Vegan Land – Diseño UX/UI de una App

Memoria de Proyecto Final de Grado

Grado Multimedia

Usabilidad e Interfaces

Carlos Rodríguez Martín

Judit Casacuberta Bagó

Ferrán Gimenez Prado

15 de Junio de 2020

Créditos/Copyright

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

Dedicatoria

A mi padre y a mi madre, por hacerme ver que nunca he estado solo, y por haberme dado una infancia inolvidable.

Abstract

En el Trabajo de Final de Grado se va a definir la Usabilidad, el Diseño UX/UI y el Prototipado de una App llamada Vegan Land. Actualmente, existe tanto a nivel nacional como internacional un crecimiento muy notable de personas que están pasándose al veganismo como su estilo de dieta y de vida.

Muchas de estas personas se hacen veganos sin saber muy bien qué conlleva este cambio de dieta, qué alimentos y productos pueden consumir, o qué recetas realizar para tener un equilibrio alimenticio óptimo. Debido a este aumento de consumidores veganos inexpertos nace Vegan Land, una App que ofrece recetas veganas interactivas para hacer en casa, artículos informativos y de interés sobre del veganismo, además, la integración de un servicio de on-line de pedido de comida vegana a domicilio y tiendas veganas cerca de ti. Los usuarios podrán también escribir sus propias recetas y publicarlas en la App después de ser verificadas y revisadas, convirtiendo así a Vegan Land en una App Colaborativa.

El objetivo de este Trabajo de Final de Grado es diseñar una aplicación móvil interactiva que ayude a las personas veganas a aprender nuevas recetas, estar documentados y poder pedir comida vegana a domicilio. Para realizar el prototipado de la plataforma se empleará la metodología de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), buyer persona y tests con usuarios, de manera que la aplicación cumpla con las expectativas e inquietudes del usuario.

Palabras clave: usabilidad, diseño de interfaces multimedia, app, veganismo, ux/ui, trabajo de final de grado.

Abstract (english versión)

In the TFG is going to be defined de Usability, UX/UI Design and the Prototyping of an App named Vegan Land. Currently, it exists both nationally and internationally a notable growth of people turning into plant based as their diet and lifestyle.

Many of these people become vegan without knowing very well what this change in their diet means, which products they can consume, what recipes to make for an optimal nutritional balance. Due to this increase in inexperienced vegan consumers, Vegan Land is born, an App that offers interactive vegan recipes to make at home, informative and interesting articles about veganism, in addition to this, the integration of an online vegan food order service to home and vegan shops close to the user. The users will be able to write their own recipes and publish them in the App after being verified and reviewed, turning Vegan Land into a Collaborative App.

The purpose of this TFG is to design an interactive mobile app that helps vegan people to learn new recipes, being documented and to be able to order vegan food delivery. In order to perform this platform, the methodology that Will be used is User Centered Design (UCD), use of buyer persona, and tests with users, so that the app meet with the expectations and concerns of the user.

Keywords: usability, multimedia interface design, app, veganism, plant based, ux/ui, TFG.

Índice

1. Introducción ... 8
2. Descripción ... 10
3. Objetivos ... 11
3.1 Principales ... 11
3.2 Secundarios ... 11
4. Metodología ... 12
5. Planificación ... 14
6. Contenidos ... 16
7. Proceso de Trabajo ... 19
8. Análisis de Mercado ... 21
9. Análisis DAFO ... 23
10. Perfiles de Usuario ... 24
10.1 Público Objetivo ... 24
10.2 Buyer Persona ... 25
11. Usabilidad / UX ... 26
12. Arquitectura de la Información ... 28
12.1 Árbol de Contenidos ... 28
12.2 Wireframes ... 29
13. Prototipos ... 38
13.1 Lo-Fi ... 38
13.2 Hi-Fi ... 42
14. Tests ... 47
14.1 Evaluación Heurística ... 47
14.2 Test con Usuarios ... 55
15. Proyección a futuro ... 64
16. Conclusiones ... 65
Anexo 1. Entregables del Proyecto ... 66
Anexo 2. Libro de estilos ... 68
Anexo 3. Bibliografía ... 69

Figuras y tablas

Índice de figuras

Ilustración 1: Edificio de la UOC en Avda. Tibidabo 8
Ilustración 2 Acto de graduación 2011, Barcelona 12
Ilustración 3 Edificio del IN3 14
Ilustración 4 Diagrama de Gantt de la primera entrega 14
Ilustración 5 Diagrama de Gantt de la segunda entrega 15
Ilustración 6 Diagrama de Gantt de la tercera entrega 15
Ilustración 7 Diagrama de Gantt de la entrega final 15
Ilustración 8 Número de búsquedas de la palabra "vegano" en España 21
Ilustración 9 Tabla de Análisis DAFO 23
Ilustración 10 Árbol de Contenidos de Vegan Land 28
Ilustración 11 Wireframe Vegan Land: Iniciar Sesión 29
Ilustración 12 Wireframe Vegan Land: Registrarse 30
Ilustración 13 Wireframe Vegan Land: Página de Recetas 31
Ilustración 14 Wireframe Vegan Land: Ejemplo de Receta, de la página de Recetas 32
Ilustración 15 Wireframe Vegan Land: Página de Artículos 33
Ilustración 16 Wireframe Vegan Land: Ejemplo de Artículo de la página Artículos 34
Ilustración 17 Wireframe Vegan Land: Página Perfil 35
Ilustración 18 Wireframe Vegan Land: Página de Comida a Domicilio Vegana 36
Ilustración 19 Wireframe Vegan Land: Página de Tiendas Veganas 37
Ilustración 20 Logotipos Vegan Land 38
Ilustración 21 Paleta de colores principales de Vegan Land 39
Ilustración 22 Tipografía empleada en Vegan Land 39
Ilustración 23 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Iniciar Sesión 40
Ilustración 24 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Registrarse 40
Ilustración 25 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Receta 41
Ilustración 26 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Ejemplo de Receta 41
Ilustración 27 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Artículos 42
Ilustración 28 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Ejemplo de Artículo 42
Ilustración 29 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Página de Perfil 43
Ilustración 30 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Comida Vegana a Domicilio 43
Ilustración 31 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Tiendas Veganas 44
Ilustración 32 Visión de las páginas de Vegan Land 45
Ilustración 33 Navegación Prototipos Alta Fidelidad Vegan Land 46

1. Introducción

Ilustración 1: Edificio de la UOC en Avda. Tibidabo

En los últimos años, tanto en España, como en la mayoría de los países, ha crecido considerablemente el número de personas que siguen una dieta vegana. Una persona que es vegana que aquella que no consume ningún producto, ya sea un derivado o no, de origen animal. En adición, muchas de estas personas veganas además de no consumir productos cárnicos ni derivados de los mismos en sus dietas, tampoco compran productos que tengan derivados de animales, como prendas de pieles, o perfumes en los que se ha experimentado en animales.

El veganismo ya no solo se ha convertido en una dieta, se ha convertido en un movimiento a nivel global. La tortura a animales en cautividad, las malas condiciones en las que viven los animales criados para ser un producto alimenticio, o las altas emisiones de productos contaminantes la industria cárnica, son algunas de las razones por las cuales muchas personas se han concienciado y se están volviendo veganos.

Por contraparte, muchas de estas personas que ahora son veganas no están teniendo la alimentación apropiada, además de tener pocos conocimientos sobre el veganismo. Muchos consumidores veganos no son conscientes de qué alimentos contienen productos cárnicos, o no saben cómo realizar una dieta vegana equilibrada y saludable.

Debido a estas dificultades que presentan muchos de estos consumidores veganos nace Vegan Land, una app gratuita en la cual el usuario tiene a su disposición decenas de recetas veganas a su disposición, explicadas de manera interactiva y detalladas, para que puedan realizarlas en su casa.

Esta app no solo enseña recetas a los usuarios, sino que además se publican en ella en su apartado de “Artículos” semanalmente una serie de artículos informativos que tienen que ver con el mundo del veganismo.

Existe una sección dentro de la app denominada “Take Away” en la cual el usuario puede pedir comida vegana a domicilio de los mejores restaurantes veganos que

tenga cerca de su domicilio. Con Vegan Land el usuario tendrá todos los recursos del mundo vegano en su bolsillo.

Finalmente, está la sección “Tiendas,” donde el usuario al activar su ubicación le aparecerá las tiendas veganas más próximas a su posición, para así saber los recursos veganos que tiene más cerca siempre.

Vegan Land nace con la idea de querer ayudar a todas aquellas personas que son veganas o que están pensando cambiar su dieta, además de ayudar a nuestro ecosistema y a tener un futuro más sostenible.

2. Descripción

El propósito de este Trabajo de Final de Grado es realizar todo el proceso de Usabilidad y Diseño de Interfaces de la aplicación Vegan Land. Se realizará un análisis de mercado para ver las posibilidades que tiene la aplicación de poder solucionar una necesidad del público objetivo, un análisis DAFO, definición del público objetivo, generación de Buyer Persona, la experiencia del usuario (UX), el árbol de contenidos, los wireframes, el diseño de prototipados de la aplicación, y el uso de tests de usabilidad.

Todo el proyecto usará una metodología centrada en el usuario (DCU), teniendo en cuenta la experiencia del usuario (UX) y hacer que cumpla con las inquietudes y necesidades del público objetivo.

Para llevar a cabo el Trabajo de Final de Grado se dividirá el proceso del trabajo en 4 etapas: Análisis, Diseño Conceptual (Diseño de contenidos, Arquitectura de la Información), Diseño de Prototipado (Diseño Visual, Prototipados Lo-Fi, Prototipados Hi-Fi) y Evaluación. Cada una de estas etapas se hará de manera cronológica, pero varios de los apartados que forman cada una de las etapas se realizarán de forma paralela.

3. Objetivos

3.1 Principales

Objetivos clave del TFG.

- Ayudar a las personas que son veganas, o que quieren serlo, a aprender recetas que les ayuden a tener una dieta saludable y equilibrada.
- Poder educar a las personas sobre el mundo del veganismo.
- Contribuir con el crecimiento de restaurantes y tiendas veganas a través de los servicio de “Comida Vegana a Domicilio” y “Tiendas” que ofrece “Vegan Land.”

3.2 Secundarios

Objetivos adicionales que enriquecen el TFG y que pueden sufrir variaciones.

- Ayudar a reducir las emisiones contaminantes que genera la industria cárnica.
- Convertir Vegan Land en una plataforma de referencia dentro del mundo de la gastronomía vegana.
- Obtención de beneficios económicos a través del uso de comisiones dentro del servicio de “Comida Vegana a Domicilio” y “Tiendas” que ofrece “Vegan Land.”

4. Metodología

Ilustración 2 Acto de graduación 2011, Barcelona

La metodología que se empleará en el Trabajo de Final de Grado de Vegan Land es una metodología de Diseño Centrado en el Usuario. Esta es una metodología que basa sus decisiones y diseños en función de los comportamientos y necesidades del usuario que la usarán. Esta metodología está dividida en 4 etapas, las cuales se harán de manera cronológica.

Análisis

En esta etapa se realizará un análisis de mercado y un análisis DAFO (debilidades, amenazadas, fortalezas y oportunidades) donde se estudiará la viabilidad que tiene Vegan Land en el mercado y si realmente podrá cumplir con las necesidades del público objetivo. Posteriormente se crearán los públicos objetivos y buyer persona en base a los estudios realizados con anterioridad.

Diseño Conceptual

Cuando los perfiles de usuario estén definidos se definirá el diseño de usabilidad de la plataforma, en la cual se hará hincapié en el diseño de la navegación y a los elementos interactivos de la plataforma. En esta etapa se determinará la navegación y la relación de los contenidos que habrá en Vegan Land. Se definirá la arquitectura de la información mediante el uso de un árbol de contenidos y de un wireframe basado en el árbol de contenidos.

Diseño de Prototipado

Después de definir el diseño conceptual de la aplicación pasamos al diseño visual de la misma. En el apartado del diseño visual se definirán las características gráficas de “Vegan Land,” como tipografías, colores corporativos o iconografía.

Mediante las herramientas de diseño Photoshop y Mockflow se crearán los prototipos de Mediana Fidelidad (Mi-Fi). En este apartado de la etapa de diseño de prototipos se buscará tener una aproximación del resultado final de la aplicación y ver con mayor

claridad aquellos posibles fallos y mejoras para implementarlos en los prototipos de alta fidelidad.

Posteriormente se generarán los prototipos de alta fidelidad (Hi-Fi) mediante la herramienta de prototipado Figma, los cuales serán testeados con usuarios para detectar fallos y mejoras de los prototipos. Mediante este software se crearán los prototipos con una aproximación muy detallada de lo que sería el producto final.

Evaluación

Se realizarán tests a usuarios y una evaluación heurística del proyecto. En base a los resultados obtenidos en estos tests, se implementarán las mejoras y necesarias, siendo esta etapa iterativa en la que más tiempo se le dedicará. Finalmente, se realizarán las conclusiones del Trabajo de Final de Grado y posteriormente será entregado.

5. Planificación

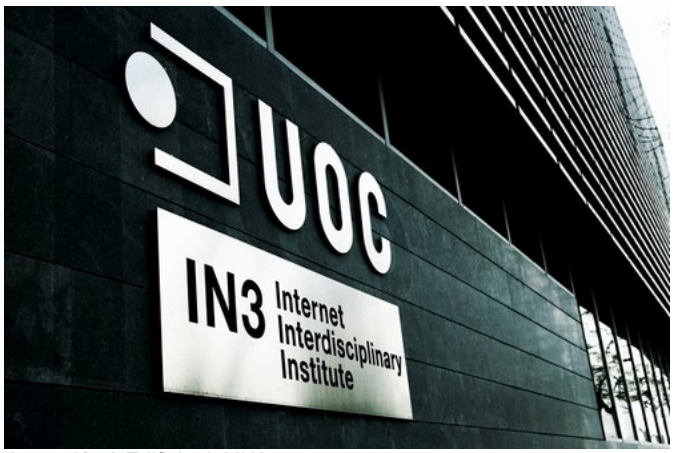


Ilustración 3 Edificio del IN3

La estructura del desarrollo del Trabajo de Final de Grado se verá separada en las 4 etapas comentadas en los puntos anteriores: Análisis, Diseño Conceptual, Diseño de Prototipados y Evaluación. Se trabajarán de manera cronológica, pero dentro de cada etapa habrá tareas que se realizarán de manera paralela.

El trabajo está divido en 4 entregas, en la primera se ejecutan algunos de los apartados de la etapa de Análisis, en la segunda entrega se concluirá con el apartado de Análisis y se hace en su totalidad la etapa de Diseño Conceptual. A continuación, para la tercera entrega se realizan modificaciones de las etapas anteriores además de la etapa de Evaluación. Finalmente, en la última entrega se realizan las modificaciones finales de todas las etapas además de las conclusiones del Trabajo de Final de Grado.

PEC 1	INICIO	DURACIÓN	FIN
Desarrollo y Búsqueda de la Temática del TFG	19/02/2020	3 días	21/02/2020
Secciones Previas	22/02/2020	4 días	25/02/2020
Introducción	26/02/2020	1 día	26/02/2020
Descripción	27/02/2020	1 día	27/02/2020
Objetivos	28/02/2020	1 día	28/02/2020
Metodología	29/02/2020	2 días	01/03/2020
Planificación	02/03/2020	2 días	03/03/2020
Entrega PEC 1	03/03/2020	1 día	03/03/2020

Ilustración 4 Diagrama de Gantt de la primera entrega

PEC 2	INICIO	DURACIÓN	FIN
Contenidos	04/03/2020	3 días	06/03/2020
Procesos de Trabajo	07/03/2020	2 días	08/03/2020
Análisis de Mercado	09/03/2020	2 días	10/03/2020

Análisis DAFO	11/03/2020	2 días	12/03/2020
Público Objetivo	13/03/2020	3 días	15/03/2020
Buyer Persona	16/03/2020	3 días	18/03/2020
Usabilidad/UX	19/03/2020	3 días	21/03/2020
Árbol de Contenidos	22/03/2020	4 días	25/03/2020
Wireframes	26/03/2020	4 días	29/03/2020
Anexos	30/03/2020	3 días	01/04/2020
Entrega	01/04/2020	1 día	01/04/2020

Ilustración 5 Diagrama de Gantt de la segunda entrega

PEC 3	INICIO	DURACIÓN	FIN
Modificaciones	02/04/2020	7 días	08/04/2020
Diseño Visual	09/04/2020	3 días	11/04/2020
Prototipado Mi-Fi	12/04/2020	3 días	14/04/2020
Prototipado Hi-Fi	15/04/2020	7 días	21/04/2020
Evaluación Heurística	22/04/2020	3 días	24/04/2020
Tests con Usuarios	25/04/2020	3 días	27/04/2020
Modificaciones de los resultados de los tests	28/04/2020	6 días	03/05/2020
Entrega	03/05/2020	1 día	03/05/2020

Ilustración 6 Diagrama de Gantt de la tercera entrega

Entrega Final	INICIO	DURACIÓN	FIN
Modificaciones Finales	06/05/2020	40 días	14/06/2020
Proyección a Futuro	26/05/2020	5 días	30/05/2020
Conclusiones	31/05/2020	5 días	04/06/2020
Entrega Final	15/06/2020	1 día	15/06/2020

Ilustración 7 Diagrama de Gantt de la entrega final

6. Contenidos

Los contenidos de la aplicación Vegan Land se van a dividir exactamente en 5 apartados. La finalidad de esta aplicación es abarcar el mayor tipo de contenidos posibles para el consumidor vegano. La profundidad de navegación de la aplicación va a ser de pocos niveles. Para llegar a una sección en concreto no habrá que hacer más de 3 clics, mejorando la experiencia de usuario y facilitando la búsqueda de contenidos. Al registrarse en la aplicación el usuario tiene 5 apartados con diferentes contenidos, que se verán como un menú de iconos en la parte de bajo de la pantalla del móvil en este orden de izquierda a derecha: Recetas, Artículos, Perfil, Take Away y Tienda.

Recetas

En este apartado encontraremos principalmente contenido multimedia (textos de recetas acompañado con iconografía, imágenes y vídeo tutoriales. Cuando accedes al apartado de “Recetas” al usuario le aparecen por defecto las recetas filtradas como “Más Relevantes” de los últimos días, pero el mismo usuario puede cambiar el filtro de búsqueda por “Más Recientes” o “Más Antiguas”.

Esta sección de la app viene con un motor de búsqueda en el que no solo puedes usar los filtros comentados anteriormente, sino que además puedes usar filtros de dificultad de elaboración (Fácil, Medio, Difícil), duración de la receta (menos de 20 minutos, de 20 minutos a 40 minutos, y más de 40 minutos).

Las recetas aparecen con su título, nivel de dificultad, duración de preparación y una imagen de la receta al estar terminada. Si haces clic en dicho elemento, te dirige a una página de nivel de profundidad 2 del breadcrumb, la cual es la propia receta. Dicha página viene con imágenes de la receta, un listado de los ingredientes necesarios (además de sus respectivas cantidades), una explicación paso por paso de cómo hacer la receta y luego un apartado al final de la receta donde puedes puntuar mediante estrellas (siendo 5 estrellas la puntuación más elevada) lo que te parece la receta. Además, como medida optativa, habrá recetas que llevarán video tutoriales incorporados para que el usuario pueda ver como se preparado todo exactamente, mejorando la experiencia del usuario.

Las recetas serán redactadas tanto por los miembros del equipo de Vegan Land como de los propios usuarios de la app, convirtiéndola en una app colaborativa. El usuario al crearse una cuenta en Vegan Land, dentro de su apartado de “Perfil” podrá redactar sus recetas, incluyendo en ellas imágenes e incluso vídeos. Al tener la receta creada la podrá mandar al equipo de Vegan Land, los cuales se encargarán de revisar dicha receta y ver si es un plato óptimo para la aplicación. Si al leer una receta le gusta al usuario y quiere guardarla para leerla en un futuro, al lado del apartado de reseña habrá un botón de guardado que guardará la receta, y dicha receta aparecerá en la página de “Perfil.”

La finalidad del apartado de recetas es que la App abarque el mayor número de recetas veganas de cara a que el usuario tenga un gran número de alternativas alimenticias y así proporcionarle un equilibrio alimentario óptimo. Además, con la opción de que el usuario tenga la posibilidad de escribir sus propias recetas se hace con la finalidad de convertir Vegan Land en una comunidad donde los usuarios se

ayuden entre ellos y paralelamente el uso de reseñas en sus recetas los anime a cocinar y probar cosas nuevas dentro del mundo de la gastronomía vegana.

Artículos

En el apartado de “Artículos” encontraremos noticias de actualidad, artículos de interés y recomendaciones del mundo del veganismo. La finalidad de esta sección es que el usuario pueda aprender del mundo del veganismo a través de una fuente fiable, ya que existen muchos medios digitales que actualmente sacan contenido del veganismo de poca credibilidad.

Al acceder a esta sección de la app, sigue el mismo estilo que la sección “Recetas.” Aparecen los titulares acompañados de una imagen, y al clicar en ellos te dirige a una página de un nivel de profundidad 2, el cual es el propio artículo. Además, en esta sección se puede filtrar por tipología de artículo “Noticia, Recomendación, Interés, Nutrición.” Al acceder a un artículo en concreto nos encontraremos con una estructura de contenidos muy parecida a una entrada de un blog digital.

Perfil

Esta es la sección en la cual usuario puede incluirse una imagen de avatar, gestionar su cuenta, acceder a la política de protección de datos, aviso legal, incluir los datos bancarios para la sección “Take Away” o cambiar su contraseña.

En esta sección el usuario puede acceder a las recetas que ha guardado, escribir sus propias recetas para compartirlas con el resto de los usuarios, y volver a leer aquellas recetas que tiene el usuario guardadas.

Take Away

Esta es la sección en la cual el usuario tiene la posibilidad de pedir comida vegana a domicilio. La interfaz de esta sección es muy similar a la de aplicaciones como Lime o UberEats. En esta sección al acceder se te pide que actives la ubicación de tu smartphone. Al hacerlo saldrá el mapa de la ubicación y alrededores del usuario y aparecen los restaurantes veganos más próximos a la ubicación.

Si se selecciona uno de ellos se accede a la página del restaurante (nivel de profundidad 2 en el breadcrumb) y en ella se puede elegir aquellos productos que se quiere pedir a domicilio a modo de carrito, siendo esto inspirado en la interfaz de compra de Amazon. Al realizar la compra existe la opción de dar una pequeña cantidad de dinero a modo de propina, la cual irá destinada a una organización no lucrativa de protección de animales.

Es en esta sección donde Vegan Land obtiene beneficios económicos del usuario. Cuando el usuario realiza su pedido paga por los productos que ha añadido a su carrito además de una comisión de 2 euros por el pedido, y dicha cantidad va para Vegan Land por ser el intermediario, siguiendo la estrategia de mercado que emplean aplicaciones de comida a domicilio como Uber Eats o Just Eat.

Tienda

Esta última sección principal de Vegan Land sigue una estructura de contenidos y presentación muy parecida a la sección “Take Away” y “Recetas.” En ella, al activar la ubicación aparecen las tiendas de productos veganos más cercanas a la ubicación donde está el dispositivo móvil. Aparecen en la sección con una distribución muy

similar a los resultados de búsqueda de los hoteles de Booking. Aparecen las tiendas ordenadas en función de la distancia, y al acceder a una de ellas al usuario le aparece información sobre la misma, a lo que se dedica la tienda, qué productos ofrece, su dirección y su sitio web.

Las tiendas veganas tienen la posibilidad de contactar con Vegan Land y patrocinar sus tiendas usando una estrategia de anuncio muy parecida a la estrategia de promoción que usan los negocios con los resultados de búsqueda en Google mediante Google Ads. El usuario al acceder a la sección “Tiendas” le aparecerán tiendas en los primeros resultados con un icono de “Anuncio,” las cuales serán tiendas que quieren promocionarse en la aplicación a cambio de una compensación económica para Vegan Land, siendo esta estrategia la segunda y última fuente de ingresos de la aplicación.

7. Proceso de Trabajo

El desarrollo de la creación de prototipado de la aplicación Vegan Land se hace mediante distintos softwares de diseño de interfaces. Cada uno de los softwares se usa en distintas fases del trabajo, pero todas ellas en la etapa de “Diseño Conceptual” y “Diseño de Prototipado”. El proceso de trabajo del desarrollo de Vegan Land se hace en las etapas de árbol de contenidos, wireframe, diseño visual, prototipado Lo-Fi y prototipado Hi-Fi.

Árbol de Contenidos

Mediante el árbol de contenidos generamos la estructura jerárquica que va a tener la aplicación de Vegan Land, además de los niveles de profundidad de navegación que tendrán cada una de las páginas. Es una estructura gráfica de la navegación de la aplicación y nos sirve para distribuir la información de una manera más cómoda, jerárquica, y visual. En esta etapa se decide cómo va a ser la navegación del usuario, tratando en la medida de lo posible, que la navegación sea usable, fomentando el diseño centrado en el usuario, que es la metodología que se sigue a lo largo del trabajo de final de grado. Para realizar esta etapa se emplea el software InVision. InVision es un software para diseñar plataforma que vienen formas geométricas integradas en el programa, las cuales nos van a servir para generar todas las páginas que tendrá la aplicación.

Wireframe

En la siguiente fase de trabajo generamos los wireframes de las páginas principales de Vegan Land. Un Wireframe la estructura visual de una página o sitio web. A la hora de hacer un wireframe se usan elementos representativos para mostrar lo que irá en ese sitio en los prototipos de alta fidelidad. Es una técnica que sirve para tener una mayor aproximación de cómo quedará la información distribuida en una página. Para realizar esta fase de trabajo empleamos otra vez el software de Mockflow. Este software tiene los elementos gráficos que se emplean a la hora de realizar un Wireframe, y por ello usaremos este software en cuestión.

Diseño Visual

En la fase de Diseño Visual se definirán las características gráficas de “Vegan Land.” Definiremos los colores corporativos de la aplicación, los colores primarios, colores complementarios, además de la creación de un logotipo corporativo. Todos los colores serán documentados, junto a su valor hexadecimal y en RGB. Se definirán las tipografías corporativas de “Vegan Land,” y se generará la iconografía necesaria para la aplicación. Para esta fase se empleará principalmente los softwares de Photoshop e Illustrator, tanto para la creación de logotipo como para la creación de la iconografía.

Prototipado Mediana Fidelidad

En esta fase de trabajo se crean los primeros prototipos de Vegan Land. Serán unos prototipos con una gran aproximación del producto final pero no serán interactivos. Para realizar esta fase usaremos Photoshop para la creación de los prototipos. En ellos podremos mostrar cómo se verán todos los elementos de las páginas, pero no se podrá interactuar con ellos al ser un prototipo de mediana fidelidad.

Prototipado Hi-Fi

Finalmente se generan los prototipos Hi-Fi de Vegan Land, los cuales serán prototipos interactivos y serán el resultado final del trabajo de final de grado. Se podrá interactuar con ellos, y tendrán todos los atributos definidos en las fases de trabajo comentadas anteriormente. Para realizar esta fase usaremos el software de prototipado Figma. Figma es un software que nos permite generar prototipos de alta fidelidad interactivos y que además podremos reproducir e interactuar con ellos.

8. Análisis de Mercado

El veganismo es un movimiento, no solo alimenticio, que ha crecido a lo largo de los años en España. El crecimiento del veganismo es notable en la mayoría de los países desarrollados del planeta, y en España actualmente está aumentado la demanda de servicios veganos para sus consumidores.

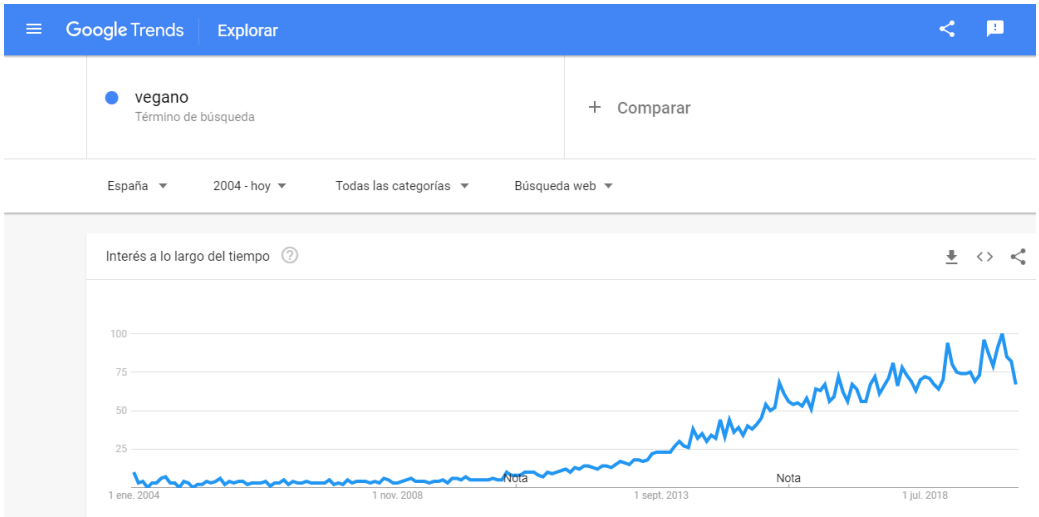


Ilustración 8 Número de búsquedas de la palabra "vegano" en España

La Figura 8 muestra el crecimiento del número de búsquedas de la palabra “vegano” en Google en los últimos 16 años, y como podemos ver, desde 2014 ha habido un crecimiento muy notable y constante a loa largo de los años. En países como Reino Unido se estima que el veganismo ha crecido un 360% en la última década, y según GlobalData “El número de consumidores que se identifican cómo veganos creció de un 1% a un 6% entre 2014 y 2017,” lo cual supone un crecimiento del 600% en solamente 3 años. Además, en una encuesta que realizó GlobalData en el tercer cuatrimestre de 2019 en Reino Unido el 74% de los millenials encuestados encuentran el veganismo atractivo, y lo mismo afirmaron el 79% de encuestados que pertenecen a la generación Z.

Es un hecho que actualmente hay una mayor preocupación medioambiental y animalística, tanto en España como en el resto de los países. Según Amanda O’Toole, gestora de Axa WF Framlington Clean Economy, “En los últimos años, hemos visto a más consumidores que adoptan dietas veganas, vegetarianas o flexitarianas en un intento por reducir su consumo de carne, lo que resulta en que el 70% de la población mundial está reduciendo su consumo de carne o eliminándola por completo.” Los datos nos muestran cómo están evolucionando los hábitos alimenticios de la sociedad actual, y sobre todo de las personas más jóvenes, que son aquellas que destacan dentro del colectivo vegano.

En la actualidad ya existen aplicaciones para smartphone enfocadas en el sector del veganismo, como puede ser HappyCow (buscador de restaurantes vegetarianos y veganos), Vegamecum (Recetas veganas) o AptoVegan (aplicación que te dice si un producto es vegano o no), pero hoy en día no hay ninguna aplicación que englobe tantas soluciones para los consumidores veganos como “Vegan Land.”

El crecimiento constante a nivel nacional e internacional del veganismo, el aumento de la concienciación animalística y ecológica, además de la falta de aplicaciones que ofrezcan múltiples servicios para un consumidor vegano, todo ello son factores que demuestran que hay una audiencia potencial para “Vegan Land,” la cual no para de crecer cada año. Podemos apreciar también que existe competencia ya asentada en el mercado, pero que no ofrecen tantos servicios como “Vegan Land,” además de que actualmente en España no existe ninguna aplicación o plataforma de servicio de comida vegana a domicilio. En conclusión, después de realizar este análisis de mercado podemos ver que Vegan Land posee altas posibilidades de asentarse en el mercado.

9. Análisis DAFO

El análisis DAFO sirve para conocer el estado de una empresa, funcionando a modo de matriz. El objetivo del análisis DAFO es el de identificar factores claves de Vegan Land, tanto internos (fortalezas y debilidades) como externos (oportunidades y amezanas) y tener una visión global del proyecto.

Debilidades	Amenazas
Las debilidades de una empresa son aquellos factores internos que condicionan el crecimiento o pueden incluso a llegar a ser un impedimento. · Equipo de Vegan Land muy reducido · Necesita de un alto presupuesto para contratar un equipo especializado para desarrollar la plataforma.	Las amenazas son factores externos al proyecto que pueden perjudicar el crecimiento de este y se va a tener que lidiar con ellos continuamente. · Nadie conoce Vegan Land. · Existen varias apps móviles que ofrecen servicios similares, por lo que es difícil posicionarse en el mercado.
Fortalezas	**Oportunidades**
Las fortalezas son los factores internos de una empresa que aportan un valor diferencial respecto a su competencia · Vegan Land ofrece múltiples servicios para el consumidor vegano en una única aplicación. · Es una aplicación gratuita, y que solamente se efectúan pagos a través de la sección de comida vegana a domicilio. · El usuario aprende con la aplicación y mejora sus hábitos alimenticios. · Es una aplicación usable, fácil, intuitiva y estética.	Las oportunidades son factores externos que pueden beneficiar al proyecto, y si son identificados, se pueden aprovechar a favor del proyecto · En España no existe ninguna aplicación de comida a domicilio exclusiva de productos veganos · No existe ninguna aplicación para Smartphones que incluya todos los servicios que ofrece Vegan Land. Las hay que ofrecen recetas, o artículos de interés, pero no hay una con la combinación total de servicios de Vegan Land. · Según Amanda O'Toole, gestora de Axa WF Framlington Clean Economy, que el 70% de la población mundial está reduciendo su consumo de carne o eliminándola por completo. Estamos ante una situación en la cual hay una mayor demanda de productos veganos, por tanto, existe un nicho de mercado en constante crecimiento.

Ilustración 9 Tabla de Análisis DAFO

10. Perfiles de Usuario

10.1 Público Objetivo

El término “Público Objetivo” se refiere a aquel grupo o grupos de personas que quieres ofrecerles o venderles un determinado producto o servicio. Es necesario tener definido el Público Objetivo para mejorar el CTR (click through ratio) y CPC (coste por conversión) de la venta de tu producto y así, con la segmentación se garantiza unos mejores resultados y obtener un público que realmente le va a interesar el producto. El público objetivo de Vegan Land es claramente personas veganas y personas que están pensando ser veganas, y se va a analizar este público objetivo.

Como se comentó en el apartado de “Análisis de Mercado” en el Trabajo de Final de Grado, en una encuesta que realizó GlobalData en el tercer cuatrimestre de 2019 en Reino Unido el 74% de los millenials (generación X) encuestados encontraron el veganismo atractivo, y lo mismo afirmaron el 79% de encuestados que pertenecen a la generación Z. Estos datos nos dan a entender que el público objetivo de Vegan Land es un público joven, de entorno a unos 20 a 35 años.

Al ser un público bastante joven, son personas que usan diariamente las nuevas tecnologías, como los smartphones y las redes sociales, por tanto, es un público habituado a utilizar interfaces digitales, debido a que son en su mayoría, nativos digitales. Dado su nivel de interacción con interfaces digitales, se ha de utilizar interfaces usables y que empleen elementos comunes de otras aplicaciones enfocadas para jóvenes, como Instagram o UberEats, dando prioridad e importancia a la iconografía y al contenido visual e interactivo.

El veganismo es no solo un estilo de alimentación, sino un movimiento que lucha contra la reducción del consumo de alimentos de origen animal para reducir las emisiones que genera la industria cárnica, además de luchar por los derechos y el maltrato animal que sufren los animales destinados a ser alimentos para los seres humanos. Estos datos nos dan a entender que las personas veganas son activistas y buscan un cambio en el planeta.

Las alternativas veganas tienden a tener unos precios ligeramente más elevados que otros tantos productos de la industria cárnica, debido a su escasez actual y sobre todo la dificultad que supone crearlos. Véase el caso de un paquete de hamburguesas veganas del supermercado Lidl, cuyo precio es de 2,99€, con un peso de 227 gramos, teniendo un precio de 13,17€ el kilo. Por el otro lado, el paquete de hamburguesas mixta de cerdo y vacuno del mismo supermercado cuesta 3,35€, teniendo un peso de 540 gramos y un precio de 6,09€ el kilo. Como se puede ver, el precio de una hamburguesa vegana es más del doble que el de una hamburguesa de carne común. Dado estos datos, podemos llegar a la conclusión que el consumidor vegano es aquel que tiene un poder adquisitivo medio, medio-alto que no le importa invertir más dinero en alimentación por su estilo de alimentación e ideales.

En el caso de Vegan Land el público objetivo es bastante evidente, ya que es un público que sigue el veganismo como su dieta alimenticia o que están interesados en ser veganos.

10.2 Buyer Persona

Un “Buyer Persona” es el arquetipo del cliente ideal de un producto o servicio. Se genera un personaje ficticio con las características que se intuyen que tendrá el público objetivo del producto o servicio. Se pueden hacer buyer persona a usuarios (B2C) al igual que buyer persona a empresas u organizaciones (Buyer Persona B2B). Se tienen en cuenta datos sociodemográficos y datos sobre la personalidad del arquetipo. La generación de un Buyer Persona es fundamental para conocer el comportamiento del público objetivo de Vegan Land, y así generar un DCU que cumpla con las expectativas y necesidades de nuestro público objetivo.

BUYER PERSONA B2C

Nombre: Inma Santana Suárez, Periodista Freelance

Background: Redactora freelance para medios de comunicación, recientemente graduada del Grado de Periodismo. Reside en Madrid, pero es de Murcia. Vegana desde hace casi 3 años.

Datos Demográficos: Mujer de 23 años. Nacida en Murcia, pero actualmente reside en Madrid. Vive en un piso compartido de alquiler. Clase media y con ingresos normales. Autónoma.

Aspectos Importantes: Es una persona simpática, con mucha motivación y energía, además de activista.

Metas: Crecer laboralmente en el mundo del periodismo, y a medio plazo poder vivir del mismo. Quiere crecer económicamente para así poder seguir luchando en su activismo animalístico y así invertir más en productos veganos.

Retos: Mejorar su nivel de inglés, ya que siempre ha sido un obstáculo en su carrera profesional, tener un perro y mejorar su autoconfianza.

Intereses: Ve series normalmente en sus tiempos libres. Posee un gran interés en el mundo del veganismo y se considera activista animalística, además de feminista.

Hábitos: Es una persona muy rutinaria, trabaja varias horas al día sin un horario fijo. A veces encuentra dificultades en comer bien debido al poco tiempo libre que dispone.

Frustraciones: Tiene una cuestión moral (el veganismo) le molesta que la gente se lo cuestione cuando comenta su estilo de dieta. Le cuesta mucho buscar platos veganos saludables y fáciles de hacer, y debido a su horario cambiante como freelance no tiene tiempo para hacerse de comer y termina decantándose por comida rápida y de mala calidad.

Soluciones: Hay que hacerle llegar Vegan Land para que pueda buscar recetas veganas sanas, que le lleven poco tiempo de preparación y que tenga una oferta gastronómica variada. Además, necesita de una aplicación que le muestre restaurantes y locales veganos cerca de ella cuando no tenga tiempo de prepararse la comida.

11. Usabilidad / UX

La usabilidad es la medición de la experiencia del usuario (UX) cuando este interactúa con una interfaz. En Vegan Land se tiene una metodología de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), tanto en el proceso de creación de los prototipos de la aplicación como a lo largo del Trabajo de Final de Grado.

Para fomentar la usabilidad a lo largo del proyecto cumplen los principios de la usabilidad (Coherencia, Interacción, Información, Comunicación y Retroalimentación, Control y Opciones).

Coherencia

Todos las paginas emplean la misma disposición de elementos, para así generar una coherencia visual al usuario. Se utilizan los mismos colores corporativos, las mismas tipografías, un diseño minimalista, mismo estilo iconográfico y la misma estructura de organización y jerarquía de los elementos. Al usar siempre los mismos patrones de diseño y de disposición de elementos se reduce la carga cognitiva que debe de emplear el usuario, generando así una coherencia global entre las páginas de Vegan Land.

Interacción

La interacción de Vegan Land es predecible y visible. Se usan siempre iconos y botones llamativos para dar a entender al usuario que con ellos se puede interactuar o ejecutar una acción. La navegación y acciones de Vegan Land son reversibles, ya que siempre existe una opción de ir atrás, mostrado a modo de icono. Cuando se van a realizar acciones importantes, como publicar una receta, o ejecutar un pedido de comida vegana a domicilio, la aplicación muestra una vista de confirmación por si el usuario finalmente no quiere ejecutar la acción, generando así reversibilidad.

Información, comunicación y retroalimentación

A lo largo de Vegan Land se usa elementos y diseños adecuados al público objetivo, el cual ha sido definido con anterioridad. Encontrar la información en Vegan Land es fácil ya que existe poca profundidad en la estructura de la navegación de la app (pocos clics), para así facilitar las acciones y consultas de los usuarios. Mediante el uso de breadcrumbs en la navegación de la app, el usuario siempre será consciente de dónde se encuentra en la app, fomentando así la retroalimentación y mejorando la navegación de la plataforma. Existen varios apartados de información, como el Aviso Legal, la página de artículos o la página de recetas, y existe una opción de Ayuda, para que el usuario pueda comentarse con los gestores de la aplicación en caso de dudas o ayuda.

Control

El usuario puede decidir cómo quiere navegar en la app. Puede tomar iniciativas como editar su perfil, ejecutar compras o publicar recetas. Existe una comunicación bilateral entre el usuario y la aplicación, y el propio usuario puede personalizar la aplicación, fomentando así el principio del Control.

Opciones

Dentro de la aplicación existen distintos tipos de servicios (recetas veganas, artículos de interés, publicación de recetas, servicio de comida vegana a domicilio, localizador de tiendas veganas). Tiene una gran cantidad de opciones y acciones a elegir.

El Diseño Centrado en el Usuario es una metodología de diseño de interfaces orientado a las necesidades e inquietudes del usuario. Para concebir el diseño centrado en el usuario en Vegan Land se emplean métodos de evaluación de la usabilidad en la etapa de Evaluación, para identificar flaquezas y fallos de la aplicación y así poder solventarlas para generar un producto más adaptado al usuario. En Vegan Land se realizarán métodos de evaluación sin usuarios y con usuarios.

Método de Evaluación sin usuarios: Evaluación Heurística

La Evaluación Heurística es un método de evaluación sin usuarios en la cual se inspecciona el proyecto siguiendo unos principios heurísticos. Al realizar esta evaluación se sacan una serie de conclusiones traducidas a mejoras que se han de implementar en el proyecto. Para Vegan Land se ha optado por los 10 principios heurísticos de Jakob Nielsen, ya que fue el precursor de esta metodología de evaluación, además de que en sus principios heurísticos hace hincapié entre la comparativa de la aplicación con el mundo real, la necesidad de existir apartados de información y ayuda para el usuario, y un diseño visual usable, coherente e intuitivo.

Método de Evaluación con usuarios: Test con usuarios

En Vegan Land se emplean ambas metodologías de evaluación (con y sin usuarios) para obtener un mayor número de visiones y reflexiones de la aplicación, y además para así obtener una visión más global. Es fundamental evaluar el proyecto con usuarios, ya que el diseño está centrado en ellos. El Test con usuarios que se realizará en Vegan Land será con un público potencial objetivo. Lo ejecutarán 5 personas que cumplan las características definidas en los apartados de “Público Objetivo” y “Buyer Persona.” Todas ellas serán consumidores veganos, vegetarianos, y personas que están planteando empezar una dieta vegana. Se les otorgará un cuestionario pre-test, escenarios con tareas a realizar, un cuestionario post-test, y una carta de autorización para dar el consentimiento de utilizar dichos datos en el Trabajo Final de Grado. Finalmente se mostrarán los resultados obtenidos y se sacarán las debidas conclusiones y se compararán con las conclusiones obtenidas en la Evaluación Heurística.

12. Arquitectura de la Información

12.1 Árbol de Contenidos

Con el árbol de contenidos generamos la estructura jerárquica que va a tener la aplicación de Vegan Land, y como se puede comprobar es una aplicación con pocos niveles de profundidad a nivel de jerarquía, facilitando así la navegación al usuario. El árbol de contenidos nos muestra que únicamente existen páginas en la sección de Perfil, ya que en Recetas y Artículos el contenido que hay son “post” a los cuales se accede mediante un motor de búsqueda o con el uso de filtros de búsqueda. Por el otro lado, las secciones Take Away y Tiendas funcionan mediante la geolocalización, ya que al activar la ubicación del usuario es cuando aparecen los restaurantes y tiendas veganas más próximos al usuario.

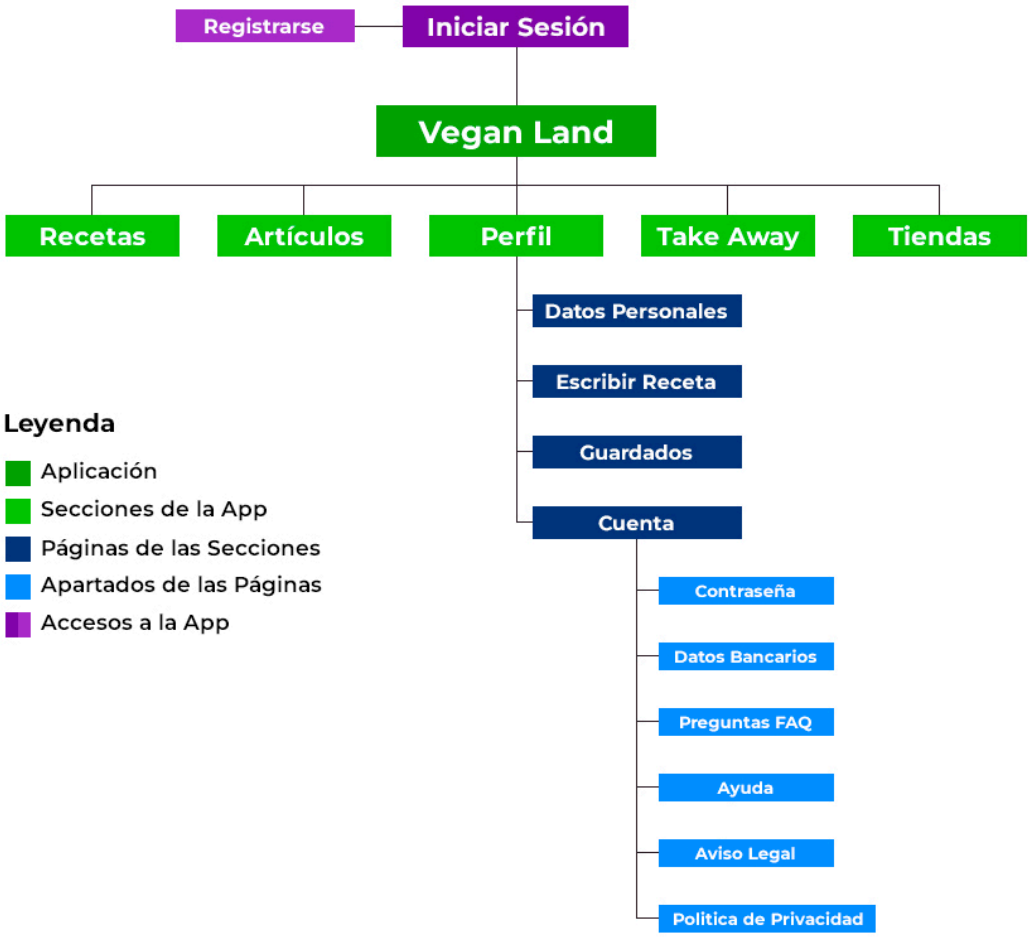


Ilustración 10 Árbol de Contenidos de Vegan Land

12.2 Wireframes

Los Wireframes son representaciones de páginas mediante esquemas son los encargados de generar el esqueleto y estructura de las páginas. Los Wireframes son fundamentales para visualizar cómo será la estructura de la interfaz. Para Vegan Land se han generado Wireframes para las páginas principales de la aplicación. Se ha definido una coherencia visual y estructural para todas las páginas, usando mismas tipografías (Montserrat), una disposición de elementos muy similar entre páginas, y el uso de iconografía en todas las páginas para que la navegación sea intuitiva y usable. Se han aplicado los fundamentos de la usabilidad en todos los wireframes para fomentar el diseño centrado en el usuario.

Iniciar Sesión

Ilustración 11 Wireframe Vegan Land: Iniciar Sesión

Registrarse

Ilustración 12 Wireframe Vegan Land: Registrarse

Recetas

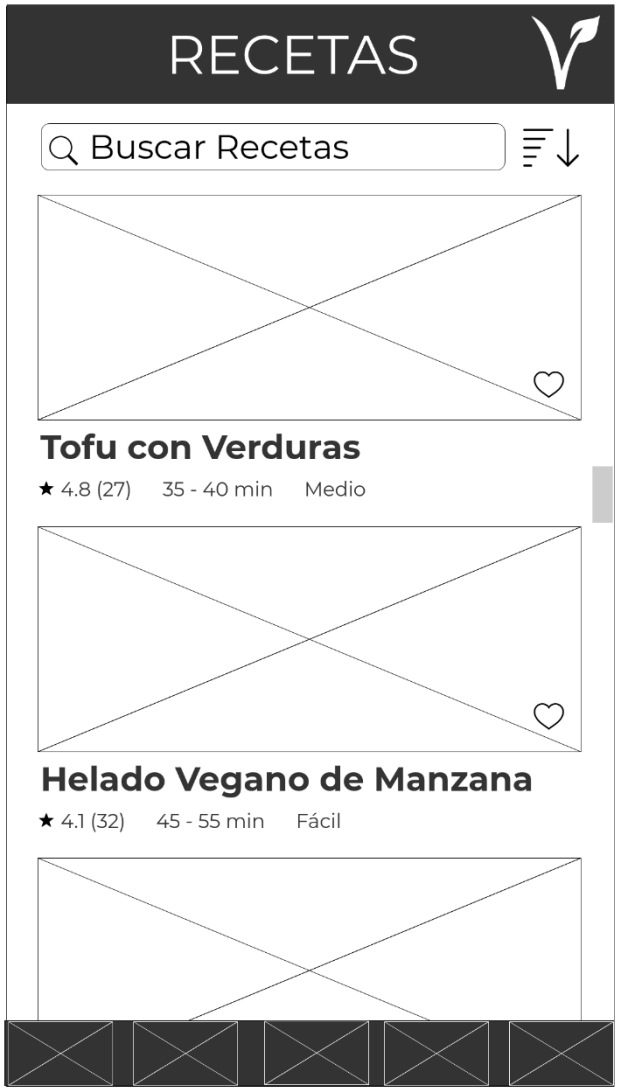


Ilustración 13 Wireframe Vegan Land: Página de Recetas

Ejemplo de Receta

Ilustración 14 Wireframe Vegan Land: Ejemplo de Receta, de la página de Recetas

Artículos

Ilustración 15 Wireframe Vegan Land: Página de Artículos

Ejemplo de Artículo

Ilustración 16 Wireframe Vegan Land: Ejemplo de Artículo de la página Artículos

Perfil

Ilustración 17 Wireframe Vegan Land: Página Perfil

Comida Vegana a Domicilio

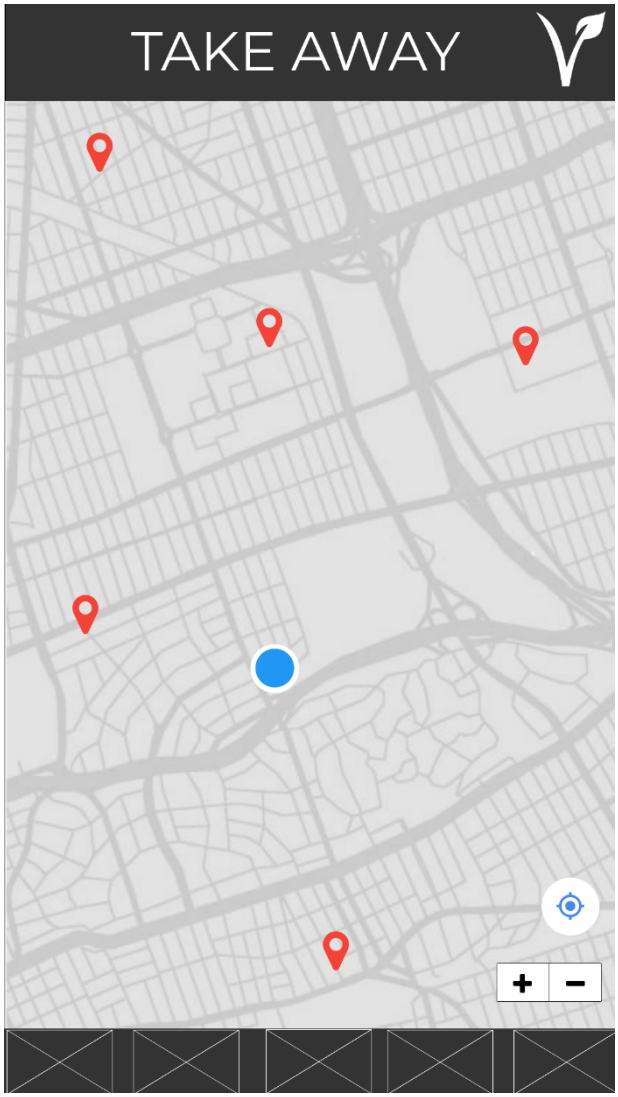


Ilustración 18 Wireframe Vegan Land: Página de Comida a Domicilio Vegana

Tiendas Veganas

Ilustración 19 Wireframe Vegan Land: Página de Tiendas Veganas

Como se puede apreciar, en todos los Wireframes se aplican iconos similares, además de una misma distribución de los elementos, facilitando la coherencia a los usuarios de Vegan Land. Las páginas principales las tenemos como un menú abajo en todas las páginas de la aplicación, facilitando la navegación a los usuarios y usando patrones de diseño que ya se emplean en la navegación de aplicaciones de éxito como en Instagram, donde la navegación a las páginas principales se realiza teniendo las páginas principales como un menú compuesto de iconos en la parte de debajo de las páginas.

Los Wireframes de Vegan Land tienen una estructura visual muy minimalista, destacando el uso del “scroll” para navegar en la mayoría de sus páginas, haciendo que la navegación sea muy intuitiva para el usuario, ya que en la mayoría de las aplicaciones se emplea el uso del “scroll”. Se define el título de cada página en la parte de arriba de los Wireframes, para que el usuario nunca se sienta perdido en la aplicación y sepa donde está en todo momento.

13. Prototipos

13.1 Lo-Fi

Diseño Visual:

Para definir el diseño visual de Vegan Land se emplearon pocos elementos gráficos a nivel crómatico. Esto se hizo para enfocar la aplicación en un diseño minimalista e intuitivo, haciendo mucho énfasis en los textos, iconos y elementos multimedia de la aplicación, haciendo que fuese fácil para el usuario navegar en la aplicación.

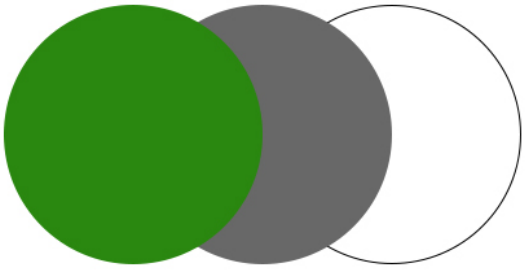
Se usaron únicamente 3 colores primarios, que se encuentran en cada una de las páginas de la aplicación, para así generar coherencia entre las páginas de la aplicación. El logotipo cuenta con una versión a color y otra en negativo, como se puede apreciar en la Ilustración 20. Para la generación del logotipo se empleó la tipografía “Cake”, se vectorizó en el software de Adobe Illustrator, y luego mediante la herramienta “Pluma” de este programa, se modificó la “V” de Vegan Land para asemejarla al logotipo más icónico de la cultura vegana. El logo se hizo de esta manera para que el usuario cuando lo viese lo asociase directamente con el veganismo, tanto por la hoja como por el tono verde.

Las imágenes empleadas en Vegan Land son todas del mismo portal web, el cual se llama Unsplash, donde se comparten imágenes, las cuales se pueden emplear sin necesidad de atribución a sus autores, siendo optativo su uso.

Logotipo Principal y Logotipo Negativo:

Ilustración 20 Logotipos Vegan Land

Paleta de colores principales:



#2A8710 #686868 #FFFFFF

Ilustración 21 Paleta de colores principales de Vegan Land

Paleta tipográfica:

La única tipografía que se emplea en el prototipado de la aplicación de Vegan Land es la tipografía Montserrat, usando los varios pesos de la tipografía.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTSERRAT HAIRLINE	MONTSERRAT SEMI BOLD
MONTSERRAT ULTRA LIGHT	**MONTSERRAT BOLD**
MONTSERRAT LIGHT	**MONTSERRAT EXTRA BOLD**
MONTSERRAT REGULAR	**MONTSERRAT BLACK**

Ilustración 22 Tipografía empleada en Vegan Land

Prototipos Mediana Fidelidad:

Para la realización de los prototipos de baja fidelidad, primero se empleó Photoshop para hacer una aproximación más detallada de cómo quedaría la aplicación en cuestión. Acto seguido, la maquetación entera se realizó mediante Figma, un software de prototipado. De esta manera, los prototipos de baja fidelidad se hicieron en este software ya que ofrece la posibilidad de hacerlos interactivos, y así no hay que usar varios programas a la vez.

Iniciar Sesión

Ilustración 23 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Iniciar Sesión

Registrarse

Ilustración 24 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Registrarse

Receta

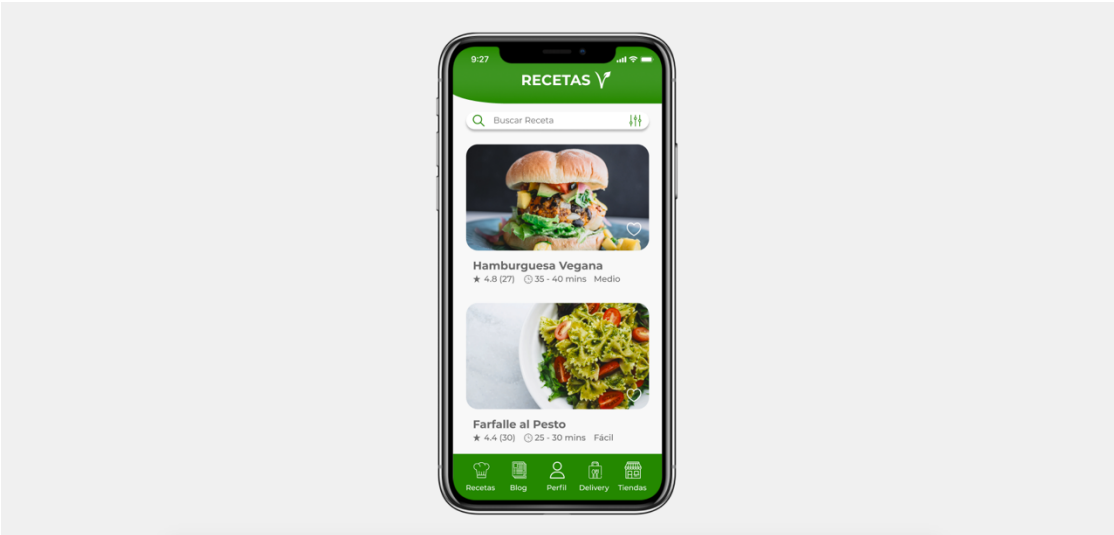


Ilustración 25 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Receta

Ejemplo de Receta

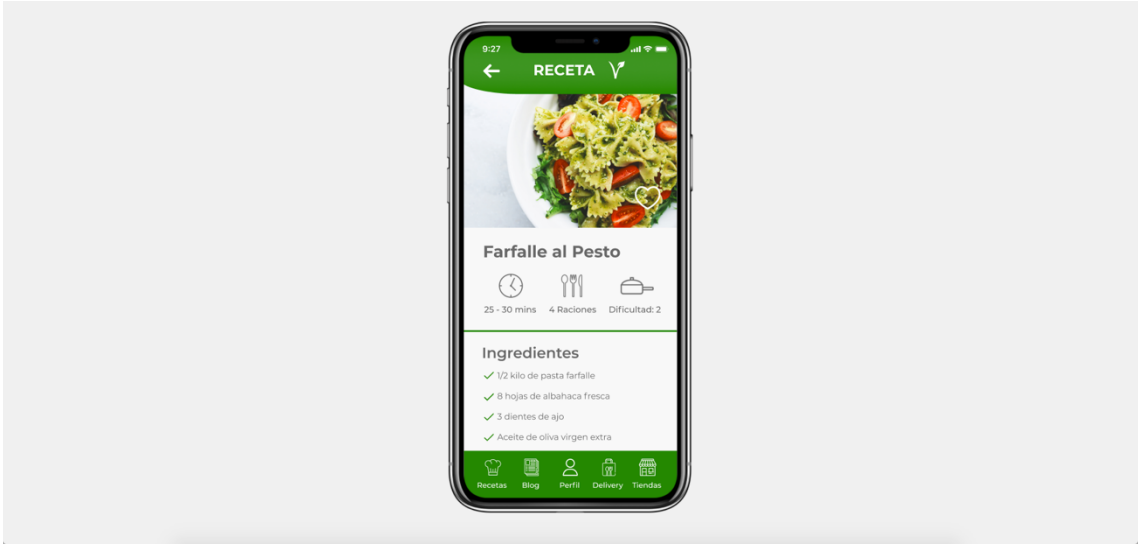


Ilustración 26 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Ejemplo de Receta

Artículos

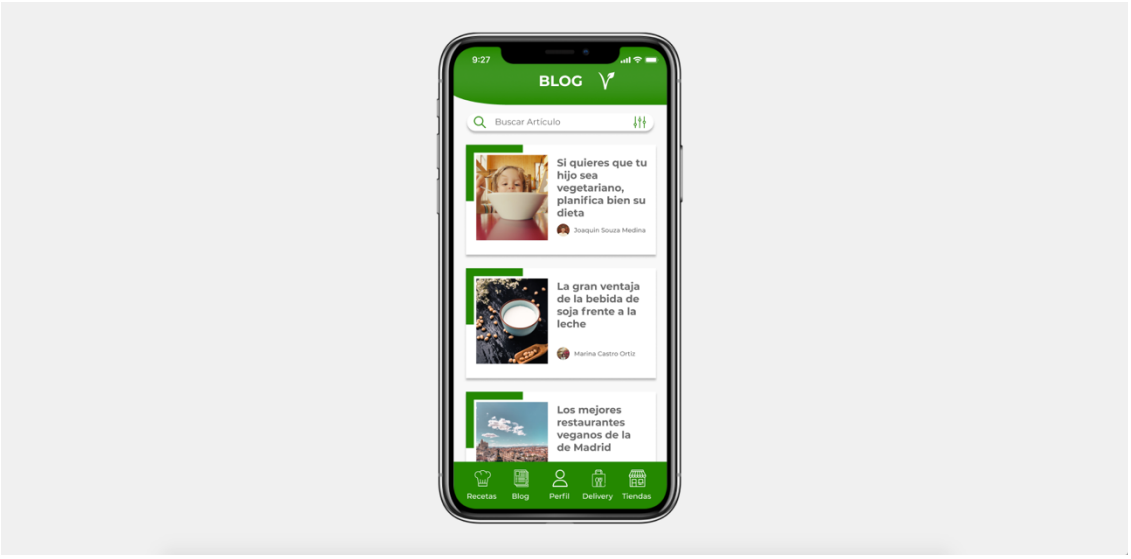


Ilustración 27 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Artículos

Ejemplo de Artículo

Ilustración 28 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Ejemplo de Artículo

Perfil

Ilustración 29 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Página de Perfil

Comida Vegana a Domicilio

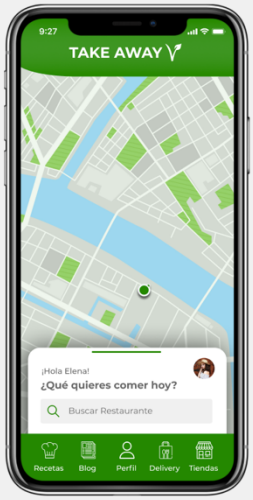


Ilustración 30 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Comida Vegana a Domicilio

Tiendas Veganas

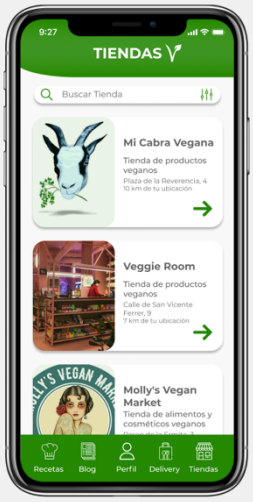


Ilustración 31 Prototipo de Baja Fidelidad de Vegan Land: Tiendas Veganas

Como se puede apreciar en los prototipos de Baja Fidelidad, en Vegan Land se sigue una misma línea estética y cromática a lo largo de la misma. La navegación es muy intuitiva gracias al uso de iconografía y minimalismo, destacando lo que realmente es importante en la aplicación. A lo largo de toda la aplicación se busca el diseño centrado en el usuario, con diversas posibilidades en la aplicación para el usuario, además de filtros de búsqueda, recursos, y una navegación sencilla e intuitiva.

13.2 Hi-Fi

Para la creación de los prototipos de alta fidelidad de Vegan Land se ha empleado el software de prototipado Figma. Mediante este software se han estrapolado los prototipos de mediana fidelidad y se les ha dado interactividad.

Los prototipos de alta fidelidad ofrecen la posibilidad de tener un resultado muy aproximado a lo que sería la aplicación final, no solo por su apariencia visual, sino por su interactividad. Como se puede ver en la Ilustración 32, varias de las páginas de Vegan Land tienen la función de scroll en su navegación. Mediante Figma se ha creado la posibilidad de hacer scroll para así simular una navegación dentro de un Smartphone.

Para visualizar el proyecto interactivo se adjunta el siguiente enlace: https://www.figma.com/file/WFLOR92TkxWVcJ1TPxcRUQ/Vegan-Land?node-id=0%3A1

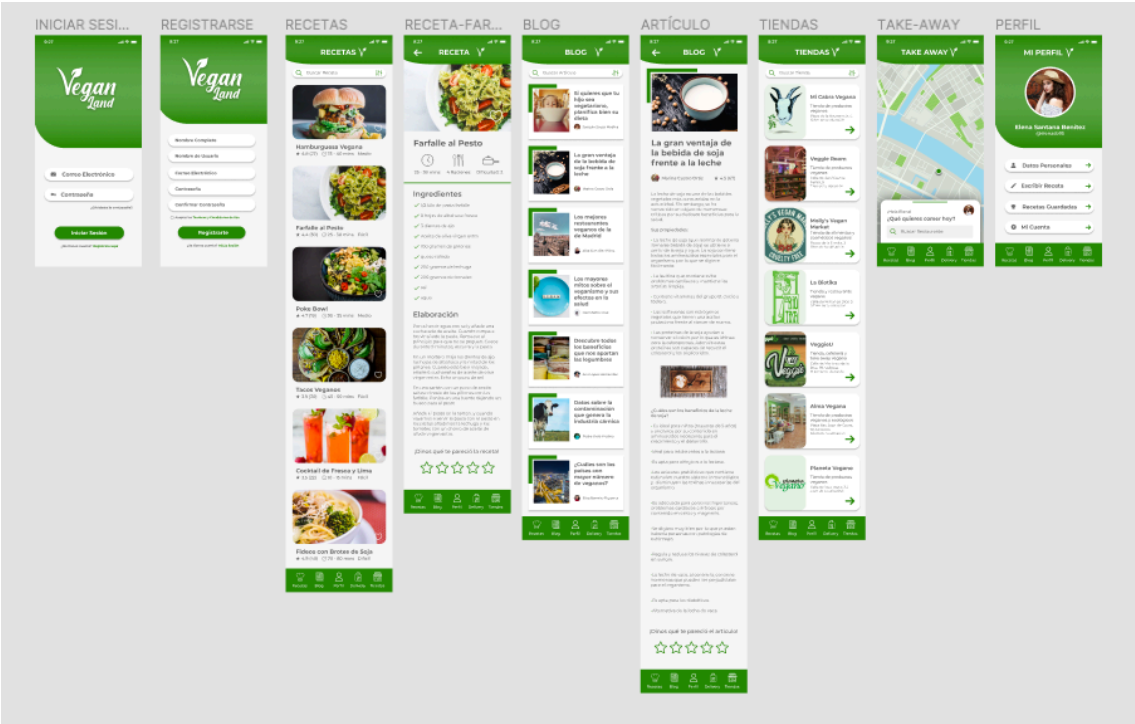


Ilustración 32 Visión de las páginas de Vegan Land

Ilustración 33 Navegación Prototipos Alta Fidelidad Vegan Land

14. Tests

14.1 Evaluación Heurística

La Evaluación Heurística es un método de inspección de la usabilidad sin usuarios. Es un modelo muy exitoso para identificar errores de un producto mediante el uso de unos principios heurísticos. Existen diversos tipos de evaluaciones heurísticas.

Para este análisis se usan únicamente los principios heurísticos de Nielsen, los cuales fueron un gran avance para el mundo de la usabilidad y un gran recurso cuando se quiere hacer un estudio sin necesidad de emplear usuarios. Cabe destacar que todos los tipos de evaluaciones heurísticas tienen sus ventajas y desventajas, pero es de una enorme utilidad.

Para este trabajo, se presentarán los 10 principios de Nielsen en diversas tablas, analizando diversos factores de la app, obsequiando a cada factor con una puntuación del 0 al 10 y con unos comentarios acompañados.

1. Visibilidad del estado del sistema

La app ha de tener siempre informado al usuario de lo que está sucediendo y ofrecerle una respuesta en el menor tiempo posible.

	Criterio	Valor	Comentario
1	Objetivos del sitio web concretos y bien definidos	10	Están definidos los objetivos de Vegan Land, crear una comunidad de personas Veganas
2	Contenidos y servicios ofrecidos precisos y completos	10	La app guía al usuario a donde él quiere y están completos en cuanto a información
3	Estructura general de la app orientada al usuario	10	En todo momento la app está orientada para que el usuario navegue con facilidad
4	Look & Feel general se corresponde con los objetivos, características, contenidos y servicios de la app	10	Emplea un diseño minimalista con pocos colores y muy comunes al concepto del veganismo, como es el color verde
5	Diseño general de la app reconocible	10	En cada página vas navegando el diseño es general, por lo que el usuario no tiene que memorizar elementos ni patrones, ya que todo es reconocible.
6	Diseño general de la app coherente	8	Tiene un diseño coherente, al tener siempre menús visibles, si bajas niveles de profundidad siempre hay opción de ir atrás y puedes volver a los menús principales siempre, ya que te aparecen siempre sus iconos

7	Se utiliza el idioma del usuario	10	Al acceder se usa el Castellano.
8	Se da soporte a otro/s idioma/s	0	No existen otras versiones idiomáticas
9	Traducción del sitio completa y correcta	0	No existen otras versiones idiomáticas
10	App actualizada periódicamente	8	Habrán actualizaciones casi diarias, sobre todo en el apartado de recetas y artículos

2. Adecuación entre el sistema y el mundo real

Es fundamental usar el lenguaje al que está acostumbrado el usuario, además de ofrecer un orden lógico para que se sienta cómodo dentro de la app.

	Criterio	Valor	Comentario
1	Identidad o logotipo significativo, identificable y suficientemente visible	10	El logo, además de los colores corporativos son visibles en todo momento
2	Identidad del sitio en todas las páginas	10	Siempre está presente el logotipo y los elementos corporativos de Vegan Land
3	Eslogan o tagline adecuado al objetivo del sitio	0	No hay ningún eslogan
4	Se ofrece información sobre la empresa	7	Existen páginas sobre cuestiones legales, aunque no están tan visibles como las otras páginas
5	Existen mecanismos de contacto	7	Hay varias maneras visibles de contactar con ellos en las páginas que hay dentro de “Perfil”
6	Se ofrece información sobre la protección de datos de carácter personal o los derechos de autor de los contenidos de la app	7	Existen dichos documentos, pero no son tan visibles
7	Se ofrece información sobre el autor, fuentes y fechas de creación y revisión en artículos, noticias, informes	10	Todo lo generado en Vegan Land es atribuido a sus correspondientes autores y se ponen sus fechas de publicación

3. Libertad y control por parte del usuario

El usuario ha de tener un control de diversas acciones dentro de la web

	Criterio	Valor	Comentario
1	Se ha evitado pantalla de bienvenida	10	No existe pantalla de bienvenida
2	Estructura de organización y navegación adecuada	10	Es ordenada y con patrones de navegación muy comunes a otras apps
3	Organización de elementos consistente con las convenciones	10	Todo tiene un orden lógico
4	Existe un enlace para volver al inicio en cada página	10	Sí, mediante el menú que hay estático en la parte de debajo de la pantalla
5	Equilibrio entre profundidad y anchura en el caso de estructura jerárquica	10	Hay equilibrio, y la mayoría de las páginas están en un primer nivel jerárquico
6	Enlaces fácilmente reconocibles como tales	8	Son reconocibles
7	La caracterización de los enlaces indica su estado (visitados, activos)	0	No existe
8	No hay redundancia de enlaces	10	No hay
9	No hay enlaces rotos	10	No hay
10	No hay enlaces que lleven a la misma página que se está visualizando	0	No hay

4. Consistencia y estándares

Se ha de emplear convenciones lingüísticas que comprenda el lector para tener un entendimiento completo de la app

	Criterio	Valor	Comentario
1	Rótulos significativos	10	Todos los rótulos (títulos H1 y H2) tienen que ver con el contenido que mencionan
2	Sistema de rotulado controlado y preciso	10	La jerarquía de los rótulos es muy precisa y ordenada
3	Título de las páginas, correcto y planificado	10	Existe una jerarquía apropiada dentro de la navegación

5. Prevención de errores

En todo momento hay que evitar que existan errores que puedan influenciar negativamente la experiencia del usuario dentro de la app

	Criterio	Valor	Comentario
1	Se aprovechan las zonas de alta jerarquía informativa de la página para contenidos de mayor relevancia	10	En las páginas de mayor jerarquía se usa un diseño más visual para destacar los servicios más interesantes e importantes que ofrece Vegan Land
2	Se ha evitado la sobrecarga informativa	10	Se usa un diseño muy minimalista en todos los apartados
3	Es una interfaz limpia, sin ruido visual	10	Tiene una navegación muy limpia, destacando contenido visual, pero de la misma línea gráfica
4	Existen zonas en blanco entre los objetos informativos de la página para poder descansar la vista	10	Predomina el blanco en todas las páginas para ofrecer descanso ocular
5	Uso correcto del espacio visual de la página	10	Existe espacio visual
6	Se utiliza correctamente la jerarquía visual para expresar las relaciones del tipo "parte de" entre los elementos de la página	10	Existe la jerarquía visual

7	Se ha controlado la longitud de página	10	A excepción de los artículos, que algunos son más largos, no hay que hacer mucho scroll en las páginas
8	La versión impresa de la página es correcta	N/A	
9	El texto de la página se lee sin dificultad	10	Es un texto fácil de entender y legible
10	Se ha evitado el texto parpadeante / deslizante	10	No hay

6. Reconocimiento antes que recuerdo

Hay que hacer los elementos lo suficientemente visibles y coherentes entre sí para que el usuario los tenga localizable y no tenga que memorizarlos ni aprender patrones para navegar dentro del app

	Criterio	Valor	Comentario
1	Se emplea un lenguaje claro y conciso	10	El lenguaje es simple, comprensible, y siempre va enfocado a la finalidad comunicativa del sitio web, la cual es la compra de productos
2	Lenguaje amigable, familiar y cercano	8	Emplea un lenguaje cercano, dando la sensación que, la web habla directamente contigo
3	Cada párrafo expresa una idea	N/A	
4	Uso consistente de los controles de la interfaz	9	Existe un gran número de controles, la mayoría siendo iconos de navegación
5	Metáforas visuales reconocibles y comprensibles por cualquier usuario (ej.: iconos)	10	Los iconos son representaciones reconocibles, como el de Tiendas Veganas, que el icono es una tienda
6	Si se usan menús desplegables, orden coherente o alfabético	7	Solo existe un menú principal y está ordenado por importancia de cada página de izquierda a derecha
7	Si el usuario tiene que rellenar un campo, las opciones disponibles se pueden seleccionar en vez de tener que escribirlas	0	No existe esta opción

7. Flexibilidad y eficiencia en el uso

Se ofrece una flexibilidad dentro de la app para facilitar la navegación al usuario

	Criterio	Valor	Comentario
1	El usuario tiene todo el control sobre la interfaz	10	Existe un control absoluto, el usuario puede navegar libremente sin impedimentos
2	Se informa al usuario acerca de lo que está pasando	10	Mediante los encabezados y los recursos visuales es fácil saber en qué punto de la app se encuentra
3	Se informa al usuario de lo que ha pasado	8	El usuario tiende a tener información de su situación en la app
4	Existen sistemas de validación antes de que el usuario envíe información para tratar de evitar errores	10	A la hora de hacer acciones como la publicación de una receta, el usuario es notificado por si al final no la quiere publicar
5	Cuando se produce un error, se informa de forma clara y no alarmista al usuario de lo ocurrido y de cómo solucionar el problema	9	El usuario tiene una información clara en caso de errores
6	Se ha controlado el tiempo de respuesta	9	A la hora de hacer acciones en la app como compras en el Take Away, el tiempo de respuesta es casi inmediato
7	Se ha evitado que las ventanas del sitio anulen o se superpongan a la del navegador	10	No existe este suceso
8	Se ha evitado la proliferación de ventanas en la pantalla del usuario	10	No existe este suceso
9	Se ha evitado la descarga por parte del usuario de plugins adicionales	10	No existe este suceso
10	Si existen tareas de varios pasos, se indica al usuario en cual está y cuantos faltan para completar la tarea	10	Hay una información hacia el usuario mediante el uso de Breadcrumbs

8. Diseño estético y minimalista

Se ha de proporcionar un diseño que guste, que sea reconocible para el usuario, y que facilite la navegación e interacción dentro de la app

	Criterio	Valor	Comentario
1	Fotografías bien recortadas	10	Las fotografías están bien optimizadas
2	Fotografías comprensibles	10	Las fotografías están bien optimizadas
3	Fotografías con correcta resolución	10	Las fotografías están bien optimizadas
4	El uso de imágenes o animaciones proporciona algún tipo de valor añadido	10	Muestran cómo son las recetas y dan mucho valor a la hora de que el usuario lea dicha receta
5	Se ha evitado el uso de animaciones cíclicas	10	No hay
6	El uso de sonido proporciona algún tipo de valor añadido	0	No hay
7	Uso de iconografía	10	La iconografía es limpia, coherente, y reconocible
8	Uso de banners	0	No hay
9	Vídeos	5	Existen pero solo en algunas recetas
10	Navegación minimalista	10	La navegación es minimalista, con pocas páginas

9. Ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticas y recuperarse de los errores

Los mensajes de errores han de ser expresados de manera sencilla y comprensible, y que sugieran alternativas o soluciones

	Criterio	Valor	Comentario
1	Opción de retroceder visible	8	El usuario puede retroceder en la app

2	Posibilidad de solución de errores	2	Solo podría ponerse en contacto con el equipo de Vegan Land
3	Comunicación constante con el usuario	4	Existe poca comunicación con el usuario de manera directa, pero sí indirecta

10. Ayuda y documentación

Ha de ser localizada de una manera fácil y visible, y ha de especificar los pasos necesarios. No ha de ser muy extensa

	Criterio	Valor	Comentario
1	El enlace a la sección de Ayuda está colocado en una zona visible y estándar	4	Está en el apartado de perfil
2	Uso de FAQs	5	Existe, pero no está tan visible
3	Se ofrece ayuda contextual en tareas complejas	6	Existe, pero la app al no tener tareas muy complejas no hay mucha ayuda contextual
4	La documentación no es extensa	10	No es extensa
5	La documentación está presenta de manera clara y concisa	7	Es precisa

14.2 Test con Usuarios

El test con usuarios se ha realizado a 3 distintos usuarios que entran dentro del marco del público objetivo, personas de entre 20 y 45 años, que son veganas o están interesados en el mundo del veganismo. Con este test lo que se ha buscado es ver cómo interactúa el usuario con la aplicación y determinar si han tenido una experiencia agradable, y que comenten qué mejoras creen ellos que habría que implementar, ya que si seguimos una metodología centrada en el usuario es fundamental saber la opinión de los usuarios.

USUARIO 1: MIGUEL RICO IBABE

Cuestionario pre-test

Este cuestionario nos sirve para recolectar datos **sociodemográficos** de los usuarios los cuales son fundamentales para la fase de análisis de los resultados. Además, estos datos sirven para saber si los usuarios están acostumbrados al uso de apps veganas y como se interactúan con ellas.

Pre-Test:

Datos personales:

Nombre: Miguel Rico Ibabe

Edad: 23 años

Sexo: Hombre

Dirección: Avenida Juan Pablo II Nº40 3B

Código Postal: 37008

Ciudad: Salamanca

Ocupación (trabajo/estudiante): Trabajo

Teléfono: +34648865940

Correo Electrónico: miguel.rico.ie@gmail.com

Las preguntas que vamos a realizar a continuación han de ser respondidas marca una de las casillas que hay entre las opciones facilitadas o rellenando el campo proporcionado

¿Cuántas veces accedes a webs o apps de recetas?

- ☐ Diariamente
- ☐ 2 o 3 veces por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 1 vez al mes
- ☐ Nunca

¿Con que dispositivo sueles realizar las compras online?

- ☐ Ordenador

- ☐ Smartphone
- ☐ Tablet
- ☐ Ninguno de los anteriores

¿Qué ha sido lo último de comida a domicilio que has pedido por internet?

Pollo frito (KFC)

¿Cuándo compraste la última vez por internet?

- ☐ Hoy
- ☐ Esta semana
- ☐ Este mes
- ☐ Este año
- ☐ No lo sé/No recuerdo

¿Cuándo quieres ver una receta, qué es lo que haces para elegir el sitio para elegirlo? (Google, Redes Sociales, recomendación de amigos, etc)

Google

¿Has realizado alguna vez una receta vegana?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé/No recuerdo

¿Qué es lo que necesita una app para que te decantes por ella?

Que tenga un valor añadido y una buena publicidad

Test:

Definición de los escenarios y tareas más importantes del test (4 tareas)

Después de haber definido e identificado los objetivos principales de que se quieren lograr con este test, se definen **4 escenarios con las tareas** que se les pedirá a los usuarios.

Escenario	Tarea
Imagina que quieres entrar a Vegan Land pero no tienes usuario	¿Podrías buscar la manera de registrarte?
Imagina que quieres buscar una receta que dure menos de 20 minutos en prepararse	¿Podrías buscar la manera de filtrar información en la página de Vegan Land?
Imagina que has leído una receta que te encanta y quieres conservarla para más adelante	¿Podrías buscar la manera de guardarla?
Imagina que quieres publicar una receta, ya que quieres compartir tus conocimientos	¿Podrías buscar la manera de redactar una receta?

Cuestionario post-test

Cuando el usuario haya finalizado el test se le realizará un cuestionario breve para conocer su opinión de lo que le ha parecido el test y su nivel de satisfacción con la experiencia.

1: Muy en desacuerdo 5: Muy de acuerdo

	1	2	3	4	5
¿La app facilita al usuario poder conseguir aquello que busca?					X
¿Ayuda el diseño a ver los productos con claridad y con la distribución de los elementos?					X
¿Crees que cualquier usuario de cualquier edad podría acceder a la app y poder conseguir aquello que busca?			X		
¿Te parece el método de navegación fácil y usable?					X
¿Volverías a acceder a esta app para buscar una receta?					X

¿Crees que la app necesita algún tipo de mejora?

Añadiría un acceso directo en los ingredientes de las recetas, que si clicas en el ingrediente te lleva a la tienda vegana que vende ese producto en concreto,

¿Consideras que la app en cuanto a diseño de la navegación es intuitiva?

Sí

¿Te ha resultado difícil realizar esta encuesta?

No, para nada

Redacción del documento de consentimiento del usuario para utilizar sus datos.

Cuando se haya elegido los usuarios que van a participar en el test de usabilidad, se les hará un firmar un documento a modo de carta de autorización que nos da el consentimiento del usuario para usar sus testimonios.

Yo Miguel Rico Ibabe con DNI número 70940395T autorizo el uso de mi testimonio, a [Carlos Rodríguez Martín] para este test de usabilidad, con domicilio en [Plaza Campo de Criptana, número 25] y DNI [45346870R] las cuales se podrán emplear única y exclusivamente para la finalidad del análisis del estudio de los prototipos de alta fidelidad de “Vegan Land” para el trabajo de Final del Grado de Multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya.

En caso de revocación del consentimiento se debe avisar por escrito a la dirección de correo electrónico: carlosrx_97@hotmail.com

USUARIO 2: ELENA OLIVARES RUIZ

Cuestionario pre-test

Este cuestionario nos sirve para recolectar datos **sociodemográficos** de los usuarios los cuales son fundamentales para la fase de análisis de los resultados. Además, estos datos sirven para saber si los usuarios están acostumbrados al uso de apps veganas y como se interactúan con ellas.

Pre-Test:

Datos personales:

Nombre: Elena Olivares Ruiz

Edad: 20 años

Sexo: Mujer

Dirección: Calle Camelia Nº9

Código Postal: 35017

Ciudad: Las Palmas de Gran Canaria

Ocupación (trabajo/estudiante): Estudiante

Teléfono: +34619485745

Correo Electrónico: elenaolivaresrz@gmail.com

Las preguntas que vamos a realizar a continuación han de ser respondidas marca una de las casillas que hay entre las opciones facilitadas o rellenando el campo proporcionado

¿Cuántas veces accedes a webs o apps de recetas?

- ☐ Diariamente
- ☐ 2 o 3 veces por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 1 vez al mes
- ☐ Nunca

¿Con que dispositivo sueles realizar las compras online?

- ☐ Ordenador
- ☐ Smartphone
- ☐ Tablet
- ☐ Ninguno de los anteriores

¿Qué ha sido lo último de comida a domicilio que has pedido por internet?

Hamburguesa

¿Cuándo compraste la última vez por internet?

- ☐ Hoy
- ☐ Esta semana
- ☐ Este mes
- ☐ Este año

- ☐ No lo sé/No recuerdo

¿Cuándo quieres ver una receta, qué es lo que haces para elegir el sitio para elegirlo? (Google, Redes Sociales, recomendación de amigos, etc)

Redes sociales

¿Has realizado alguna vez una receta vegana?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé/No recuerdo

¿Qué es lo que necesita una app para que te decantes por ella?

Que sea una app muy variada, que de varias opciones al usuario, con muchos filtros, que el usuario tengas muchas alternativas y que tenga una navegación fácil, visual e intuitiva

Test:

Definición de los escenarios y tareas más importantes del test (4 tareas)

Después de haber definido e identificado los objetivos principales de que se quieren lograr con este test, se definen **4 escenarios con las tareas** que se les pedirá a los usuarios.

Escenario	Tarea
Imagina que quieres entrar a Vegan Land pero no tienes usuario	¿Podrías buscar la manera de registrarte?
Imagina que quieres buscar una receta que dure menos de 20 minutos en prepararse	¿Podrías buscar la manera de filtrar información en la página de Vegan Land?
Imagina que has leído una receta que te encanta y quieres conservarla para más adelante	¿Podrías buscar la manera de guardarla?
Imagina que quieres publicar una receta, ya que quieres compartir tus conocimientos	¿Podrías buscar la manera de redactar una receta?

Cuestionario post-test

Cuando el usuario haya finalizado el test se le realizará un cuestionario breve para conocer su opinión de lo que le ha parecido el test y su nivel de satisfacción con la experiencia.

1: Muy en desacuerdo 5: Muy de acuerdo

	1	2	3	4	5
¿La app facilita al usuario poder conseguir aquello que busca?					X
¿Ayuda el diseño a ver los productos con claridad y con la distribución de los elementos?					X

¿Crees que cualquier usuario de cualquier edad podría acceder a la app y poder conseguir aquello que busca?		X			
¿Te parece el método de navegación fácil y usable?				X	
¿Volverías a acceder a esta app para buscar una receta?					X

¿Crees que la app necesita algún tipo de mejora?

Tener la posibilidad de seguir a otros usuarios que escriban recetas y que la app notifique al usuario cuando se hayan publicado recetas de esta persona.

¿Consideras que la app en cuanto a diseño de la navegación es intuitiva?

Sí

¿Te ha resultado difícil realizar esta encuesta?

No

Redacción del documento de consentimiento del usuario para utilizar sus datos.

Cuando se haya elegido los usuarios que van a participar en el test de usabilidad, se les hará un firmar un documento a modo de carta de autorización que nos da el consentimiento del usuario para usar sus testimonios.

Yo Elena Olivares Ruiz con DNI número 45344181N autorizo el uso de mi testimonio, a [Carlos Rodríguez Martín] para este test de usabilidad, con domicilio en [Plaza Campo de Criptana, número 25] y DNI [45346870R] las cuales se podrán emplear única y exclusivamente para la finalidad del análisis del estudio de los prototipos de alta fidelidad de “Vegan Land” para el trabajo de Final del Grado de Multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya.

En caso de revocación del consentimiento se debe avisar por escrito a la dirección de correo electrónico: carlosrx_97@hotmail.com

USUARIO 3: CLAUDIA BOESSER CANTÓN

Cuestionario pre-test

Este cuestionario nos sirve para recolectar datos **sociodemográficos** de los usuarios los cuales son fundamentales para la fase de análisis de los resultados. Además, estos datos sirven para saber si los usuarios están acostumbrados al uso de apps veganas y como se interactúan con ellas.

Pre-Test:

Datos personales:

Nombre: Claudia Boesser Cantón

Edad: 22 años

Sexo: Mujer

Dirección: Calle Anzofé 15

Código Postal: 35009

Ciudad: Las Palmas de Gran Canaria

Ocupación (trabajo/estudiante): Trabajo

Teléfono: +34625492758

Correo Electrónico: claudiaboesser@gmail.com

Las preguntas que vamos a realizar a continuación han de ser respondidas marca una de las casillas que hay entre las opciones facilitadas o rellenando el campo proporcionado

¿Cuántas veces accedes a webs o apps de recetas?

- ☐ Diariamente
- ☐ 2 o 3 veces por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 1 vez al mes
- ☐ Nunca

¿Con que dispositivo sueles realizar las compras online?

- ☐ Ordenador
- ☐ Smartphone
- ☐ Tablet
- ☐ Ninguno de los anteriores

¿Qué ha sido lo último de comida a domicilio que has pedido por internet?

Nunca he pedido comida a domicilio

¿Cuándo compraste la última vez por internet?

- ☐ Hoy
- ☐ Esta semana
- ☐ Este mes
- ☐ Este año
- ☐ No lo sé/No recuerdo

¿Cuándo quieres ver una receta, qué es lo que haces para elegir el sitio para elegirlo? (Google, Redes Sociales, recomendación de amigos, etc)

YouTube

¿Has realizado alguna vez una receta vegana?

- ☐ Sí
- ☐ No

- No lo sé/No recuerdo

¿Qué es lo que necesita una app para que te decantes por ella?

El diseño me importa, ha de ser claro, visible, accesible e interactivo, además que tenga un diseño bastante elaborado.

Test:

Definición de los escenarios y tareas más importantes del test (4 tareas)

Después de haber definido e identificado los objetivos principales de que se quieren lograr con este test, se definen **4 escenarios con las tareas** que se les pedirá a los usuarios.

Escenario	Tarea
Imagina que quieres entrar a Vegan Land pero no tienes usuario	¿Podrías buscar la manera de registrarte?
Imagina que quieres buscar una receta que dure menos de 20 minutos en prepararse	¿Podrías buscar la manera de filtrar información en la página de Vegan Land?
Imagina que has leído una receta que te encanta y quieres conservarla para más adelante	¿Podrías buscar la manera de guardarla?
Imagina que quieres publicar una receta, ya que quieres compartir tus conocimientos	¿Podrías buscar la manera de redactar una receta?

Cuestionario post-test

Cuando el usuario haya finalizado el test se le realizará un cuestionario breve para conocer su opinión de lo que le ha parecido el test y su nivel de satisfacción con la experiencia.

1: Muy en desacuerdo 5: Muy de acuerdo

	1	2	3	4	5
¿La app facilita al usuario poder conseguir aquello que busca?					X
¿Ayuda el diseño a ver los productos con claridad y con la distribución de los elementos?					X
¿Crees que cualquier usuario de cualquier edad podría acceder a la app y poder conseguir aquello que busca?					X
¿Te parece el método de navegación fácil y usable?					X
¿Volverías a acceder a esta app para buscar una receta?					X

¿Crees que la app necesita algún tipo de mejora?

Implementaría en la parte de Tiendas, pondría tiendas que hagan el servicio de comida de sobra que sea más barata, para reducir el gasto de comida.

¿Consideras que la app en cuanto a diseño de la navegación es intuitiva?

Sí

¿Te ha resultado difícil realizar esta encuesta?

No

Redacción del documento de consentimiento del usuario para utilizar sus datos.

Cuando se haya elegido los usuarios que van a participar en el test de usabilidad, se les hará un firmar un documento a modo de carta de autorización que nos da el consentimiento del usuario para usar sus testimonios.

Yo Claudia Boesser Cantón con DNI número 45369117F autorizo el uso de mi testimonio, a [Carlos Rodríguez Martín] para este test de usabilidad, con domicilio en [Plaza Campo de Criptana, número 25] y DNI [45346870R] las cuales se podrán emplear única y exclusivamente para la finalidad del análisis del estudio de los prototipos de alta fidelidad de "Vegan Land" para el trabajo de Final del Grado de Multimedia de la Universitat Oberta de Catalunya.

En caso de revocación del consentimiento se debe avisar por escrito a la dirección de correo electrónico: carlosrx_97@hotmail.com

Después de realizar los tests con usuarios se pudo llegar a la conclusión de que es una app intuitiva, la cual su público objetivo considera fácil de utilizar y emplear. Además, lo que queda claro después de los tests con usuarios es que los usuarios quieren que haya notificaciones cuando salgan recetas nuevas, para mantenerles siempre pendientes. El hecho que en estos tests los usuarios hayan realizado tanto hincapié en la relevancia del diseño queda claro que buscan una aplicación intuitiva y atractiva, lo cual es alto que Vegan Land logra considerablemente.

15. Proyección a futuro

Después de la programación y lanzamiento de Vegan Land al mercado digital, comenzaría una etapa de análisis y estudio de impacto de la aplicación en los usuarios. Pese a que se han hecho evaluaciones con y sin usuarios, ha sido un estudio un tanto limitado, por lo que habrá que valorar cómo interactúa grandes grupos de usuarios con la aplicación.

Además de un estudio del comportamiento de los usuarios, se comenzará con una estrategia de marketing digital para captar el mayor número de usuarios que estén interesados en la aplicación. Por un lado, se diseñará una landing page, la cual se podrá acceder desde los motores de búsqueda, donde se habla del proyecto de Vegan Land, además de accesos directos a la app desde este sitio web. Se generará una cuenta de Instagram y otra de Twitter, donde se realizará content marketing, publicando contenido de interés para el público objetivo.

Mediante una estrategia de posicionamiento SEO se buscará la manera de posicionar la landing page, usando keywords con mucho volumen de búsquedas como “recetas veganas” o “comida vegana a domicilio.” La estrategia SEO servirá para aumentar el tráfico orgánico en el sitio web, y difundir aun más el mensaje de Vegan Land. Paralelamente, se realizará posicionamiento ASO en los motores de búsqueda principales de las apps, como Google Play o App Store, para así aumentar el número de posibles descargas de la app.

Dentro del apartado de marketing digital, se realizarán campañas en Google Ads e Instagram Ads, promocionando la app nada más ser lanzada. Estos anuncios se realizarán de manera que si el usuario hacer clic en ellos será dirigido a la app para poder descargársela. Toda la estrategia de marketing digital será llevaba por una agencia de marketing digital especializada, para así optimizar la eficiencia del presupuesto que se invertirá, mejorando el ROI (return of investment).

Finalmente, a medida que vaya aumentando el número de usuarios, y se vayan estudiando a los mismos, se realizarán nuevas actualizaciones y versiones de la app, con mejoras en base a las inquietudes de los usuarios. Adjuntamos una serie de ideas a implementar en la app en un corto-medio plazo:

- Añadir accesos directos en los ingredientes de las recetas. Al clicar en el ingrediente te lleva a la tienda vegana que vende ese producto en concreto.
- Generar la posibilidad de dejar comentarios en las recetas
- Generar un apartado de foro, donde se puede debatir temas del veganismo entre la comunidad que rodea la aplicación.
- La posibilidad de agregar a otros usuarios y chatear con ellos.
- Crear una versión web de la app.

16. Conclusiones

Desarrollar Vegan Land ha sido un proyecto apasionante, me han dado la oportunidad de poder darle forma a una idea que en un futuro me gustaría desarrollar. Vegan Land ha sido completamente un reto tanto a nivel profesional como personal, ya que nunca había realizado un proyecto de tal magnitud y menos aún solo, pero me ha ayudado a mejorar muchas aptitudes mías como diseñador Multimedia y como profesional digital.

Los conocimientos obtenidos en el grado Multimedia me han ayudado enormemente en el desarrollo de la idea y del proyecto, sobre todo las áreas de usabilidad y diseño de interfaces, las cuales me han servido de referencia e inspiración para la realización del trabajo de final de grado.

El proceso de trabajo ha sido complejo, dado el gran número de entregas, pero gracias a la planificación que realicé a principios del semestre he podido cumplir con el calendario que me plantee. Ha habido algunas áreas como la de diseños de prototipos donde ha supuesto todo un reto, aprender a usar herramientas de prototipado como Figma, o el informarme en como hacer un estudio de mercado. Además, el tener que buscar información sobre el veganismo, investigar y estudiar empresas que ofrecen servicios similares a Vegan Land ha sido un proceso complicado, debido a que es algo que nunca había realizado hasta este punto, pero que he disfrutado. Una de las cosas que más me ha aportado este trabajo de final de grado ha sido el poder trabajar áreas de un proyecto digital tan dispares, desde el estudio de mercado, hasta evaluación de la aplicación o el proceso de prototipado.

Después de la realización de las evaluaciones, tanto con como sin usuarios, quedé muy satisfecho del feedback obtenido, ya que el objetivo principal de este trabajo era el de desarrollar unos prototipos de alta fidelidad que siguiesen una navegación centrada en el usuario, que fuese accesible para el público objetivo que se había obtenido, y se ha podido realizar con éxito.

Creo que los resultados obtenidos han sido muy positivos, se ha realizado los prototipos de una idea que a dia de hoy no existe en España, y que podría tener una viabilidad empresarial, y se ha podido realizar de una manera en la que la usabilidad sea el eje de toda la aplicación. Soy consciente de que tiene mucho margen de mejora, pero cabe destacar que es un proyecto que en un futuro me gustaría retomar y no solamente hacer unos prototipos, sino desarrollar la aplicación y poder convertirlo en una app, para así ayudar a todos aquellos consumidores veganos que quieren aprender nuevas recetas veganas, informarse sobre el veganismo, y poder conocer los servicios veganos que tienen más próximos.

Anexo 1. Entregables del Proyecto

Diseño Conceptual

arbol-de-contenidos.jpg: Imagen que representa el árbol de contenidos de la aplicación Vegan Land.

iniciar-sesion.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Inicio de Sesión de la aplicación Vegan Land.

registrarse.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Registro en la aplicación Vegan Land.

recetas.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Recetas de la aplicación Vegan Land.

receta.png: Imagen que representa el wireframe de la una receta de la página de Recetas de la aplicación Vegan Land.

blog.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Blog de la aplicación Vegan Land.

articulo.png: Imagen que representa el wireframe de un artículo de la página de Blog de la aplicación Vegan Land.

perfil.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Perfil de la aplicación Vegan Land.

take-away.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Comida Vegana a Domicilio de la aplicación Vegan Land.

tiendas.png: Imagen que representa el wireframe de la página de Tiendas de la aplicación Vegan Land.

Identidad Visual

logo-color.png: Imagen que representa el logotipo de la aplicación Vegan Land.

logo-negativo.png: Imagen que representa el logotipo de la aplicación Vegan Land en negativo.

Prototipos de Alta Fidelidad

INICIAR SESIÓN.png: Prototipo de la página de Inicio de Sesión de la aplicación Vegan Land.

REGISTRARSE.png: Prototipo de la página de Registro en la aplicación Vegan Land.

RECETAS.png: Prototipo de la página de Recetas de la aplicación Vegan Land.

RECETA-FARFALLE.png: Prototipo de una de las varias recetas que aparecen en la sección de Recetas de la aplicación Vegan Land.

BLOG.png: Prototipo de la página de Blog de la aplicación Vegan Land.

ARTÍCULO.png: Prototipo de uno de los varios artículos que aparecen en la página de Blog de la aplicación Vegan Land.

PERFIL.png: Prototipo de la página de Perfil de la aplicación Vegan Land.

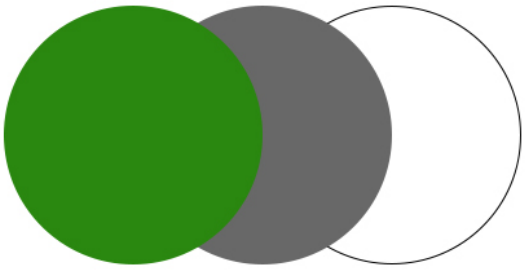
TAKE-AWAY.png: Prototipo de la página de Comida Vegana a Domicilio de la aplicación Vegan Land.

TIENDAS.png: Prototipo de la página de Tiendas de la aplicación Vegan Land.

Anexo 2. Libro de estilos

Logotipo Principal y Logotipo Negativo:

Paleta de colores principales:



#2A8710 #686868 #FFFFFF

Paleta tipográfica:

La única tipografía que se emplea en el prototipado de la aplicación de Vegan Land es la tipografía Montserrat, usando los varios pesos de la tipografía.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTSERRAT HAIRLINE	MONTSERRAT SEMI BOLD
MONTSERRAT ULTRA LIGHT	**MONTSERRAT BOLD**
MONTSERRAT LIGHT	**MONTSERRAT EXTRA BOLD**
MONTSERRAT REGULAR	**MONTSERRAT BLACK**

Anexo 3. Bibliografía

Ortega Santamaría, S. Introducción a la usabilidad y su evaluación (UOC).

Zapata Lluch, M. Métodos de evaluación sin usuarios (UOC).

Clavo-Fernández Rodríguez, A, Ortega Santamaría, S, Valls Saez, A. Métodos de evaluación con usuarios (UOC).

Monjo Palau, T. Diseño centrado en el usuario (UOC).

Kaushik, A. (2017). Analítica Web 2.0.

Morville, P, Rosenfeld, L. Arquitectura de la información para la World Wide Web.

Tayar, R. (2018). CRO Diseño y Desarrollo de Negocios Digitales.

Colaboradores de Definición.de, Definición de Vegano. [fecha de consulta: 23 de Febrero de 2020]. <Disponible en: https://definicion.de/vegano/>

Luis Ferreirim, ¿Cuánto contamina la carne industrial?. [fecha de consulta: 24 de Febrero de 2020]. <Disponible en: https://es.greenpeace.org/es/noticias/cuanto-contamina-la-carne-industrial/>

Colaboradores de la Universitat Oberta de Catalunya, Diseño Centrado en el Usuario. [fecha de consulta: 27 de Febrero de 2020]. <Disponible en: http://multimedia.uoc.edu/blogs/dii/es/disseny-centrat-en-lusuari-dcu/>

Agustín Monzón, El 'boom' de la comida vegana llega a los mercados. [fecha de consulta: 09 de Marzo 2020]. <Disponible en: https://www.elindependiente.com/economia/2019/05/12/los-mercados-devoran-la-comida-vegana/>

Janet Forgrieve, The Growing Acceptance Of Veganism. [fecha de consulta: 09 de Marzo 2020]. <Disponible en: https://www.forbes.com/sites/janetforgrieve/2018/11/02/picturing-a-kindler-gentler-world-vegan-month/#66f314e12f2b>

Colaboradores de GlobalData, Vegan Galaxy bar will appeal beyond vegans if the taste is right, says GlobalData. [fecha de consulta: 10 de Marzo 2020]. <Disponible en: https://www.globaldata.com/vegan-galaxy-bar-will-appeal-beyond-vegans-if-the-taste-is-right-says-globaldata/>

Lora Jones, Veganism: Why are vegan diets on the rise?.[fecha de consulta: 10 de Marzo 2020]. <Disponible en: https://www.bbc.com/news/business-44488051>

Dani Cavero, Los 7 Pasos para Definir mi Público Objetivo. ?.[fecha de consulta: 14 de Marzo 2020]. <Disponible en: https://danicavero.com/definir-mi-publico-objetivo/>

Colaboradores de Guía Digital, ¿Qué es la usabilidad?. [fecha de consulta: 19 de Marzo 2020]. <Disponible en: http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad.html>

Tomás Modroño, Metodologías de UX: Evaluación Heurística (PARTE I). [fecha de consulta: 15 de Abril 2020]. <Disponible en:

https://blog.interactius.com/metodolog%C3%ADas-de-ux-evaluaci%C3%B3n-heur%C3%ADstica-parte-i-b5d02b566987>

Imágenes empleadas en los prototipos pertenecen a los colaboradores de Unsplash, plataforma de imágenes libres de derechos de autor. <Disponible en: https://unsplash.com/>