalmente un taller bajo la técnica de **Affinity Mapping** con el objetivo de recoger información de naturaleza cualitativa y empezar a dar forma a las temáticas y categorías que pueden llegar a hacer parte de las funcionalidades.

Usuarios - participantes

Para el general de la investigación se tendrán en cuenta dos grupos de usuarios, el **principal** y el **secundario**.

El grupo de usuarios primario constituye el foco principal de la investigación, son jóvenes entre 18 y 25 años, sin mucha experiencia o experiencia nula en votación y con cierto desconocimiento en temas políticos, pero preferiblemente con interés en ello.

El grupo secundario de usuarios es un grupo un poco más informado de una edad promedio de 26 a 40 años que podrían también hacer uso de la plataforma con fines informativos.

2.1 Desk Research

Los sistemas de votación permiten a los ciudadanos tomar elecciones colectivas con base a las decisiones de los votantes, generalmente estas decisiones concluyen en el nombramiento de cargos públicos. En este proyecto nos enfocamos en las elecciones presidenciales colombianas que, como ya se ha mencionado en el texto introductorio de este documento, se han caracterizado históricamente por un alto porcentaje de abstencionismo.

Colombia es uno de los países latinoamericanos en los que menos se ha votado a lo largo de la historia con un 50% de abstención en elecciones presidenciales en promedio. Además de esto diversas investigaciones evidencian que la población joven ha sido en general la más reacia a votar. La Registraduría Nacional del Estado (2013) apunta que “los estudios han encontrado que los jóvenes son menos propensos a votar”.

Un artículo del New York Times señala que para evitar la abstención de los jóvenes en las votaciones se debe “conseguir a los jóvenes la información específica que necesitan para registrarse y llegar a las urnas. “Me vuelve loco cuando escucho a la gente decir: 'No es tan difícil ir a votar' o 'No es tan difícil registrarse'”, dijo Jan Leighley, profesora de gobierno en la American University. “En realidad, ¡el acto de emitir un voto en una elección es increíblemente complejo!” (The New York Times, 2020). Es por esto que las herramientas digitales pueden llegar a ser útiles para esta parte de la población y aclarar un poco el entramado de información requerida para votar. Es de conocimiento que los jóvenes se desenvuelven mejor con la tecnología que las personas adultas siendo esta su principal fuente de información, por eso una plataforma digital puede ser una propuesta cercana para este colectivo.

Herramientas de ayuda al voto electoral y plataformas de e-voting

Como se puede observar en el Bench Marking a continuación, existen actualmente diversas plataformas tanto oficiales como privadas y sin ánimo de lucro que pretenden ayudar a los votantes experimentados y a los nuevos a entender el voto.

Existen dos modalidades en este tipo de plataformas. Las creadas por los gobiernos que muchas veces funcionan como urnas y sirven para votar telemáticamente son llamadas plataformas de e-voting. La segunda modalidad son las plataformas no oficiales que son creadas para informar sobre todo lo que concierne a las votaciones o mediar el voto de los usuarios. Aunque de diferente naturaleza, las dos aspiran a facilitar el ejercicio de la democracia a los ciudadanos.

Al ya ser usuarios de internet en su mayoría, las plataformas digitales de e-voting y por ende, todas las relativas a las votaciones podrían llegar a impulsar el voto en los jóvenes, “la mayoría de los defensores de la votación por Internet argumentan que la adopción de tales sistemas aumentaría la participación de los votantes, especialmente entre los jóvenes(..)” (Van den Besselaar, 2004). Se afirma en este mismo texto que los jóvenes tendrían más probabilidades de votar si tuvieran más información sobre los partidos. Todo esto apunta a que las herramientas digitales son un posible instrumento contra el abstencionismo electoral en jóvenes y en adultos jóvenes, y en caso de no serlo, son como mínimo una herramienta útil adicional para los ciudadanos con intención de informarse.

2.2 Benchmarking

Se hizo un análisis del estado del arte de herramientas similares a la propuesta, plataformas dedicadas a informar o facilitar el voto electoral.

Las plataformas enfocadas a este fin tienen diversas finalidades, algunas se especializan en dar al usuario información sobre los candidatos y sus propuestas a manera de herramienta de comparación o simplemente de repositorio de información, otras sirven como un intermediario para clarificar los procesos de votación y la información pertinente a la acción de votar.

A continuación se exponen algunos casos significativos para este proyecto y se analizan algunos pros y contras de los mismos.

Brújula electoral

Brújula electoral (Ecuador) es un **comparador** que indica al usuario, cuál es su **candidato afín**. Para esto hace uso de un cuestionario de preguntas.

Pros

Visualmente es entendible y limpia. Cumple con la funcionalidad de ser un comparador de candidatos.

Contras

Puede llegar a ser reduccionista el recomendar un candidato como respuesta final para el usuario basado en un cuestionario breve.



Rock the Vote

Rock the vote (EEUU) es una organización sin ánimo de lucro dedicada a **informar** a los más jóvenes sobre el voto.

La plataforma permite a los más jóvenes registrarse para votar, obtener recordatorios de votación, informarse sobre cómo votar en su estado, entender el derecho al voto, entre otras funcionalidades .

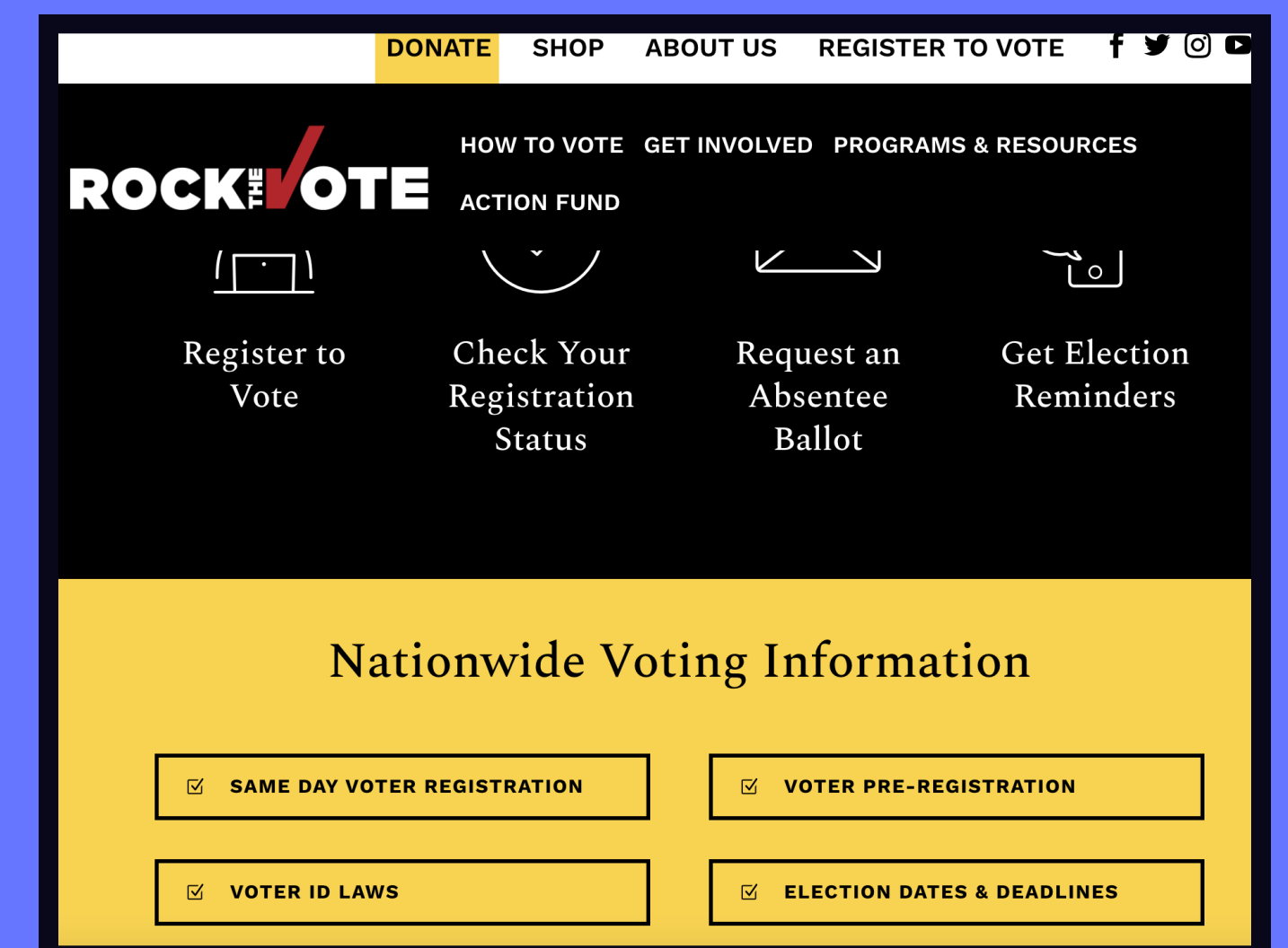
Además de esto organizan talleres y clases en colaboración con instituciones educativas.

Pros

- Es una herramienta muy completa, abarca toda la información necesaria que puede interesar a una persona joven en cuanto a votación electoral.
- La información está jerarquizada de tal manera que el usuario puede encontrar sin problema lo que busca. Los textos son claros y concisos, las ayudas gráficas acompañan los objetivos de comunicación en cada ítem.
- Permite generar aletar de votación, registrarse para el voto, revisar el lugar de votación.

Contras

- La plataforma abarca muchos frentes y la interfaz puede ser confusa.
- A pesar de tener información muy detallada, no explica el paso a paso de cómo votar el día de las elecciones, lo que puede ser información fundamental para una persona joven.



Vote.org

Vote.org (EEUU) es una plataforma intermediaria con la que los usuarios pueden revisar su registro de voto. A través de esta los usuarios pueden **registrar su voto** a través de un link. También posibilita votar por mail y obtener **recordatorios** de las fechas de votación.


A los usuarios más jóvenes les permite crear una alarma que recuerde cuando estén en edad para votar.

Pros

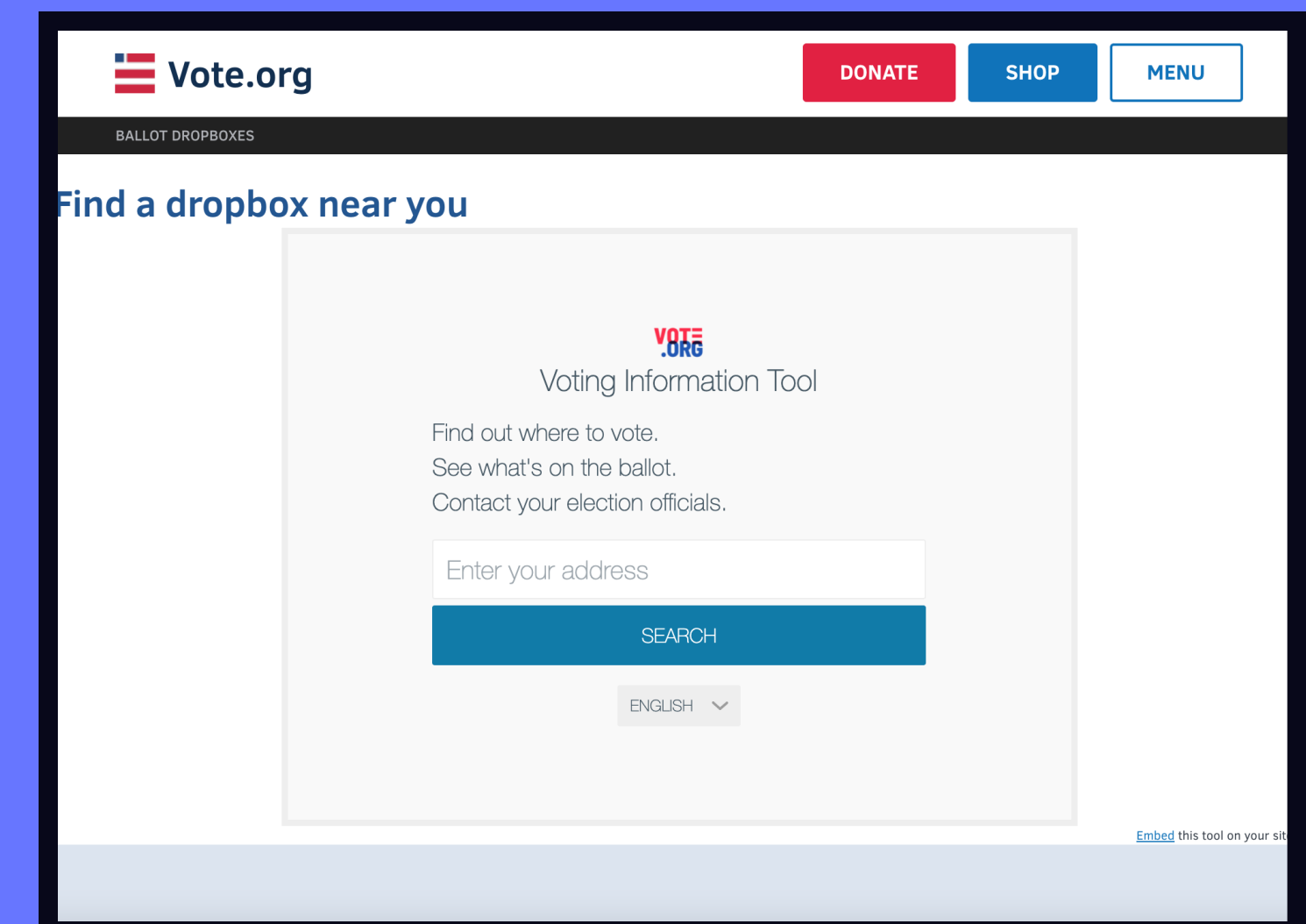
- Funciona como una serie de formularios claros y cortos que resumen información densa de una manera sencilla para el usuario.

Contras

- No tiene una guía explicativa que dirija al usuario sobre qué hacer con la plataforma. Los formularios se alojan en la web sin ningún tipo de introducción o explicación más que sus nombres.



The screenshot shows the top navigation bar of the Vote.org website. It includes the Vote.org logo, a 'DONATE' button, a 'SHOP' button, and a 'MENU' button. Below the navigation bar is a red banner with the text: "You have the right to vote. If anyone tries to stop you, call the Election Protection Hotline at 1-866-687-8683. We also wrote a handy guide that outlines your voting rights." Below the banner is a blue banner with the text: "Urgent: Take Action to Protect the Freedom to Vote. Learn More." Below the blue banner are four white cards with red headers and icons, each representing a service: "FIND EARLY VOTING LOCATIONS", "LOCATE YOUR POLLING PLACE", "LOCATE A DROPBOX", and "GET YOUR BALLOT INFORMATION". Each card has a brief description of the service. At the bottom of the cards is a blue button labeled "CHECK YOUR REGISTRATION".



The screenshot shows the "Find a dropbox near you" tool on the Vote.org website. The tool is titled "Voting Information Tool" and includes the following text: "Find out where to vote. See what's on the ballot. Contact your election officials." Below the text is a search form with a text input field labeled "Enter your address", a blue "SEARCH" button, and a language dropdown menu set to "ENGLISH". At the bottom right of the tool is a small link that says "Embed this tool on your site".

Yo voto informado

Yo voto informado (América Latina) es una plataforma interactiva que ayuda **informar** sobre las elecciones locales en América Latina.

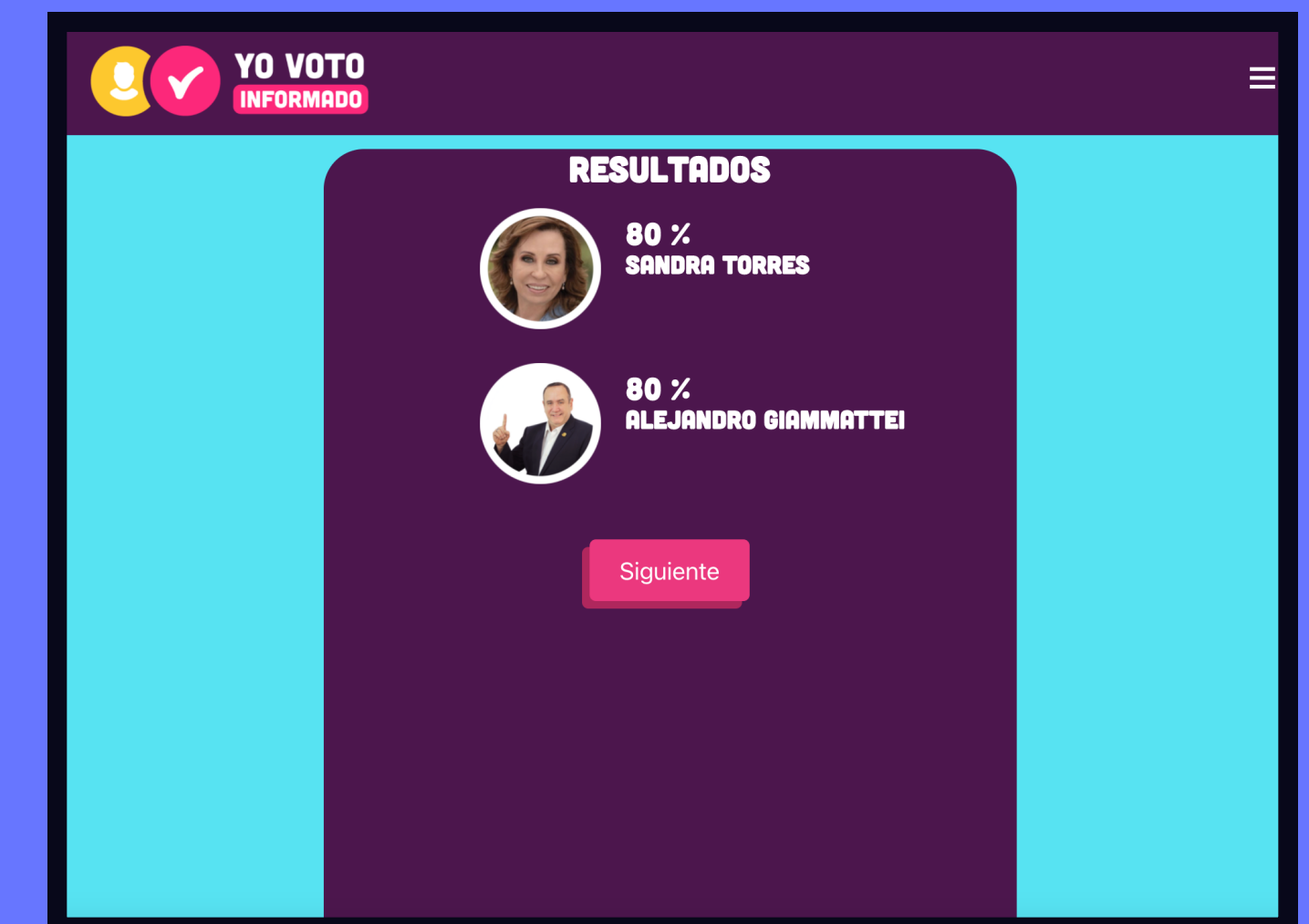
La plataforma reúne las posiciones políticas de los candidatos para que el usuario pueda **comparar** las similitudes y diferencias entre ellos.

Pros

- Visualmente es clara y atractiva.
- Categoriza la información por países, esto da a la plataforma recorrido y una proyección a abarcar diferentes objetivos dentro de un sólo proyecto.

Contras

- Sólo muestra información durante elecciones vigentes, el resto del tiempo la página carece de contenido.
- Funcionalidades muy reducidas.
- Funciona como un juego de selección que no consta de instrucciones y se hace confuso. En apariencia el usuario debe escoger respuestas aleatorias sobre diferentes cuestiones y la web da como resultado un porcentaje de correspondencia de respuestas por candidato , pero no puntualiza cuáles son las respuestas que corresponden a cada uno.



2.3 Encuestas

Objetivo

Hacer un **primer acercamiento** a las percepciones de los usuarios frente al voto, a sus motivaciones o frustraciones , su conocimiento del proceso de votación, etc. También se quiso evaluar en este punto si la plataforma podría ser útil para los dos target group planteados para el proyecto (jóvenes y adultos) o si solo funcionaría para uno de ellos, en este caso el de los jóvenes.

Perfil de personas usuarias

El promedio de edad de las personas participantes está entre los 20 a los 50 años. Por temas logísticos y para poder recoger toda la información posible con el fin de crear un marco inicial de información, se decidió enviar la encuesta a una gran cantidad de gente sin filtrar mucho. No se consideran estos resultados definitivos para el proyecto si no una **guía inicial** para **empezar a enfocarlo**. Los participantes son todos de nacionalidad colombiana y en edad de votar.

Fechas

La encuesta se realizó del 9 al 11 de octubre de 2021.

Logística

La encuesta se realizó a través de Google Forms, siendo esta anónima, abierta sin petición de email. Fue difundida a través de grupos de WhatsApp de conocidos, familiares, amigos de la investigadora.

Encuesta - Guión

1. Edad

2. Valora de 1 a 5 la importancia que das a votar en las elecciones.

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Nada importante Muy importante

3. ¿Estás interesado/a en votar en las próximas elecciones presidenciales de 2022?

Mark only one oval.

Sí

No

Tal vez

4. ¿Cuál es la razón principal por la que NO has votado alguna vez? (presidenciales, lo)

Mark only one oval.

Desesperanza o resignación

Falta de tiempo

Desinformación sobre propuestas de los candidatos

Pereza

No sé cómo hacerlo

Siempre he votado

Otra

5. ¿Sabes cuál es tu lugar de votación?

Mark only one oval.

Sí

No

Tal vez, no lo tengo totalmente claro

6. En caso de que no sepas cuál es tu lugar de votación ¿sabes dónde buscar la información?

Mark only one oval.

Sí

No

Tal vez, no lo tengo totalmente claro

7. Si tienes que inscribir la cédula para votar ¿sabes cómo hacerlo?

Mark only one oval.

Sí

No

Tal vez, no lo tengo totalmente claro

8. ¿Cuáles de estas fechas tienes claras?

Mark only one oval.

La fecha de votación

Los plazos de inscripción de cédula

Fecha de votación y plazo de inscripción de cédula

No tengo clara ninguna fecha

9. Cuando quieres informarte sobre un partido o candidato y sus propuestas ¿dónde buscas?

Check all that apply.

Internet

Redes sociales

Televisión

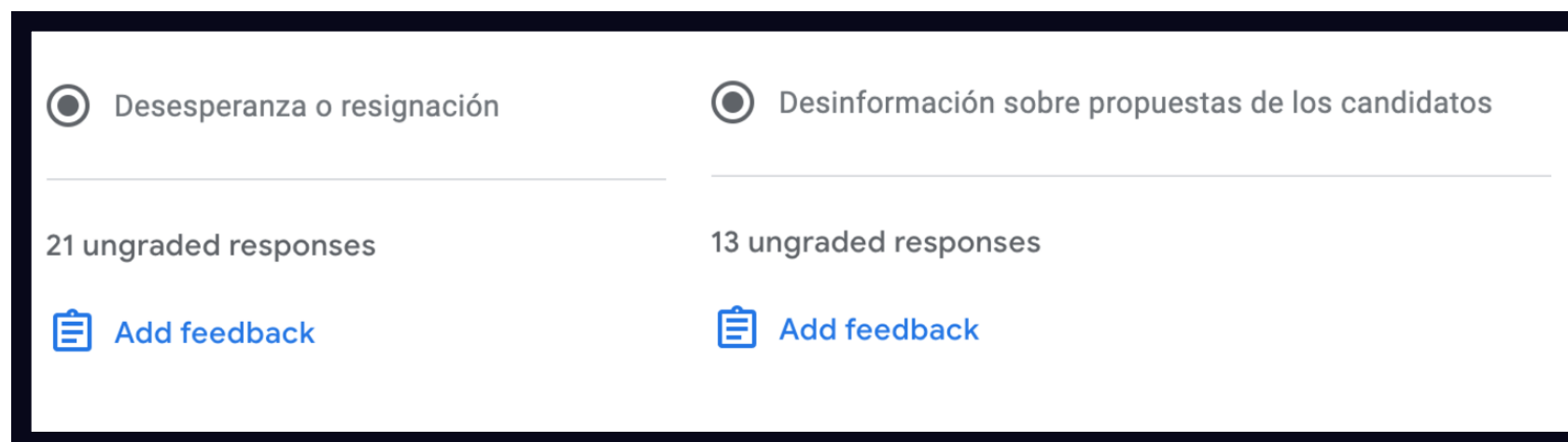
Pregunto a amigos, familiares o conocidos

No me interesa

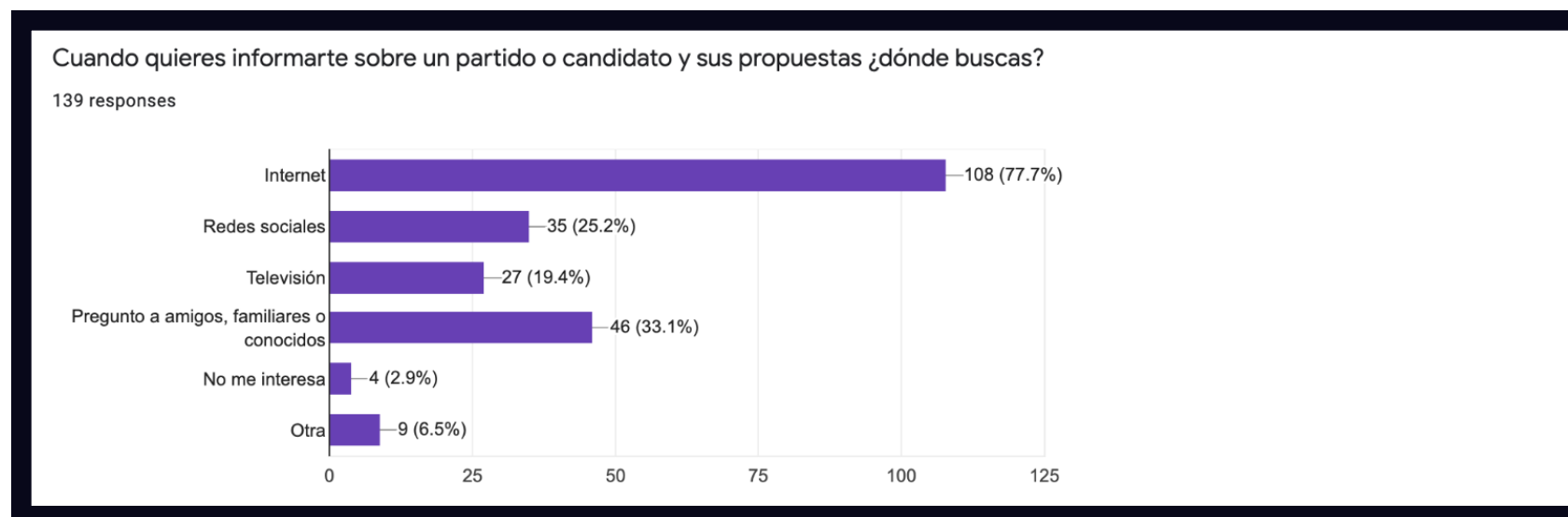
Otra

Encuesta - Conclusiones

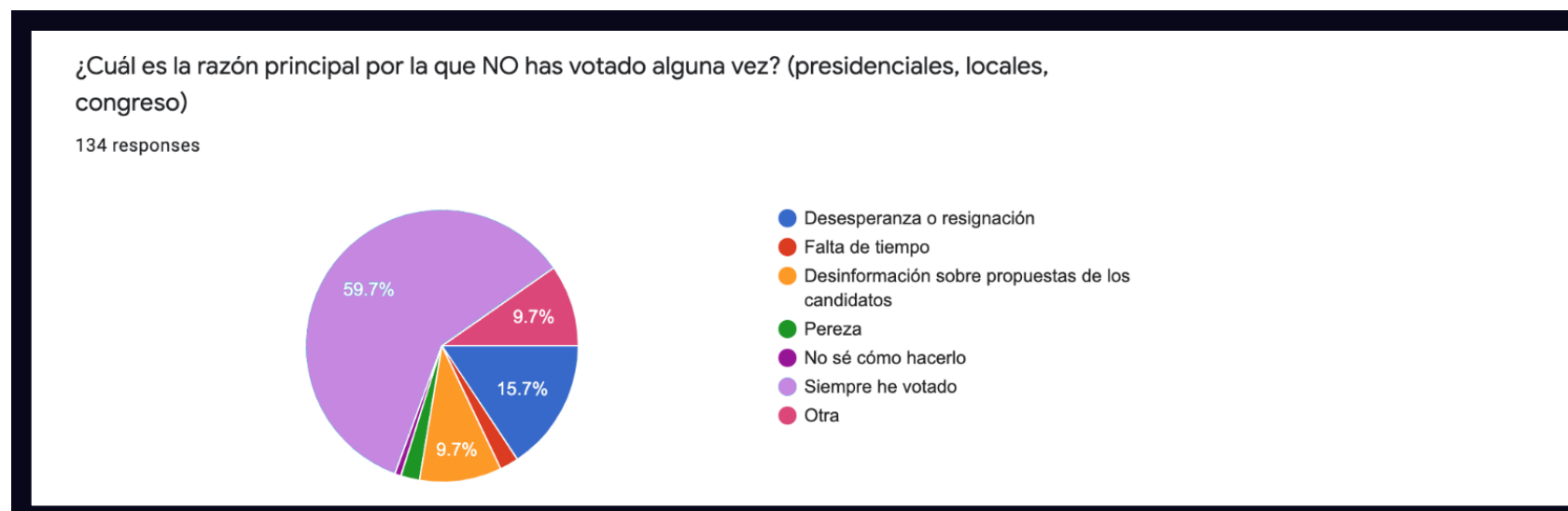
- La mayoría de los participantes siempre votan, sin embargo la desinformación sobre las propuestas de los candidatos es la segunda causa de abstencionismo entre los que no hacen.



- La gran mayoría de los participantes buscan información política en internet

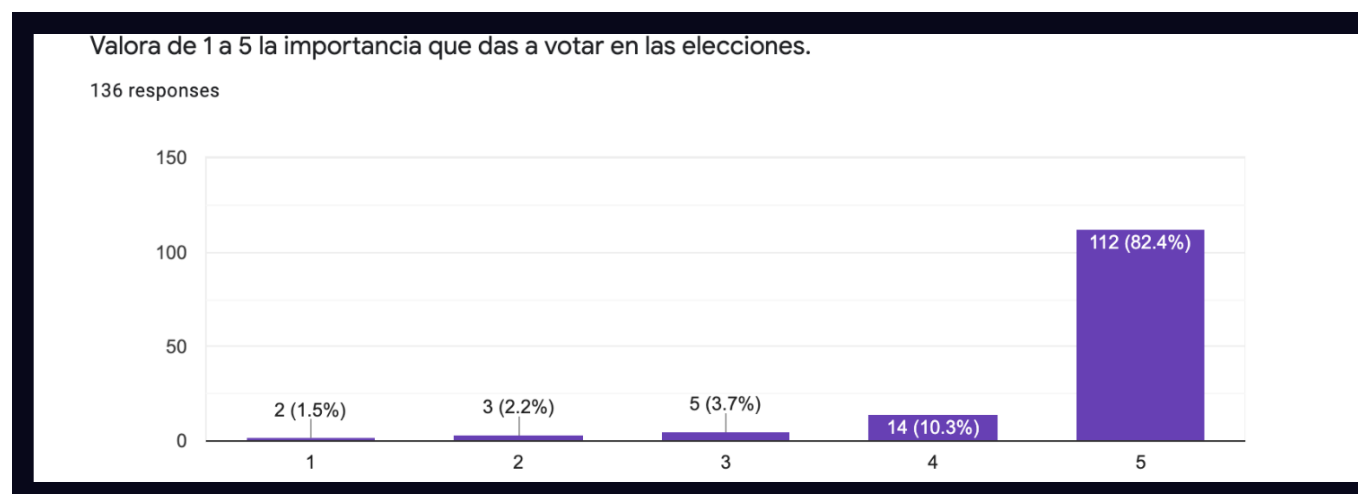


- Un alto porcentaje de la población no ha votado alguna vez o no piensa votar, por que se siente desesperanzado o está resignado a que nada cambiará en el país.

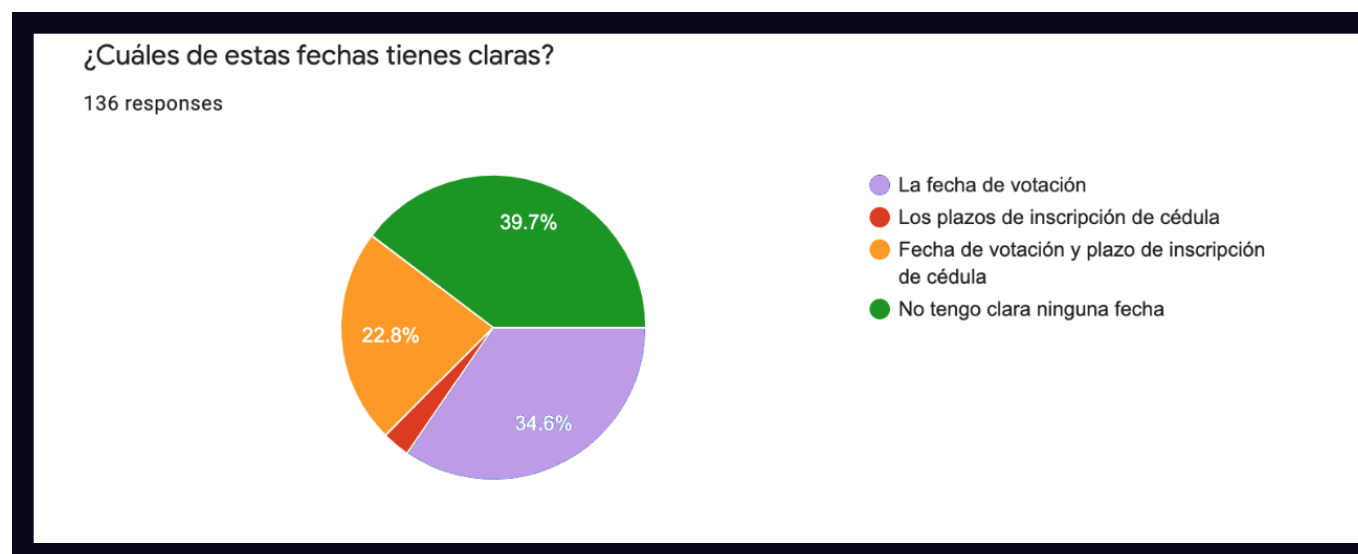


Encuesta - Conclusiones

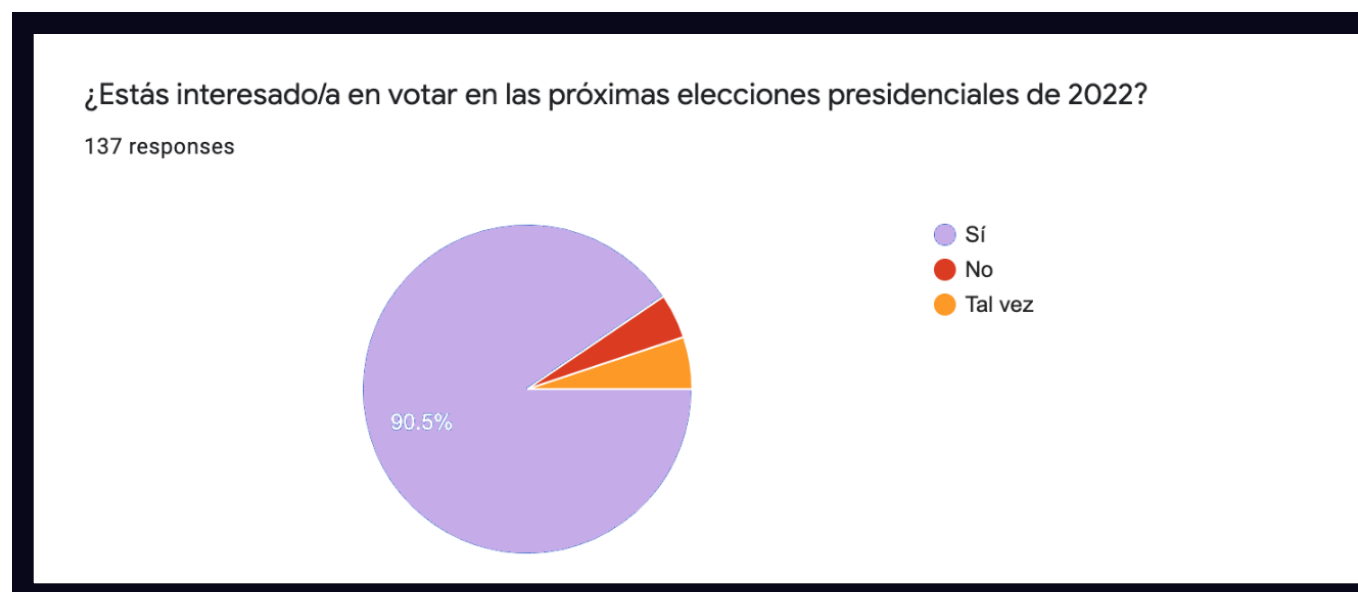
- El **82,4%** de los entrevistados piensan que votar es muy importante en una escala de 1 a 5 en nivel de importancia, eligieron 5.



- La mayor parte de los participantes no tienen clara la fecha de votación ni de inscripción de cédulas.



- El **90,5%** de los participantes tienen intención de votar en las próximas elecciones presidenciales.



2.4 Entrevistas

Objetivos

- **Entender** las motivaciones y frustraciones de los usuarios en cuanto a las elecciones presidenciales.
- **Comprender** por qué los ciudadanos no votan cuando no lo hacen, si leen o no los planes de gobierno de los candidatos, entre otras cuestiones imprescindibles para la investigación.
- **Analizar** qué funcionalidades facilitarían el voto y ayudarían a los usuarios a tomar decisiones informadas a la hora de votar
- **Indagar** en los conocimientos previos de los usuarios frente a las votaciones.
- **Generar** ideas y categorías que ayuden a jerarquizar la información que hará parte de la web.

Perfil de personas usuarias

Para las entrevistas se convocaron 8 personas con el perfil de usuario al que se busca llegar con la plataforma. Cuatro de estas personas tienen entre 18 y 25 años de edad, dos votarán por primera vez. Además de esto se convocó cuatro personas adultas de una edad promedio de 25 a 40 años, votantes activos pero que podrían también hacer uso de la plataforma. Se prioriza en el proyecto al grupo principal (18- 25 años) sin embargo se busca abarcar como objetivo secundario al segundo grupo nombrado.

Las personas seleccionadas son ciudadanos en edad de votación, con o sin interés político, que podrían en algún momento usar la plataforma para informarse.

Fechas

Las entrevistas se realizaron entre el 12 y el 18 de octubre de 2021.

Logística

Los participantes fueron convocados a través de WhatsApp y se entrevistaron haciendo uso de Skype o llamada de WhatsApp, dependiendo de las preferencias particulares. Todas las conversaciones fueron grabadas en audio. Antes de realizar las entrevistas se hizo llegar a cada participante un documento de confidencialidad.

Alcance

Indagar en cuestiones como: ¿qué emociones les genera el voto a los posibles usuarios? ¿dónde buscan información o a qué medios acceden? ¿tienen claros los pasos para votar? ¿dan importancia o no a votar? ¿cuentan con la información suficiente antes de votar? ¿cómo se informan? ¿cuáles son las motivaciones y los impedimentos que encuentran los usuarios a la hora de votar?

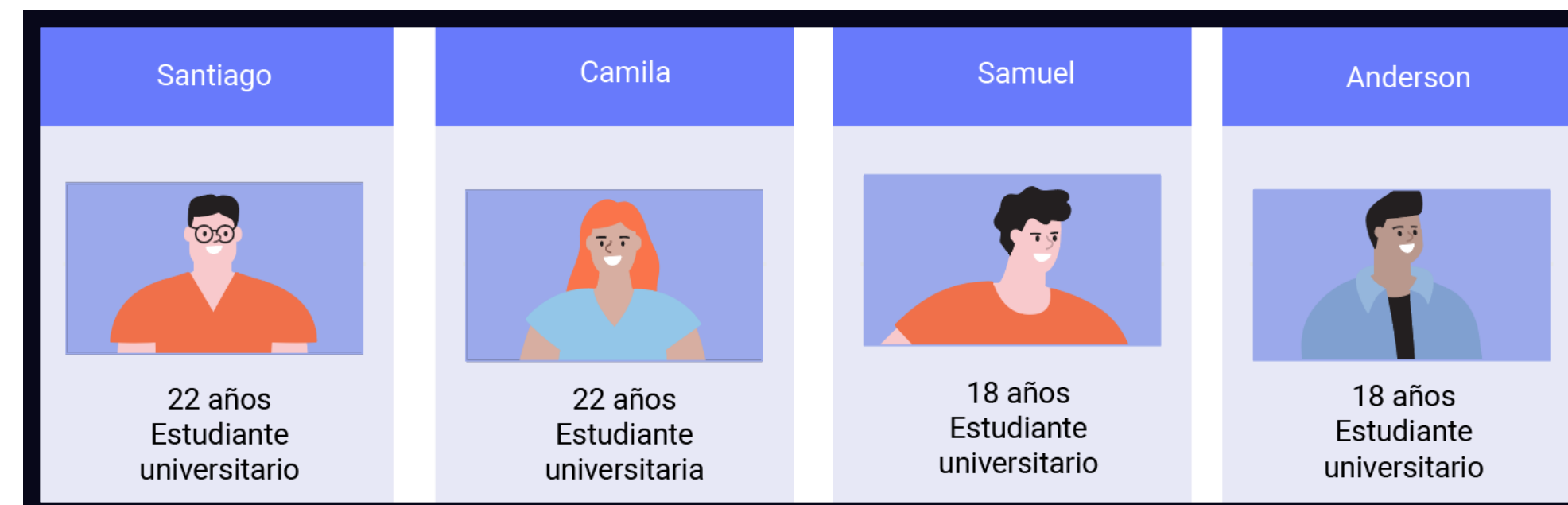
Entrevistas - Guión

Se expone a continuación el guión orientativo de la entrevista

- ¿Has votado alguna vez?
- ¿Crees que es importante votar? ¿por qué?
- ¿Alguna vez has leído algún plan de gobierno o sueles hacerlo? ¿por qué?
- ¿Cómo decides por quién votar, por lo que hablas con tus amigos, familia, o te informas leyendo?
- Si crees que te gusta una candidato y quieres saber algo de él ¿dónde buscas?
- ¿Sabes cuándo hay que votar?
- ¿Este año tienes intención de votar?
- ¿Te genera inseguridad el proceso de voto o tienes claro todo lo que hay que hacer para votar?
- En general ¿para ti votar es fácil o difícil?
- ¿Me puedes contar si tienes claro el proceso y todos los pasos para inscribir la cédula?
- ¿Te parecería útil una web donde puedas buscar por temas las propuestas resumidas de los candidatos?
- En ese caso ¿qué temáticas te interesarían?

Participantes

Grupo 1 (principal)



Grupo 2 (secundario)



Entrevistas - Conclusiones

1. Los usuarios entienden la importancia del voto en las elecciones presidenciales

- *"Es importante, es un derecho que tenemos como ciudadanos para elegir los gobernantes para que desarrollen las actividades en pro de las necesidades de los seres humanos, del pueblo" - Camila*
- *"Es importante porque es una forma de participar en las decisiones del futuro del país y de tu futuro" - Anderson*

2. Los usuarios nunca leen los planes de gobierno completamente, sólo apartados

- *"Realmente no leo planes de gobierno. Es información muy densa" - Santiago*
- *"Nunca se ha leído un plan de gobierno, no los entiendo" - Daniela*

3. Los usuarios consideran que los planes de gobierno son muy extensos y complejos

- *"Es muy largo. importante ponerlo digerible para los jóvenes. por falta de tiempo no me los leo, usar infografía sería genial, redactar de tal manera que se sintetice lo más que pueda" - Ingrid*
- *"A grandes rasgos puedo leerlo, pero la información tiene que ser un poco más concreta para el poco tiempo que hay. Uno se imagina un plan de 200 páginas, algo fácil y rápido me lo leería, pero no, no hay tiempo o interés" - Sandra*

4. Internet es la herramienta de búsqueda más común de los usuarios a la hora de necesitar información sobre las propuestas de gobierno de los candidatos

- *"Buscaría por internet que es lo más rápido, es algo más asertivo. Pero obviamente preguntaría también a mi familia" - Anderson*
- *"Si quiero información miro el trasfondo de los candidatos, con quién se relaciona, busco en internet, en sus cuentas principales" - Santiago*

5. Cuando un usuario se interesa por un candidato en concreto, lo busca en redes sociales, principalmente Twitter

- *"Para saber más sobre un candidato específico lo sigo por RRSS. Buscaría también la web de ellos" - Luis Felipe*
- *"Si me interesa alguien, busco en Twitter" - Sandra*

6. Los usuarios no tienen clara la fecha de votación

- *"Creo que las presidenciales son en marzo, locales octubre, no sé los días" - Sandra*
- *"Creo que la votación es en mayo, pero no lo tengo clarísimo, me entero justo antes" - Daniela*

Entrevistas - Conclusiones

7. Todos los usuarios tienen intención de votar en las elecciones presidenciales de 2022

- *"Si tengo intención de votar. Es fundamental para el bienestar de todos los ciudadanos" - Samuel*

8. Los usuarios no tienen claro cómo es el proceso de inscripción de cédula pero buscarían en la página en la registraduría en caso de tener que inscribirse

- *"No me tocó inscribir la cédula. No sabría cómo inscribirla. Buscaría en internet cómo hacerlo. O le preguntaría a familiares" - Anderson*
- *"No tengo claro cómo se inscribe cédula, buscaría en las páginas oficiales" - Santiago*

9. Los usuarios consideran que el proceso físico de votar es sencillo, sin embargo algunos comprobarían la información antes de ir

- *Antes de ir a votar investigo un poco dónde me toca, busco si es juez de votación, busco en la página de la registraduría a ver si soy juez. A uno le toca ingresar a buscar esto. Si tienes el interés lo haces" Ingrid*
- *"Creo que es claro lo que hay que hacer a la hora de votar. Sé dónde me toca, tengo claro a dónde ir. Pero falta información sobre el proceso exacto a la hora de votar" - Anderson*

10. Los usuarios considerarían útil una web que clasificara las propuestas de gobierno de los candidatos por temáticas y las resumiera

- *Si, me parecería útil. Es lo que intentaba decir al inicio, hay planes de gobierno de 300 páginas, planes jurídicos y conceptos que uno no comprende, que una persona del común, mi familia, no comprendemos. Estaría bien resumir y entender lo clave, el concepto y ya" - Camila*
- *"Muy útil una herramienta que clasifique por temas. Los planes de los candidatos tienen mucho texto y largo. Tienes que leer y leer hasta llegar a la información puntual. No hay nada específico sobre los temas que quiero buscar" - Samuel*

11. Las categorías de clasificación de propuestas de gobierno en las que coincidieron los usuarios:

- Economía 6 personas coincidieron
- Cultura: 2 personas coincidieron
- Medio ambiente: 6 personas coincidieron
- Otros intereses: educación, movilidad, investigación y desarrollo, desigualdad, migración, comunidades indígenas, agricultura

2.5 Affinity Mapping

Objetivo

Reunir información **cualitativa** y entender las motivaciones y frustraciones de los participantes frente al voto electoral. Además de esto **generar ideas** y hacer un primer acercamiento a las temáticas que harán parte de la arquitectura y clasificación de información de la plataforma.

Perfil de personas usuarias

En este taller participaron 5 personas entre 30 y 40 años. Todos los participantes han votado, por razones logísticas el perfil de los usuarios no pudo ser de un rango menor de edad. Las cinco personas participantes son profesionales y actualmente trabajan, tienen cierto interés político y se desenvuelven digitalmente.

Fechas

La actividad se realizó el 19 de octubre de 2021.

Logística

Los participantes fueron convocados a través de WhatsApp y se reunieron en un lugar específico el día y hora concretados. Antes de realizar la actividad cada participante firmó un documento de confidencialidad.

El día del taller las dos personas pertenecientes al grupo principal (entre 18 y 25 años) no asistieron a pesar de haber confirmado. Es por esto que la actividad se realizó sin representación del grupo principal y sólo con personas pertenecientes al grupo secundario. Sin embargo se intentó sacar información útil de este taller para ayudar a moldear y enfocar la plataforma.

Affinity Mapping - Dinámica

Affinity Mapping es una técnica que posibilita **agrupar información** y entenderla a profundidad, también permite encontrar **patrones** en esta información. A partir de preguntas iniciales planteadas por la investigadora, se recogió información a lo largo del taller y esta información se agrupó según similitud con ayuda de los participantes. Las preguntas que guiaron el taller se enfocaron, en una primera parte, en las motivaciones y frustraciones de los participantes en cuanto a la votación electoral. En una segunda fase, los participantes propusieron ideas o soluciones a las problemáticas encontradas en la primera fase.

El taller fue presencial. Tuvo una duración aproximada de dos horas. Se desarrolló alrededor de una mesa amplia y cada participante contó los siguientes insumos individuales:

- Lápices
- Hojas
- Bolígrafos
- Post its
- Pegatinas de votación

Se desarrolló bajo el siguiente itinerario:

- Introducción
- Affinity mapping sobre motivaciones y frustraciones en torno a la votación electoral,
- Pausa
- Affinity mapping para generar ideas que puedan ser útiles para la plataforma
- Cierre

Participantes

Carolina	Diana	Ricardo	Julián	Lenin
				
33 años Publicista	34 años Diseñadora visual	35 años Comunicador y Periodista	35 años Diseñador gráfico	40 años Diseñador gráfico

Affinity Mapping - Ideas

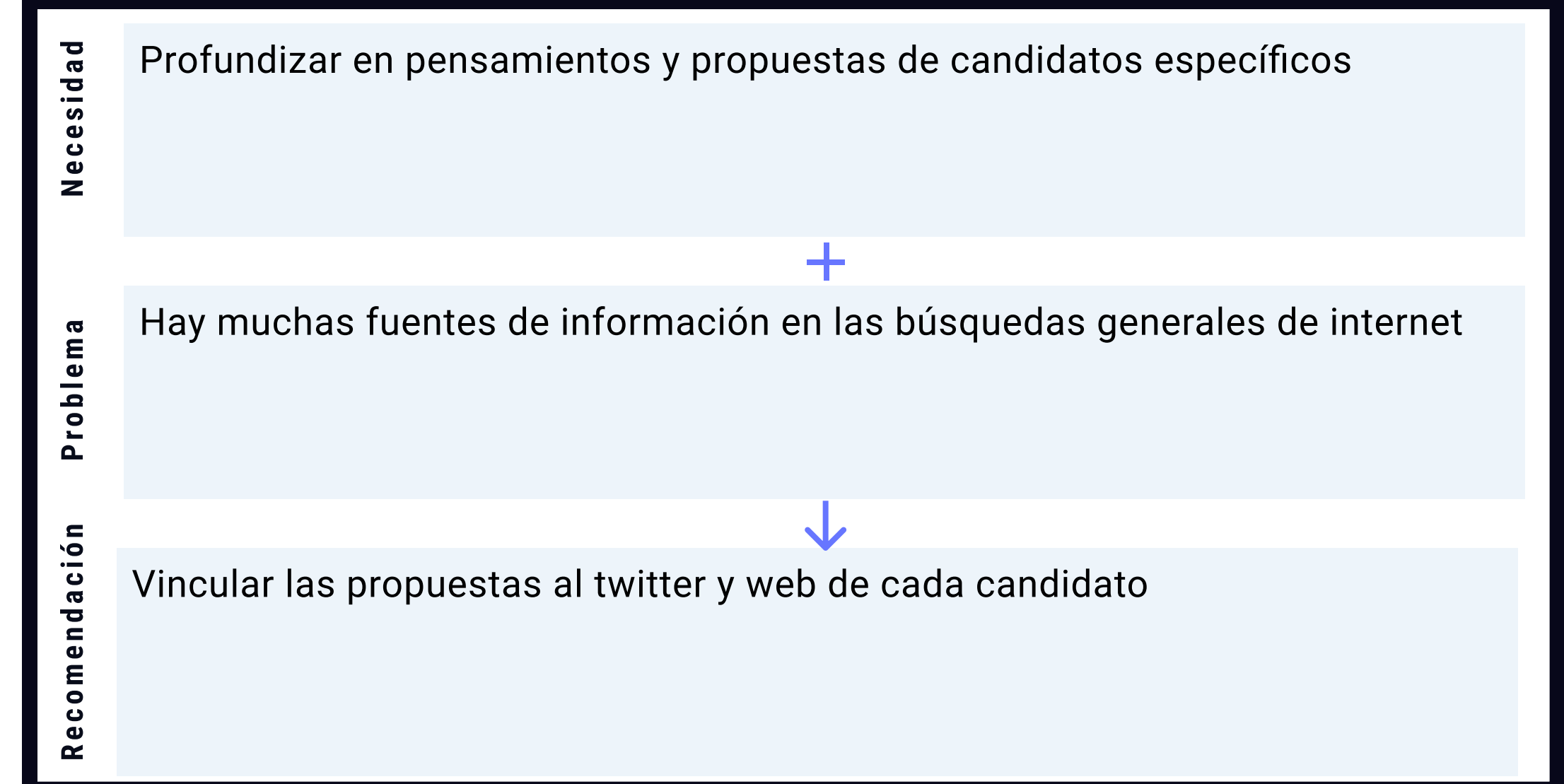
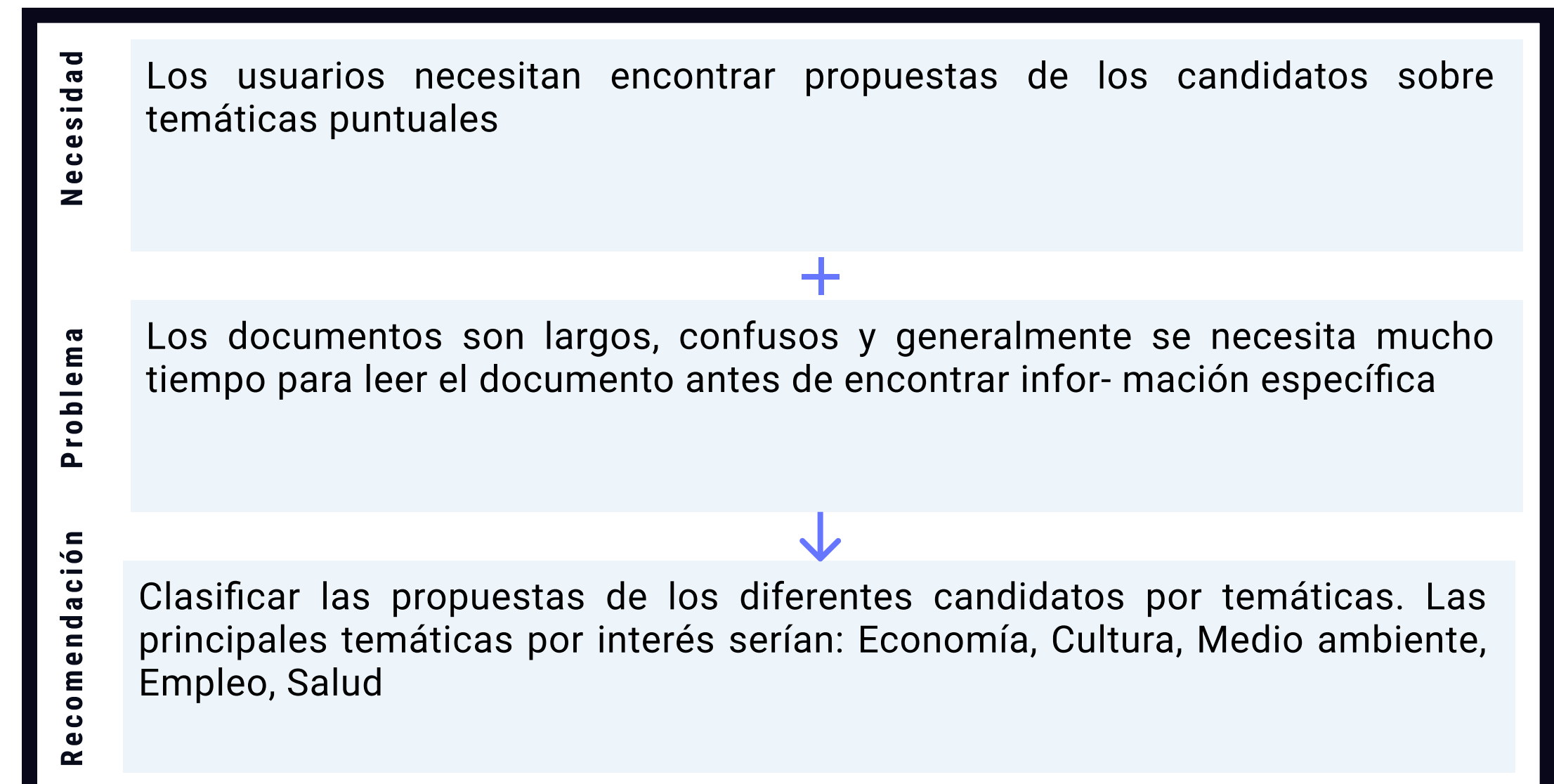
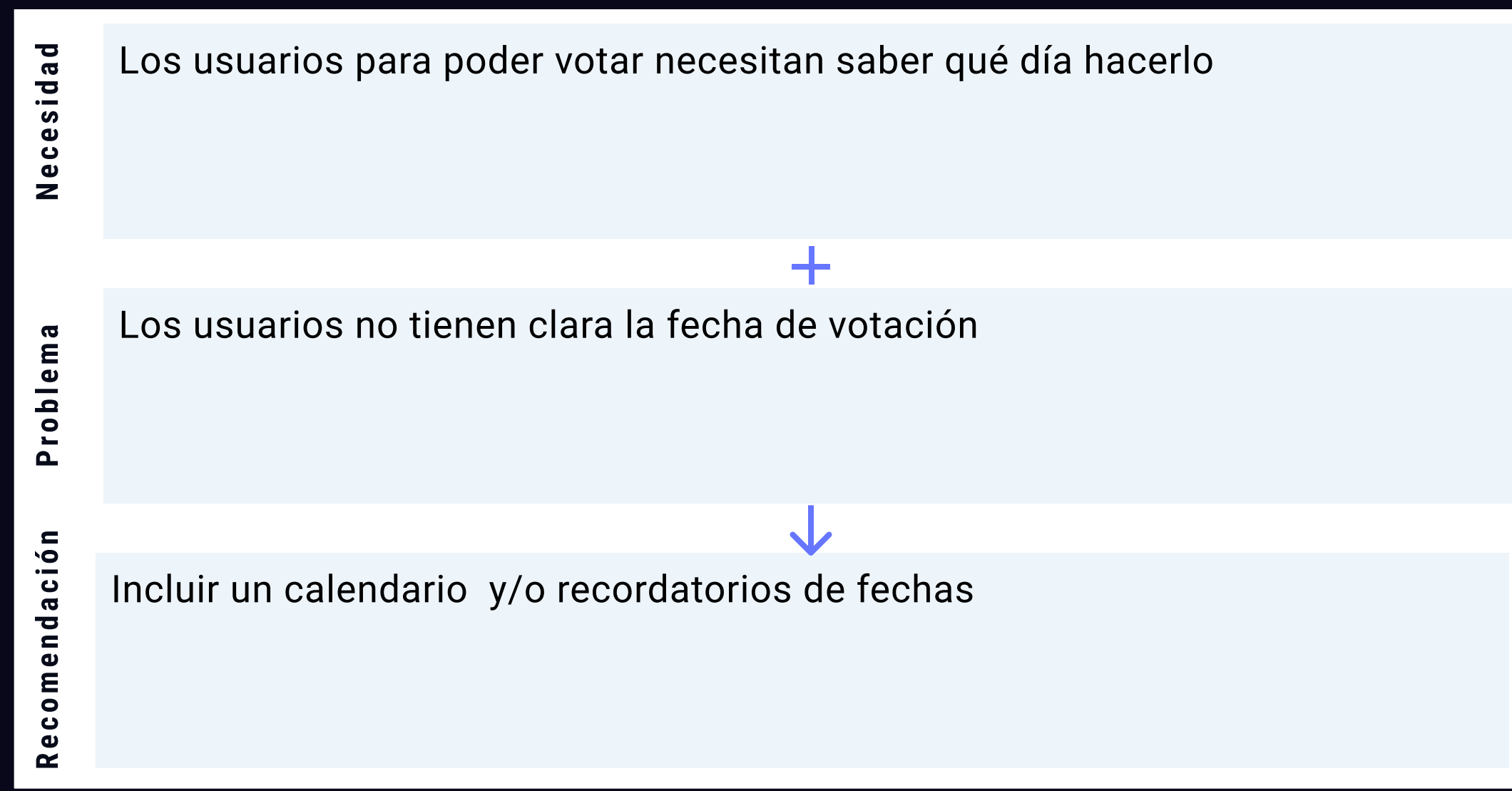
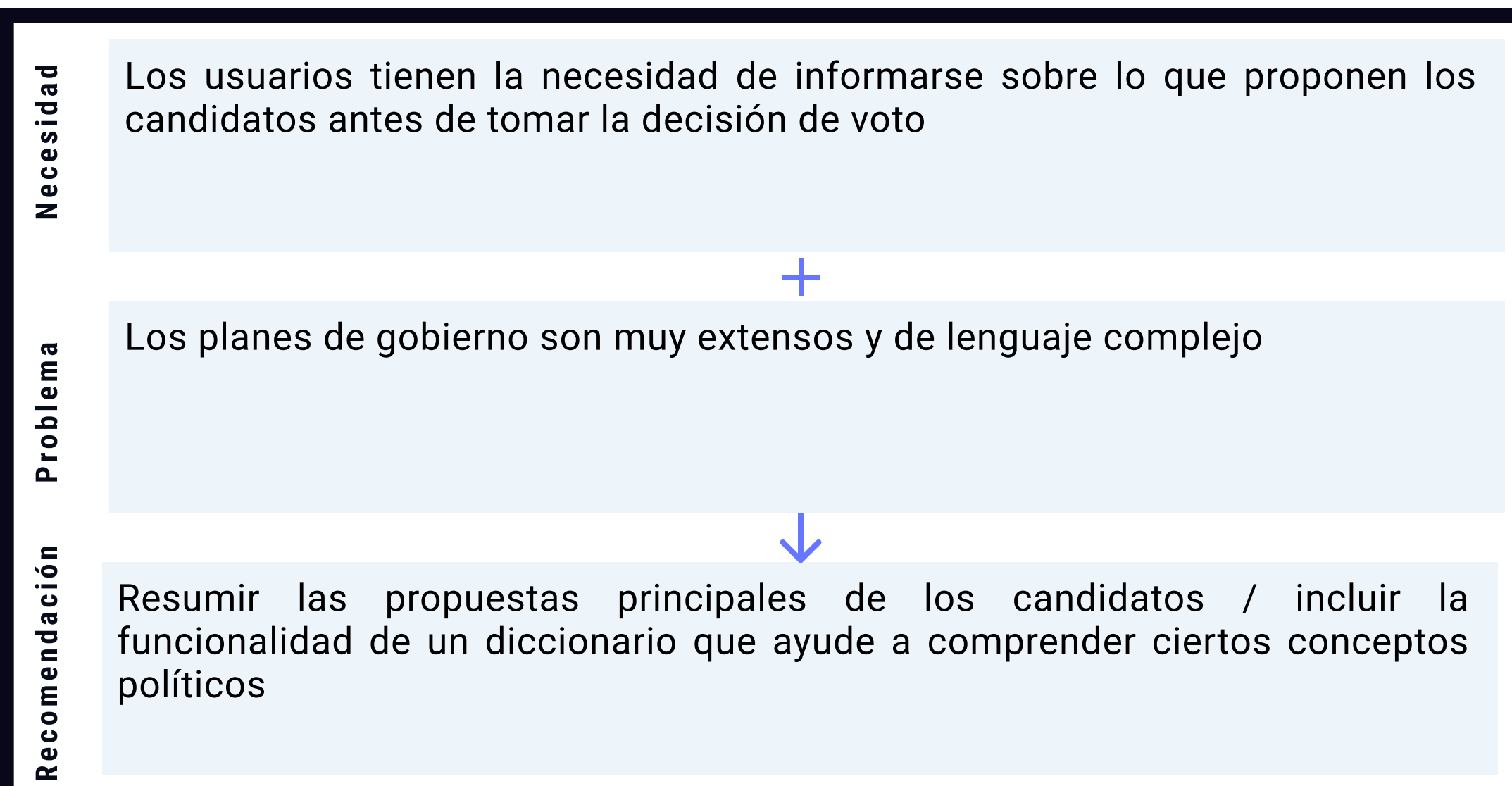
A continuación se exponen algunas ideas recopiladas durante el taller, clasificadas en tres grupos. La sección de ideas se realizó en base al ejercicio en el que se extrajeron motivaciones y frustraciones,

Motivaciones	Es un momento crucial para la historia del país	Ganas de cambio	Hábito de votar	Plan familiar, reunión social	Reunión de amigos	
	Ayuda a sentirse más cercano al país, a la sociedad	Nuestra generación tiene más acceso a información, cuestionan más y se motivan más a participar.	Nunca ha sido tan necesario como ahora			
Frustraciones	Cansancio, desilusión: Siempre son los mismos, no se sabe si va a valer la pena el esfuerzo de votar/ desinterés, nunca cambia nada/ los políticos están alcanzando unos niveles exagerados de corrupción /	Poco análisis, inmediatez en el debate: Hay poco análisis en los medios / sólo la gente activa en rrss vota, se basa en información de rrss/ la gente no sabe argumentar / la gente en rrss se desquita con comentarios y no hay debate real	Pereza, mínimo esfuerzo: Mucha burocracia para votar, es complicado / muchos trámites para votar/ todo el proceso es difuso/ los jóvenes tienen mucha información para asimilar/ difícil crear criterio con tanta información, muchos datos para los jóvenes/ somos muy cómodos, ley del mínimo esfuerzo/ la burocracia es pesada en Colombia	Deficiencias en educación: Falta integrar información sobre votación en el sistema educativo / la falta de educación genera falta de voto.	Poca difusión de información: Hay poca difusión sobre las propuestas o partidos / poca difusión de las plataformas ya existentes que tienen la información sobre votación/ dudas sobre si hay que renovar la inscripción de cédula, qué hay que hacer específicamente para votar, no saben que hay plazos de inscripción / no saben fecha de votación	
Ideas	Hacer un manifiesto del proyecto. Mostrar consecuencias del mal uso del voto en la vida	Que en el colegio se eduque sobre qué es el voto, que haya difusión en colegios	Hacer la herramienta cercana que no haga que parezca "cosa de otros"	Aclarar sobre qué debo exigirle a un candidato	Simulador de compatibilidad con los candidatos según intereses	Dar la información muy desglosada, visual y directa
		Comparado de propuestas	Como hay tanta sobreinformación, la plataforma debería reunir todas la información necesaria	Que la plataforma homogeneice las propuestas de los candidatos al mismo nivel	Diccionario aclaratorio de conceptos (derecha, izquierda, etc)	

Affinity Mapping - Conclusiones

1. Las razones principales por las que la gente no vota, ordenadas de la más generalizada a la menos, son:
 - Cansancio o desilusión.
 - Por pereza.
 - Por que hay poca difusión de información sobre propuestas .
 - Por las deficiencias en la educación que no integran conocimientos sobre votación.
 - A raíz del poco análisis e inmediatez en el debate.
2. En general los ciudadanos tienen una intención alta de voto y sienten que están en un momento crucial para el país y es importante ejercerlo.
3. Las principales ideas extraídas del taller y aplicables a la plataforma son:
 - Manifiesto introductorio de la plataforma que muestre las consecuencias de las decisiones electorales en la cotidianidad.
 - Comparador de propuestas.
 - Información sobre propuestas de candidatos con el mismo nivel de jerarquía.
 - Diccionario aclaratorio de conceptos.

2.6 Insights de la investigación



Necesidad

Aunque hay una alta intención de voto, existe la necesidad de tener el proceso completo totalmente claro

+

Problema

En algunas ocasiones el proceso de voto es difuso

↓

Recomendación

Incluir en la herramienta una funcionalidad que aclare por pasos el proceso de voto

Necesidad

Que los jóvenes se eduquen en el ámbito político y sepan cómo ejercer su derecho al voto

+

Problema

Los jóvenes no tienen información sencilla y desglosada sobre el voto en el sistema educativo

↓

Recomendación

Intentar vincular la plataforma a entidades educativas, o promocionarla en estos entornos

Necesidad

Acercar el voto a los no votantes y jóvenes, hacer que no parezca un tema lejano o ajeno

+

Problema

Desinterés, pereza y apatía en todo lo que respecta al voto y a la política

↓

Recomendación

Hacer la información muy visual, concisa, corta y directa.

2.7 Apuntes generales y requerimientos del sistema

- Aunque inicialmente la hipótesis de la investigación suponía que la intención de voto entre los ciudadanos era muy baja, los resultados de la investigación indican que es **mucho más alta de lo pensado (90,5% en las encuestas)**. Esto lleva a pensar que la inacción y abstención no se debe a la falta de intención si no, según la investigación en su fase de entrevistas y affinity map, a sentimientos de desilusión, pereza, deficiencia en la educación, información confusa y falta de difusión de información útil para el voto. Es por esto que una herramienta visual, sencilla y con información útil y concreta puede ayudar a contrarrestar estos síntomas ya que ahorra tiempo de investigación al usuario y le permite acceder a información útil. Así mismo puede ayudar a paliar posibles baches en el sistema educativo como el no proporcionar de manera clara las herramientas necesarias para votar.
- La plataforma será una **web** y no app. En la fase de investigación durante el taller de affinity mapping, los participante comentaron y concluyeron que la acción de descargar e instalar una app dificulta el proceso de búsqueda de información, lo alarga y lo vuelve complejo. Es por esto que se considera más apropiado desarrollar una web responsive. Se prototipará su versión desktop y mobile.

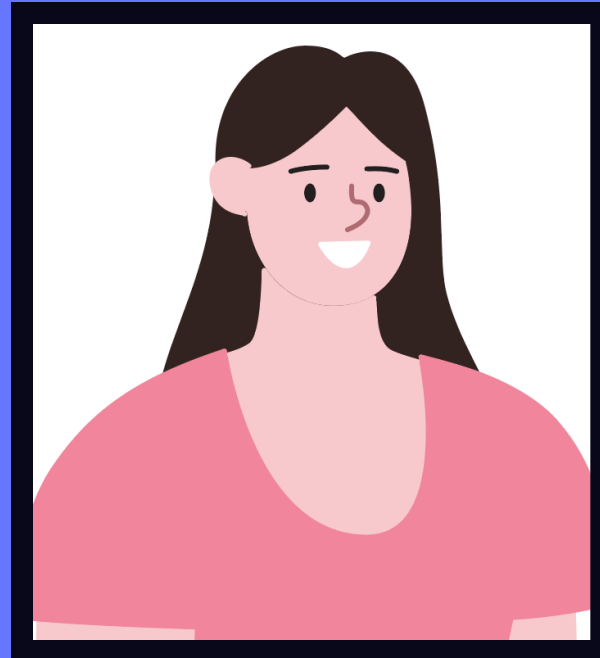
Requerimientos del sistema

- Incluir un apartado en el que se resuman las **propuestas principales** de los candidatos asociados a las temáticas de mayor interés que, según la investigación, son economía, cultura, medio ambiente, salud.
- Incorporar un **diccionario** que ayude a comprender ciertos conceptos políticos.
- Incluir alguna funcionalidad, por ejemplo un calendario o línea de tiempo que aclare las fechas de votación.
- Desarrollar una funcionalidad que aclare **el proceso de voto por pasos** .

2.8 Personas, Escenarios, User Journey

Persona 1

Daniela



Contexto

Daniela tiene 21 años, es estudiante de veterinaria en la universidad. Tiene intereses recientes en política, a medida que se hace mayor se va interesando cada vez más por la realidad que le rodea. Necesita información clara y sencilla porque no tiene tiempo ni es tan organizada como para resumir o recoger información, catalogarla, clasificarla.

Sobre

Curiosa, activa, su principal meta en el momento es acabar la universidad con buenas notas. Pasa tiempo con sus amigos y familiares. A nivel político se está empezando a interesar por la realidad social del país y le gustaría involucrarse pero no está dentro de sus prioridades. Durante el paro y la huelga nacional de 2021 asistió a alguna manifestación puntual. Hace deporte en las tardes, usa mucho las redes sociales, se entera de la realidad generalmente por redes. No es muy constante y pasa de una información a otra en poco tiempo.

Implicaciones

Para Daniela es importante aprovechar su tiempo al máximo, compartir con sus amigos y familia. Tener disponibilidad también para hacer actividades al aire libre. La solución ayudará a Daniela a informarse de manera breve y certera sobre toda la información que necesita para votar en las elecciones presidenciales sin dedicar mucho tiempo o esfuerzo a la búsqueda y organización de información. Le ayudará a dar el paso de votar, tiene intención de involucrarse más en las decisiones que conciernen a la sociedad en la que vive.

Escenario 1

Daniela se ha enterado por sus amigos de la universidad que se acercan las elecciones presidenciales en Colombia. Está cada vez más interesada en política, debido a la huelga estudiantil de finales de 2019 y el reciente paro nacional de 2021, se siente cada vez más interesada del tema y en cómo influyen las decisiones políticas en su realidad cotidiana. Nunca ha votado, así que tiene mucha información que recopilar antes de hacerlo. Se siente un poco desorientada y a veces hace búsquedas cortas en google para encontrarse con diversas páginas y fuentes. Sabe que tiene que concentrarse un día y recopilar todos los datos que necesita, pero lo pospone porque en el día a día no tiene mucho tiempo.

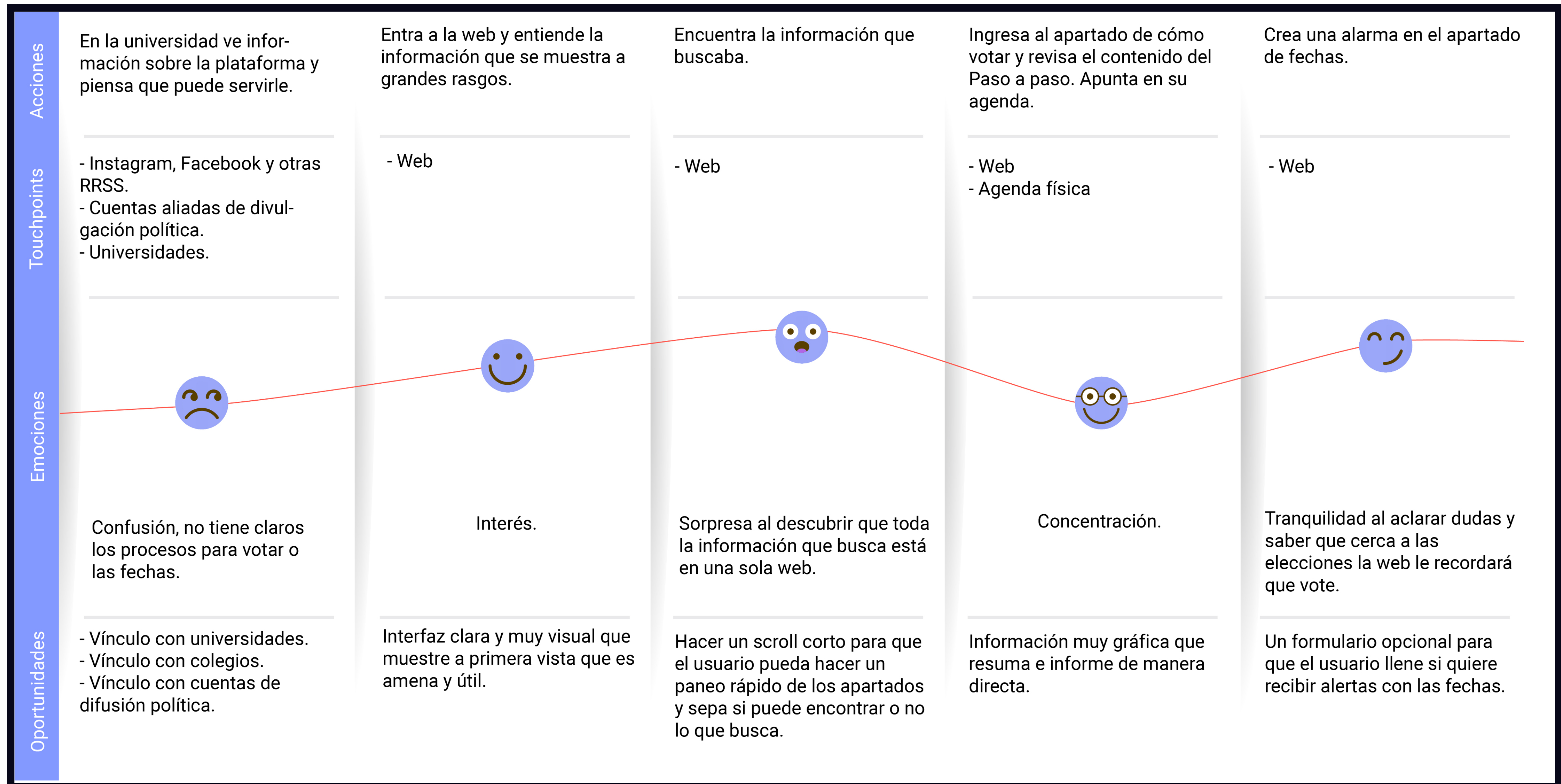
Cree saber el día en que debe votar pero no lo tiene claro, pregunta a su familia sobre los candidatos, sabe que tiene que confirmar su lugar de votación aunque ya lo sabe, pero preferiría confirmarlo.

En resumen tiene muchos frentes abiertos y poco tiempo y muchos planes en su cotidianidad como para recoger todos los datos que conoce de manera difusa.

Se entera de la existencia de la plataforma y decide entrar a explorarla.

Daniela entra a la web con el fin de aclarar en general toda la información que debe tener en cuenta a la hora de votar, se entera de su existencia en la universidad. Al explorarla revisa primordialmente la sección de cómo votar, los pasos detallados para hacerlo y además de esto crea una alarma porque sabe que seguramente olvidará las fechas.

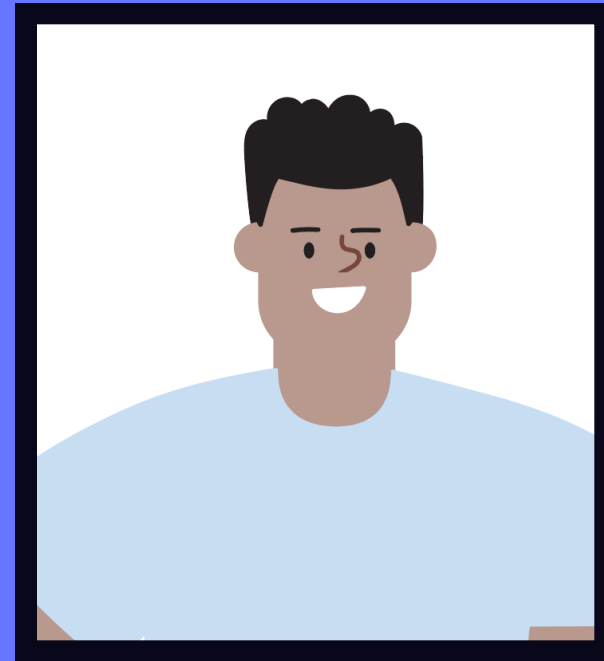
User Journey 1



Personas, Escenarios

Persona 2

Manuel



Contexto

Manuel tiene 32 años, trabaja de administrativo en una empresa pequeña. Sabe que se acercan las elecciones, le interesa votar pero no tiene tiempo de leer todas las propuestas.

Sobre

Trabajador, responsable, un poco perezoso pero muy dedicado en su trabajo. Le gusta aprovechar su tiempo libre con amigos y aprendiendo cosas que puedan ayudarle en su vida profesional, toma clase de idiomas. Le interesa la realidad del país y la política pero nunca ha sido una prioridad para él.

Implicaciones

Manuel tiene poco tiempo en general, y cuando tiene tiempo libre hace planes con sus amigos y pareja. La plataforma le ayudará a seguir con su vida sin alterar mucho sus planes, a tomar decisiones rápidas e instruidas a la hora de votar desde una perspectiva neutra e informada

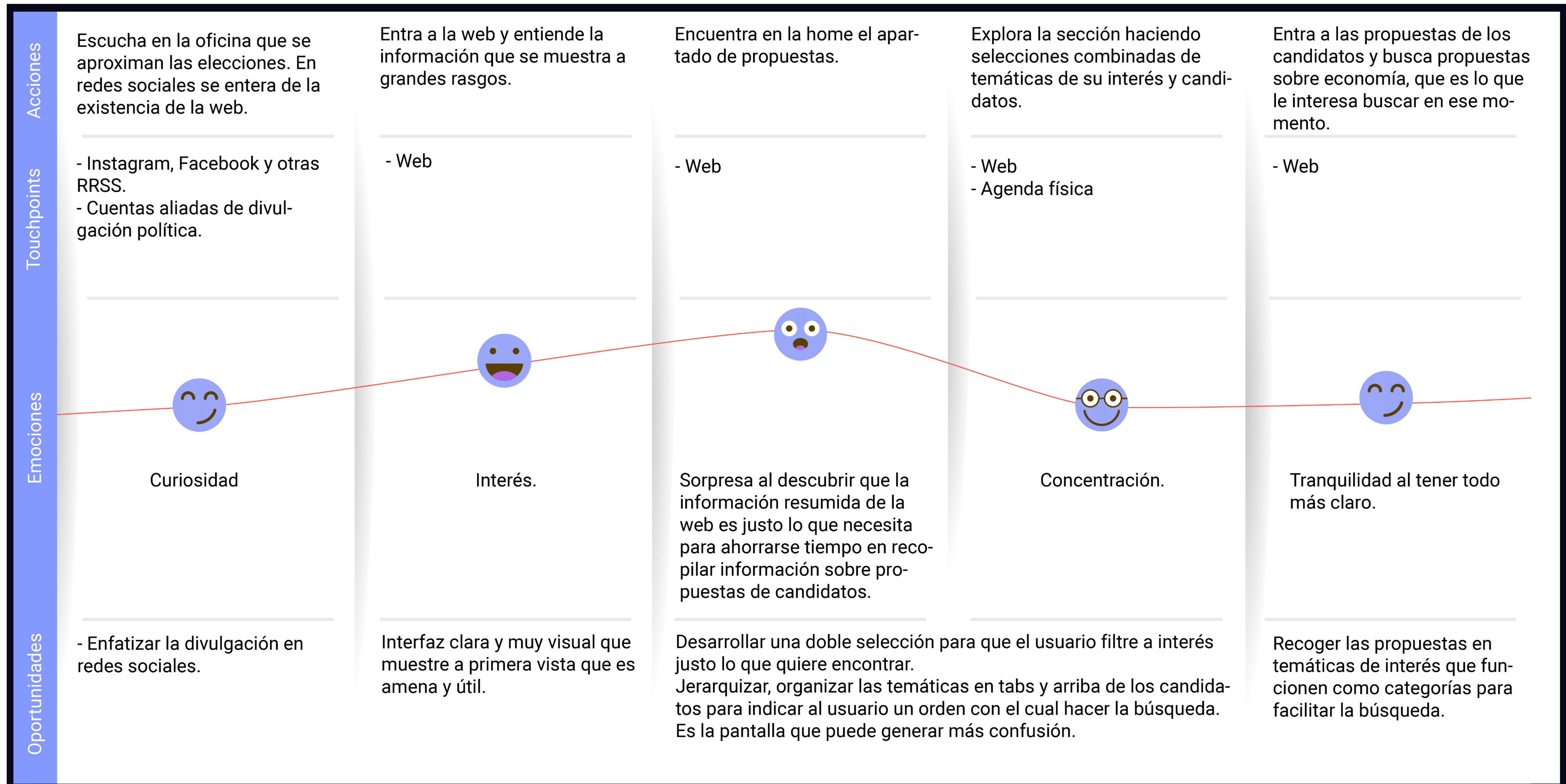
Escenario 2

Manuel trabaja de administrativo en una empresa pequeña. Esta semana tomando el café con sus compañeros de oficina, se enteró de que muchos votarán en las próximas elecciones. Manuel ha votado alguna vez, pero no es prioritario para él. No suele ver noticias en TV, de hecho no se informa demasiado sobre las elecciones porque cree que los planes de gobierno son demasiado largos, hay demasiada información en internet como para filtrar y en general no tiene mucho tiempo para dedicarle a enterarse en detalle de lo que proponen los candidatos.

Entre sus clases de inglés, su vida de pareja, las reuniones con amigos, las visitas a sus padres y fiestas ocasionales, no tiene mucha disponibilidad, tiene interés en votar pero prefiere no hacerlo si está desinformado.

Se entera de la existencia de la plataforma por medio de redes sociales y decide entrar a explorarla. Al entrar se da cuenta que hay un apartado sobre propuestas de candidatos que es justo lo que buscaba al ingresar a la plataforma. Entra en la sección de economía y explora lo que dicen sobre el tema los tres candidatos que le llaman la atención. Se guarda la web para volver a visitarla antes de votar las elecciones y antes de tomar su decisión de voto.

User Journey 2



3. PROTOTIPADO

3.1 Card Sorting

El card sorting es una técnica que posibilita ver cómo los usuarios **agrupan información y relacionan conceptos**. Permite analizar los **modelos mentales** de los usuarios y ayuda a **definir la arquitectura de la información** de la plataforma.

Para el ejercicio de Card Sorting se ha elegido un Card Sorting de tipo **híbrido y telemático**. Al estar en una etapa inicial en vez de un proceso de evaluación de un producto finalizado, conviene que los usuarios tengan la posibilidad de proponer categorías. Con esta elección se intenta rescatar los beneficios de las dos opciones (cerrado y abierto) con una inclinación inicial al card sorting cerrado ya que se proponen desde el principio una serie de nomenclaturas y grupos.

Objetivo

Indagar en los modelos mentales de los participantes y analizar su manera de agrupar conceptos.

Perfil de personas usuarias

Participaron 10 personas entre 20 y 40 años.

Fechas

La actividad se realizó del 29 al 31 de octubre de 2021.

Logística

Los participantes fueron convocados a través de WhatsApp. Para el ejercicio se ha redactó una introducción en la que se informaba a los participantes en qué consistía la actividad y se daban una serie de instrucciones para su desarrollo. El ejercicio se desarrolló de manera telemática.

3.1 Card Sorting

A continuación el mensaje introductorio de la actividad:

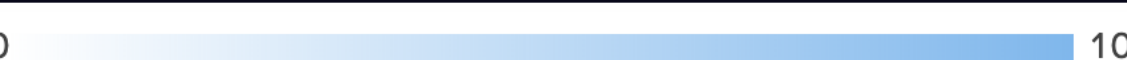
Bienvenido/a
Bienvenido a este estudio de OptimalSort.
Esta actividad debería durar entre 5 y 10 minutos, Tus respuestas ayudarán a organizar el contenido de una plataforma pensada para ayudar a los ciudadanos a votar en las próximas elecciones presidenciales.
¡Gracias por participar!

La actividad se compuso de las siguientes cards y categorías:

Cards		Categorías
Contáctanos	Propuestas sobre salud	¿Qué proponen los candidatos?
Acciones que anulan mi voto	Fechas de votación	¿Cómo votar?
Fechas de inscripción de cédula	Propuestas sobre cultura	¿Cuándo votar?
Pon una alarma	¿Cómo inscribir la cédula?	¿Sobre este proyecto?
¿Dónde voto?	Webs de interés	Contacto
Diccionario político	Propuestas sobre empleo	
Propuestas sobre medio ambiente	Redes sociales	
Privacidad	Propuestas sobre economía	
Síguenos	Manifiesto	
	Preguntas frecuentes	Cómo votar paso a paso

Card Sorting - Resultados

El card sorting generó los siguientes resultados. Se enmarca con un recuadro la opción con más votaciones para cada card (filas) dentro de la categoría que le corresponde en las categorías (columnas).

Total participants 0  10

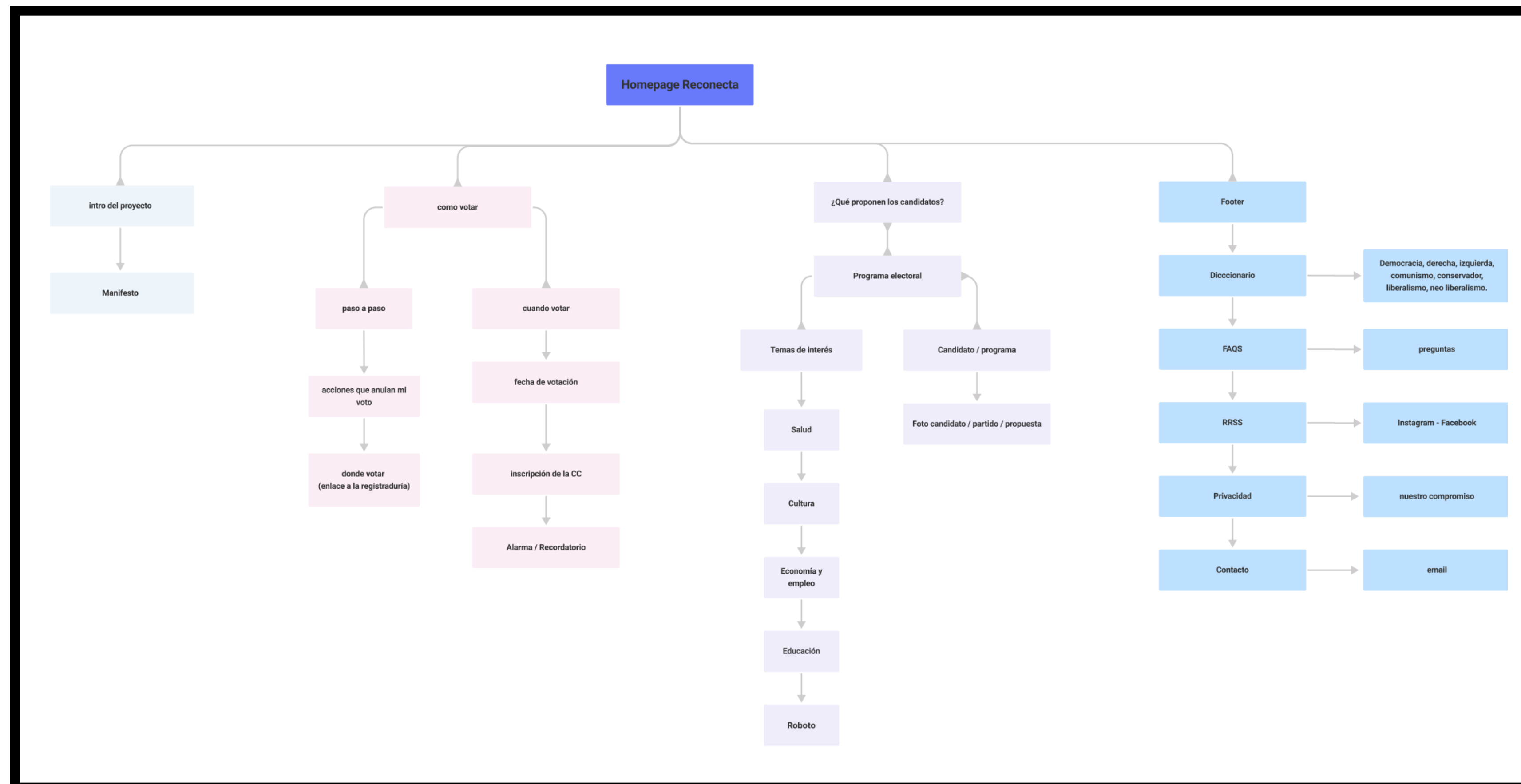
Name	CONTAC...	SOBRE E...	¿CUÁND...	¿CÓMO ...	¿QUÉ PR...	Not standardized
Acciones que anulan mi voto				10		
Contáctanos	10					
Cómo inscribir la cédula?			5	5		
Cómo votar paso a paso				10		
Diccionario político		6			2	2
Fechas de inscripción de cédula			8		2	
Fechas de votación			10			
Manifiesto del proyecto		10				
Pon una alarma para votar!			9		1	
Preguntas frecuentes	3	6			1	
Privacidad	3	6			1	
Propuestas sobre cultura					10	
Propuestas sobre economía					10	
Propuestas sobre empleo					10	
Propuestas sobre medioambiente					10	
Propuestas sobre salud					10	
Redes sociales	10					
Síguenos	10					
Webs de interés	4	5			1	
¿Dónde voto?			5	5		

Convenciones

- Resultado definitivo
- Resultado ambivalente

Card Sorting - Resultados

Posterior al análisis de los resultados del ejercicio de Card Sorting, se creó un **árbol de contenidos** que traduce a grandes rasgos los datos recogidos en el ejercicio. El principal dilema que presentó el análisis de los resultados del card sorting, fue la ambigüedad aparente generada por las categorías “Cuándo votar” y “Cómo votar”. Se propone para solventar esta confusión, **combinar las dos categorías** bajo el nombre “Cómo votar”, siendo “Cuándo votar” hija de esta categoría, de ser necesario se iterará sobre esta decisión. La organización de la información en el Árbol de contenidos permitió jerarquizar las categorías y relacionarlas con más claridad.



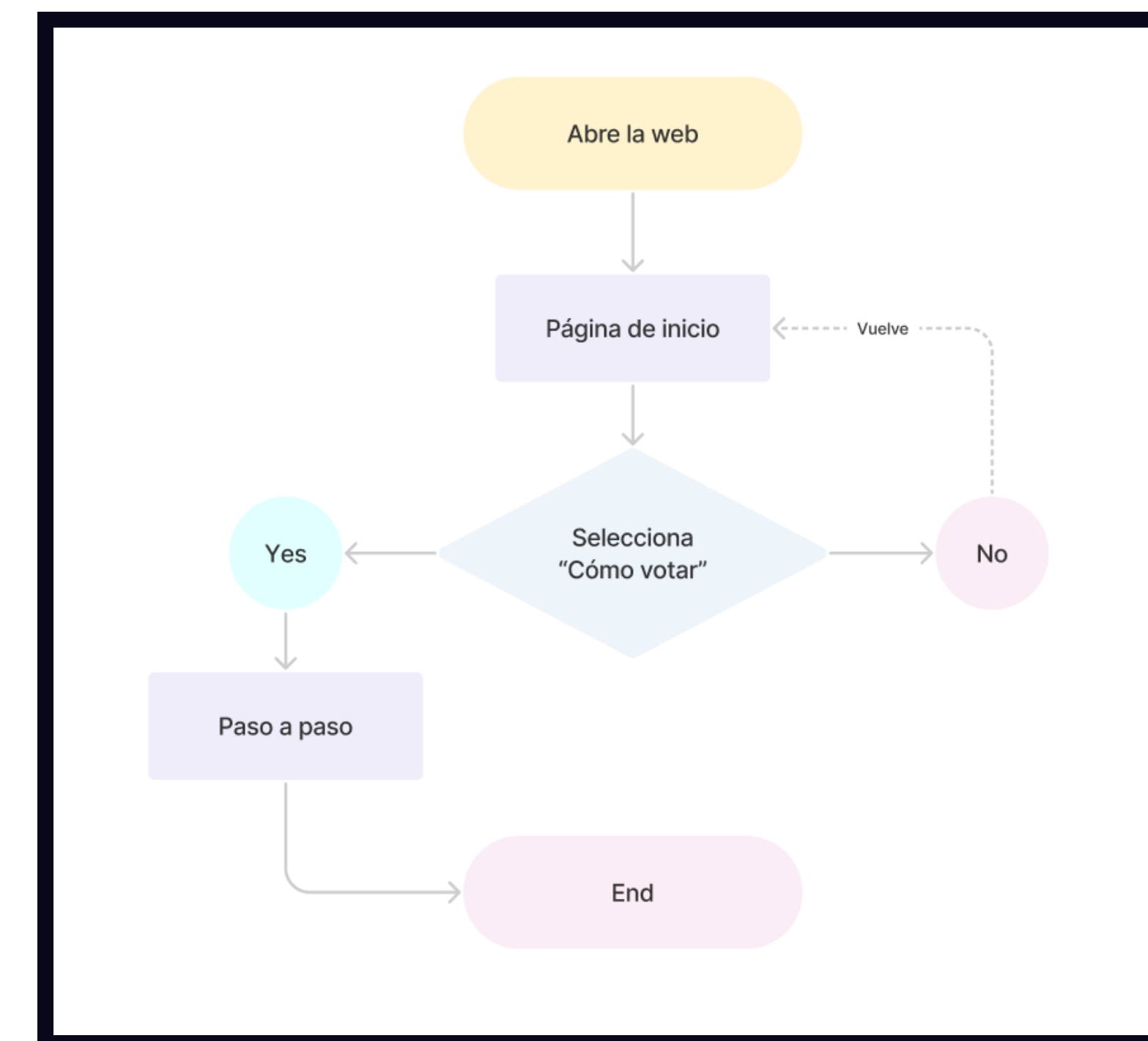
3.2 Diagramas de Flujo

Los diagramas de flujo son la **representación de un proceso o secuencia de pasos** pertinentes que debe realizar un usuario al usar una plataforma o seguir un procedimiento, estos pasos lo llevan a completar una tarea y satisfacer una necesidad puntual.

En base a los escenarios planteados en el apartado de Investigación / User Journeys, se plantean 3 diagramas de flujo en esta sección:

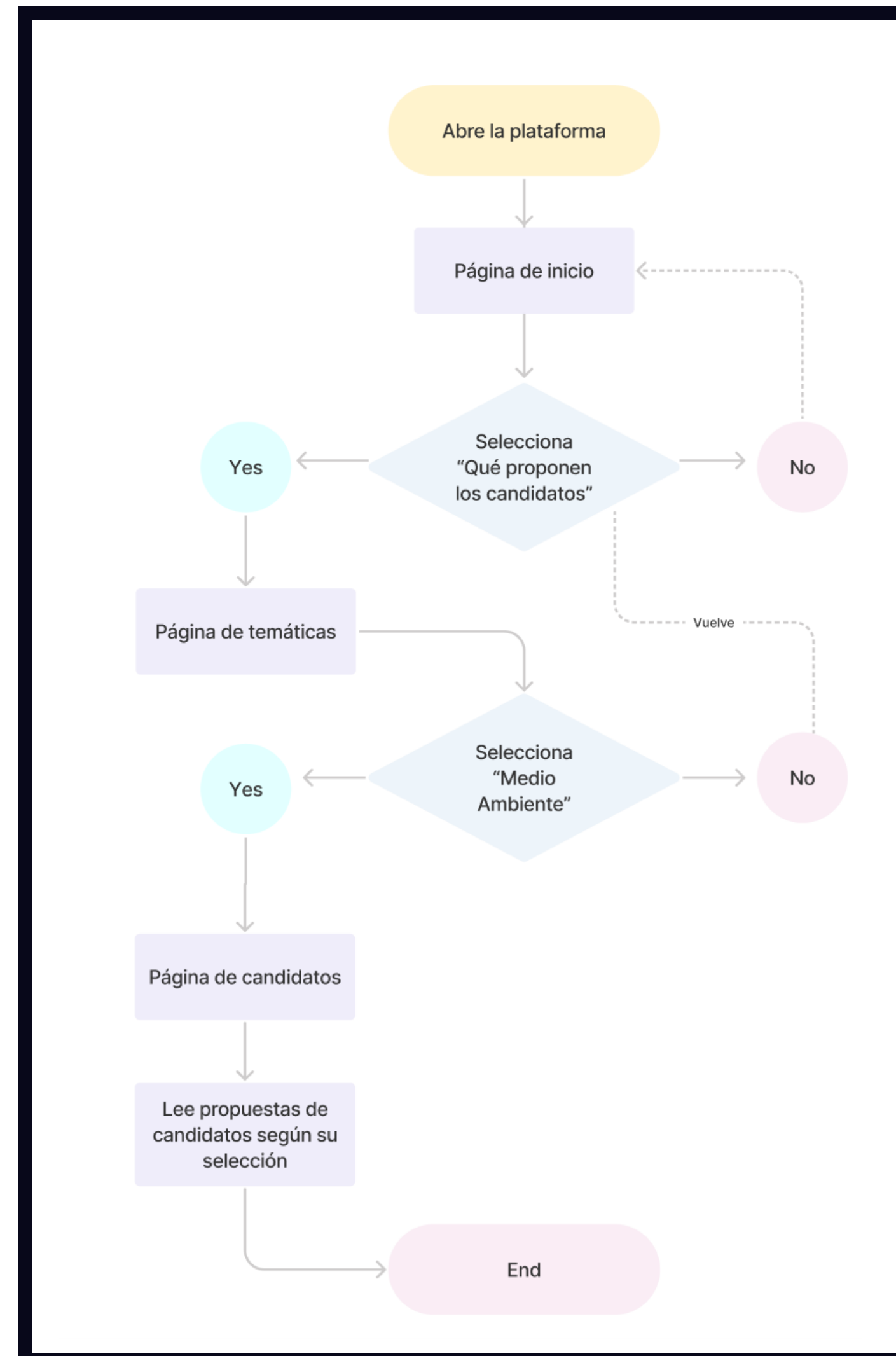
1. Acceder a cómo votar
2. Explorar las propuestas de los candidatos
3. Poner una alarma recordatoria de fechas de votación

Acceder a cómo votar



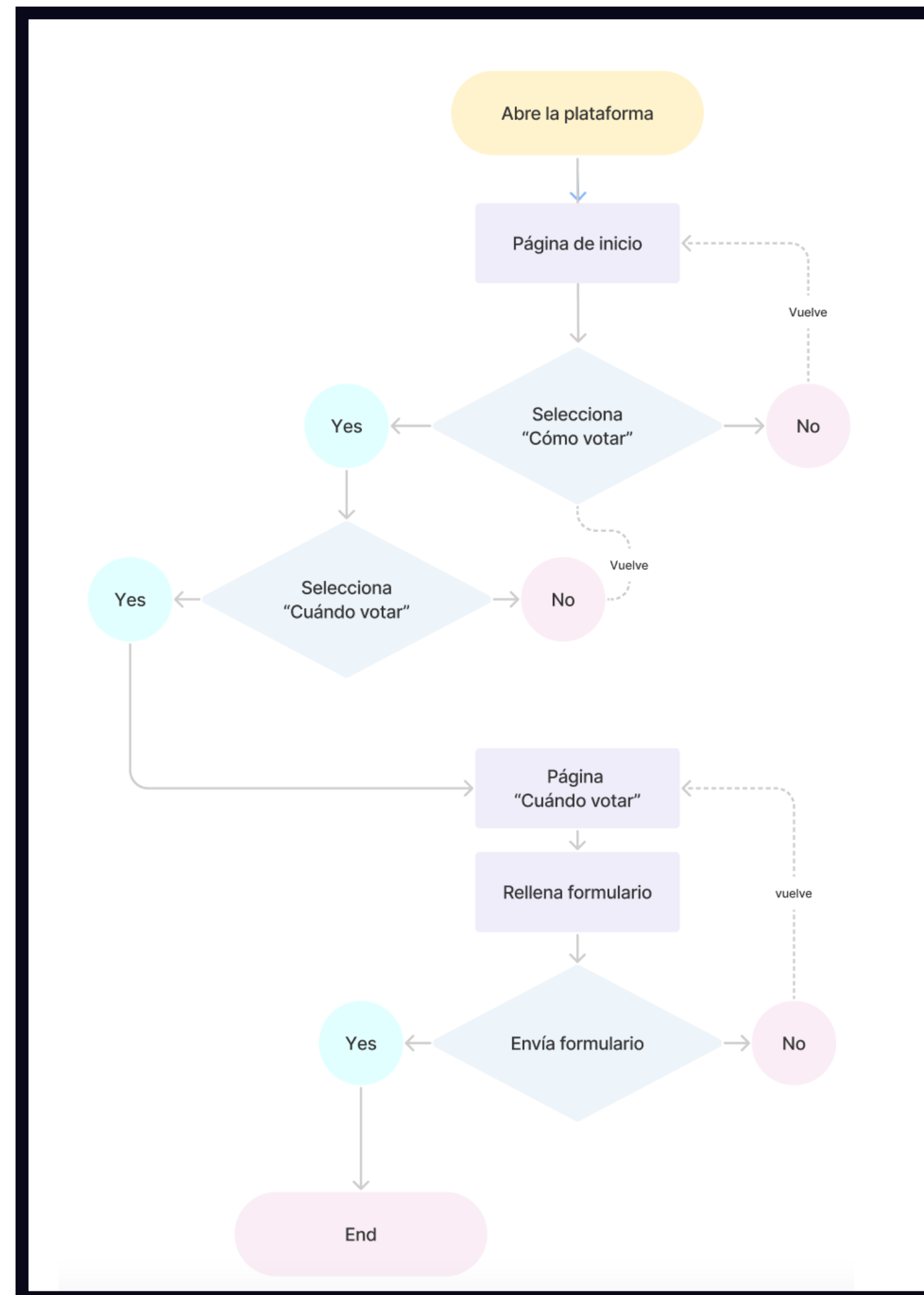
3.2 Diagramas de Flujo

Explorar las propuestas de los candidatos



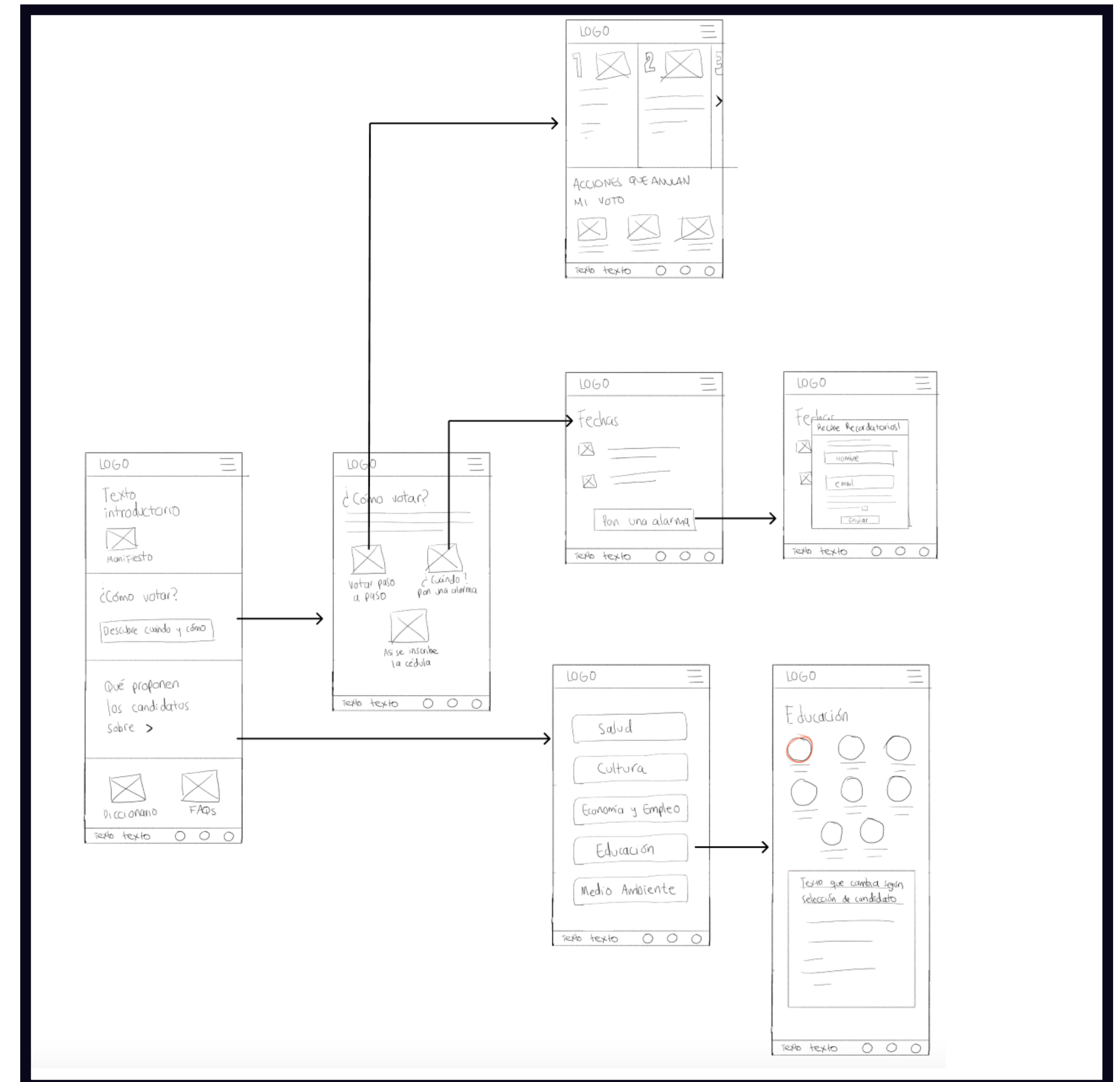
3.2 Diagramas de Flujo

Poner una alarma

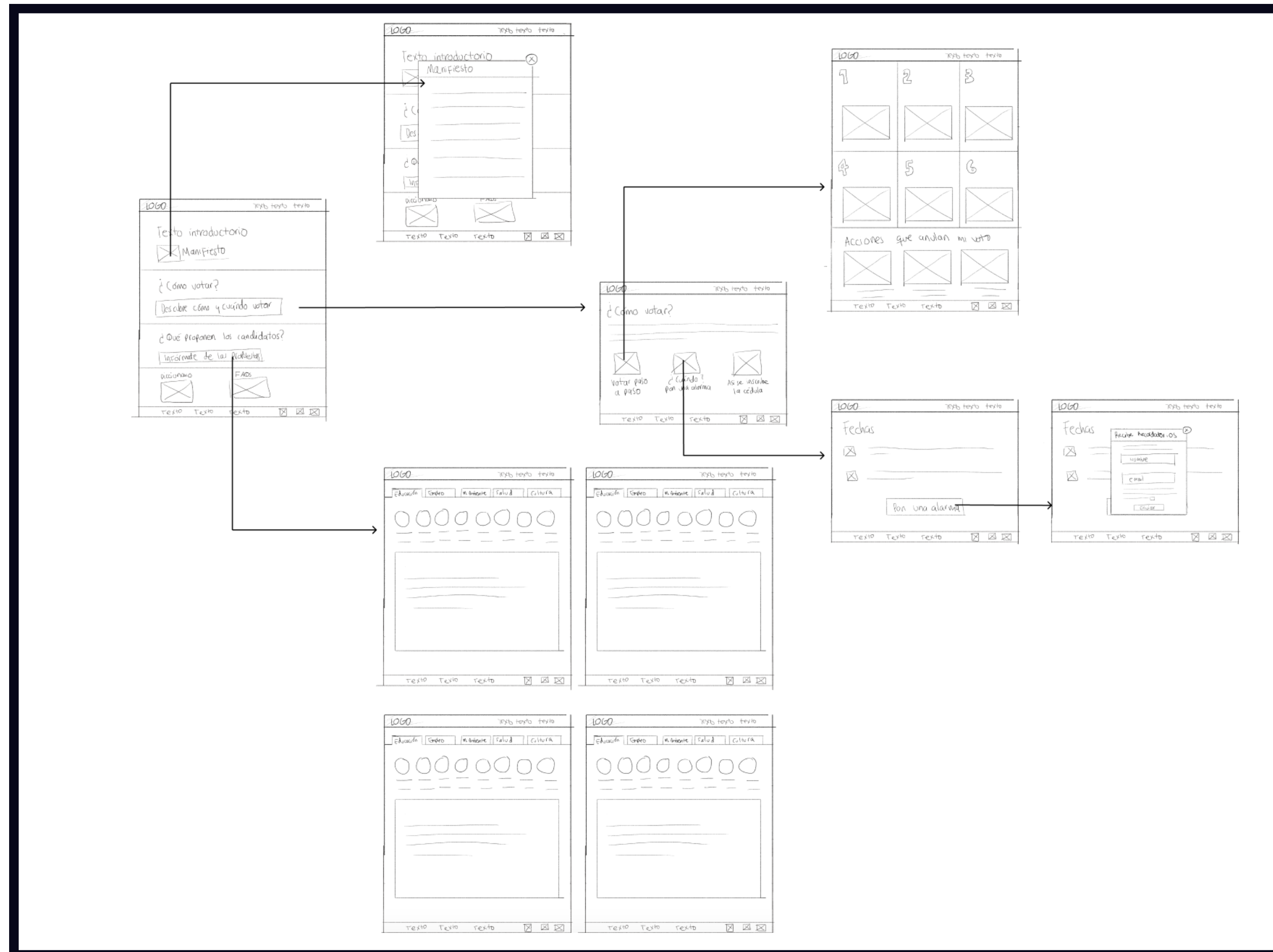


3.3 Sketches - Mobile

A partir de la definición del árbol de contenidos y del planteamiento de los recorridos y pasos por los que debe pasar el usuario para completar las tareas principales de la plataforma, se realizaron una serie de **bocetos** que ayudaron a ir dando forma a la web y sirvieron como base para la realización de wireframes y posterior prototipado de alta fidelidad.

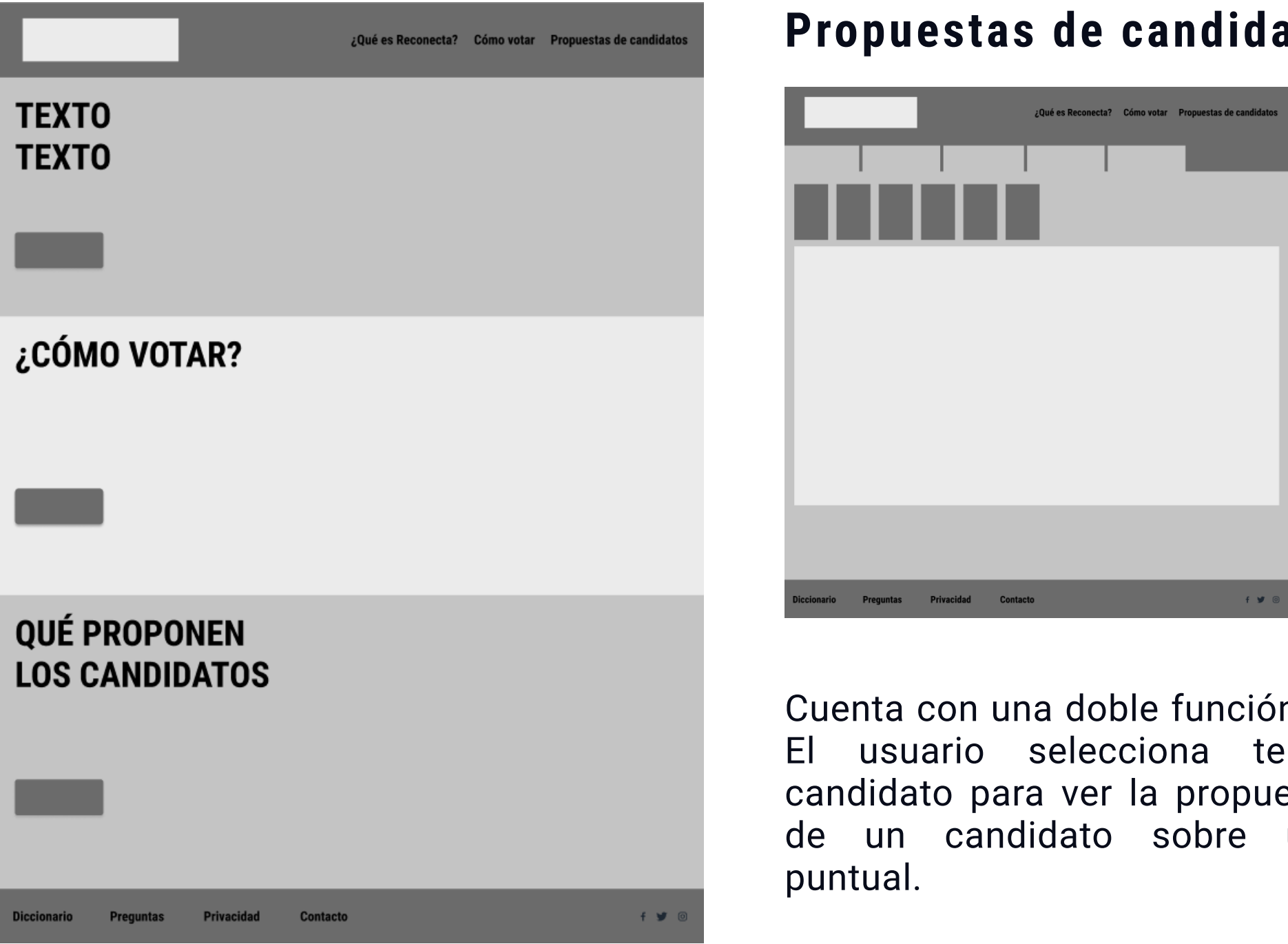


Sketches - Desktop



3.4 Wireframes - Desktop

En base la fase de Sketch, se ha desarrollado un **prototipo de baja fidelidad** que muestra la estructura y la interacción de la plataforma.



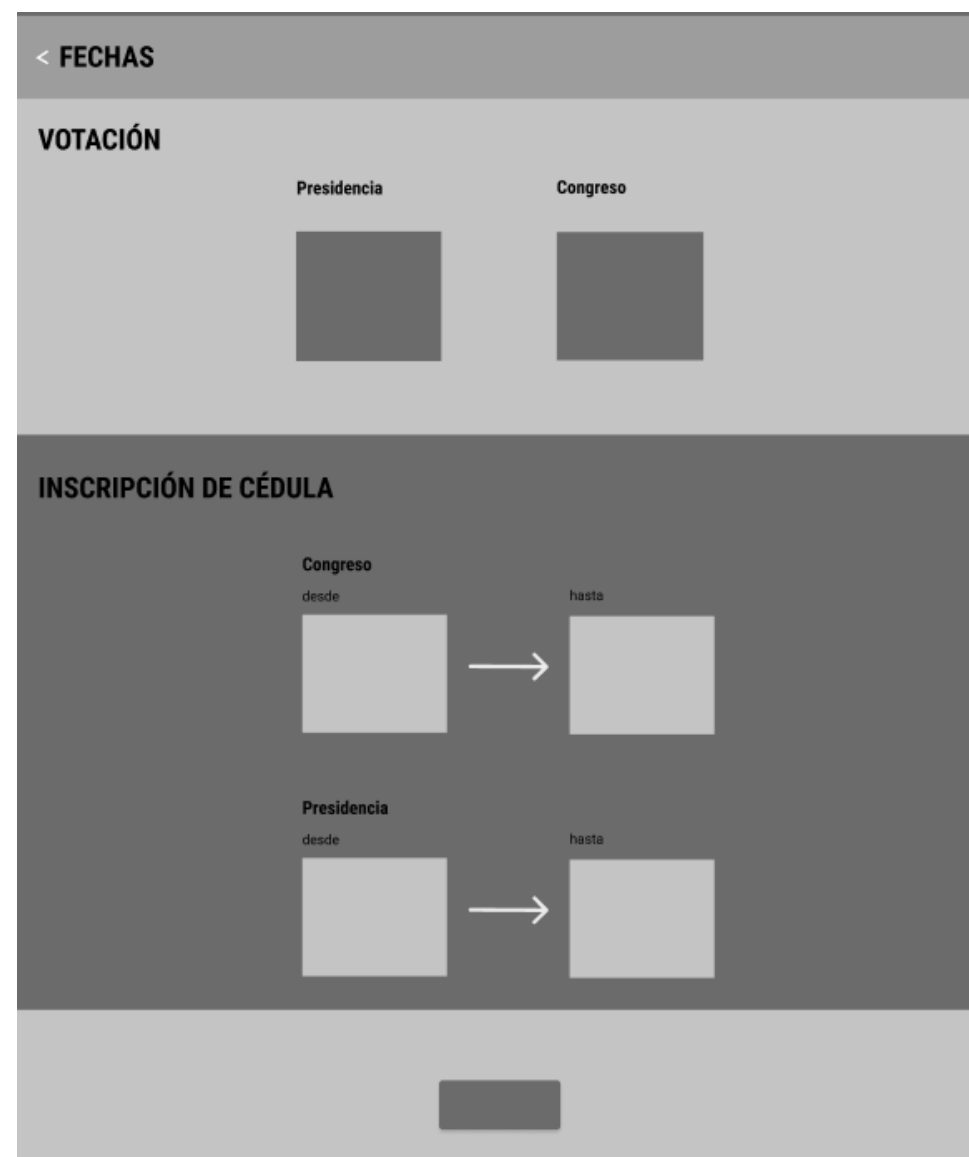
Home
Expone todas las funcionalidades de la web

Propuestas de candidatos

Cuenta con una doble función de selección. El usuario selecciona temática y el candidato para ver la propuesta específica de un candidato sobre una temática puntual.

Wireframes - Desktop

Fechas de votación

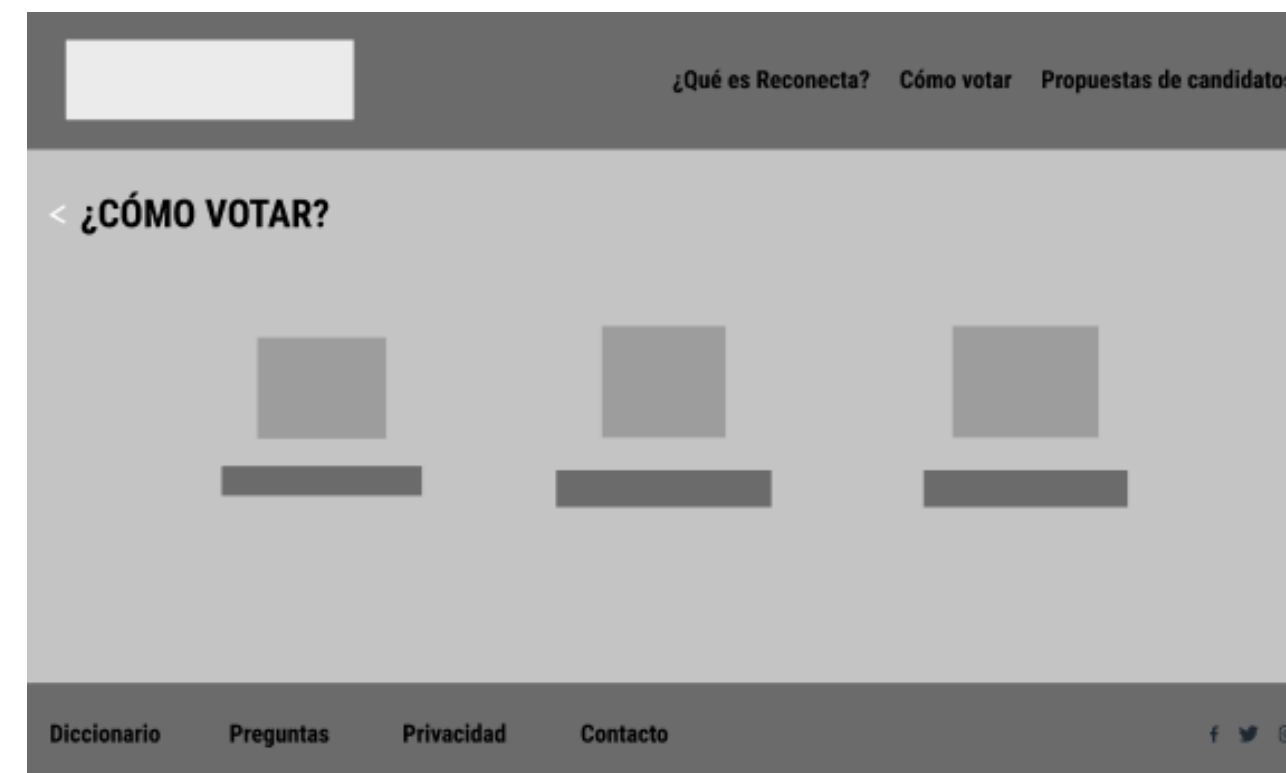


Alarma



Este formulario pop up aparece sobre la pantalla de Fechas de votación.

Cómo votar



Pasos para votar



Wireframes - Mobile

Home



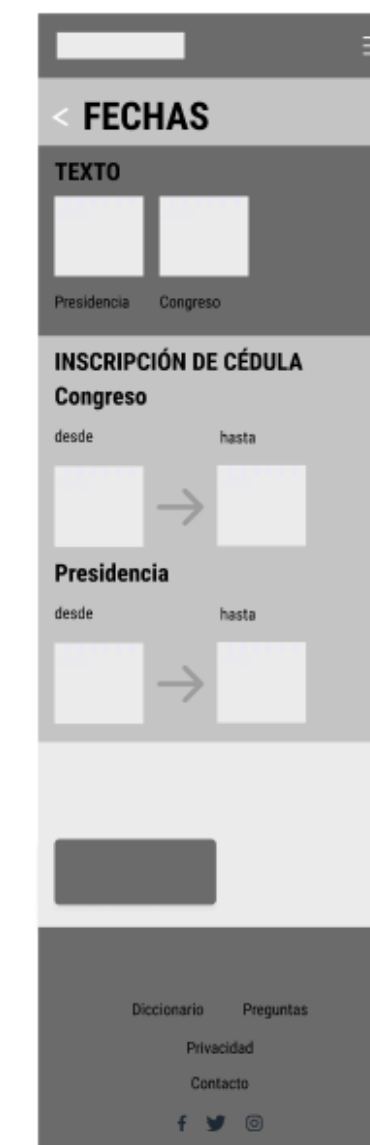
Propuestas



Cómo votar



Fechas

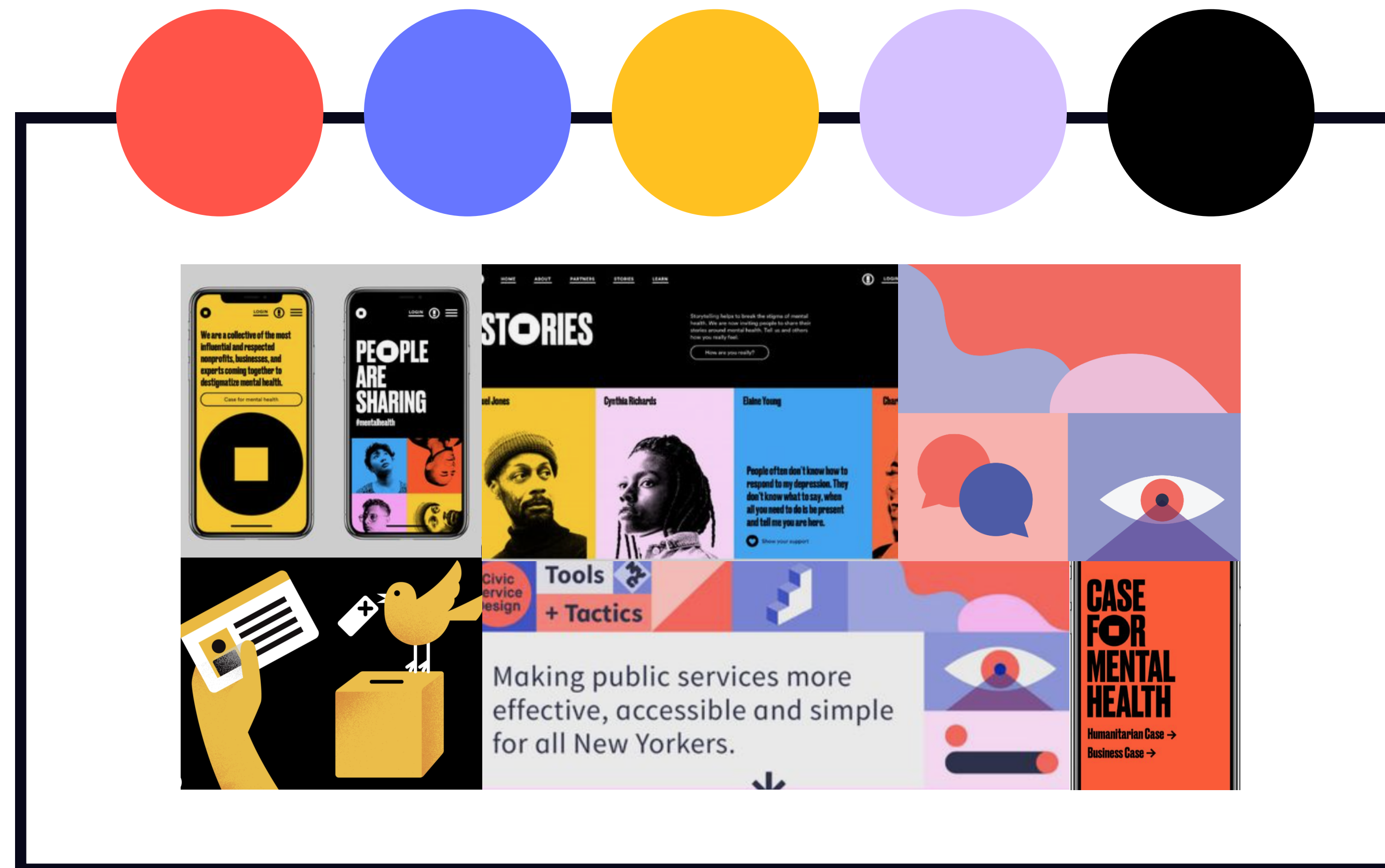


Pasos para votar

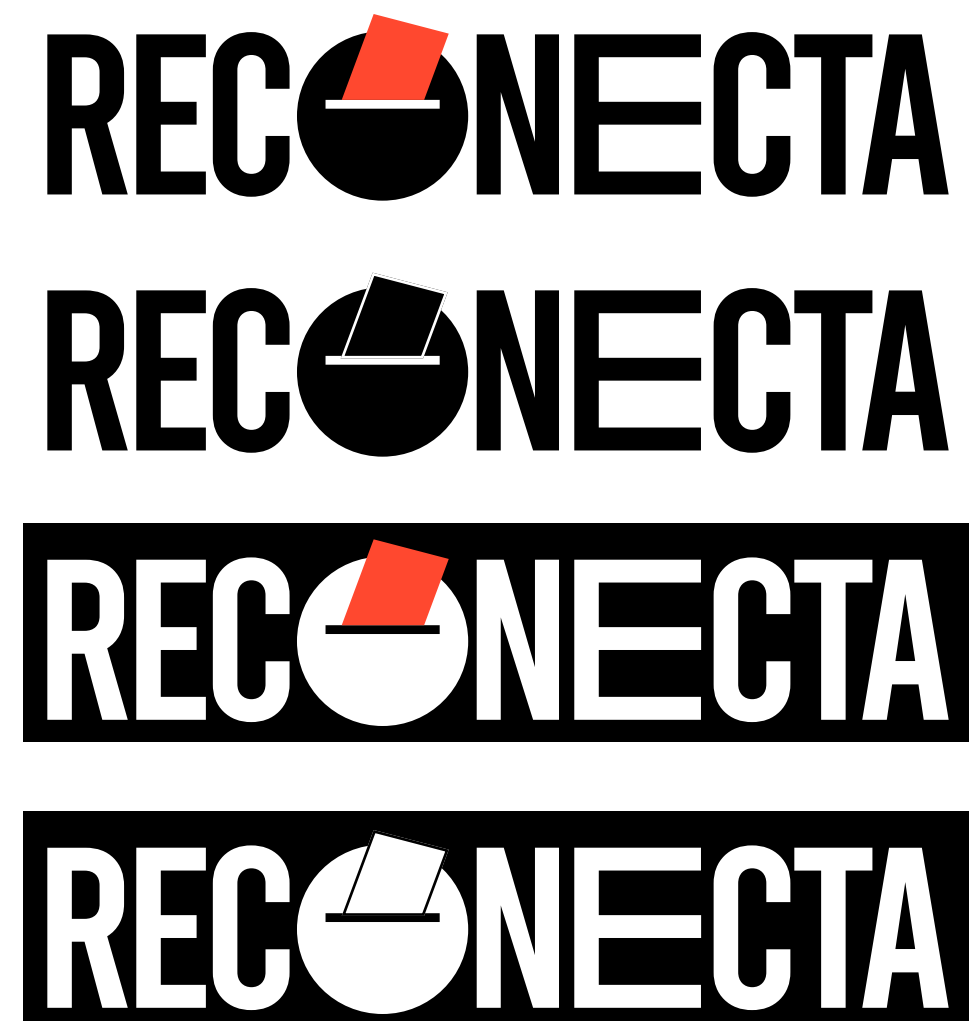


3.5 Prototipado de alta fidelidad - Moodboard

A continuación se exponen algunas de las referencias de estilo que han servido para plantear la plataforma.



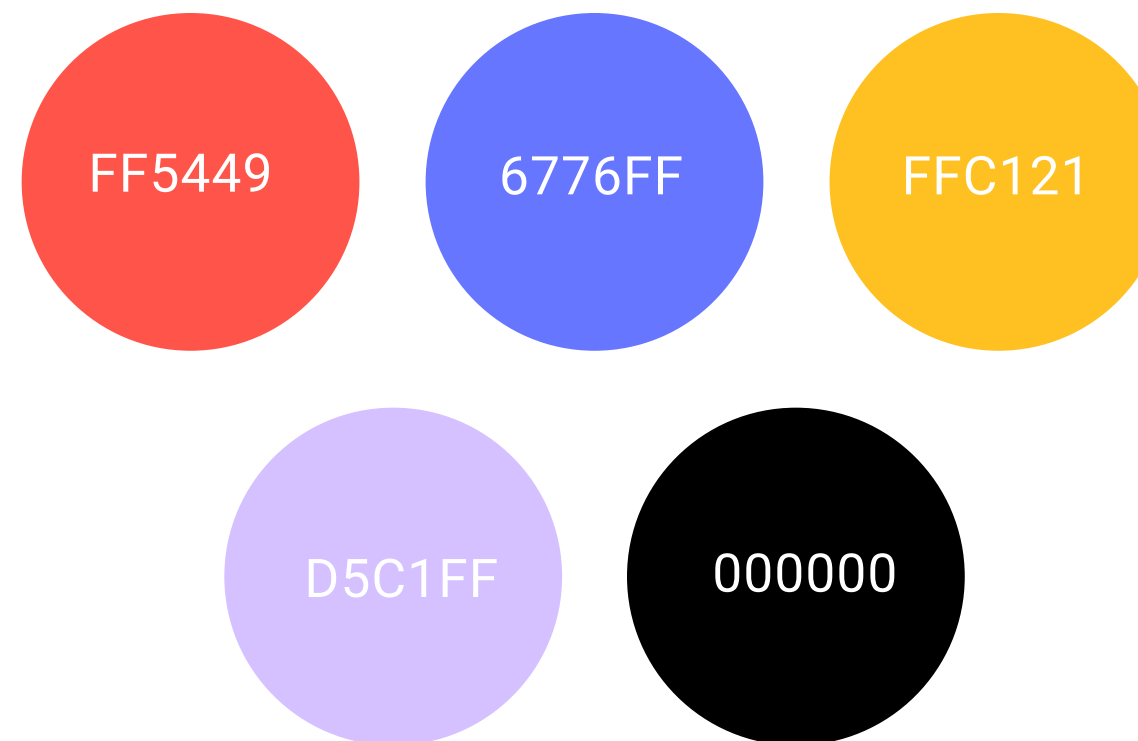
Prototipado de alta fidelidad- Estilo



Logo

El nombre de la plataforma hace referencia al hecho de **conectar** con el país, con los derechos como ciudadano y con la toma de decisiones en sociedad.

El logo es un **imagotipo** que pretende mostrar la acción de votar haciendo uso de la O para representar una urna donde entra una papeleta. La E se extiende y enlaza con la C haciendo alusión la acción que describe el nombre.



Gama cromática

Partiendo del moodboard, se seleccionó una gama inspirada en la bandera de Colombia (amarillo, azul y rojo), además de un violeta como color secundario y complementario.

Título 1 desktop

Título 1 mobile

Título 2 desktop

Título 2 mobile

Subtítulo

Field

Cuerpo de texto desktop

Cuerpo de texto mobile

Tipografía

Se eligió la fuente **Roboto** en sus variaciones estándar y condensed. Dependiendo de la función del texto se usa en Bold, Light o Regular.

Prototipado de alta fidelidad - Prototipo

Posterior al desarrollo de los Wireframes y la definición de un estilo, se dió paso a la creación de un prototipo de alta fidelidad sobre el cuál se podrá iterar o completar lo que sea necesario.

Todavía no existe información definitiva sobre los candidatos elegidos por cada partido, las coaliciones entre partidos y las propuestas. La información expuesta en el prototipo es la más actual a día de hoy.

Se muestran a continuación las pantallas principales de la plataforma. Los textos están en desarrollo y serán completados para la entrega final del proyecto.

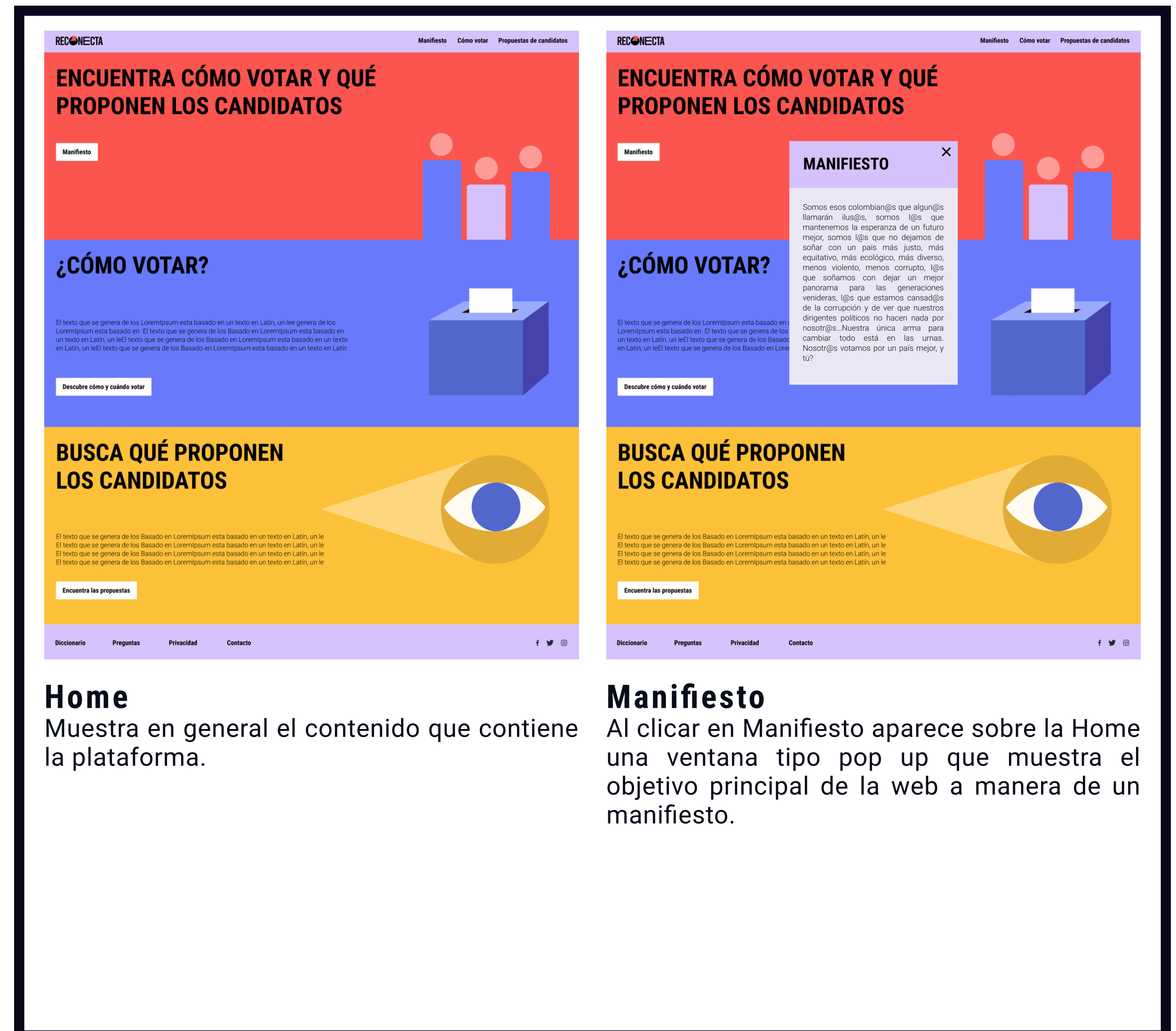
Este es el link para acceder a los prototipos que en la redacción final de la memoria ya se encuentran corregidos:

Desktop:

<https://www.figma.com/proto/flILuLR5EajQy6siL1Zs8/Plataforma-Reconecta?node-id=363%3A14275&scaling=min-zoom&page-id=199%3A4074&starting-point-node-id=363%3A14275>

Mobile:

<https://www.figma.com/proto/flILuLR5EajQy6siL1Zs8/Plataforma-Reconecta?node-id=250%3A4838&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=250%3A4838&show-prot-sidebar=1>



Prototipado de alta fidelidad - Prototipo Desktop

Cómo votar

Contiene tres categorías. Se integró en esta pantalla “Cuándo votar” que inicialmente se pensaba ubicar en una sección aparte. “Así se inscribe la cédula” no se incluye en el prototipo ya que no hace parte de los escenarios y no es una funcionalidad principal ya que la cédula sólo se inscribe en situaciones puntuales.

Pasos para votar

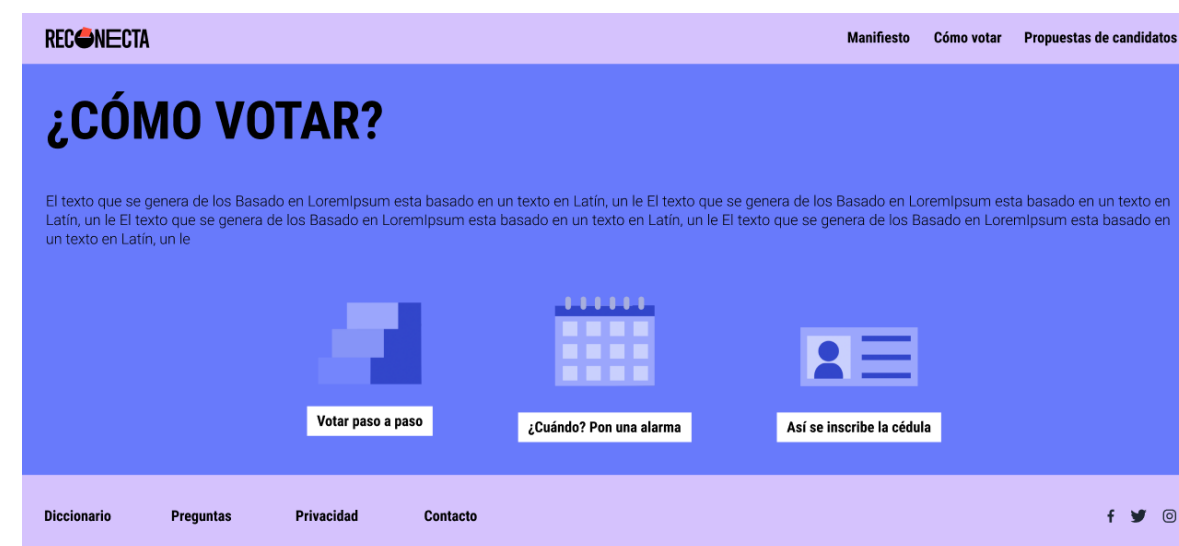
Incluye información sobre los pasos a seguir a la hora de votar, también detalla qué acciones hacen que el voto no sea válido.

Fechas

Aclara las fechas a tener en cuenta para votar. Al final de la sección se muestra la opción de apuntarse a recibir notificaciones en el mail por medio de un formulario.

Formulario alarma

El usuario puede enviar un formulario que aparece a manera de pop up para que desde la web se le envíen alertas con las fechas.



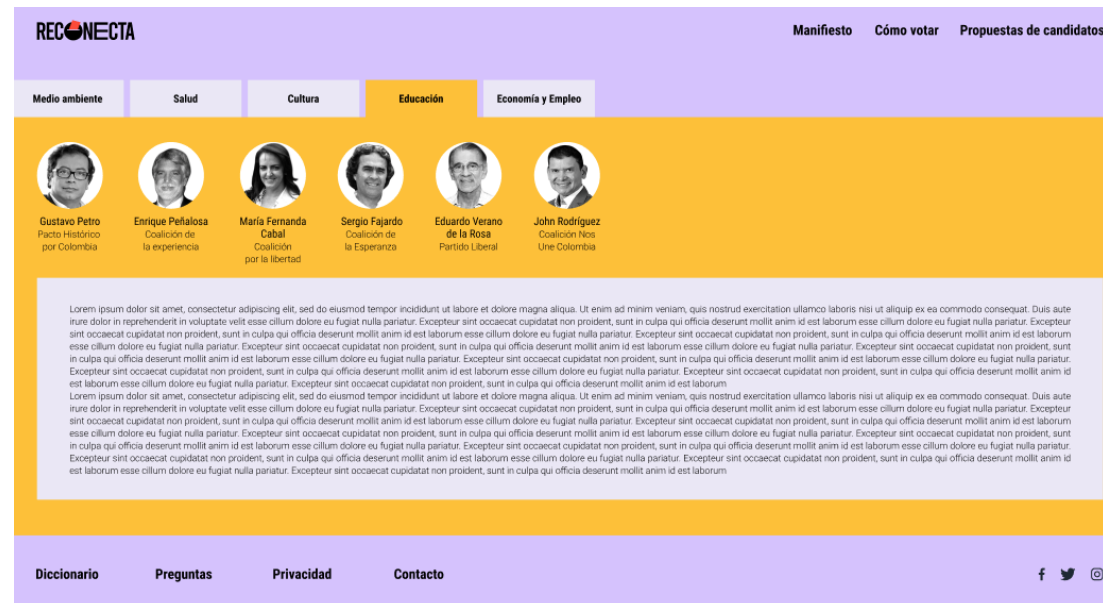
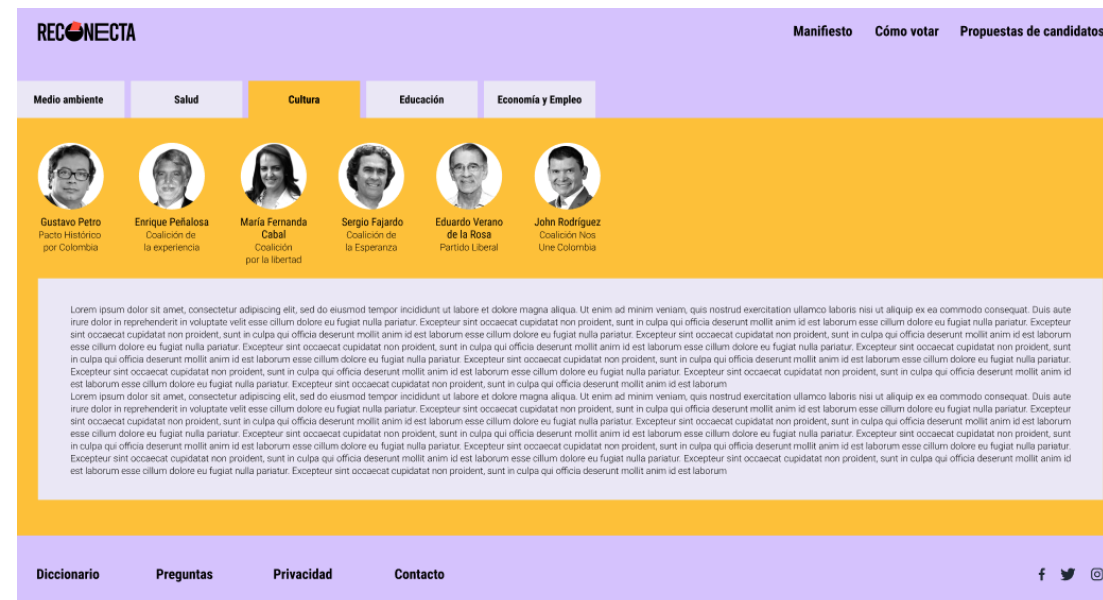
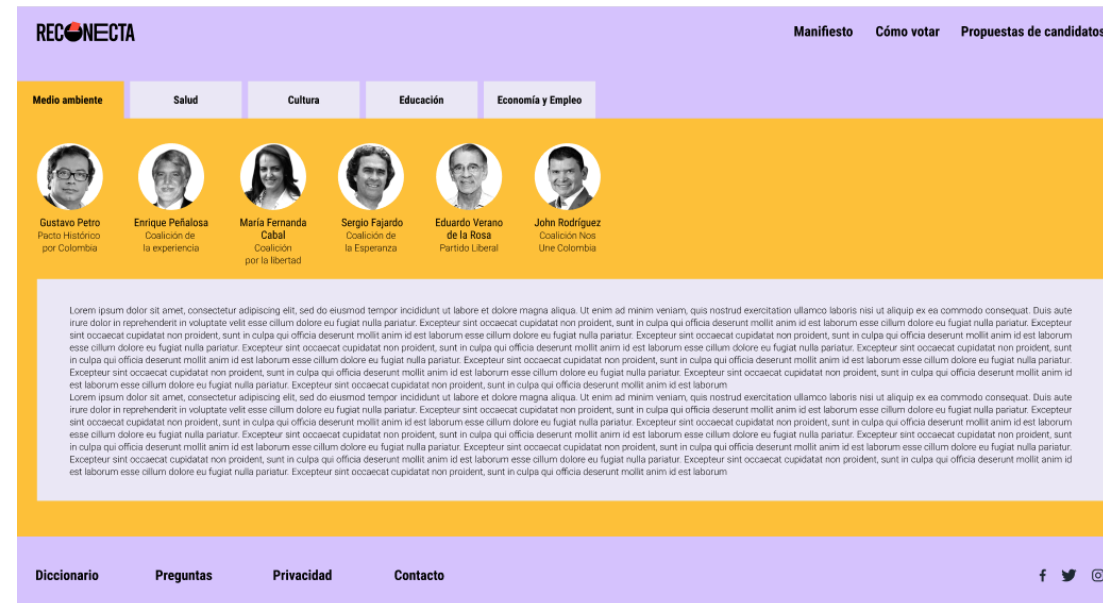
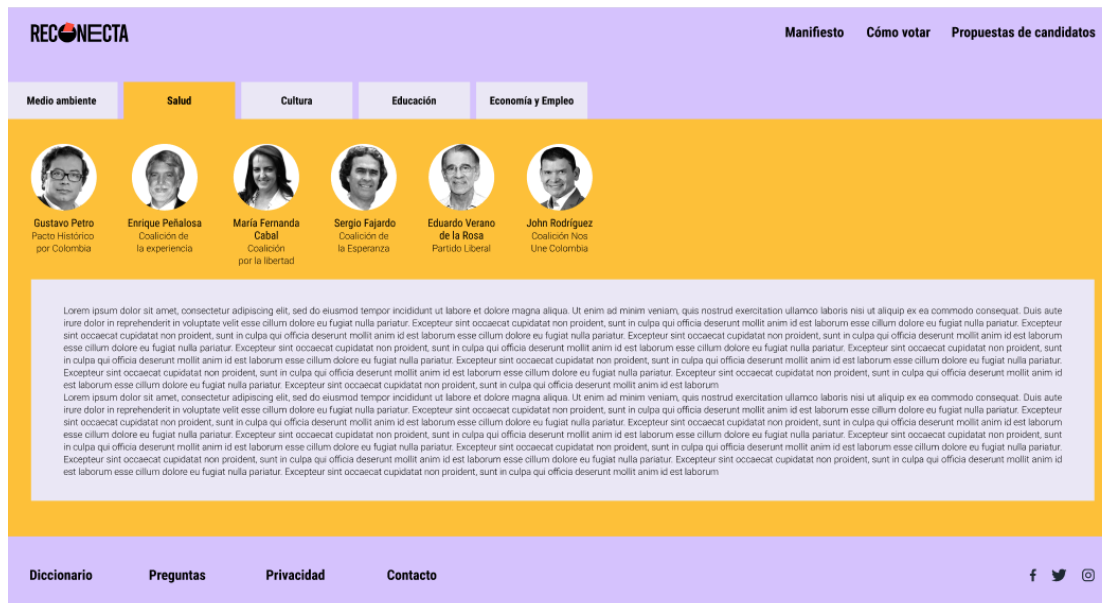
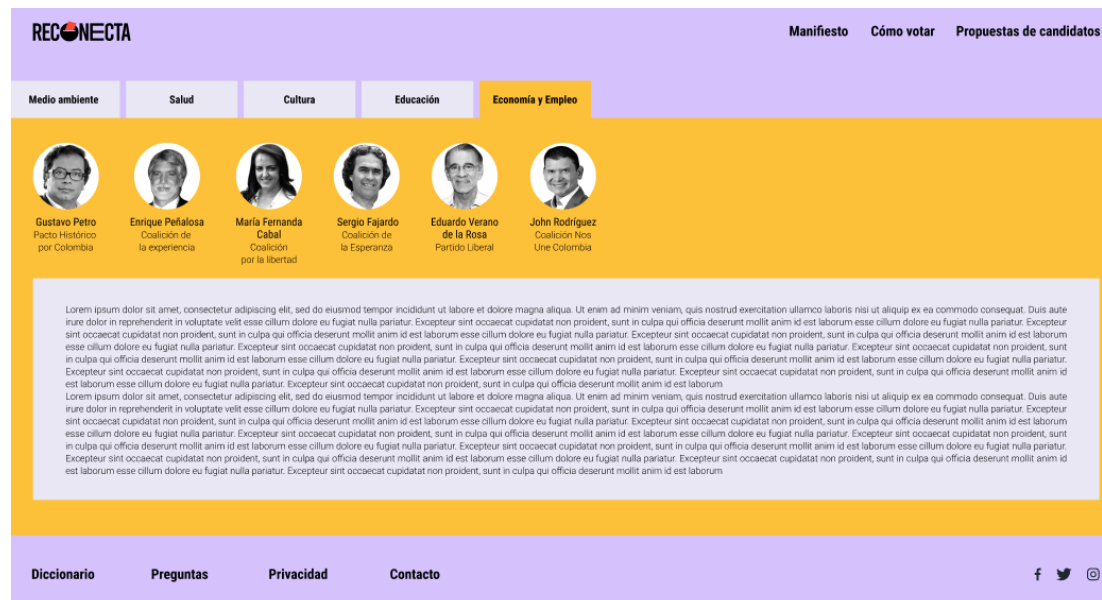
Prototipado de alta fidelidad - Prototipo Desktop

Candidatos y propuestas

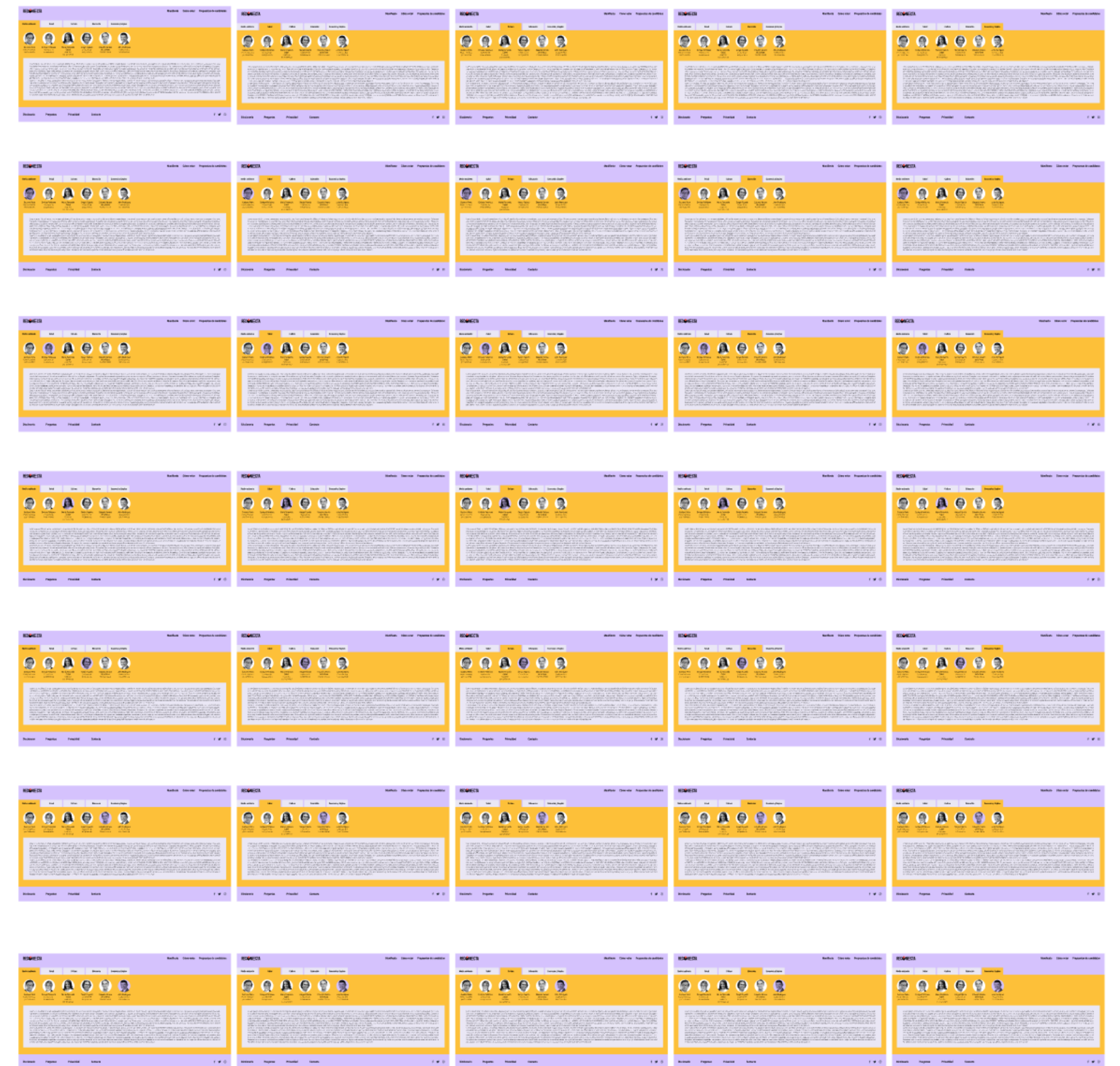
Esta pantalla funciona con una doble selección por parte del usuario, en la que puede elegir temáticas de su interés en forma de "tabs" y a la vez seleccionar un candidato específico para leer qué propone sobre esa temática.



Al seleccionar un candidato el botón cambia de color indicando la elección.

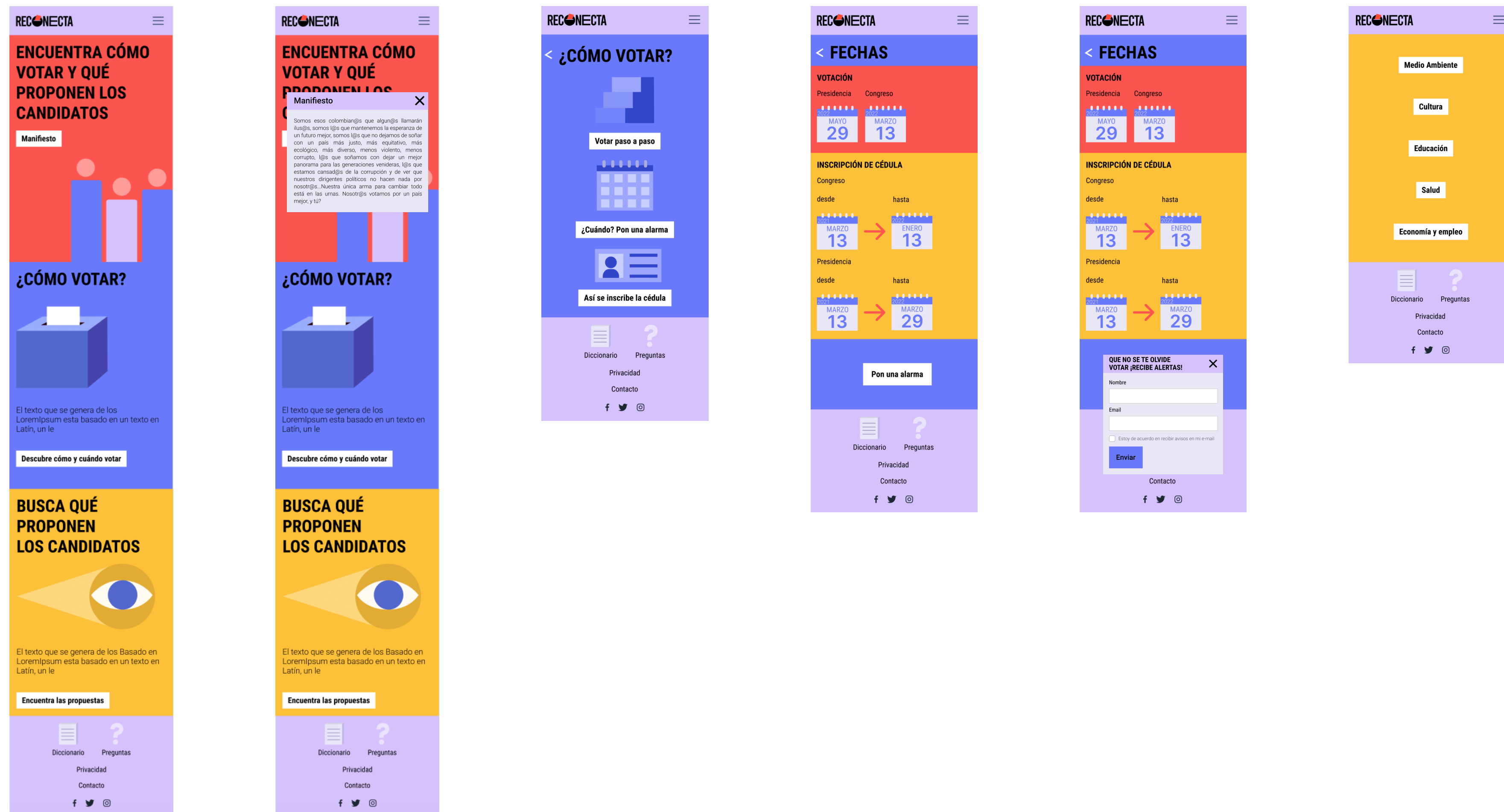


Se desarrollaron 35 pantallas que equivalen a todos los posibles cruces entre candidato y temática

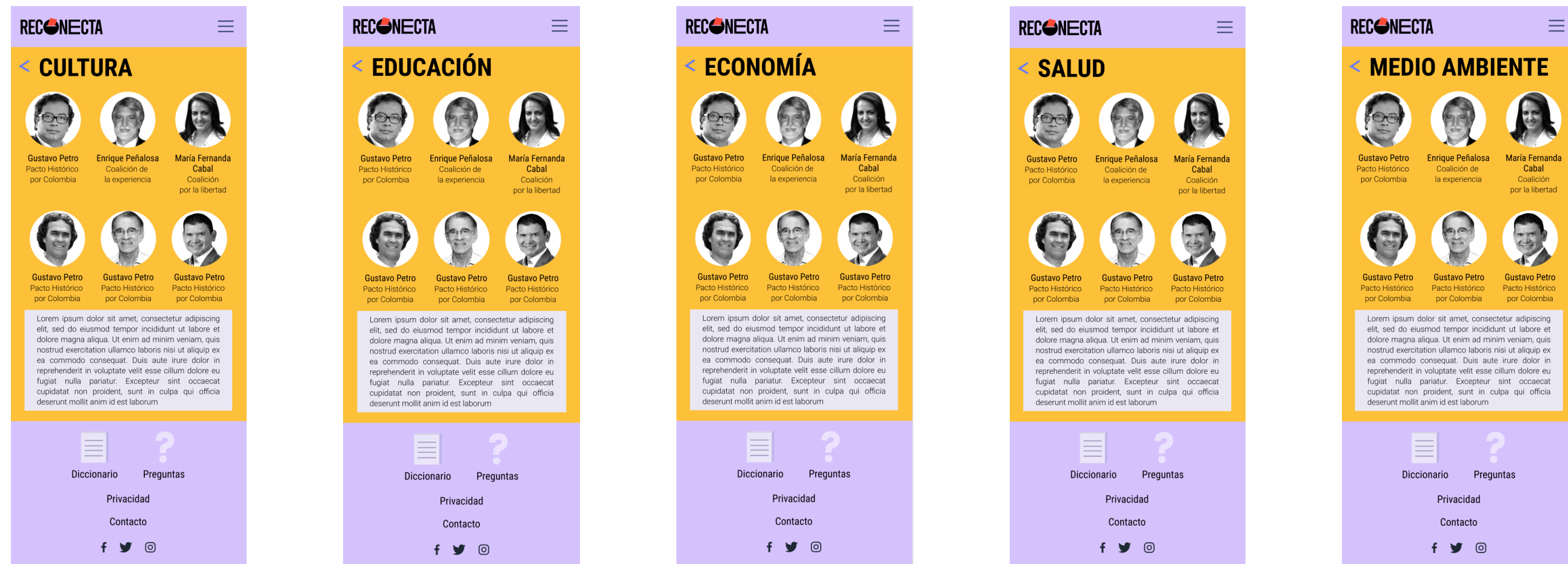


Prototipado de alta fidelidad - Prototipo Mobile

Se desarrolló una versión mobile ya que la plataforma será una web responsive.



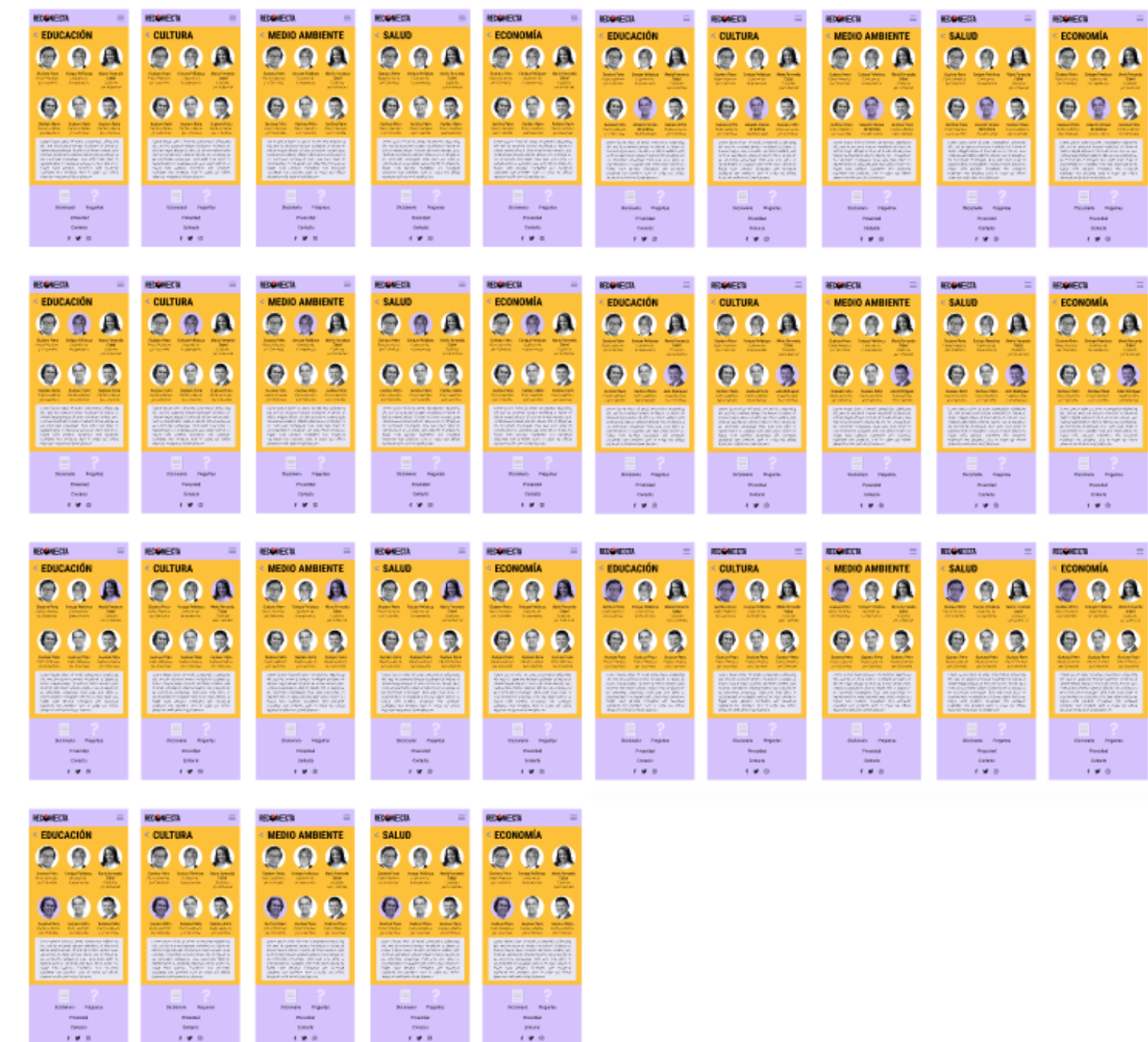
Prototipado de alta fidelidad - Prototipo Mobile



Así se ve un candidato al ser seleccionado



Se desarrollaron 35 pantallas que equivalen a todos las posibles cruces entre candidato y temática



4. EVALUACIÓN

Seguido a la finalización de la fase de diseño se dio inicio a la etapa de **evaluación del prototipo**.

La fase de evaluación se llevó a cabo con el fin de **comprobar** que los usuarios encuentran la plataforma **navegable e intuitiva**, que pueden completar las tareas sin inconvenientes y que en general el producto apela a sus modelos mentales y no plantea recorridos complicados.

Inicialmente se decidió usar el método de **recorrido cognitivo** en el que tres personas expertas realizaron una serie de tareas para posteriormente evaluarlas desde una perspectiva de usuario. A partir de esta actividad los tres participantes expertos realizaron una **evaluación heurística** partiendo de los 10 principios de usabilidad Nielsen.

Con esta información debidamente recopilada, se dio inicio a una serie de tests de usuarios en los que los participantes completaron tareas dentro de la plataforma, esto permitió ubicar posibles dificultades en los recorridos realizados por los usuarios. Los participantes fueron brevemente entrevistados sobre las tareas realizadas después de completar el test.

Además de esto los participantes completaron un cuestionario cuyos resultados fueron evaluados posteriormente con el sistema **SUS (System Usability Scale)** de John Brooke (1986) con el objetivo de medir la eficacia, eficiencia y satisfacción de los usuarios frente a la plataforma.

A partir de la información recogida y las problemáticas localizadas, se iteró el prototipo.

4.1 Recorrido cognitivo y evaluación heurística

Objetivos

- **Evaluar** la plataforma desde una perspectiva experta la usabilidad a partir de los estándares de la industria.
- **Encontrar** posibles mejoras en el diseño, diagramación y jerarquía de los elementos gráficos que componen el prototipo.
- **Cuestionar** la navegación de la plataforma para poder encontrar posibles fallos en función de su mejora.

Perfil de personas usuarias

En las dos actividades participaron 3 estudiantes del máster Universitario de Interacción y Experiencia de usuario de la UOC. Las tres personas se encuentran actualmente realizando el TFM del máster y cuentan con las herramientas necesarias para hacer una evaluación experta.

Fechas

La actividad se realizó del 1 al 5 de diciembre de 2021.

Logística

Los participantes fueron convocados a través de WhatsApp, se les hizo llegar una tabla de excel a completar en la que debían realizar las dos actividades; la primera consistente en un recorrido cognitivo en el que debían completar 5 tareas descritas paso a paso. Antes de realizar la actividad se fijaron **happy paths** para cada tarea, información con la que también contaron durante el ejercicio.

La segunda actividad consistió en una evaluación heurística basada en la experiencia del recorrido cognitivo, esta evaluación heurística se realizó a partir de los 10 principios de usabilidad de Nielsen. A partir de los resultados de estas dos actividades se hizo un análisis para una posterior mejora del prototipo.

Paseo Cognitivo

El recorrido o paseo cognitivo es un método que generalmente se utiliza en la **fase de evaluación de un producto** con la que una serie de expertos **completan tareas** con el prototipo a probar. A partir de esta actividad se indaga con los expertos sobre su experiencia desde la perspectiva de usuario.

Participantes

Tres estudiantes del máster Universitario de Interacción y experiencia de usuario de la UOC que actualmente realizan su TFM.

Tareas

Los participantes completaron las siguientes tareas:

1. **Buscar** propuestas de candidatos en la versión Desktop, en concreto qué propone Gustavo Petro sobre Medio Ambiente.
2. **Buscar** propuestas de candidatos en la versión Mobile, en concreto qué propone Gustavo Petro sobre Medio Ambiente.
3. **Explorar** la sección de Cuándo Votar y poner una alarma enviando el formulario.
4. **Entrar** a leer el Manifiesto.
5. **Encontrar** cómo votar paso a paso y acceder al link de la registraduría.

Para la realización del ejercicio y la ejecución de las tareas, se propuso a los expertos completar un *happy path*, es decir una lista explícita de acciones que sirve como guía en realizar las tareas de forma directa y sin equivocaciones, para posteriormente hacer apreciaciones sobre los recorridos.

Paseo Cognitivo - Análisis

Tarea 1. Propuestas de candidatos Desktop

En la primera tarea se recalca por parte de los expertos la importancia de ubicar al usuario en su navegación, resaltando la falta de títulos en la sección de propuestas de los candidatos. De la misma manera resaltan comentarios más prácticos como el fallo en llenar (temporalmente) las cajas de texto con Lorem Ipsum ya que no ofrecen una visión real de cómo funcionarían los textos una vez el prototipo esté terminado.

"Añadir título a la página, ya que además es necesario a nivel de SEO"

"Los textos Lorem Ipsum no están recomendados para los prototipos de alta fidelidad porque añaden carga cognitiva. Quizá pondría textos reales aunque sea en el primer párrafo de las páginas que se vayan a testear."

Tarea 2. Propuestas de candidatos Mobile

En la tarea consistente en encontrar la propuesta sobre Medio Ambiente de Gustavo Petro, los expertos apuntan que los botones pueden perderse en la navegación ya que parecen, en muchas ocasiones, el cuerpo de texto que se ha resaltado. Esto dificulta llegar concluir que se puede clicar en ellos. Este comentario es aplicable a la totalidad del prototipo.

También un par de expertos coinciden en que en la versión Mobile de las propuestas de candidatos debería ser más sencillo acceder a diferentes temáticas una vez se esté en la página del candidato sin tener que volver al menú de temas, a lo mejor por medio de pictogramas o botones desde las pantallas de los candidatos . Esto ayudaría a hacer el sistema más flexible.

"Me cuesta distinguir los botones del texto"

"Añadir un elemento delante de los candidatos que me ayude a acceder al contenido de la pestaña de medio ambiente siempre que quiera."

Paseo Cognitivo - Análisis

Tarea 3. Cuándo Votar y alarma

Los expertos coinciden en esta tarea en que no se entiende del todo a qué nos referimos al dar la opción de poner una alarma, esto puede deberse a que no hay ayudas gráficas o texto explicativo que acompañen la función. De la misma manera apuntan que acceder a la opción a la alarma se hace largo y tedioso ya que hay que avanzar mucho en el scroll para llegar a ella. En cuanto al envío del formulario, apuntan que el modal de confirmación de envío se pierde por su color, pero también que a lo mejor no es totalmente necesario agregar un modal sobre otro, y sugieren la posibilidad de reemplazar este modal por un texto integrado en el formulario una vez enviado.

-“Hay que hacer mucho scroll para encontrar el botón. Añadiría una opción en cada apartado, para seleccionar que alarma quieres poner”

“Hay un botón de llamada a la acción pero quizá pondría textos y/o imágenes para hacerlo más autoexplicativo” “Añadir mas elementos gráficos y textos en esa llamada a la acción, por ejemplo una frase explicando en qué consiste la alarma.” “A simple vista puede no quedar claro del todo que es poner una alarma.”

“Parece raro que haya un modal sobre otro modal, quizá no sea necesario dejar el modal con el formulario una vez enviado, simplemente pondría el texto de confirmación en donde estaba el formulario y haría el texto más explicativo, por ejemplo: “La alarma se ha activado correctamente. Cuando se acerquen las fechas serás avisado a través de un email”” “La imagen de se ha enviado correctamente casi no se ve porque tiene el mismo color.”

Tarea 4. Encontrar el Manifiesto

Una vez más se hace un apunte sobre un call to action, este debería llamar a una acción concreta para que el usuario entienda sin problema y de manera directa la acción a la que le llevará seleccionar la función. En este caso se resalta la necesidad de hacer el texto de Manifiesto más explícito.

“En el botón pondría poner “leer manifiesto””

Paseo Cognitivo - Análisis

Tarea 5. Cómo votar paso a paso y link registraduría

En la sección de Cómo votar paso a paso, en uno de los pasos se da la opción de ingresar a un link de la registraduría de Colombia. Este tipo de textos pueden perderse si no se les da otro formato que haga que el usuario se percate de la opción de usarlo. Pasa lo mismo que con los botones, es necesario que visualmente destaque recurriendo a cuestiones formales como su peso, escala, color o cualquier otra ayuda visual que ayude a diferenciarlo.

“Quizá destacaría mas el link poniendo la fuente un poco más negrita”

Evaluación heurística

Una evaluación heurística es la valoración de un producto o servicio por parte de una serie de **expertos** en el área partiendo de una serie de principios de usabilidad, en este caso los 10 principios de usabilidad de Nielsen.

Participantes





































En esta actividad participaron las tres mismas personas expertas que hicieron el recorrido cognitivo.

Principios

Como se ha dicho anteriormente, la evaluación se basó en los 10 principios de usabilidad de Nielsen que son los siguientes:

1. Visibilidad y estado del sistema
2. Relación entre el sistema y el mundo real
3. Control y libertad del usuario
4. Consistencia y estándares
5. Prevención de errores
6. Reconocer antes que recordar
7. Flexibilidad y eficiencia de uso
8. Estética y diseño
9. Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores
10. Documentación de ayuda

Evaluación heurística

Principio	Si	No
Visibilidad y estado del sistema		
- El usuario entiende dónde está en todo momento		 
- El usuario entiende lo que está haciendo y qué pasos debe seguir	  	
- Las secciones incluyen la ubicación o sección en la que el usuario se encuentra		  
Relación entre el sistema y el mundo real		
- El sistema usa conceptos y palabras familiares para el usuario	  	
- El sistema usa convenciones del mundo real y la información aparece en orden lógico y natural	  	
- Los iconos responden a la acciones que el usuario espera	  	
Control y libertad del usuario		
- Los usuarios tienen la posibilidad de salir o volver si realizan una acción que no pretendían, sin hacer un recorrido largo	 	
- La plataforma facilita al usuario moverse libremente y acceder a la información sin hacer recorridos complicados	  	
Consistencia y estándares		
- La plataforma sigue las convenciones de la industria	  	
- Los botones indican las acciones que deberían con claridad	 	
- Los usuarios pueden navegar sin confusiones porque las convenciones concuerdan con el estándar de las plataformas digitales	  	
Prevención de errores		
- Los recorridos para acceder a la información son claros y concisos y previenen al usuario de cometer errores	  	

Evaluación heurística

Principio	Si	No
Reconocer antes que recordar		
- El sistema no es complejo al usarse por primera vez		
- Los menús son de fácil acceso desde cualquier pantalla		
Flexibilidad y eficiencia de uso		
- El sistema muestra siempre la posibilidad de acceder a páginas principales sin importar en qué lugar de la navegación		
- El usuario puede tomar diferentes vías para acceder a la misma información		
Estética y diseño		
- Las interfaces constan de la información necesaria sin excederse o mostrar datos inútiles y que sobrecarguen las		
- Los recursos gráficos usados en las pantallas apoyan el objetivo de comunicación de cada una de ellas		
Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de los errores		
- Los errores se muestran con iconos o ayudas visuales que ayudan a los usuarios a reconocerlos		
Documentación de ayuda		
- El usuario tiene acceso a Ayuda y documentación		
- El usuario cuenta con textos que le ayudan a completar las tareas		

Evaluación heurística - Análisis

Visibilidad y estado del sistema

Se reitera la necesidad de que todas las secciones incluyan la ubicación o sección en la que el usuario se encuentra. Es fundamental que los usuarios sepan en qué parte de los recorridos de encuentran, la falta de esto puede llevar a confusiones y posiblemente al abandono de la plataforma.

"En 'propuestas de los candidatos' no hay título de la página"-

"En algunas secciones no queda del todo claro." "Cuando esta en 'Encuentra las propuestas' no hay título"

Control y libertad del usuario

Al igual que en la tarea 2 del recorrido cognitivo, los expertos apuntan que en la versión Mobile no hay manera de ingresar a las diferentes temáticas y propuestas una vez se está en la pantalla de un candidato específico. El recorrido es tedioso y largo, se debe volver a la sección de temáticas y el usuario pierde libertad en sus acciones al existir sólo este recorrido para completar la tarea.

"Salvo en las propuestas de candidatos que para volver a ver el texto de introducción de 'Medio ambiente' una vez has mirado un candidato, hay que salir y volver a la portada de las propuestas."

"Cuando esta en Encuentra las propuestas no se puede tirar para atras."

Evaluación heurística - Análisis

Consistencia y estándares

Los expertos apuntan que algunos Call to Action deben cambiar y ser más directos para evitar confusiones por parte del usuario. Específicamente hablan de "Manifiesto", en este hace falta una acción que indique al usuario lo que debe hacer.

De la misma forma, apuntan que los botones no destacan o se diferencian lo suficiente como para que el usuario entienda que puede utilizarlos.

"En la portada pondría quizá "Ver Manifiesto" en vez de "Manifiesto"."

"Cuesta diferenciar los botones del texto"-

Flexibilidad y eficiencia de uso

Los expertos encuentran alguna dificultad en volver a la home desde algunas secciones. Esto debe esclarecerse para que el usuario gane libertad y el sistema flexibilidad. El usuario debería tener claro siempre cómo ir de nuevo al punto de partida.

"No queda claro como ir a la home"

Estética y diseño

Una de las funcionalidades que más opiniones generó en cuanto al diseño y estética, fue la de poner una alarma. Se hace la recomendación de eliminar el modal de confirmación de envío e integrarlo en el formulario, o esclarecer la finalidad de enviar los datos.

"Añadiría gráficos de apoyo y algún texto explicativo en torno al botón de poner una alarma."

4.2 Test con usuarios

Objetivos

- **Identificar** los aciertos y desaciertos en el planteamiento del prototipo.
- **Comprobar** que la navegación e interfaces diseñadas en el producto funcionan y encontrar los posibles obstáculos que hacen que el usuario no pueda completar las tareas o se le dificulte.

Perfil de personas usuarias

El test se llevó a cabo de manera remota con 5 participantes, tres en representación del grupo principal (de 18 a 25 años) y dos en representación del secundario (de 26 a 40 años), los participantes se eligieron en base al screener.

Las personas participantes comparten las siguientes características:

- Estudios básicos o superiores
- Colombianos
- En edad de votar
- Entienden español
- Se desenvuelven tecnológicamente
- Tienen conexión a internet en casa

Fechas

Los test con usuarios se realizaron entre el 7 y el 15 de diciembre de 2021

Logística

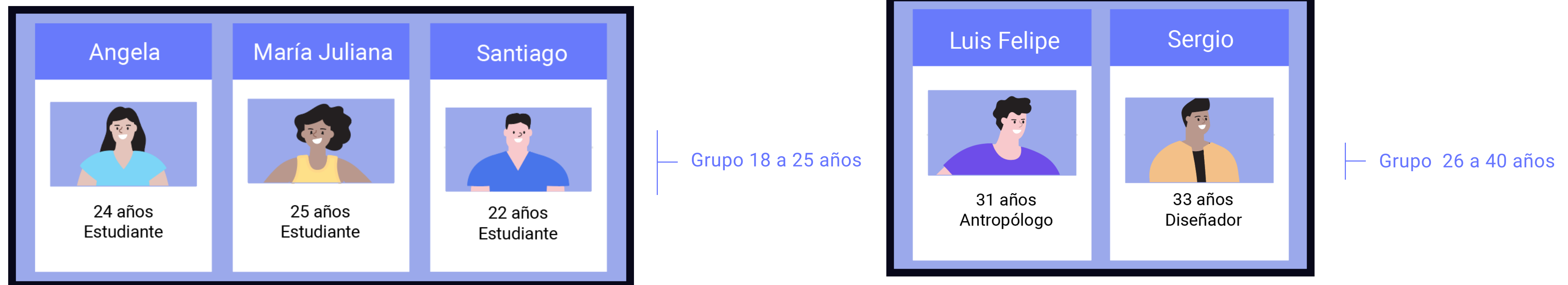
Se contactó a los participantes por whatsapp y se les hizo llegar un screener que detalla información sobre el proyecto. A partir de esto se verificó que los usuarios cumplieran con los requisitos necesarios como tener conexión a internet y opción de acceder a plataformas de vídeo conferencia y se programó la entrevista con cada uno de ellos de acuerdo a sus preferencias. Se envió un mail con el link del prototipo a probar y el documento de confidencialidad para que confirmaran su consentimiento en participar del estudio. Después de cada test se les hizo llegar un cuestionario “post test” de tipo SUS con la finalidad de obtener información más detallada sobre la experiencia del uso del prototipo, los resultados de estos cuestionarios fueron analizados posteriormente en una tabla SUS.

Test con usuarios

El ejercicio de test con usuarios sirve para **probar el prototipo con posibles usuarios reales** y comprobar si la navegación es entendible y si estos pueden alcanzar sus cometidos dentro de la plataforma. Así mismo permite ubicar posibles problemáticas para su posterior corrección.

En este test con usuario se propusieron 5 tareas que los participantes completaron y sobre las que posteriormente fueron interrogados.

Participantes



Tareas

El test de usabilidad cada tarea se acompañó de una serie de preguntas semi-estructuradas que ayudaron a recoger también información cualitativa.

Las tareas a completar fueron las siguientes:

1. Entrar al Manifiesto.
2. Explorar los pasos para votar.
3. Ver cuándo votar y enviar el formulario de Alarma.
4. Encontrar las propuestas sobre Medio Ambiente de Gustavo Petro.
5. Encontrar las propuestas sobre Medio Ambiente de Gustavo Petro en la versión Mobile.

Test con usuarios - Tareas

A continuación se detalla el guión que fue la base de la actividad, en él se plantea un escenario inicial a partir del cual el participante debía cumplir una tarea. Un vez cumplida la tarea se indagaba sobre su experiencia con el fin de recopilar información más cualitativa.

Tarea 1

Un conocido te habla de una web en la que sabe que se recoge información sobre las votaciones presidenciales de 2022. No te ha dicho mucho más pero te manda el link y entras a explorarla. Quieres saber de qué se trata así que buscas el Manifiesto.

Pregunta: ¿Te parece sencillo leer el manifiesto de la web?

Tarea 2

A través de redes sociales te enteras de la web que recoge toda la información que necesitas saber para votar. Crees que lo tienes claro, pero reconoces que tienes algunas lagunas sobre el proceso de votación. Entras a la página a explorar los pasos para votar.

Pregunta: ¿Te resulta sencillo encontrar los pasos de votación ?

Tarea 3

Ya que estás en la web quieres confirmar cuándo son los días de votación porque no lo sabes con certeza. Entras y te das cuenta que tienes una opción para poner una alarma. Envías el formulario para recordar las fechas cuando se acerquen.

Pregunta: ¿Durante el test has tenido dudas sobre cómo encontrar información sobre cuándo votar?

Tarea 4

Hablas con tus amigos sobre los candidatos y sus propuestas, sobre por quién van a votar, sobre las elecciones del próximo año. Te das cuenta que no tienes argumentos suficientes o no tienes claridad sobre qué propone cada candidato sobre ciertos temas. Consultas la web porque supones que encontrarás información al respecto.

Pregunta: ¿Entiendes fácilmente cómo buscar las propuestas de candidatos según las temáticas y específicamente buscar la sección que se te pidió en la tarea?

Tarea 5

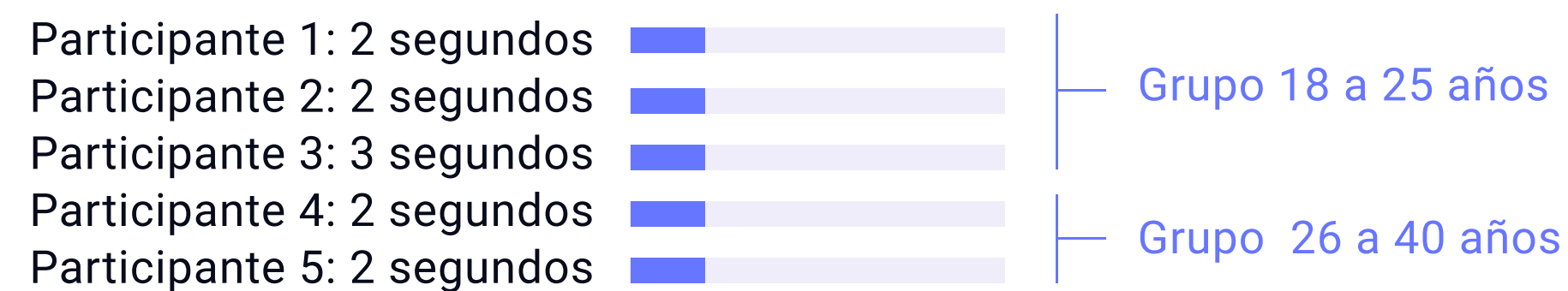
Puedes repetir la tarea anterior en la versión Mobile de la web?

Pregunta: ¿Entiendes fácilmente cómo buscar las propuestas de candidatos según las temáticas y específicamente buscar la sección que se te pidió en la tarea?

Test con usuarios - Análisis

Tarea 1. Entrar al Manifiesto.

Todos los participantes pudieron completar la tarea en una media de 2 segundos sin ningún inconveniente.



Inicialmente la mayoría de los participantes accedieron por medio del botón, pero al pedirles que intentaran otra vía para acceder, lo hicieron por el menú del header sin ningún problema. Sólo un participante accedió primero por el header, esto podría significar que el botón no es del todo diferenciable de los cuerpos de texto, como indican algunas expertas en la evaluación heurística.

A pesar de completar la tarea sin problema, muchos de los usuarios tuvieron dudas en cuanto a la palabra que se usa. El término Manifiesto al parecer es confuso o tiene una carga política y no es del todo neutral, que es lo que se esperaría de la web: neutralidad en su información. También se apuntó por un participante que el Call to action no es totalmente claro y que debería llamar más a una acción concreta, este participante propone agregar la palabra "Ver" como acción al botón.

"Preferiría una sección sobre "quienes somos" o de qué se trata el proyecto en vez de manifiesto, cree que la palabra es confusa y tiene carga política"

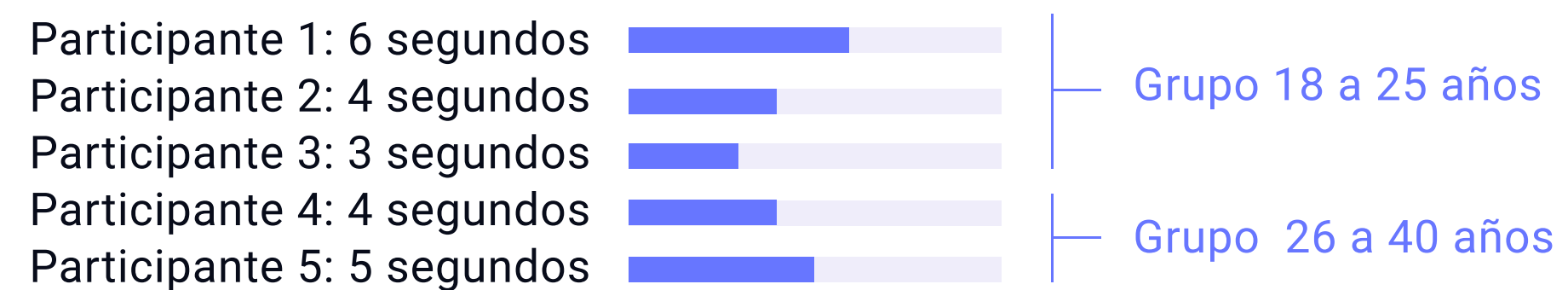
"No entiendo la palabra manifiesto"

"Pondría "ver manifiesto" o algo similar, no se entiende la palabra así sola"

Test con usuarios - Análisis

Tarea 2. Explorar los pasos para votar.

Los usuarios pudieron completar la tarea en menos de 6 segundos.



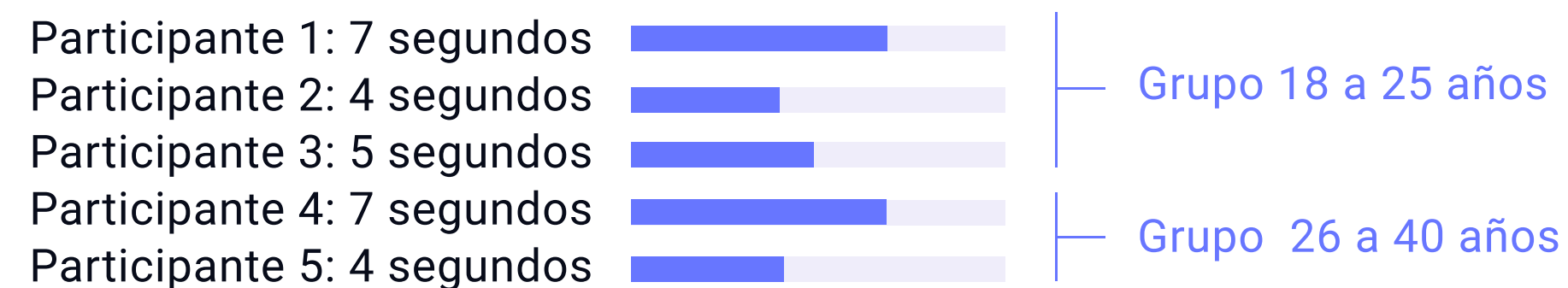
En general no tuvieron problema ni confusiones al acceder al apartado. Sin embargo uno de los usuarios apuntó que no se leen muy bien los textos de contenido debido al grosor de la tipografía, comentario que puede ser usado para el resto del prototipo.

"Los textos descriptivos que sean máximo 2 líneas, textos cuerpo muy finos, más grosor"

Test con usuarios - Análisis

Tarea 3. Ver cuándo votar y enviar el formulario de Alarma.

Todos los participantes pudieron completar la tarea en menos de 7 segundos.



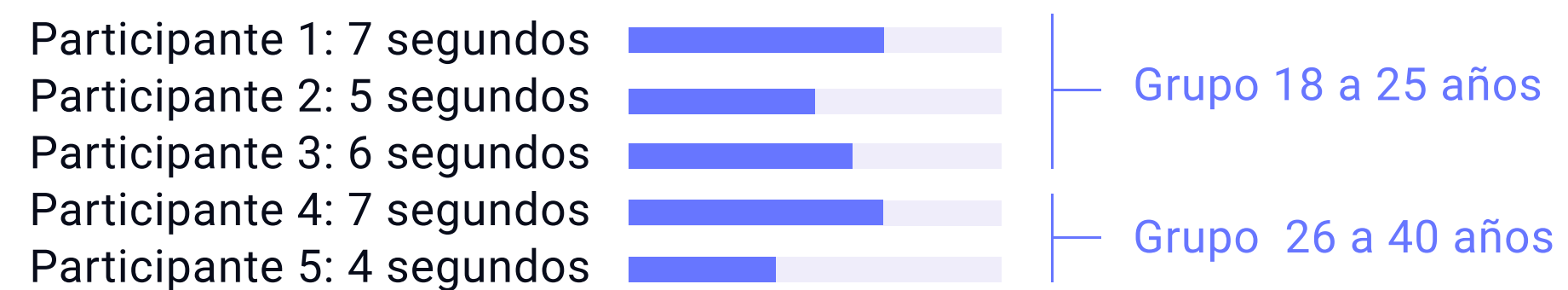
A pesar de que ninguno tuvo inconveniente en la navegación, uno de los participantes indicó que no queda muy claro de qué se trata la funcionalidad o qué alarma se puso. Además como recomendación propone crear un vínculo con el calendario de Apple o Google. El primer comentario coincide con algunos comentarios hechos durante la evaluación de expertos en el que se apuntaba que a simple vista puede que no quede claro qué es poner una alarma. Esto indica un problema importante ya que la funcionalidad podría ser ignorada por falta de entendimiento.

"No queda claro que la alarma se puso. O reemplazar por un calendario.podría conectar con calendario de google o apple"

Test con usuarios - Análisis

Tarea 4. Encontrar las propuestas sobre Medio Ambiente de Gustavo Petro en versión Desktop.

Los participantes tardaron un máximo de 7 segundos en encontrar la propuesta sobre medio ambiente del candidato Gustavo Petro.



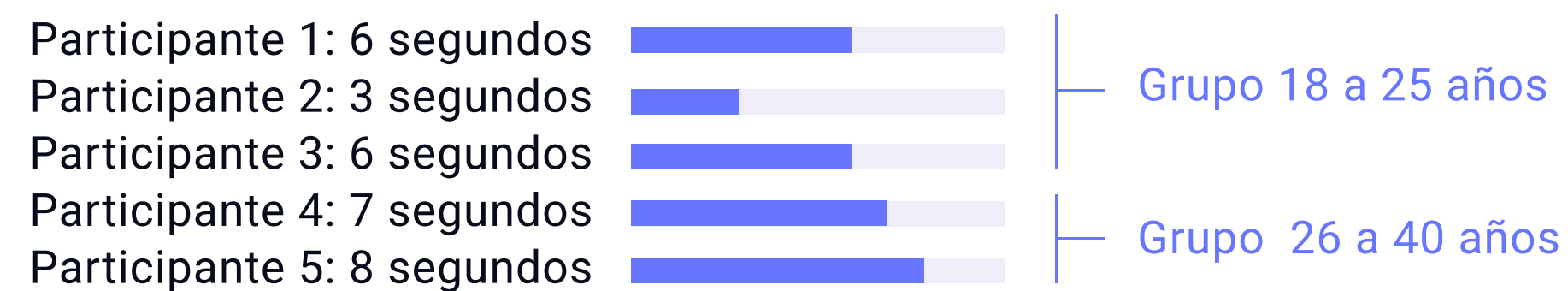
No hubo muchos inconvenientes para los usuarios en llegar al objetivo propuesto. Sin embargo uno de ellos apunta que aunque ha logrado acceder con rapidez, siente que no percibió de manera clara las temáticas y esto le generó confusión. Propone dar más peso o resaltar más las pestañas donde se selecciona el tema sobre el que el usuario quiere consultar para igualar los pesos y dar igual importancia tanto a candidatos como a temáticas.

"Dar más peso a las pestañas de temáticas en propuestas."

Test con usuarios - Análisis

Tarea 5. Encontrar las propuestas sobre Medio Ambiente de Gustavo Petro en la versión Mobile.

Los usuarios tardaron como máximo 8 segundos en encontrar la sección. Todos pudieron acceder a ella sin inconvenientes o confusiones.



Además de evaluar la navegación para acceder a las propuestas de los candidatos en desktop, se hizo también en la versión mobile ya que en esta se plantea de una manera diferente y con una pantalla adicional. Los usuarios no tuvieron problema en hacer el recorrido, pero uno de ellos apuntó que le parece confusa la navegación en mobile de temáticas, propone un texto descriptivo que ubique al usuario en la pantalla en la que sólo se muestran las temáticas sobre lo que está viendo y lo que va a elegir. Propone añadir un texto tipo call to action, por ejemplo "explora las categorías". Este aporte es valioso en cuanto resalta la necesidad de que el usuario no tenga que indagar en absoluto sobre la función de los botones y las acciones que se le proponen, el mensaje debe ser claro e inmediato. Sin embargo se tomará el camino recomendado por una de las expertas, integrar la selección de temáticas en las pantallas de los candidatos, de esta manera se eliminará la pantalla intermedia de temáticas que al parecer es confusa.

"Me parece extraña la navegación en mobile de temáticas, se podría incluir un texto que diga algo así como "Explora las temáticas" "

Test con usuarios - System Usability Scale (SUS)

A continuación se detalla el **cuestionario SUS** que se hizo llegar a los participantes después del test. A partir de este se sacaron resultados de acuerdo a los estándares del sistema.

Responda de acuerdo a la siguiente escala: **1 equivale a "en completo desacuerdo"** , **5 equivale a "completamente de acuerdo"**:

- Creo que me gustará visitar con frecuencia este website.
①②③④⑤
- Encontré el website innecesariamente complejo
①②③④⑤
- Pensé que era fácil utilizar el website
①②③④⑤
- Creo que necesitaría del apoyo de un experto para recorrer el website
①②③④⑤
- Encontré las diversas posibilidades del website bastante bien integradas
①②③④⑤
- Pensé que había demasiada inconsistencia en el website
①②③④⑤
- Imagino que la mayoría de las personas aprenderían muy rápidamente a utilizar el website
①②③④⑤
- Encontré el website muy grande al recorrerlo
①②③④⑤
- Me sentí muy confiado en el manejo del website
①②③④⑤
- Necesito aprender muchas cosas antes de manejarme en el website
①②③④⑤

Test con usuarios - System Usability Scale (SUS)

Resultados SUS

Participante	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	SUS score
P1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	100
P2	5	1	5	1	5	1	4	1	5	1	97.5
P3	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	100
P4	4	2	5	1	5	1	5	1	5	1	95
P5	3	2	4	1	5	2	4	2	4	1	80

- Participante 1: 100% (por encima del promedio de 68%)
- Participante 2: 97,5%(por encima del promedio de 68%)
- Participante 3: 100% (por encima del promedio de 68%)
- Participante 4: 95% (por encima del promedio de 68%)
- Participante 5: 80% (por encima del promedio de 68%)

De acuerdo a los resultados obtenidos a partir del sistema SUS el sistema es **eficiente** y los usuarios lo perciben de manera positiva. La tasa de éxito es en todos los casos mayor a un 68%, se puede catalogar la plataforma como apropiada dentro de los estándares de la industria.

4.3 Conclusiones evaluación

Se puede concluir que el resultado de la fase de evaluación fue muy **positivo** en general. Los usuarios hallaron la página entendible, sencilla de manejar y encontraron en ella información útil y concreta.

De manera general todos los participantes, tanto los expertos como los usuarios pudieron completar las tareas planteadas en la evaluación. Sin embargo se localizaron una serie de problemáticas a corregir, sobre todo desde el análisis de expertos. Ninguno de los errores identificados impiden la navegación o la ejecución de las tareas, por eso no son inconvenientes críticos pero las limita y las hace un poco más complejas, es por esto que se han realizado cambios al prototipo en base a las conclusiones de la evaluación.

El resultado final se puede ver en el siguiente prototipo:

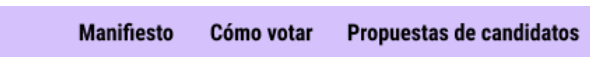

Desktop: <https://www.figma.com/proto/fILuLR5EajQy6siL1Zs8/Plataforma-Reconecta?node-id=363%3A14275&scaling=min-zoom&page-id=199%3A4074&starting-point-node-id=363%3A14275>

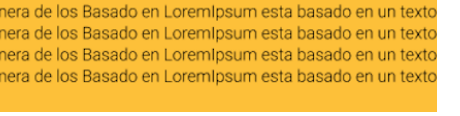
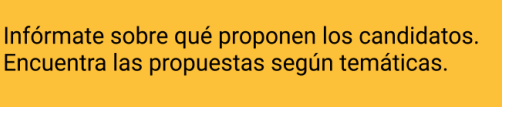




Mobile: <https://www.figma.com/proto/fILuLR5EajQy6siL1Zs8/Plataforma-Reconecta?node-id=250%3A4838&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=250%3A4838&show-proto-sidebar=1>

Mejoras

Prioridad Alta	Prioridad media	Prioridad baja
<ol style="list-style-type: none">1. Diseño: se han modificado los botones con la finalidad de destacarlos un poco más y diferenciarlos del todo de los cuerpos de texto.2. Diseño: Se han añadido títulos en todas las secciones, en algunas hacía falta destacar la ubicación en la navegación y los expertos fueron muy enfáticos en la importancia de que el usuario esté siempre situado.3. Cuándo votar: Se ha especificado con un texto la finalidad de enviar una alarma y en qué consiste la función.4. Manifiesto: Se ha cambiado la sección de Manifiesto por una sección llamada "Sobre Reconecta". Se ha modificado también el contenido del texto.5. Diseño: Se han modificado algunos Call to action, principalmente los de los botones, haciendo el mensaje más directo y evocando acciones específicas.	<ol style="list-style-type: none">6. Diseño: La tipografía de los cuerpos de texto se modificó con la finalidad de darle más protagonismo y hacerla más legible.7. Propuestas: En la versión Mobile en la sección de propuestas, se han añadido botones que permiten al usuario entrar a las diferentes temáticas una vez esté en la sección de candidatos, así no tiene que volver a la pantalla menú de temáticas. Al realizar este cambio se ha eliminado dicha pantalla al volverse innecesaria.8. Diseño: Se han añadido flechas para volver a pantallas anteriores por petición del tutor.	<ol style="list-style-type: none">9. Propuestas: Se le ha dado más peso a las pestañas con temáticas de la versión Desktop.10. Cuándo votar: Se ha integrado la confirmación de envío al formulario y se ha eliminado el modal sobre el formulario una vez enviados los datos.11. Diseño: Se ha ampliado el logo de la web haciéndolo más perceptible para que el usuario sepa siempre cómo volver a la Home.12. Pasos para votar: Se ha dado más grosor al link de la Registraduría.

4.4 Iteración

Antes	Iteración
<p>1</p> 	<p>Botones con sombra que destacan más</p> 
<p>2</p>  	<p>Ubicación clara</p> <p>Título de sección en todas las pantallas</p> 
<p>3</p> 	<p>Introducción al formulario</p> 
<p>4</p> 	<p>Cambio de título y contenido. "Sobre" en vez de "Manifiesto"</p> 
<p>5</p>	<p>Textos modificados. Verbos en infinitivo</p>

Antes	Iteración
<p>6</p> 	<p>Infórmate sobre qué proponen los candidatos. Encuentra las propuestas según temáticas.</p> 
<p>7</p>  	<p>Tipografía de cuerpo de texto más gruesa y a mayor escala</p>  <p>Menú de temáticas integrado en vez de pantalla intermedia de temáticas en versión Mobile</p>
<p>8</p> 	<p>Flechas para volver</p> 

Antes	Iteración
<p>9</p> 	<p>Más peso a pestañas con temas en versión Desktop</p> 
<p>10</p> 	<p>Texto de confirmación integrado en formulario y no en un modal adicional</p> 
<p>11</p> 	<p>Ampliación de logo en header</p> 
<p>12</p> 	<p>Grosor al link de la Registraduría</p> 

5. Conclusiones

Teniendo en cuenta el contexto planteado en la investigación en el que se evidencia un país con muy poca participación electoral a lo largo de su historia, se me antojaba urgente proponer para este trabajo final una herramienta que ayudara a facilitar la concreción de la participación por parte de los jóvenes en las elecciones presidenciales.

Una problemática social de este calibre es consecuencia de múltiples factores en los que se intentó indagar en la investigación. Es evidente que la falta de votación no se resuelve sólo con la creación de una plataforma digital, sin embargo contar con un instrumento de este tipo puede llegar a **aportar claridad y facilitar el entendimiento** a los usuarios sobre toda la información que requiere un ciudadano en época de elecciones.

La **fase de investigación** fue muy provechosa, tuve acceso a información muy valiosa por parte de todos los participantes y me permitió llegar a conclusiones que no me esperaba, además de replantearme preconceptos que incluso **modificaron algunos de los objetivos iniciales**. La fase de investigación culminó con la conclusión de que Reconecta debía ser un **facilitador de información** y no una herramienta para el convencimiento; a pesar de las cifras investigadas sobre abstencionismo electoral en Colombia, la investigación dio a entender que la juventud actual es mucho más política, preocupada por el contexto social y casi en su totalidad están convencidos de votar. A partir de estos datos se concluyó que la plataforma tenía que convertirse entonces en una herramienta que aclarara, acercara e hiciera amable y sencilla la información sobre votación, tenía que ser un **punto entre la intención y la acción**.

La planificación se siguió con bastante rigurosidad excepto en las etapas en las que se involucraba a usuarios, ya que dependiendo de su disponibilidad se alteraba de vez en cuando el calendario haciendo complicada la logística. Adicional a esto, aunque se plantearon dos grupos de usuarios - es decir dos muestras de edad - para la investigación, fue mucho más sencillo pactar horarios y contar con el grupo secundario (de 25 a 40 años) para participar. No se tuvo la participación esperada por parte de los jóvenes que constituyen el target principal y el foco de este proyecto. Un ejemplo de esto es el Affinity Mapping que no tuvo los participantes pensados a la hora de idear el taller, asistieron a este solo personas del grupo secundario y no del principal. Este hecho puede generar un sesgo en la investigación, pero logísticamente y por tiempos no pudo resolverse, no obstante se intentó extraer información útil de esta actividad

En cuanto a la metodología, en la mayoría de fases en las que fue posible se hizo uso de herramientas que proporcionaran información tanto **cuantitativa** como **cualitativa**. En general la metodología tiene un sentido conjunto y los resultados de cada etapa influyeron, aportaron o modificaron la siguiente.

El objetivo general del proyecto se cumplió, se creó una herramienta que facilita a los ciudadanos más jóvenes el acceso directo a toda la información requerida para votar. Así mismo se cumplió con el objetivo de indagar en las razones de la falta de voto, lo que llevó a puntualizar prioridades, definir y estructurar de una mejor manera la información contenida en la plataforma.

En general **los usuarios encontraron la web muy útil durante la evaluación y la usaron con facilidad**. Queda pendiente completar la información de todos los candidatos cuando se haga pública y terminar funcionalidades como el diccionario. Como conclusión final, Reconecta es una herramienta con mucho potencial, el prototipo podría extrapolarse a otro tipo de escenarios como elecciones locales y de congreso, aportando su parte en el complejo contexto político colombiano.

6. Bibliografía

- Brooke, John (1995, noviembre) "SUS: A quick and dirty usability scale" [consultado el 3 de diciembre de 2021] <https://www.researchgate.net/publication/228593520_SUS_A_quick_and_dirty_usability_scale>
- Clifford, Catherine (2020, 6 de noviembre) "'I don't plan to vote ever again': The psychology of why so many people don't vote, even in 2020" CNBC [consultado el 26 de septiembre de 2021] <<https://www.cnbc.com/2020/10/30/why-people-choose-not-to-vote.html>>
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi (2018, 15 de junio) "Mapeando la abstención electoral de Colombia en el siglo XXI" [consultado el 27 de septiembre de 2021] <<https://igac.gov.co/es/noticias/mapeando-la-abstencion-electoral-de-colombia-en-el-siglo-xxi>>
- Nielsen, Jakob (1994, 24 de abril. Actualizado en 2020, 15 de noviembre) "10 Usability Heuristics for User Interface Design" [consultado el 1 de diciembre de 2021] <<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>>
- Registraduría Nacional del Estado Civil (2013, diciembre) "Abstencionismo electoral en Colombia: una aproximación a sus causas" [consultado el 26 de septiembre de 2021] <https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/CEDAE_-_Abstencionismo_electoral_en_Colombia.pdf>
- Sánchez, Santiago (2021, 24 de junio) "El país que desterró los consensos". El País [consultado el 25 de septiembre de 2021] <https://elpais.com/elpais/2021/06/19/3500_millones/1624054336_120818.html>
- Symonds, Alexandria (2020, 8 de octubre) "Why Don't Young People Vote, and What Can Be Done About It?" [consultado el 24 de octubre de 2021] <<https://www.nytimes.com/2020/10/08/upshot/youth-voting-2020-election.html>>
- Van den Besselaar, Peter (2004) "Internet Voting Technologies and Civic Participation: The Users' Perspective" [consultado el 19 de octubre de 2021] <https://www.academia.edu/24696770/Internet_Voting_Technologies_and_Civic_Participation_The_Users_Perspective>

7. Anexos - Encuesta inicial fase de investigación

Encuesta sobre votación

Este cuestionario hace parte de un proyecto pensado para ayudar a los ciudadanos colombianos a entender y ejercer su voto en las próximas elecciones presidenciales. Es anónimo y responderlo no te tomará más de 5 minutos. ¡Gracias por participar!

1. Edad

2. Valora de 1 a 5 la importancia que das a votar en las elecciones.

Mark only one oval.

1 2 3 4 5
Nada importante Muy importante

3. ¿Estás interesado/a en votar en las próximas elecciones presidenciales de 2022?

Mark only one oval.

Sí
 No
 Tal vez

4. ¿Cuál es la razón principal por la que NO has votado alguna vez? (presidenciales, locales, congreso)

Mark only one oval.

Desesperanza o resignación
 Falta de tiempo
 Desinformación sobre propuestas de los candidatos
 Pereza
 No sé cómo hacerlo
 Siempre he votado
 Otra

5. ¿Sabes cuál es tu lugar de votación?

Mark only one oval.

Sí
 No
 Tal vez, no lo tengo totalmente claro

6. En caso de que no sepas cuál es tu lugar de votación ¿sabes dónde buscar la información?

Mark only one oval.

Sí
 No
 Tal vez, no lo tengo totalmente claro

7. Si tienes que inscribir la cédula para votar ¿sabes cómo hacerlo?

Mark only one oval.

Sí
 No
 Tal vez, no lo tengo totalmente claro

8. ¿Cuáles de estas fechas tienes claras?

Mark only one oval.

La fecha de votación
 Los plazos de inscripción de cédula
 Fecha de votación y plazo de inscripción de cédula
 No tengo clara ninguna fecha

9. Cuando quieres informarte sobre un partido o candidato y sus propuestas ¿dónde buscas?

Check all that apply.

Internet
 Redes sociales
 Televisión
 Pregunto a amigos, familiares o conocidos
 No me interesa
 Otra

Anexos - Documento Card Sorting

Bienvenido/a

Bienvenido a este estudio de OptimalSort.

Esta actividad debería durar entre 5 y 10 minutos. Tus respuestas ayudarán a organizar el contenido de una plataforma pensada para ayudar a los ciudadanos a votar en las próximas elecciones presidenciales.

¡Gracias por participar!

Continue

OptimalSort View instructions Leave a comment Finished

Contáctanos	¿QUÉ PROPONEN LOS CANDIDATOS?	CONTACTO	¿CÓMO VOTAR?
Acciones que anulan mi voto	0 items	0 items	0 items
Fechas de inscripción de cédula			
Pon una alarma para votar!			
¿Dónde voto?			
Diccionario político			
Propuestas sobre medioambiente			
Privacidad			
Síguenos			
Preguntas frecuentes			
Propuestas sobre salud			
Fechas de votación			
Propuestas sobre cultura			
Cómo inscribir la cédula?			
Webs de interés			
Propuestas sobre empleo			
Redes sociales			
Propuestas sobre economía			
Manifiesto del proyecto			
Cómo votar paso a paso			

¿QUÉ PROPONEN LOS CANDIDATOS?

CONTACTO

¿CÓMO VOTAR?

¿CUÁNDO DEBO VOTAR?

SOBRE ESTE PROYECTO

Anexos - Screener

RECONECTA - Screener

Hola, Reconnecta es una web enfocada a dar toda la información necesario sobre votación a los jóvenes para facilitar su proceso de voto. La actividad a la que estás invitado se realizará de manera remota por medio de video-conferencia a través de Zoom y tardará como máximo media hora en la que necesitarás utilizar un ordenador y compartir pantalla. Al finalizarla te haré unas preguntas sobre tu experiencia. El objetivo de este ejercicio es recopilar información sobre cómo se desenvuelven los usuarios con la herramienta.

1. Nombre

2. Edad

3. Tienes internet en casa?

Mark only one oval.

Sí

No

4. Sabes utilizar plataformas de video conferencia?

Mark only one oval.

Sí

No

5. Tienes intención de votar?

Mark only one oval.

Sí

No

Tal vez

6. Te interesa participar en la investigación?

Mark only one oval.

Sí

No

7. Si has marcado sí, te contactaremos vía whatsapp para concretar el día y fecha del ejercicio, mientras tanto puedes marcar un día tentativo para llevarlo a cabo. Te enviaremos un documento de confidencialidad para que estés seguro de que tus datos en esta investigación son privados.

Example: January 7, 2019

Anexos - Documento de confidencialidad Test con usuarios

Documento de confidencialidad

Antes de firmar el siguiente formulario, aclaramos información sobre la investigación. El propósito de este test es entender si el usuario encuentra sencilla y amigable la navegación por la web de eldiario.es, así como detectar errores de navegación, ambigüedades los términos usados en la página, entre otros inconvenientes que puedan desembocar en la insatisfacción final del usuario al usar este sitio web.

Voluntariedad:
Su participación en el test es totalmente voluntaria. En caso de no encontrarse a gusto participando puede hacérselo saber y lo solucionaremos o podrá retirarse.

Información que recolectaremos:
La sesión será grabada en vídeo, esta información es privada. Recolectaremos los resultados de su navegación para ser estudiados y contrastados con los resultados de otros usuarios.

Garantizamos su privacidad:
Todo el material grabado será guardado bajo absoluta confidencialidad, nunca se harán públicas ni serán exhibidas con propósitos comerciales o de cualquier otro tipo.
Si emitimos reportes o documentos que puedan incluir algunas de sus respuestas, estas serán mostradas como anónimas y su identidad nunca será revelada.

Al terminar la entrevista el investigador le proporcionará una copia de este formulario. Si quisiera eliminar este consentimiento contacte con la persona encargada de la entrevista y eliminaremos sus datos sin inconveniente.

Investigadora:
Nelly Ragua Miranda nragua@uoc.edu

Por favor firme este formulario si aprueba hacer parte de la investigación y marque las casillas con las que está de acuerdo.

1. Confirmando que entiendo el propósito de la investigación

Mark only one oval.

- Sí
 No

2. Entiendo que mi participación es voluntaria

Mark only one oval.

- Sí
 No

3. Estoy de acuerdo con ser grabado/a en audio y/o vídeo

Mark only one oval.

- Sí
 No

4. Nombre

5. Documento de identidad

6. Firma

7. Fecha

Example: January 7, 2019

Anexos - Cuestionario SUS

RECONECTA - Post test

Responde de acuerdo a la siguiente escala: 1 equivale a "en completo desacuerdo", 5 equivale a "completamente de acuerdo"

1. Nombre y edad:

2. Creo que me gustará visitar con frecuencia este website.

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

3. Encontré el website innecesariamente complejo

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

4. Es fácil utilizar el website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

5. Creo que necesitaria del apoyo de un experto para recorrer el website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

6. Encontré las diversas posibilidades del website bien integradas

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

7. Hay demasiada inconsistencia en el website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

8. Imagino que la mayoría de las personas aprenderían muy rápidamente a utilizar el website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

9. Encontré el website muy grande al recorrerlo

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

10. Me sentí muy confiado en el manejo del website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

11. Necesito aprender muchas cosas antes de manejarme en el website

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Madrid, Diciembre 2021