

# Explora, Descubre, Socializa.

---

## Diseño de producto

Proceso de diseño de Neiva,  
una aplicación móvil para  
impulsar los eventos  
y comercios en la ciudad.



# Índice

---

|                   |    |
|-------------------|----|
| Introducción      | 3  |
| 1. Empatizar      | 5  |
| 2. Definición     | 9  |
| 3. Ideación       | 19 |
| 4. Prototipado    | 25 |
| 5. Guía de estilo | 39 |
| 6. Validación     | 47 |
| Referencias       | 51 |

# Introducción

---

Este proyecto trata sobre la creación y el diseño de una aplicación para móvil a partir de una necesidad: **Neiva**. Con esta, los usuarios podrán visualizar los eventos disponibles en su ciudad, o por ende en su ubicación actual, incluyendo tanto planes en tiempo real como planificados.

Actualmente, existen plataformas que brindan servicios similares acercando a las personas a eventos basados en sus intereses o incluso pudiendo crear planes o actividades propias para socializar e interactuar con otras personas en la vida real.

Sin embargo, Neiva busca ofrecer una propuesta de valor diferenciadora del resto, donde **el foco de atención recae en la actividad que fluye en tiempo real sobre las ciudades**, poblaciones o municipios. De esta forma, el objetivo va más allá de mostrar al usuario eventos donde participar en su tiempo libre, ya que la finalidad recae en el trasfondo de la **creación y promoción de una colaboración social entre negocios y ciudadanos** donde ambos puedan beneficiarse de una manera mutua. Se trata entonces, de una propuesta orientada a un público general a través de una especie de **red social de la ciudad, donde el usuario será capaz de recibir y publicar información e interactuar con los eventos que suceden a diario**.

En el presente documento, se muestra el proceso de diseño seguido para lograr el desarrollo de una interfaz óptima, agradable y adecuada al concepto planteado, así como el proceso del diseño de interacción seguido durante el proyecto, basado en las metodologías de diseño ux o diseño centrado en el usuario.

# Design Thinking

Para la realización de este proyecto he seguido la metodología propuesta por el modelo *Design Thinking*, el cual se trata de un proceso orientado a la innovación, centrado en las personas, usando herramientas para integrar sus necesidades, las posibilidades de la tecnología y los requisitos de negocio.

El design thinking propone una serie de etapas trabajando con un conjunto de puntos de vista. En concreto, se han seguido las etapas propuestas por el **Hasso-Plattner Institute of Design at Stanford (d.school)**:



# 1. Empatizar

---

La propuesta

Nuestro desafío

## Una necesidad, una solución

---

**En toda ciudad siempre hay cosas para hacer:** desde visitar un museo, una exposición, disfrutar de la gastronomía local, así como pasear por barrios o puntos de interés cultural entre muchas otras opciones.

De manera tradicional, para saber **qué hacer o qué visitar en una localidad**, podemos consultar a alguien conocido, visitar la oficina de Información Turística o bien, consultar la página web del ayuntamiento del municipio en que nos encontremos.

El problema recae, en que en muchas ocasiones, las páginas web de los Ayuntamientos, y en general la mayoría de webs institucionales, **no cuentan con un buen diseño de experiencia de usuario** o bien los contenidos simplemente no están actualizados. Las instituciones públicas generan continuamente contenidos, productos y servicios a los usuarios y por tanto **deberían estar a la orden del día** en cuanto a la comunicación vía digital. Sin embargo, queda mucho trabajo por delante.

Por otro lado, uno de los grandes problemas que encontramos actualmente es el **crecimiento de las grandes superficies, centros comerciales y franquicias multinacionales**, las cuales pueden ofrecer precios en productos y servicios que dificultan a la pequeña y mediana empresa a poder competir en el mercado, monopolizando así los beneficios que obtienen. Es por ello, que nos encontramos en una **época donde se debe incentivar a la cooperación local y al uso de los recursos de proximidad**, para favorecer la supervivencia y proliferación de la economía local.

Los hábitos de consumo han cambiado en los últimos años, especialmente desde el pasado año 2020. **Se han acelerado tendencias como el ecommerce y el consumo de proximidad**, los cuales han ganado mucha fuerza con los confinamientos provocados por la pandemia del coronavirus. Este hecho, supone entonces, una gran oportunidad para aprovechar esa corriente de costumbre y **favorecer la apuesta de la digitalización**, sobre todo para dar visibilidad a los pequeños negocios.

En relación a la pandemia del coronavirus, ésta ha tenido un **gran impacto en cuanto al avance de la ciencia, la política y por supuesto, el ámbito social**. Es por ello, que debemos tener en cuenta la forma en que las personas están cambiando y cambiarán en consecuencia y estudiar las posibilidades positivas que nos pueda ofrecer esta situación. A pesar de que esta crisis no tiene precedentes en la sociedad moderna, existen ciertos patrones a tener en cuenta en relación al comportamiento de las comunidades y personas cuando estas están sometidas a largos periodos de peligro y aislamiento. La *conducta prosocial*<sup>1</sup> es uno de los cambios psicológicos más relevantes que podemos observar actualmente: **actos realizados en beneficio de otras personas, maneras de responder con simpatía, cooperación, ayuda, entrega y generosidad**. Este cambio de pensamiento refleja altruismo, y un crecimiento emocional más profundo que podría permanecer posteriormente.

Otro de los aspectos interesantes a tener en cuenta será el incremento de la vida digital. **La nueva era pospandemia provocará un cambio trascendental en el comercio y en los servicios a ofrecer**. Los comerciantes tendrán la obligación de ajustarse a nuevas reglas de consumo impuestas progresivamente por el avance de la sociedad para poder sobrevivir. Actualmente, la sociedad parece haber aceptado este desafío y las conexiones sociales se mantienen, de manera diferente a lo que conocíamos antes del Covid-19. En este aspecto, es importante ser cautelosos, pero no por ello evitar perder la esencia humana, sintiéndonos cerca los unos con los otros e intentar recuperar poco a poco la calidez humana que parece olvidada en estos tiempos.

Por lo tanto, esta necesidad creada por **la demanda de innovación tecnológica, el fomento del comercio y productos de proximidad, así como las nuevas tendencias sociales** conjugan un punto de partida que establecen las premisas sobre las cuáles se desarrolla **el diseño de Neiva**.

---

<sup>1</sup>. De acuerdo con Moñivas, A., *Cuadernos de trabajo social*; la conducta prosocial se define como un comportamiento que beneficia a otros o que tiene consecuencias sociales positivas, incluyendo conductas de ayuda, cooperación y solidaridad.

# Objetivos

---

## Objetivo generales

- Diseñar un producto digital (app) destinado al usuario para recibir información, colaborar y formar parte de manera activa en los eventos, actividades y ofertas que se organizan alrededor de su zona, brindando a través de éste una experiencia de usuario satisfactoria.
- Diseñar un MVP con una propuesta de valor realista, presentándolo a través de un primer diseño de prototipo.
- Desarrollar un sistema de gamificación que permita atraer y adquirir usuarios de manera orgánica a través de la participación social y la competencia entre usuarios amigos.

## Objetivos específicos

- Aplicar diferentes metodologías y técnicas de investigación basadas en el diseño centrado en el usuario.
- Realizar un estudio de mercado, recopilar información sobre tipologías de eventos y necesidades actuales.
- Diseñar un prototipo interactivo que muestre diferentes capas de interacción con un alto nivel de detalle.

## 2. Definir

---

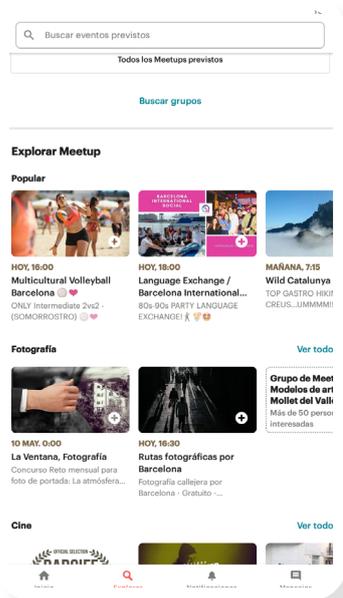
Análisis de la competencia

MVP

Conocer al usuario

# Benchmarking

En primer lugar se ha realizado una investigación sobre diferentes apps (benchmarking) con finalidades, funcionalidades u objetivos similares al proyecto que se va a llevar a cabo. Para ello, se han seleccionado y probado las aplicaciones o webs más relevantes del mercado, con las que disponer de una visión amplia y proceder a una evaluación de diferentes aspectos.



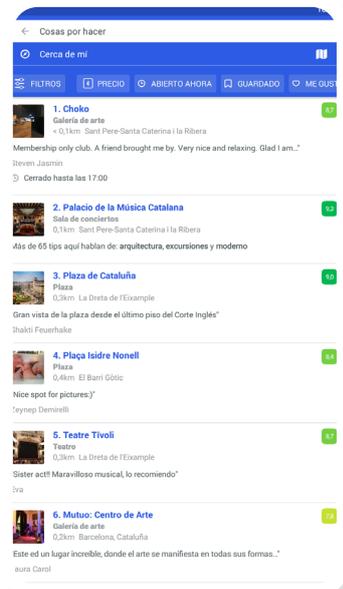
Permite conocer a personas con las que probar cosas nuevas, explorar la ciudad, progresar en tu carrera, encontrar apoyo y en definitiva salir de tu zona de confort realizando un sinfín de actividades.

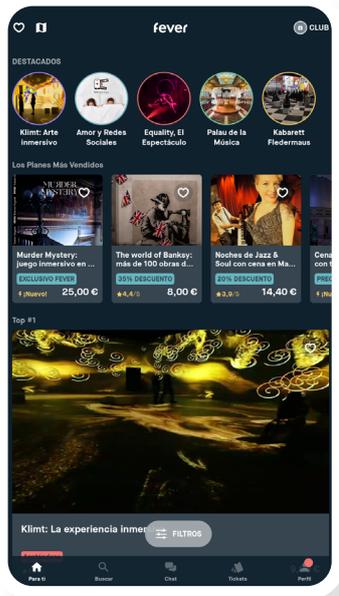
- Explorar intereses varios
- El usuario puede crear su propio contenido
- Buscar grupos
- Guardar eventos
- Mensajes con usuarios
- Suscripciones y compras integradas
- Ubicación en tiempo real



La aplicación proporciona recomendaciones personalizadas de lugares para ir cerca de la ubicación actual del usuario, basándose en su historial de navegación y el registro de otros usuarios. Está orientada en su mayoría a la restauración.

- Explorar intereses varios
- Personalización de contenidos
- Ubicación en tiempo real
- Calificación y creación de reseñas
- Opción de superusuarios





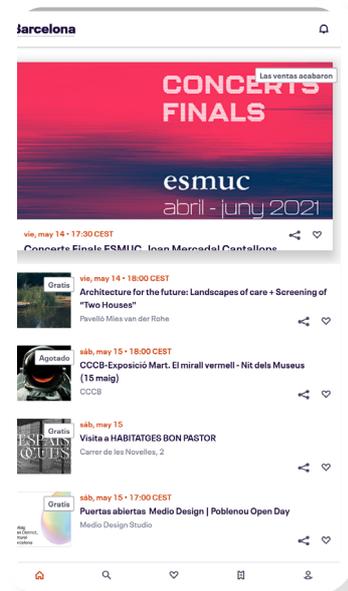
Fever es una app que te ayuda a descubrir qué hacer la ciudad, donde salir y qué visitar. Fever dispone de un listado de las principales capitales del mundo, incluyendo algunas ciudades españolas con una amplia oferta de experiencias, lugares y secretos para descubrir. Además, la app se basa en los gustos del usuario para mostrar recomendaciones personalizadas.

- Explorar intereses varios
- Guardar planes
- Proceso de compra
- Asistencia al usuario 24/7



Eventbrite funciona como servicio de gestión de eventos y venta de entradas. Permite a los usuarios navegar, crear y promover eventos locales. El servicio cobra una tarifa a los organizadores del evento a cambio de servicios de venta online.

- Explorar intereses varios
- Proceso de compra
- Cartera de tickets
- Visualización de estadísticas real-time
- Integración RRSS



Yelp es una aplicación para encontrar un lugar perfecto para comer, comprar, beber, explorar o relajarse. Permite encontrar restaurantes, empresas, servicios y profesionales cercanos así como leer y escribir reseñas sobre cada negocio.

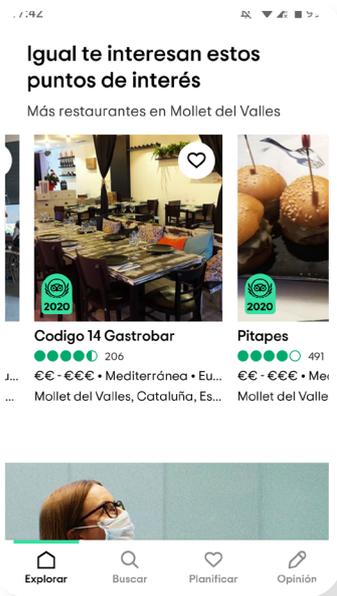
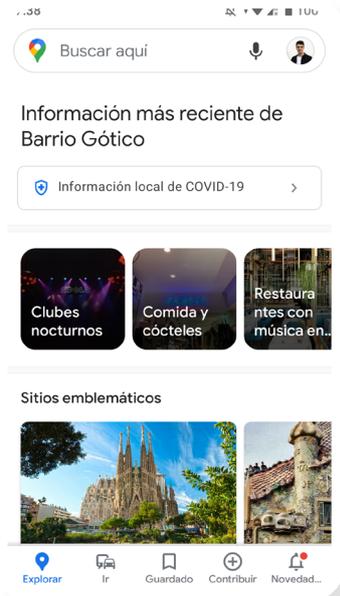
- Explorar intereses varios
- Reservas integradas en la app
- Filtros de búsqueda
- Escritura y lectura de reseñas



## Google Maps

Maps es una extensión de Google que permite conocer diferentes lugares del mundo y como llegar a ellos.

- Explorar intereses varios
- Guardar contenidos
- Ubicación en tiempo real
- Reseñas de usuarios
- Uso sin conexión
- Coordinación con amigos
- Realidad aumentada e inteligencia artificial



## TripAdvisor

Es una de las plataformas de viajes más grandes del mundo. Los viajeros de todo el mundo utilizan la web y la aplicación para planificar sus viajes, ya que ayuda a reservar mesa en restaurantes y comparar precios al reservar hoteles y vuelos.

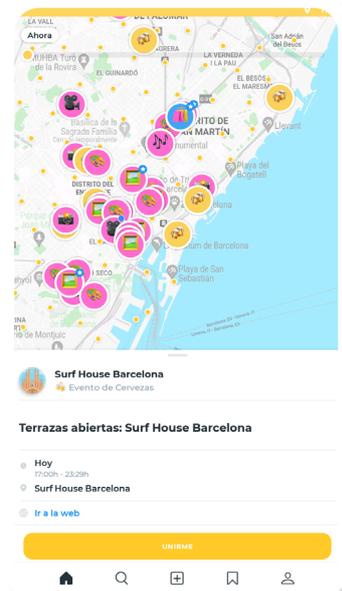
- Explorar intereses varios
- Organizar contenido
- Gestión de reservas
- Ubicación en tiempo real
- Reseñas de usuarios
- Pagos desde la app
- Cartera de reservas
- Red social



## Sharify

Sharify es una aplicación para buscar y compartir eventos locales en la ciudad. Permite al usuario publicar planes de forma gratuita y encontrar miles de eventos a su alrededor. Funciona como una red social de la ciudad, para descubrir y compartir que es lo que está sucediendo.

- Explorar intereses varios
- Organizar eventos a nivel personal
- Ubicación en tiempo real
- Sistema social

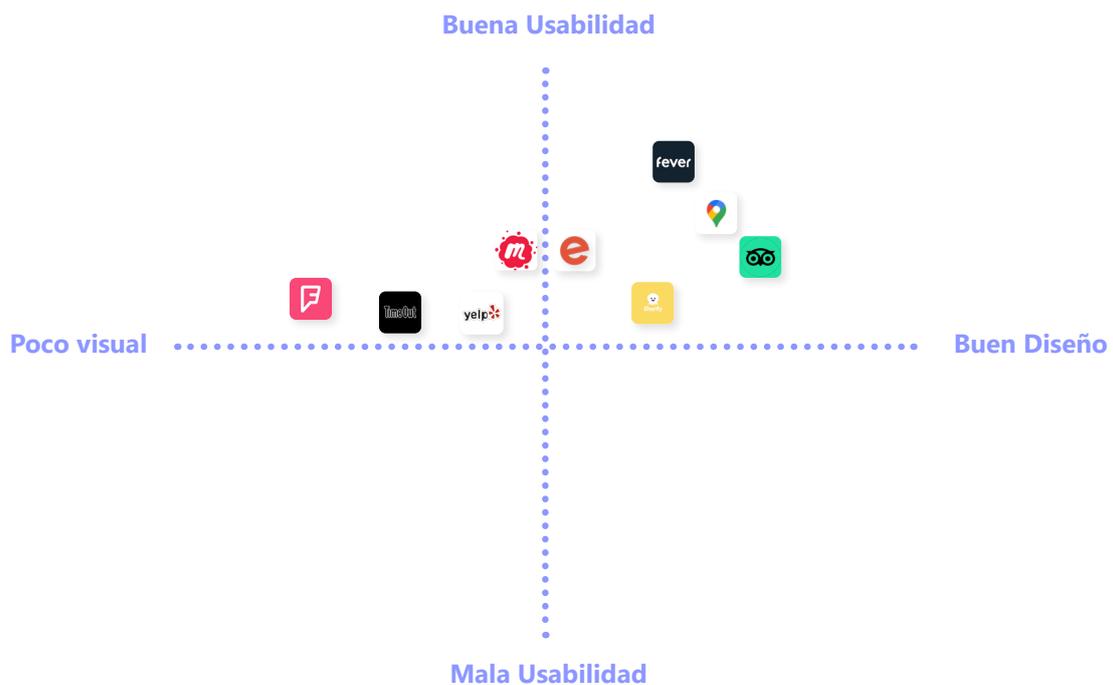




**TimeOut**

Time Out es un medio de comunicación con presencia digital (web) y física (revistas, eventos y mercados). Cubre contenidos relacionados con eventos, entretenimiento y cultura en diferentes ciudades de todo el mundo, incluyendo entre ellas grandes ciudades españolas como Madrid o Barcelona.

- Buscador y selector de ciudades
- Secciones de contenido por temática
- Suscripción a newsletter
- Compartir contenidos en redes sociales
- Noticias



El análisis de la competencia permite conocer **cómo podemos situar nuestro producto en el entorno** y comenzar a desarrollar los factores diferenciales que podrá presentar, así como una **obtención de ideas para saber cómo resolver problemas** específicos de diseño. Nuestro objetivo es situar Neiva como la app con la mejor referencia en la relación Diseño-Usabilidad.

# Determinando el producto

A partir del análisis realizado en el Benchmarking, definimos una primera organización de contenidos que comparten atributos (Mapa de afinidad).

Además, adquirimos una definición de las funcionalidades principales que deberá incorporar nuestro producto, así como ciertos aspectos de diseño y la interacción del usuario con sus elementos.

## Funcionalidades principales

### Registro/Inicio de sesión

Es necesario que el usuario cree un perfil para el uso de la aplicación.

### Buscar

Sistema de búsqueda para encontrar contenidos: Scope bar, búsquedas recientes, filtros...

### Explorar contenidos

Visualizar los contenidos de manera dinámica: cascada de contenidos y mapa interactivo con ubicación de usuario.

### Reservas/Pagos

Facilitar la asistencia a los usuarios e incluso integrar métodos de pago a través de la app.

### Gestionar contenidos

Incluir sistema de calificación, guardado de contenidos y gestión a través de una agenda personal.

### Recompensas

Incorporación de sistema de gamificación que ofrezca beneficios exclusivos sobre los contenidos por ser miembro.

# Modelado

A partir de los objetivos definidos, el análisis obtenido y las necesidades detectadas podemos comenzar a deducir diferentes **patrones, motivaciones, comportamientos e intereses que tendrán los usuarios** de nuestro producto.

Por ello, realizamos los dos procesos siguientes: La definición de **arquetipos (User Persona)** y el correspondiente **User Journey**, los cuales nos sirven para obtener una perspectiva más precisa del pensamiento y actuación de nuestros potenciales usuarios.

## Arquetipos



### Aida

24 años

Estudiante

Apasionada del arte y las nuevas tecnologías. Proactiva y organizada, le gusta tener siempre un plan. Le gusta asistir a museos y exposiciones relacionadas con arte y fotografía. Tiene interés en descubrir a nuevos talentos y artistas locales.

#### Necesidades

Obtener información sobre un evento cultural de su ciudad. Obtener la dirección del sitio y visualizar diferentes opciones para la asistencia (contacto, posibilidad de reservar, compras, etc.) Por otro lado, una vez haya asistido, dejar una valoración sobre la experiencia para ayudar a los demás.

#### Objetivos

Experiencia: Quiere explorar de manera rápida diferentes posibilidades.  
 Finales: Asistir a un evento y conocer a artistas locales.  
 Vitales: Aprender y disfrutar del tiempo libre en la ciudad.



## Hugo

33 años

Empresario

Es el propietario de un Bar/Restaurante. Le gusta tener todo planificado con antelación y prever la clientela diaria para ser eficiente. Busca promocionar su negocio dándole más visibilidad digital, y ampliar así los beneficios de su negocio.

### Necesidades

Necesita publicar una oferta sobre su negocio en el menor tiempo posible para captar la atención de potenciales clientes. Que el proceso de publicación de las ofertas sea sencillo, directo y rápido.

### Objetivos

Experiencia: Sentir seguridad y garantías con sus acciones.

Finales: Publicar una oferta y recibir feedback.

Vitales: Aumentar beneficios en su negocio y adquirir fidelidad de usuarios.



## Blas

27 años

Informático

Apasionado del mundo digital, le gusta salir y disfrutar de su tiempo libre asistiendo a lugares populares que busca ayudar a otros usuarios a descubrir algo nuevo y aumentar su estatus como usuario de la aplicación para obtener nuevas recompensas.

### Necesidades

Descubrir nuevos sitios y experiencias y compartirlas con su entorno. Publicar información sobre un evento o actividad que está sucediendo en la ciudad para obtener puntos y subir de nivel en la aplicación.

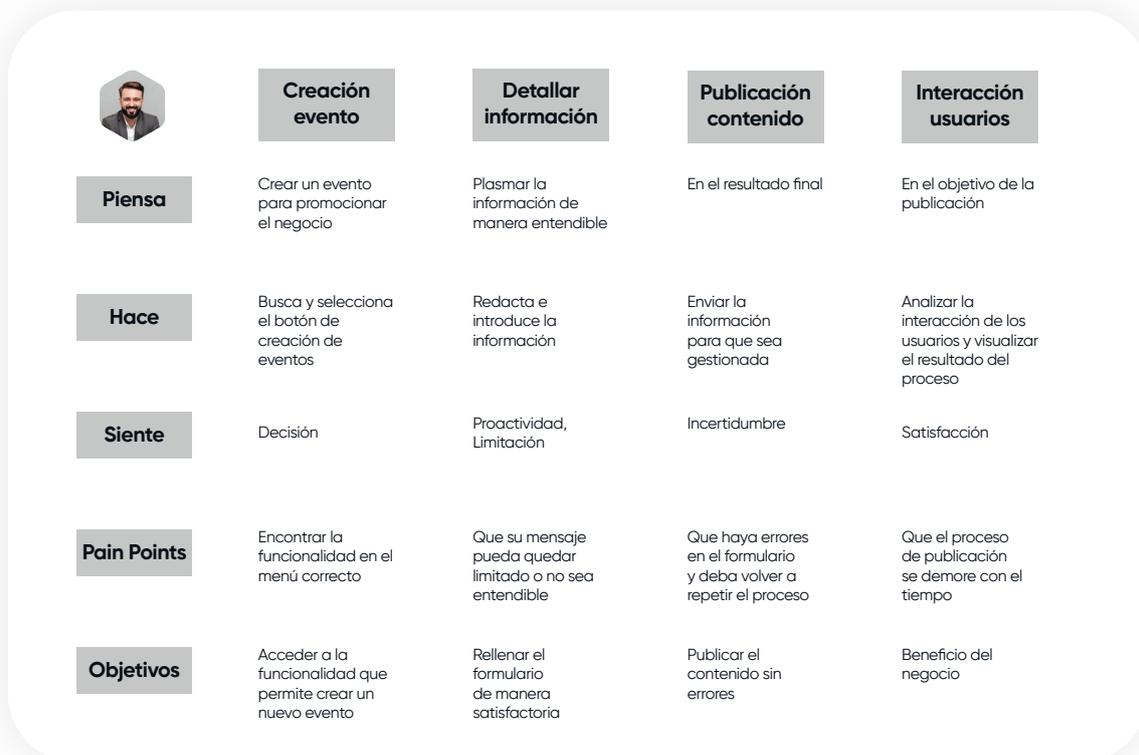
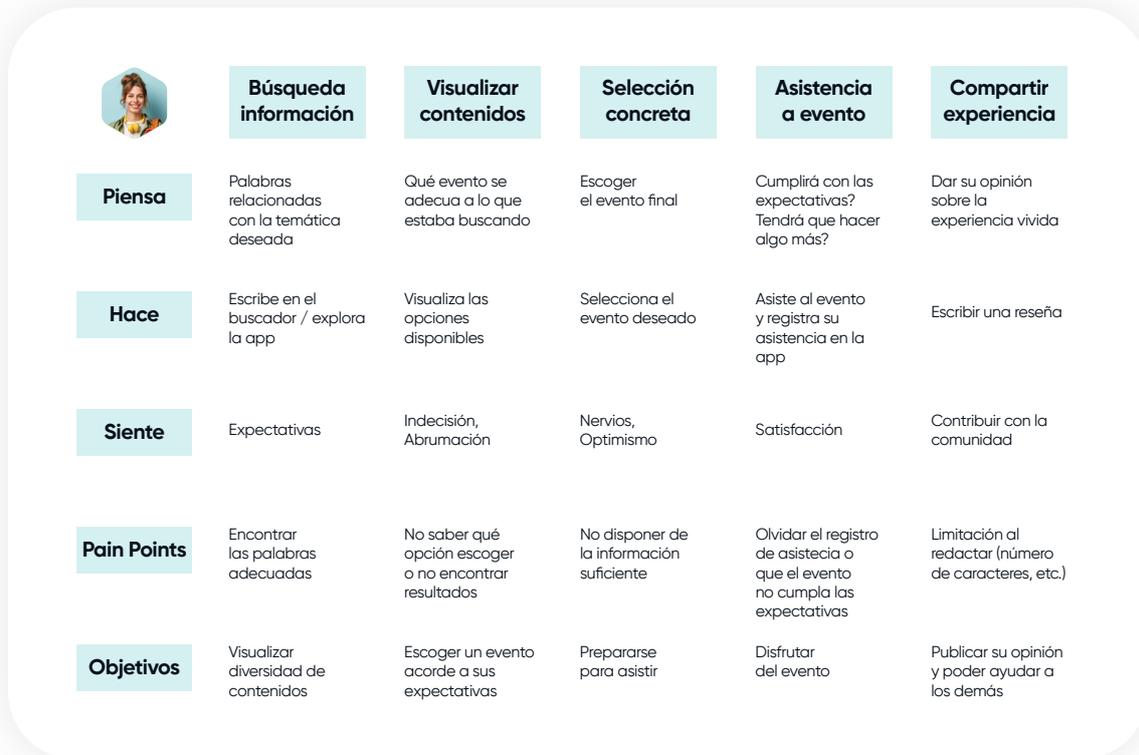
### Objetivos

Experiencia: Aportar valor social generando contenido.

Finales: Publicar una oferta y obtener recompensas.

Vitales: Lograr interacción y reconocimiento por parte de otros usuarios.

## User Journey





### Creación evento

### Detallar información

### Publicación contenido

### Interacción usuarios

#### Piensa

Crear un evento para visibilizar un negocio y obtener recompensas

Plasmar la información de manera entendible

En el resultado final y la verificación por parte de otros usuarios

En la recompensa final

#### Hace

Busca y selecciona el botón de creación de eventos

Redacta e introduce la información

Enviar la información para que sea gestionada

Visualizar el resultado de la verificación y la recompensa obtenida

#### Siente

Decisión

Proactividad, Limitación

Incertidumbre, Preocupación

Satisfacción, Gratitud

#### Pain Points

Encontrar la funcionalidad en el menú correcto

Que su mensaje pueda quedar limitado o no sea entendible

Repetir el proceso. Que la publicación sea rechazada por los usuarios.

Que el proceso de publicación se demore con el tiempo o sea cancelado

#### Objetivos

Acceder a la funcionalidad que permite crear un nuevo evento

Rellenar el formulario de manera satisfactoria

Publicar el contenido correctamente

Recompensa y aumento de puntuación como usuario.

# 3. Ideación

---

Organización de la información

Diagramación

# Inventario

---

En esta fase del proceso de diseño necesitamos definir la estructura de la interacción que permita conseguir los objetivos de nuestros usuarios, concretar los contenidos que debe tener nuestro servicio y definir tanto la organización como la nomenclatura de estos contenidos.

Por ello, en primer lugar realizamos un inventario de todos los **contenidos esenciales que debe incorporar el producto** sobre la base de información que hemos obtenido en las fases previas.

## Requisitos de la app

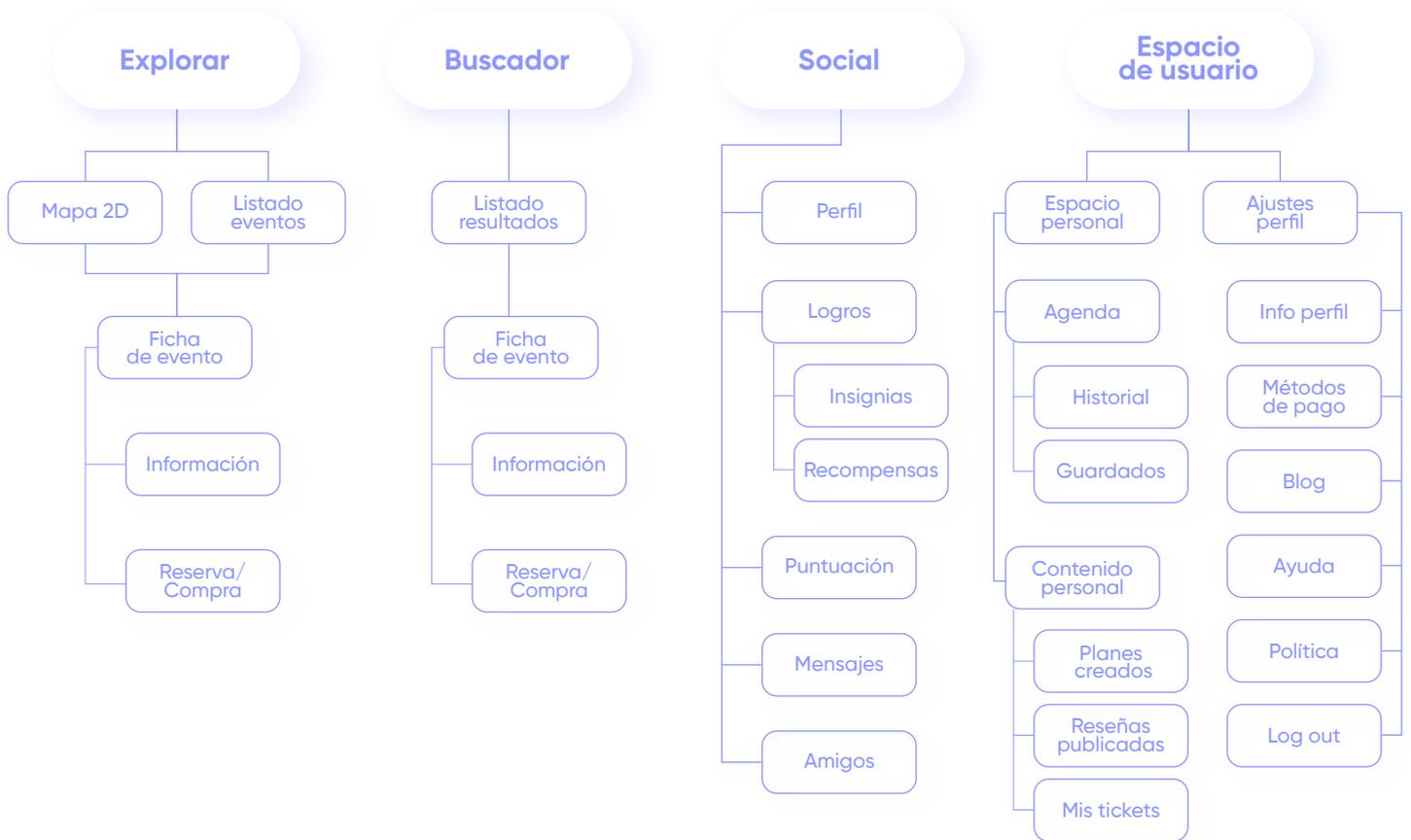
- Buscador
- Agenda personal de usuario
- Contenidos favoritos
- Historial de contenidos
- Listado de contenidos
- Información de contenidos
- Mapa de la ciudad
- Venta de entradas / reservas
- Gestión de entradas / reservas
- Proceso de pago
- Modos de visualización
- Puntuación de usuarios
- Insignias / Recompensas
- Chat de usuarios
- Perfiles de usuarios
- Publicación de contenidos
- Perfil de usuario



# Arquitectura de la información

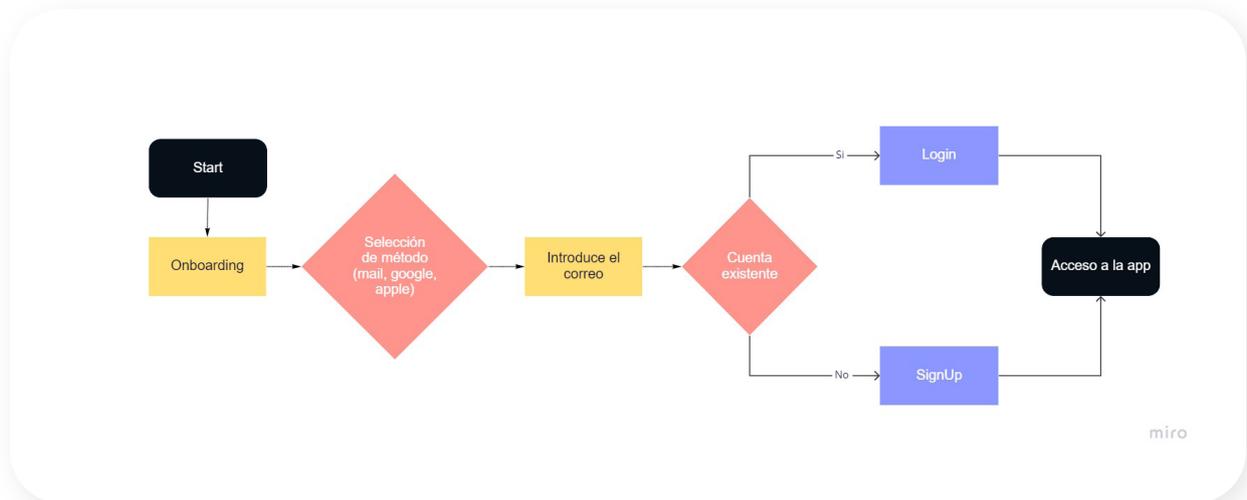
A partir de los resultados analizados se crea el mapa de la aplicación de la información donde **quedan organizados y etiquetados todos los contenidos**.

## Mapa de la app

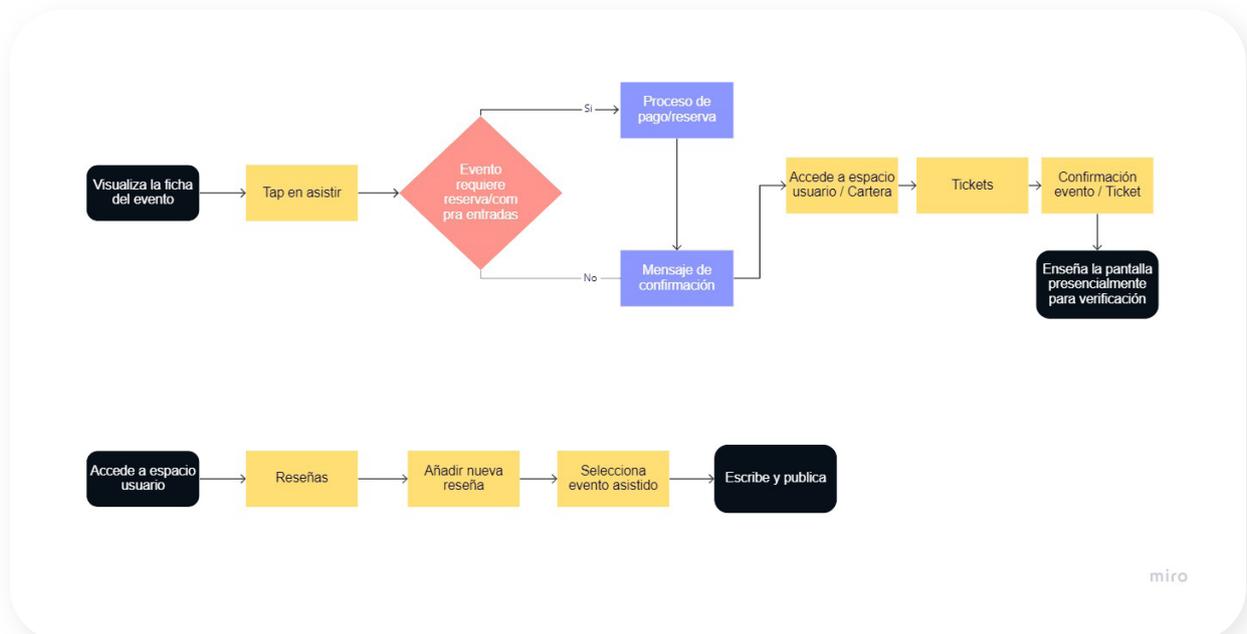


## Diagramas de flujo

### Acceso a la app



### Asistir a evento y publicar reseña



## Ver detalles de evento



miro

## Publicar un evento



miro

Las imágenes son capturas de pantalla extraídas de Miro.

# 4. Prototipado

---

Wireframes

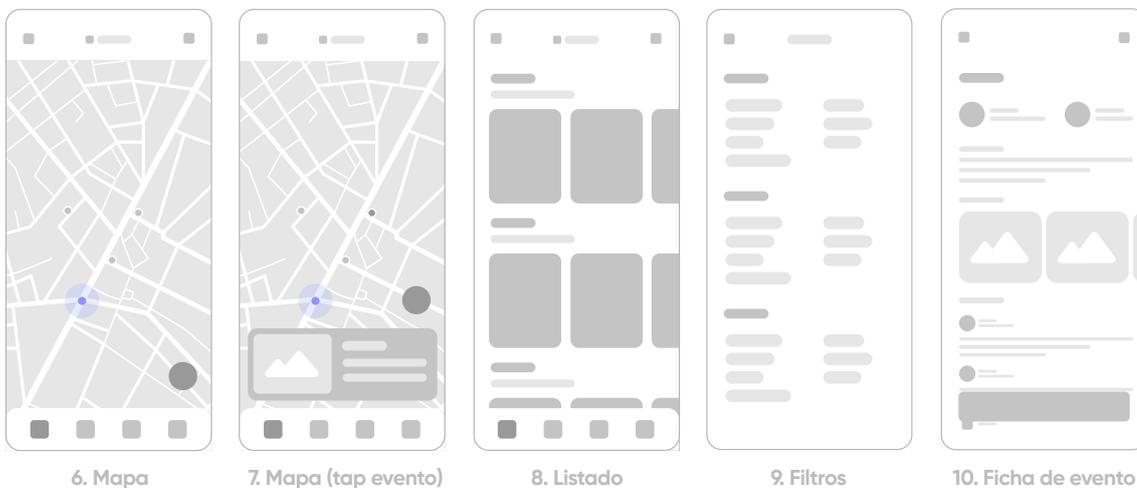
Pantallas finales

Prototipo interactivo

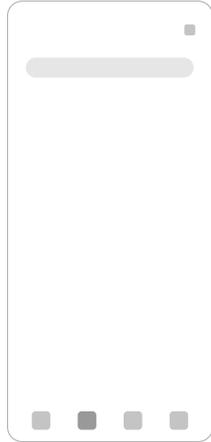
# Prototipado low-fi

Los primeros prototipos de baja fidelidad **representan la estructura e interacción del producto**, y nos permiten tener una primera idea de la **estructura y funcionalidades generales de la app**.

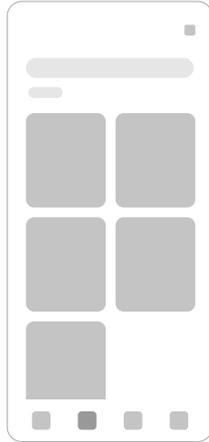
Onboard  
+ Login



## Buscador



11. Buscador



12. Resultados búsqueda



13. Filtros búsqueda



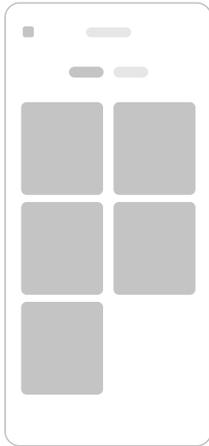
14. Ficha de evento



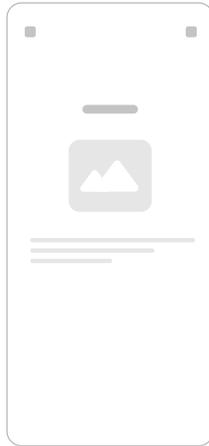
15. Confirmación



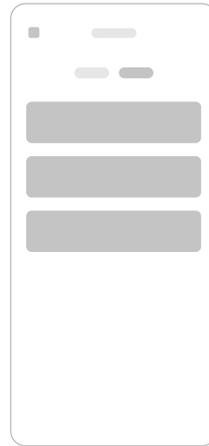
16. Menú social



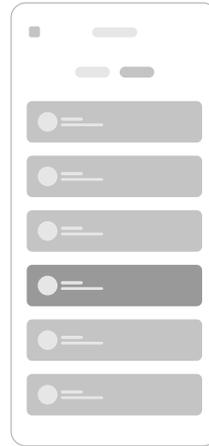
17. Insignias



18. Detalle insignia



19. Recompensas



20. Puntuaciones

## Social



Prototipos creados  
con Figma

[Ver proyecto](#)

## Espacio de usuario



21. Pantalla principal



22. Ajustes app

# Prototipado hi-fi



←

## Bienvenido a Neiva

Nombre

**Pablo Garcia**

Contraseña

.....

Registrarse

Sign Up

←

## Introduce tu email

Tu email

**usuario@email.com**

Continuar con email

Login

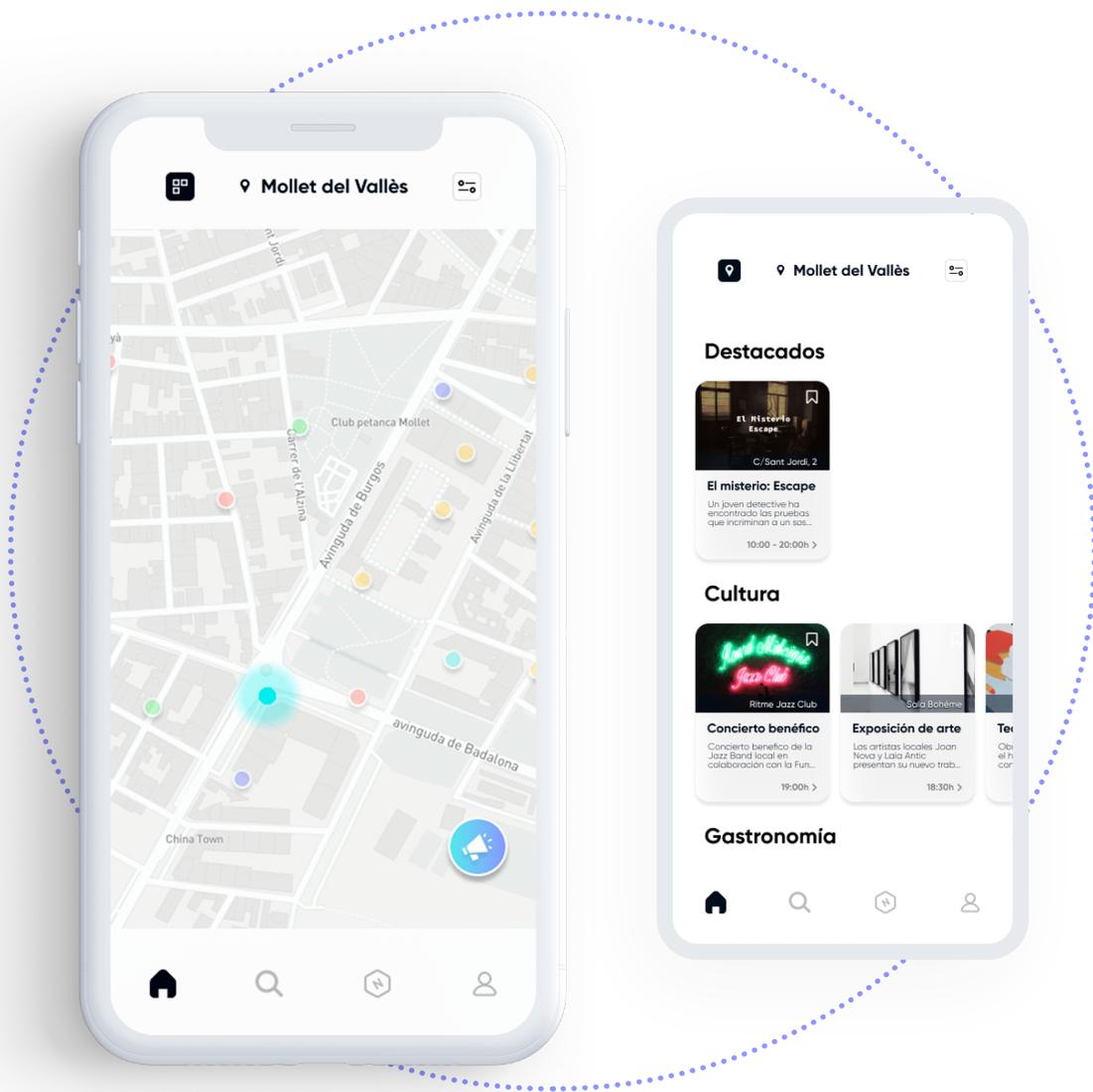
←

## ¡Hola de nuevo Pablo!

Contraseña

.....

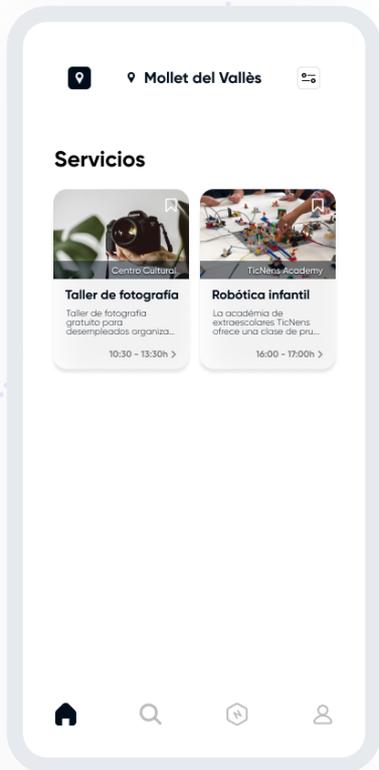
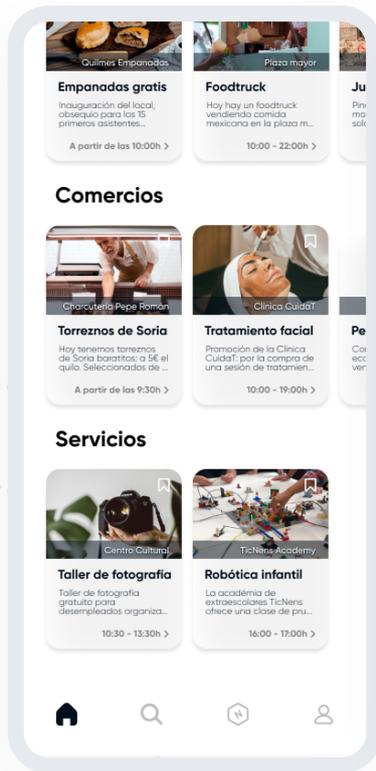
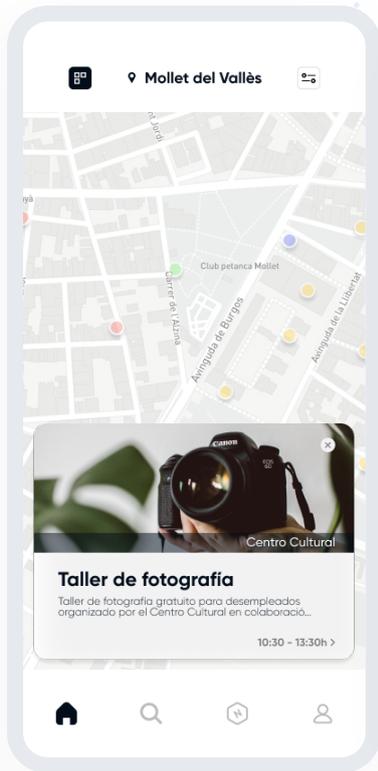
Iniciar sesión



## Explorar

Esta es la pantalla principal (Home) de la app.

Disponemos de dos modos de visualización: Mapa o Listado. El usuario puede explorar libremente los pines del mapa, utilizar el menú de filtros y visualizar contenidos por categorías. Además cuenta con la funcionalidad para poder añadir un nuevo evento en el mapa o valorar nuevas incorporaciones por parte de otros usuarios.

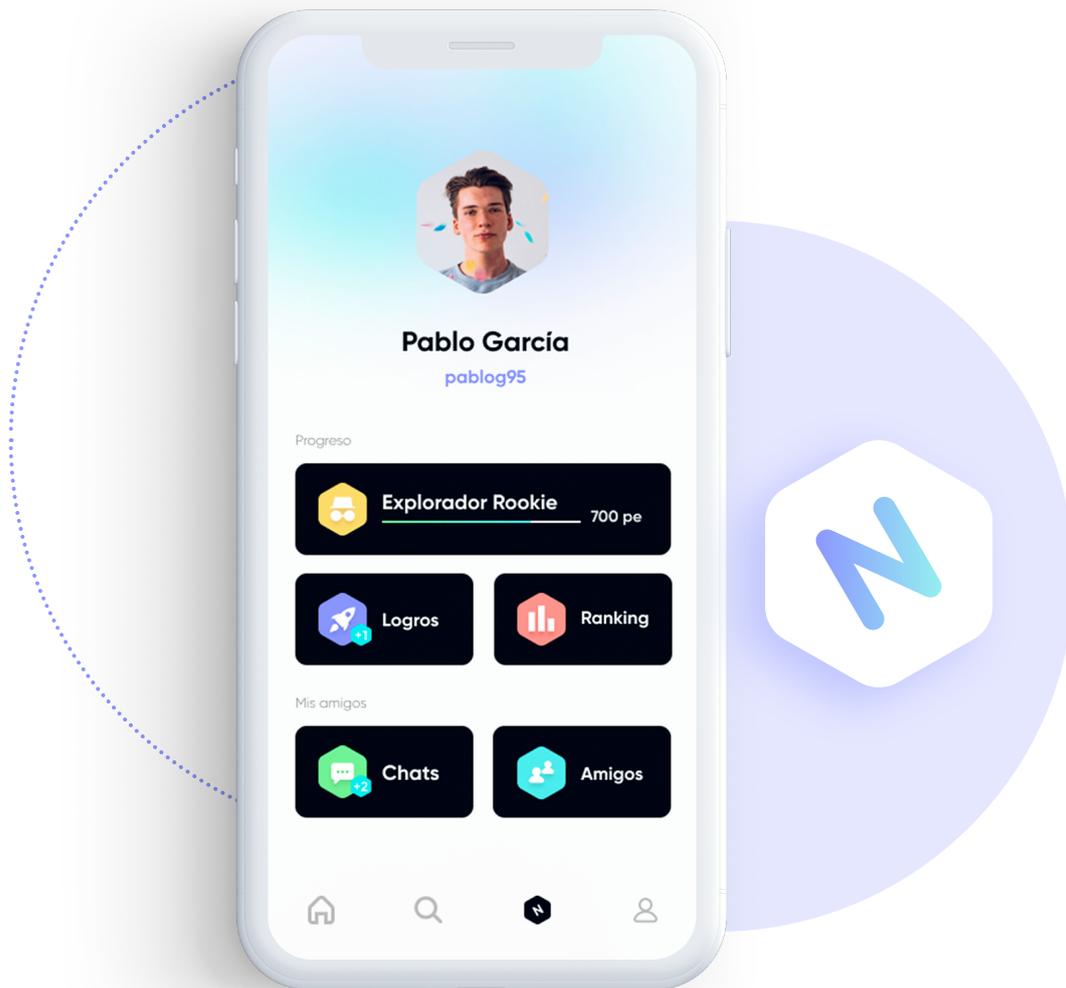


Resultados



## Buscador

A través de esta pantalla podemos obtener resultados rápidos basados en palabras clave, nombres específicos, etc. De la misma manera que en *Explorar*, también contamos con la posibilidad de añadir filtros para acotar los resultados de la búsqueda.



## Social

---

A través del menú social, accedemos a todas las funcionalidades relacionadas con la interacción social entre usuarios y el sistema de gamificación.

Podemos visualizar el progreso individual mediante niveles que aumentan a través del uso y la participación en eventos, así como los logros y recompensas obtenidos, la clasificación en comparación con nuestros amigos, así como chatear y visualizar o añadir nuevos amigos en Neiva.

**Mis logros**

Insignias Recompensas

Progreso actual

- Foodie Rookie** (Gastronomía) 02/04
- Megáfono de hojalata** (Especial Neiva) 02/04
- Melómano Rookie** (Cultura) 01/04
- Comprador Rookie** (Comercios) 01/04
- Popular en el barrio** (Especial Neiva) 10/20

**Melómano**

**Melómano Rookie**

Categoría: **Cultura**

Descripción: ¡Sonido fresco para tus oídos: has asistido a más de un evento musical en tu ciudad ¡Oh Yeah!

Siguiente reto: Asiste a más de 4 eventos musicales para convertirte en Melómano Casual.

Progreso: 01/04

Conseguida el día 28 de febrero de 2021

Siguiente reto: Publica más de 4 alertas para conseguir el Megáfono de Aluminio.

Progreso: 02/04

Conseguida el día 25 de febrero de 2021

**Foodie**

**Comprador Rookie**

Categoría: **Comercios**

Descripción: El consumo de productos locales beneficia la economía local. Ahora eres un Comprador Local, y tus acciones están ayudando a tu entorno.

Siguiente reto: Asiste a más de 4 comercios locales para convertirte en un Comprador Novato.

Progreso: 01/04

Conseguida el día 25 de febrero de 2021

**Ranking**

Semanal Global

- Juan Llamas 380 pe
- Berta Fernandez 375 pe
- Dani Pietro 365 pe
- Susana Carrera 360 pe
- Pablo Garcia 350 pe
- Jaime Merino 330 pe
- Sergio Valle 310 pe

**Cupón descuento**

**15% de descuento** En la compra de entradas para espectáculos.

**15% de descuento en tu próxima entrada**

Categorías válidas: **Cultura** **Especiales**

Descripción: Consigue un descuento exclusivo del 15% en el precio al comprar cualquier entrada para eventos culturales o espectáculos a través de la aplicación Neiva.

Podrás seleccionar y aplicar el descuento durante el proceso de compra. No aplica a los gastos de gestión.

Válido hasta el 31 de diciembre de 2021

**Ranking**

Semanal Global

- Elena Moreno 4.5k pe
- Jaime Merino 3.1k pe
- Sergio Valle 2.4k pe
- Juan Llamas 1.7k pe
- Mike Pedrosa 950 pe
- Pablo Garcia 800 pe
- Dani Pietro 650 pe

**Foodie**

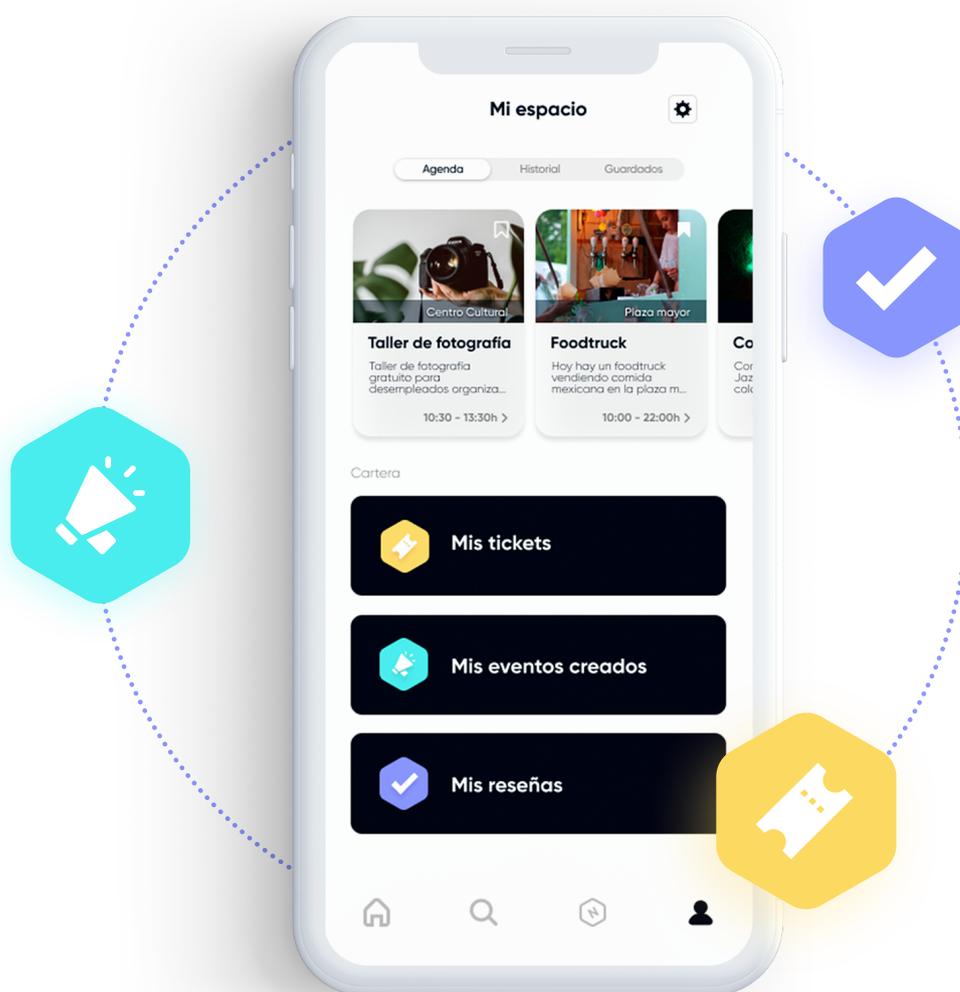
**Foodie Rookie**

Categoría: **Gastronomía**

**Mis logros**

Insignias Recompensas

**15% de descuento** En la compra de entradas para espectáculos.

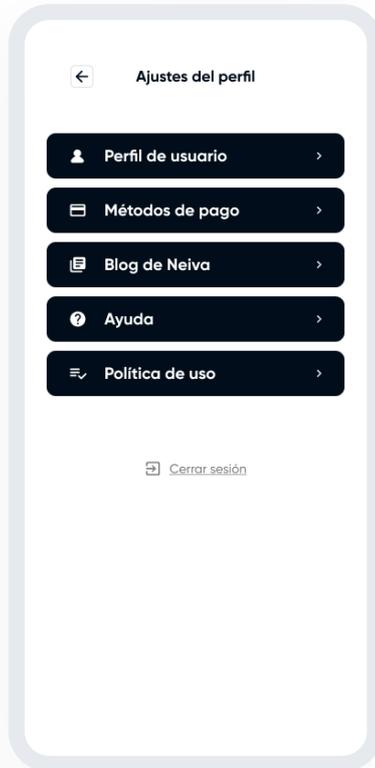
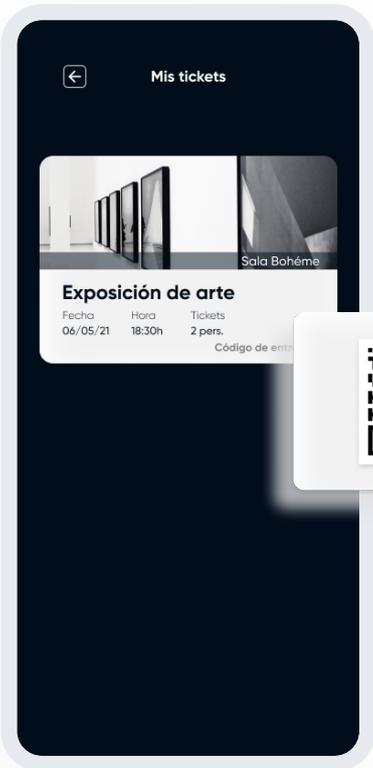
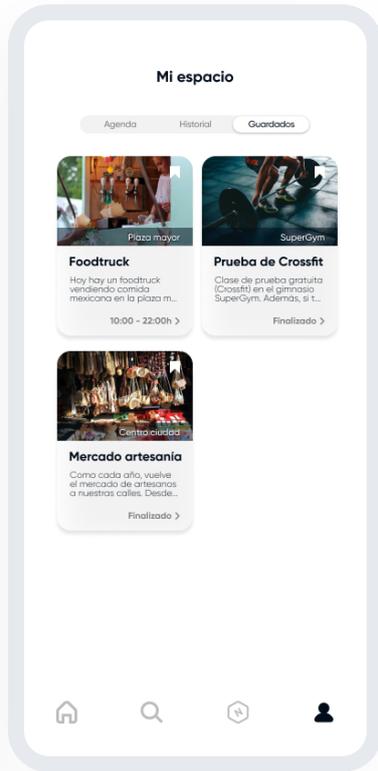
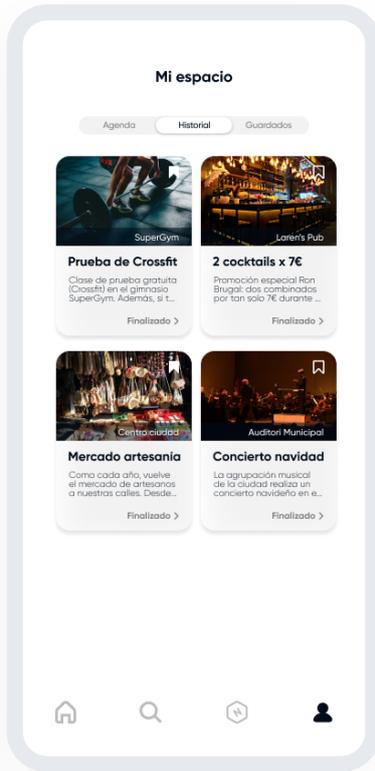
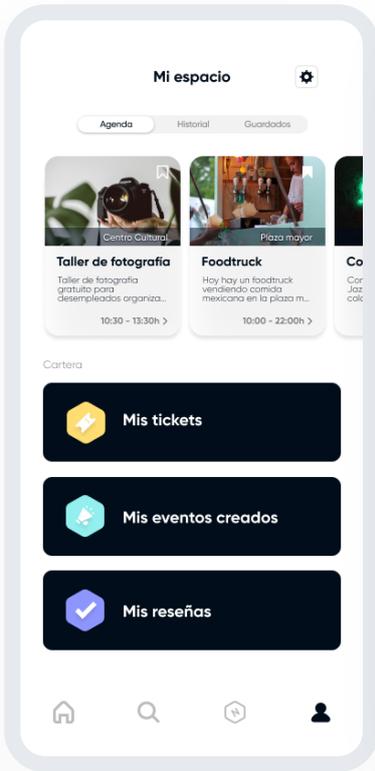


## Espacio del usuario

Mediante este menú, el usuario cuenta con funcionalidades variadas. En primer lugar, cuenta con un espacio de organización (agenda) donde consultar los eventos a los que va a asistir, el historial de asistidos y los eventos marcados o guardados como favoritos.

Por otro lado, cuenta con una cartera donde consultar las entradas o tickets disponibles, los eventos que ha creado el mismo usuario y las reseñas que ha publicado.

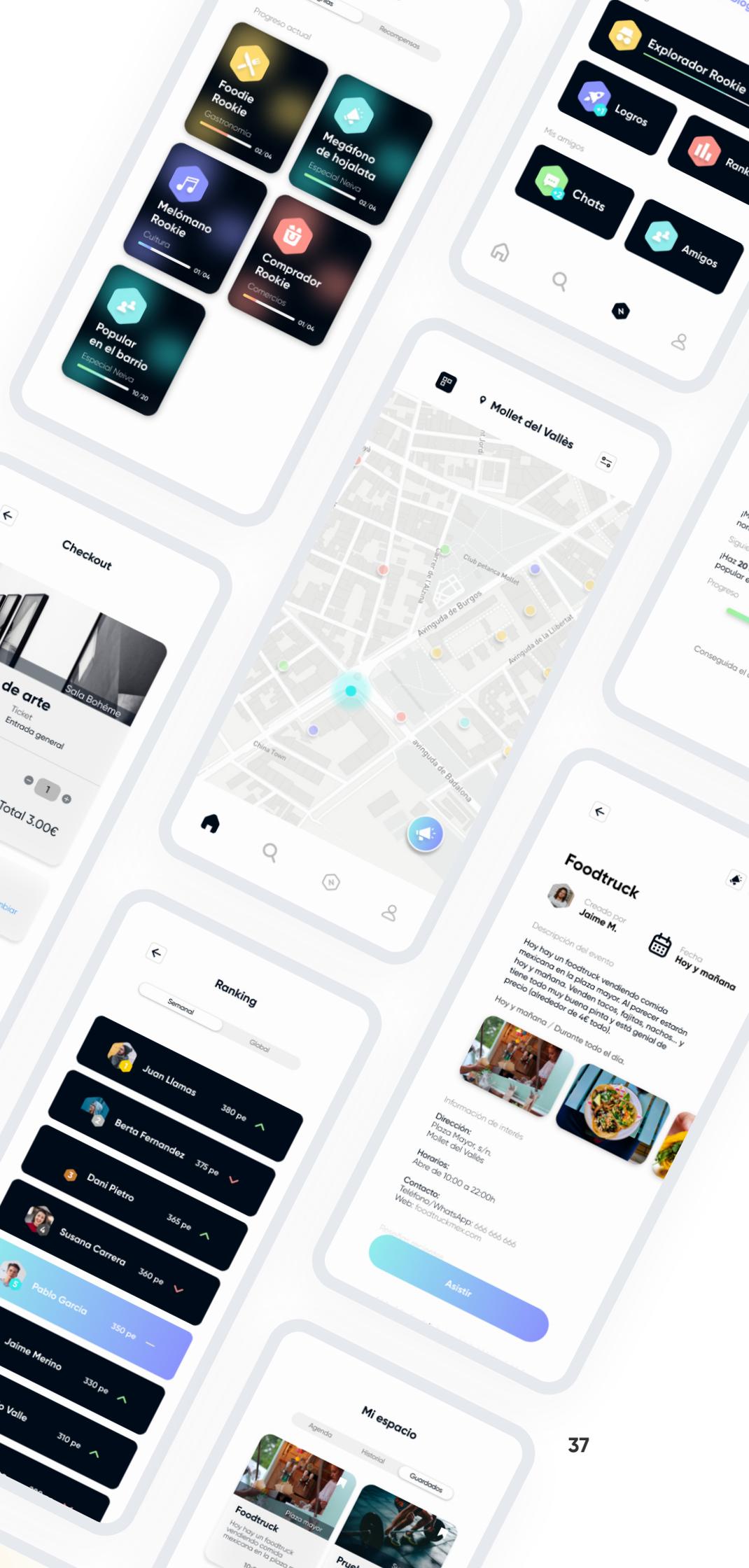
Por último, cuenta con un botón en la parte superior derecha donde acceder a los ajustes de la aplicación, desde donde podrá configurar su perfil, añadir métodos de pago, entre otras posibilidades.



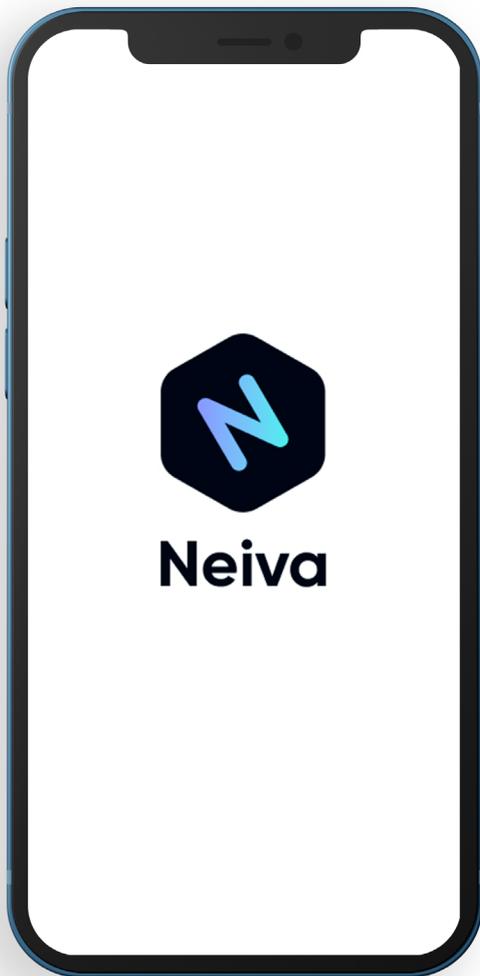


Neiva

ver el proyecto



# Prototipo interactivo



Prototipo creado  
con Figma

Acceder a Neiva

# 5. Guía de estilo

---

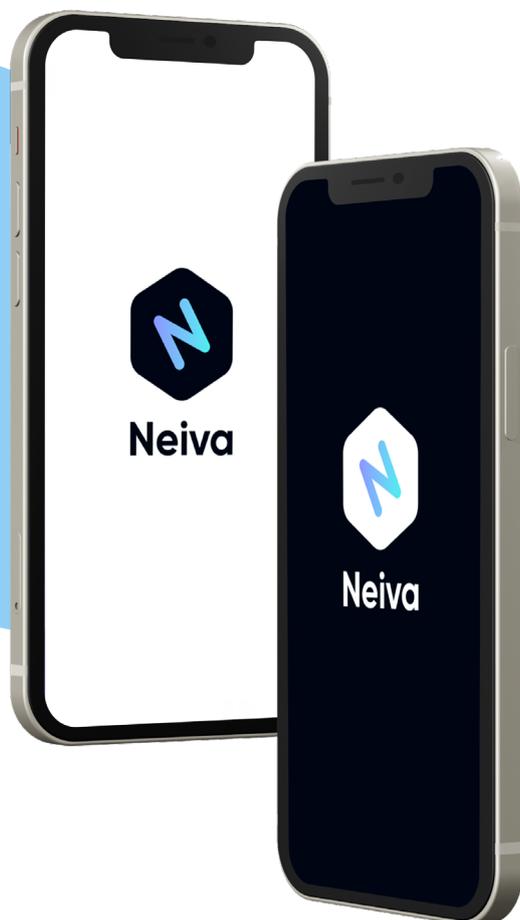
Naming

Logotipo

Tipografía

Gama Cromática

Elementos gráficos



## Neiva

---

El nombre **Neiva** proviene de la pronunciación de la palabra "Neighbour", que en inglés significa vecino o vecina.

Según la real academia de la lengua española, la palabra vecino es un adjetivo que define a todo aquel que habita con otros en un mismo pueblo, barrio o casa, así como también se trata de una palabra asociada a la cercanía, lo próximo o lo inmediato en cualquier línea.

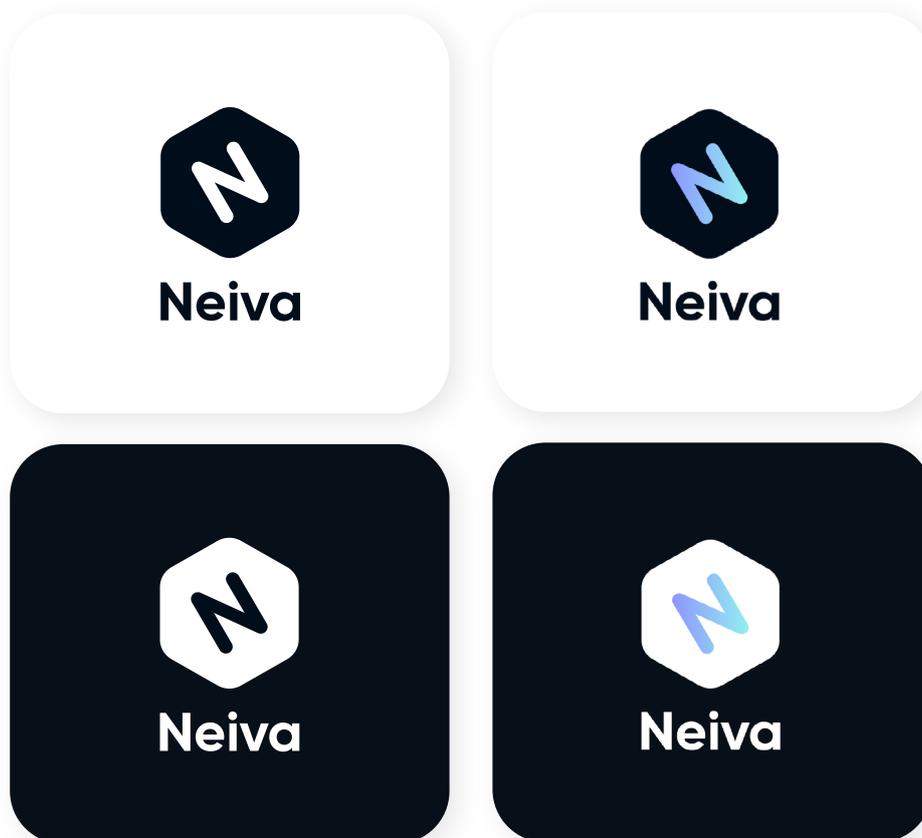
## Logotipo Neiva

Se trata de un logotipo sencillo compuesto por un **isotipo hexagonal** y un **logotipo** con la palabra Neiva.

Se pretende mostrar un **elemento simple** y **minimalista** que pueda ser visualizado de manera óptima en pantallas.



### Versiones



# **Gilroy**

Light

Regular

Medium

**Bold**



Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

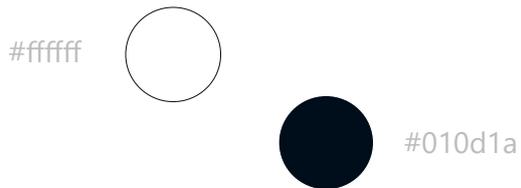
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789

Gilroy es una sans serif moderna con un toque geométrico que funciona de manera muy eficaz en pantallas, sobre todo para diseño web y corporativo. Fue diseñada por Radomir Tinkov en 2016 con funciones OpenType. <https://www.tinkov.info/gilroy.html>

# Colores

## Principales



## Secundarios



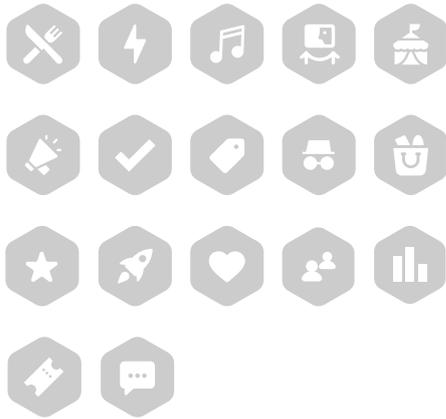
# Gradientes



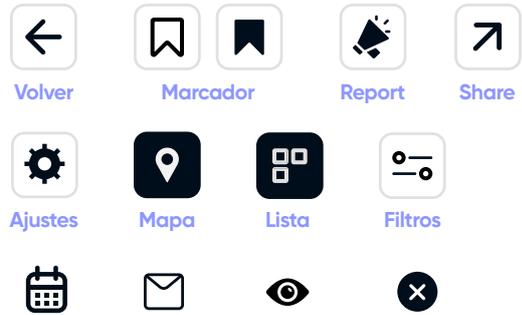
El objetivo es conseguir un **diseño moderno y minimalista**, pero a su vez crear una composición viva creando detalles con la variedad cromática escogida.

# User Interface

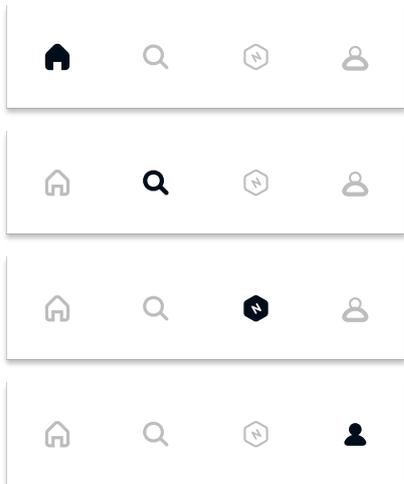
## Iconos / Insignias



## Iconos botón



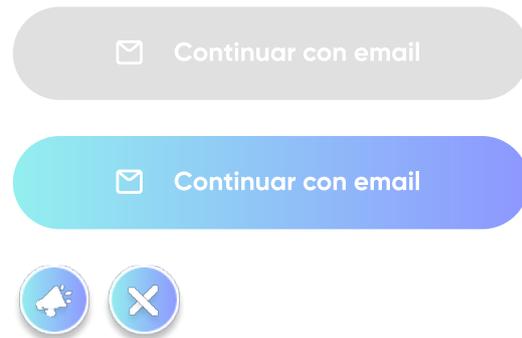
## Menú



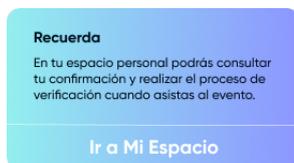
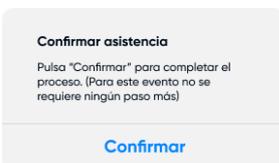
## Tabs



## Botones



## Mensajes / Alertas



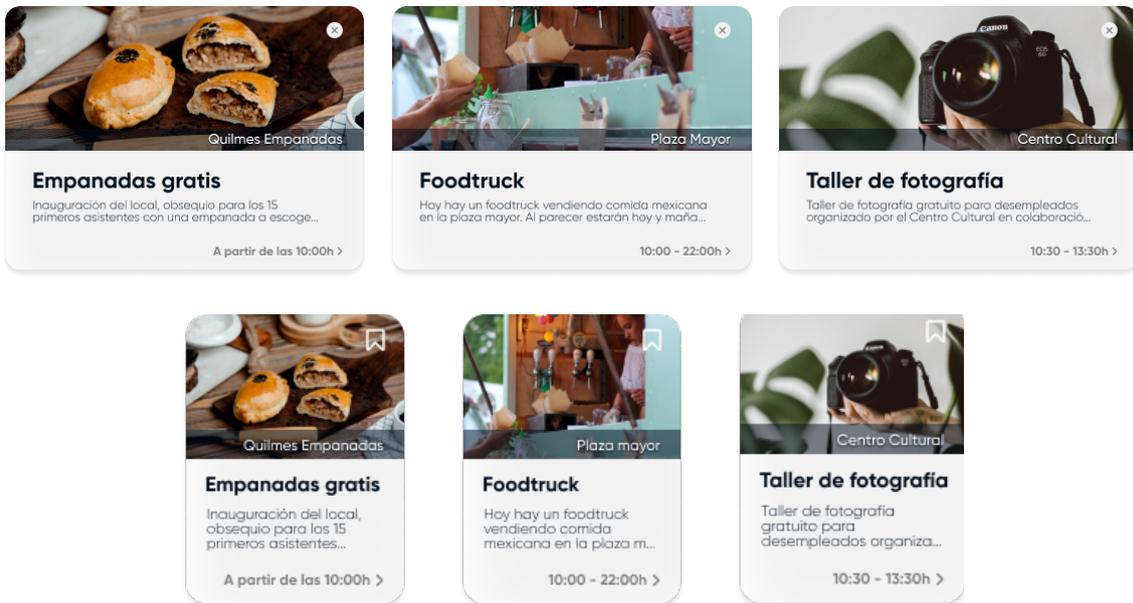
## Fichas de insígnia



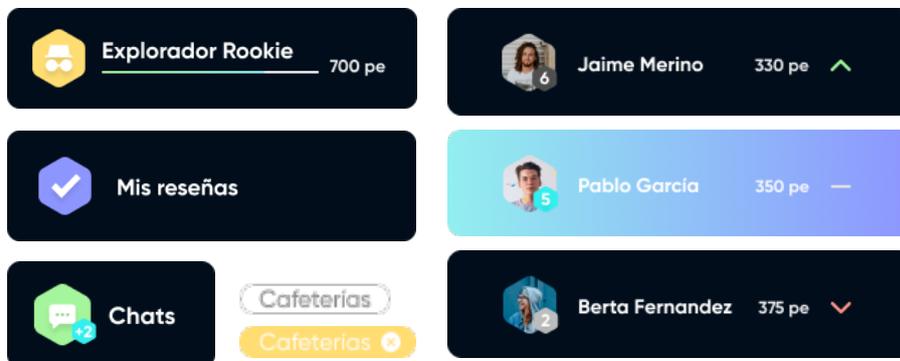
## Ficha de recompensas



## Fichas de evento



## Otros



# Layout



## Frame

Iphone 11 Pro: **375x812px**

Grid: **25px**

Columnas: **15**

Diseño modular

# 6. Validación



Test de usuarios

# Testing & Resultados

Se ha realizado un [primer testeo](#) con 3 usuarios reales, para obtener un feedback que permita iterar en el diseño y corregir problemas en un futuro desarrollo de Neiva. Con este testeo, los usuarios valoraron las diferentes funcionalidades de la aplicación, así como el diseño de la interfaz y la usabilidad experimentada.

## Resultados del test

|   | Usuario 1 | Usuario 2 | Usuario 3          |
|---|-----------|-----------|--------------------|
| Encontrar eventos                           | 😊         | 😄         | 😊                  |
| Visualizar detalles de un evento            | 😄         | 😄         | 😄                  |
| Pasos para completar una reserva/asistencia | 4         | 4         | 9<br>(con filtros) |
| Proceso de pago                             | 😊         | 😄         | 😐                  |
| Visualizar logros/recompensas               | 😊         | 😄         | 😄                  |
| Navegación de la app                        | 😊         | 😄         | 😊                  |
| Legibilidad                                 | 😐         | 😄         | 😐                  |
| Diseño gráfico                              | 😄         | 😄         | 😄                  |

🤯 Muy complicado; 😐 Poco difícil; 😊 Sencillo; 😄 Muy sencillo e intuitivo.

## Comentarios de los usuarios

### Sobre la idea

"Creo que sin duda esta app **podría ser de utilidad actualmente.**"

"Sería una **buena idea para una startup.**  
Todos queremos descubrir y hacer cosas en nuestra ciudad."

"Idea novedosa y actual. **Necesario para impulsar pequeños negocios que se están viendo obligados a cerrar por el covid.** Me resulta divertido y genera interés el hecho de ir **coleccionando logros y comunicarte con amigos como si fuese un juego.**"

### Sobre el diseño

"Es minimalista, intuitiva y sencilla de utilizar, a la vez que **visualmente la interfaz es muy moderna y atractiva.**"

"El diseño es muy **etéreo.**"

"Me gusta la limpieza y minimalismo en el uso de elementos. Además **los colores no distraen ni desentonan** con el resto de contenidos."

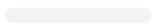
### ¿Qué mejorarías?

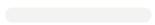
"Creo que la propuesta está muy bien y plantea características innovadoras como el ranking y la sección de puntos."

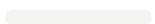
"Quizá **ajustaría algunos textos** para facilitar más la lectura."

"**Mejoraría la legibilidad de algunos textos**, sobre todo los que contienen gris claro, me cuesta leerlos. **El icono del menú social me ha costado entenderlo, quizá debería acompañar con texto** los iconos del menú. **El área de los taps, debería ser más grande** para clicar bien con los dedos."

### ¿Cómo valoras la experiencia?

Mal diseño / Mala Experiencia  0%

Mal diseño / Buena Experiencia  0%

Buen Diseño / Mala Experiencia  0%

Buen Diseño / Buena Experiencia  100%



## ¿Y ahora qué?

A partir de las observaciones y los resultados procedentes de las evaluaciones de los usuarios, debemos realizar ajustes para perfeccionar el diseño, como por ejemplo revisar la legibilidad de los textos, actualizaciones en el diseño de algunos elementos y ampliar las funcionalidades presentadas que todavía no están disponibles.

El producto presentado hasta ahora es un MVP de Neiva. Para lograr el producto definitivo, debido a este proceso de diseño, debemos seguir iterando en el proceso de diseño para mejorar la aplicación.

## Referencias

# Bibliografía



- Mor, E. [Enric]. Giménez, F. [Ferran]. Monjo, T. [Tona]. Tesconi, S. [Susana]. *Design Toolkit* [recurso de aprendizaje]. Recuperado del Campus de la Universitat Oberta de Catalunya. <https://design-toolkit.recursos.uoc.edu/>
- Lázaro, A. M. (1996). La conducta pro-social. *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=119468>
- *Meetup: An App to Discover People*. (2020, 25 agosto). MobileAppDaily. <https://www.mobileappdaily.com/app-review/meetup-app#:~:text=Here%20we%20conclude%20our%20Meetup,some%20of%20your%20favorite%20things>
- *Acerca de Meetup - Meetup*. (s. f.). Meetup. <https://www.meetup.com/es-ES/about/>
- *Foursquare City Guide*. (2012, 6 mayo). En Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Foursquare\\_City\\_Guide](https://en.wikipedia.org/wiki/Foursquare_City_Guide)
- *Qué hacer y ver en Barcelona | Fever*. (s. f.). Fever. [https://feverup.com/barcelona?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=home\\_bcn&gclid=CjwKCAiA4rGCBhAQEiwAelVti-ETxWqjoWCCV7Y-sHsowu3uBzVLDjQfOQoQUaHINJv1-MuvD6EcBoCQ8YQAvD\\_BwE](https://feverup.com/barcelona?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=home_bcn&gclid=CjwKCAiA4rGCBhAQEiwAelVti-ETxWqjoWCCV7Y-sHsowu3uBzVLDjQfOQoQUaHINJv1-MuvD6EcBoCQ8YQAvD_BwE)
- Goklani, B. (2020, 21 febrero). *How to Make Your Event App As Big As Eventbrite?* MindInventory. <https://www.mindinventory.com/blog/how-to-make-your-event-app-as-big-as-eventbrite/>
- *Eventbrite*. (2019, 15 febrero). En Wikipedia, la enciclopedia libre. <https://es.wikipedia.org/wiki/Eventbrite>
- *Time Out*. (2018, 9 abril). Time Out About. <https://www.timeout.com/about/time-out-group>
- Plim, A. J. M. (2020, 3 abril). *Time Out | Best Things To Do and Events In Cities Worldwide*. Time Out Worldwide. <https://www.timeout.com/>
- *Yelp*. (s. f.). Yelp. <https://www.yelp.es/barcelona>
- *Funcionalidades de Google Maps*. (2020, 13 octubre). Adentity. <https://www.adentity.es/funcionalidades-de-google-maps/>
- Google Maps. (s. f.). Google Maps. <https://www.google.es/maps/>
- *ES Press Center | About TripAdvisor*. (s. f.). MediaRoom. <https://tripadvisor.mediaroom.com/es-about-us>

- Casas, S. (2020, 13 abril). Gemma Prenafeta: "Sharify conecta la gente y el ocio a través de una app". *Metropoli Abierta*. [https://www.metropoliabierta.com/economia/gemma-prenafeta-sharify-app-gratuita\\_26135\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/economia/gemma-prenafeta-sharify-app-gratuita_26135_102.html)
- Vernia, S. M. (2020, 18 septiembre). *Cómo diseñar un buscador internet de productos con UX óptimo*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/como-hacer-el-diseno-ux-del-buscador-de-productos-para-un-mobile-ecommerce-analitica-usabilidad/>
- García, A. (2021, 22 marzo). *Tendencias de diseño de aplicaciones móviles de 2021*. *Armadillo Amarillo*. <https://www.armadilloamarillo.com/blog/tendencias-de-diseno-de-aplicaciones-moviles-de-2021/>
- 99designs Team. (2020, 2 diciembre). *9 top app design trends for 2021*. 99designs. <https://99designs.es/blog/trends/app-design-trends/>
- Malewicz, M. (2020, 22 noviembre). *Neumorphism in user interfaces* - UX Collective. Medium. <https://uxdesign.cc/neumorphism-in-user-interfaces-b47cef3bf3a6>
- Mujica, A. (2020, 6 diciembre). *10 tendencias UX y UI que marcarán un antes y un después tu 2021*. <https://www.crehana.com>. <https://www.crehana.com/es/blog/diseño-gráfico/tendencias-ux-ui/>
- *Gilroy Free Font / Tinkov*. (2016). Tinkov. <https://www.tinkov.info/gilroy.html>
- *Optimalsort by Optimal Workshop*. (2021, abril). Card Sorting realizado. <https://6i6a8f3r.optimalworkshop.com/optimalsort/sp5i18de>

## Referencias

# Software



- Adobe Inc. (2019). Photoshop CC (20.0.3) [programa]
- Adobe Inc. (2019). Illustrator CC (23.1) [programa]
- Adobe Inc. (2021) InDesign CC (16.1) [programa]
- Adobe Inc. (2019) After Effects CC (16.0.1) [programa]
- *Meetup: eventos locales* (4.27.11). (2021). [Aplicación para Android]. Meetup. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.meetup&gl=ES>
- *Bluestacks* (4.280). (2021). [Emulador Android]. Bluestacks. <https://www.bluestacks.com/es/index.html>
- *Foursquare*. (2020). [Software]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.joelapenna.foursquared&gl=ES>
- *Fever* (5.4.30). (2021a). [Aplicación para Android]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.feverup.fever&gl=ES>
- *Eventbrite* (8.5.1). (2021). [Aplicación para Android]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.eventbrite.attendee&gl=ES>
- *Yelp*. (2021). [Aplicación para Android]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yelp.android&gl=ES>
- *Google Maps*. (2021). [Software]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.maps&gl=ES>
- *Tripadvisor* (39.6). (2021a). [Aplicación para Android]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tripadvisor.tripadvisor&gl=ES>
- *Sharify* (1.3.90). (2021). [Aplicación para Android]. Google Play. <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.sharifyapplabs.sharify&gl=ES>
- *Figma*. (2021). [Herramienta de Diseño de Interfaces]. Figma. <https://www.figma.com/files/project/29430851/Wireframes?fuid=789440492991733361>
- *Miro*. (2021). [Online Whiteboard for Visual Collaboration]. Miro. <https://miro.com/app/dashboard/>
- Lim, J. [Jiho]. (2021) *Mobbin Design*. [website]

## Bibliografía

# Recursos

—

Todo el contenido gráfico es de creación propia, a excepción de los siguientes recursos:

- Mockup Iphone Clay.  
S. (2019, 7 diciembre). *iPhone X Clay Mockup PSD*. Best Free Mockups. <https://www.freemockupworld.com/iphone-x-clay-mockup-psd/>
- Imágenes de arquetipos. (pág. 15, 16)  
Freepik Company S.L. (2021). *Freepik*. <https://www.freepik.es/>
- Mockup Iphone. (pág. 38, 40)  
R. (2020b, noviembre 6). *iPhone 12 Mockup in different colors*. Designersrepo. <https://designersrepo.com/iphone-12-mockup-in-different-colors/>
- Emojis. (pág. 48)  
*Apple Emoji Faces, Emoji Pictures*. Emoji Island. <https://emojiisland.com/pages/free-download-emoji-icons-png>
- Fotografías e imágenes utilizadas para el prototipado:  
Getty Images. (2021). *Unsplash*. <https://unsplash.com/>
- Iconos utilizados para las insignias. (pág. 44: Iconos / Insignias)  
Freepik Company S.L. (2021). *Flaticon*. <https://www.flaticon.com/>



**Neiva**

---

ALUMNO

**David Rodríguez Martínez**

TRABAJO FINAL DE GRADO

**Diseño y creación digital**

2020/2021

**Universitat Oberta de Catalunya**

LICENCIA

**Creative Commons Atribución  
No Comercial, Sin Derivadas  
(CC BY-NC-ND)**