

# Trabajo final de Máster:

## Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX)



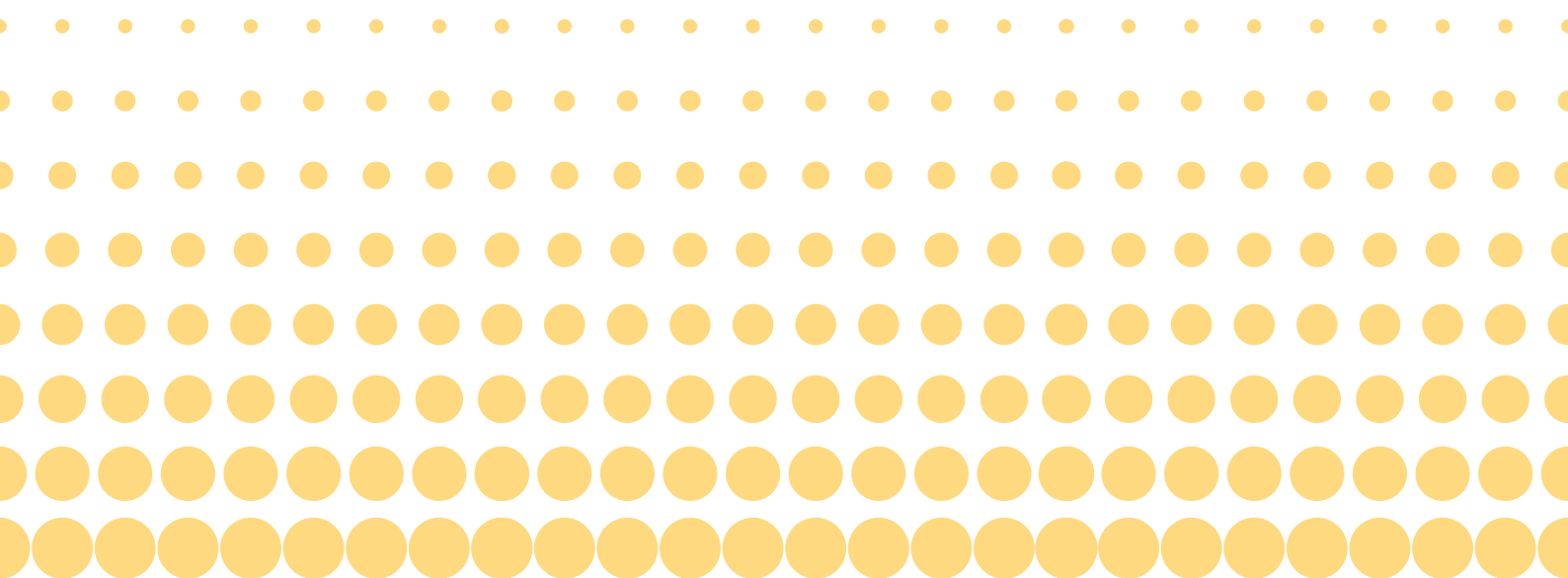
**Curiositas: diseño y conceptualización de una app cultural familiar**

Autora: Amanda Hernando Puig

Tutor del TFM: Jose Antonio Garcia Pamplona

Profesores responsables del TFM: Enric Mor Pera y Ferran Gimenez Prado

22 de Diciembre del 2021



## Agradecimientos

A mis padres Victoria y Alberto por hacer crecer en mí el amor por la cultura y alimentar mi curiosidad.

A mi hijo Artur por dejarme transmitirle la pasión por esa cultura y por ser un niño curioso.

A mi marido Joan por apoyarme cada día en el esfuerzo de acabar el proyecto y el máster.

Y a todos los usuarios, amigos y familiares que me han ayudado en poder realizar todas las pruebas y que me han servido de inspiración.



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

© Amanda Hernando Puig (el autor/a)

Reservados todos los derechos. Está prohibido la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la impresión, la reprografía, el microfilme, el tratamiento informático o cualquier otro sistema, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler y préstamo, sin la autorización escrita del autor o de los límites que autorice la Ley de Propiedad Intelectual.

## FICHA DEL TRABAJO FINAL

**Título del trabajo:**

Curiositas: diseño y conceptualización de una App cultural familiar

**Nombre del autor:**

Amanda Hernando Puig

**Nombre del tutor/a:**

Jose Antonio Garcia Pamplona

**Nombre del PRA:**

Enric Mor Pera y Ferran Giménez Prado

**Fecha de entrega (mm/aaaa):**

12/2021

**Titulación:**

Máster universitario en  
Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX)

**Idioma del trabajo:**

Castellano

**Palabras clave**

DCU (diseño centrado en el usuario)  
Familiar  
Cultura

# Resumen del Trabajo

El presente trabajo de fin de máster, trata sobre la idea y el diseño de una aplicación para dispositivo móvil, llamada Curiositas.

La idea surge a partir de una necesidad entre mi entorno más cercano y sobre la experiencia real de necesidad que tienen los padres de una herramienta, que les permita mantener la curiosidad de sus hijos. Conocer, dialogar y compartir con ellos los momentos de ocio y tiempo libre en familia. Y al mismo tiempo, dar valor e importancia a la cultura y la experiencia familiar.

En definitiva, esta aplicación se basa en una agenda o revista digital con contenidos específicos culturales que sea útil compartir entre un entorno familiar y escolar. Estos contenidos culturales servirán para planificar y obtener ideas, así como mantenerse informado sobre todo lo que nos aporta la ciudad de Barcelona para este tipo de usuario.

Como consecuencia de la pandemia, las aplicaciones han generado una mayor normalidad de uso entre las personas para poder comunicarse y compartir todo tipo de información.

El objetivo de este proyecto, se centra en la investigación sobre la manera en que el usuario se comunica, se interesa y descubre este tipo de temas y cómo se interactúa con la cultura y eventos familiares. Comprender cuáles son las temáticas en las que el público objetivo está más interesado, y de qué manera, se pueden obtener ideas, recomendaciones e información que no conocíamos, cómo podemos compartirlas con nuestro entorno y así ayudar a incentivar la cultura entre nosotros y nuestra familia.

## Abstract

This master's thesis deals with the idea and design of an application for mobile devices, called Curiositas.

The idea arises from a need in my closest environment and on the real experience of the need that parents have for a tool that allows them to keep their children's curiosity. Know, talk and share with them the moments of leisure and free time as a family. And at the same time, give value and importance to culture and family experience.

In short, this application is based on a digital agenda or magazine with specific cultural content that is useful to share between a family and a school environment. These cultural contents will be used to plan and get ideas, as well as to stay informed about everything that the city of Barcelona brings us to a family audience.

As a consequence of the pandemic, applications have generated a greater normality of use among people to be able to communicate and share all kinds of information.

The objective of this project is focused on research on the way in which the user communicates, is interested in and discovers this type of topic and how it interacts with culture and family events. Understand which are the topics in which the target audience is most interested, and in what way, ideas, recommendations and information that we did not know can be obtained, how we can share them with our environment and thus help to promote culture among ourselves and our family .

# Índice

## 1. Introducción

1.1. Contexto y justificación del Trabajo.....	2-3
1.2. Objetivos.....	4
1.3. Enfoque, etapas y métodos.....	4-5
1.4. Planificación del trabajo.....	6

## 2. Investigación, definición e ideación

2. Introducción .....	8
2.1. Desk Research.....	8
2.1.1. La Cultura: definición .....	8
2.1.2. La industria Cultural: cambios y necesidades .....	8
2.1.3. La curiosidad.....	9
2.2. Benchmarking.....	10-12
2.3. Encuesta.....	13-14
2.4. Entrevistas.....	15-18
2.5. Insights.....	19
2.6. Conclusiones.....	19
2.7. Introducción definición e ideación.....	20
2.8. Perfil de usuario.....	21
2.9. Personas.....	22-24
2.10. Mapa de empatía.....	25
2.11. Escenarios.....	26
2.12. User journeys.....	27-29
2.13. Lista de requisitos.....	30
2.14. Conclusiones.....	30
2.15. Value proposition canvas.....	31-32
2.16. Lean UX Canvas.....	33
2.17. Insights Value / Lean UX.....	34
2.18. Conclusiones Value/ Lean.....	34

## 3. Prototipado

3. Introducción a la Arquitectura de la Información.....	36
3.1. Inventario de contenidos.....	36
3.2. Card Sorting .....	37-38
3.2.1. Conclusiones y propuestas de mejora .....	39
3.3. Árbol de contenidos.....	40
3.4. Diagramas de flujo.....	41-42
3.5. Sketch.....	43
3.6. Wireframe baja calidad.....	44-45
3.7. Wireframe alta calidad.....	46-50

## 4. Evaluación y fase final

4. Introducción .....	52
4.1. Test con usuarios.....	52-55
4.2. Recorrido cognitivo.....	56-57
4.3. Evaluación heurística.....	58-59
4.4. Actualización del prototipo.....	60-61

## 5. Conclusiones

5.1. Conclusiones finales.....	62
--------------------------------	----

## 6. Bibliografía y referencias

6.1. Bibliografía.....	63
6.2. Bibliografía webs.....	64

## 7. Anexos

7.1. Anexo 1: Encuestas.....	65-71
7.2. Anexo 2: Enlaces.....	72
7.3. Anexo 3: Hoja de consentimiento informado entrevistas.....	73
7.4. Anexo 4: Hoja de consentimiento informado Test usuario.....	74
7.5. Anexo 5: Prototipo final .....	75-83

# Lista de figuras y tablas

## Lista de figuras

Figura 1. Ilustración diseño Canva.....	2
Figura 2. Ilustración diseño Canva.....	3
Figura 3. Ilustración diseño Canva.....	5
Figura 4. Imagen planificación del trabajo.....	6
Figura 5. Imagen diagrama de gantt.....	6
Figura 6. Logo aplicación.....	9
Figura 7. Imagen El Culturista.....	10
Figura 8. Imagen Mammaproof.....	10
Figura 9. Imagen Whatsapp.....	10
Figura 10. Imagen Instagram.....	10
Figura 11. Imagen Dinantia.....	11
Figura 12. Imagen Google.....	11
Figura 13. Imagen encuesta.Google forms.....	14
Figura 14. Persona 1.....	22
Figura 15. Persona 2.....	23
Figura 16. Persona 3.....	24
Figura 17. Mapa de empatía.....	25
Figura 18. User journey 1.....	27
Figura 19. User journey 2.....	28
Figura 20. User journey 3.....	29
Figura 21. Propuesta valor.....	31-32
Figura 22. Lean Ux canvas.....	33
Figura 23. Similarity matrix.....	38
Figura 24. Dendograma.....	38
Figura 25. Árbol de contenidos.....	40
Figura 26. Diagramas de flujo.....	42
Figura 27. Sketch.....	43
Figura 28. Wireframes Miro.....	44-48
Figura 29. Wireframes Figma.....	49-50
Figura 30. Fotografías test.....	54
Figura 31. Ilustración diseño Canva.....	58

## Lista de tablas

Tabla 1. Benchmarking. Elaboración propia.....	12
Tabla 2. Tabla demográfica. Elaboración propia.....	16
Tabla 3. Protoperona. Elaboración propia.....	21
Tabla 4. Inventario de contenidos. Elaboración propia.....	36
Tabla 5. Screener test usuarios.....	52
Tabla 6. Tabla tiempo test. Elaboración propia.....	53
Tabla 7. Recorrido cognitivo. Elaboración propia.....	56
Tabla 8. Problemas. Elaboración propia.....	57

# 1. Introducción

# 1. Introducción

## 1.1 Contexto y justificación del Trabajo

### Diseño y conceptualización de una app cultural familiar

#### Contexto:

##### La situación actual:

La idea de este trabajo nace a raíz de la experiencia de la situación actual que estamos viviendo a causa de la pandemia de la Covid 19.

En el 2020 vivimos confinados unos meses, con restricciones muy duras hasta final del año, provocó un aumento significativo del uso de la tecnología en todos los ámbitos de nuestra sociedad.

Las horas en casa confinados, el cierre de bibliotecas, de museos, de parques y de las escuelas conllevaron a que las familias tuvieran que adaptarse a las tecnologías y usarlas de manera obligatoria en sus hogares. Aumentado el uso de internet y aplicaciones, en sus diversos dispositivos digitales, para poder encontrar, experimentar o compartir cualquier tipo de información. En definitiva, realizando muchas actividades virtuales en su vida cotidiana.

La sociedad se ha adaptado y familiarizado con las diferentes herramientas digitales rápidamente y todas las empresas han tenido que acelerar la mejora y diseños para poder llegar a sus usuarios dando un importante valor a la experiencia de usuario (UX).

Por lo que este contexto pandémico, conlleva que las Apps sean más necesarias que nunca, siempre que su uso nos ayude y nos aporte valor.

##### Cambio de paradigma:

La digitalización de las aulas y de los canales de comunicación escolares ha conllevado un cambio de paradigma en los hábitos de uso en las familias; Como por ejemplo, la aplicación Dinantia, una plataforma que mejora y facilita la comunicación entre la escuela y los padres.

A través de herramientas de este tipo, las familias reciben la información importante teniendo en cuenta las distintas necesidades de cada uno.

Y no solo la educación nos ha obligado a utilizar una app, también en el ámbito cultural como en los museos, se han creado apps específicas que funcionan como las audio guías y donde podemos adquirir las entradas o decidir los itinerarios.

Otro factor clave, es la app de whatsapp: Grupos como el del colegio, grupos de amigos con niños, grupos de familia y de todo tipo, se han apoderado de nuestra cotidianidad y se han convertido en una herramienta de comunicación y de fuente de información imprescindible en el día a día.

##### Las necesidades de los padres:

Vivimos en un contexto donde las prisas forman parte de la rutina en las familias y en muchas ocasiones se puede llegar al colapso y al estrés máximo.

Conciliar la vida laboral y familiar puede convertirse en una odisea y en una carrera llena de obstáculos.

La falta de tiempo y las necesidades de las personas conllevan a una fatiga perjudicial para la curiosidad.

Y mantener esa curiosidad es muy importante para formar a los niños y crear un ambiente saludable en las familias.

Mi experiencia personal, en el entorno escolar y en el ambiente familiar me ha llevado a idear esta aplicación para ayudar a los padres a ganar tiempo y que el tiempo libre que disponemos con nuestros hijos sea divertido, valioso, interesante y que permita ir más allá de la educación que se da en la escuela. La idea de un aplicación que serviría de libro abierto con opciones para poder planificar, experimentar y conocer lo que está pasando o ha pasado en el mundo y en la ciudad.

Porque para poder educar se necesitan estímulos externos que nos aporten herramientas para afrontar el día a día de nuestras crianzas.

##### ¿Cómo se puede estimular y educar a un hijo?

Ha llegado el fin de semana, estamos en 2021 y ahora podemos salir aunque con alguna que otra restricción.

*¿Dónde vamos? ¿Qué hacemos? ¿Qué les puede gustar a nuestros hijos? ¿Qué me gustaría que aprendiese?*

Estas preguntas son lo más habituales en el parque a la salida del colegio o en casa.

*¿Y si diseñamos una herramienta que te tenga informado de las miles de posibilidades que se pueden realizar?*

##### La búsqueda de ideas:

Uno de los objetivos del trabajo es encontrar la mejor fórmula para notificar las ideas, relacionadas con el ámbito cultural, a los padres. Cuales son los tips o los temas que más interesan a estos y como necesitan recibir la información para que sea aprovechable e interesante. Y lo más importante, que esta herramienta sea funcional.

Las redes sociales y las diversas páginas de temática familiar nos pueden aportar ideas y actividades pero tenemos que hacer el esfuerzo de buscar y saber dónde podemos encontrar esa información. Pero, ¿y si está todo en un lugar? ¿Y si no conocías un tema que resulta interesante para el desarrollo de tu hijo y para ti?

La búsqueda puede ser algo muy estimulante o una pérdida de tiempo por lo que este proyecto pretende encender la bombilla a esos padres que por falta de tiempo o de recursos necesitan un lugar que les aporte conocimiento y que les ayude a planificar mejor los temas culturales familiares





## Justificación

### El modelo de agenda familiar: la base

Hace ya mucho tiempo, que mirábamos el Time Out para saber qué ver y qué hacer en nuestra ciudad o en una ciudad internacional. Este modelo de revista era una guía para saber planes y conocer qué hacer en tu ciudad. En la actualidad y relacionado con el sector familiar tenemos dos grandes referentes: el culturista o mammaproof, inspiradores primordiales de este trabajo y que nos servirán para conocer un tipo de opción que puede ser útil para encontrar planes y eventos para las familias. El Culturista es una Agenda cultural y familiar de Barcelona que permite conocer las mejores ofertas de ocio y cultura de la ciudad a través de su web, o bien en formato papel, de manera bimestral y gratuita.

Por otro lado, Mamaproof se define como una guía para descubrir la ciudad con tu tribu. Una guía que da mucha importancia en las experiencias y recomendaciones de madres y padres.

Ninguna de estas dos webs tienen una app, por lo que el objetivo de Curiositas es poder ir más allá de estos dos tipos de generadores de información dirigidos a las familias y diseñar una app original pero basada en la idea de estos facilitadores de contenidos y planes que ya existen en la ciudad de Barcelona.

Los museos y sus actividades familiares, el ocio para público infantil y familiar y las bibliotecas también son lugares en los cuáles se puede encontrar un sinfín de actividades y de temas culturales que tienen cómo función el desarrollo, el estímulo y el aprendizaje entre padres e hijos. Y estos también nos servirán como referente en la investigación.

### Tendencia 2021 en aplicaciones móviles: El porque una App:

De las nuevas tendencias en aplicaciones móviles, la suscripción a contenidos o experiencias premium dentro de las Apps es el modelo de monetización que más está triunfando en el mercado ya que son los usuarios los que pueden decidir cuándo y por qué servicios pagar.

Las aplicaciones culturales como [Google Arts & Culture](#) o los diferentes museos del mundo han optado por contenidos de Realidad Aumentada y Virtual para poder llegar a todos los públicos o para ampliar y mejorar la experiencia de usuario. Por eso es importante incluir estas tecnologías en las apps.

Suscribirte a una newsletter es algo muy provechoso pero es muy probable que leas el contenido y que luego no recuerdes o no lo guardes. En cambio si las ofertas, los temas y los lugares nos llegan a través de notificaciones o informaciones diarias, que recibimos al dispositivo que llevamos siempre encima puede ser un éxito de aplicación y una herramienta útil y con una probable continuidad de uso de la futura App.

Por lo que cuando tengamos todos los requisitos de nuestros usuarios siguiendo las etapas del DCU del proyecto diseñaremos la opción más útil y necesaria para este tipo de usuario. Diseñaremos un producto que nos acercará al interés por aprender, estimular el descubrir y a sorprendernos por cosas nuevas.

### La curiosidad:

Pensamos en la curiosidad que tienen los niños y la curiosidad apagada de los padres cansados.

Pero, ¿y todo lo que como usuarios podemos recordar o aprender? ¿Y todo lo que podemos compartir con nuestros hijos?

La curiosidad es el comportamiento natural de querer saber algo mediante la investigación y el aprendizaje.

¿Y si tenemos una herramienta que nos facilite alimentar esa curiosidad innata?

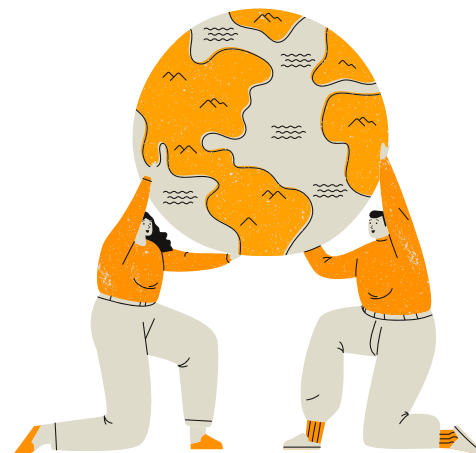
De todo esto es lo que tratará esta investigación. De cómo podemos mantener esta curiosidad en nuestro día a día y cómo podemos conseguirlo.

### Curiosidad= Aprendizaje:

Cuando el niño siente curiosidad por algo se produce una emoción que facilita el conocimiento. ¿Cómo podemos fomentar que sea curioso?

El objetivo es que los padres, los máximos responsables de sus hijos, dispongan de las herramientas necesarias para poder fomentar esa curiosidad cultural.

La curiosidad nos permite ser personas preparadas y con pensamiento crítico. Nos ayuda a reflexionar, entender, empatizar, dialogar y pensar. Y las mentes curiosas son mentes activas por lo que una app que motive y estimule esa curiosidad que llevamos innata nos será útil para poder guiarnos y adentrarnos en este tipo de educación cultural y familiar.



## 1.2 Objetivos

### Diseño y conceptualización de una app cultural familiar

El objetivo general será la conceptualización y el diseño de una app familiar cultural para poder compartir ideas, temas, recomendaciones y planes para familias.

1

Diseñar una App que las personas usuarias (padres) encuentren útil y usable.

2

Introducir todos los ámbitos de cultura a las familias y fomentar el diálogo entre padres e hijos.

3

Ayudar a planificar el tiempo en familia.

4

Investigar el entorno cultural de las familias.

5

Facilitar y estimular el aprendizaje de hijos y padres fuera del ámbito escolar.

6

Optimizar, actualizar y facilitar los contenidos e información sobre actividades, temas y lugares para disfrutar con niños, a los padres.

7

Estimular la curiosidad entre padres e hijos.

8

Facilitar la búsqueda de contenidos familiares.

9

Pensar un modelo de negocio y diseñar una estrategia para nuestro producto.

## 1.3 Enfoque, etapas y métodos a seguir:

### Diseño y conceptualización de una app cultural familiar

#### Enfoque

El proyecto de trabajo final de máster seguirá el enfoque del DCU (Diseño centrado en los usuarios) que es aquel que sitúa a la persona en el centro de todo el proceso.

El diseño centrado en el usuario implica al usuario en todas las fases en las que se desarrolla un producto, desde la conceptualización hasta la evaluación y su objetivo es crear productos que las personas encuentren útiles y usables; es decir, que satisfagan sus necesidades teniendo en cuenta sus características.

El usuario de este proyecto son personas que tienen hijos por lo que desarrollaremos todo el proyecto centrándonos en la figura del padre o madre. Y para descubrir, cuáles son las necesidades de estos usuarios, seguiremos las cuatro fases que se utilizan en cualquier proyecto de diseño centrado en el usuario: investigación, definición, generación y evaluación.

Empezaremos con las etapas de investigación y definición.

La investigación y análisis de los usuarios nos permitirá conocer a las personas que utilizarán la aplicación, sus necesidades, limitaciones y deseos. Es decir los requisitos del proyecto.

La definición es una síntesis de la exploración e investigaciones iniciales y nos permitirá establecer el punto de partida del diseño. La definición busca resolver el problema, identificar las restricciones de trabajo y priorizar los aspectos más importantes para desarrollar el diseño, el modelo de negocio y la estrategia.

Las fases de generación y evaluación son las últimas etapas que junto a toda la información que recopilamos en las etapas anteriores nos llevan a diseñar conceptualmente el prototipo final de lo que será la futura aplicación destinada a nuestros usuarios, los padres.

# Etapas

## Fase 1: Investigación

Investigaremos el contexto y las necesidades del usuario final de nuestro producto a través de los métodos siguientes: *Observación contextual, benchmarking, encuestas y entrevistas.*

## Fase 2: Definición e ideación

En esta fase definiremos el problema y aportaremos ideas concretas que nos ayudaran a definir el producto. Se realizarán las siguientes técnicas: *Personas, Perfil de usuario, Escenarios, Mapa de empatía, User Journeys, Lean UX Canvas y Propuesta de valor.*

## Fase 3: Prototipado

Una vez tenemos definido nuestro proyecto crearemos el prototipo. Para ello, definiremos la *Arquitectura de la información*, la navegación, la estructura, jerarquía y tipología de contenido principal de cada pantalla del prototipo con las técnicas: *Card sorting, Inventario de contenidos, Árbol de contenidos, diagrama de flujo, Sketching, Wireframe de baja calidad, Wireframe de alta calidad.*

## Fase 4: Evaluación

En esta fase de evaluación se descubren errores en todas las fases del proceso lo que permitirá iterar y mejorar nuestro producto o servicio. Para ello, utilizaremos los métodos: *Test con usuarios, Recorrido cognitivo, Evaluación heurística* y finalizaremos con el prototipo actualizado según las conclusiones obtenidas.

## Fase Final

Elaboración de la memoria y del video de presentación.

## Defensa del Trabajo de Fin de Máster



## 1.4 Planificación del trabajo:

### Calendario Plan de trabajo

#### Calendario Plan de trabajo

TAREA	FECHA INICIO	FECHA FIN	DÍAS	HORAS
Desk research	30/09/21	03/10/21	4	10
Benchmarking	1/10/21	3/10/21	3	12
Encuesta	4/10/21	6/10/21	2	4
Entrevistas	4/10/21	14/10/21	10	28
Personas	15/10/21	16/10/21	2	6
Perfil del usuario	15/10/21	16/10/21	2	6
Escenarios	17/10/21	18/10/21	2	6
Mapa de empatía	17/10/21	18/10/21	2	6
User journeys	20/10/21	23/10/21	3	12
Lean UX Canvas	24/10/21	25/10/21	2	14
Propuesta de valor	26/10/21	26/10/21	1	8
<b>Entrega PEC 2</b>	<b>30/09/21</b>	<b>27/10/21</b>	<b>28</b>	
Card sorting	28/10/21	30/10/21	3	12
Inventario de contenidos	31/10/21	31/10/21	1	4
Árbol de contenidos	1/11/21	2/11/21	2	10
Diagrama de flujo	3/11/21	3/11/21	1	8
Sketching	4/11/21	4/11/21	1	8
Wireframe baja calidad	5/11/21	8/11/21	4	25
Wireframe alta calidad	9/11/21	12/11/21	4	25
<b>Entrega PEC 3</b>	<b>28/10/21</b>	<b>24/11/21</b>	<b>28</b>	
Test con usuarios	25/11/21	27/11/21	3	12
Recorrido cognitivo	28/11/21	29/11/21	2	10
Evaluación heurística	30/11/21	2/12/21	3	10
Revisión prototipo	2/12/21	4/12/21	3	12
Finalización memoria	5/12/21	20/12/21	15	60
<b>Entrega PEC 4</b>	<b>25/11/21</b>	<b>22/12/21</b>	<b>28</b>	
Documento presentación	23/12/21	29/12/21	7	30
Grabación Video	26/12/21	29/12/21	4	12
Defensa	10/01/22	21/01/22		
			<b>TOTAL HORAS</b>	<b>350</b>

Figura 4. imagen planificación del trabajo. Elaboración propia.

#### Diagrama de Gantt



Figura 5. Diagrama de Gantt. Elaboración propia. Vengage

## 2. Investigación, definición e ideación

## 2. Investigación

En esta primera parte del trabajo final vamos a realizar un pequeña investigación introductoria (desk research) sobre los conceptos que son el motor y la inspiración de la herramienta. Los contenidos que la mueven y que la hacen útil.

Esta pequeña introducción consistirá en revisar la literatura ya existente sobre el tema para poder entender algunos términos y lo que la conceptualización puede abarcar. Seguidamente, se realiza un benchmarking, la exploración del estado del mercado no será de carácter competitivo puesto que no se ha encontrado ninguna aplicación significativa a la idea que se pretende diseñar pero sí citaremos una serie de aplicaciones o webs que son fundamentales para entender la necesidad que tiene el usuario. Analizarlas permiten adquirir un conocimiento básico del comportamiento del usuario, así como entender y completar las funcionalidades que deberá incluir el prototipo final.

Para realizar la investigación con usuarios se escoge la encuesta y la entrevista. Estos dos métodos me servirán para conocer al usuario target y empatizar con él.

A partir de este punto podemos sustraer toda la información necesaria para definir el proyecto:

- 1) ¿Cuál es la población de usuarios que pretendemos estudiar?
- 2) ¿Qué características debe tener la muestra de usuarios con la que vamos a realizar el trabajo de campo?
- 3) ¿De qué formas vamos a contactar con ellos y convencerles para que participen en nuestro estudio?
- 4) ¿Qué queremos saber de los usuarios? ¿Qué sabemos de ellos?
- 5) ¿Qué necesidades tienen?
- 6) ¿Cómo actúan? ¿Qué les interesa?

Con esta investigación, se busca un enfoque centrado en el estudio de las relaciones y el contexto en el ámbito más cercano y cotidiano pero también podemos encontrar una óptica más macrosocial: el momento sociohistórico en el que nos hallamos, recién salidos de una pandemia global y con un cambio de paradigma a nivel de hábitos y transformación digital.

### 2.1 Desk research

#### Investigación

##### 2.1.1 La Cultura: Definición

La Cultura es un concepto muy amplio y no todas las familias tienen la misma concepción del significado. Para algunas significa los conocimientos en artes y literatura para otras la cultura son las costumbres, los valores y los hábitos de cada sociedad.

*El término cultura (del latín cultūra) tiene muchos significados interrelacionados, es decir, es un término polisémico. Por ejemplo, en 1952, Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn compilaron una lista de 164 definiciones de cultura en Cultura: una reseña crítica de conceptos y definiciones, y han clasificado más de 250 distintas. (1)*

En el uso cotidiano, la palabra cultura se emplea para dos conceptos diferentes:

- Excelencia en el gusto por las bellas artes y las humanidades, también conocida como alta cultura.
- Los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluidos los medios materiales que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver necesidades de todo tipo.

Las definiciones clásicas que nos indica la [Rae](#) a este concepto son las siguientes:

- Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
- Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

En la [Wikipedia](#) también encontramos diversos conceptos asociados a la idea de Cultura:

- La palabra cultura se asocia con la acción de cultivar o practicar algo, también según la [Rae](#) puede ser el resultado o efecto de prevalecer conocimientos humanos y conjuntos de modos de vida.
- La cultura ha sido vista dentro de los proyectos de modernidad.
- Una dimensión y expresión de la vida humana, se realiza mediante la utilización de símbolos y artefactos, en los que hay un campo de producción, circulación y consumo de signos y como una praxis que se articula en una teoría.

La etimología del concepto moderno "cultura" tiene su origen en la Antigüedad. Basada en el término latino utilizado por Cicerón, en su *Tusculanae Disputationes*, quien escribió acerca de un cultivo del alma o "cultura animi", utilizando así una metáfora agrícola para describir el desarrollo de un alma filosófica, que fue comprendida teleológicamente como uno de los ideales más altos posibles para el desarrollo humano. (2)

Originalmente significaba la cultivación del alma o la mente y por esa razón ha permanecido como algo positivo en nuestra sociedad.

##### 2.1.2 La industria Cultural: Cambios y necesidades

En un modelo deseable de desarrollo de nuestra sociedad, la Cultura ocupa un lugar muy importante. Como bien es sabido, la presencia de la cultura se encuentra de forma transversal, junto a la economía, la política y la religión.

*En la actualidad, la Cultura ha demostrado ser un elemento que contribuye, de forma significativa, con una economía compuesta que es, a su vez, economía del conocimiento, de la creatividad y digital. Una economía hecha de textos, de contenido audiovisual, de sitios web, de libros, de películas, de juegos en plataformas digitales; una economía que incluye a la música, el teatro y la danza; formada por mercados artísticos, diseño, arquitectura, derechos de autor y todo el ámbito de la propiedad intelectual, del patrimonio, el turismo cultural, etc. Lo que representa la economía de la cultura en los modelos económicos y el porcentaje que supone del PIB de los países más desarrollados es creciente y relevante. (3)*

[Las industrias Culturales](#) han sido unas de las más afectadas durante la Pandemia de la Covid-19.

El cierre de toda actividad y las restricciones de movilidad y de aforo han maltrecho la economía cultural pero al mismo tiempo gracias a la digitalización y a internet se han comportado como las herramientas necesarias e imprescindibles para una transformación de las industrias culturales y el contacto por parte de los usuarios.

Por otro lado, la transformación digital acelerada de páginas webs, museos, industria musical y escénica ha facilitado la permanencia de la cultura en la sociedad estos meses. (4) Y que los usuarios puedan interactuar con ella en remoto. Y esto también ha ayudado a que los usuarios estén más receptivos en el uso de aplicaciones tecnológicas que les ayuden a planificar o compartir eventos o actividades culturales.

Finalmente, es importante observar cómo las instituciones públicas podemos ver la importancia que tienen las necesidades de los usuarios en el ámbito cultural, por ejemplo el instituto de cultura de Barcelona, realiza varias encuestas a usuarios para poder mejorar el estado cultural de la ciudad e invertir en ella. En definitiva poder crear espacios para los usuarios culturales (5)

(1)(2) Fuente extraída de Wikipedia

(3) Fuente: [La Cultura en el centro del desarrollo](#), El País

(4) ver estudio de la [Unesco](#): <https://es.unesco.org/creativity/publications/las-industrias-culturales-creativas-frente>

(5) Datos [Instituto de Cultura de Barcelona](#): <https://barcelonadescultura.bcn.cat/nova-enquesta-de-cultura-a-barcelona/>

## 2.1.3 La curiosidad

*Yo siento que la curiosidad no tiene un momento exacto en el que empieza, porque nosotros nacemos curiosos y cada vez más siento que nuestro reto es no arruinar o estropear la curiosidad de nuestros hijos, hay que mantenerla viva de alguna forma. No tenemos que poner la curiosidad en ellos, ya está ahí, solo tenemos que asegurarnos de no dañarla.*

*Philip Ball (escritor)*

Wikipedia define el concepto de Curiosidad como :

*La curiosidad es cualquier comportamiento instintivo natural, evidente por la observación en muchas especies animales, y es el aspecto emocional en seres vivos que engendra la exploración, la investigación, y el aprendizaje. Esencialmente, describe un número desconocido de mecanismos del comportamiento psicológico que tienen el efecto de impulsar a los individuos, humanos y no humanos, a buscar la información y la interacción con su ambiente natural y con otros seres a su alrededor.(5)*

Generar la exploración, investigación y aprendizaje es el objetivo principal de este proyecto. Y por eso, la curiosidad es tan importante.

La curiosidad es el motor para que los usuarios puedan compartir y usar el producto. La curiosidad además está relacionada con lo que más les implica, que son sus hijos.

Conocer para enseñar. Conocer para compartir. Conocer para crear.

La curiosidad es la originaria de la búsqueda y eso es lo que hacemos cuando tecleamos algo en el buscador de Google. La búsqueda de un contenido específico siempre viene o por la necesidad o por la curiosidad. El acto de necesitar saber más.

La curiosidad es un instinto natural por lo que el diseño centrado en el usuario ha de ser instintivo también. Además la curiosidad genera nuevas ideas, nos hace creativos, resolutivos y nos hace crear un criterio propio a través de los descubrimientos.

Una cosa curiosa se define cómo lo que llama la atención. Y aquí es dónde también como diseñadores podríamos asociar a nuestro trabajo con los usuarios. Debemos resolver sus necesidades y diseñar en función de sus capacidades y entender su entorno. Es en la investigación de usuarios dónde podemos curiosear sobre el usuario. Y es la curiosidad que tiene el usuario la que hará que utilice nuestro producto.

El acceso a la información que nos proporcionan las nuevas tecnologías multiplica la curiosidad pero también la normaliza. La facilidad de buscar y encontrar respuestas gracias a internet es tan habitual que los usuarios han dejado de pensar en lo importante que es descubrir contenidos o ideas para ellos. Y que el conocimiento y el descubrimiento es aprendizaje.

En el pasado, la curiosidad hizo que existieran revoluciones científicas y cambios de mentalidad. Por eso mismo, dar valor a la curiosidad en este proyecto es dar valor a la transformación y a la enseñanza. Y continuar manteniendo viva la curiosidad a las futuras generaciones es una obligación.

Finalmente decidimos llamar a la aplicación, Curiositas, que significa curiosidad en latín. Un pequeño homenaje a lo que nos mantiene vivos y lo que permite que busquemos soluciones y aprendizajes. Diseñando un logo creamos la marca para el futuro proyecto.



Figura 6. Logo de la aplicación. Elaboración propia. Canva.

(5) Fuente extraída de [Wikipedia](https://es.wikipedia.org/wiki/Curiosidad): <https://es.wikipedia.org/wiki/Curiosidad>

## 2.2 Benchmarking

### El Culturista



Figura 7. Imagen web El culturista.

#### Pros

- Es una Agenda muy completa y el Calendario y la web está muy bien diseñada con el contenido perfecto para navegar.
- Gran variedad de ideas y recomendaciones.

#### Contras

- En el buscador Google sólo sale la web pero no las noticias. El nombre da pie a que Google encuentre palabras clave diferentes.
- No tienen App.
- Tienen que conocer la web para poder disfrutar de sus ideas.
- Web muy poco conocida.
- Idioma sólo en catalán

Con esta Agenda familiar se pueden conocer las mejores ofertas de ocio y cultura de la ciudad a través de su web, actualizada diariamente, o bien en formato papel, de manera bimestral y gratuita.

Su objetivo es facilitar, seleccionar y clasificar las actividades que ofrece la ciudad de Barcelona presentadas en un formato práctico y atractivo. Proponen nuevas rutas para descubrir, parques, talleres, actividades de todo tipo, cosas para hacer en casa y la mejor selección de libros, música y cine infantil.

El equipo de El Culturista está formado por editores, diseñadores, periodistas, fotógrafos, programadores, padres, madres y todo tipo de gente relacionada con el mundo de la cultura.

Es una web muy completa y es muy interesante su vínculo con la librería Sendak. Con ellos, han creado el "Espai Culturista Sendak", lugar dónde se realizan talleres y actividades muy interesantes. Intentan mostrar todo lo que se realiza en Barcelona pero también tienen sus propuestas y recomendaciones.

La web está sólo en el idioma catalán y tal vez eso es lo que limita que sea menos conocida que Mammaproof.

### Mammaproof



Figura 8. Imagen web Mammaproof.

#### Pros

- Promoción en lugares family friendly.
- Hacer de la ciudad, un lugar más amable para los niños y sus familias.
- Tiene mucho contenido.
- Contenido sobre Barcelona y sus alrededores y Madrid.

#### Contras

- La notificación es solo a través de la newsletter.
- Tienes que entrar en su web y buscar.
- Demasiado contenido.

Mammaproof es una plataforma de contenidos para las familias. Está especializada en Descubrir y recomendar productos, lugares y negocios family friendly. También ayudan a instituciones, negocios y marcas a co-crear productos y servicios para familias. Mammaproof nació en 2011 de la necesidad y de las ganas que dos madres tenían de seguir disfrutando de su entorno después de la maternidad y rápidamente se convirtió en un proyecto abierto y colaborativo.

*Mammaproof es una guía urbana hecha por y para padres inquietos. Visitamos, probamos y recomendamos lugares, productos y servicios que facilitan la vida cuando tienes hijos y quieres seguir siendo la persona que eras antes. (6)*

El formato de contenidos es a base de crónicas escritas por colaboradores madres o padres. Los contenidos de topo tipo de categorías te permite hacer rutas y planes muy completos.

### WhatsApp



Figura 9. Fotografía de unsplash.

Si antes de la pandemia ya era muy usada, en la actualidad, es una de las herramientas fundamentales para todo tipo de usuarios y para todo tipo de interacciones. Nos permite una comunicación informal, rápida y directa.

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, en la que se envían y reciben mensajes mediante Internet, así como imágenes, videos, audios, grabaciones de audio (notas de voz), documentos, ubicaciones, contactos, gifs, stickers, así como llamadas y videollamadas con varios participantes a la vez, entre otras funciones. WhatsApp según datos de principios del año 2020, es líder en mensajería instantánea en gran parte del mundo, en el que supera los 2000 millones de usuarios. (7) Debido en parte por la necesidad que ha surgido en este tipo de comunicación a raíz de la crisis sanitaria.

Los padres y madres la usan a diario a través, principalmente, por el chat de la clase, de grupos de amigos y familiares.

#### Pros

- Se integra automáticamente a la libreta de contactos, lo que lo diferencia de otras aplicaciones, ya que no es necesario ingresar alguna contraseña o PIN para acceder al servicio.
- Acceso rápido para compartir información.
- Buen canal para comunicarse.

#### Contras

- La información que se comparte la facilita el usuario por lo que no está personalizada.

(6) entrevista <https://marujismo.com/ocio-en-familia-mammaproof-una-guia-urbana-hecha-por-y-para-padres-inquietos/>

(7) Datos y funciones extraídos de <https://es.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>



## Instagram



Figura 10. Fotografía de NeONBRAND .Unsplash

### Pros

- Compartir contenido.
- Mostrar contenido de manera visual.
- Experiencias
- Conocer mucha variedad de contenido
- Creas un perfil.
- Interacción.

### Contras

- Seleccionas tú los perfiles a seguir.
- Perder mucho tiempo.
- Censura desnudos de obras de Arte.

Instagram es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y videos con otros usuarios. Una de las redes sociales más usadas por los usuarios y por las webs culturales y familiares para mostrar y publicitar su contenido. La red social sirve como escaparate de entrada para usuarios interesados en el ámbito cultural y con diversos perfiles familiares pues cualquier agente puede crearse un perfil y compartir un contenido dirigido a un público con recomendaciones de viajes y planes, sumando que tienes la posibilidad de ver directos en streaming y la función stories proporcionan mucho contenido interesante, en tiempo real y conecta mucho al usuario.

## Dinantia



Figura 11. Imagen web Dinantia.

### Pros

- Los padres se descargan la aplicación en el móvil -de forma gratuita- y así reciben de forma inmediata todos los mensajes del centro escolar.
- Organización.
- Comunicación rápida y eficaz.

### Contras

- Básica
- Contenidos muy específicos.
- Sin chats ni debates.
- Sólo ves el contenido de la escuela y el tuyo.
- Únicamente contenidos relacionados con la escuela.

Dinantia, resurge en un momento histórico, tocado por la Pandemia, para permitir comunicarse escuela y familias. Se da un paso en la transformación digital en la educación. Se aparta el papel de la Agenda clásica y se asegura que los padres y madres reciben la información al momento.

Dinantia es una plataforma de comunicación web y móvil dirigida a colegios, profesores, padres y alumnos.

Aquellos padres que por cualquier motivo no se instalen la app recibirán todos los mensajes por email. Y no perderán ninguna funcionalidad: podrán responder cuando les hagas preguntas, podrán justificar las ausencias, etc. Y el centro podrá saber en todo momento quién y cuándo ha leído los mensajes, tanto si los reciben en la app como por email.

## Google Arts & Culture

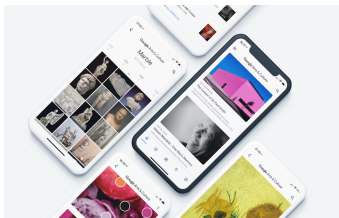


Figura 12. Imagen web google arts & Culture

### Pros

- Forma parte del gran gigante Google.
- La mayoría de usuarios utilizan Google como buscador de temas clave.
- Usa tecnología avanzada y experimenta .
- Estimula experimentar el arte y la cultura de nuevas formas.
- Ayuda a los museos e instituciones culturales a digitalizar, administrar y publicar sus colecciones en línea, todo gratis.
- Su carácter pedagógico.
- Experiencias virtuales .
- Gratuita.

### Contras

- No es muy conocido por el público general interesado en temas culturales en nuestro País.
- Segmento de público muy relacionado con el Arte.
- Está en Inglés.

Google Arts & Culture (anteriormente Google Art Project) es un sitio web del Instituto Cultural de Google que presenta una recopilación de imágenes en alta resolución de obras de arte expuestas en varios museos del mundo, así como un recorrido virtual por las galerías en las que se encuentran. En 2016, el proyecto fue relanzado como Google Arts & Culture, el cual incluye una aplicación móvil que permite acceder a los contenidos y disfrutar de las colecciones de más de 2000 museos, galerías de arte y otras instituciones culturales, sin importar dónde te encuentres.

Google Arts & Culture es una iniciativa sin ánimo de lucro. Trabajan con instituciones culturales y artistas de todo el mundo. Su misión es preservar y llevar el arte y la cultura del mundo en línea para que sea accesible para cualquier persona, en cualquier lugar.

También, cómo novedad han creado una guía para maestros con la idea de que aprender en clase sea más fácil que nunca y más motivador e innovador.

## Tabla

Criterios	El Culturista	Whatsapp	Instagram	Google arts & Culture	Mamaproof	Dinantia
¿Tiene una App para dispositivos móviles?	No	Si	Si	Si	No	Si
¿Tiene una agenda semanal de eventos?	Si	No	No	No	Si	Si
¿Qué tipo de notificación realiza a los usuarios?	Newsletter	Mensajería instantánea	Mensajería instantánea	Mensajería instantánea Newsletter	Newsletter	Mensajería instantánea
¿Dispone de contenidos multimedia?	Si	Si	Si	Si	Si	Si
¿Funcionalidades?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter</li> <li>• Agenda</li> <li>• Ideas</li> <li>• Rutas</li> <li>• Servicios culturales</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar mensajes</li> <li>• Compartir contenido</li> <li>• Videollamadas</li> <li>• Audios</li> <li>• Crear grupos de chat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar mensajes</li> <li>• Compartir contenido</li> <li>• Chat</li> <li>• Perfil</li> <li>• Seguir perfiles</li> <li>• Favoritos</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> <li>• Educación</li> <li>• Perfil</li> <li>• Contenido multimedia</li> <li>• Noticias</li> <li>• Juegos</li> <li>• Recomendaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter</li> <li>• Agenda</li> <li>• Ideas</li> <li>• Rutas</li> <li>• Servicios culturales</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar mensaje</li> <li>• Agenda</li> <li>• Contenido multimedia</li> <li>• Perfil</li> <li>• Educación</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Autorizaciones con firma digital</li> <li>• Email</li> </ul>

Tabla 1 benchmarking. Elaboración propia

## 2.3 Encuesta

### Investigación contextual

Una vez realizada la introducción de los temas, el estado actual y los modelos de negocio que nos sirven de guía y que parecen importantes para entender y diseñar el producto, se realiza una observación en el contexto de salida de un colegio público de niños de primaria y en el parque infantil cercano a la escuela en la ciudad de Barcelona.

A través de esta exploración inicial con intercambio de conversaciones y reflexiones con padres sobre qué es lo que suelen planear, realizar y compartir con sus hijos, se decide que por compatibilidad y para poder tener una idea general y amplia de la cuestión se realizará una encuesta (\*) por lo que ampliamos la investigación realizando una serie de preguntas a través de Google Forms (un software gratuito y conocido por muchos usuarios que nos permite de manera sencilla crear un formulario para después recopilar datos gracias a sus gráficos en tiempo real).

Utilizando este método se consiguen **63 respuestas**, que serán muy representativas para la investigación.

Las encuestas son un método de investigación cuantitativo. Como herramienta exploratoria en la investigación son útiles para medir y categorizar las actitudes de manera rápida y fácil. Y permiten también obtener datos sobre usuarios y comprender mejor las necesidades, los objetivos y los problemas de estos, así como descubrir cuestiones importantes que abordar más adelante.

#### ¿Cómo se distribuye la encuesta a los usuarios?:

Una vez realizada la encuesta se pide en varios grupos de chats de WhatsApp cercanos (Colegio de mi hijo, grupo de amigos de la infancia...) que tengan hijos en la edad que nos interesa indistintamente que sean padres o madres.

El método de mensajería instantánea dispositivo móvil es rápido, sencillo y me permite enviarla al segmento de usuarios que me interesan.

#### Objetivos y justificación de la encuesta:

- Conocer los hábitos de los padres.
- Conocer los dispositivos y las herramientas que utilizan.
- Conocer los gustos o temas que interesan.
- Conocer sus competencias digitales.
- Conocer sus recursos de búsqueda de información.
- ¿Qué hábitos tienen los padres respecto a los recursos digitales?
- Sexo de usuarios más implicados.

#### Preguntas que se formulan en la encuesta:

- Nombre
- Sexo
- Ciudad
- Edad
- Número de hijos
- Edad de los hijos
- ¿Utilizas alguna App de manera diaria en tu dispositivo móvil?
- Marca las diferentes aplicaciones que podríamos encontrar en tu dispositivo móvil.
- ¿Qué canal utilizáis para planificar actividades con vuestros hijos?
- ¿Cómo buscáis o encontráis la información que os interesa?
- ¿Qué web o medio consultáis más para temas familiares?
- ¿Qué temas culturales os interesan más para compartir con vuestros hijos?
- ¿Qué actividades realizáis en casa con vuestros hijos?
- ¿Qué actividades haces con tus hijos el fin de semana?
- ¿En la escuela de vuestros hijos utilizáis alguna app para comunicaros padres / escuela? Si es sí, ¿cuál?
- ¿Utilizáis grupos de WhatsApp específicos para realizar o conocer información interesante para hacer con vuestros hijos?
- ¿Compartís lo que hacéis con vuestros hijos con otros padres?
- ¿Cuándo vais a un museo o algún lugar turístico descargáis la app del sitio?
- ¿Qué tipo de notificación os parece más útil en vuestro dispositivo móvil?
- ¿Compráis entradas desde el móvil?
- ¿Por qué razones crees que no vais a visitar más museos o participáis en más actividades en familia?
- ¿Consultáis la plataforma YouTube para ver tutoriales sobre actividades familiares?
- ¿Escucháis algún tipo de podcast relacionado con temas familiares? Si es sí, ¿cuál?
- ¿Conocéis la web el Culturista?
- ¿Conocéis la web Mammaproof?
- ¿Conocéis la app de Google Arts & Culture?
- ¿Qué esperáis de una App para poder descargarla?

(\*) La encuesta con los resultados se añade en los anexos finales del trabajo.



## 2.4 Entrevistas

### Metodología

Después de la encuesta general y de las 63 respuestas extraídas, procedo a realizar, unas pequeñas preguntas a través de una entrevista semi-estructurada. Esta entrevista consta de una serie de doce preguntas un poco diferentes de las que he realizado en la encuesta inicial.

El objetivo principal es profundizar en los temas más emocionales que influyen en el usuario. Pretendo entender que les importa a través de su voz y de sus reflexiones más personales.

De modo que, si la encuesta me sirve para hacerme una idea aproximada y genérica de hábitos, la entrevista me servirá aunque sea de una poca muestra, para entender como piensan en relación a la Cultura y cómo interactúan con sus hijos.

### Requisitos de los participantes:

Ser madre o padre de un hijo de entre 3 a 12 años

Tener dispositivo móvil

Uso de internet

Vivir o visitar Barcelona

Relacionarse con otras familias

Interés por la cultura y el ocio

### Organización:

- Se escogen 6 usuarios que cumplen los requisitos .
- Son personas del entorno escolar que son de fácil acceso.
- Se les pide cita para poder hacer una entrevista informal de máximo 30 minutos.
- Se les explica el objetivo de la entrevista: un trabajo de investigación de TFM para la UOC, la Universitat Oberta de Catalunya.
- Se les comunica que se les dará la hoja de consentimiento a través de email.
- Se graban las respuestas con el móvil y tomo notas.
- A cambio de la entrevista se les invita a un café o una cerveza.

### Logística:

- 3 usuarios pudieron hacer la entrevista en persona. Se realizan en días diferentes en un café cercano a la salida de la escuela.
- 2 usuarios hacen la entrevista por video llamada de WhatsApp.
- 1 Usuario responde la entrevista mediante mensajes de voz de WhatsApp.



A continuación, muestro la tabla demográfica y en la siguiente página muestro el Guión de preguntas de la entrevista con algunas de las contestaciones de los usuarios preguntados que me parecen más destacables y que me pueden ayudar a entender sobre las necesidades de los usuarios.

**Tabla demográfica entrevistados**

<b>Participantes</b>	<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Competencias digitales</b>	<b>Intereses</b>	<b>Hijos</b>
Usuario 1	39	Mujer	Diseñadora freelance	Si	Arte, Cine y Música	1 de 4 años
Usuario 2	42	Hombre	Promotor musical	Si	Música, Deporte e Historia	1 de 8 años
Usuario 3	38	Mujer	Fisioterapeuta	Si	Música y Ciencias	1 de 5 años
Usuario 4	34	Mujer	Estudiante	Si	Música, Historia y Literatura	1 de 6 años
Usuario 5	41	Hombre	Artesano	Si	Música, Arte, Cine y Literatura	1 de 4 años
Usuario 6	44	Mujer	Funcionaria	Si	La Naturaleza, la Danza y el Teatro	2 de 7 y 11 años

Tabla 2 tabla demográfica. Elaboración propia

## Guión de Preguntas y respuestas de los usuarios entrevistados

### 1. ¿Qué importancia le dais a la cultura en casa?

"Nosotros estamos constantemente consumiendo cultura en casa leemos mucho, nos gusta el Arte y vemos mucho cine por lo que es muy importante transmitir esos conocimientos a nuestra hija"

"Le damos mucha importancia e intentamos que el hijo se vaya familiarizando con algunos conceptos"

"La palabra Cultura es muy genérica pero trabajamos a diario , hábitos, lenguas, cultura genérica social porque vivimos en una ciudad muy cultural y cosmopolita y cómo yo soy de otro país y también compartimos costumbres y tradiciones de diversas culturas. Intercambio de culturas siempre presente".

### 2. ¿Os gusta compartir aficiones con vuestros hijos ? ¿Cuáles?

"Nos gusta compartir aficiones aunque a veces nos cuesta saber como compartirlas. Aficiones con la Madre: música y lectura. Aficiones con el padre: Deporte (montaña), lectura y cine"

"Compartimos el deporte, la cocina y el cine por ejemplo, que nos gusta a todos "

"Nos gusta compartir la música e ir a conciertos con nuestra hija y lo que a ella le gusta nos gusta verlo juntas y buscar contenidos de sus gustos aunque sean temas nuevos para nosotros"

"Las aficiones dependen de los días , el tiempo y de las ganas, hoy por ejemplo hemos ido a jugar a la petanca. Pero nos gustan mucho los juegos educativos, tipo juegos de mesa y juegos de adivinanzas y actividades físicas"

### 3.¿Intentas ampliar los conocimientos que aprenden en la escuela vuestros hijos con salidas, museos, eventos o actividades que se hagan en la ciudad?

"Siempre que podemos aprovechamos la oferta cultural que nos da la ciudad"

"Siempre intento ver que se puede hacer en la ciudad que sea interesante para mi hijo pero me estresa mucho tener que buscar "

"Si que hacemos actividades en la ciudad pero no siempre están relacionadas con temarios que hagan en la escuela"

"Si, intentamos ir a museos de ciencia o arte para que vea en persona cosas que ahora empieza a preguntar o que le interesan"

### 4.¿Buscáis información de cómo estimular a vuestros hijos?

"Voy a la biblioteca o leo blogs sobre educación pero a medida que crece estamos menos motivados para buscar información. Tal vez lo hacíamos más cuando era bebé "

"Si, si mi hijo ahora le interesa la cultura popular porque lo han trabajado en clase , cómo las fiestas de la ciudad y los gigantes , busco dónde podemos verlos y que actos se hacen en la ciudad para poder compartirlo y aprender juntos. "

"Si, últimamente busco información como fomentar la lectura"

### 5.¿Utilizarías lecturas sobre educación? ¿Os gustaría tener una herramienta que os diera información sobre lo más adecuado?

"Si, nos gustaría una herramienta que fuera completa, nos gusta leer libros pero algunos están bastante desactualizados y nos gustaría algo más novedoso "

"En general no busco información pero en algunos momentos si que he leído cosas sobre educación "

"Si, optimizaría el tiempo y reduciría el margen de error, a la vez que nos ampliaría las posibilidades de elección "

"Si, me parece muy interesante un tipo de herramienta que me diera la información y la consultaría. Me implica mucho en los temas que afectan a mis hijos "

### 6.¿Fomentas hacer actividades especiales con vuestros hijos?

" Intentamos que visite y conozca lugares o realice actividades en la ciudad pero no semanalmente. "

" Si, siempre queremos que descubra o realice cosas nuevas que pensamos que le gustarán "

" Todo lo que hagamos con ellos es especial, me gustaría fomentar muchas cosas pero a lo mejor por el tema de edad no lo hacemos "

### 7. ¿Qué es para vosotros la curiosidad?

"La curiosidad es todo aquello que te pueda despertar un interés. Es un ingrediente clave para muchos inicios de cosas buenas, y no tan buenas claro... Es un ingrediente estrella en el desarrollo de cualquier persona."

"La curiosidad en los niños se manifiesta en su interés por conocer y aprender sobre algo"

"El motor que nos lleva al saber y a preguntarnos cosas"

"El impulso intrínseco del ser humano por descubrir unido a su necesidad de conocimiento y su capacidad de aprendizaje"

"La curiosidad es lo que me lleva a construir mi personalidad"

"La curiosidad es querer saber más sobre algún tema en concreto y querer seguir ampliando conocimientos"

### 8. ¿Qué es lo que más le gusta hacer en familia a tu hijo?

"Salir de casa sea por la razón que sea"

"Lego, disfrazarse, ver películas y hacer excursiones"

"La arquitectura, pintar, ver libros, ver dibujos animados, bailar, los animales marinos, legos"

"Le gusta mucho ir al parque a hacer actividades físicas, le gusta dibujar, cantar y bailar"

"Lo que más le gusta son las reuniones familiares con toda la familia, comer juntos y hablar"

"Mirar pelis con palomitas todos juntos, ir de excursión y viajar"

### 9. ¿Preguntáis a otros padres o maestros que hacen con sus hijos?

"Sí, solemos comentar con los otros padres del cole que han hecho o que se puede hacer"

"Es el tema principal entre padres y nuestra interacción con ellos se basa en esto, en lo que hacemos con nuestros hijos"

"Normalmente no pregunto porque mi mujer se encarga de buscar y saber. Me consta que es ella la que da referencias a otros padres y organiza las cosas."

### 10. ¿Te gusta informarte sobre planes, eventos y actividades para hacer con los niños?

"Sí que me gusta, normalmente utilizo Time out y la web del ayuntamiento de Barcelona"

"Cuando leo los diarios o veo cosas de agenda estoy atento para poder ver si hay algo interesante que hacer"

"Sí que me gusta saber que ofrece la ciudad para poder planificar actividades con mi hijo"

"No, normalmente espero que mi compañera o algún padre me digan que podemos hacer y entonces es cuando me informo de dónde es o cuanto vale la entrada, horarios..."

"Suelo buscar información concreta pero me gustaría recibir información que me permitiera tener más ideas o planes"

### 11. ¿Crees que después de la experiencia con la Pandemia han cambiado tus hábitos de consulta y búsqueda de información respecto a planes familiares o educación de los hijos?

"Durante los momentos más duros de restricciones sí que todo lo hacíamos virtual como las reuniones, a fecha de hoy no tenemos miedo pero entendemos que se tienen que mantener las medidas de seguridad y respetar aforos"

"Sí, ahora soy más digital. Encuentro y navego buscando información por la web más que antes de la pandemia. Compró todo online y antes aún me acercaba a las taquillas aunque utilizara medios digitales normalmente"

"Ha cambiado la forma de relacionarnos con la tecnología, la hemos normalizado en casa para hacer muchas acciones diarias"

### 12. ¿Cuando te llegan por cualquier canal una idea para hacer con tu hijo te es útil?

"Sí, pero siempre me gusta que sea algo que me recomienden y que nos guste tanto a los padres como a los hijos"

"Sí, si es adecuada para la edad de mi hija, si creo que a ella le puede interesar y la verdad es que he encontrado actividades muy interesantes a través de recomendaciones"

"Sí, sobre todo si se especifica la edad y la veo adecuada"



## 2.5 Insights de las entrevistas y de la encuesta

### Investigación con usuarios

- Los usuarios creen que es útil una herramienta con la información adecuada a sus intereses porque en muchos casos sólo la reciben por medio de la relación con otros padres.
- Los usuarios tienen poco tiempo para buscar ideas y se inspiran en sus gustos o aficiones porque para ellos es transmitir y compartir parte de su cultura.
- Dan mucha importancia al entorno cultural pero muchas veces no saben las posibilidades que existen.
- Los usuarios se inspiran por las edades e intereses de sus hijos por lo que necesitan un lugar donde les muestre esa posibilidad.
- Los usuarios utilizan herramientas y tienen competencias digitales pero por varios motivos personales consultan poco. Normalmente el interés y consulta la origina el hijo con sus gustos e intereses del momento.
- Al disponer de poco tiempo y rutinas diarias, lo fácil es lo que ya podemos tener en casa, cómo ver cine o dibujos en las plataformas, pero también se agradece una guía de contenidos apropiados y significativos dentro de este ámbito.
- Les gustaría poder hacer muchas actividades y visitas con sus hijos pero les falta tiempo y economía para poder realizarlas.
- Solo buscan información a través del buscador Google o páginas oficiales de lugares concretos pero desconocen páginas o apps especializadas incluida Google Arts & Culture por lo que se intuye poca publicidad y promoción.
- Hay mucha oferta y lugares para encontrar información pero se necesita una guía. Muchos contenidos y planes se pierden si no los conoces o te interesan.
- Les encantaría tener una herramienta que les muestre diferentes planes o actividades adecuadas para sus hijos porque sino pierden mucho tiempo en buscar.
- Los usuarios consultan y se informan a través de emails y suscripciones concretas a webs que ya suelen consultar o conocen pero que les acota obtener una información general de propuestas diversas.
- En estos momentos hay una vuelta a la normalidad a nivel espacio exterior (no confinamiento, no restricciones) por lo que los padres dejan la virtualidad y quieren volver a experimentar espacios y lugares físicos, aunque no sepan qué posibilidades nuevas hay, necesitarán una herramienta que les guíe.
- Se consultan redes sociales pero esto ocupa un tiempo importante aunque se pueda extraer mucha información también es la propia persona la que marca sus gustos e intereses.

## 2.6 Conclusiones

### Investigación con usuarios

Se utilizan las grandes plataformas de mensajería instantánea para compartir contenidos y conocimientos por rapidez y comodidad.

Todas las familias dan mucha importancia a la cultura general en casa. Es un elemento importante dentro del núcleo familiar.

El usuario no existe aislado de su contexto. La investigación con usuarios debería tener siempre un enfoque holístico y considerar tanto el usuario como sus relaciones con el entorno.

Los padres intentan hacer muchas cosas con sus hijos. Todos quieren, dentro de sus posibilidades, estimular la curiosidad y el aprendizaje de sus hijos.

La relación con las tecnologías ha cambiado y ahora es familiar su uso a raíz de estos últimos años de pandemia.

El tema de realizar actividades en casa y fuera de la escuela es el tema común entre los padres cuando se relacionan.

No tienen problemas en consultar la App pero quieren que sean útiles y que aporten beneficios.

Hay mucha oferta y lugares para encontrar información pero se necesita una guía. Sin ella sólo marcamos lo que conocemos.

El cine y salir al aire libre son las actividades más realizadas por las familias.

Faltaría comunicación con profesionales de la educación. Es decir, más relación con personas que conozcan las experiencias que los niños necesitan para su desarrollo.

Sólo conocen Mammaproof de las webs sobre planes familiares y el método de busca más usual es internet en general, google o el boca oreja.

Los métodos de notificación de mensajes o noticias preferidos son WhatsApp, Email y suscripciones a newsletters concretas.

Hay una vuelta a la normalidad después de la Pandemia y se vuelven a realizar sin aforos muchos eventos. Las familias vuelven a salir.

## 2.7 Definición e ideación

Aunque nuestro objetivo al diseñar es que los productos y servicios puedan ser usados por todo el mundo, al crearlos debemos intentar centrarnos en un grupo específico. Una vez obtenidas las muestras en la fase de investigación ya podemos obtener el **perfil de usuario**.

El método **personas** nos ayudará a:

1. Tener una idea clara de nuestro público objetivo (stakeholders).
2. Hablar de los usuarios y de sus motivaciones específicas para utilizar nuestro producto o servicio.
3. Empatizar con el usuario para tomar decisiones de diseño acordes con su percepción cognitiva y emocional de nuestro producto o servicio.

El método **Escenarios: ¿Cómo y para que lo elaboramos?**

1. Creamos una historia que refleja una situación de uso con planteamiento, acción, desenlace y contexto.
2. Crear un escenario supone dar vida a los arquetipos identificados en el método personas haciendo que utilicen el sistema para analizar la interacción y extraer los requisitos del producto.

Los **User Journey** nos aportarán:

1. La secuencia de acciones que lleva a cabo el usuario desde el punto de partida al punto final. Y con sus propuestas de mejora.
2. En cada uno de los puntos se desarrolla un trabajo de empatía para mostrar las expectativas, comportamiento, emociones, nivel de satisfacción, etc. del usuario.

La **Propuesta de valor** y **Lean Ux canvas** nos ayudarán a comprender:

1. Los beneficios que los usuarios pueden esperar de los productos.
2. A visualizar, diseñar y testar como una organización crea valor para sus usuarios.
3. El lienzo se utiliza para diseñar modelos comerciales respondiendo un conjunto de preguntas en cada uno de los nueve bloques de construcción principales.
4. Es útil para establecer una referencia común de lo que queremos decir con la frase "modelo de negocio" y proporcionar un marco para hablar sobre él y pensar en él de manera más estratégica.

## 2.8 Perfil de usuario

### 2.3.1 Protopersona

	<p><b>Comportamientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dedicar su tiempo libre a su hija y a su marido.</li><li>• Trabaja 8 horas y cuando finaliza la jornada laboral tiene que dedicarse a su hija, a las tareas diarias de una casa y en su tiempo libre necesita leer o ver alguna serie con su pareja.</li><li>• Se preocupa por la educación de su hija.</li><li>• Le interesa la cultura, escucha música, ve cine, le gusta salir a pasear.</li></ul>
<p>Nombre: Angela Edad: 40 Sexo: Mujer Trabajo: Administrativa Estado civil: Casada Residencia: Barcelona</p>	<p><b>Necesidades y objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Encontrar la manera de estimular y corresponder a las necesidades de su hija.</li><li>• Tener tiempo libre.</li><li>• Saber dónde encontrar planes para hacer.</li><li>• Conocer la agenda de la ciudad.</li><li>• Conocer diferentes posibilidades que enriquezcan la vida cultural de su familia.</li><li>• Transmitir el interés por la cultura a su hija.</li></ul>

Tabla 3. Protopersona. Elaboración propia

Una vez, hemos recopilado los datos y conocimientos del tipo de usuario que podría utilizar nuestro producto podemos identificar el perfil de usuario y para ello creamos una protopersona para poder identificar el target para el que vamos a diseñar.

### 2.3.2 Grupo de Usuarios : ¿Para quién diseñamos?

Nuestro usuario principal será la figura que conocemos de padres y madres aunque no descartamos que los usuarios secundarios pudieran utilizar el producto también.

#### Usuarios primarios

**Padres y madres**

Madres y Padres de niños entre 3 y 12 años que necesiten los servicios de la herramienta que estamos diseñando.

#### Usuarios Secundarios

- Tías y Tíos
- Canguros
- Familiares
- Abuelos

Familiares de niños entre 3 y 12 años que puedan encontrar útil descargarse la aplicación porque quieren saber y conocer qué pueden hacer con los más pequeños de la familia.

## 2.9 Personas

### Persona 1

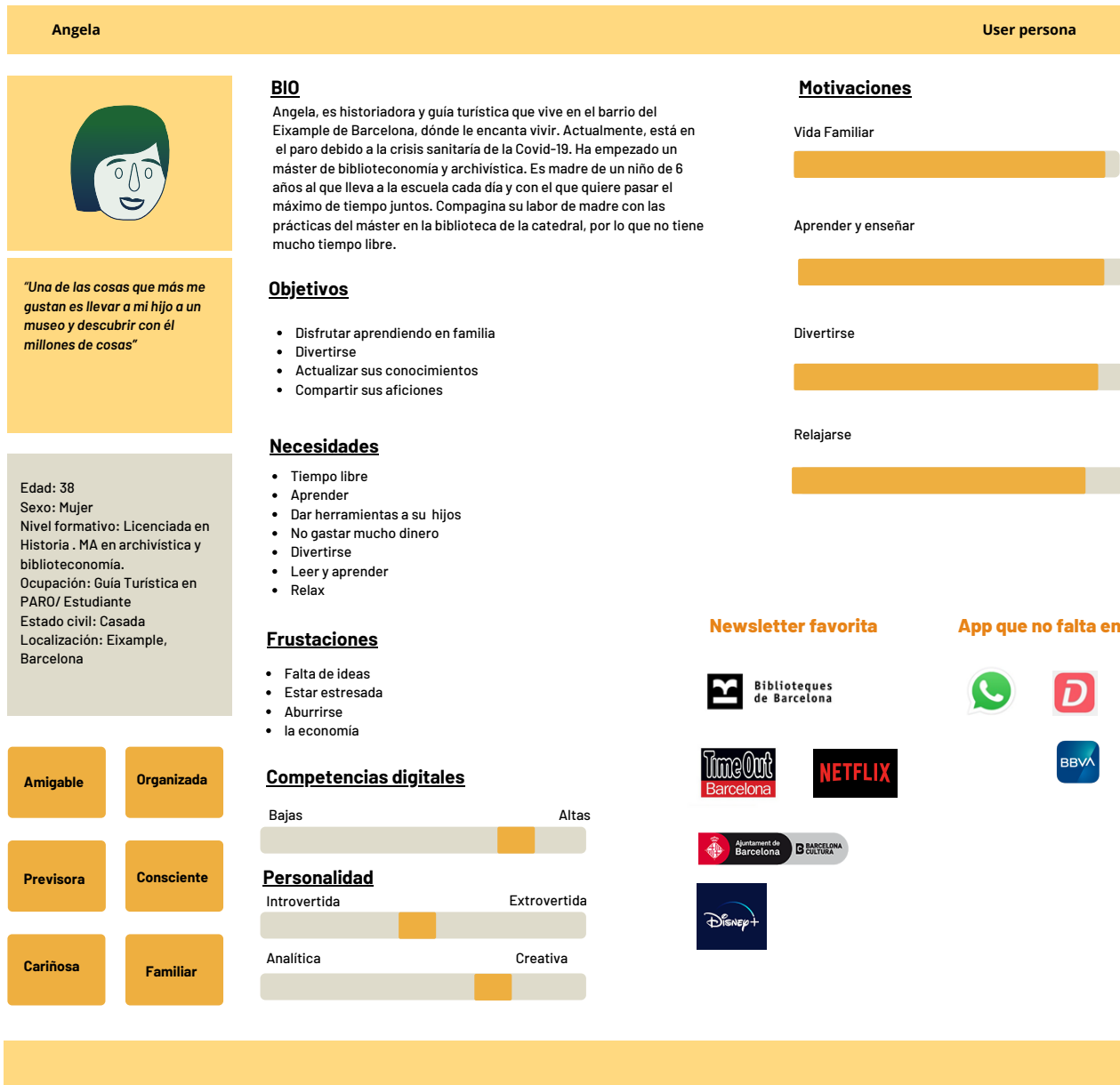



Figura 14. Persona. Elaboración propia. Canva.

## Persona 2

Mónica
User persona



*"Me encanta ir de excursión fuera de Barcelona, caminar por el bosque con mis hijos y ver lo que leemos en los libros que cogemos de la biblioteca"*

**BIO**  
Mónica es una administrativa que vive en el barrio de la Sagrera de Barcelona. Tiene 2 hijos y ha empezado un curso de inglés en la UOC. Su marido trabaja en el aeropuerto en turnos nocturnos por lo que tiene que hacerse cargo de sus hijos todas las tardes entre semana. Estudió diseño de interiores. Nació en Montevideo, Uruguay y hace 15 años que reside en Barcelona, dónde vino para estudiar y conoció a su marido y se quedó ya a residir.  
Le encanta hacer manualidades y uno de sus hobbies es tejer. Su momento del día favorito es la hora de leer libros a sus hijos antes de dormir. Es adicta a las redes sociales y a las excursiones en la montaña.

**Objetivos**

- Pasar tiempo en familia
- Organizarse y planificar el tiempo libre
- Aprender
- Conocer lugares y eventos para disfrutar con su familia

**Necesidades**

- Tiempo libre para ella
- Descubrir cosas interesantes
- Dar herramientas a sus hijos
- Compartir conocimientos con sus hijos
- Ahorrar dinero

**Frustraciones**

- Desconocimiento
- Agotamiento
- No tener tiempo de calidad para sus hijos
- No poder hacer muchas cosas

**Competencias digitales**

Bajas Altas

**Personalidad**

Introvertida Extrovertida

Analítica Creativa

**Motivaciones**

Vida Familiar


La Naturaleza

Aprender

Manualidades

**Newsletter favorita**







el Periódico



CosmoCaixa

Las Tijeras Mágicas

**App que no falta en su móvil**

Edad: 44  
Sexo: Mujer  
Nivel formativo: Diseño de interiores  
Ocupación: Secretaria administrativa en una empresa de restauración.  
Estado civil: Casada  
Localización: La Sagrera, Barcelona

Sensible

Perfeccionista

Ahorradora

Soñadora


Tímida

Estudiosa

Figura 16. Persona. Elaboración propia. Canva.

## Persona 3

**Luís**
**User persona**



*"Para mi, es muy importante apoyar a negocios que tengan un compromiso ético y de sostenibilidad en sus servicios. Esto es lo que quiero inculcar a mis hijas"*

Edad: 42  
Sexo: Hombre  
Nivel formativo: Licenciado en Relaciones laborales.  
Ocupación: RRHH en una oficina.  
Estado civil: Divorciado  
Localización: Gràcia, Barcelona

**BIO**  
Luís, vive en Barcelona, en el barrio de Gràcia. Tiene 42 años y dos hijas gemelas de 7 años. Hace 1 año que se ha divorciado. Le encanta ir en bicicleta y asistir a conciertos. Tocaba el bajo en un grupo de música pero lo dejó al ser padre. Es vegetariano y lleva 10 años trabajando en la misma empresa. Otro de sus hobbies es viajar pero debido a la pandemia, lleva mucho tiempo sin poder hacerlo.

**Objetivos**

- Pasar el tiempo con sus hijas.
- Transmitir sus conocimientos a sus hijas.
- Dar herramientas a sus hijas sobre responsabilidad.
- Practicar un pensamiento crítico y sostenible en todos los hábitos de su vida.
- Encontrar actividades familiares adecuadas.


**Necesidades**


- Conocer más eventos culturales
- Leer más
- Encontrar tiempo para realizar actividades con sus hijas.
- Consumir más cultura.
- Hacer deporte.


**Frustraciones**


- Tener poco tiempo con sus hijas.
- No saber encontrar los planes a tiempo.
- No conectar con sus hijas.
- Coincidir con los gustos de sus hijas.

**Motivaciones**


Vida Familiar 

Sostenibilidad 


Ecología 


Cultura 

**Competencias digitales**


Bajas  Altas

**Personalidad**

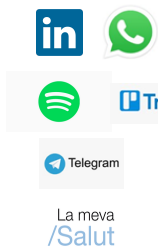
Introvertida  Extrovertida

Analítica  Creativa

**Newsletter favorita**



**App que no falta en su móvil**



**Intelectual**

**Deportista**

**Respetuoso**

**Vegetariano**

**Atento**

**Activo**

Figura 18. Persona. Elaboración propia. Canva.

## 2.10 Mapa de empatía

El mapa de empatía es una herramienta que nos permite tomar conciencia y entender a los usuarios a quienes se dirige un producto o servicio.

Realizándola obtengo una visión común sobre las necesidades, los objetivos y los puntos de dolor de los usuarios, y me permite conectar los usuarios y los conceptos de diseño.

El mapa de empatía no es un método de recogida de datos, pero me es útil para plasmar y visualizar lo que sabemos o imaginamos de los usuarios.

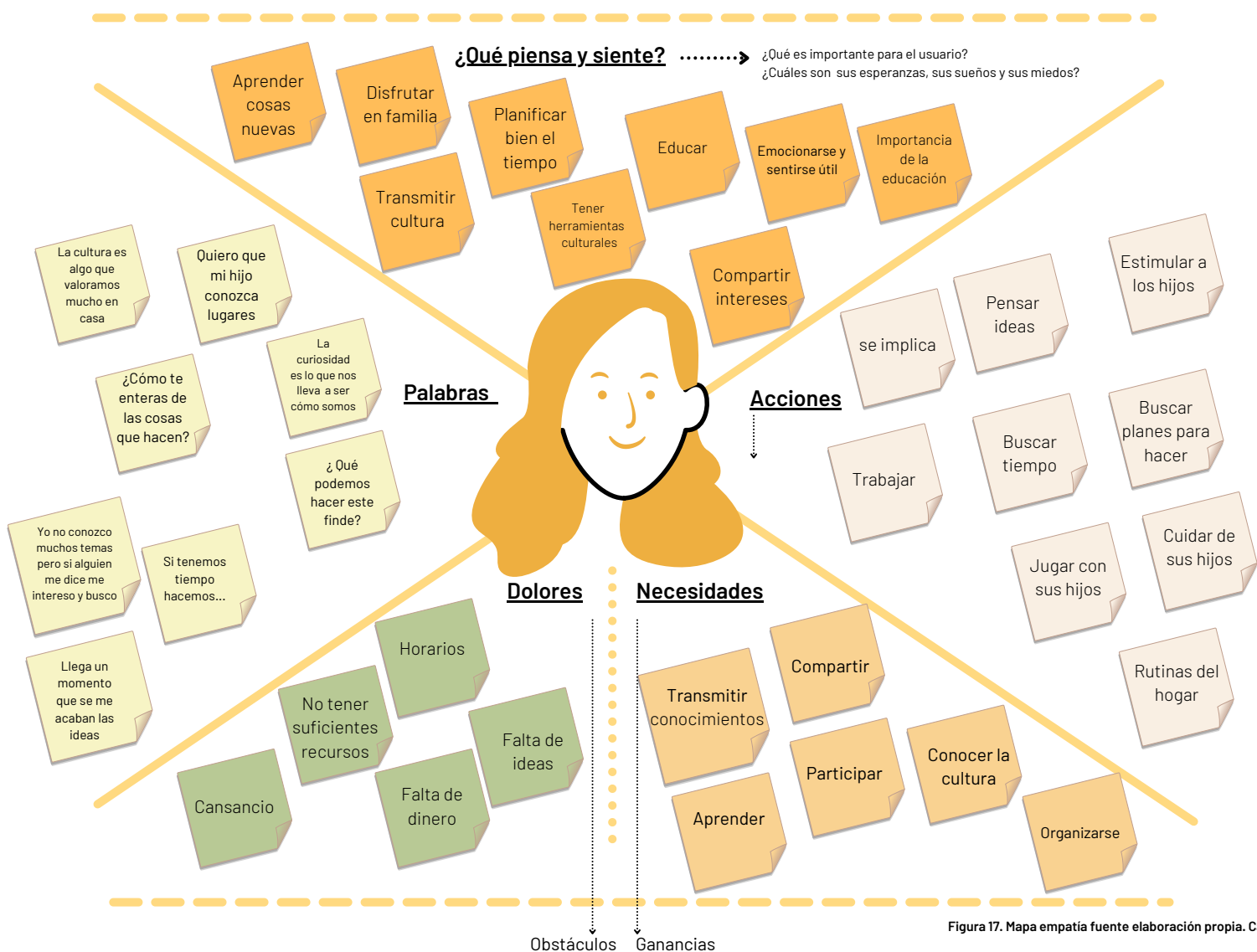


Figura 17. Mapa empatía fuente elaboración propia. Canva

### ¿Qué me ha sorprendido?

- Que esperan que alguien les diga qué hacer. Hay muchos padres que aunque se implican no buscan por sí solos.

### ¿Qué he aprendido sobre el usuario?

- Es mayoritariamente el usuario femenino el que se preocupa más por la realización de actividades.
- Tienen interés en buscar.
- Les interesa la cultura y compartir gustos y actividades.

### ¿Sobre qué aspectos del usuario quiero obtener más información?

- Métodos de búsqueda.
- Intereses particulares.
- Temas habituales en el entorno familiar.
- Gustos de los hijos.
- Experiencias con las actividades.
- Competencias digitales.

### ¿Qué aspectos del usuario pienso que influirán más en vuestros diseños?

- El tipo de notificación.
- El contenido.
- El buscador.
- La usabilidad.
- La planificación.

## 2.11 Escenarios

### Escenario 1 - Angela

Angela, se despierta sobre las 6:30 de la mañana y se prepara el café, se ducha y se prepara como cada mañana para llevar a su hijo a la escuela. Su marido se va a trabajar más temprano y no puede ocuparse nunca. Sobre las 7:30 despierta al pequeño, ofrece el desayuno y le prepara la ropa para que se vista. Se arreglan y salen de casa.

Hoy es viernes, el último día de clase y mientras van por la calle de camino a la escuela su hijo le explica que estuvieron estudiando en clase los gigantes de Barcelona. Angela recuerda que hace poco fueron las Fiestas de la Mercè, las más importantes de la ciudad de Barcelona, y entiende que lo hayan estudiado en clase.

Mientras andan se entretienen hablando sobre los tipos de gigantes que hay en Barcelona y el niño le hace bailes y le pide poder ir a verlos alguna vez en persona. Lo ve feliz y contento.

Al llegar a la puerta de la escuela se despiden con un beso y un abrazo. Mientras lo ve entrar, Angela, se queda pensando en que le encantan las cosas que le explica su hijo y que cuando era pequeña sus padres siempre la llevaban a ver los bailes de gigantes.

Durante el trayecto en el metro, Angela, mira el móvil y busca en el buscador de Google si hay algún evento de gigantes en los próximos días. Entre los resultados de búsqueda aparece una noticia de la web del ayuntamiento de Barcelona dónde se explica que este Sábado se celebrará una bailada de los Gigantes de Santa María del Mar. En ese mismo momento aparece el metro por el andén y no puede continuar leyendo. Se envía el artículo al email para poder seguir leyendo a la hora de la comida.

Después de realizar toda la mañana las prácticas del Máster en la Biblioteca de Catalunya, se para a comer un bocadillo y vuelve a mirar el móvil. Busca el correo que se ha enviado para volver a leer la información del enlace y saber más sobre el evento que podría gustar mucho a su hijo.

Entonces se da cuenta que aún quedan entradas para asistir dentro de la Basílica y ver el baile.

Le parece un plan perfecto y entra a la web de los Gigantes para hacer la inscripción previa. Realiza la reserva y una vez recibido el email de confirmación verifica el pdf que tiene las tres entradas.

Por la tarde le dará la sorpresa a su hijo y se siente satisfecha porque tienen un plan genial para el fin de semana.

### Escenario 2 - Mónica

Mónica, recoge a sus hijos a la salida del cole y antes de ir a casa van a pasar un rato en el parque.

En el parque mientras les da la merienda les pregunta qué han hecho hoy como de costumbre. Su hijo mayor le explica que tiene que preparar un trabajo del proyecto de historia evolución de la humanidad y se va a jugar al fútbol con sus amigos. Mientras tanto, un grupo de padres de la clase se ponen a hablar con Mónica y comentan sobre el trabajo. Dentro de la agenda tiene la nota de clase pero no especifica nada más que el título de la tarea a realizar y la fecha de entrega. Tienen una semana y todos comentan que no saben de dónde sacarán tiempo ni saben de dónde pueden sacar información que buscarán en internet.

Una vez que están en casa, Mónica busca en la app de la biblioteca si hay disponibles libros sobre el tema, después le pregunta a su hijo si tiene alguna idea y le contesta que no, muy poco motivado. Por lo que decide escribir en el chat de la clase en WhatsApp preguntando ideas.

Muchos padres contestan varias cosas pero les llama la atención un mensaje que cita visitar el Cosmocaixa.

A Mónica la visita en familia le parece una gran idea y lo comenta. Su hijo salta de emoción, le gusta la idea. Con sus hijos se ponen a mirar la web del Museo a través de su móvil y decide escribir otro mensaje a su marido, también por whatsapp y le envía el link de la compra de entradas.

El padre, contesta que le va perfecto y que cuándo pueda, mira las entradas.

Más tarde al llegar a casa, el marido le dice a Mónica que no ha hecho la compra porque no veía la opción de descuentos con el carnet de la biblioteca y que le sonaba que el museo hacía el descuento.

Al final deciden que se arriesgan y las comprarán en taquilla. El domingo lo tienen libre y les parece perfecto.

### Escenario 3 - Luis

Luis está divorciado y cada quince días le toca tener a sus dos hijas gemelas en casa. Vive en el barrio de Gràcia, un lugar dónde siempre hay cosas para hacer.

Es viernes por la mañana y mientras se ducha piensa que tiene muchas ganas de divertirse y hacer algo interesante con sus hijas. Hace mucho tiempo que no salen ni hacen cosas especiales pero no se le ocurre nada.

Cuando llega al trabajo, en la hora del desayuno, en el office de la oficina se encuentra a unos compañeros haciendo un café y como es usual se preguntan por los planes familiares que van a hacer durante el fin de semana.

Luis comenta que este fin de semana va a tener a sus hijas y que le recomiendan. La verdad es que la mayoría se van de fin de semana fuera de Barcelona y otros comentan que no van a hacer nada. En un momento de pausa, Luis, busca en internet alguna web de agenda de eventos pero no encuentra nada que le haga decidirse ni que le atraiga.

Por la tarde cuándo ha recogido a sus hijas al colegio y están cenando en un restaurante cercano a su casa, les pregunta qué les gustaría hacer. La verdad es que las dos contestan que no saben que les va bien lo que sea.

Luis les comenta que ha visto que hay muchas cosas que hacer: ir al teatro, ir a un concierto, una excursión en Golondrinas, ir al Aquarium o al zoo o al Cine... Las dos niñas gritan al unísono que quieren ir al Cine, que hace mucho por culpa de la Covid que no van juntos al cine y que se quieren hartar de palomitas.

Cuando llegan a casa, encienden el ordenador y buscan las carteleras de los dos cines que tienen cercanos. Uno es el Verdi y otro son los Bosque.

En la web del Verdi no ven nada claro la sección cine familiar ni cómo reservar entradas ni horarios en cambio en la del Bosque ven un poco mejor aunque el horario es tarde. Al final deciden que van a ver la última de la Familia Adams en dibujos animados y Luis no se lo piensa y termina el proceso de compra.

Recibe a su email la confirmación y todo está perfecto. Entradas descargadas y los tres se van a dormir contentos ya que después de mucho tiempo vuelven al cine juntos.





## 2.12 User journeys

### Mapa usuario 1

Tarea: Angela busca información y planes sobre los Gigantes de la Ciutat de Barcelona

Inicio

Conocimiento

Acción

Final

	En casa	Camino a la escuela	En el metro	Reserva de entradas
Acciones	<p>Angela se despierta, su marido ya está en el trabajo. Desayuna y levanta a su hijo. Prepara las cosas del cole y pregunta al niño que quiere hacer este fin de semana pero él responde que no sabe, que está dormido. Se visten y salen de casa de camino al colegio.</p>	<p>Durante el camino a la escuela, el niño le habla sobre los gigantes. El niño ha estado estudiando las fiestas de la Mercè en clase y le ha entusiasmado. Angela, se acuerda de cuando era pequeña pero la verdad es que no sabe nada de gigantes y piensa que nunca han llevado a su hijo a ver gigantes ni a fiestas populares. El niño se pone a bailar imitando los gigantes y a ella le parece precioso</p>	<p>Una vez ha dejado a su hijo en la escuela, coge el metro para ir a la Biblioteca dónde está haciendo las prácticas del máster que está estudiando. Mientras espera sentada en el andén se acuerda de su hijo y la pasión de los gigantes y teclea en el buscador del móvil: Gegants de Barcelona. Lo primero que ve es una web del ayuntamiento de BCN de cultura popular con una noticia destacada sobre gigantes. En ese momento llega el metro y decide que a la hora de comer lo leerá con calma.</p>	<p>Cuando termina las prácticas y mientras está en la hora de la comida, abre su portátil y vuelve a buscar en Google información sobre los gigantes de Barcelona. El primer enlace que ve es el de la web del ayuntamiento y entra en él. Este la redirecciona a la noticia de este fin de semana sobre un baile de gigantes en la basílica de Santa María del mar. Es gratuito pero con inscripción previa. Al no tener nada que hacer el sábado por la tarde entra en el formulario y reserva 3 entradas. Luego verifica el email para poder descargar las entradas y confirmar que ha hecho correctamente la reserva. ¡Ya tiene Plan!</p>
Touchpoints	<ul style="list-style-type: none"> <li>Piensa que pueden hacer el fin de semana</li> <li>Pregunta a su hijo que le gustaría hacer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El hijo le da pistas sobre algo que le gusta y que pueden investigar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Navega por la web desde el dispositivo móvil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quedan entradas y rellena el formulario de inscripción previa.</li> <li>No tiene problemas para realizar la inscripción, le piden datos muy generales y es gratis.</li> <li>Recibe correctamente la confirmación de reserva y las entradas con el QR.</li> </ul>
Pain points	<ul style="list-style-type: none"> <li>No tienen nada planificado para el fin de semana.</li> <li>No tiene ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se da cuenta de que nunca ha llevado a su hijo a ver gigantes ni a fiestas populares.</li> <li>Se da cuenta que no sabe nada sobre eventos de gigantes en la ciudad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poco tiempo para buscar información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El enlace del formulario está en medio del texto y se ve poco.</li> <li>Tiene que hacer dos reservas (rellenar dos veces el mismo formulario) porque sólo le dejan reservar 2 máximo por persona y ellos son 3.</li> <li>Tarda un rato en recibir el mail de confirmación y lo recibe en la bandeja de SPAM</li> <li>Al hacer dos reservas tiene dos mails superpuestos con varios pdf de entradas.</li> </ul>
Emociones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estresada</li> <li>Cansada</li> <li>Perdida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nostálgica</li> <li>Maravillada</li> <li>Feliz</li> <li>Pérdida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interesada</li> <li>Investigadora</li> <li>Ocupada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenta</li> <li>Concentrada</li> <li>Incomoda</li> <li>Preocupada</li> <li>Satisfecha</li> </ul>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una agenda de planes y eventos.</li> <li>Una app que avise de eventos y planes.</li> <li>Alguna herramienta familiar que te organice la semana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alguna herramienta que te dijera que hacen los niños en clase con recomendaciones para poder ampliar con la familia y en la ciudad.</li> <li>Tener más información sobre eventos de cultura popular.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una herramienta que permita escuchar con los cascos tipo podcast ideas y planes familiares durante el trayecto en metros.</li> <li>Una herramienta que permite guardar páginas web o artículos para leer más tarde.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opción de más de 2 entradas por reserva en entradas aunque sean gratuitas si son familiares.</li> <li>Verificar que las notificaciones no vayan por defecto a bandeja de spam.</li> <li>Notificar inmediatamente.</li> <li>Tener opción de suscribirse a la web del evento automáticamente para poder seguir leyendo más información del evento,</li> </ul>

Figura 18. User journeys. Elaboración propia. Canva.

## Mapa usuario 2

Tarea: Mónica tiene que encontrar alguna actividad para ayudar a su hijo con el proyecto de la escuela

Inicio

Conocimiento

Acción

Final

	Salida de la escuela	En el parque	En casa	Reservar - Taquillas Cosmocaixa
Acciones	<p>Mónica espera a la salida del colegio a que salgan sus hijos. Antes de ir a casa van al parque infantil un rato y meriendan.</p> <p>Mónica le pregunta a su hijo mayor que han hecho hoy en clase y este le explica que tienen que hacer un proyecto sobre la evolución de la humanidad y de la tierra para la semana que viene y que tiene el papel con la explicación en la agenda.</p>	<p>Mientras los niños están jugando, Mónica se pone hablar con un grupo de padres amigos y les comenta lo que le ha dicho su hijo.</p> <p>Entonces, todos abren la mochila y miran el papel dentro de la agenda. En el papel solo pone el título del trabajo: Buscar información sobre la historia de la humanidad y una fecha.</p> <p>Todos se quedan sorprendidos y estresados con el poco tiempo y con las pocas explicaciones.</p> <p>Hablan de que miraran en casa o en la biblioteca.</p>	<p>Una vez han llegado a su casa, mientras sus hijos juegan, se sienta en el sofá y busca en la app de la biblioteca si hay algún libro disponible en el barrio.</p> <p>Encuentra varios y se lo comenta a su hijo. Más tarde googlea y encuentra millones de imágenes y enlaces. Finalmente, se le ocurre preguntar en el chat de padres del cole.</p> <p>En medio de múltiples mensajes, un padre le comenta que tal vez van a ir al Cosmocaixa por qué le suena que hay una parte con explicaciones y así los niños ven materiales in situ.</p>	<p>Ir al Cosmocaixa le parece una idea genial.</p> <p>Se lo dice a su hijo y este se vuelve loco de alegría.</p> <p>Mónica, consulta la web del Cosmocaixa con su móvil mientras están cenando y le envía un WhatsApp a su marido con el enlace y le comenta si puede comprar las entradas para este fin de semana, así pueden empezar a el trabajo con la información que encuentren y al niño le motiva más esta opción que ir a la biblioteca.</p> <p>El marido le dice que vale pero que no ve las opciones de descuentos con el carnet de biblioteca y que prefiere ir a taquillas. Deciden comprar en taquillas por si al final no pueden ir y así verificar que les sale más barato.</p>
Touchpoints	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiene conocimiento sobre un tema.</li> <li>Tiene que pensar cómo ayudar a su hijo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienen un reto qué hacer.</li> <li>Tiene que encontrar recursos.</li> <li>Se relaciona y conversa con otros padres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Navega por internet desde el dispositivo móvil buscando información.</li> <li>Busca libros en la web de la biblioteca.</li> <li>Quiere ayudar a su hijo dándole ideas y herramientas.</li> <li>Recibe una idea desde el chat de clase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consiguen un plan motivador</li> <li>Entran en la web del Museo</li> <li>Deciden hacer algo en familia</li> <li>Se comunican rápidamente por WhatsApp</li> <li>Comparten información</li> </ul>
Pain points	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiene que encontrar tiempo para poder sentarse y pensar lo que le ha dicho su hijo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Piensa que le falta tiempo</li> <li>No tiene ideas más que ir a la biblioteca a buscar libros.</li> <li>Querria conocer más datos sobre el proyecto para saber cómo puede ayudar a su hijo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saturada con la información encontrada.</li> <li>Su hijo necesita algo nuevo que le motive para realizar el trabajo.</li> <li>Trabajo extra para ella.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No ven claro las opciones de tipo de entrada en la web.</li> <li>Dudan en reservar anticipadamente por si les surge un imprevisto.</li> <li>Se arriesgan a comprar en taquilla.</li> </ul>
Emociones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenta</li> <li>Curiosa</li> <li>Familiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sorprendida</li> <li>Estresada</li> <li>Interesada</li> <li>Social</li> <li>Preocupada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saturada</li> <li>Investigadora</li> <li>Animada y desanimada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenta</li> <li>Interesada</li> <li>Comunicadora</li> <li>Aventurera</li> </ul>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un mensaje del colegio vía app con la información sobre el proyecto de la escuela y qué recursos son interesantes visitar o trabajar, ayudando así con recursos, a los padres y con un poco más de tiempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Que algún padre o madre le diga alguna web o app para consultar.</li> <li>Recibir ideas de algún padre o madre.</li> <li>Conocer museos especializados en ciencias y tener claro que pueden ser una oportunidad para desarrollar proyectos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una herramienta que encuentre la información en un único lugar a través de un buscador interno de la app.</li> <li>Identificación de una palabra clave.</li> <li>Recomendados de lugares.</li> <li>Guía de materias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Claridad en la información del tipo de entradas.</li> <li>Opciones de múltiple descuentos.</li> <li>Ventajas en la reserva de entradas anticipadas.</li> </ul>

Figura 19. User Journeys. Elaboración propia. Canva.

# Mapa usuario 3

Tarea: Luis tiene este fin de semana a sus hijas y no sabe qué puede hacer con ellas

Inicio

Conocimiento

Acción

Final

	En casa	En el trabajo	Cena en el restaurante	Compra de entradas
Acciones	<p>A Luis le toca este fin de semana tener a sus hijas en casa. Mientras se está duchando para arreglarse e ir al trabajo, se pone a pensar que le gustaría hacer con ellas. Hace tiempo que no hacen nada especial y le gustaría que ellas se sintieran felices y se lo pasaran bien. Se va corriendo al trabajo pero está contento de recogerlas a la salida del colegio esta tarde.</p>	<p>Cuando llega a la oficina, se prepara un café y en el office se encuentra con varios compañeros de trabajo que sabe que tienen hijos y les explica que este fin de semana tiene a las niñas y que quiere hacer algo especial. Les pregunta directamente si saben si hacen algo divertido y especial en la ciudad a lo que responden que no tienen idea. Unos se van de fin de semana a la montaña y otros no harán nada especial. Por lo que no le ayudan demasiado. Más tarde, mientras trabaja va mirando información por internet para ver qué pueden hacer. Encuentra webs interesantes con planes pero no se decide.</p>	<p>Son las 17 :00 de la tarde y Luis, recoge a las niñas. Están super contentos de pasar el fin de semana juntos. Se las lleva a la plaza de la Vila de Gracia y las invita a un helado. Tienen reserva para cenar en una pizzería. Cuando están cenando en el restaurante, Luis les pregunta qué les gustaría hacer. Que pueden ir a un museo, al teatro, a las golondrinas o al cine. Las dos responden que les gustaría mucho ir al cine y comer palomitas. Que por culpa del covid hace mucho que no van.</p>	<p>Cuando ya llegan a casa después de cenar, los tres se ponen delante del ordenador y buscan la cartelera de los dos cines que tienen más cercanos de casa. Luis prefiere que sea en horario matinal porque así pueden ir a comprar ropa por la tarde. En la web de los cines Verdi les cuesta encontrar la categoría de infantil hasta que ven un banner que pone Verdi Kids que les direcciona a la película que están recomendado y les especifica la edad y hay descuento para niños menores de 11 años pero luego no sale para comprar entradas ni horarios. Al final van a la cartelera de cines Bosque y aunque su página tampoco es muy clara si que les da opción de escoger y con el descuento. Al final escogen La familia Adams pero horario tarde. Compra entradas y las recibe en el móvil por email.</p>
Touchpoints	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está motivado.</li> <li>Quiere compartir algo especial con sus hijas.</li> <li>Tiene tiempo para pasar con ellas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Busca información.</li> <li>Se relaciona con otros padres y pregunta.</li> <li>Descubre webs con planes para niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compartir momentos.</li> <li>Plantear que planes hacer.</li> <li>Ofrecer ideas.</li> <li>Escoger un plan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entran en las webs de los cines buscando el nombre del cine en el buscador.</li> <li>Tienen claro que quieren ver una película.</li> <li>Comparten la experiencia de la búsqueda.</li> </ul>
Pain points	<ul style="list-style-type: none"> <li>No tiene nada planificado para el fin de semana.</li> <li>Tiene demasiadas ideas pero nada concretas.</li> <li>Han hecho pocas cosas últimamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No le convence nada.</li> <li>Otros padres no le ayudan demasiado.</li> <li>Demasiada información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mucha variedad de planes.</li> <li>Dejar decidir a las hijas.</li> <li>Hacer lo que las hijas quieran.</li> <li>No saber qué película es la más adecuada.</li> <li>Desconocer si en los cines cercanos hay oferta infantil.</li> <li>Plan genérico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La web del cine está mal diseñada.</li> <li>Cuesta encontrar la información y la compra de entradas.</li> <li>No hay categorías infantiles destacadas.</li> <li>Los horarios son limitados.</li> <li>No hay mucha oferta.</li> </ul>
Emociones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contento</li> <li>Motivado</li> <li>Pensativo</li> <li>Implicado</li> <li>Responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frustrado</li> <li>Dubitativo</li> <li>Interesado</li> <li>Explorador</li> <li>Saturado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicador</li> <li>Feliz</li> <li>Compenetrado</li> <li>Generoso</li> <li>Amigable</li> <li>Abierto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explorador</li> <li>Investigador</li> <li>Reflexivo</li> <li>Agobiado</li> <li>Crítico</li> </ul>
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una agenda de planes y eventos.</li> <li>Una app que te avise de eventos y planes.</li> <li>Alguna herramienta familiar que te organice la semana . Anticipación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una herramienta o app con Opiniones y recomendaciones de otros padres.</li> <li>Tener información sobre eventos de fin de semana en un único lugar.</li> <li>Un chat de padres divorciados - Perfil .</li> <li>Compartir eventos con un calendario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una herramienta que te permita estar informado sobre estrenos de cine familiar.</li> <li>Conocer los gustos favoritos de tus hijos y saber como ampliar sus experiencias.</li> <li>Conocer contenidos adecuados por edad y actividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora en categorías y en la web.</li> <li>Más variedad de contenidos.</li> <li>Público especializado.</li> <li>Accesibilidad en la web.</li> <li>Diseño intuitivo y claro.</li> </ul>

Figura 20. User Journeys. Elaboración propia. Canva.

## 2.13 Lista de requisitos de Diseño

### Definición

#### Funcionales

- Debe informar a los usuarios sobre la programación completa de actividades en la ciudad .
- Debe destacar en la app las actividades familiares.
- Información adecuada para las familias.
- Debería trabajar en colaboración con las escuelas de la ciudad.
- La App debería dar espacio destacado a la parte Multimedia, sobre todo sonora tipo podcast.
- Material descargable para las familias.
- Tener un perfil de usuario
- Integración de la app con algunas aplicaciones organizativas, de calendario o de redes más utilizadas por los usuarios.
- Uso de un sistema de notificaciones para mantener informado al usuario registrado diaria.
- Que pudieras integrarlo a tus contactos y crear chats grupales y mensajería instantánea para así poder compartir información.
- Diseñar o integrar una plataforma y entorno virtual para las actividades virtuales y streamings que sea accesible y usable.
- Contenido actualizado
- Filtro por edades y por temáticas. Personalizar un filtro sobre intereses.
- Planificador personalizado de eventos conectado con tu configuración de perfil de intereses.
- Crear un perfil personalizado según las características
- Tener un buscador palabra o tema clave
- Tener un recomendado de ideas
- Guardar historial de consultas. Opción guardar y leer más tarde.
- Poder crear una lista de favoritos
- Poder interactuar en forma de opiniones o valoraciones en algunos contenidos.
- Realidad Virtual y realidad aumentada para las exposiciones y recorridos.
- Integrar reserva o venta de entradas con algunos museos, rutas , cines según las temáticas y las temporadas.
- Que el planificador y calendario de la App
- Una biblioteca virtual para consultar sobre temas.
- Espacios de contenidos destacados y actualizados según temáticas.
- Permitir subir imágenes y compartirlas.
- Ideas del día destacadas con notificación instantánea.
- Descuentos culturales especiales.

#### No Funcionales

- Protección y utilización de datos.
- Si hay venta de entradas o reservas, dar seguridad a lo largo del proceso de pago.

#### Ambiental de entorno social

- Dar la posibilidad de compartir el contenido en redes sociales o WhatsApp.
- Promoción de la App en los entornos escolares a través de otras Apps comunicativas escolares.
- Que la App se encuentre en los motores de búsqueda y el algoritmo de Google la ponga en valor.
- Espacio de publicidad con aceptación o configuración del usuario.

## 2.14 Conclusiones

Los usuarios necesitan recibir información tipo mensajería instantánea para iniciar el interés.

Alguna herramienta familiar que te organice la semana. Los usuarios necesitan planificarse y organizarse. Ayudar con el tiempo para que no se dejen de realizar actividades.

Los usuarios se implican con sus hijos y valoran mucho compartir experiencias.

Los usuarios esperan guías con recomendaciones de ideas y planes. Necesitan que alguien les vaya explicando beneficios de la cultura y actividades que hacer.

Los usuarios se basan en los gustos e intereses que tienen sus hijos. Ellos son un poco los que marcan qué hacer.

La mayoría de usuarios utilizan el buscador de los navegadores de internet como método general para la búsqueda de temas y planes.

#### Emocional

- Incluir microinteracciones para que la experiencia sea fluida.
- Muestra tu espacio donde puedas enseñar tus recomendaciones y opiniones a otros padres.
- Que se adapte y permita que te identifiques con tus conocimientos culturales
- Experiencias culturales diferentes
- Guía Cultural

#### De información

- Emails de confirmación con instrucciones o recordatorios.
- Formulario registro claro.
- Ayuda y documentación- Info práctica.
- Email o mensaje recordatorio con enlace para asistir al streaming, a reservar entradas o inicio de actividades.
- Revisión y adecuación de la información proporcionada actualmente para la aplicación.
- Traducción de toda la información mostrada en la aplicación a los idiomas inicialmente contemplados. Invertir en subtítulos de contenidos Multimedia y audiovisuales de fuentes externas.
- Notificación de cualquier actualización de contenido.
- Integrado a google maps para informar de lugares e itinerarios.

#### Operativos y técnicos

- App sin wifi. Bluetooth.
- Una aplicación en los mercados iOS y Android que sea fácilmente descargable.
- Ha de ser compatible con sistemas Android e iOS.
- Una web sobre la app que debe poder ser utilizada, por lo menos, en los principales exploradores del mercado en sus últimas versiones: Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox y Safari, tanto en versión de escritorio como en versión móvil y, por lo tanto, su diseño tiene que ser responsive.

## 2.15 Value proposition canvas

### Ideación

Podemos definir la propuesta de valor como los beneficios que los clientes pueden esperar de los productos y servicios que ofrece una organización.

El lienzo de propuesta de valor (Value Proposition Canvas) es una herramienta que ayuda a visualizar, diseñar y testar como una organización crea valor para sus clientes.

### Target de Cliente



Público Familiar



Interés en la cultura

### Segmento de mercado



Madre



Padre

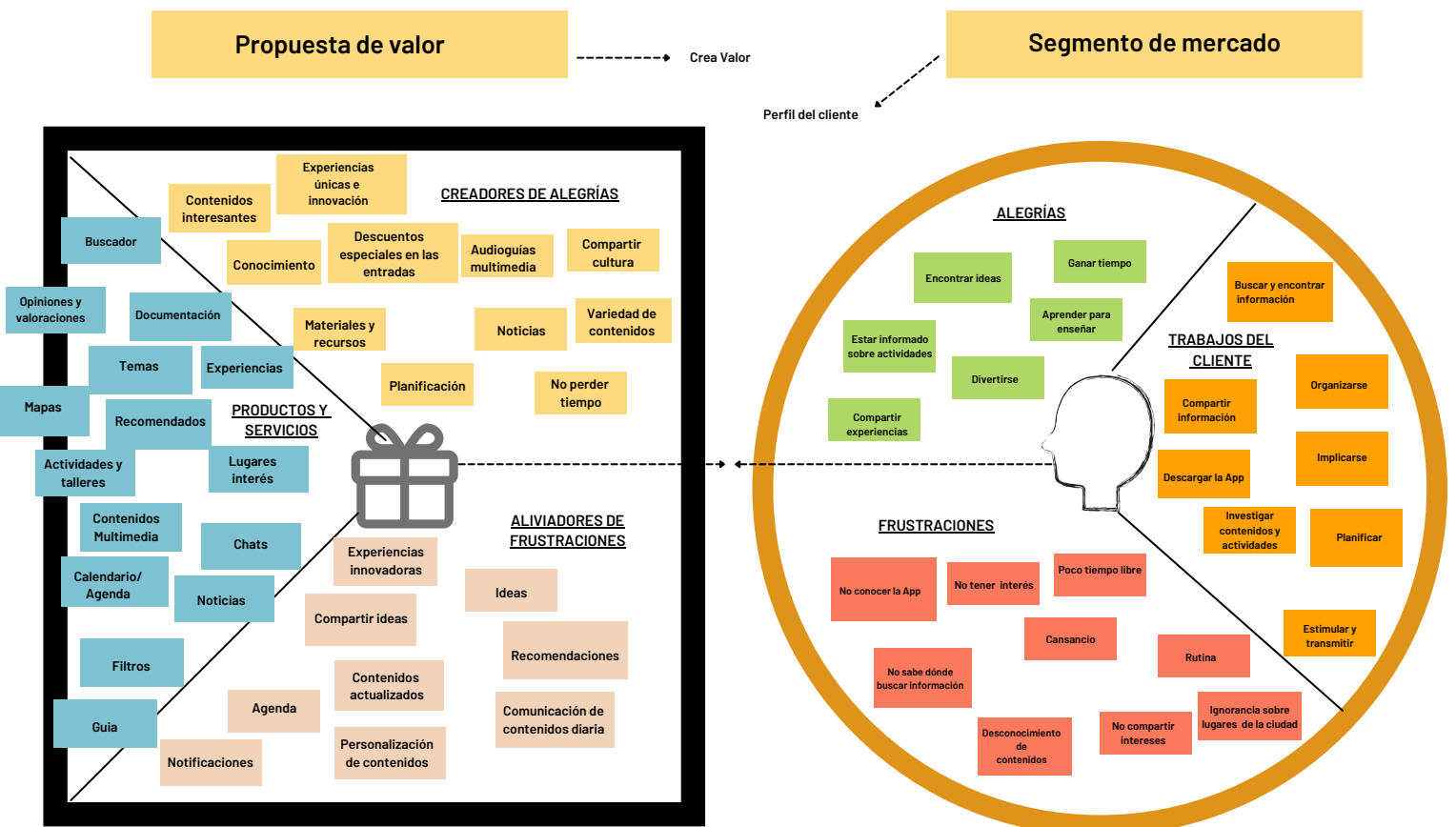
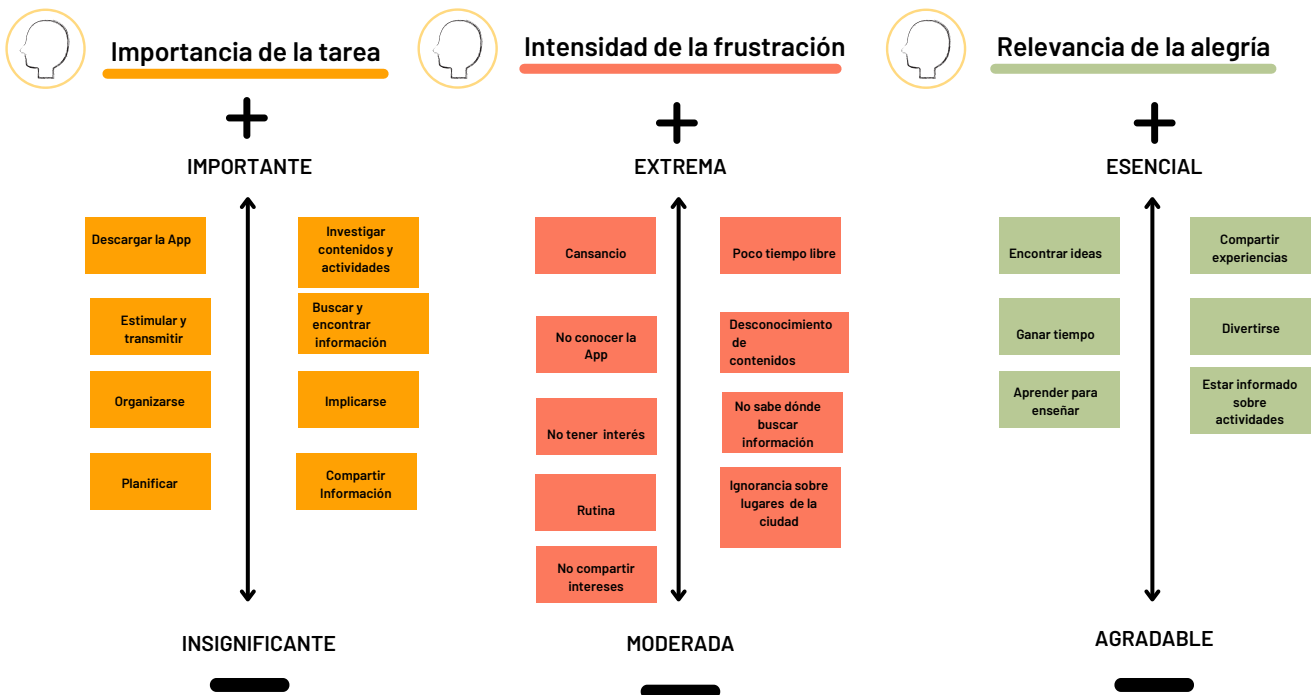


Figura 21 . Propuesta de valor. Elaboración propia. Canva.

Cliente

## Clasificar trabajos, frustraciones y alegrías



## MAPA DE VALOR

## Clasificación por orden de relevancia



## 2.16 Lean UX canvas

El Lean UX canvas permite recoger toda la información relevante sobre un tema en un solo lugar para guiar el proceso de desarrollo del producto.

<p><b>Asociaciones clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionales de la educación</li> <li>• Programadores e informáticos</li> <li>• Especialistas en Museografía digital</li> <li>• Diseñadores</li> <li>• Técnicos de nuevas tecnologías</li> <li>• Museos</li> <li>• Teatros</li> <li>• Profesionales del mundo audiovisual</li> <li>• Librerías</li> <li>• Historiadores y Arqueólogos</li> <li>• Científicos</li> <li>• Instituciones culturales</li> <li>• Periodistas</li> <li>• Artistas</li> <li>• Asociaciones de familias</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de una plataforma</li> <li>• Posibilidad de Tours virtuales y Streaming</li> <li>• Experiencias Inmersivas</li> <li>• Colaboración permanente con museos y otros partners del sector cultural.</li> <li>• Promoción de Hallazgos.</li> <li>• Notificación</li> <li>• Personalización</li> <li>• Comunicación</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novedades</li> <li>• Noticias</li> <li>• Mensajería instantánea</li> <li>• Notificaciones</li> <li>• Personalización de contenido</li> <li>• Guía</li> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Información y contenidos.</li> <li>• Participación</li> <li>• Experiencias especiales y diferentes.</li> <li>• Planificador</li> <li>• Organizador</li> <li>• Una única herramienta con para consultar</li> <li>• Opiniones y valoraciones</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• FAQ</li> <li>• Profesionales</li> <li>• Charlas</li> <li>• Notificaciones</li> <li>• Newsletters</li> <li>• Email</li> </ul>	<p><b>Segmentos de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias</li> <li>• Profesionales de la cultura</li> </ul>
<p><b>Estructura de coste</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costes personal</li> <li>• Personas. Recursos humanos.</li> <li>• Innovación tecnológica</li> <li>• Socios</li> <li>• Inversores</li> <li>• Licencias de propiedad intelectual</li> <li>• Tiempo en búsqueda de financiación</li> <li>• Derechos de imagen</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres</li> <li>• Cuota club.</li> <li>• Venta de entradas</li> <li>• Socios</li> <li>• Sponsors</li> <li>• Publicidad</li> </ul>		

Figura 22. Elaboración propia. Canva.

## 2.17 Insights

### Propuesta de valor y Lean UX canvas

- Los usuarios creen que es útil una herramienta con la información adecuada a sus intereses pero en muchos casos sólo la reciben por medio de la relación con otros padres por lo que no suelen buscar expresamente.
- ✓ Se recomienda el diseño de una app que tenga las opciones parecidas a herramientas que vemos más utilizadas por los usuarios. Con mensajería instantánea, que se pueda pueda compartir información, que puedas escoger temas favoritos, etc.
- Los usuarios están muy ocupados y disponen de poco tiempo libre y en muchas ocasiones pocas ganas.
- ✓ Por lo que se recomienda pensar en una herramienta que estimule y anime. Y sobre todo que sea útil para ganar tiempo y organizarse.
- Los usuarios necesitan un único lugar dónde encontrar la información que buscan o descubrir ideas.
- ✓ Por lo que se recomienda pensar que se integre a otras aplicaciones y que sea compatible con ellas.
- Los usuarios buscan una App o una herramienta que les aporte muchos contenidos y les sirva para poder actualizar sus conocimientos y les aporte ideas interesantes si esta tiene muy poco contenido no se la descargarán o no la mantendrán en sus dispositivos o no la consultarán.
- ✓ Se recomienda el diseño de una app que sea variada en temáticas que inspire en muchos campos de la Cultura y que aporte muchas opciones tanto teóricas como de actividades.
- Los usuarios necesitan estar constantemente informados para poder implicarse.
- ✓ Por lo que pensemos el sistema adecuado para mantener información actualizada.
- Los usuarios necesitan comunicarse y compartir con otros usuarios.
- ✓ Por lo que pensemos el sistema adecuado según el perfil de usuario para poder transmitir sus conocimientos y experiencias.
- Los usuarios creen que es muy importante estimular y se preocupan por la felicidad de sus hijos por lo que necesitan herramientas y recursos para ese fin.
- ✓ Por lo que se recomienda pensar en una herramienta que ponga la educación familiar como centro.

## 2.18 Conclusiones

### Propuesta de valor y Lean UX canvas

- Aportamos valor al producto si este tiene funciones familiares para el usuario.
- Aportamos valor al producto si éste resuelve las necesidades del usuario.
- Aportamos valor al producto si este contiene contenidos actualizados y personalizados.
- Aportamos valor al producto si este contiene contenidos estimulantes, inspiradores,
- Aportamos valor al producto si este contiene experiencias especiales, innovadoras pero al mismo tiempo familiares y sencillas.
- Aportamos valor al producto si este puede obtener promoción por los canales más familiares del usuario.
- El objetivo de la app será movilizar el sector familiar, compartiendo contenidos culturales y actividades para realizar en la ciudad de Barcelona así como acercar la cultura a los usuarios.
- La idea promociona la importancia de la cultura en las familias permitiéndoles conocer y experimentar las diferentes áreas que ella.
- Aportamos valor a la App si utilizamos un Modelo de colaboración: Aprovechar la experiencia de otros organismos o agentes culturales. Esto nos permitirá que los usuarios sientan que los contenidos y las ideas son completas y al mismo tiempo los agentes se promocionarán.
- Intentaremos que haya dos opciones una gratuita y una pro para poder conseguir ingresos.



# 3. Prototipado

### 3. Prototipado

#### Arquitectura de la información

Esta fase de Definición de la Organización y del Etiquetado tiene por objetivo organizar todos los contenidos y determinar cómo se producirá la interacción entre los usuarios y el producto y/o servicio, siempre centrándonos en las necesidades de los usuarios. La organización determina que los usuarios accedan fácilmente a la información. Por eso, una organización adecuada es clave para garantizar una buena experiencia de uso y que la nueva aplicación tenga éxito.

Para ello, en las siguientes páginas se realiza el estudio utilizando un inventario de contenidos, un card sorting con usuarios en remoto y un árbol de contenidos. Todas técnicas donde se implica la evaluación con usuarios para poder determinar el prototipo de la aplicación.

Finalmente, el prototipado se ejecuta en varias fases y el resultado obtenido en cada una de ellas supone un grado creciente de «fidelidad» o aproximación al diseño final.

El primer paso para realizar un card sorting consiste en hacer inventario de todos los contenidos que incluirá el producto según la información obtenida del modelado (personas y escenarios) y también a partir de los requerimientos de negocio.

Al ser un diseño nuevo, el inventario reúne la información recogida durante las fases de investigación y definición.

En el inventario entran todas las páginas de contenidos y todas las páginas de funcionalidades.

### 3.1 Inventario de contenidos

Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4
Inicio /sin registro				
Inicio /registro				
Home	Menú			
	Buscador			
		Palabra clave		
		Filtros		
	Perfil			
		Configuración datos perfil		
		Historial , favoritos, guardados, calendario		
		Bandeja entrada, intereses		
	Temas			
		Contenido destacado diario/ tema del día	Compartir/ guardar	
		Cine/Literatura/Ciencias/ Arte/ Teatro/ Museos, Lugares	Compartir/ guardar	
	Recomendado			
		Ideas		
		Test afinidad		
	Explorar			
		Por artistas, Lugares, temas		
	Actividades			
		Agenda		
		Actividades para hacer en la ciudad		
	Multimedia			
		Videos, imágenes, tours virtuales, material, guías		
	Experiencias			
		Opiniones y contenido pro		
	¿Sabías que?			
		Anécdotas/ Noticias		

Tabla 4. Inventario de contenidos. Elaboración propia

## 3.2 Card Sorting

### Metodología

El card sorting es una técnica de diseño centrado en el usuario que permite analizar cómo estructuran los usuarios los contenidos para definir la organización y las etiquetas según sus modelos mentales. Tiene el objetivo de descubrir qué tipo de clasificación de categorías sería el más correcto de utilizar. Esta técnica sirve para identificar el mapa mental de nuestros usuarios y certificarnos que diseñamos centrándonos en ellos. Se puede realizar presencialmente o en remoto. Y puede ser abierto, cerrado o híbrido dependiendo del diseño del que se hará el proyecto. Si es nuevo, o un rediseño de un proyecto ya realizado y que necesita mejora.

### Tarjetas

- Actividades para hacer esta semana en la ciudad
- Agenda
- Anécdotas
- Crear tu Perfil: añadir foto/ Indicar Edad hijo/a...
- Explorar por artistas
- Explorar por lugares
- Favoritos
- Gestionar notificaciones
- Historial
- Ideas
- Intereses
- Libros/ Cine/ Arte/ Museos/ Ciencias/ Música/ Teatro
- Mensajes/ Notificaciones/ Bandeja
- Noticias
- Opiniones
- Palabra Clave
- Registrarse/Iniciar sesión
- Tema del día
- Test afinidad: si tu hijo le gusta "X" le gustará "X"
- Videos/ Visitas virtuales/ Imágenes

### Categorías

- Perfil,
- ¿Sabías que?,
- Configuración,
- Cuenta,
- Inicio
- Actividades
- Temas
- Recomendado,
- Buscador,
- Explorar,
- Multimedia
- Experiencias

### Análisis de resultados

En primer lugar, es necesario analizar los **datos cuantitativos**. Si se ha realizado el card sorting por medio de una plataforma en línea, este tipo de herramientas suele facilitar el análisis mediante matrices de **similitud o dendogramas**.

La **matriz de similitud** muestra los grupos de tarjetas más comunes permitiendo identificar las agrupaciones más evidentes y explorar las más variables. Para cada par de tarjetas, la celda de intersección muestra el porcentaje de participantes que agrupan estas tarjetas. Agrupamos los pares más estrechamente relacionados a lo largo del borde derecho de la tabla. Los grupos más oscuros pueden ser un gran punto de partida para identificar agrupaciones potenciales. Esta vista muestra la proporción de sus participantes que agruparon dos tarjetas cualesquiera en la misma categoría. Lo que nos ayudará a ver cómo los usuarios organizan el contenido para poder crear nuestro árbol de contenidos en la siguiente fase

El **Dendograma** permite visualizar la relación de agrupación entre las tarjetas en porcentaje. Hace suposiciones sobre grupos más grandes basados en relaciones de pares individuales.

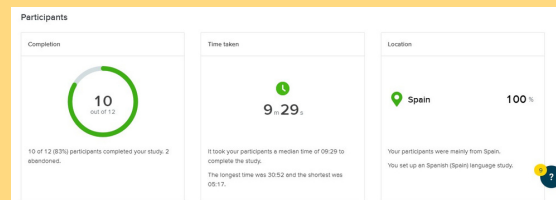
El **card sorting** se realizó en remoto a través del software **Optimal Workshop** y se optó por el modelo híbrido ( el usuario puede crear una nueva categoría ).

Esta herramienta registró la ordenación de cada usuario y de manera automática realizó el análisis de los resultados.

Los **participantes** trabajaron de manera individual y se les contactó a través de correo electrónico y mensajería de WhatsApp. En los mensajes se explica de manera breve el objetivo del estudio y se resume cómo se realiza el test y que es lo que tendrán que hacer. Sus comentarios ayudan a determinar cómo se debe organizar nuestro contenido, etiquetar el contenido y para que podamos hacer que nuestra App sea más fácil de usar.

### Participantes

Se realizó el test a 10 participantes con el perfil de usuario requerido en los objetivos. Usuarios de 30 a 45 años con hijos de 3 a 12 años. Se crean 20 tarjetas para que los participantes puedan agruparlas en una de las 12 categorías creadas.



Los participantes tardaron una media de 9 minutos con 29 segundos, en total .

### Mensaje para los participantes

*Bienvenidos a este estudio sobre una aplicación cultural para familias. Para empezar, me gustaría contarte en qué consiste el proyecto **Curiositas**. **Curiositas**, es una app cultural que tiene como objetivo ofrecer recursos de cultura general y actividades, así como también, ofrecer ideas a los padres, para que estos, puedan compartir experiencias, aprendizajes y planificar actividades con sus hijos. Esta técnica (Card sorting) contribuye, por un lado, a descubrir cuál es la mejor forma de organizar la información y, por otro, permite también definir las etiquetas del producto o servicio interactivo. La actividad no debería tardar más de 10 a 15 minutos en completarse. Gracias por aceptar participar, tus respuestas me ayudarán a organizar el contenido de la aplicación. Descubre cómo en la página siguiente ...*

## Similarity matrix

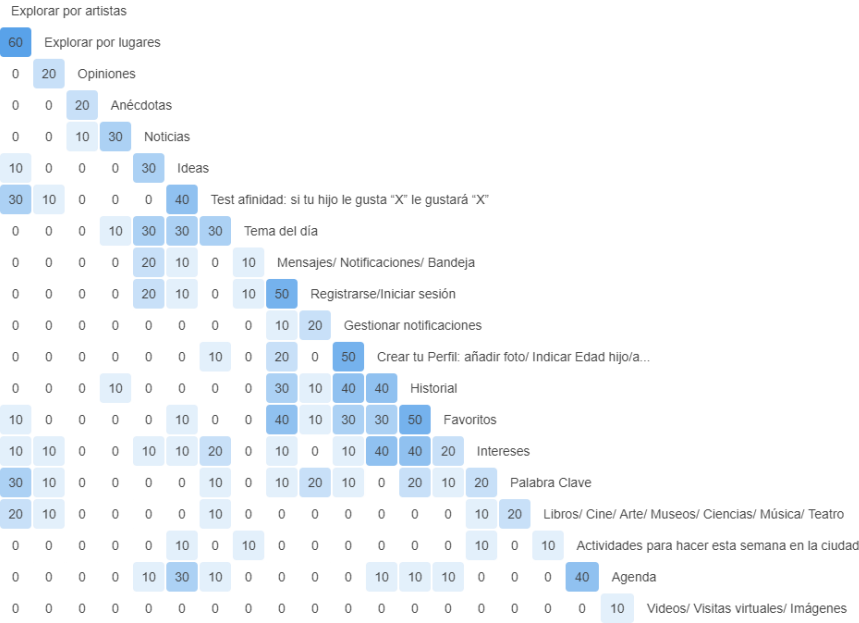


Figura 23. Similarity matrix. Optimal workshop.

En la matriz resultante de este card sorting, podemos ver por ejemplo que los contenidos no coinciden al 100% y que la puntuación máxima de coincidencia es 60 o 50.

Esto nos indica que las tarjetas y sus contenidos en algunos casos no estaban bien definidos y que no todos los usuarios las han agrupado igual o han relacionado dónde ponerla de la misma manera. En definitiva, vemos diversidad en mapas mentales.

Los contenidos que tengan el porcentaje más alto nos da una idea de que son potencialmente correctas y coinciden en los mapas mentales de los usuarios.

En cambio vemos como los que tiene un porcentaje menor, como "Actividades para hacer" o "Mensajes" o "Opiniones y Anécdotas", nos indicará que son contenidos que se tienen que perfilar o trabajar más.

## Dendograma

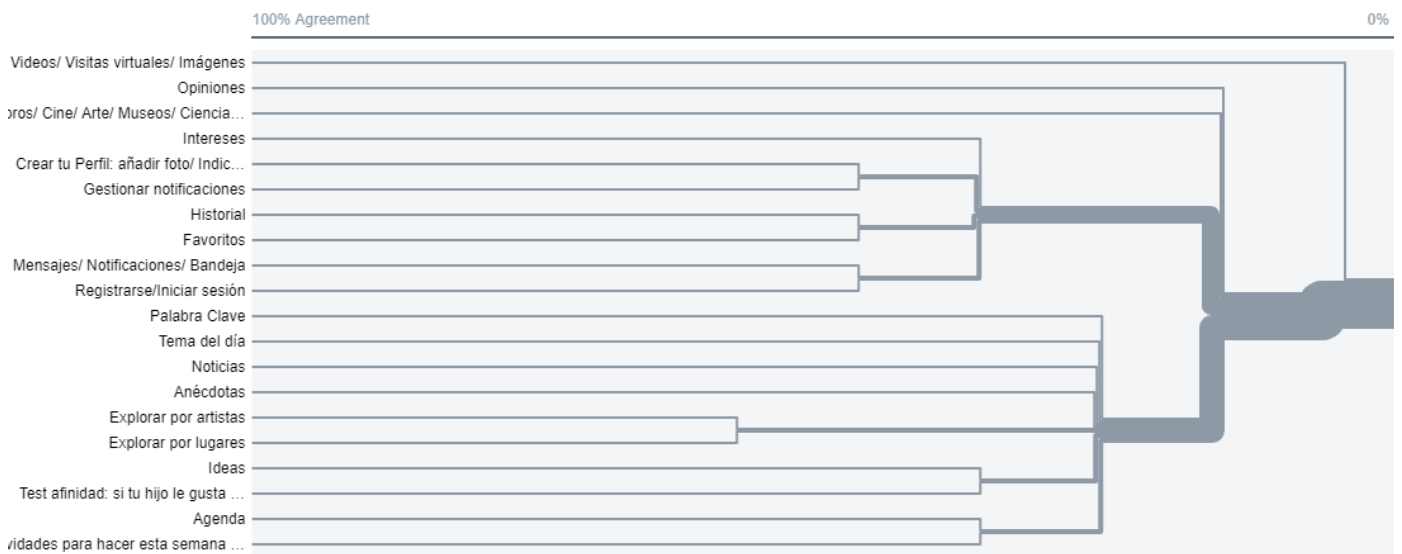


Figura 24. Dendograma. Optimal workshop.

## 3.2.1 Conclusiones y propuestas de mejora

### Datos cualitativos: Comentarios participantes

Se realiza un cuestionario final para que los participantes puedan dejar sus comentarios.

- ¿Qué te ha parecido?
- ¿Añadirías tarjetas?
- ¿Añadirías categorías?

Respuestas:

- Bien. Faltaría un apartado de redes sociales. En actividades una distinción entre actividades de pago y gratuitas, y recomendadas por edad. En sabías que un apartado de efemérides.
- Es un poco complejo, hay tarjetas que se podrían agrupar en una mas general.
- Creo que con las que hay es suficiente, también comentar que si el perfil de usuario pudiera definirse y concretar y personalizar la experiencia de usuario sería genial. Poder programar según tus preferencias.
- Está muy bien. Me parecería genial tener una sola app que recogiera todas las actividades para peques en el sitio que te interesa. No, categorías creo que tampoco. Hay una, la de intereses que no he acabado de entender a qué se refería.
- Añadiría un calendario para apuntar citas o las actividades que vamos a hacer.
- Tal vez se podría añadir filtros en el buscador como la edad del niño/a, el lugar de la actividad, rango de precio, etc.

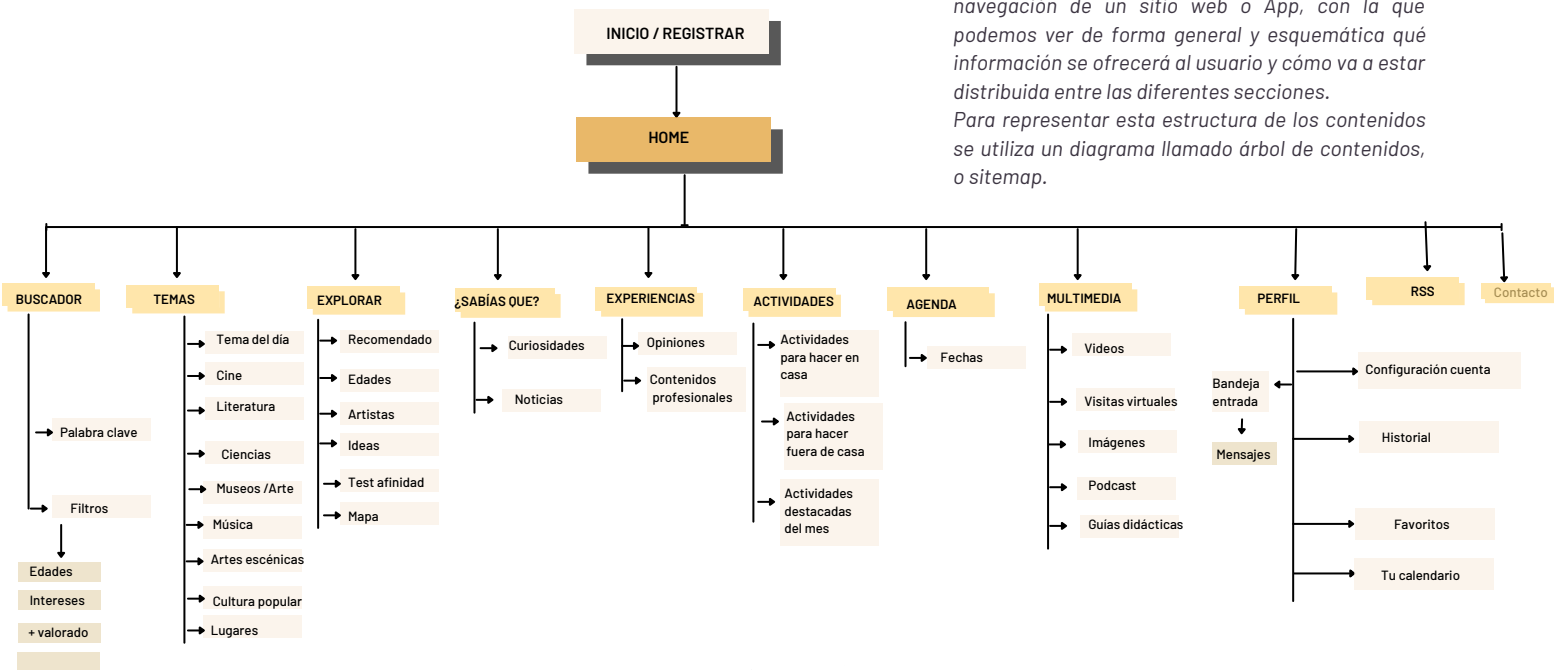
### Cambios y justificación

- Se Cambia "Anécdotas" por "Curiosidades" para que entre efemérides y también para que se entienda mejor el ¿Sabías que?
- Recomendado, ideas y test se incluyen en una la categoría de Explorar. Para poder agrupar en menos lugares y así facilitar la búsqueda.
- Las edades se situarán en filtros, perfil y Explorar de manera destacada pues se observa que los usuarios necesitan acotar posibilidades dependiendo de las edades de sus hijos para poder planificar.
- Se añade la opción de buscar por filtros.
- La agenda se sitúa independiente de manera destacada en la home pero también se añade un calendario dentro de la cuenta del perfil.
- Se añade Redes sociales.

### Conclusiones

- Se tienen que añadir unas frases debajo de las categorías de los contenidos para que los usuarios no se pierdan o puedan entender que encontrar.
- Hay categorías y etiquetas que pueden encontrarse en más de un lugar.
- Los usuarios tienen que ver un contexto para poder relacionar las etiquetas.

### 3.3 Árbol de contenidos



Para definirlo, podríamos decir que se trata de la representación gráfica de la estructura de navegación de un sitio web o App, con la que podemos ver de forma general y esquemática qué información se ofrecerá al usuario y cómo va a estar distribuida entre las diferentes secciones. Para representar esta estructura de los contenidos se utiliza un diagrama llamado árbol de contenidos, o sitemap.

Figura 25. Árbol de contenidos. Elaboración propia. Canva.



Hacemos un árbol de contenidos que se corresponda con el modelo mental de nuestros usuarios resultante del card sorting.

Para que la experiencia de navegación sea positiva y el recuerdo de la visita agradable, el usuario debe poder encontrar aquello que busca en la aplicación de una forma lo más cómoda y rápida posible. El sitemap resultante nos permite considerar hasta qué punto el acceso a una determinada información es suficientemente ágil y está libre de obstáculos. Y como el usuario ha entendido el contenido de cada sección. Y al mismo tiempo nos da pistas para perfilar categorías y contenidos para que queden más claros y la búsqueda sea adecuada.

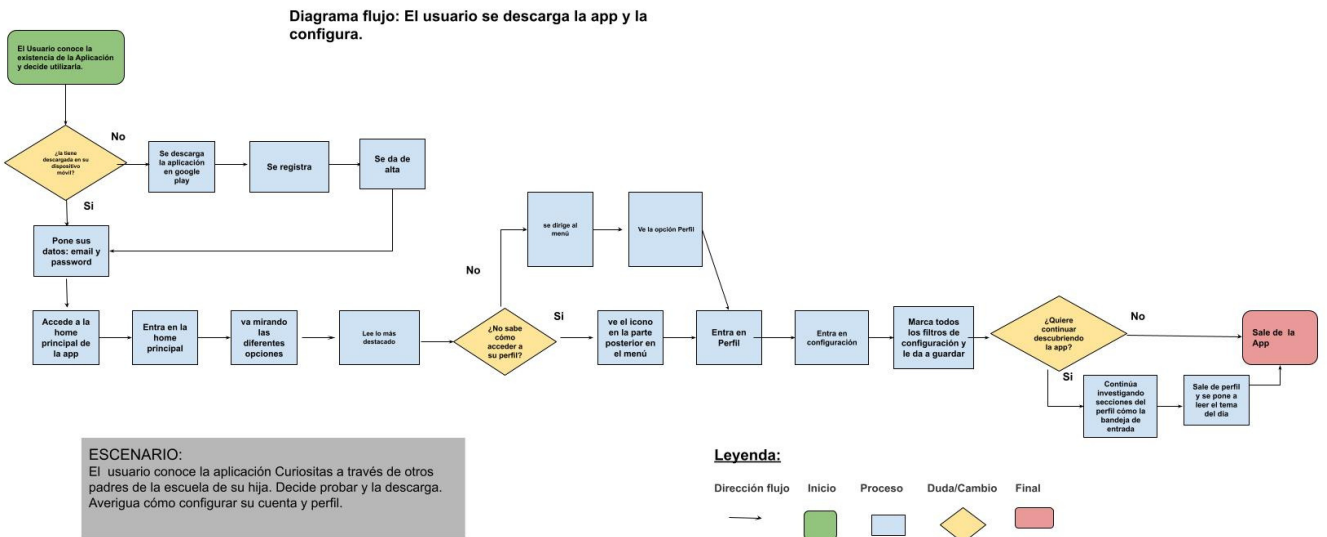
### 3.4 Diagramas de flujo

Un diagrama de flujo es un método de diseño centrado en el usuario que permite representar cada uno de los pasos de la interacción del usuario hasta alcanzar su objetivo. Es un método que nos permite tener una representación Gráfica de la navegación de una app o una web. Lo primero que hemos de hacer es definir la tarea que queremos representar gráficamente. En este caso he definido las tareas y secuencias basándose en los User Journey:

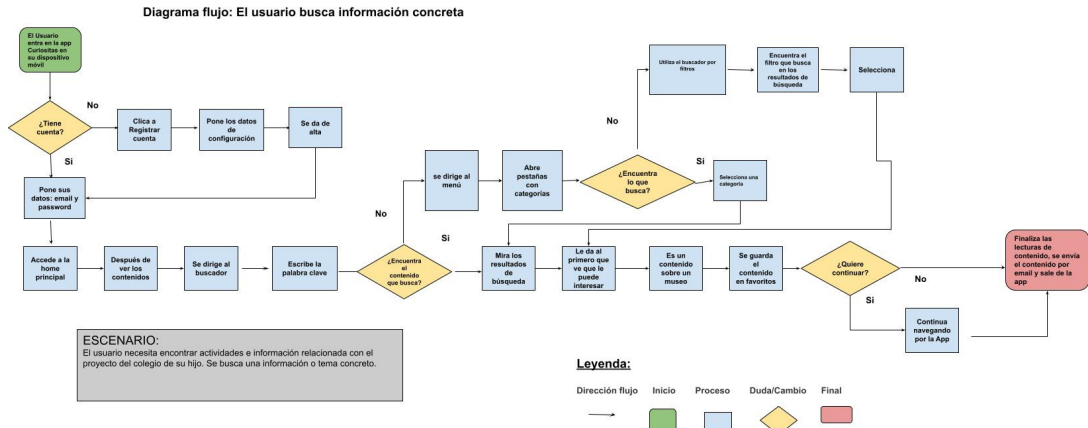
- Conocer la app y configurarla según las necesidades del usuario.
- Buscar y encontrar una información o contenido.
- Recibir una notificación y ver las opciones que el usuario puede realizar con esa información.

- He releído los escenarios y repasado los User Journey con las mejoras realizadas después de los análisis.
- He secuenciado cada proceso y lo he relacionado en el diagrama con las posibles opciones que se pueden encontrar en el proceso.
- Para dibujar el flowchart he utilizado el programa de Google Drive.
- He seguido las normas en color y las formas que identifican los procesos más sencillos (verde inicio, Azul proceso, Amarillo duda/ cambio, y Rojo final) y dirección para representarlos de arriba abajo y de izquierda a derecha.
- He utilizado flowcharts lineales.
- Los diagramas me permiten ver la secuencia de un proceso de manera más clara que otras técnicas porque me permite definir y analizar en detalle la interacción de una manera muy visual.
- Este método me permite ver el punto de inicio y el punto final de la interacción y hacerse preguntas sobre qué pasa antes y después de cada paso.

#### Diagrama de flujo 1: El usuario conoce la app y configura su perfil



## Diagrama de flujo 2: Buscar y encontrar una información o contenido específico.



## Diagrama de flujo 3: La usuaria recibe una notificación de la app y vemos como interactúa con el mensaje.

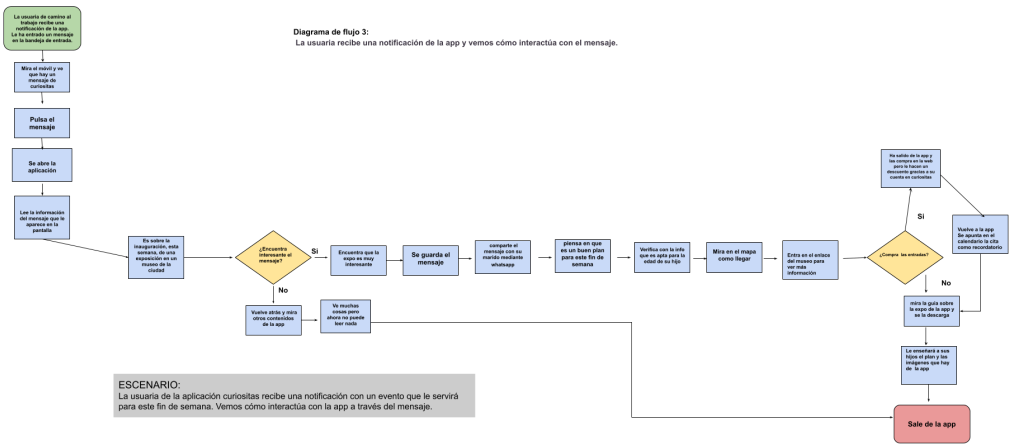


Figura 26. Diagramas de flujo. Elaboración propia. Google draws.



### 3.5 Sketch

El proceso de prototipado se inicia con un sketching que favorece la generación e iteración rápida de ideas con un coste de tiempo y recursos muy bajo.

El sketching se realiza con materiales muy básicos, como lápiz y papel.

Y estos primeros bocetos, nos ayudarán a estructurar la información extraída del árbol de contenidos.

Se dibujan las pantallas principales que nos sirven como base para los futuros Wireframes.

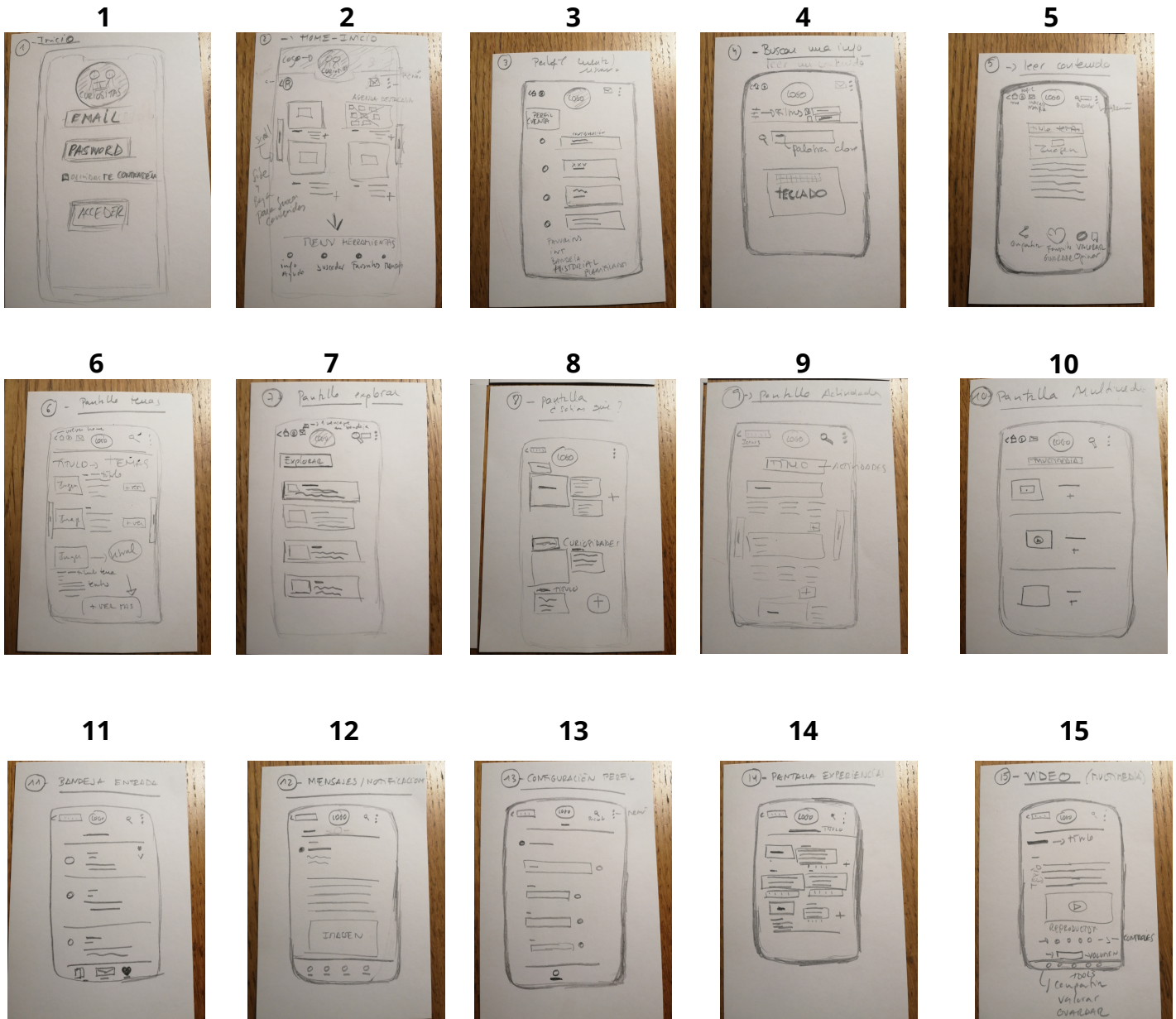


Figura 27. Fotografías del Sketch. Elaboración propia.

### 3.6 Wireframe baja calidad

En base a las ideas extraídas del sketching, se construye un prototipo de baja fidelidad (o wireframe) que representa la estructura e interacción del producto sin incluir todavía elementos gráficos del diseño, lo que favorece que la iteración sea rápida.

El wireframe representa un primer modelo del diseño, pero todavía es un prototipo de desarrollo rápido que incluye poco nivel de detalle. Su objetivo es evaluar e iterar la propuesta para avanzar hacia modelos más evolucionados y nos permiten identificar, el sistema de navegación de la aplicación, y las estructuras que tendrán las diferentes pantallas, así como la interacción que deberá realizar el usuario.

Para realizar estos wireframes se utiliza la herramienta de Miro.

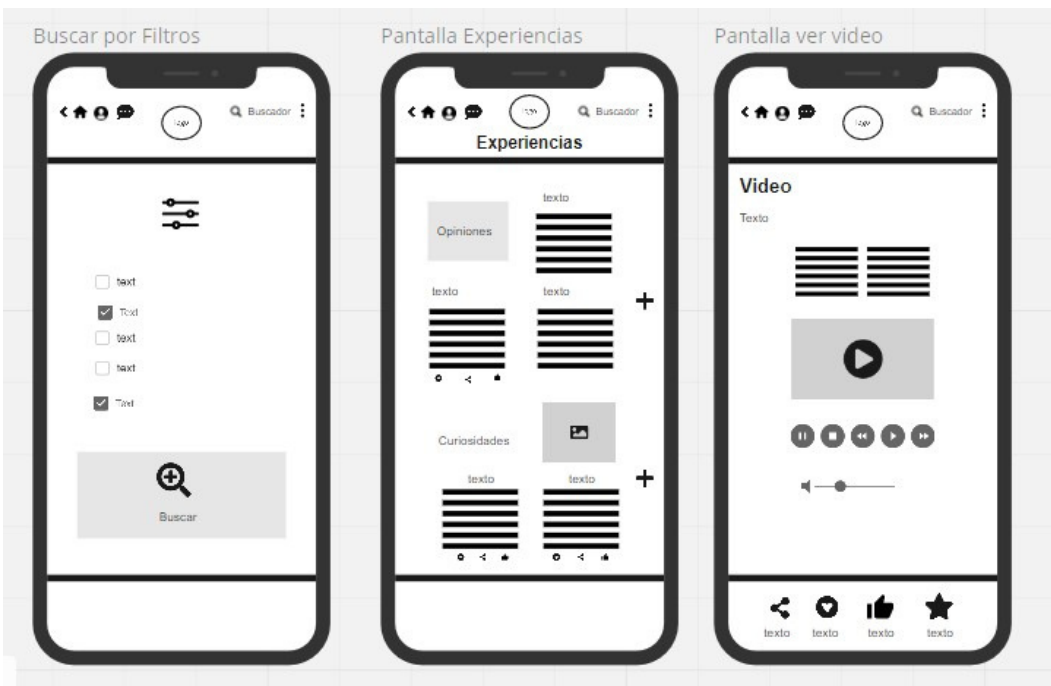
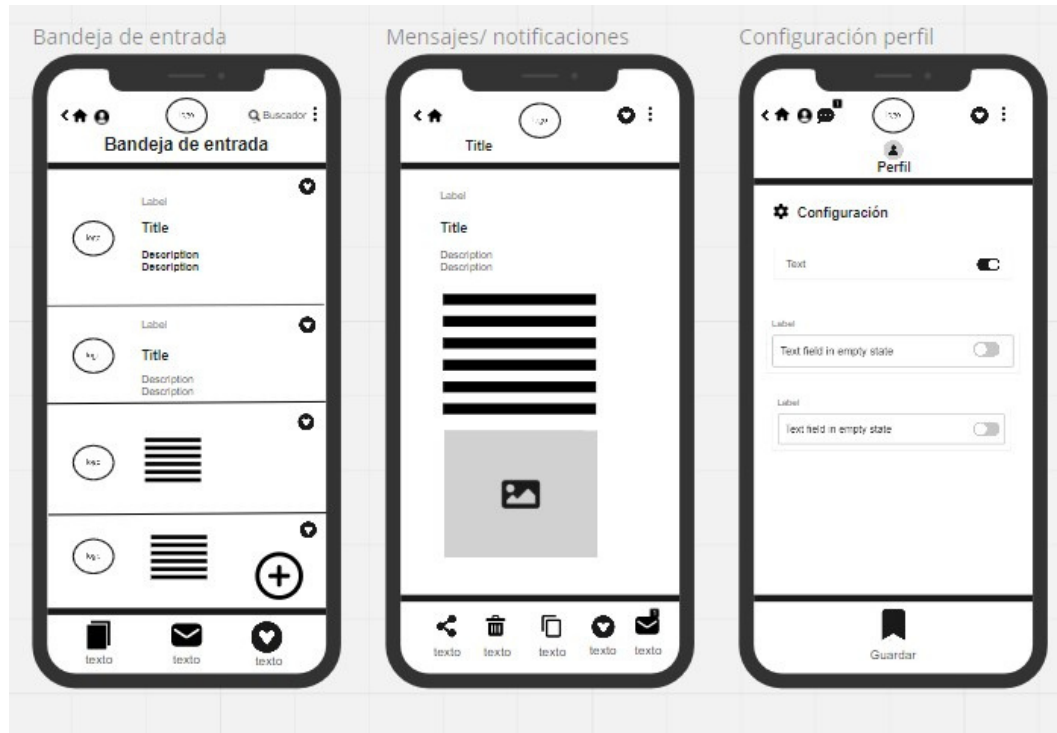
A continuación, se muestran una serie de pantallas principales del prototipo con pocos detalles basándonos en los objetivos de búsqueda de información del usuario, así como en los flujos de interacción del objetivo de la aplicación.

Con estos modelos veremos : el ingreso a la app, la home, el perfil, los diferentes buscadores y los diversos contenidos.



Figura 28. Wireframes. Elaboración propia. Miro.

Se da importancia al tema de mensajería y notificaciones para que los usuarios puedan conocer y compartir la información. También se intenta crear una pantalla de perfil en la que el usuario pueda configurar según sus necesidades y preferencias.



Se da opción a buscar también a través de filtros para acotar la búsqueda, puesto que en las fases anteriores y con los comentarios de los usuarios podemos conocer que nuestro usuario se basa mucho en las búsquedas si no encuentra el contenido.

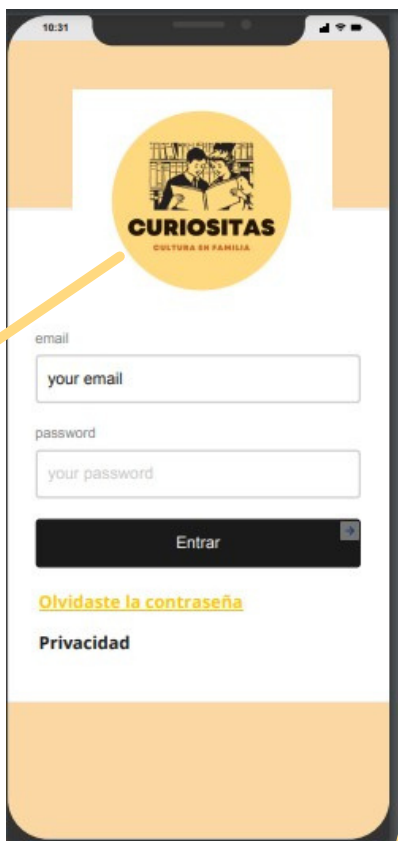
Del mismo modo, que se intuye que para nuestro usuario es muy importante poder ver opiniones y recomendaciones de otros usuarios, diseñamos una pantalla con experiencias y que se puedan valorar y recomendar las actividades y contenidos por todos los usuarios de la app a través de su perfil.

### 3.7 Wireframe alta calidad

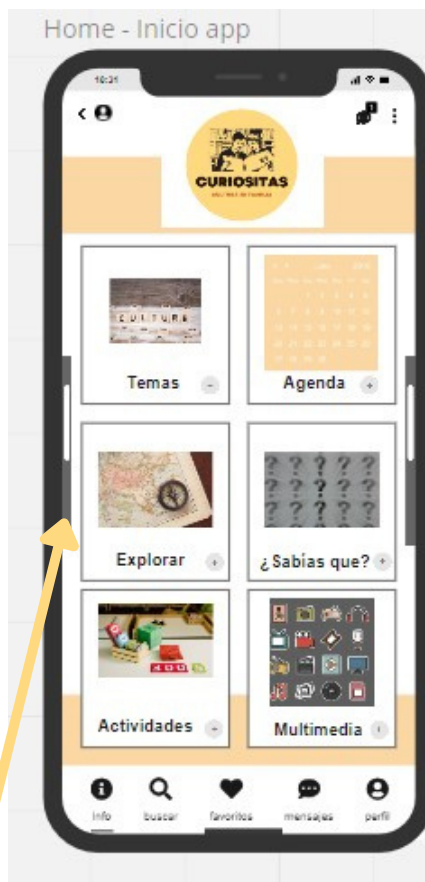
Una vez validadas la estructura e interacción propuestas en el wireframe, se incorporan al prototipo elementos gráficos (logotipo, colores, iconos, imágenes, etc.) que permiten empezar a visualizar (y a evaluar) el aspecto que tendrá el diseño final.

Este Wireframe, nos permitirá evaluar la propuesta: en la siguiente fase se realizarán pruebas con usuarios reales para evaluar diferentes aspectos del diseño (apariencia, interacción, usabilidad, textos, etc.) e introducir mejoras hasta llegar a una versión final.

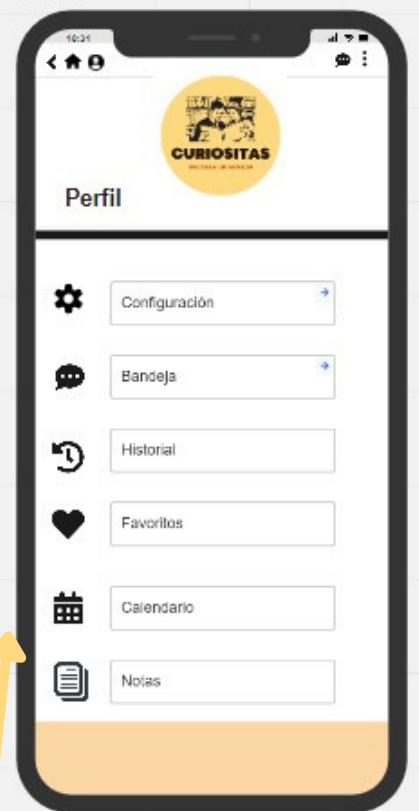
Ya tenemos el logo y el nombre de la App



Mediante el scroll, el usuario podrá ir viendo los contenidos de la App



Perfil

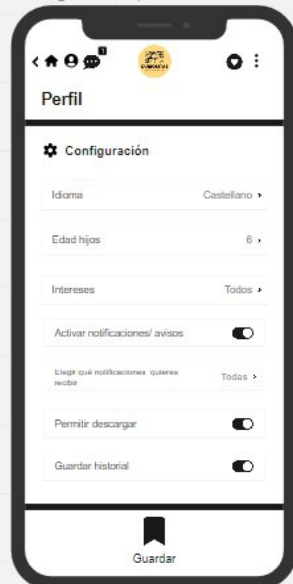


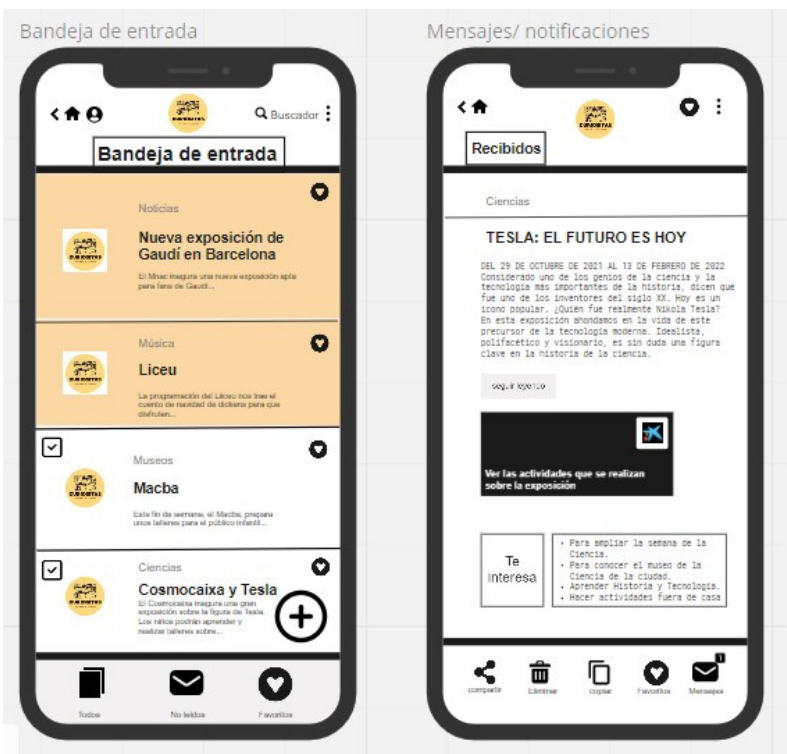
En perfil podemos configurar y encontrar toda la información necesaria para poder mantenernos informados.

Se usan iconos familiares y cuando clican en los diversos apartados pueden completar la tarea.

Se añade un calendario dentro de tu perfil y notas para que tengas recordatorios y puedas guardar eventos.

Configuración perfil





La bandeja de entrada : imprescindible que se puedan ver por tipos de categoría y que se vean claramente los leídos y los nuevos. Se diferencian por color: no leídos.

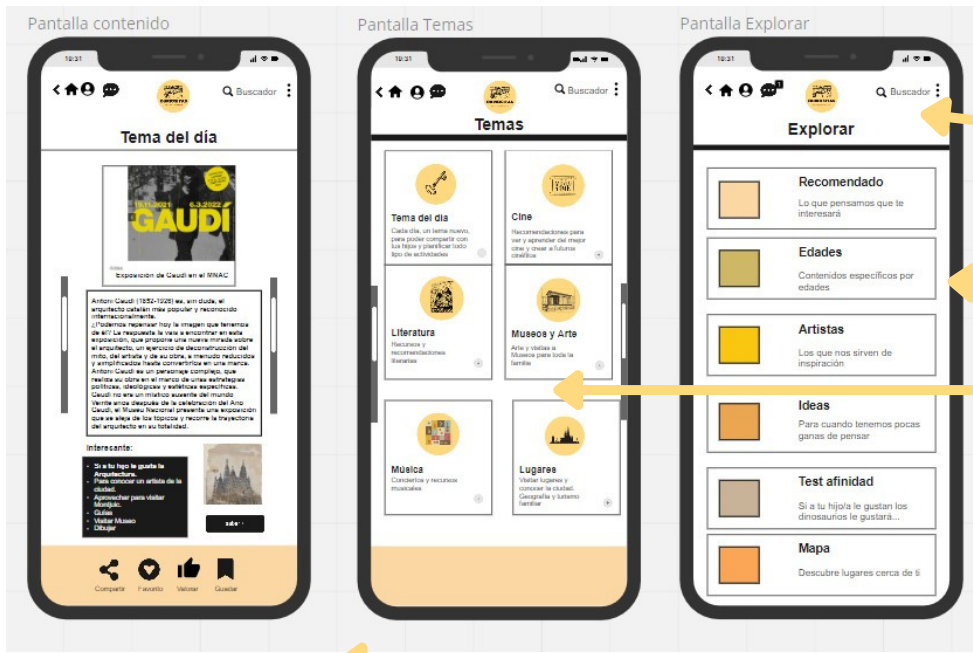
El mensaje que debe ser de carácter informativo y de opción a linkar para obtener más información y compartir la información.



Se incluyen dos tipos de buscadores: Por palabra clave y por filtros. Se añaden filtros que los usuarios han considerado importante en el card sorting.



# Las pantallas de contenidos

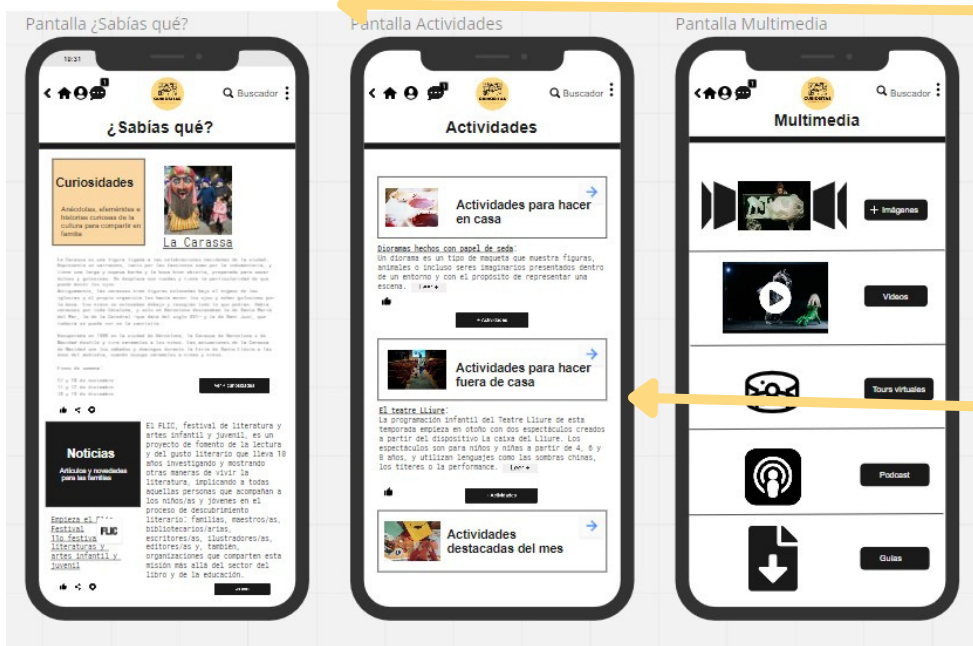


Los controles a través de iconos. El usuario puede volver atrás, ir al perfil, buscar, acceder al menú y ver si ha recibido un mensaje.

En "Explorar" el usuario también tiene una pequeña descripción de otro tipo de búsqueda más especializada.

Los temas también se van viendo a través de la herramienta del scroll. Con una pequeña descripción de lo que pueden encontrar cuando entran en cada una.

Los temas pueden ser compartidos, guardados y valorados. Quedarán en el historial del usuario. Aportan información práctica en relación a intereses de los hijos y lo que pueden aportar. Con el icono del scroll, el usuario puede ir ampliando la información de arriba a abajo.

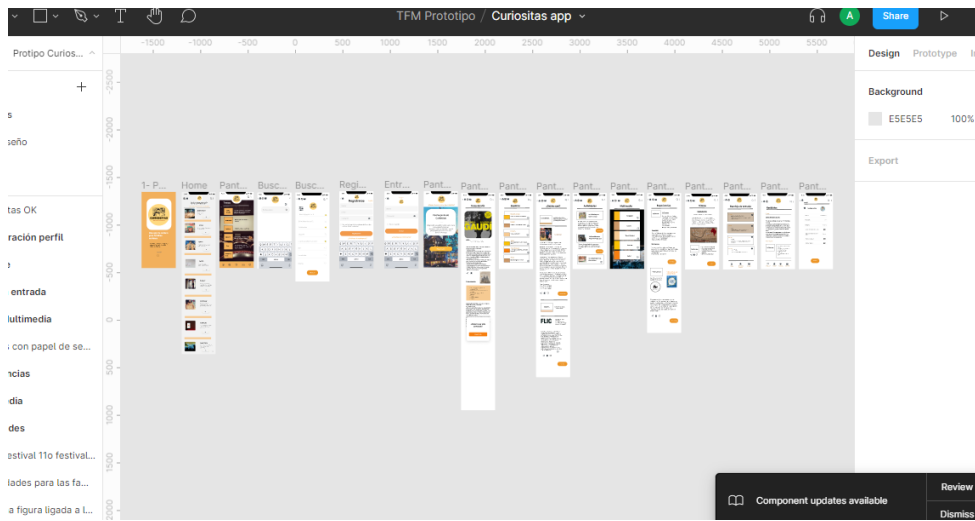


Se diferencian las actividades. Dentro de cada información aclararemos si son de pago o gratuitas. Con la información práctica de cada actividad.



Una sección de opiniones de usuarios. En el título también podrían acceder al contenido que se recomienda para poder obtener más información.

# Prototipo en Figma



Antes de la Evaluación con el Test de Usuarios se realiza un nuevo prototipo de Alta fidelidad con Figma para que los usuarios interactúen y comprendan la interfaz de una manera más real. Anteriormente se había utilizado la herramienta de Miro.

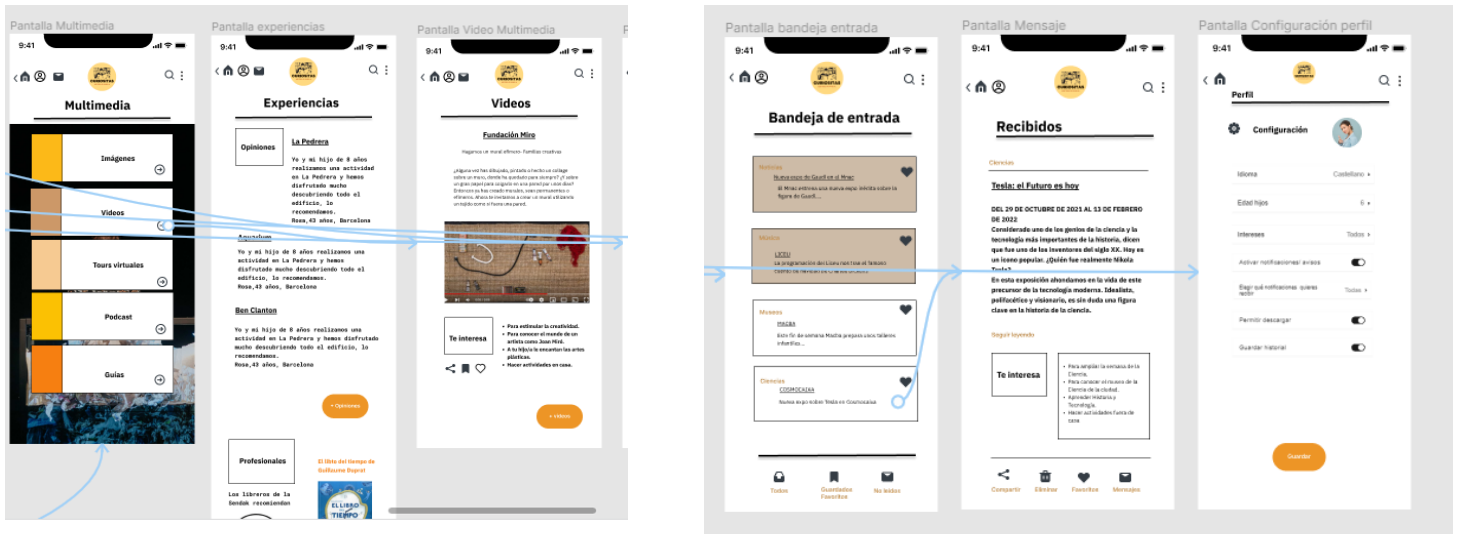
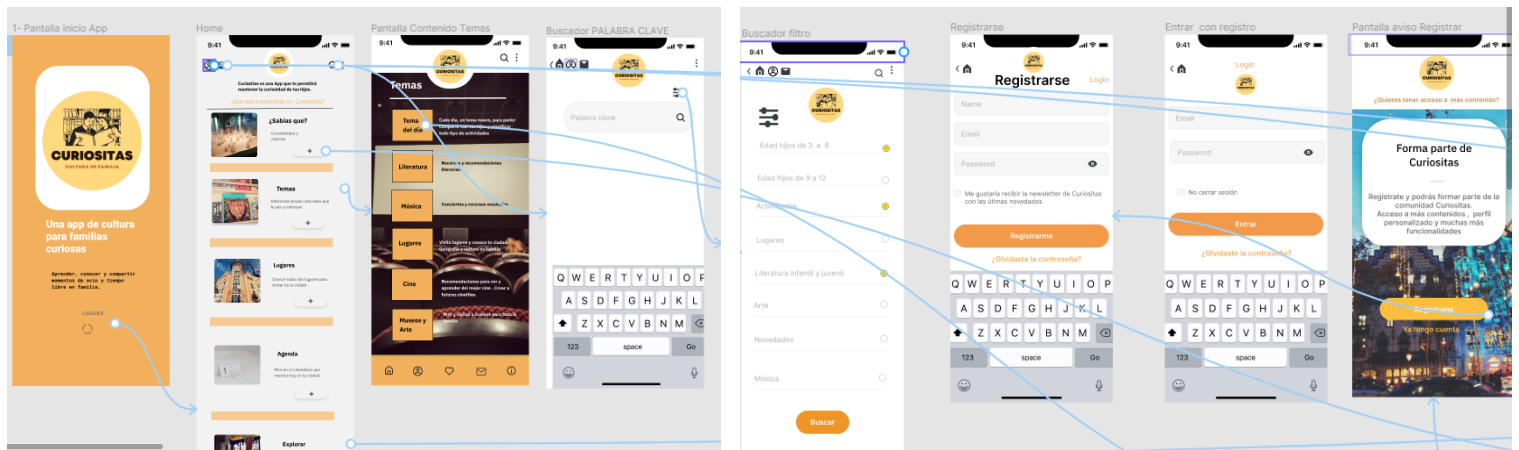
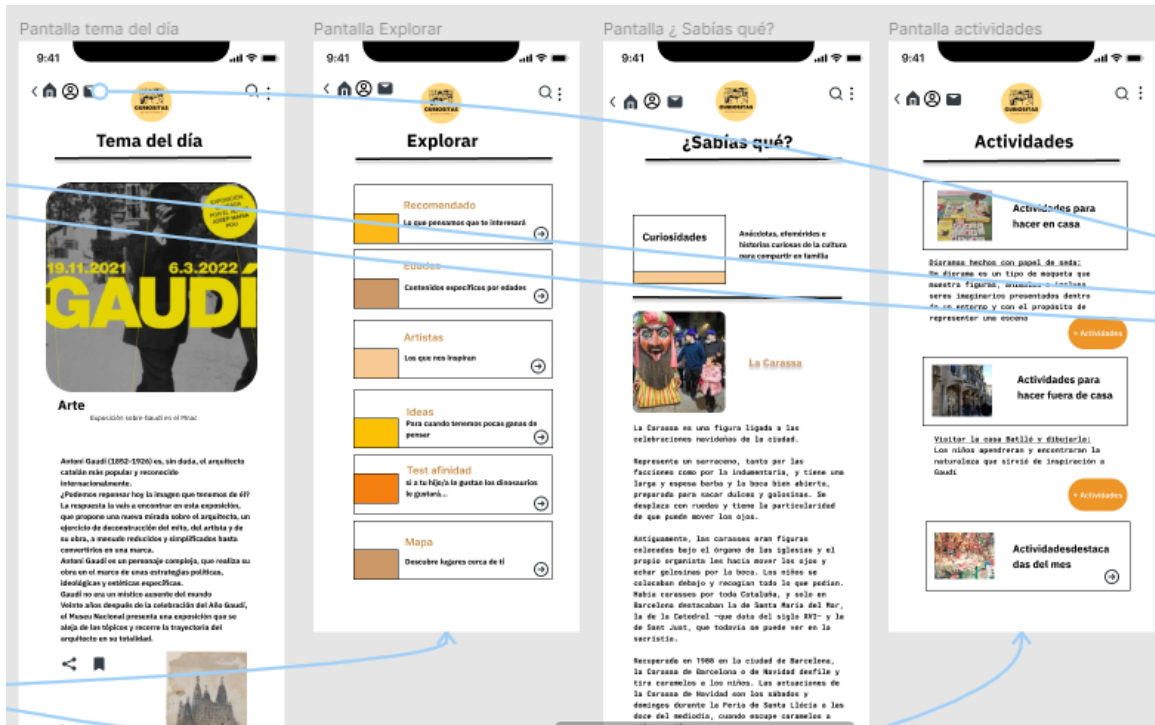


Figure 28. Imágenes wireframe. Elaboración propia. Figma

# Prototipo en Figma





# 4. Evaluación

## 4. Introducción

Después de la fase de prototipado terminamos con la fase de la evaluación. Para realizar esta parte final del proyecto utilizaremos las diversas fases de nuestro prototipo (sketch, wireframe, alta fidelidad) para testear diferentes aspectos como la estructura, la usabilidad, el diseño, etc.

La evaluación se compone de diferentes elementos:

- **Test con usuarios** que permite evaluar el diseño, usabilidad y descubrir errores de diseño o planteamiento a partir de los prototipos.
- **Recorrido cognitivo** donde nos ponemos en la piel del usuario y analizamos el recorrido a través de nuestro prototipo realizando diferentes tareas. Aquí se comprueba si los objetivos simulados y la carga cognitiva podrán ser asumidos para que el usuario haga una nueva acción correcta.
- **Evaluación heurística** donde se evalúa si la interfaz de usuario sigue los principios y las reglas de usabilidad.
- Y Finalmente realizaremos **la actualización del prototipo** teniendo en cuenta todas las conclusiones obtenidas durante el proceso.

### 4.1 Test con usuarios

#### Definición del alcance de la evaluación

- Descubrir en qué puntos los usuarios encontrarán obstáculos o dificultades.
- Consisten en realizar una evaluación de un producto, servicio o sistema a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción de las personas usuarias mientras ejecutan las tareas propias del sistema analizado.
- Podemos analizar los puntos fuertes y débiles con personas usuarias reales y/o representativas bajo condiciones reales de uso. Esto nos permite obtener datos válidos con hechos tangibles.

**El test con usuarios es un método de evaluación de la usabilidad que permite comprobar si las interfaces y los procesos de interacción están bien diseñados y si los usuarios encuentran obstáculos y dificultades para lograr sus objetivos.**

#### Objetivos del Test

- Ver la utilidad de la herramienta como experiencia familiar.
- Crear un perfil personalizado.
- Encontrar información de manera adecuada.
- Comprender las funcionalidades de la aplicación y comprobar que son útiles.
- Poder compartir, guardar y valorar la información que la aplicación nos transmite.
- Valorar y conocer si falta información que sea necesaria para el usuario.
- Si el usuario comprende la interfaz de la app.
- Se evaluará si la interfaz de la aplicación es efectiva y eficiente mediante la realización del público objetivo del proyecto.
- Comprobar si los usuarios pueden encontrar los diferentes apartados y contenidos de la aplicación de manera fácil.

#### Participantes

Usuario 1	Hombre	41	Barcelona	1 hijo
Usuario 2	Mujer	35	Barcelona	1 hijo
Usuario 3	Mujer	43	Barcelona	2 hijas
Usuario 4	Mujer	39	Barcelona	1 hija

#### Perfil de los participantes y captación

- Se busca a 4 personas relacionadas con mi entorno para contactar con ellas y trabajar de manera remota.
- Imprescindible que tengan hijos de edades de 3 a 12 años y que realicen o les guste hacer planes con los hijos.
- Interés por la cultura
- Personas con competencias digitales.
- En este caso, he realizado el llamado "test de guerrilla", que implica que la selección de participantes y la elección del lugar en el que se realiza no son tan estrictos como en un test ortodoxo.

#### Realización de las sesiones

En el contexto de pandemia, se decide a proceder el test de manera remota. Se procede a comunicar que recibirán un email con el consentimiento para poder ser grabados y para utilizar sus datos para la investigación.

1 participante acepta hacer el test en zoom pero no quiere ser grabado. 1 participante prefiere realizar las tareas y enviarme en audio a través del dispositivo móvil con las respuestas a las tareas y sus correspondientes observaciones.

2 participante lo hacen en persona lo que me permite observar claramente la realización de las tareas. Anoto y hago fotografías.

Se intenta que el test de usuario no dure más de 15 minutos.

Finalmente se les envía un test SuS para valorar lo que piensan del prototipo y futura aplicación.

## Guion de las sesiones

1. Presentación
2. Explicación en que consiste el test
3. Observación del prototipo
4. Realización de las tareas
5. Anotar resultados
6. Analizar los resultados y comentarlos con un cuestionario final.
7. Agradecer participar en el test
8. Envío test SUS. Cuestionario post-test

## Definición de las tareas

Se procede a preguntar al usuario que realice 5 tareas del prototipo:

### 1 "Entras en la aplicación Curiositas , ya estás registrado y quieres encontrar información para ir algún lugar este mismo fin de semana con tus hijos"

¿Dónde buscarías este tipo de información?  
¿Lo ves de manera clara?

### 3 "Recibes una notificación de la app que tienes nueva información sobre un contenido nuevo en la app"

¿Dónde buscarías este tipo de información?  
¿entiendes bien los tipos de mensajes?

### 5 "Te interesa conocer si en la aplicación hay información de un tema concreto"

¿Dónde buscarías este tipo de información?  
¿Lo ves de manera clara?

### 2 "Entras en la aplicación Curiositas ,te gusta y quieres leer y quieres guardarte un contenido. Te salta un pop up que es necesario registrate para crear un perfil y poder guardar y compartir un artículo cultural interesante"

¿Te registrarías?  
¿En la pantalla de registro y crear cuenta ves la información clara?  
¿Cómo lo harías? ¿ crees que falta información para crear un perfil más personalizado?

### 4 "Has leído un contenido interesante y quieres compartirlo con otros padres porque crees que es super interesante "

Explica los pasos que harías y si ves la manera de hacerlo.



## Análisis de resultados y conclusiones

### Tiempo medio de tareas aproximado

	Tarea 1	Tarea 2	Tarea 3	Tarea 4	Tarea 5
Usuario 1	2m	2m	2m	3m	2m
Usuario 2	5m	1m	3m	1m	3m
Usuario 3	4m	2m	1m	1m	1m
Usuario 4	3m	3m	2m	2m	1m

### Resultados generales

- Todas las tareas se han completado
- Han comprendido el contenido
- El diseño les ha parecido correcto, les ha gustado.
- A un usuario le ha parecido familiar a mamaproof y el culturista por los colores.
- La parte de registro la ven clara.
- No encuentran a faltar información.
- En general les parece fácil encontrar la información.
- Se confunden con notificaciones y noticias o novedades.
- Están familiarizados con los iconos. Los reconocen y saben usarlos.
- Todos coinciden que es un prototipo de aplicación intuitiva y sencilla.

### Propuestas de mejora

- Una agenda destacada
- Poder ver el Menú en una pantalla
- Correcciones de texto
- Más ilustraciones en el diseño.
- Añadir pestaña novedades
- registro a través de la cuenta Gmail
- Fecha de mensajes

# Respuestas a las tareas por usuario

## TAREA 1

- 1 Lo haría de dos formas: iría a "Temas" y dentro de "Temas" me dirigiría a "Lugares" para ver qué actividades pueden haber destacadas en mi ciudad, barrio, etc... También iría a mi bandeja de entradas, por si puede encontrar alguna actividad destacada para hacer durante el fin de semana que se me haya pasado por algo.
- 2 Lo buscaría en recomendaciones pero echo en falta una pestaña de agenda o un calendario.
- 3 Buscaría en Agenda.
- 4 Me dirigiría a Actividades destacadas.

## TAREA 3

- 1 En el inicio, en temas de hoy quizás. Quizás podrías añadir una pestaña que pusiera NOVEDADES
- 2 Leería la notificación en el mismo momento que me llega que supongo que me entraría en bandeja de entrada. Al leer el mensaje entiendo que me especificaría la temática de la noticia.
- 3 En mi perfil, en el apartado de notificaciones. Si veo que en bandeja entrada se especifica una parte del mensaje y de que se trata.
- 4 En mensajes. Supongo que vería en el icono alguna indicación y entraría.

## TAREA 5

- 1 Directamente en el buscador que hay en la parte superior derecha. Lo encuentro de manera clara.
- 2 Iría al icono de arriba de la lupa y buscaría el tema. Si lo veo claro, está posicionado donde acostumbro a encontrar ese icono de búsqueda.
- 3 Buscaría por palabra clave primero. Veo el icono y clicaría allí.
- 4 Veo dos pantallas de buscador. Primero probaría palabra clave pero normalmente siempre miro si hay filtros para acotar mejor la búsqueda. El icono lupa me indica que es allí dónde buscaría, aunque si es una temática muy genérica por ejemplo películas, iría a temas y después a cine para ver que contenido hay.

## TAREA 2

- 1 Me registraría, es todo bastante claro y es importante que el proceso de registro sea sencillo y fácil para mi.
- 2 Si, claro, la herramienta me interesa y si es gratis me registro. Se ve de manera clara.
- 3 Si, observo que es sencillo registrarse y me interesaría ver más contenido.
- 4 Si. Sé cómo hacerlo, lo veo claro. Me faltaría la opción de poder entrar desde mi Gmail.

## TAREA 4

- 1 Iría al artículo que me interesa y abajo clicaría en el símbolo de compartir y allí vería las opciones de a que lugares y como puedo compartirlo con amigos y conocidos.
- 2 Daría a la opción de compartir que aparece en el footer de la aplicación.
- 3 Veo que hay el icono de compartir, entiendo que una vez clicara me saldrían las diversas opciones. Si por redes sociales, Gmail o WhatsApp...
- 4 Leería el artículo y le daría al botón de compartir.

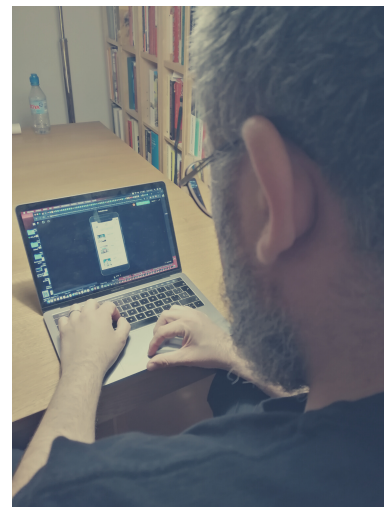
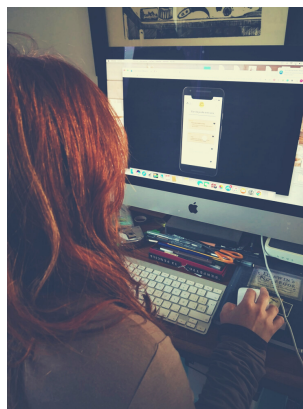


Figura 30. Imágenes fotográficas de la realización del test de usuarios. Elaboración propia.

## CUESTIONARIO

Para terminar el proceso y contrastar los hallazgos que hemos encontrado mediante el test, elaboramos un cuestionario que nos permitirá contrastar cuantitativamente estos hallazgos.

El contexto escogido es en un e-mail de confirmación. Durante la realización del test y al final ya se les ha explicado que se les enviará el correo con un cuestionario SUS y que necesitaremos que nos contesten unas preguntas más para poder concluir la evaluación de la aplicación Curiositas.

### Cuestionario después de realizar las tareas:

- 1) A nivel general, ¿crees que ha sido fácil realizar la prueba?
- 2) ¿Qué mejoras en la app añadirías?
- 3) ¿Los contenidos son adecuados?
- 4) ¿Qué es lo que más te ha gustado de la App?
- 5) ¿Qué es lo que menos te ha gustado?
- 6) ¿Tendrías una App como Curiositas?
- 7) ¿Compartirías contenidos con otros padres, familiares y amigos?
- 8) ¿La recomendarías a tus contactos?
- 9) ¿Crees que te serviría para poder realizar y saber muchas cosas que ahora no sabes en relación con la educación de tus hijos?
- 10) ¿Qué apartado de la App crees que te sería más útil?

## Conclusiones y resultados del test y de los cuestionarios

- Todos los usuarios consideran que la App es de fácil uso.
- Han comprendido el contenido.
- Han comprendido el objetivo de la aplicación.
- Todos los usuarios recomendarían la aplicación.
- Todos los usuarios creen que es útil la aplicación para poder realizar actividades y conocer temas para compartir con sus hijos.
- Todos los usuarios compartirán la aplicación.
- El apartado más útil es obtener planes inmediatos de fin de semana. Lugares dónde ir y cosas que hacer en una fecha concreta.
- Lo que menos ha gustado ha sido la parte Multimedia pues creen que a no ser que te interese mucho no lo consultarían tanto como los contenidos dónde se recomiendan temas y se da la opción de realizar las actividades relacionadas con ese tema. Aunque si les apareciese un video o una imagen en la home lo verían.
- Todos los usuarios creen que todos los contenidos están bien y ninguno de los usuarios añade ningún nuevo contenido aunque si que nos indican varias cosas que detectan que podrían incluirse cómo: añadir fechas en mensajes, algunas indicaciones cómo fecha de los mensajes recibidos, que quieren ver los canales mediante se pueda compartir contenido, La falta de algún contenido que estaba en Miro y poder ver cómo se ve al clicar a Menú.

### Muestra correo electrónico

Correo electrónico de confirmación (estudio remoto)  
Asunto: Confirmación: Su participación en nuestro Test de Usuario Estimado [NOMBRE DEL PARTICIPANTE]:  
Gracias por aceptar participar para realizar el Test de usuario sobre la aplicación Curiositas.  
Como mencioné, necesitamos que nos conteste unas últimas preguntas sobre el sitio web y nos dé su opinión sobre la experiencia. No le llevará mucho tiempo en contestar y nos será de gran ayuda para finalizar el estudio.

Tan pronto como sea posible, conteste este cuestionario y envíelo a la dirección de correo electrónico del facilitador:

¡Gracias de nuevo!  
Amanda Hernando  
ahernando@uoc.es

Los usuarios tienen que marcar del 1 al 5 en cada pregunta. A continuación pongo como ejemplo de la primera cuestión

### Cuestionario SUS

1. Creo que me gustará visitar con frecuencia la App Curiositas



2. Encontré la App innecesariamente compleja
3. Pensé que era fácil utilizar la web
4. Creo que necesitaría del apoyo de un experto para recorrer la App
5. Encontré las diversas posibilidades de la App bastante bien integradas
6. Pensé que había demasiada información en la App
7. Imagino que la mayoría de las personas aprenderían muy rápidamente a utilizar la App
8. Encontré que la app tiene un buen diseño en relación a los contenidos que muestra
9. Me sentí confiado mientras utilizaba la App
10. Necesito aprender muchas cosas antes de utilizar esta App

### Resultados Post-Test:

- Pregunta 1: todos los usuarios puntuaron 4
- Pregunta 2: todos los usuarios puntuaron 2
- Pregunta 3: todos los usuarios puntuaron 4
- Pregunta 4: 2 usuarios puntuaron 1 y 2 usuarios puntuaron 2
- Pregunta 5: 3 usuarios puntuaron 4 y 1 puntuó 3
- Pregunta 6: todos los usuarios puntuaron 2
- Pregunta 7: todos los usuarios puntuaron 4
- Pregunta 8: todos los usuarios puntuaron 4
- Pregunta 9: todos los usuarios puntuaron 4
- Pregunta 10: todos los usuarios puntuaron 2

## 4.2 Recorrido cognitivo

El recorrido cognitivo es un método de evaluación en el que uno o más expertos realizan una serie de tareas y se hacen un conjunto de preguntas desde la perspectiva del usuario.

Durante la ejecución de esta técnica, se analizan las tareas que el usuario tiene que llevar a cabo y se simula el proceso de resolución de problemas de cada etapa del proceso de interacción. De este modo se comprueba si los objetivos simulados y la carga cognitiva podrán ser asumidos para que el usuario haga una nueva acción correcta.

Este método se desarrolló originalmente para evaluar interfaces que se pueden aprender a utilizar por exploración, aunque también resulta útil para evaluar cualquier interfaz. Se centra en entender aspectos como el aprendizaje del sistema para usuarios nuevos o poco frecuentes.

## Soporte

El soporte que utilizaremos para evaluar la interfaz será el ordenador personal y móvil.

## Tabla recorrido cognitivo

Tareas	¿Comprenderán los usuarios cómo iniciar la tarea?	¿Son visibles los controles?	¿Los usuarios sabrán que el control es el correcto?	¿Hubo retroalimentación para indicar que la tarea estaba completa o incompleta?	¿Pudiste completar la tarea?	Notas
Búsqueda de información	Si	Si	Si	No	si	Existen distintos recursos para hacer una búsqueda.
Registrarse	Si	Si	Si	Si	Si	Los usuarios están familiarizados con los procesos de registro. Falta Iniciar en Google
Leer notificaciones	Si	Si	Si	No	Si	Se entiende que activarías aviso de notificaciones con el prototipo final por lo que el usuario lo vería más claro.
Compartir notificaciones	Si	Si	Si	No	No	Faltaría pantalla con las opciones que tiene el usuario para compartir. Los canales.
Comprensión de contenidos	Si	Si	Si	Si	Si	En algunas ocasiones los usuarios pueden encontrar parecidos de temáticas en diferentes secciones
Crear perfil	Si	Si	Si	Si	Si	
Bandeja de entrada	Si	Si	Si	No	Si	Faltaría un indicador de mensajes nuevos o No leídos y las fechas de los mensajes

## Problemas según gravedad

PROBLEMA	POCO GRAVE	GRAVE	MUY GRAVE
Falta icono de cerrar sesión			
Falta un indicador de mensajes nuevos o No leídos			
Falta pantalla e indicadores de canales para compartir contenidos			
Falta el calendario para poder buscar directamente por fechas			
Destacar Noticias o Novedades			
Mostrar pantalla menú			
Indicar de manera destacada que el registro es gratis			
Correcciones de tipo texto para no repetir			

### Propuestas de mejora

- Una agenda destacada
- Poder ver el Menú en una pantalla
- Correcciones de texto
- Indicadores de canales para compartir con sus iconos o logos
- Añadir pestaña novedades de manera destacada aunque está en apartado ¿Sabías qué?
- Icono cerrar sesión
- Registro desde tu cuenta de Gmail
- Fecha en los mensajes

### Soluciones

Se procede a añadir toda esa información creando nuevos frames pantallas del prototipo en figma.

## 4.3 Evaluación heurística

La evaluación heurística es una técnica que se inscribe, dentro de un proceso de diseño centrado en el usuario, en la fase de evaluación.

puesto que esto permitirá corregir aspectos de usabilidad antes de desarrollarlo completamente. y diagnosticar elementos de usabilidad que no eran visibles en etapas previas.

Se les llama "heurísticas" porque son reglas generales y no pautas de usabilidad específicas.

El metodo evaluación heurística que se va a utilizar será los 10 principios generales de Jakob Nielsen para el diseño de interacciones.

Para interpretar los criterios se van a utilizar dos iconos que se corresponden a buenas prácticas que se han llevado a cabo y mejoras de usabilidad.



Buena práctica



Mejoras pendientes en el prototipo

### 1. Visibilidad del estado del sistema

*El diseño siempre debe mantener informados a los usuarios sobre lo que está sucediendo, mediante la retroalimentación adecuada dentro de un periodo de tiempo razonable.*

- ✓ El usuario sabe dónde se encuentra en cada momento
- ✓ La aplicación muestra de forma visible sección, título de la página y sección. Describiendo el contenido de cada pantalla.
- ✓ Se informa a los usuarios el campo de datos necesarios para completar la información.
- ✗ Resaltar un calendario agenda puesto que es un objetivo del proyecto y no se ve claro y en primera pantalla la idea de planes.
- ✗ Redacción texto destacando que es Gratis el registro
- ✗ Opción de registrarse con la cuenta de Google del gmail

### 3. Control y libertad del usuario

*Los usuarios suelen realizar acciones por error. Necesitan una "salida de emergencia" claramente marcada para abandonar la acción no deseada sin tener que pasar por un proceso prolongado.*

- ✓ Se muestra el icono de volver atrás y de volver a la home en todas las pantallas.
- ✓ El Menú está visible en todas las pantallas así como el icono del buscador.
- ✓ el usuario sabe siempre dónde se encuentra y hacia dónde puede ir
- ✗ Falta pantalla de menú para ver si no falta ningún contenido

### 2. Coincidencia entre el sistema y el mundo real

*El diseño debe hablar el idioma de los usuarios. Utilice palabras, frases y conceptos familiares para el usuario, en lugar de jerga interna. Siga las convenciones del mundo real, haciendo que la información aparezca en un orden lógico y natural.*

- ✓ Los iconos son reconocibles y realizan su función
- ✓ El diseño de los iconos se corresponde a los objetos cotidianos

### 4. Coherencia y estándares

*Los usuarios no deberían tener que preguntarse si diferentes palabras, situaciones o acciones significan lo mismo. Siga las convenciones de la plataforma y la industria.*

- ✓ Se Mantienen los mismos componentes y comportamiento en las distintas páginas
- ✓ Los iconos y la estética son consistentes .
- ✓ Uso de los colores y de las tipografías no varían.
- ✓ Las etiquetas de las acciones son coherentes
- ✓ Los iconos aparecen en el mismo lugar.

### 5. Prevención de errores

*Los buenos mensajes de error son importantes, pero los mejores diseños evitan cuidadosamente que ocurran problemas en primer lugar. Elimine las condiciones propensas a errores o verifíquelas y presente a los usuarios una opción de confirmación antes de que se comprometan con la acción.*



Falta error indicador que falta rellenar un campo en el registro





## 6.Reconocimiento en lugar de recordar

Minimice la carga de memoria del usuario haciendo visibles los elementos, acciones y opciones. El usuario no debería tener que recordar información de una parte de la interfaz a otra. La información requerida para utilizar el diseño (por ejemplo, etiquetas de campo o elementos de menú) debe ser visible o fácilmente recuperable cuando sea necesario.

- ✓ El usuario tiene la opción de guardar contenido en su perfil.
- ✓ Existe un filtro para buscar que ayudan a acotar y definir las etiquetas.
- ✓ Se especifica con un texto lo que el usuario puede encontrar en cada apartado.
- ✓ Existe un icono de información que también esta en el menú.
- ✓ Menú y buscador visibles.
- ✗ Fecha mensajes

## 7.Flexibilidad y eficiencia de uso

Los accesos directos, ocultos para los usuarios novatos, pueden acelerar la interacción para el usuario experto, de modo que el diseño puede satisfacer tanto a los usuarios sin experiencia como a los experimentados. Permitir a los usuarios personalizar las acciones frecuentes.

- ✓ Se puede configurar perfil con tus preferencias
- ✓ Se puede guardar favoritos
- ✓ Se puede compartir contenido
- ✓ Se puede navegar por las pantallas de manera fácil

## 9.Ayude a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores

Los mensajes de error deben expresarse en un lenguaje sencillo (sin códigos de error), indicar con precisión el problema y sugerir de manera constructiva una solución.

- ✓ Se incluye botón para borrar mensajes.
- ✓ Se da la opción de activar o no activar recibir notificaciones.
- ✓ Opción de guardar cuando se configura perfil
- ✗ El prototipo no muestra error al indicar mal datos de usuario para entrar.

## 8.Diseño estético y minimalista

Las interfaces no deben contener información que sea irrelevante o que rara vez se necesite. Cada unidad adicional de información en una interfaz compite con las unidades de información relevantes y disminuye su visibilidad relativa.

- ✓ Diseño sencillo
- ✓ Colores adecuados sencillos y agradables
- ✓ Diseño no recargado
- ✓ El texto y la estructura con frases cortas y comprensibles.

## 10.Ayuda y documentación

Es mejor si el sistema no necesita ninguna explicación adicional. Sin embargo, puede ser necesario proporcionar documentación para ayudar a los usuarios a comprender cómo completar sus tareas.

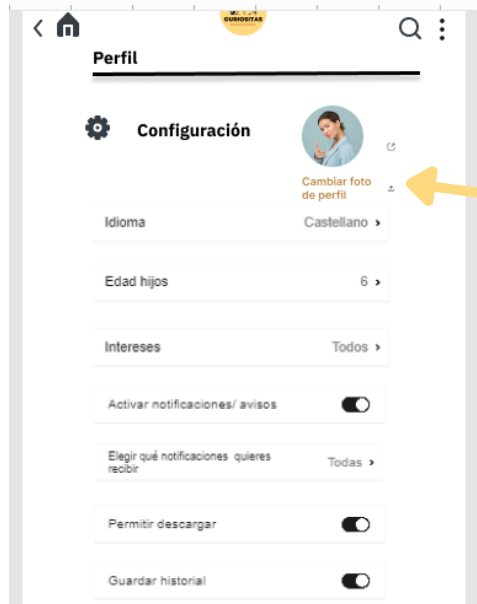
- ✓ Se intuye que es una aplicación que no necesita informaciones adicionales.
- ✗ No hay manual de uso de la aplicación

## 4.4 Actualización del prototipo

### Mejoras Prototipo

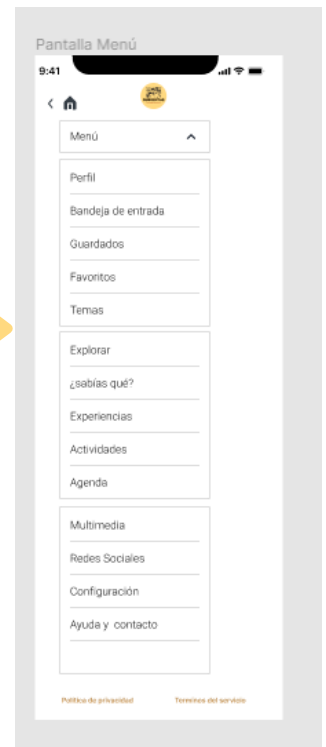


Después del Test, varios usuarios indicaron que para ellos era muy importante poder ver el calendario de manera destacada y así poder consultar por fecha. Se decide poner un widget de calendario nada más empezar en la home. En el prototipo que diseñé con la herramienta Miro si que estaba en un inicio pero después al pasar en Figma no la había adjuntado y quedaba demasiado abajo y el usuario no lo percibía.



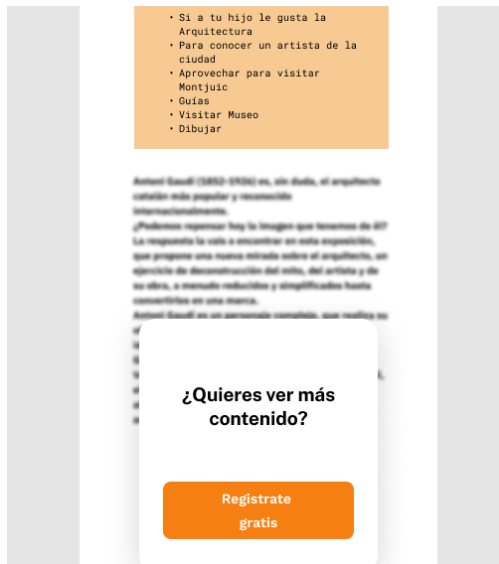
Se crea una pantalla de Menú ya que se observa que los usuarios suelen abrir esa pestaña para poder ver mejor las opciones rápidas que tiene la aplicación.

Se modifican en configuración de perfil añadir foto y se añade el icono de sesión para dar opción a salir de una sesión

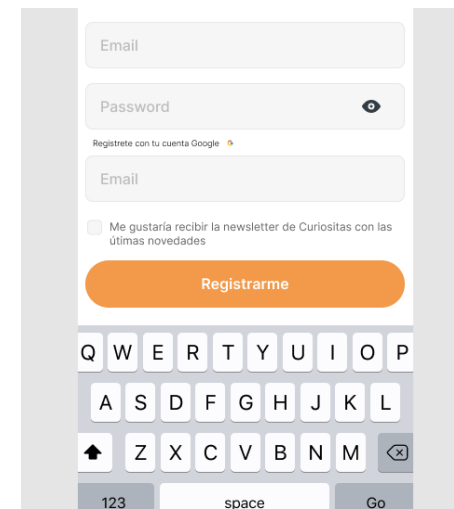


Se muestran en iconos las opciones que tiene el usuario para compartir

# Mejoras Prototipo



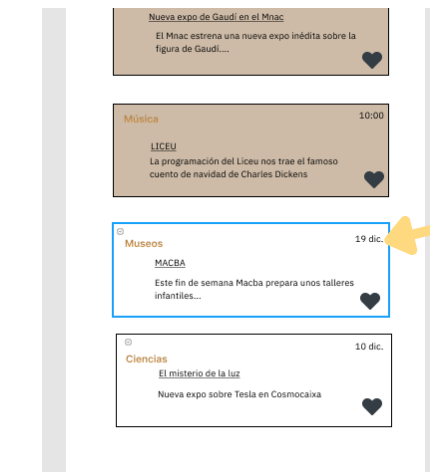
Se valora que la aplicación permita a los usuarios entrar sin registrarse para ver unas mínimas funcionalidades y contenidos. Con esta medida puede que tengamos más usuarios ya que damos la oportunidad de ver, un poco de que trata. Se diseñó un pop-up dónde te invita a registrar para acceder a más contenido, Y se recalca que es Gratuita



También se diseñó otra pantalla de aviso para formar parte de la comunidad y obtener más funcionalidades como tener un perfil personalizado, leer artículos enteros, compartir...



También se añade la opción de utilizar tu cuenta personal de Gmail para registrarte. Durante la realización de la prueba un usuario nos advirtió que era muy importante para él poder registrarse desde su cuenta y que ya muchas webs o apps tenían esta opción.



En la bandeja de entrada: se añade la fecha del mensaje.

## 4.5 Conclusiones Finales

Para finalizar este trabajo, me gustaría hacer una reflexión sobre la experiencia general de realizarlo y lo que he aprendido durante el mismo.

La realización de este proyecto, final de máster, ha sido una experiencia muy importante para mí. No sólo porque ha significado un reto personal poder conciliar mi vida personal y laboral con los estudios, sino porque me ha permitido investigar y aprender sobre un grupo de usuarios que me es muy familiar y que en todo momento, pese a la situación complicada que vivimos como sociedad en la actualidad, me ha demostrado un gran entusiasmo y una buena acogida a la idea de mi propuesta.

Estos usuarios me han enseñado que no todos pensamos igual ni que tenemos los mismos recursos y que un diseñador de experiencias de usuario es necesario para poder aportar ayuda y conocimiento a sus necesidades.

Por otra parte, también he comprendido el significado de iteración, sorpresa y descubrimiento. Repetir varias veces un proceso con la intención de alcanzar una meta deseada, objetivo o resultado me ha ayudado a comprender todo el proceso en el diseño UX y sobre todo a comprender mejor todas las asignaturas realizadas anteriormente del máster.

Sorpresa y descubrimiento por presuponer que el público objetivo que yo estaba investigando y al cuál quería ayudar y para el que yo diseñaba tenía diferentes hábitos y conocimientos y que no tenían ni mi mapa mental ni mis recursos.

En un mundo y sobre todo en el ámbito del proyecto Curiositas dónde las experiencias y las ideas suelen ser inmediatas e improvisadas y de esto también he aprendido mucho de todos los usuarios que han colaborado realizando las pruebas que se les pedía.

La parte más gratificante del trabajo y dónde me he sentido más a gusto ha sido en la investigación, definición e ideación.

Buscar información relacionada con la temática, hablar con usuarios y conocer sus hábitos cotidianos. Observarlos para después poder idear y pensar sobre cómo crear una aplicación que realmente les fuera funcional y comprensible.

Hubiera investigado mucho más sobre cultura, curiosidad, actividades familiares y de plataformas o webs que aportan o trabajan con cultura familiar en general pero debíamos sintetizar y seguir todas las etapas del proceso de diseño.

La encuesta y las entrevistas me aportaron muchísima información valiosa para el trabajo y pensar el modelo de negocio me ha sido apasionante. Y disfruté muchísimo realizando esta parte.

La parte más difícil ha sido el prototipo ya que he tenido muchos problemas técnicos con Figma al utilizar Windows y tampoco provengo del mundo del diseño pero creo que esta primera idea tiene muchas posibilidades futuras por lo que espero que algún día este prototipo crezca, se mejore y se convierta en una realidad.

Personalmente, creo que de manera general se han cumplido los objetivos de la idea y que se ha conseguido crear un prototipo informativo y funcional.

También en la última parte, pese a la buena acogida del proyecto tuve bastantes problemas para poder encontrar y cuadrar el test de usuario por falta de tiempo de los reclutados, por lo que el test de usuario ha sido el llamado "de guerrilla". Por otro lado, también gracias a realizar el proyecto me he dado cuenta de que no es tarea fácil plasmar las ideas que uno tiene y que en muchas ocasiones difieren de lo que otras personas necesitan.

En cuanto a la planificación y la metodología utilizada, he conseguido seguirla tal y como la tenía marcada al inicio, solamente descarté realizar Storyboards que había incluido en un principio pero añadí la propuesta de valor y las encuestas por lo que a nivel de horas de trabajo no me afectó.

Para finalizar, me gustaría volver a repetir que esta experiencia y este estudio ha sido una gran oportunidad para mí y que espero que sea el inicio de una trayectoria de desarrollo y aprendizaje personal en este campo tan apasionante que es la experiencia de usuario.

Así que, continuaré siendo curiosa, sembrando raíces, aprendiendo, mejorando, buscando soluciones a problemas, ideando, observando y preguntando.

# Bibliografía

## *Bibliografía consultada*

"How to create a User Journey Map". En: Travis, D. ; Hodgson, P. Think like a UX researcher : how to observe users, influence design, and shape business strategy. p. 195-202. Boca Raton, FL: CRC Press, 2019. ISBN 9781138365292

C.Riba (2009). "Generalitats sobre els mètodes qualitius: trets bàsics, variants, camps d'aplicació i història". Mètodes d'investigació qualitativa. Barcelona: FUOC.

Gil Rodríguez ,Eva Patricia ; Garreta Domingo, Muriel (2019). "Requisitos de usuario: investigación y análisis. Barcelona: FUOC.

Ball, Phillip (2013). Curiosidad. Por qué todo nos interesa. Madrid: Turner Noema. Ed. Turner.

Jiménez Iglesias, Lucía (2020). Interacción y arquitectura de la información. Barcelona: FUOC.

Eagleton, Terry (2017). Cultura. Barcelona. Taurus. Penguin Random House Grupo editorial.

Rosenfeld, Louis; Morville, Peter; Arango, Jorge (2015). Information Architecture: For the Web and Beyond. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

# Bibliografía

## Webs consultadas

Design Toolkit [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.uoc.edu/es/>

Entrevistas [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en: <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/entrevista/>  
<https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/>

Lean UX Canvas [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
<http://design-toolkit.uoc.edu/es/lean-ux-canvas/>

Personas [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
<http://design-toolkit.uoc.edu/es/persona/>

User Journey [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
<http://design-toolkit.uoc.edu/es/user-journey/>

Google Arts & Culture [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Google\\_Arts\\_%26\\_Culture](https://es.wikipedia.org/wiki/Google_Arts_%26_Culture)  
<https://about.artsandculture.google.com/experience/>  
<https://artsandculture.google.com/?hl=es>

Dinantia [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
<https://www.dinantia.com/es/>  
<https://www.elperiodico.com/es/extra/20160503/dinantia-promete-acabar-grupos-colegio-whatsapp-5104576>

Cultura [en línea][fecha de consulta: octubre de 2021]. Disponible en:  
<https://dle.rae.es/cultura>  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>  
<https://letraslibres.com/revista/como-importa-la-cultura-en-el-desarrollo/>  
[https://elpais.com/cultura/2013/10/13/actualidad/1381650419\\_132546.html](https://elpais.com/cultura/2013/10/13/actualidad/1381650419_132546.html)  
<https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/es/icub>  
<https://es.unesco.org/creativity/publications/las-industrias-culturales-creativas-frente>

[https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/sites/default/files/diagnosipactecultura\\_deseembre2020.pdf](https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/sites/default/files/diagnosipactecultura_deseembre2020.pdf)

Calvo-Fernández Rodríguez, Amaia; Ortega Santamaria, Sergio; Valls Saez, Alicia. «Métodos de evaluación con usuarios» [en línea]. <[http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/12922/9/Usabilidad\\_Módulo3\\_Métodos%20de%20evaluación%20con%20usuarios.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/12922/9/Usabilidad_Módulo3_Métodos%20de%20evaluación%20con%20usuarios.pdf)>. [Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2021].

Design Toolkit [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.uoc.edu/es/>

Card sorting [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/guia/card-sorting/>

Prototipado [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/guia/prototipado/>

Arquitectura de la información [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/arquitectura-de-la-informacion/>

Design Toolkit [en línea][fecha de consulta: diciembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.uoc.edu/es/>

Test con usuarios [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/test-con-usuarios/>

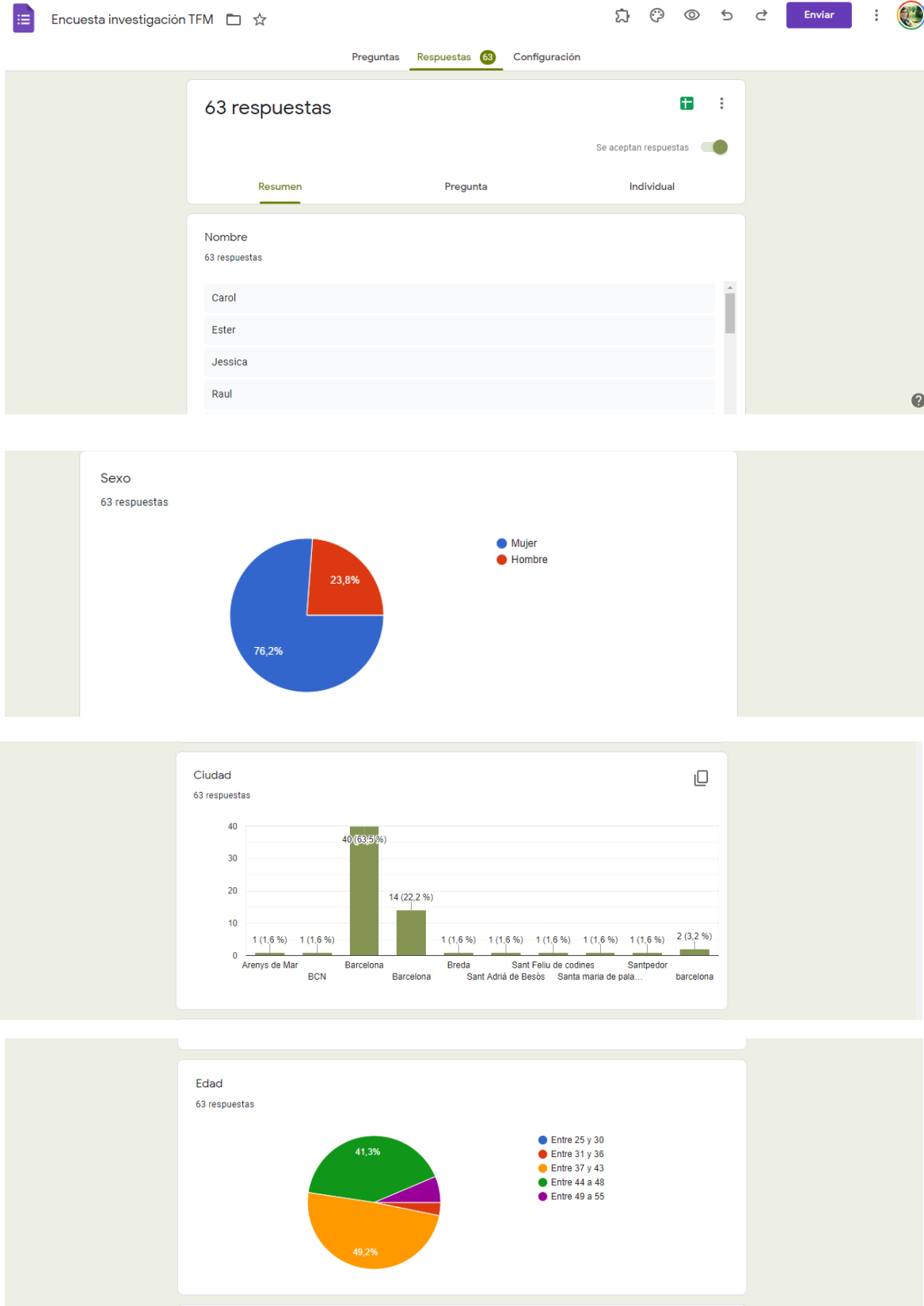
Recorrido cognitivo [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en:  
<http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/cognitive-walkthrough/>

Evaluación heurística [en línea][fecha de consulta: noviembre de 2021]. Disponible en: <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/evaluacion-heuristica/>

Evaluación heurística [en línea][fecha de consulta: diciembre de 2021]. Disponible en:  
<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

# Anexo 1

## Encuesta: resultados

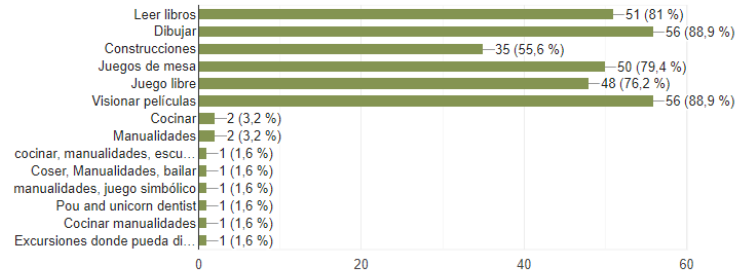


# Encuesta

## Investigación con usuarios

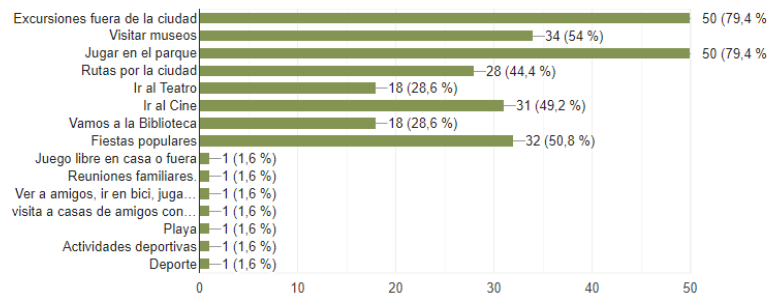
¿Qué actividades realizáis en casa con vuestros hijos? podéis marcar varias opciones.

63 respuestas



¿Qué actividades haces con tus hijos el fin de semana? podéis marcar varias opciones.

63 respuestas



¿En la escuela de vuestros hijos utilizáis alguna app para comunicaros padres / escuela? Si es sí, ¿cuál?

63 respuestas

Dinantia

No

Telegram

Dinantia

Clickedu

whatsapp

Whatsapp

Alexia

Si Dinantia



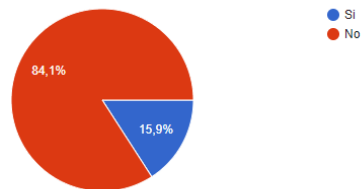


# Encuesta

## Investigación con usuarios

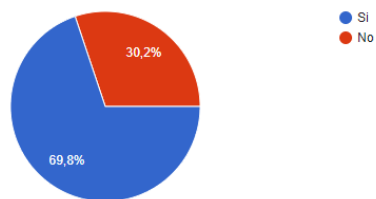
¿Conocéis la web el Culturista?

63 respuestas



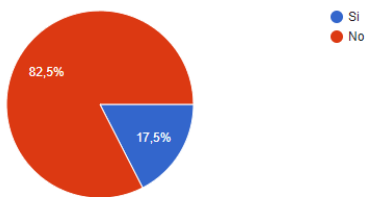
¿Conocéis la web Mammaproof?

63 respuestas



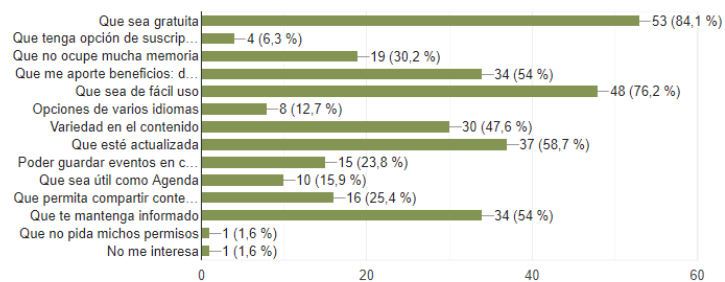
¿Conocéis la app de Google Arts & Culture?

63 respuestas



¿Qué esperáis de una App para poder descargarla? podéis marcar varias opciones.

63 respuestas

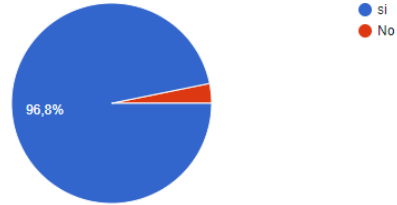


# Encuesta

## Investigación con usuarios

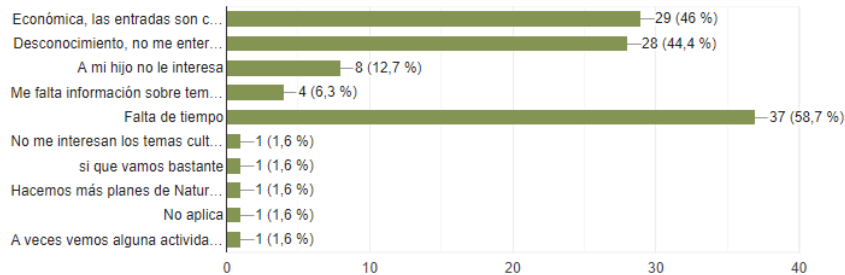
¿Compráis entradas desde el móvil?

63 respuestas



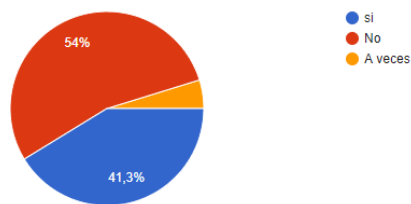
¿Por qué razones crees que no vais a visitar más museos o participáis en más actividades en familia? podéis marcar varias opciones.

63 respuestas



¿Consultáis la plataforma YouTube para ver tutoriales sobre actividades familiares?

63 respuestas



¿Escucháis algún tipo de podcast relacionado con temas familiares? Si es sí, ¿cuál?

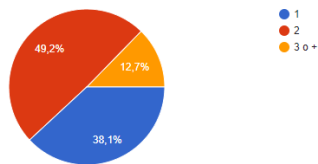
63 respuestas

- No
- no
- No
- RAC1
- BEI DE TRIGRITEREANDO
- hay muy pocos, y la mayoría están destinados a edades más pequeñas
- El podcast del Club de Malasmadres
- No lo utilizo
- Escucho uno de cuentos infantiles: Hada de fresa

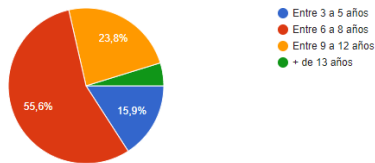
# Encuesta

## Investigación con usuarios

Número de hijos  
63 respuestas



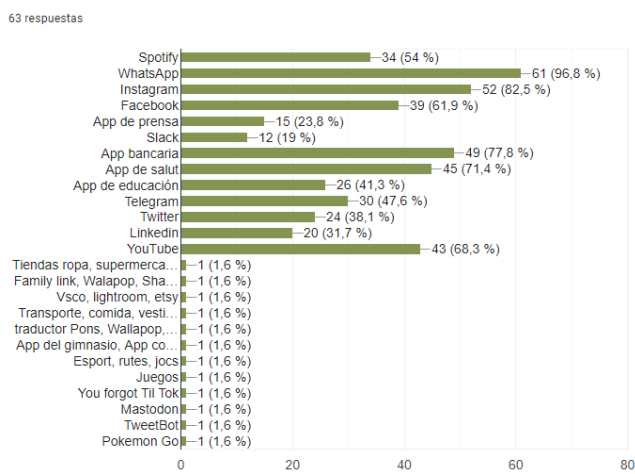
Edad de los hijos  
63 respuestas



¿Utilizas alguna App de manera diaria en tu dispositivo móvil?  
63 respuestas



Marca las diferentes aplicaciones que podríamos encontrar en tu dispositivo móvil. Podés marcar varias opciones.  
63 respuestas

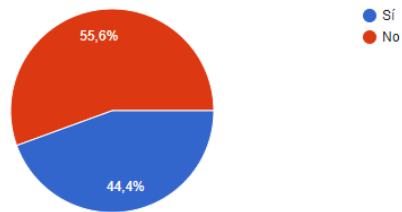


# Encuesta

## Investigación con usuarios

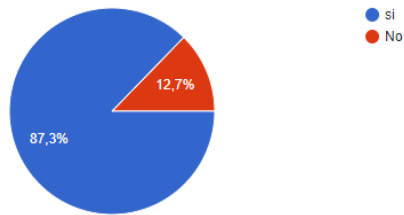
¿Utilizáis grupos de WhatsApp específicos para realizar o conocer información interesante para hacer con vuestros hijos?

63 respuestas



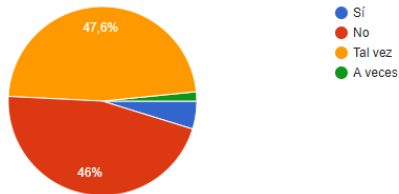
¿Compartís lo que hacéis con vuestros hijos con otros padres?

63 respuestas



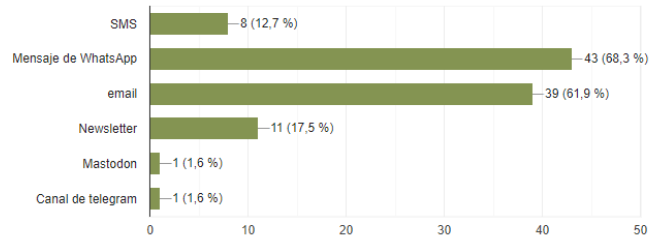
¿Cuándo vais a un museo o algún lugar turístico descargáis la app del sitio?

63 respuestas



¿Qué tipo de notificación os parece más útil en vuestro dispositivo móvil?

63 respuestas



## Anexo 2 - Enlaces

Wireframe de baja calidad:

[https://miro.com/app/board/o9J\\_li4HQLY=?invite\\_link\\_id=648126527717](https://miro.com/app/board/o9J_li4HQLY=?invite_link_id=648126527717)

Wireframe de alta calidad

[https://miro.com/app/board/o9J\\_lhMCD\\_E=?moveToWidget=3074457368187402255&cot=14](https://miro.com/app/board/o9J_lhMCD_E=?moveToWidget=3074457368187402255&cot=14)

Wireframe de alta calidad Figma

<https://www.figma.com/file/FcqMp5rEDCPyM54HmTwBmc/Curiositas-app?node-id=0%3A1>

Card sorting Optimal:

<https://app.optimalworkshop.com/optimalsort/045z345e/08ao3852/shared-results/m8p3k7m7k1d05f4zu3u7oz8q7766h67s>

# Anexo 3

## Hoja de consentimiento informado entrevista

### Consentimiento Informado

Yo \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación de TFM sobre el diseño de una App cultural, éste es un proyecto de investigación de la UOC. Entiendo que este estudio busca conocer los hábitos de la cultura en las familias y sé que mi participación consistirá en responder una entrevista que demorará alrededor de 30 minutos. Me han explicado que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes serán asociados a un número de serie, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados. Estoy en conocimiento que los datos no me serán entregados y que no habrá retribución por la participación en este estudio, sí que esta información podrá beneficiar de manera indirecta y por lo tanto tiene un beneficio para el Trabajo de Fin de máster de la investigación que se está llevando a cabo. Asimismo, sé que puedo negar la participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí.

Sí. Acepto voluntariamente participar en este estudio y he recibido una copia del presente documento.

Firma participante:

Fecha:

# Anexo 4

## Hoja de consentimiento informado Test usuarios

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO

DADOS DEL ESTUDIO test de usuarios:

Realización de un test de usuarios para evaluar el diseño de la aplicación

Curiositas, proyecto de trabajo final de máster de:

Amanda Hernando Puig

DNI \_\_\_\_\_,

Datos de Contacto: \_\_\_\_\_

DADOS DEL PARTICIPANTE:

Nombre \_\_\_\_\_

DNI \_\_\_\_\_

Declaro que he sido informado de las características y de los propósitos del estudio.

Que el estudio consiste de la realización de una prueba de usabilidad en el ámbito de estudios académicos sin fines comerciales. Que no he sido obligado a participar ni ha ser grabado.

Me han asegurado la confidencialidad de mis datos y que mis respuestas serán utilizadas en informes relacionados en ámbito académico.

El consentimiento lo otorgo de manera voluntaria y sé que soy libre para retirarme del estudio en cualquier momento del mismo, por cualquier razón sin ningún tipo de problema.

DOY

NO DOY

Mi consentimiento para la participación en el estudio propuesto.

Fecha

Firma del participante



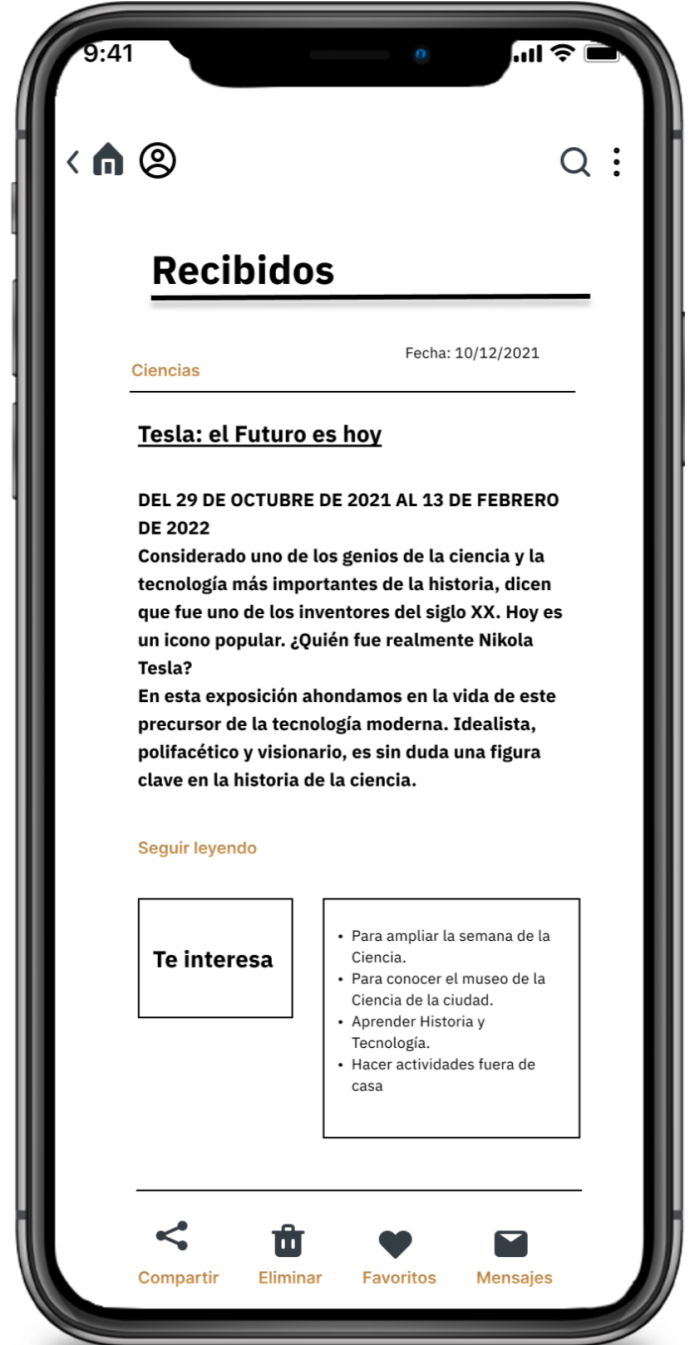
# Anexo 5

## Prototipo

### Bandeja de entrada



### Mensajes

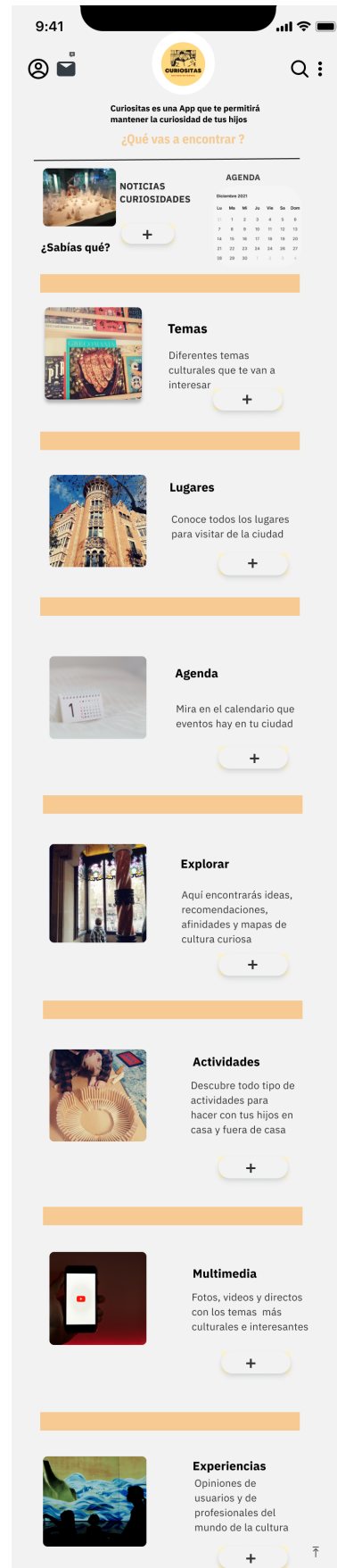


## Prototipo

### Inicio app



### Home app

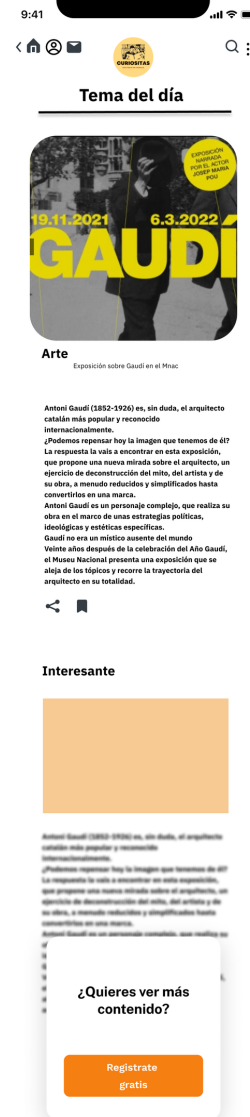


# Prototipo

## Pantalla Temas

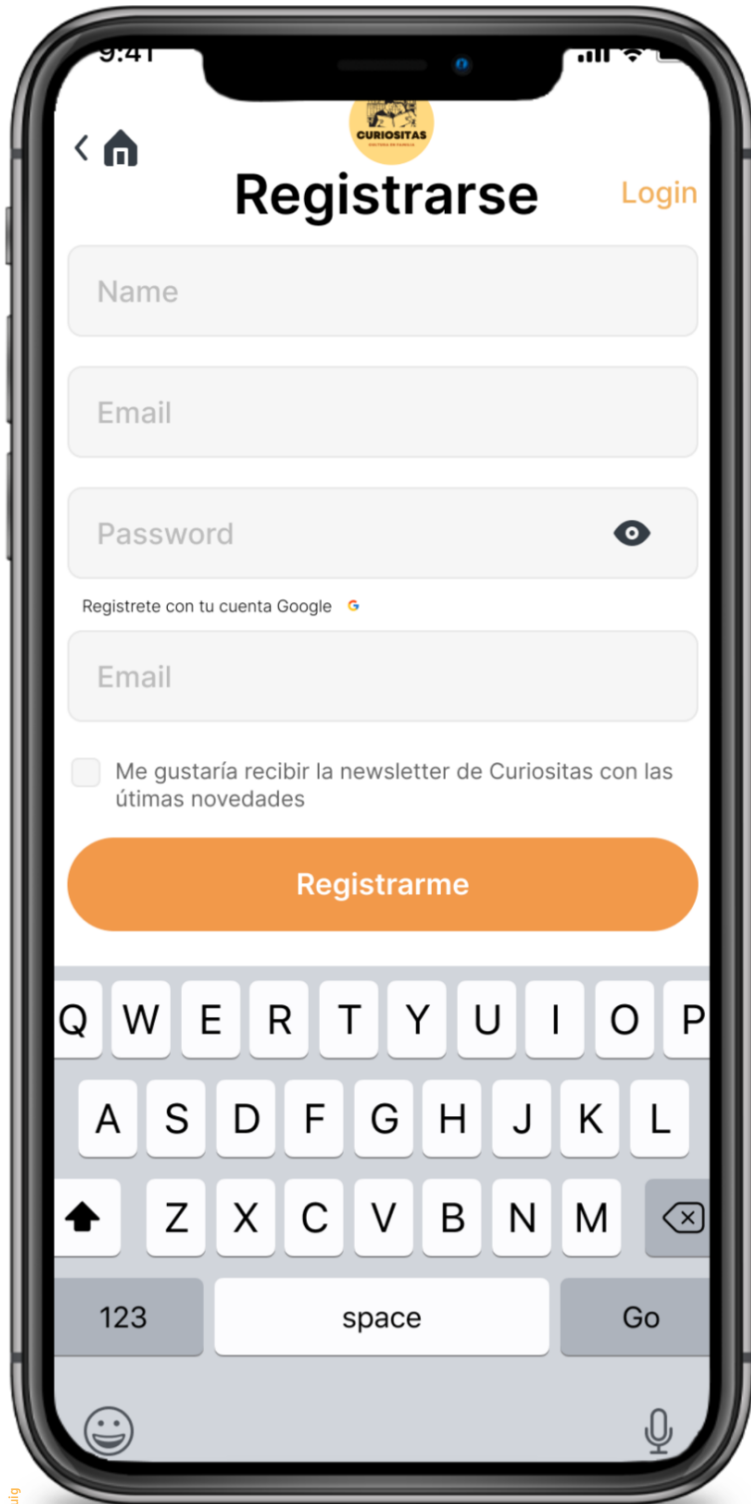


## Pantalla tema del día




Prototipo

Registro





9:41

 **Registrarse** [Login](#)

Name

Email




Password 

Regístrate con tu cuenta Google 

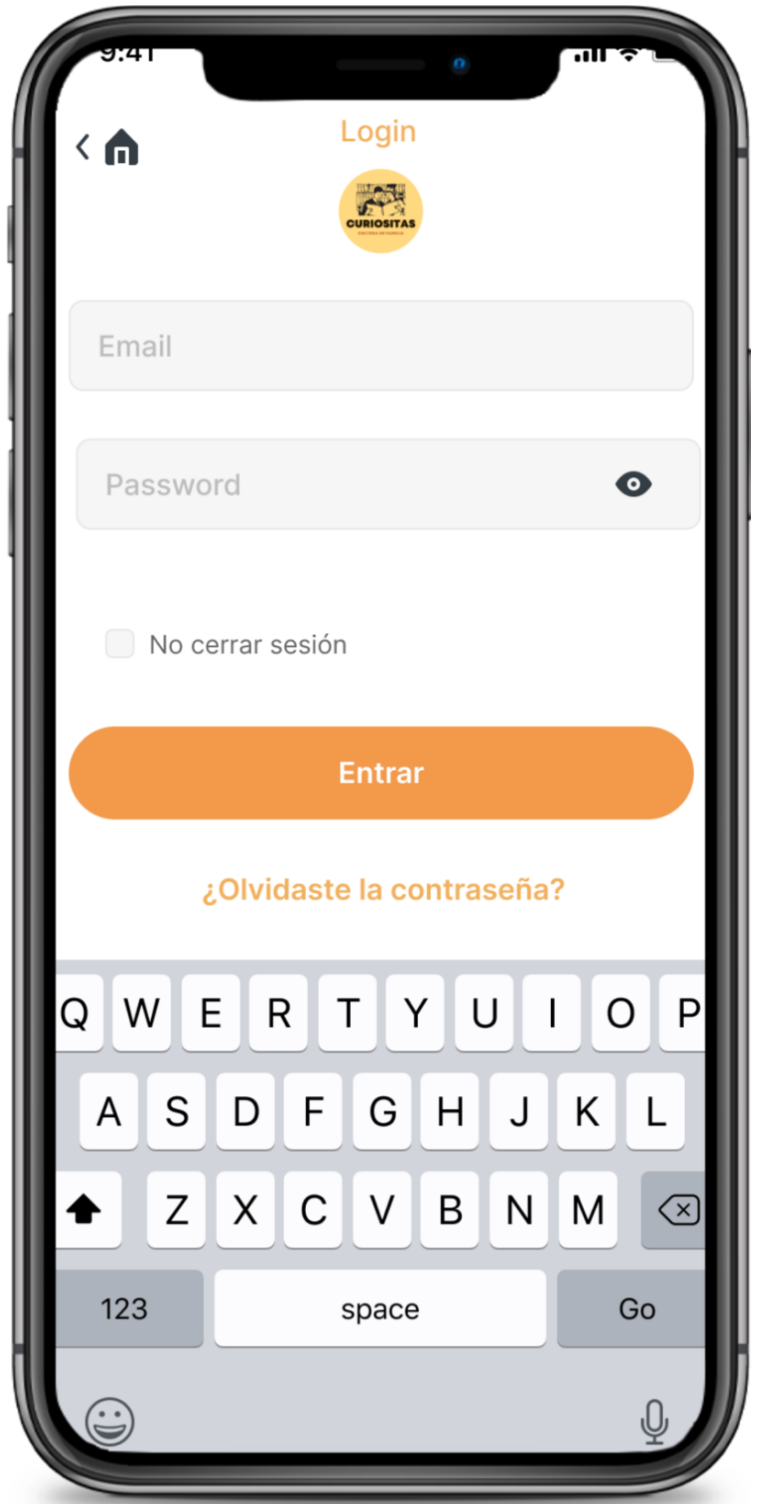
Email

Me gustaría recibir la newsletter de Curiositas con las últimas novedades


**Registrarme**

Q W E R T Y U I O P  
A S D F G H J K L  
↑ Z X C V B N M   
123 space Go  
 


Login



9:41

 **Login**




Email

Password 

No cerrar sesión

**Entrar**

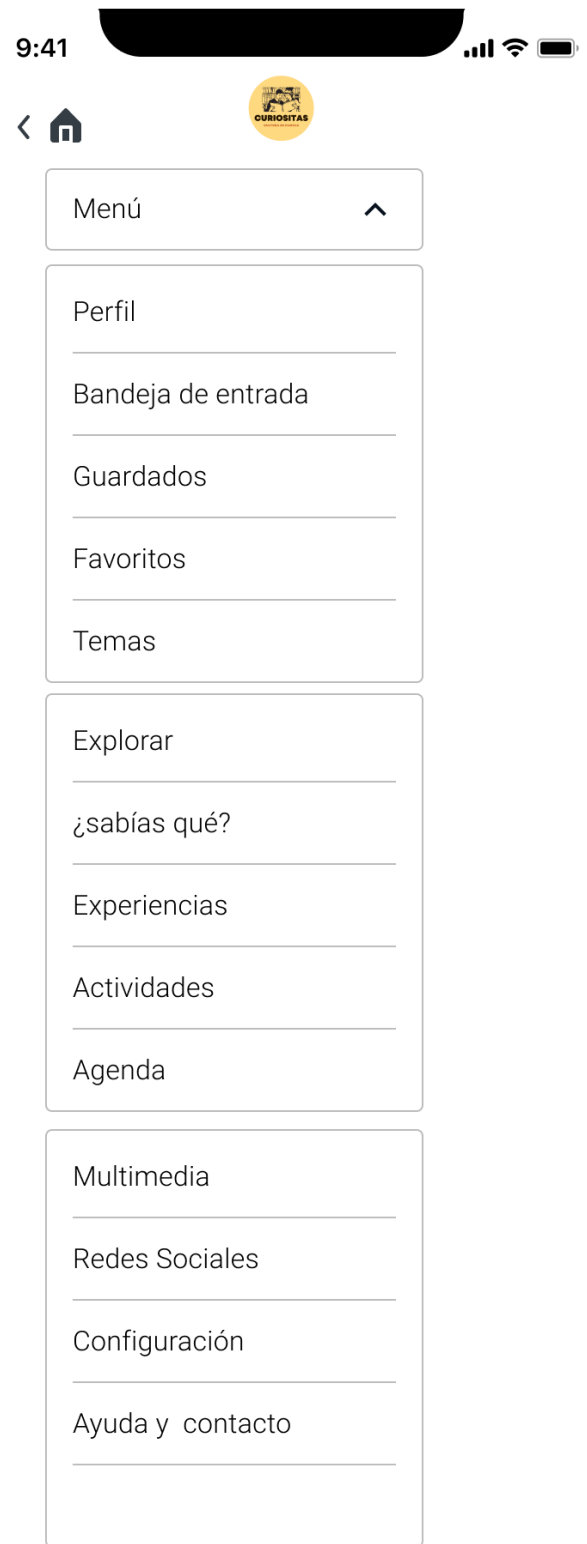
[¿Olvidaste la contraseña?](#)

Q W E R T Y U I O P  
A S D F G H J K L  
↑ Z X C V B N M   
123 space Go  
 

Aviso para registrarse

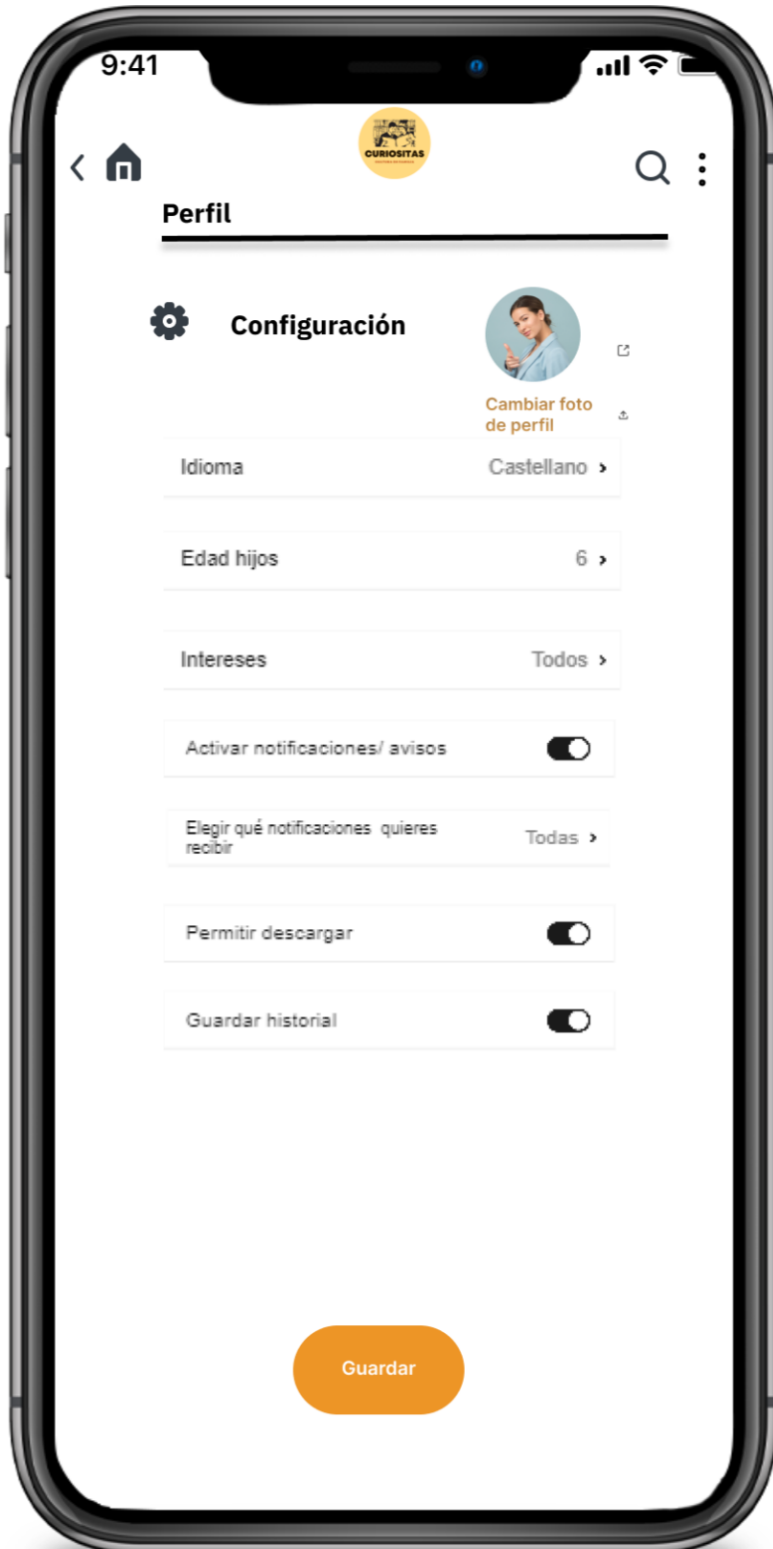


Menú

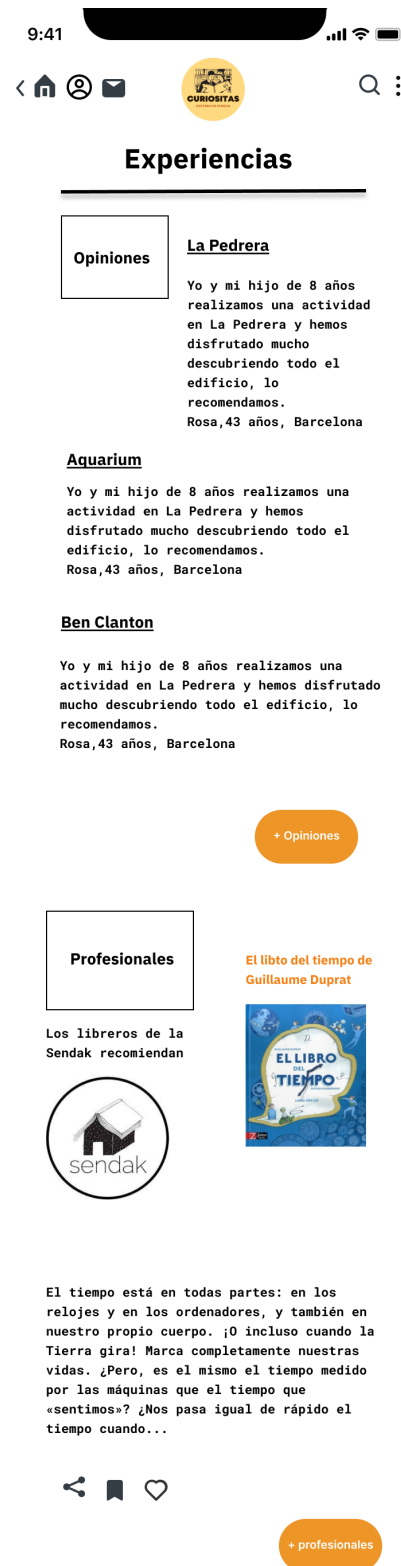


## Prototipo

### Perfil configuración

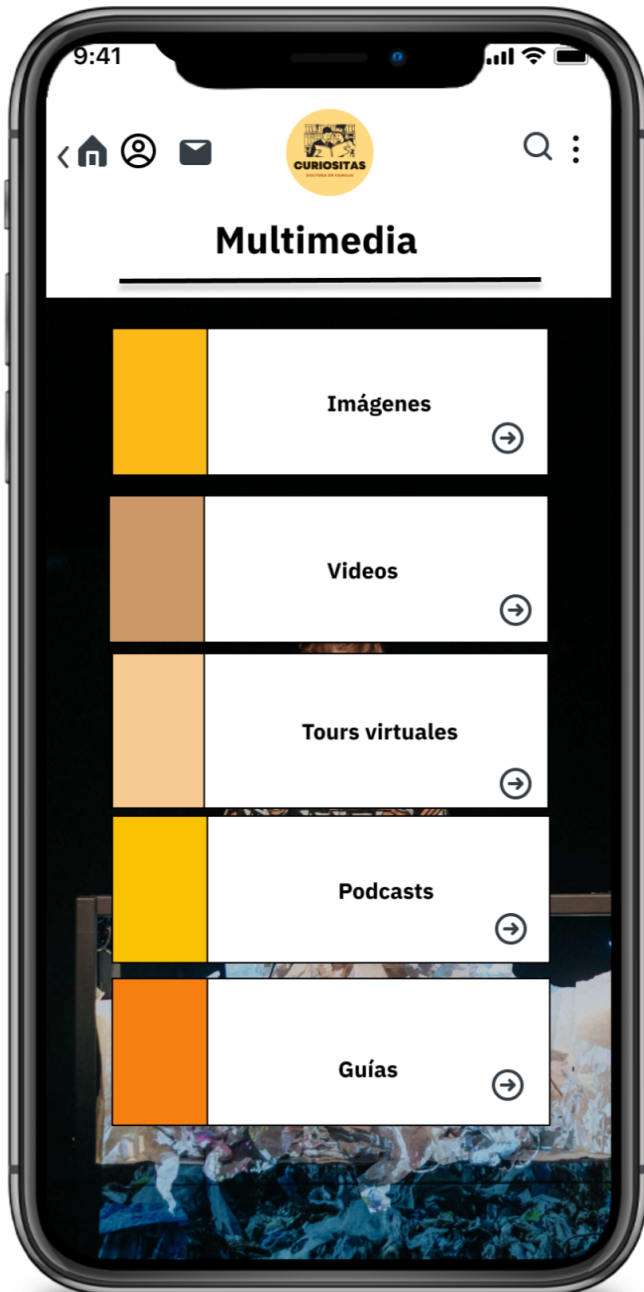


### Pantalla experiencias

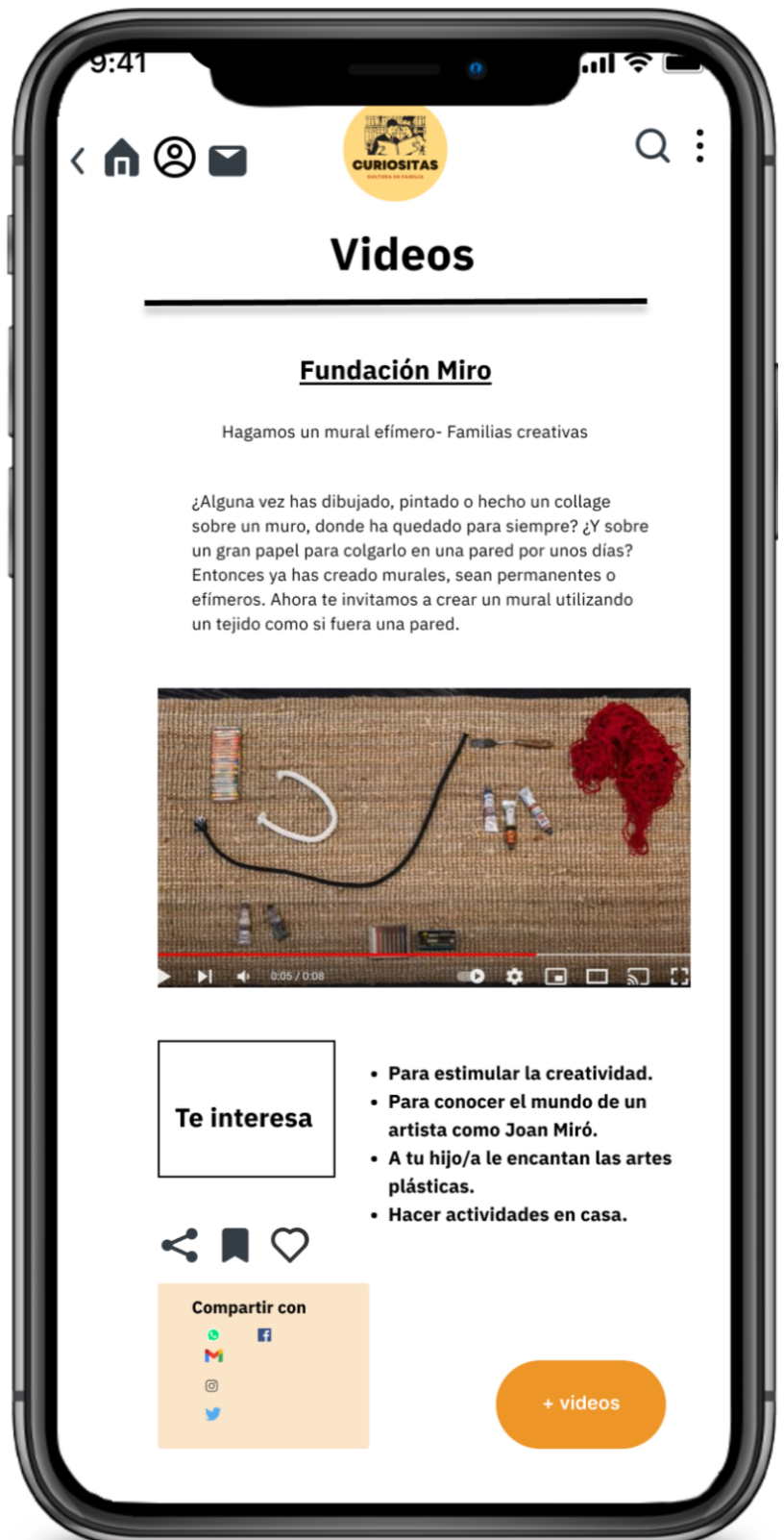


## Prototipo

### Pantalla Multimedia



### Pantalla Videos



Pantalla Actividades



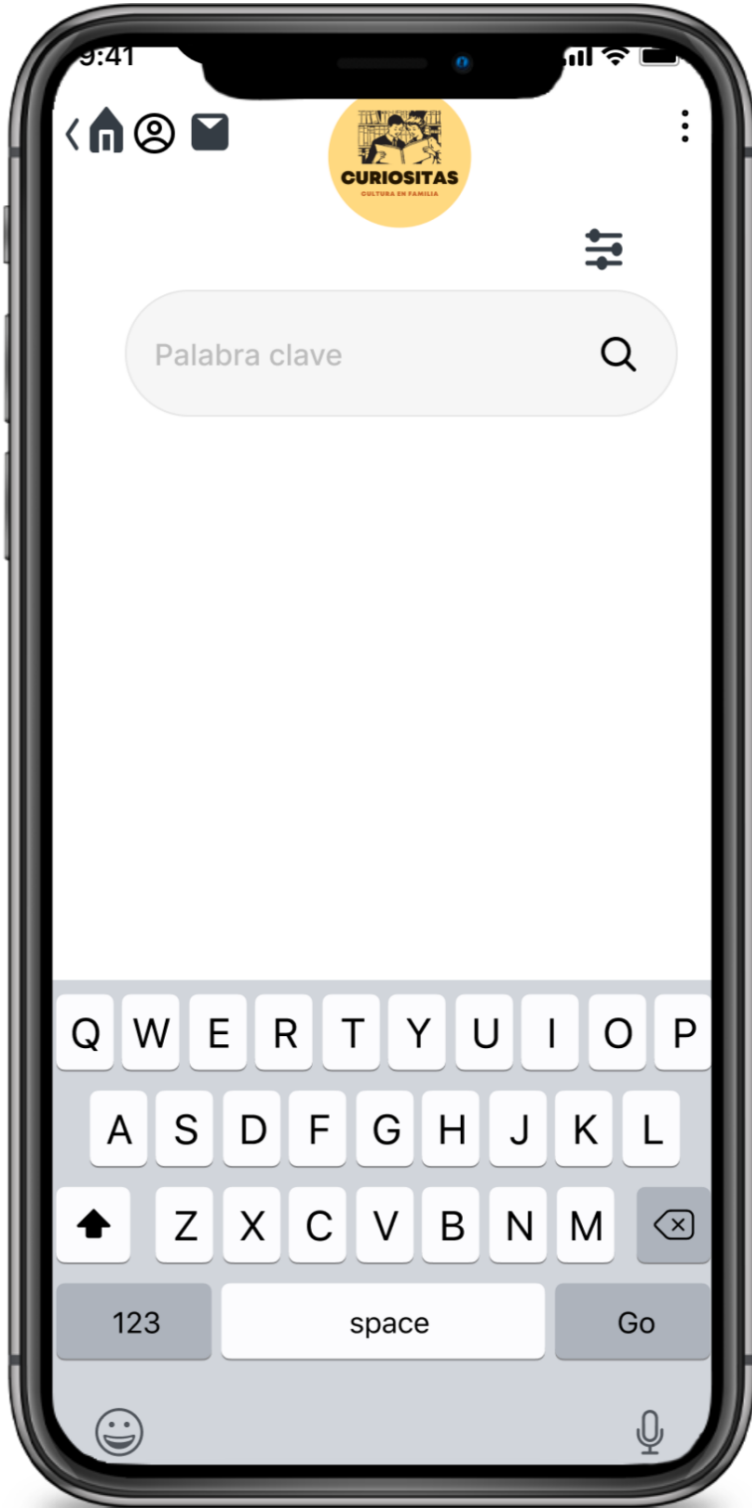
Pantalla Explorar



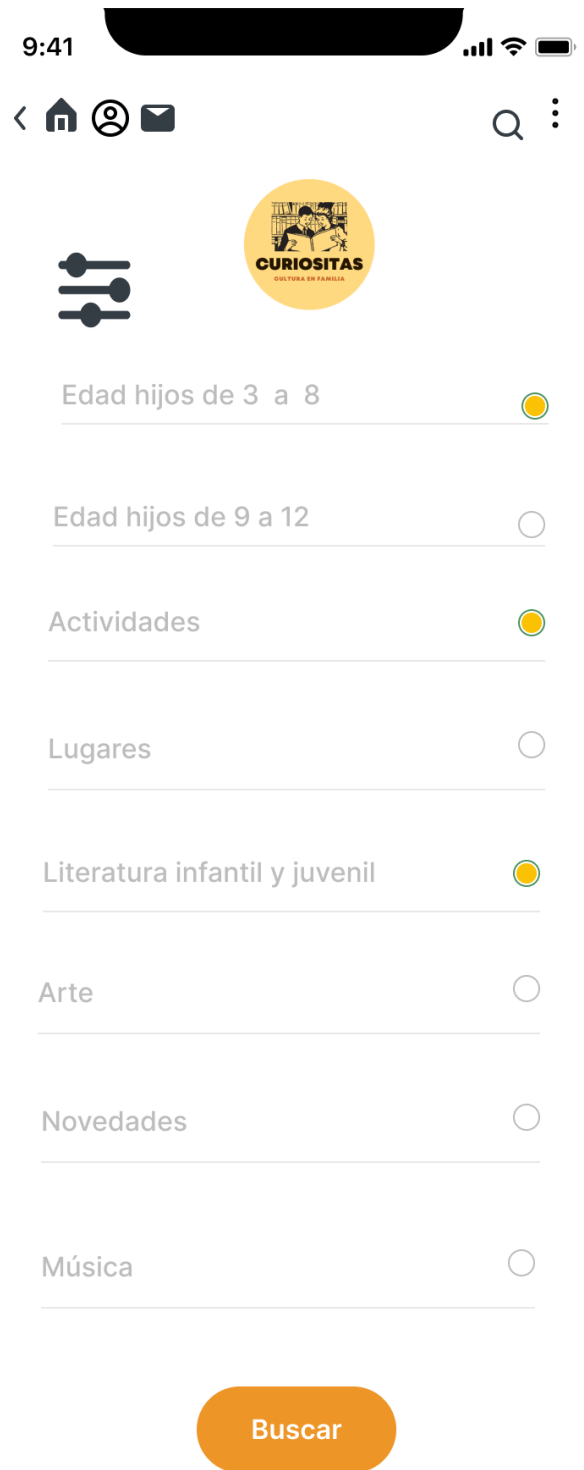


Prototipo

Pantalla Buscador



Pantalla búsqueda con filtro



**Gracias**

**Amanda Hernando Puig**

**Barcelona, diciembre del 2021**