TRABAJO FIN DE MÁSTER

Universitat Oberta de Catalunya

Combatir la soledad en los millennial potenciando una red sólida de amistades

CARMEN BLANCO TILVE

Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario

Tutor: Andrés González Fernández

Profesores responsables: Ferran Gimenez Prado, Enric Mor Pena

ENERO DE 2022

Esta obra esta sujeta a una licencia de
Reconocimiento - No-Comercial-Sin-Obra

Derivada 3.0 España de Creative Commons

Ficha de trabajo

Título del trabajo	Combatir la soledad en los millennial potenciando una red sólida de amistades
Nombre del autor	Carmen Blanco Tilve
Nombre del director/a	Andrés Fernández González
Nombre del PRA	Ferran Gimenez Prado, Enric Mor Pena
Fecha de entrega (mm/aaaa)	01/2022
Titulación	Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario
Idioma del trabajo	Castellano
Palabras clave	diseño centrado en el usuario, millennial, soledad

Resumen

Según un estudio realizado por YouGov, el 30% de los **millennials se sienten siempre o a menudo solos.** [1]

Llama la atención que esta generación hiperconectada tenga estos valores de soledad, pero los datos muestran que carecen de amistades en las que se establezcan fuertes lazos emocionales.

Los millennials prefieren conectarse a través de las redes sociales en lugar de hacerlo cara a cara, ya que requiere menos esfuerzo y tienen comentarios inmediatos.

Además, si lo sumamos a las consecuencias de la pandemia en la que la soledad prolongada y la falta de contacto presencial, la calidad de sus relaciones se ha deteriorado aún más.

Este sentimiento de soledad genera efectos negativos como la depresión o la ansiedad, por lo que a través del desarrollo de esta aplicación buscamos utilizar la tecnología como una herramienta que potencia una red sólida de amigos y reduzca los niveles de esta pandemia silenciosa: la soledad.

Abstact

*According to a study carried out by YouGov, 30% of **millennials always or often feel lonely.** [1]*

It is striking that this hyper-connected generation has these values of loneliness, but the data shows that they lack friendships in which strong emotional ties are established.

Millennials prefer to connect through social media rather than face-to-face, as it requires less effort and they have immediate feedback.

In addition, if we add it to the consequences of the pandemic in which prolonged loneliness and lack of face-to-face contact, the quality of their relationships has deteriorated even more.

This feeling of loneliness generates negative effects such as depression or anxiety, so through the development of this app we seek to use technology as a tool that enhances a solid network of friends and reduces the levels of this silent pandemic: loneliness.

Índice

01. INTRODUCCIÓN 7
1.1 Contexto y justificación del trabajo 7
1.2 Objetivos del trabajo 10
1.3 Enfoque, etapas y método a seguir 11
1.4 Planificación del trabajo 13

02. DESCUBRIR 14
2.1 Desk Research 15
2.2 Benckmarking 19
2.3 Entrevista 24
2.4 Insights 28

03. DEFINIR 30
3.1 Personas, escenarios y user journeys 31
3.2 Definición del problema y solución 36
3.3 Lean UX 37

04. DISEÑAR 38
4.1 Requisitos 39
4.2 Card Sorting 41
4.3 Árbol de contenidos y diagrama de flujos 43
4.4 Sketching 46
4.5 Wireframes 47
4.6 Prototipado 48

05. EVALUAR 54
5.1 Evaluación heurística 55
5.2 Recorrido cognitivo 59
5.3 Test con usuarios 61
5.4 Mejoras aplicadas 65

06. CONCLUSIONES 67

BIBLIOGRAFÍA 69

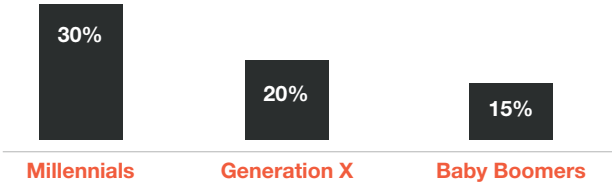
INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto y justificación del trabajo

Si naciste entre 1981 y 1993, eres miembro de la generación que se siente más sola: los millennials.

Según un estudio llevado a cabo por YouGov [1], un **30% de los millennials se sienten siempre o a menudo solos,** mientras que solo un 20% de la Generación X y un 15% de los Baby Boomers sienten lo mismo con la misma frecuencia.

Por lo que el sentimiento de soledad está aumentando en las nuevas generaciones.



En parte esa soledad se debe a la falta de amistades. Los datos indican que en los millennials [1]:

25% NO TIENE **CONOCIDOS**

22% NO TIENE **AMIGOS**

27% NO TIENE **AMIGOS CERCANOS**

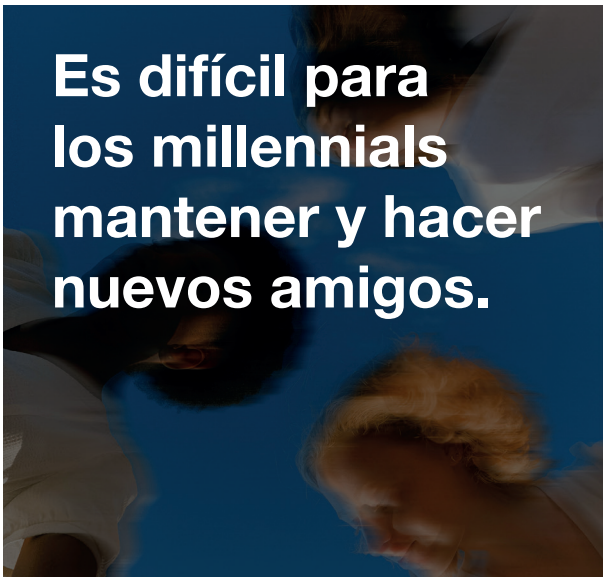
30% NO TIENE **MEJORES AMIGOS**

Llama la atención que **la generación de las redes sociales,** se sienta tan sola: una generación hiperconectada que **establece menos lazos en el mundo real.**

Menos amistades a partir de los 25

Un estudio realizado por la Universidad Aalto y Universidad de Oxford [3], muestra que **a los 25 años es cuando llegamos al máximo número de amigos/conexiones sociales.** A partir de esa edad, se empiezan a perder rápidamente.

Por otro lado, según Francesc Núñez, Profesor de los Estudios de Artes y Humanidades en la UOC [3], "a medida que te haces mayor te vas definiendo, y como la amistad normalmente funciona entre iguales, **cada vez son menos los "iguales" que encuentras en el mundo".**



La pandemia ha dañado nuestras relaciones personales

Las restricciones han conllevado un aislamiento social en el que hemos reducido nuestro círculo de amistades.

Esto ha supuesto que al no interactuar presencialmente se han **mermando la calidad de nuestras relaciones 1/3 por cada año que no hemos visto a un amigo** [4].

Además se han **reducido esas microinteracciones necesarias para reconectar** con nuestros amigos y conocidos [5] y también aumentó la ansiedad social.

Por otro lado, cuando una persona se siente en soledad por un periodo largo de tiempo se origina un sentimiento persistente negativo que impacta en la manera que piensan y actúan en situaciones sociales.

La soledad prolongada y la falta del contacto presencial empeora la calidad de nuestras relaciones.

Como consecuencia, ahora cuando volvemos lentamente a nuestra vida anterior tenemos **dificultades para reconectar con esos amigos que no hemos visto durante meses.**

Nos conectamos a través de las redes sociales en lugar de relacionarnos cara a cara, ya que requiere **menos esfuerzo y tenemos un feedback inmediato.**

La modernidad líquida

Aunque la calidad de las relaciones se ha visto mermada como causa de la pandemia esta tendencia no es nueva.

Según el filósofo polaco Bauman, vivimos en una sociedad líquida que se basa en la **inmediatez y en el deseo de satisfacer las necesidades sin espera.** [6]

Una vez que nos sentimos satisfechos, desechamos ese objeto o persona.

Esto nos **impide tener relaciones sólidas a largo plazo,** ya que no establecemos conexiones durante un tiempo con un amigo, sin profundizar en su esencia. Por lo que vivimos en una creciente fragilidad de los lazos humanos. [6] [7]

La soledad y sus consecuencias

Los humanos somos seres sociales y como tal la **soledad nos puede generar problemas como depresión, ansiedad, baja autoestima** e incluso llevarnos a un abuso de sustancias o conductas adictivas. [8]

Los altos niveles de soledad también se asocian a síntomas de problemas de salud mental, vivir solos, pequeñas redes sociales y baja calidad en las relaciones. [9]

Sin embargo, **tener al menos unos pocos amigos cercanos es suficiente para sobrellevar la soledad** y reducir los efectos negativos. Las investigaciones sugieren que el contacto cara a cara con amigos cercanos ayuda a mejorar el estado de ánimo. [10]

¿Cómo podemos combatir la soledad en los millennials potenciando una red sólida de amistades?

Productos en el mercado para hacer amigos

En la actualidad ya existe una serie de productos que buscan aumentar nuestro círculo de amigos como **Bumble BFF, Hey! Vina, Real y Friender** [10], pero tienen mucho en común con las apps de dating: **no es fácil crear una amistad sólida sin tener contexto,** siempre existe un momento raro inevitable al comienzo de la relación y tampoco te acercan a tus amigos o conocidos.

Por otro lado, **las redes sociales más populares** en las que compartimos momentos con nuestros amigos, tales como Facebook e Instagram, en **lugar de reducir, aumentan nuestra sensación de soledad** [2].

Como consecuencia, es necesario el desarrollo de un producto que consiga solucionar este problema de soledad en los millennials mediante la potenciación de una red sólida de amistades.

1.2 Objetivos del trabajo

El objetivo general del proyecto es definir **una solución que reduzca el sentimiento de soledad en la generación millennial.** Para ello es necesario alcanzar los siguientes objetivos:

* **Entender las causas, motivos y frustraciones de los millennials respecto a la relaciones sociales.** Al entender su contexto, se podrá ofrecer una solución que responda a sus demandas y necesidades.

* **Comprender, analizar y determinar si la soledad de los millennials se debe a la falta de una red de amistades sólida o a más factores.**
  De esta manera podremos identificar otras posibles causas que influyan en el surgimiento de este sentimiento de soledad.

* **Investigar posibles soluciones y factores que potencien la creación de una red sólida de amistades.** Identificar qué buenas prácticas son exitosas para aplicarlas posteriormente en la solución propuesta.

* **Analizar las razones por las que las redes sociales aumentan el sentimiento de soledad.** Para evitar posibles malas prácticas, es necesario determinar los diferentes factores que hacen que las redes sociales generen esa sensación en sus usuarios.

* **Estudiar herramientas que tienen como objetivo generar lazos afectivos de calidad.** Identificar las soluciones que existen en el mercado para identificar posibles problemas, buenas prácticas y oportunidades.

* **Desarrollar una herramienta realista y usable respondiendo las necesidades de la generación millennial.** A partir de la investigación y análisis se busca elaborar una solución que de respuesta a posibles nichos de mercado.

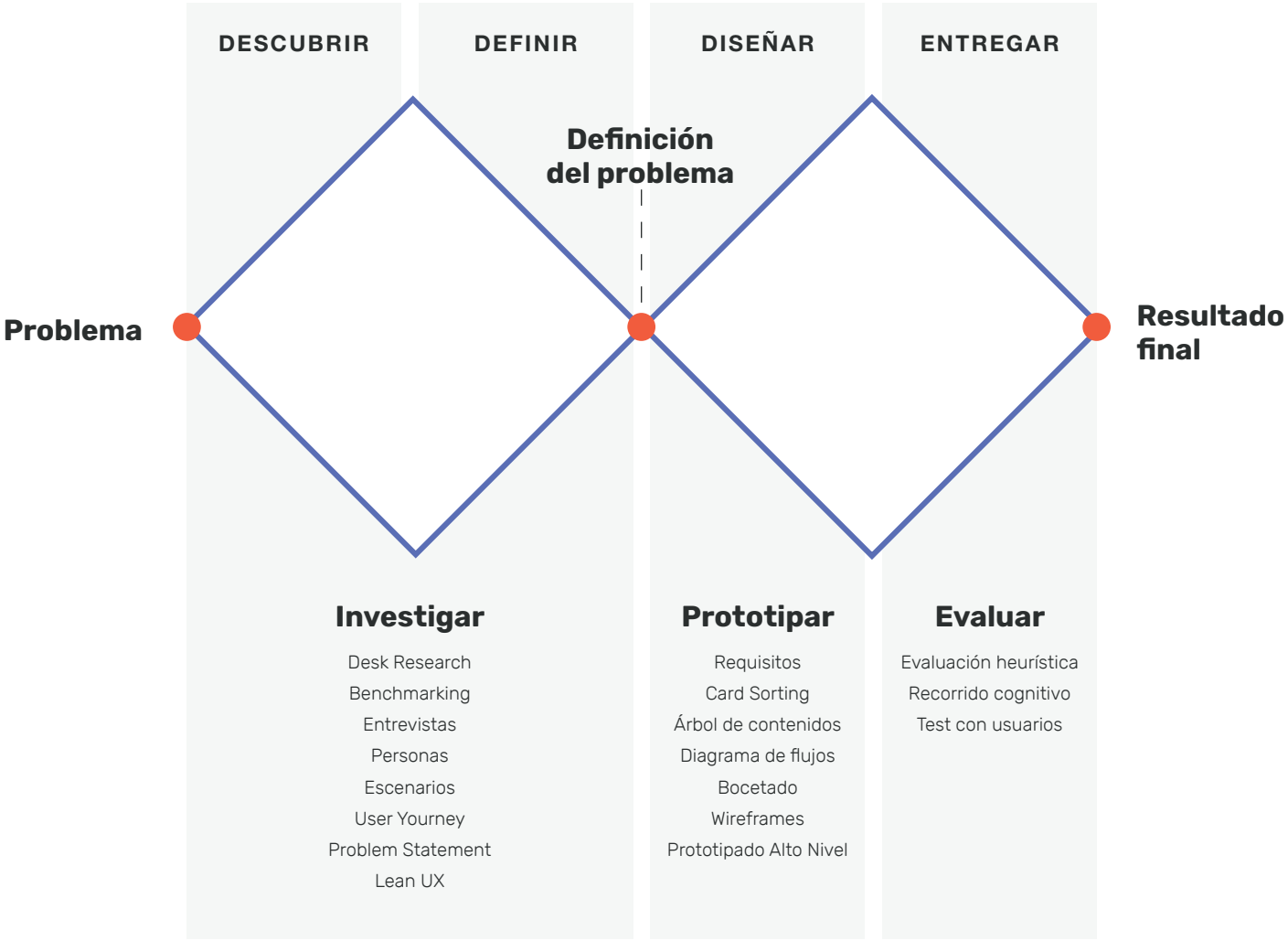
* **Crear un prototipo interactivo que responda a las demandas de los usuarios objetivos.** La herramienta será diseñada y evaluada siguiendo las pautas del diseño centrado en el usuario.

1.3 Enfoque, etapas y métodos a seguir

Para la realización del proyecto se situará a la persona en el centro para crear productos que satisfagan las necesidades de los usuarios. Por lo que se seguirá un enfoque de **Diseño Centrado en las Personas.**

Con esta filosofía se aumentará la productividad, eficiencia y adopción del usuario y se reducirán costes y tiempo de desarrollo, [10] aspectos importantes en el desarrollo de un Trabajo de Fin de Máster.

Como proceso de diseño se empleará el **Doble Diamante,** una técnica que permite encontrar solución a problemas complejos siguiendo un punto de vista centrado en el usuario, tal como es el caso de la temática de las relaciones sociales.



1 **DESCUBRIR** / INVESTIGAR

DESK RESEARCH
Recopilación de toda la información que ya existe sobre el tema y que nos permite **orientar nuestras decisiones** del proyecto.

BENCHMARKING
Análisis de los competidores para entender **cómo se sitúa** el producto dentro del **mercado** y descubrir factores diferenciales.

ENTREVISTAS
Con las conclusiones de las fases previas, se entrevista a usuarios objetivo para **conocer sus comportamientos, comprender sus necesidades, preferencias y experiencias.**

2 **DEFINICIÓN** / INVESTIGAR

PERSONAS
Definición de un usuario/s arquetípicos para **tener siempre en mente sus necesidades.**

ESCENARIOS
Plantear mediante storytelling cómo la persona utiliza el producto para **detectar requisitos que demanda.**

USER YOURNEY
Visualización de las emociones y touch points del contacto usuario - producto para **empatizar,** descubrir **puntos mejorables** y ver cómo **mejorar la experiencia de usuario.**

PROBLEM STATEMENT
Definición concreta del problema a resolver para **accionar lo aprendido** durante la fase de investigación y **evitar desviarnos del problema definido.**

LEAN UX CANVAS
Agrupación de toda la información relevante sobre el proyecto para **guiarnos** a lo largo de su desarrollo.

3 **DISEÑAR** / PROTOTIPAR

REQUISITOS FUNCIONALES Y NO FUNCIONALES
Recopilación de los requisitos recogidos en la fase de investigación para así **seguir teniendo como centro al usuario.**

CARD SORTING
Identificación de la estructura y etiquetas óptimas para las personas a partir de los requisitos y así tener una buena experiencia de usuario.

ÁRBOL DE CONTENIDOS Y DIAGRAMA DE FLUJOS
Representación de los pasos para completar una tarea con el fin de comprender el proceso e **identificar posibles errores antes del desarrollo.**

BOCETADO
Sketch de las pantallas a partir de los diagramas de flujo para visualizar de manera rápida la interacción y **detectar fallos** y posibles **puntos de mejora.**

WIREFRAMES
Low-fidelity prototypes para establecer la **interacción, optimizar los journeys** de los usuarios e **identificar posibles errores** como caminos sin salida.

PROTOTIPADO ALTO NIVEL
Representación de la interacción y los elementos gráficos para visualizarlo y **evaluar el diseño final** en la siguiente etapa.

4 **ENTREGAR** / EVALUAR

EVALUACIÓN HEURÍSTICA
Análisis de la **usabilidad** mediante los 10 principios heurísticos de Nielsen al principio del proceso, para así aplicar los **cambios** en el prototipo de alta fidelidad.

RECORRIDO COGNITIVO
Descubrir puntos problemáticos de usabilidad, mediante la realización de tareas desde el punto de vista del usuario, con el fin de aplicar mejoras en el prototipo.

TEST CON USUARIOS
Realización de tareas por parte de usuarios objetivo para e**valuar la usabilidad** del producto e identificar obstáculos a corregir en el prototipo de alta fidelidad.

1.4 Planificación del trabajo

A continuación se hace una **descripción detallada de la planificación** de las metodologías y técnicas que se van a llevar a cabo para completar el proyecto.

Esta planificación se ve **influenciada por la entrega de las PEC** que se realizarán a lo largo del semestre y por las diferentes **técnicas que se van a realizar** a los largo del proyecto siguiendo una filosofía enfocada en el DCU y en el Doble Diamante.

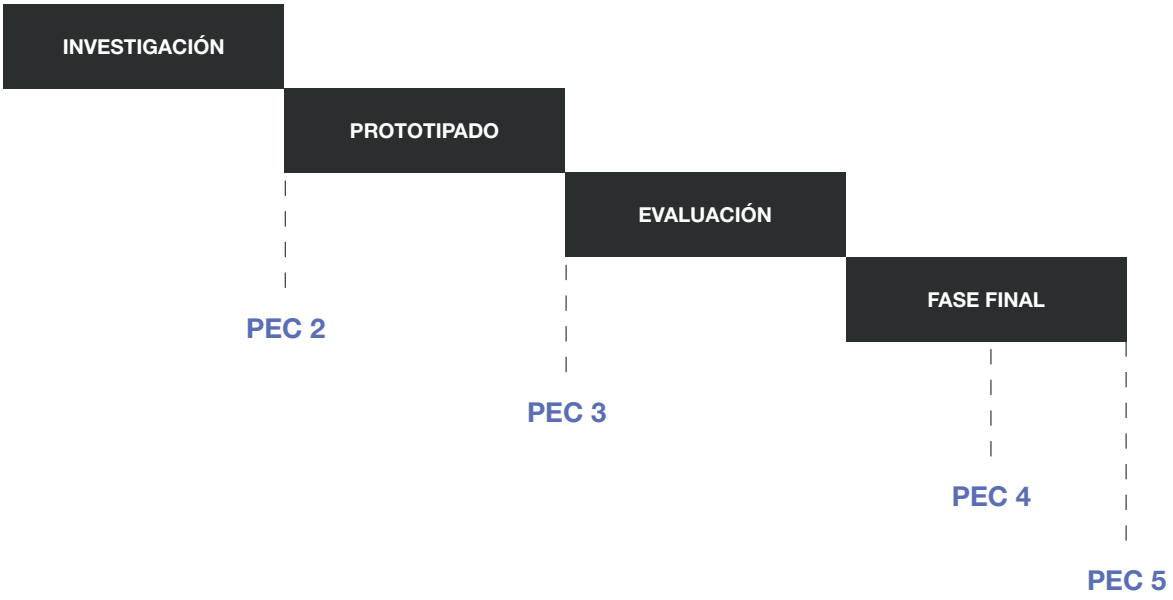
Sin embargo, estas fases se podrán ajustar según las necesidades que vayan surgiendo a lo largo del proyecto.

PEC2: INVESTIGACIÓN, DEFINICIÓN E IDEACIÓN
30/09/21 - 27/10/21

PEC3: PROTOTIPADO
28/10/21 - 24/11/21

PEC4: EVALUACIÓN, FASE FINAL Y MEMORIA
25/11/21 - 22/12/21

PEC5: VÍDEO PRESENTACIÓN
23/12/21 - 30/12/21



Por lo que establecidas las diferentes fases y entregas, se ha definido en un **cronograma** la estimación en horas por cada técnica.

Ver cronograma

DESCUBRIR

2.1 Desk Research

Para aplicar medidas que supongan una reducción del sentimiento de soledad es importante **recopilar toda la información** que existe sobre el tema para así **orientar nuestras decisiones** de proyecto.

Para ello se han consultado estudios, informes e investigaciones tanto de fuentes estadísticas y sociales elaboradas por organismos públicos como de empresas y universidades para así obtener información fiable que de respuesta a las siguientes preguntas: **¿cómo es la vida de los millennials? ¿Cómo son sus relaciones sociales? ¿Qué es necesarios para mantener y hacer amigos?**

Menos quedadas, menos amigos

Los millennials pasan **más tiempo en el trabajo** frente a los no-millennials. Como consecuencia les queda **poco tiempo para socializar,** suponiendo una merma en sus relaciones [12].

Esto se debe a que para mantener y crear una amistad es necesario quedar **presencialmente.** Concretamente, para construir una amistad es necesario quedar cara a cara 90h y para un amigo cercano 200h. [13]

Además, por **cada año que uno no ve a un amigo, se produce un empeoramiento en la calidad de la relación,** aunque sin embargo, esto no se aplica con familiares y amigos muy cercanos. [4]

Menos espacios de interacción

La mayoría de las **amistades de los millennials se formaron en su etapa formativa y ahora en su entorno laboral.** [1]

Esto tiene sentido ya que tal como comentamos en el punto anterior, los millennials pasan gran parte de su día trabajando, por lo que su grupo de interacción se reduce mayormente a sus compañeros. Como consecuencia, **la posibilidad de que surjan nuevas amistades se reduce notablemente** ya que su círculo es reducido. [14]

Esto viene respaldado por un estudio de la universidad de Oxford, que confirma que a los **25 años** es cuando se llega al máximo número de amigos/conexiones sociales y a partir de esa edad **se empiezan a perder rápidamente.** [3]

Esta situación se ha visto **potenciada por la pandemia,** ya que se ha reducido la interacción social necesaria para reconectar y conocer gente nueva. [15]

Un círculo de interacción reducido, menor posibilidad de conocer gente

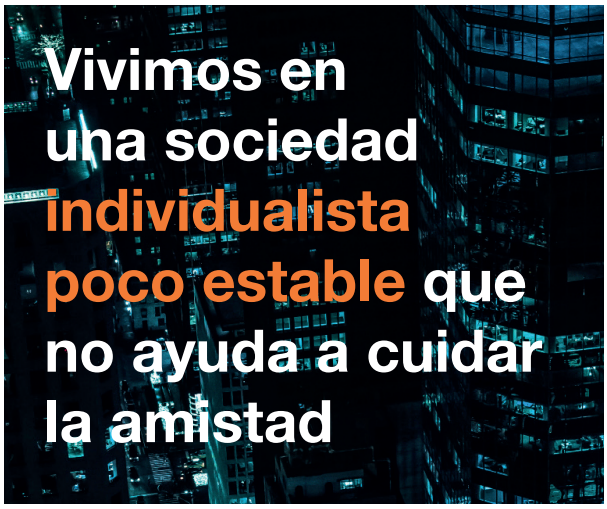
Un entorno cambiante e individualista

Según el INE, el 42% de la población que se **mudó a otra población** en el año 2019 por **causas laborales** son millennials. [16] [17]

Esta movilidad laboral supone romper los lazos existentes con familiares y amigos, por lo que **aumenta el sentimiento de soledad.**

Además, es difícil crear nuevas amistades en ciudades ya que están **diseñadas para el movimiento y no para la socialización,** por lo que se detectan mayores niveles de soledad en ciudades densas a causa de las barreras físicas y la falta de apoyo social. [18]

Por otro lado, está demostrado que la soledad está relacionada con el egocentrismo. [19] Vivimos en una **sociedad muy individualista** donde el éxito es percibido en las acciones o comportamientos individuales frente a nuestro rol en la sociedad y nuestras conexiones con otros. [20] Esto viene reafirmado por un estudio realizado a nivel global, en el que se detectaron **mayores niveles de soledad en culturas individualistas** como la occidental. [21]



El mundo digital no es real

Los millennials son la primera generación nativa digital. 9 de cada 10 millennials europeos dedican una media de 5h/día a estar online. En este mundo virtual buscan la **inmediatez y simplicidad**, aspectos que también demandan en el mundo offline. [23]

Estos aspectos también lo trasladan a la amistad, usando las **redes sociales** para conectase con otras personas [24]. Sin embargo existe un mayor sentimiento de soledad en las personas que usan más la redes sociales. [16] [25]

En ellas se crea una **impresión ilusoria de conexión** [26] [27] y permiten crear un perfil sumamente cuidado y controlado, con el fin de evitar el rechazo y las pausas incómodas que ocurren en las interacciones cara a cara. [28]

Como consecuencia, **no establecen relaciones físicas cercanas** con sus amistades virtuales [16] y **merman sus habilidades sociales,** [28] ya que para generar lazos y crear una amistad es necesario un contacto presencial.

Sin embargo, las redes sociales sí que son efectivas cuando sirven para reforzar relaciones ya existentes.

Cómo hacer amigos

Según la psicóloga Marisa G. Franco, para crear amigos de adulto es necesario seguir estos pasos: [22]

1 Asumir que le gustas a la gente

Según un estudio, cuando interactuamos pensando que le caemos bien a nuestro interlocutor, **actuamos de una manera en la que compartimos más de nosotros mismos,** estamos menos en desacuerdo y tenemos una actitud más positiva. Por lo que aumentan las posibilidades de iniciara una amistad. [30]

2 Tomar la iniciativa

Está demostrado que **las personas que piensan que la amistad es algo que ocurre por suerte, tienden a ser menos sociables** y se sientes más solos. Sin embargo, aquellos que se esforzaban se sentían mucho menos solos. Por lo que para hacer amigos es necesarios tomar la iniciativa e intentarlo de manera frecuente. [30]

3 Mantener el contacto

Para crear o mantener una relación de amistad, es necesario mantener una interacción continua a lo largo del tiempo. [29] Además, **si sabemos que vamos a volver a ver a una persona, somos más propensos a que nos caigan mejor.** [31]

4 Mostrarse vulnerable

Para hacer amigos es necesario compartir cosas sobre uno mismo y preguntar al interlocutor, ya que está demostrado que cuanto **más compartimos de nosotros mismos, es más posible que terminemos cayéndonos bien.** [32]

INSIGHTS

DESK RESEARCH

¿Por qué se sienten solos?

Menos amigos

La **falta de dedicación de tiempo de calidad** y su **alta movilidad** y estilo de vida independiente hace que a partir de los 25 años tengan cada vez menos amigos.

Menor socialización

Su **círculo de interacción reducido** merma las posibilidades de crear nuevas amistades, reduciéndose básicamente a su mundo **laboral.**

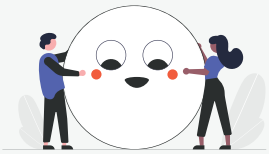
Menos encuentros

Es difícil retomar amistades debido a que se han **reducido esos espacios de microinteracciones** que permiten retomar el contacto de manera orgánica.

¿Qué necesita una amistad?

Tener iniciativa

Para crear y mantener la amistad es necesario tener interés y **esforzarse.** La amistad no es algo que surja por suerte.



Presencial y constante

La amistad requiere tiempo de calidad y solo se consigue quedando cara a cara y a lo largo de un periodo de tiempo, tanto para **crear** como para **mantener** un amigo.

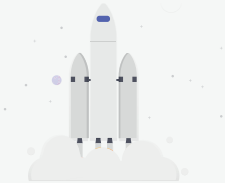
Compartir y preguntar

Cuantos más datos se comparta sobre uno mismo y más preguntemos, mayor es la posibilidad de que acabemos de **caerle bien a la otra persona.**

¿Cómo son los millennials?

Redes Sociales

Llenan su soledad con las RRSS, aportándoles una **falsa sensación de conexión,** aumentando su sentimiento de soledad.



Inmediatez

Buscan un **feedback ágil y sencillo** en tanto en el mundo virtual como el offline, y por lo tanto también en sus relaciones de amistad.

2.2 Benchmarking

A continuación se analizan los posibles **competidores** para entender **cómo se sitúa** el producto dentro del mercado, determinando sus puntos fuertes y débiles para así también descubrir **factores diferenciales.**

La comparativa de las herramientas se van a realizar teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Inmediatez. Ofrece un feedback instantáneo, ágil y sencillo, aspectos que demandan la generación millennial.

Compartir y preguntar. Ayuda a mostrarse vulnerable y a tener interés, necesario para mantener o iniciar una amistad.

Mantener el contacto. Anima a continuar con la relación, mostrando información que potencie las microinteracciones.

Tiempo de calidad. Ayuda a que la gente quede en persona dedicándose así tiempo de calidad necesario para la relación.

Aumentar el círculo. Anima a conocer gente en su entorno que sea afín.

Las herramientas a analizar son:

* **IRL** e **MeetUp,** apps que agilizan el proceso de quedar en persona.
* **Bumble** y **Tinder,** apps que te ayudan a conocer gente nueva.
* **Reconnect** e **Instagram,** apps que potencian que mantengas el contacto con tu entorno.

IRL

App que busca que hagamos más actividades juntos.

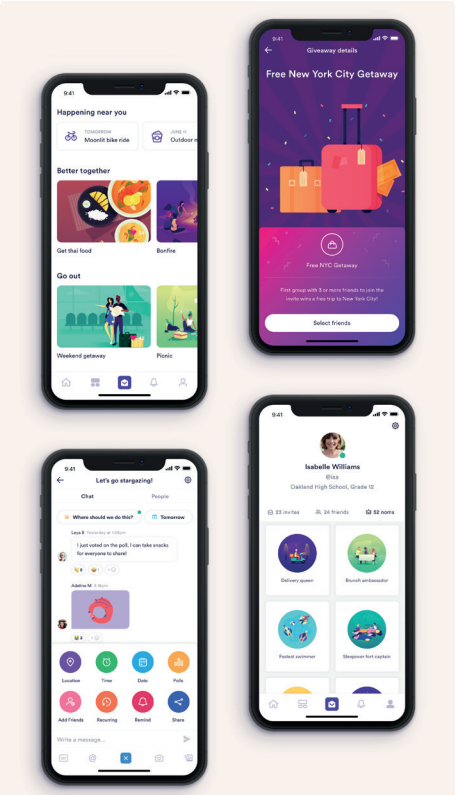
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Chat grupal que permite crear encuestas, compartir fotos y coordinar planes con amigos.
- ✔ Recordatorio de actividades para que no se escape ningún evento.
- ✔ Calendario grupal que permite visualizar la disponibilidad de cada miembro.
- ✔ Sugerencia de planes que ocurren en el entorno o ideas de actividades a realizar.
- ✔ Sugerencia de grupos sobre temáticas de tu interés.
- ✔ Alertas sobre temas de tu interés en las que invitan a que se unan amigos.
- ✘ No permite conocer gente nueva en el entorno ya que solamente se centra en los amigos actuales.
- ✘ No ayuda a reconectar con amigos que se hayan perdido porque no da a pie a microinteracciones que animen a romper el hielo.

MeetUp

App para participar eventos y conocer gente.

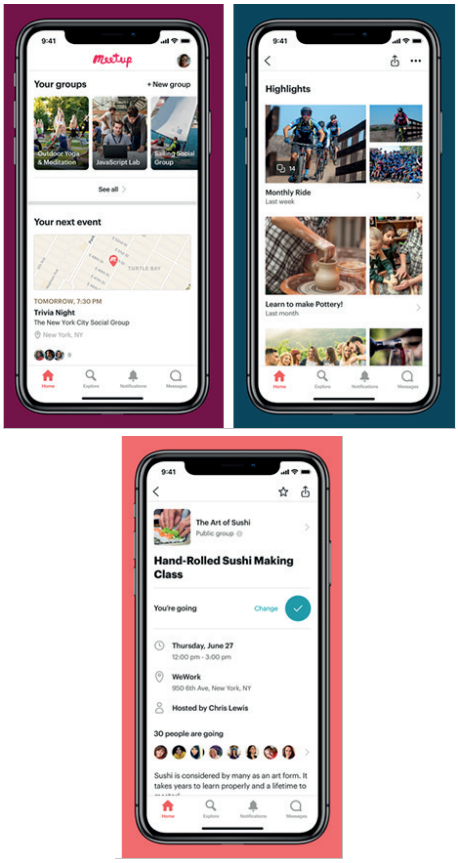
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Recomendación de eventos según intereses definidos en el registro.
- ✔ Guardar eventos de interés para no perderse ninguno.
- ✔ Chat para mantener el contacto con las personas que conozcas.
- ✔ Crea grupos y eventos para que se unan gente con los mismos intereses.
- ✔ Dan confianza al socializar en reuniones más grandes.
- ✔ Indican cuántos asistentes van a ir a su evento y sus perfiles para generar confianza.
- ✘ Puede ser difícil mostrarse vulnerable y hacer preguntar en un grupo tan grande.
- ✘ Está más pensado en conocer gente nueva y no reconectar o quedar con tus amigos.

Bumble

App para empezar a entablar relaciones, encontrar amigos y crear conexiones.

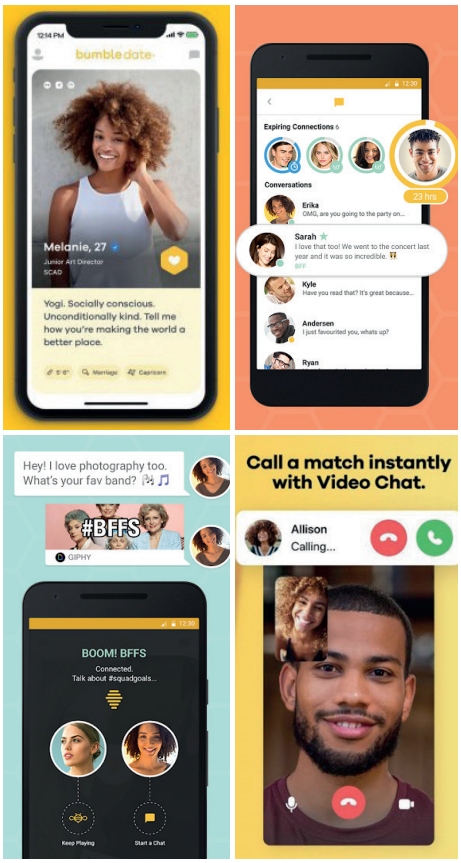
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Permite aumentar el círculo de interacciones mostrando perfiles detallados con sus intereses.
- ✔ Se genera confianza con un perfil verificado.
- ✔ Proceso ágil de clasificación de perfiles en amigos o no amigos mediante swipe, evitando el rechazo.
- ✔ Indica si hay interés para quedar mediante una notificación que reciben ambas partes.
- ✔ Agilizar el proceso de iniciar una conversación limitando la opción de hablar por chat a 24h.
- ✘ No permite reforzar las amistades existentes o reconectar con amigos.
- ✘ No anima a que los usuarios queden en persona.
- ✘ El inicio del contacto puede ser frío al no tener un contexto o amigos en común.

Tinder

App para conocer gente, normalmente con fin amoroso.

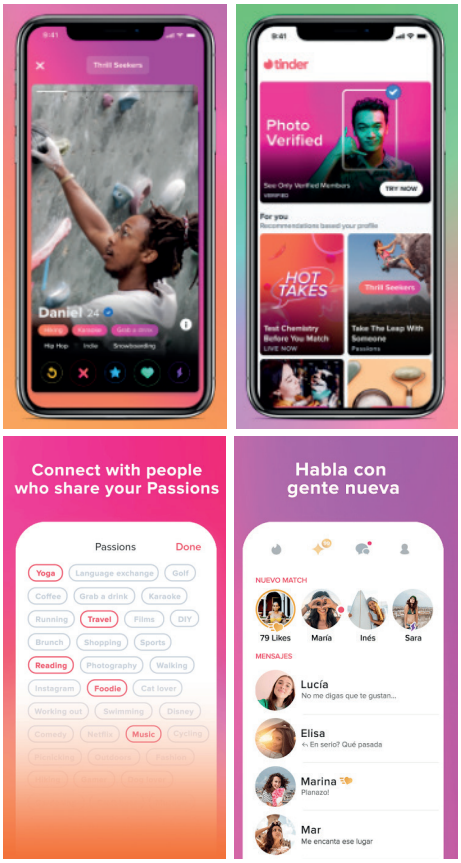
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Clasificación ágil de perfiles como NOP, LIKE y SUPERLIKE mediante swipe o pulsando un icono por si se genera confusión.
- ✔ Perfil detallado en el que se indican intereses en común para generar confianza. Puede verificarse para generar confianza.
- ✔ Visualización de series en la app para sugerir perfiles con intereses en común y ayudar a romper el hielo.
- ✔ Indica si hay interés para quedar mediante una notificación que reciben ambas partes. Se evita el rechazo.
- ✘ No permite reforzar las amistades existentes o reconectar con amigos.
- ✘ No anima a que los usuarios queden en persona.
- ✘ El inicio del contacto puede ser frío al no tener un contexto o amigos en común.

Reconnect

App para reconectar con tus contactos del teléfono.

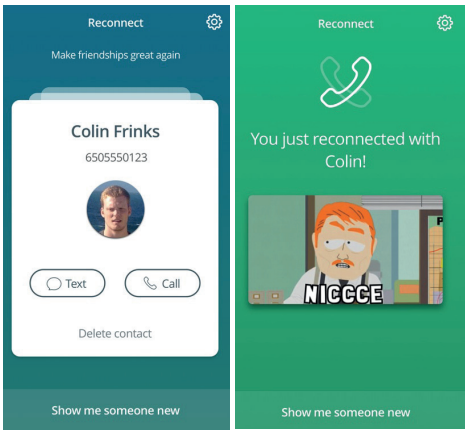
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Anima a hablar con tus contactos para que no se pierda la relación.
- ✔ Proceso ágil de clasificación del perfil en amigo o no amigo.
- ✘ La notificación puede ser invasiva al mostrarse en cualquier momento.
- ✘ Solo existe la opción de hablar con ese contacto o eliminarlo, lo que puede ser un poco agresivo.
- ✘ No permite conocer gente nueva.
- ✘ No anima a quedar en persona.

Instagram

App que permite compartir fotos y momentos con tus amigos.

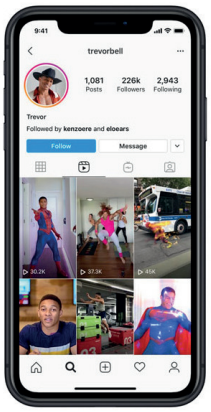
INMEDIATEZ

COMPARTIR Y PREGUNTAR

MANTENER EL CONTACTO

TIEMPO DE CALIDAD

AUMENTAR EL CÍRCULO



- ✔ Compartiendo fotos y vídeos se ayuda a mantener el contacto y a iniciar microinteracciones que den paso a una quedada en persona.
- ✔ Perfil detallado con múltiples fotos que ayudan a generar confianza, además de mostrar sus amigos.
- ✔ Chat que permite mantener el contacto.
- ✘ No permite reforzar las amistades existentes o reconectar con amigos.
- ✘ No anima a que los usuarios queden en persona.
- ✘ Su feed infinito hace que el usuario pase horas visualizando contenido en la app.

INSIGHTS

BENCHMARKING

¿Qué puntos fuertes tienen?

Inmediatez

Ofrecen **soluciones para agilizar** el proceso de concretar una **quedada** y conectar rápidamente **clasificando perfiles** mediante swipe. Todas las soluciones son **apps** haciendo que tengas un rápido acceso a la información. No usan etiquetas, siendo sobre todo muy visual.

Ayudan a dar el paso

La amistad requiere esfuerzo e interés, por lo que ayudan a dar el paso mediante **sugerencia de eventos** para invitar amigos, creación de **recordatorios** y **evitan el miedo al rechazo** mediante el match de perfiles.

Generar cercanía

Casi todas las soluciones contienen un **chat** y un **perfil** detallado con fotografías, descripción e intereses. Son funcionalidades necesarias para humanizar la herramienta, generar **confianza, compartir y preguntar.**

¿Qué puntos débiles tienen?

No es completa

Ningunos de los productos **ofrecen solución a los 3 problemas base de la soledad de los millennial:** facilitar que queden en persona con sus amigos, conocer gente nueva en su entorno y reconectar con viejos amigos.

Confianza

Aunque existan perfiles detallados con los intereses y estén verificados, existe una falta de confianza. Al no conocer a esa persona y no tener amigos en común, siempre existen una **mayor dificultad para dar el paso a quedar en persona y mostrarse vulnerable,** aspecto necesario para iniciar una amistad.

¿En qué se diferencia nuestra solución?

Visión 360

Ofrece solución tanto a las personas que buscan agilizar el proceso de quedar, que buscan conocer gente nueva en su entorno y quieren reconectar con antiguos amigos.

Entorno cercano

Se centra solamente en nuestro entorno, es decir, en **nuestros amigos actuales y pasados.** Por otro lado, las nuevas amistades son **amigos de nuestros amigos** para generar confianza y al tener amigos en común ayuden a dar el paso, requiera menos esfuerzo y se agilice el encuentro.

2.3 Entrevista

Teniendo en cuenta los insights obtenidos en el desk research y el benchmarking, se entrevista a usuarios objetivo para **conocer sus comportamientos, comprender sus necesidades, preferencias y experiencias** para **validar** lo aprendido y descubrir puntos que no se hayan tratado hasta el momento.

¿Cómo?

Entrevista semiabierta en remoto

5 entrevistados
5 experiencias

Jóvenes entre 28 y 40años, usuarios de las redes sociales y que cada vez quedan menos con sus amigos.

Para participar en la entrevista ha sido necesario cumplimentar un documento de consentimiento informado.

Entrevista

45 min

Introducción | 5 min

1. Para empezar, cuéntame un poco sobre ti. ¿A qué te dedicas? ¿Cuáles son tus hobbies?

2. ¿Cómo te definirían tus amigos?

Cuerpo central | 30 min

Amigos

3. ¿Cómo conociste a tus amigos? ¿Cómo empezasteis a ser amigos?

4. ¿Con qué frecuencia hablas con tus amigos?

5. ¿Cómo eran tus relaciones antes, durante y después de la pandemia?

6. ¿Qué tanto por ciento de tu día dedicas a tus amigos?

7. ¿Qué papel tienen las redes sociales en la interacción con tus amigos?

8. ¿Con el paso de los años han aumentado o reducido la frecuencia con la que quedas con tus amigos?

Conocer gente

9. ¿Cómo reaccionas cuando te presentan gente nueva?

10. ¿En los últimos 5 años has conocido a gente nueva? ¿En qué entorno? ¿Se han convertido en amigos?

11. ¿Alguna vez has buscado conocer gente nueva? ¿Cómo? / ¿Por qué no?

Proyección futura | 5 min

12. ¿Qué sería necesario eliminar o cambiar para poder conocer más gente?

13. Si pudieras elegir ¿cómo crees que sería la situación ideal para que consiguieras quedar más con tus amigos?

Despedida y cierre | 5 min

14. ¿Te gustaría comentar algo que no hayamos tratado sobre este tema?

15. ¿Tienes alguna pregunta o duda sobre la entrevista?

INSIGHTS

ENTREVISTAS

Poco a poco, con referencias y compartiendo momentos juntos

La mayoría de las amistades se originan en espacios en los que pasamos mucho tiempo y tenemos referencias de amigos/compañeros. Poco a poco nos vamos conociendo, quedando en persona y abriéndonos, hasta que se inicia la amistad. Por lo que buscan personas con las que tengas **cosas en común, realizar actividades presenciales de y compartir sentimientos.**

Mis grupos de amigos son del instituto, del colegio o por aficiones.

Busco en un amigo que sea divertido, y/o tenga sentido del humor. También que le guste hacer cosas.

Óscar

Conocí a mis amigos en el instituto o en el trabajo.

Soy una persona a la que le gusta contar lo que me pasa.

Mi descripción en Twitter es que hago cosas. Me gusta hacer cosas con la gente.

David

Mis amigos los conocí en la universidad, en el colegio, por el trabajo,por grupos colombianos y sociales. O amigos de amigos.

En un amigo íntimo busco afinidad y que nos gusten ciertas cosas. Que hablemos mucho de cosas personales. Que nos escuchemos.

Juliana

Mis amigos son del instituto, del colegio, de la universidad y ahora alguno del trabajo.

Busco en mis amigos que me traten de entender y que me digan las verdades. Que se alegren por mí y que hagamos planes juntos.

Cristina

Tengo un grupo de amigos del instituto o amigos de amigos. Tengo alguno del trabajo pero no es muy cercano.

Que sean abiertos, empáticos, generosos, que me aconsejen y hacer planes juntos.

Ana

Gente sociable que no socializa

Todos los entrevistados se consideran **abiertos y sociables,** prefiriendo verse en persona dedicándose tiempo de calidad, aunque tal como se indica en la siguiente página tienen **dificultades para quedar** con sus amistades.

Me considero un lobo solitario pero muy sociable. Estoy muy bien tanto solo como acompañado.

Soy más de acción que de palabras. Valoro más quedar.

A los amigos exijo tiempo de calidad. Si no paso.

Óscar

Soy extrovertido y abierto. Aunque ahora soy más independiente. No quiero depender tanto de la compañía de la gente para sentirme bien.

Quedando puedes hacer otras cosas a parte de hablar. Se habla de otra manera y más tranquilamente.

David

Me consideran sociable pero introvertida. Soy muy sociable. Es por el "FOMO". Me gusta conocer y experimentar cosas distintas.

Juliana

Soy muy sociable y habladora. Pero eso no significa que no me guste dedicar tiempo para mí.

Prefiero quedar porque te cuentas más cosas. Estoy cansada de hablar por Whatsapp. En las RRSS solo sale lo bueno.

Cristina

Yo quedar sin problema, pero hablar solo por Whatsapp que pereza.

Ana

Compartir gustos e intereses

Para quedar es necesario tener intereses en común para reforzar la amistad o crear una nueva. Sin embargo, con los años esos intereses pueden haber cambiado, por lo que se deja de quedar con ese amigo.

Yo siempre propuse hacer cosas deportivas, pero con mis amigos estaba complicado.

Hay amigos a los que le hay que estar encima para quedar. Es más complicado concretar para hacer cosas.

Yo hacía vídeos y mi futuro mejor amigo hizo un papel.

Óscar

Con los amigos de siempre ahora la relación se limita a ir a cenar y poco más.

Tenemos estilo de vida diferentes. O se casan y tienen hijos.

Los amigos del instituto son de tu clase o de la clase de al lado con los que concuerdas con más cosas.

David

Hay gente con la que ya no quedo porque no tenemos cosas en común.

Mi último amigo fue porque el se empezó a interesar por mí. Tenemos el tango y una amiga en común.

Juliana

Me hago amiga de un amigo porque hacemos planes juntos.

Cristina

Suele empezar la amistad poco a poco de manera natural. Aparece en tu vida, otros amigos lo invitan a nuestros planes...

Ana

Agendas muy apretadas, amistades no tan prioritarias

Los millennials dedican gran parte de su día al trabajo, por lo que **les queda muy poco tiempo libre.** Y si ese poco tiempo se lo **dedican a su pareja o proyectos personales,** casi no tienen disponibilidad para sus amistades.

Como consecuencia, tienen **dificultades para encontrar momentos para cuadrar sus agendas** y poco a poco se va enfriando la relación. Sin embargo, cuando están solteros se animan y apuntan a más actividades por si conocen a alguien y porque sustituyen ese tiempo en pareja por tiempo con amigos.

Sus horarios y los míos de trabajo para quedar son complicados.

Me dejo absorber tanto por mis hobbies que hasta que no me satura no pienso en llamar a alguien.

Emparejarte hace que necesites quedar menos porque pasas a hacer cosas en pareja. En las épocas de soltería socializo con muchísima más gente distinta.

Óscar

Es más difícil quedar por el trabajo. Cada uno tiene sus horarios.

Ahora suelo quedar más con mis compañeros de trabajo y hacemos planes.

Cuando tenía pareja quizás quedaba algo menos porque tenía que dedicarle tiempo a la pareja.

David

Yo tengo la sensación de que me falta tiempo. No tengo uno tanto tiempo para tanta gente.

Quedo con mis compañeras de trabajo para comer, tomar algo o hacer algún plan.

Cuando tienes pareja, al final tienes menos tiempo para tus amigos porque le tienes que dedicar parte de tu tiempo.

Cristina

Ahora voy a dejar solo los viernes para socializar porque quiero dedicar el sábado para mis proyectos.

Las personas con pareja se alejan mucho. Con la gente que hablo y no quedo es por la distancia, por pereza, porque tiene pareja o porque no tenemos tantas cosas en común.

Juliana

Me paso todo el día trabajando y termino el día super cansado.

Al final el poco tiempo que me queda se lo dedico a mi novio o a ver a mis padres.

Ana

La distancia importa

Para mantener una amistad es necesario quedar en persona para compartir momentos sin las barreras del mundo digital. Por lo que **solemos quedar con más frecuencia con nuestras amistades más próximas,** y más desde la pandemia. Como consecuencia, cuando existe una distancia geográfica importante que no permite quedar presencialmente, **la amistad se va enfriando aunque se mantenga el contacto vía redes sociales.**

No hago muchas cosas con amigos por el tema COVID.

Por culpa de la pandemia perdí alguna relación de amistad. Solo me decían de ir al bar...

A veces me entero de ciertas cosas solamente en persona. Si no lo veo no me enteraría.

Óscar

Quizás perdí algún amigo pero era una amistad muy reciente. Solamente quedábamos para hacer planes.

David

Uno me reconectó por internet. Pero no funcionó por la distancia.

Al cambiar de país perdí el contacto bastante rápido. Además en problema en Londres son las distancias. Todo está muy lejos.

Juliana

Quedo más con los amigos de mi pareja que viven aquí.

Al final como no quedo tan a menudo ya no sé lo que les he contado a mis amigos.

Cristina

Cada vez quedo menos con mis amigas porque cada una vive en un lugar distinto. Para cuadrar compartimos un pantallazo del calendario por Whatsapp para ver cuando cuadramos.

Antes como quedábamos más, les escribía y contaba más cosas. Ahora ya me da pereza.

Ana

A veces se necesita un empujón

Para algunas personas que les gusta dedicarse tiempo a uno mismo o se han acostumbrado a la nueva vida solitaria de la pandemia, es necesario darle un empujón. **No son conscientes del tiempo que llevan sin quedar con algunos amigos,** pero si se les propone quedar, **se apuntan.**

Si alguien me habla o llama le dedico tiempo, pero es raro que salga de mí hablar.

Si me llaman voy. Se puede contar conmigo.

A veces no soy consciente de que llevo tanto tiempo sin quedar

Óscar

A veces tengo tantas cosas que hacer que ya no me sale de decir de quedar. Pero si me proponen un plan me suelo apuntar.

Cristina

Me suelo apuntar a todo lo que me proponen, pero pocas veces lo hago yo.

Ana

¿Cómo retomar esa amistad?

Los millennials tienen **miedo al rechazo** o consideran que esa persona ya se ha acostumbrado a vivir sin él, por lo que **se conforman con la situación.** Como consecuencia necesitan **ver que la otra parte es receptiva** y encontrar algún tema para **romper el hielo.** Sin embargo, cuando se produce **microinteracciones casuales** es cuándo se produce esa activación de la amistad.

Los otros tampoco te necesitan y que uno mismo no necesita el quedar.

Si subió algo a Instagram le pregunto sobre lo que publicó.

Cuando me encuentro con alguien que hace tiempo que no veo hablamos mucho.

Óscar

Hay gente con la que la cosa se ha enfriado lentamente y ya no están en mi vida. En la vida hay fases. Con otra quizás tendríamos que pararnos a hablar.

Si me paro con alguien que hace tiempo que no veo hablo horas.

David

Sí que intenté retomar el contacto por Facebook con amigas del instituto. Quedamos alguna vez, pero luego siempre pasa mucho tiempo.

Cuando me encuentro a alguien por la calle que hace tiempo que no veo hablo y hablo.

Cristina

Me da pereza y un poco de vergüenza. No hay ningún problema pero ya me acostumbré a vivir así.

Ana

Como dar el salto a la amistad o algo más

Aunque no tienen dificultades para romper el hielo hablando sobre temas en común con gente que acaba de conocer, lo difícil para los millennials es dar el paso hacia la amistad o algo más con gente de su entorno.

Para que eso suceda, debe realizarse de **manera orgánica, realizando actividades juntos** en las que poco a poco vayan conociéndose y compartiendo momentos juntos. Y si sus intenciones son **amorosas, necesitan señales claras** por temor a perder esa amistad. Para ello, varios de los entrevistados han utilizado apps de ligue.

Tampoco voy por ahí diciéndolo a la gente si quiere ser mi amigo. Es un poco incómodo.

Óscar

Me pasa con muchas amigas que no me queda claro si me ven como amigo o algo más. Y tampoco es que diga algo porque tengo miedo a que la amistad se pierda. En Tinder si te rechazan da un poco igual.

David

En Tinder se va con menos rodeos y tampoco tienes que ir declarándote a la cara.

Al final a mi pareja la conocí allí.

Ana

No existen muchos espacios de encuentro

Por la gran movilidad laboral y tiempo que dedican al trabajo, la mayoría de sus amigos/gente los conocen en este ambiente. Y si todavía tienen ganas de dar un paso más, se animan a utilizar apps de ligue, el único espacio que **identifican con conocer gente.**

Por lo que es necesario **interactuar con el mayor número posible de personas, dedicarse tiempo** y dirigirse a espacios que tienen como **finalidad conocer gente.**

Conozco gente nueva en el trabajo o amigos de amigos que vienen a hacer algo.

En Tinder hay más oportunidades de conocer gente y de que pase algo. Allí es donde está la gente que busca conocer gente.

Óscar

Pues conozco gente en el trabajo o por las redes sociales.

Usé Tinder por la comodidad. Es divertido, es como un juego.

David

En temas amorosos conozco gente en aplicaciones.

Juliana

Conozco gente en el trabajo, amigos de amigos, amigos de mi pareja. Pero la verdad es que es muy difícil encontrar sitios en dónde conocer gente. Estoy pensando en apuntarme al gimnasio.

Cristina

Estaba en una nueva ciudad y quería conocer gente con la que quedar y hacer algo. Aunque con una amistad me valdría, usé Tinder porque es más fácil conectar y encontrar gente abierta.

Ana

2.4 Insights

Para alcanzar los objetivos de la investigación se han ejecutado diversas técnicas que nos han aportando múltiples insights que debemos tener en la fase de “Definir”.

¿Cómo son?

- Jóvenes entre 28 y 40 años.
- Sociables y abiertos.
- Les gusta realizar actividades.
- Han conocido a sus amigos en su etapa formativa y en el trabajo.
- Quedan muy poco y mantienen el contacto a través de las redes sociales.

¿Qué necesita una amistad?

- Tomar iniciativa.
- Mostrarse vulnerable.
- Mantener el contacto.
- Quedar en persona.

¿Por qué no quedan?

Tiempo

Gran parte de su día lo dedican al trabajo, proyectos personales o a su pareja.

Coinciden en sus horarios.

Distancia

Por la pandemia o mudarse a otra ciudad por motivos laborales.

Viven cerca y/o durante la pandemia era parte de su núcleo cercano.

Pareja

Cuando quieren realizar actividades ya las hacen directamente con sus parejas.

Están solteros y se animan a quedar para conocer gente y hacer actividades.

Intereses

Sus intereses cambian con el paso de los años.

Comparten sus intereses en común.

Rutina

No son conscientes del tiempo que llevan sin quedar. Necesitan un empujón.

Ya tienen una frecuencia para quedar y/o un amigo con iniciativa que propone planes.

¿Por qué sí quedan?

Conocer gente nueva

Intereses o amigos en común y espacios en los que pasan mucho tiempo.

No saben dónde conocer gente nueva. Normalmente recurren a apps de ligue.

Círculo de interacción pequeño, menor posibilidad de conocer gente nueva.

Miedo al rechazo

Consiguen romper el hielo con reencuentros por la calle o realizando actividades juntos.

No saben cómo romper el hielo con gente con la que no tienen cosas en común.

Tienen miedo a perder la amistad al decirle a su amigo que le gusta.

Dificultad para dar el paso hacia la amistad.

¿Cómo debe ser la herramienta?

Es **ágil y sencilla**, siendo una **app** la solución que más se ajusta a estos valores de inmediatez que demandan los millennials.

Ofrece una **solución 360:** ayuda a quedar con amigos, conocer gente nueva y eliminar el miedo al rechazo.

Agiliza el proceso de quedada facilitando que cuadren las agendas, dando ideas y viendo quién está interesado en los mismos planes.

Potencia las interacciones que suceden en el mundo real trasladándolas a la app haciendo que aumentes tu círculo de amistades conociendo amigos de amigos y encontrándote con antiguos amigos que hace tiempo que no hablas, ayudando a retomar la relación.

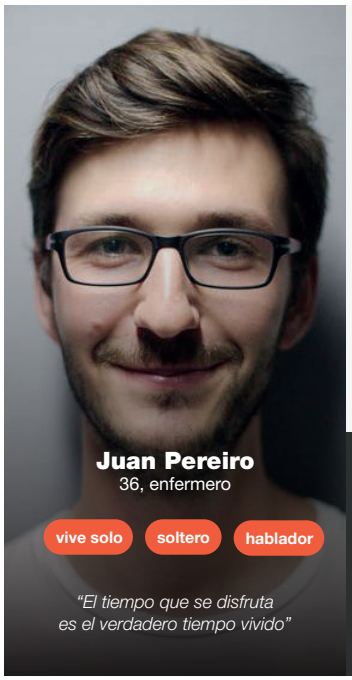
Ayuda a perder el miedo al rechazo usando la **app como intermediaria** para transmitir que al usuario le gustaría iniciar una amistad o algo más.

DEFINIR

3.1 Personas, escenarios y user journeys

Personas

Para tener siempre en mente las necesidades de los usuarios, se define a continuación 3 usuarios prototipo tomando como base los insights identificados en la fase anterior “DESCUBRIR”.



Juan Pereiro
36, enfermero

vive solo | soltero | hablador

“El tiempo que se disfruta es el verdadero tiempo vivido”

OBJETIVOS

- Cuadrar su agendas con la de sus amigos para quedar.
- **Declararse** a su amiga.

NECESIDADES

- Charlar y **ponerse al día en persona.**
- Salir de la rutina y **desconectar.**
- Tener a alguien especial con el que **compartir momentos.**

FRUSTRACIONES

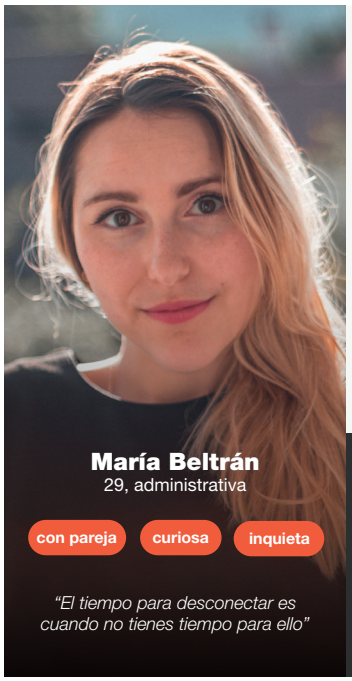
- Su trabajo ocupa gran parte de su día, por lo que tiene **poco tiempo para sus amigos.**
- Es difícil concretar **actividades que motiven** a todos sus amigos.
- Tiene **miedo** a perder la amistad al declararse.

PERSONALIDAD

Introvertido — Extrovertido
Reservado — Abierto
Reflexivo — Activo

MOTIVACIONES

Deportes / aventura
Viajar
Videojuegos



María Beltrán
29, administrativa

con pareja | curiosa | inquieta

“El tiempo para desconectar es cuando no tienes tiempo para ello”

OBJETIVOS

- Nueva en la ciudad, busca conocer gente en su poco tiempo libre.
- Retomar la amistad con amigos con los que ha ido perdiendo el contacto por la pandemia.

NECESIDADES

- Realizar actividades con gente o grupos con sus mismos intereses.
- Acercarse a sus compañeros de trabajo.
- Aclarar malentendidos y romper el hielo.

FRUSTRACIONES

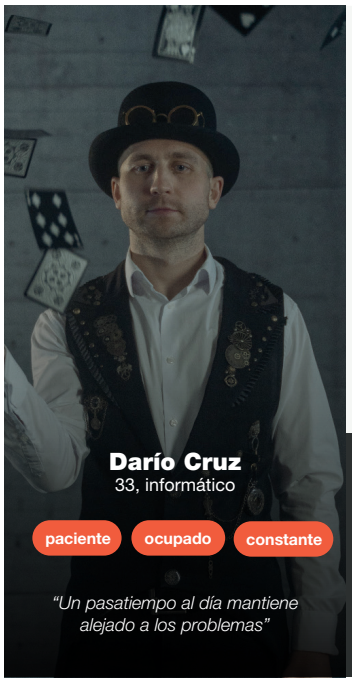
- No sabe dónde conocer gente nueva.
- No consigue interactuar con sus compañeros fuera del trabajo.
- Tiene miedo al rechazo al hablar con esas amistades.

PERSONALIDAD

Introvertido — Extrovertido
Reservado — Abierto
Reflexivo — Activo

MOTIVACIONES

Socializar
Viajar
Naturaleza



Darío Cruz
33, informático

paciente | ocupado | constante

"Un pasatiempo al día mantiene alejado a los problemas"

OBJETIVOS

- Conectar con gente que también tenga interés en la magia.
- Quedar con sus amigos más a menudo.

NECESIDADES

- Compartir y aprender nuevos trucos.
- Diversión y profesionalidad con la magia.
- Ser consciente de cuanto tiempo lleva sin ver a sus amigos.

FRUSTRACIONES

- No conoce gente en su pueblo con interés en la magia.
- No hay mucha gente que tenga su visión de la magia.
- Está tan centrado en su hobby que acaba dejando a sus amigos de lado.

PERSONALIDAD

Introvertido — Extrovertido
Reservado — Abierto
Reflexivo — Activo

MOTIVACIONES

Magia
Leer
Cine

Escenarios

A continuación, mediante storytelling se plantea cómo los 3 usuarios prototipo utilizarían el producto para detectar requisitos que demanda y puntos débiles a dar solución.

ESCENARIO 1

Nunca quedamos

Juan lleva tiempo queriendo quedar con su grupo de amigos, pero es muy **difícil cuadrar sus agendas** ya que todos tienen horarios diferentes por sus trabajos o básicamente ya no les motiva quedar para jugar al baloncesto.

Cansado de no concretar nada y de que gente ni siquiera respondan, Juan usa la app para tomar la iniciativa. Crea un chat grupal con sus amigos e inicia una **encuesta** para saber quiénes están disponibles y dispuestos a quedar este mes.

De 6 personas, 3 coinciden en que están disponibles para quedar el próximo sábado. El problema es que no saben muy bien qué hacer. Están un poco cansados de quedar solo para tomar algo, por lo que le piden a la app que les **sugiera actividades** en base a sus gustos. YOIME les sugiere un scape room.

El problema es que se necesita un mínimo de 6 personas, por lo que le preguntan a la app y **les sugiere a dos personas que también estarían interesadas:** un amigo de Esteban y otro de Ana.

Se les envían una invitación y ambos aceptan. Concretan hora y lugar.

Llega el día y se lo pasan genial. A Juan le han caído muy bien tanto Julia como Marcos y no le importaría volver a quedar con ellos, por lo que accede a la herramienta y **clasifica sus perfiles como amigos.**

Luego de clasificar los perfiles de Julia y Marcos, le aparece el perfil de su amiga Ana. Hace tiempo que le gusta pero no sabe cómo decírselo ya que tiene miedo a no ser correspondido y perder una amistad de 15 años. Como la app está diseñada para **evitar el rechazo,** marca que le gusta Ana y al momento le llega el aviso. **¡Parece que el amor es correspondido!**

ESCENARIO 2

Nuevo trabajo, nueva ciudad

María se ha mudado a una nueva ciudad por motivos laborales. **No conoce a nadie, se siente un poco sola** y debido a su ritmo de trabajo tampoco ha podido conectar mucho con sus compañeros de trabajo.

Esta soledad le ha hecho reflexionar y nota que **ha perdido amigos por la pandemia.** Después de tanto tiempo no sabe cómo romper el hielo con su amiga Clara ya que **piensan que ya no la necesita,** por lo que decide usar la app.

Empieza a clasificar perfiles, hasta que le aparece el de su amiga, indicando que la quiere como amiga. A Clara siente lo mismo que María y también indica que le gustaría volver a verse. A ambas se les envía una **sugerencia de quedar,** ya que hace tiempo que no lo hacen. Hablan y parece que el próximo jueves van ponerse al día.

Luego de esta buena noticia, María sigue interactuando con la app viendo perfiles que les sugiere conectar. Como tiene el número de teléfono de algunos compañeros de trabajo, ve que tienen en común el senderismo con algunos de ellos, por lo que les da como amigo. A sus compañeros también les gustaría quedar con María, por lo que hablan con ella y la añaden al chat grupal de senderismo. **¡El finde que viene María parece que ya tiene plan!**

ESCENARIO 3

Mantener un equilibrio

Aunque tiene otros aspectos en común con sus amigos, Darío echa en falta a alguien con quien **compartir su visión de la magia** perfeccionista e innovadora.

Le gustaría unirse a un grupo con el que compartir trucos y pasar un buen rato, pero en su pueblo no encuentra a nadie.

Por lo que decide usar la app que le va **sugiriendo perfiles afines.**

Darío indica que le gustaría quedar con ellos para compartir trucos de magia y consulta las actividades que existen sobre magia.

Ve que existe en una ciudad próxima un **evento de magia** en el que quedan una vez al mes para compartir trucos y hablar de magia con una cerveza. En la descripción le indica los asistentes, entre los que está un antiguo compañero de colegio. Al ver que asiste ese conocido se anima y se inscribe al evento.

Mientras tanto, le sale una **notificación** sugiriéndole una **actividad a hacer con su grupo de amigos.** La verdad es que hace tiempo que no queda con ellos por lo que la comparte para ver si se apuntan.

User Journeys

En la siguiente página se visualizan las emociones y touch points del contacto usuario - producto en los diferentes escenarios descritos para empatizar y **descubrir puntos mejorables** de la experiencia de usuario.

ESCENARIO 1
Nunca quedamos

ACCIONES

- Crear un grupo
- Hacer una encuesta para concretar cuándo quedar
- Buscar sugerencia de actividades
- Sugerencia de gente a incorporar a la actividad
- Enviar invitación al evento y concretar hora
- Realizar actividad
- Clasifica perfiles. Marca como amigos y Ana para algo más que amigos.
- Nueva notificación. Ana lo ve más que amigo
- Charlar con Ana

PAIN POINTS

- Nunca concretamos nada
- Siempre hacemos lo mismo
- Necesitamos 2 personas más para el scape room
- A lo mejor no pueden apuntarse
- ¿Cómo serán los amigos de Ana y Esteban?
- Me gustaría quedar de con los amigos de Ana y Esteban. Pero me da vergüenza
- ¿Y si ellos no quieren ser mis amigos? ¿Y si Ana me rechaza?
- ¿Cómo rompo el hielo?

EMOCIONES

irritado → inseguro → ilusionado → dubitativo → contento → inseguro → emocionado → ilusionado

TOUCHPOINTS

- móvil
- scape room
- móvil

OPORTUNIDADES

- Sugerir actividades según los gustos mayoritarios
- Si eres amigo VIP, poder ver su disponibilidad en el calendario
- Perfil detallado con fotos, descripción, intereses, amigos en común...
- No mandar una alerta si la persona ha rechazado la amistad/amor
- Usar la app como celestina para perder el miedo al rechazo

ESCENARIO 2
Nuevo trabajo, nueva en la ciudad

ACCIONES

- Usa la app mirando perfiles hasta que aparece el de Clara
- Marca que quiere seguir siendo amiga de ella
- Le llega un aviso de que ambas quieren seguir siendo amigas
- Empiezan a hablar
- Clasifica perfiles, indicando como amigo un compañero del trabajo.
- Le llega un aviso de que ambas quieren ser amigas
- Empiezan a hablar

PAIN POINTS

- ¡A ver si me aparece el perfil de ella!
- ¿Y si ella ya no quiere seguir siendo mi amiga?
- Que vergüenza. ¿Cómo romper el hielo?
- Espero que salga alguien interesante
- ¿Y qué le cuento para empezar a hablar?
- ¿Cuándo quedaremos?

EMOCIONES

impaciente → insegura → ilusionada → ansiosa → dubitativa

TOUCHPOINTS

- Móvil

OPORTUNIDADES

- No indicar si la otra persona rechaza tu amistad
- Dar ideas sobre cómo romper el hielo
- Después de hablar durante un tiempo, sugerir quedar con la otra persona
- Dar ideas sobre las que puedan hablar para romper el hielo
- Sugerir actividades según los gustos de las dos

ESCENARIO 3

Mantener un equilibrio

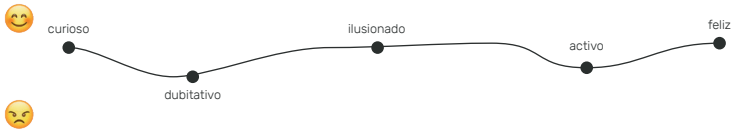
ACCIONES

- Clasifica perfiles en su zona según su interés: la magia
- Indica interés por el perfil de un chico de la ciudad de al lado
- Busca eventos de magia
- Se inscribe a una actividad
- Notificación de sugerencia de actividad
- Comparte la actividad en el grupo de sus amigos

PAIN POINTS

- ¿Qué referencias hay de estas personas?
- ¿Tendrá el mismo interés en la magia que yo?
- Espero que no estén muy lejos
- ¡Qué nervios! No conozco a nadie.
- Uf, hace tiempo que no quedo con mis amigos.

EMOCIONES



TOUCHPOINTS

móvil

OPORTUNIDADES

- Crear grupos abiertos según intereses
- Permitir asociar instagram o otras redes sociales al perfil
- Opción de filtrar por distancia
- Hablar con los organizadores de los eventos. Ver si van amigos
- Recordatorios poco intrusivos

3.2 Definición del problema y solución

Problem statement

Se han detectado múltiples problemas que impiden que los millennials tengan un a red sólida de amistades:

Dificultad para quedar con sus amigos

Los millennials quedan menos con sus amigos por la falta de tiempo, la distancia, tener pareja o cambio de intereses, haciendo que la amistad se vaya enfriando poco a poco al no quedar presencialmente.

Círculo de interacción reducido

Los millennials tienen dificultades para conocer gente nueva porque su círculo de interacción se reduce mayormente a sus compañeros de trabajo, por lo que se sienten frustrados al no saber dónde conocer gente nueva.

Miedo al rechazo

Los millennials tienen dificultades para comunicar que le gustaría iniciar una amistad, reconectar con aquellos en los que se ha enfriado la relación o declarar sus sentimientos por miedo a perder a la persona al no ser correspondido.

Estos y otros problemas detectados hacen que los millennials tengan **dificultades para tener una relación de calidad con sus amigos, establecer nuevas amistades y recuperar aquellas que se han enfriado.**

Por lo que ¿cómo podemos mejorar la red de amistades de los millennials?

Solución

Identificados los principales problemas, la solución será una aplicación que debe cumplir las siguientes recomendaciones para que los usuarios consigan tener una red sólida de amistades.

Dar un empujón para animar a...	Facilitar el encuentro en persona ayudando a...
• Quedar con amigos de manera frecuente para realizar actividades o charlar.	• Cuadrar las agendas, sugerir actividades y avisar para quedar tras un tiempo.
• Ampliar su círculo de interacción aumentando el número personar abiertas a conocer gente.	• Romper el hielo conectando con amigos de amigos generando confianza al tener referencias.
• Perder el miedo al rechazo a recuperar amistades, iniciar una amistad o algo más que una amistad.	• Comunicar sus sentimientos e intenciones utilizando la app como intermediaria.

Animando y agilizando el proceso para quedar, aumentando el círculo de amistades presentando amigos de amigos y reduciendo el miedo al rechazo, se consigue reducir la soledad en los millennials creando una red sólida de amistades.

3.3 Lean UX

A continuación se muestra una recopilación de toda la información relevante del proyecto para guiar el proceso de desarrollo de la aplicación.

Problema

Existen altos niveles de sentimiento de **soledad** en la generación **millennial** debido a la falta de una red sólida de amistades.

Las soluciones que existen en el mercado no consiguen mermar esa soledad ya que **no potencian** una **interacción presencial** necesaria para establecer una relación sólida.

Usuarios

Son **jóvenes sociables** y abiertos de entre 25 y 40 años a los que les gusta realizar actividades.

Han conocido a la mayoría de sus amigos en su etapa formativa o en el trabajo, siendo su **círculo de interacción actual reducido.**

Cada vez quedan menos con sus amigos por falta de tiempo o cambio de prioridades y tienen dificultades para retomar relaciones que se han enfriado.

Hipótesis

Creemos que quedarán más si el usuario consigue agilizar a cuadrar sus agendas con calendarios de disponibilidad y encuestas, sugiriendo actividades según sus intereses y animando a quedar luego de periodos largos de tiempo.

Creemos que formarán nuevas amistades conectando con amigos de amigos para generar confianza y ayudar a romper el hielo al tener lazos en común. Se evitará el miedo al rechazo indicando si está interesado en mantener una relación de amistad de manera privada, ayudando a romper el hielo si es correspondido.

Creemos que perderán el miedo al rechazo para recuperar amistades o declararse indicando de manera privada que está interesado en mantener esa relación, para luego ayudar a romper el hielo si es correspondido.

Ideas de soluciones

Diseñar una app que:

- Ayude a cuadrar sus agendas, con calendarios de disponibilidad y encuestas.
- Sugiera actividades según sus intereses para no caer en la monotonía.
- Permita identificar qué personas están interesadas en mantener una amistad o algo más, manteniendo la respuesta en privado si no es correspondido.
- Anime a quedar de manera poco intrusiva cuando ya haya pasado un largo periodo de tiempo
- Genera confianza con un perfil detallado con fotos, descripción, intereses, amigos en común.
- Ayuda para romper el hielo.

LEAN UX

Qué aprender primero

1. ¿Los usuarios cumplimentarán su perfil con todos sus intereses para así sugerirles perfiles y actividades acordes?

2. ¿Con qué frecuencia sugerir actividades o mostrar perfiles de nuevo para indicar su tipo de relación sin que sea pesado?

3. ¿Se iniciará la rutina de quedar en persona para ir recuperando la amistad perdida?

Resultados

La app consigue que poco a poco **vayan quedando más** y sean conscientes del valor que aporta quedar en persona. Como consecuencia la calidad de las amistades mejorará y se sentirán menos solos.

Además se **conocerán nuevas personas** afines que sean amigos de amigos con los mismos intereses para finalmente ir conociéndose y dedicándose tiempo hasta que se inicie una amistad.

También permitirá **retomar amistades** empleando la app como intermediario o celestino, haciendo que ese momento incómodo no lo sea tanto.

Beneficios

Agilizar el proceso para quedar con sus amigos.

Sugerir actividades para salir de la rutina.

Conocer gente nueva que sea amigos de sus amigos para tener referencias y generar confianza para iniciar una amistad.

Ayudar a transmitir sus sentimientos a otros amigos cuando existe miedo al rechazo.

Mínimo para hacer para aprender

1. Estudiar aplicaciones que requieran cumplimentar perfiles detallados. ¿Qué lenguaje utilizan para animar a cumplimentarlo? ¿Se realiza en el onboarding o de manera gradual?

2. Estudiar cómo lanzar notificaciones naturales y orgánicas.

3. Conocer qué factores influyen para retomar una relación.

ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR **DISEÑAR** DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR
ÑAR DISEÑAR DISE
DISEÑAR DISEÑAR

4.1 Requisitos

¿Cómo debe ser la app?

En base a la información y hallazgos obtenidos en la fase de investigación se han definido el siguiente inventario de contenido y funcionalidades.

REQUISITOS FUNCIONALES

Definición del perfil

- Registro del usuario: nº de teléfono, nombre, intereses, redes sociales...
- Editar perfil.

Conocer gente nueva

- Sugerir perfiles de conocidos o amigos de amigos con los mismos intereses para iniciar una amistad.
- Consultar perfiles con referencias para generar confianza: fotos, aficiones, amigos en común y redes sociales.
- Sugerencia de personas con los mismos intereses en tu grupo de amigos.

Potenciar y agilizar la relación entre amigos o posibles amigos

- Chat individual o grupal para concretar información sobre las quedadas.
- Encuestas para concretar fecha, lugar y/o actividades a realizar.
- Sugerencia de actividades según intereses en común.
- Programar quedadas periódicas.
- Animar a quedar con amigos mediante notificaciones poco intrusivas.
- Conocer disponibilidad para los mejores amigos.
- Filtrado de amigos por intereses.

Romper el hielo

- Descubrir en tu entorno quién quiere establecer una relación de amistad, algo más que amistad o no mantener una relación cercana contigo, mostrando tus intenciones con esa persona de manera privada si no son correspondidas.
- Preguntas preestablecidas para iniciar una conversación.
- Sugerencia de actividades según intereses en común.
- Listado de amigos, mejores amigos o más que amigos.

Reconectar con amigos

- Descubrir si un antiguo amigo quiere retomar el contacto, manteniendo tus intenciones con esa persona en privado si no son correspondidas.
- Notificación conforme ambas personas quieren retomar el contacto.

Animar a quedar

- Sugerencia de eventos por intereses, proximidad o que van a asistir otros amigos.
- Próximos eventos y quedadas a las que va a asistir.
- Descripción de los eventos: nombre, fecha, tipología, número de asistentes, amigos interesados, inscripción y compartir.
- Filtrado de eventos.

REQUISITOS NO FUNCIONALES

Emocionales

· Incluir animaciones que ayuden a mostrar una imagen más cercana y humana.

· Dar protagonismo a las imágenes para reflejar que detrás de la aplicación hay personas.

· Generar un espacio de confianza.

Operativos

· Disponible para mobile y tablet.

· Compatible con iOS y android.

· Deberá de mantener una buena usabilidad y accesibilidad para que llegar al mayor número posible de personas.

Seguridad

· Protección de datos.

· Perfil verificado.

4.2 Card sorting

¿Cómo agrupar los requisitos?

Mediante la ejecución de un card sorting obtendremos basándonos en data cómo los posibles usuarios conceptualizan, agrupan y etiquetan los requisitos. De esta manera definiremos una arquitectura de la información que ofrezca una buena experiencia de usuario.

¿Cómo?

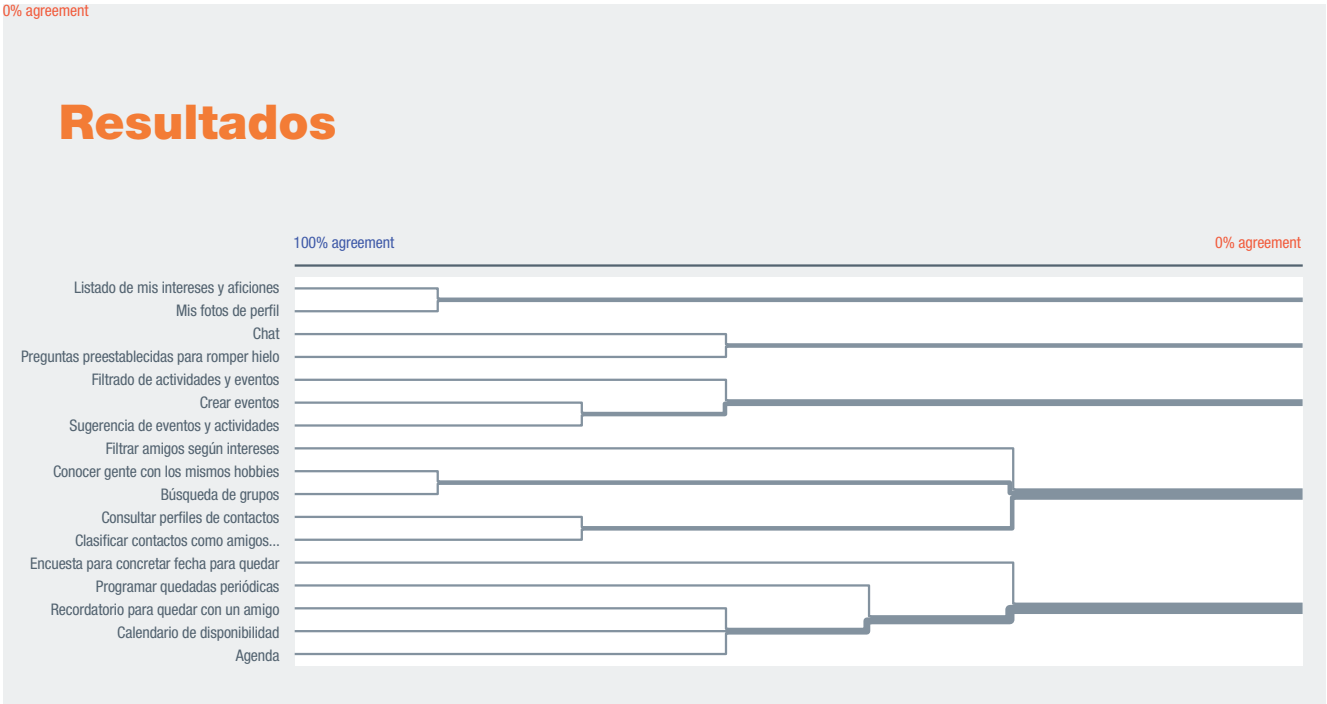
Card sorting semiabierto

EN REMOTO

OW OPTIMAL WORKSHOP

7 participantes
7 respuestas

Jóvenes millennial, usuarios de redes sociales y con alto dominio de la tecnología.



5
grupos

PERFIL

El grupo 1 está claramente diferenciado.

CONECTAR CON PERSONAS

El grupo 2 y 3 son conceptualmente próximos.

CALENDARIO DE EVENTOS Y QUEDADAS

El grupo 4 y 5 son conceptualmente próximos.

INSIGHTS

CARD SORTING

GRUPO 1

Mi perfil / Datos personales / Perfil

Se engloban todos los datos relacionados con el perfil del usuario, etiquetándolo como Perfil.

- Listado de mis intereses y aficiones
- Mis fotos de perfil

GRUPO 2

Conectar / Mis contactos / Amigos

Se agrupan la visualización de los perfiles y su filtrado para clasificarlos como amigos, no amigos o algo más que amigos.

- Clasificar perfiles como amigos, no amigos o algo más que amigos
- Consultar perfiles de contactos
- Filtrar amigos según intereses
- Listado de amigos, mejores amigos y más que amigos

GRUPO 3

Conocer / Conocer gente / Romper el hielo

En este grupo se engloba conocer gente y grupos con los mismos intereses, manteniendo el contacto por chat y dando ideas para romper el hielo.

- Búsqueda de grupos con las mismas aficiones
- Preguntas preestablecidas para romper el hielo
- Chat
- Conocer gente con los mismos hobbies

GRUPO 4

Eventos / Actividades / Qué hacer

Engloba los eventos y actividades que va a realizar y que se sugieren.

- Agenda con los próximos eventos/ quedadas que tengo
- Crear eventos
- Filtrado de eventos/ actividades
- Sugerencia de eventos/actividades a realizar con un amigo

GRUPO 5

Calendario / Agenda / Amigos

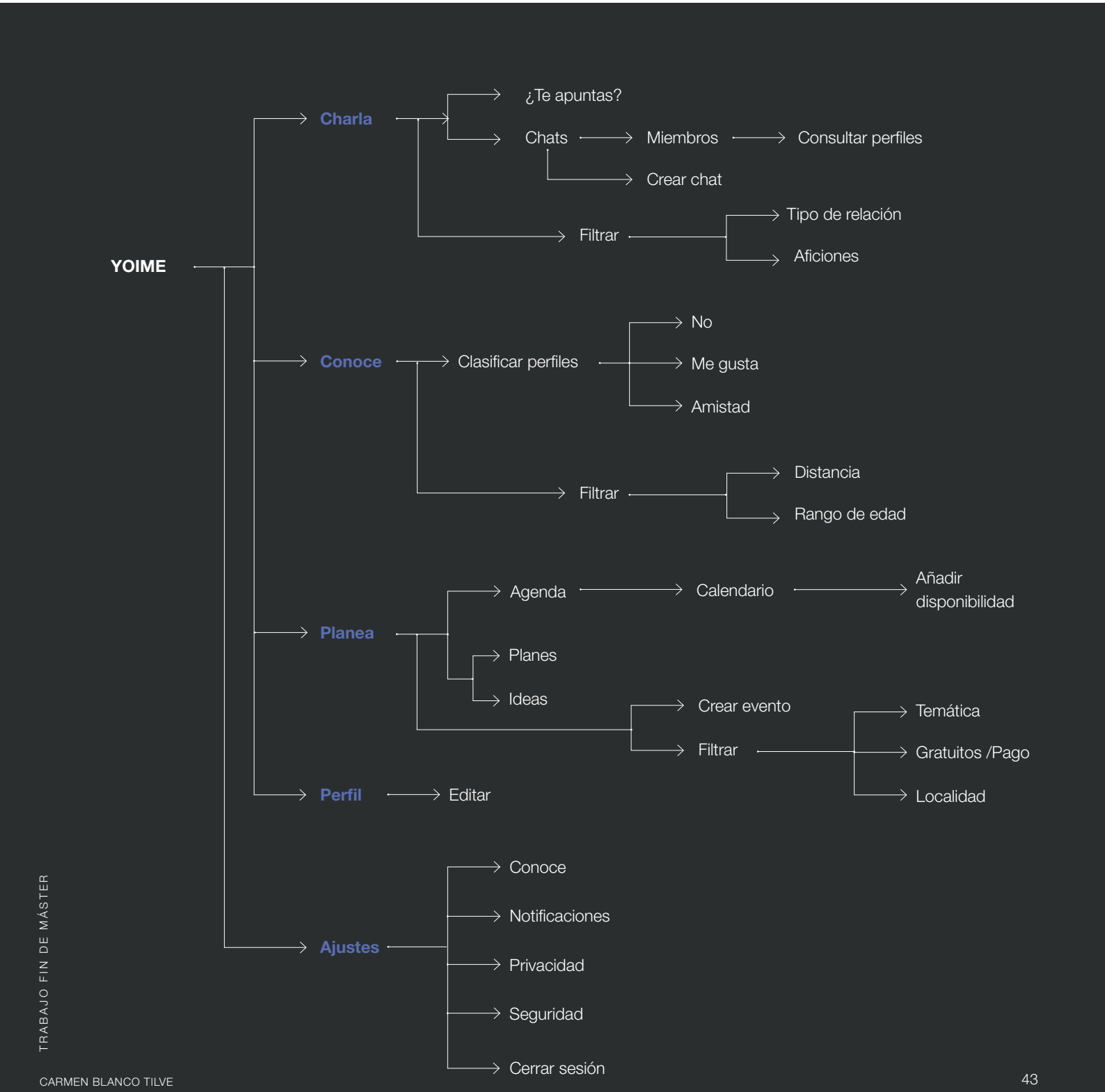
Se agrupan todos las funcionalidades relacionadas con el calendario de quedadas y ayudas que se llevan a cabo.

- Calendario con la disponibilidad de quedar de un amigo
- Encuestas para concretar fecha para quedar
- Programar quedadas periódicas
- Recordatorios para quedar con un amigo

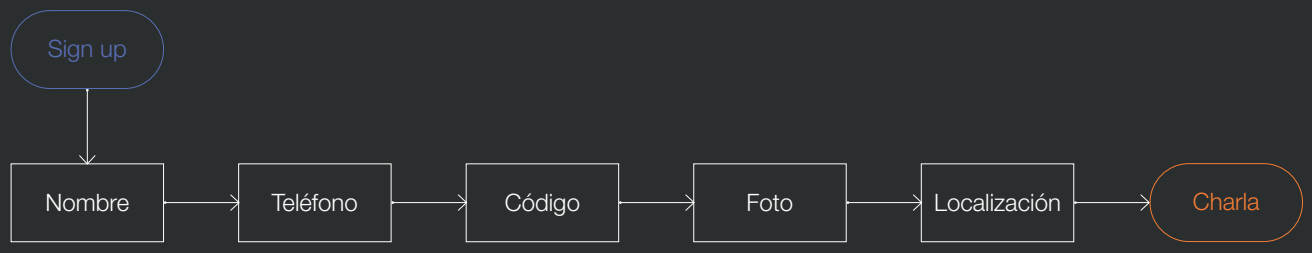
4.3 Árbol de contenidos y diagrama de flujos

¿Cómo es la arquitectura?

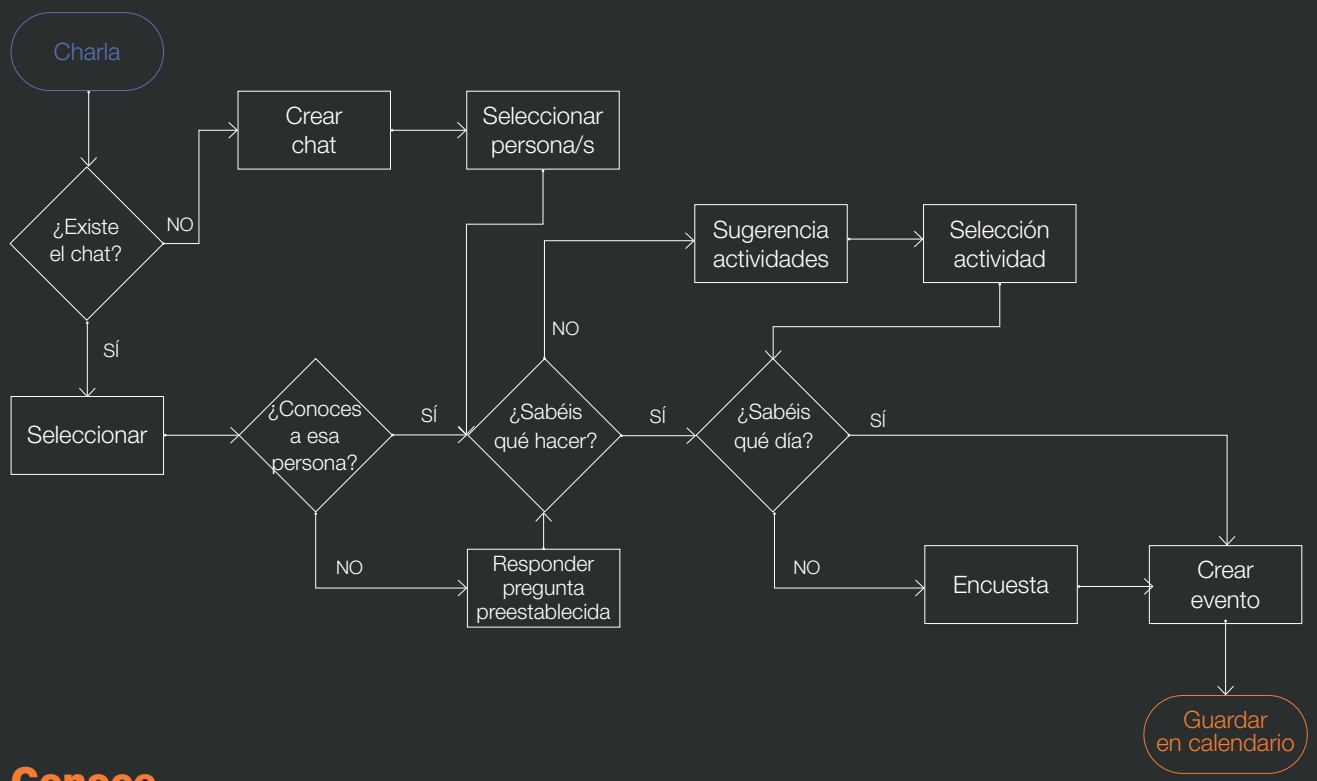
Mediante la representación de la estructura de la web en base a los resultados obtenidos en el card sorting y la representación de los pasos para completar una tarea, podremos identificar posibles errores antes del desarrollo.



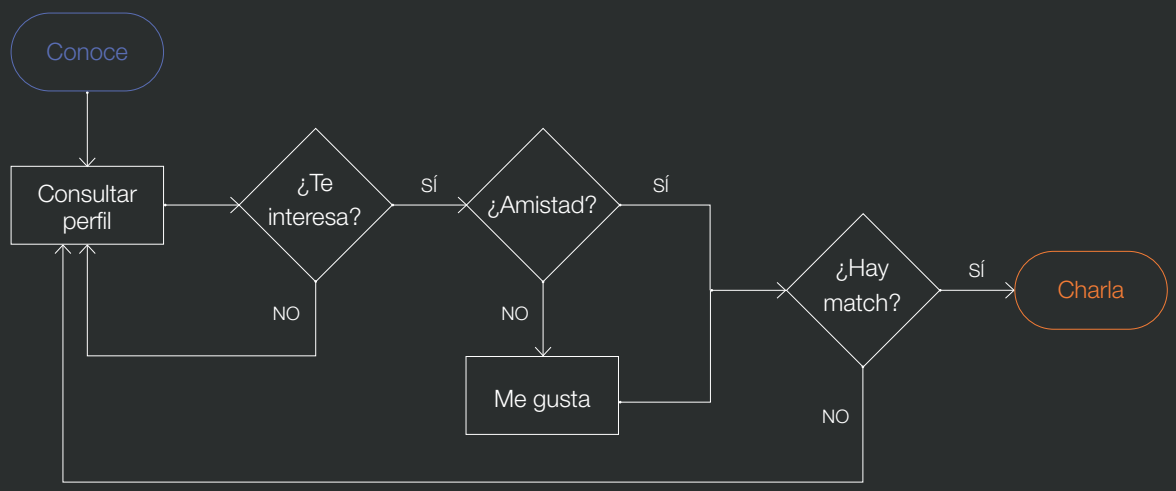
Onboarding



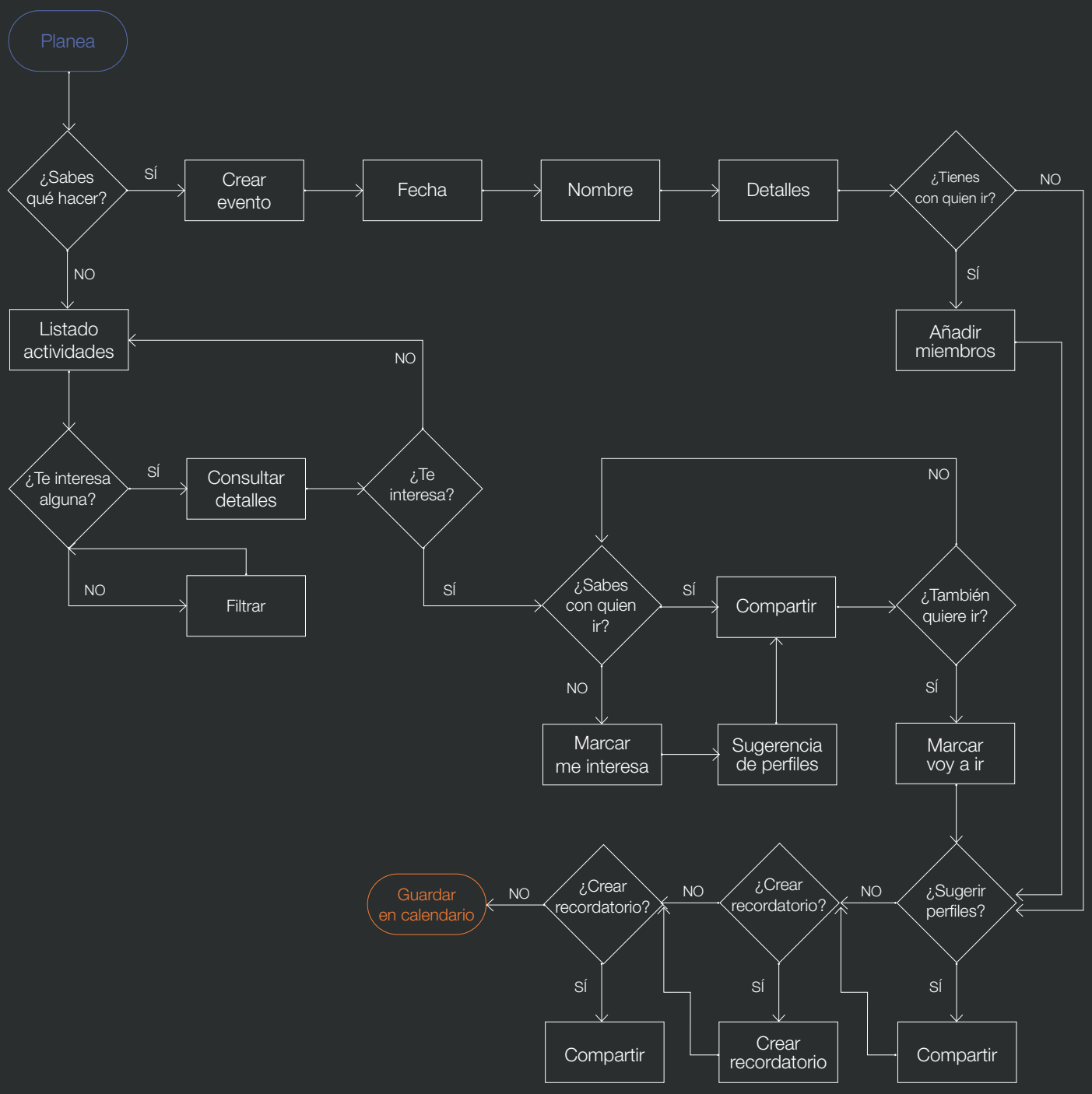
Charla



Conoce



Planea

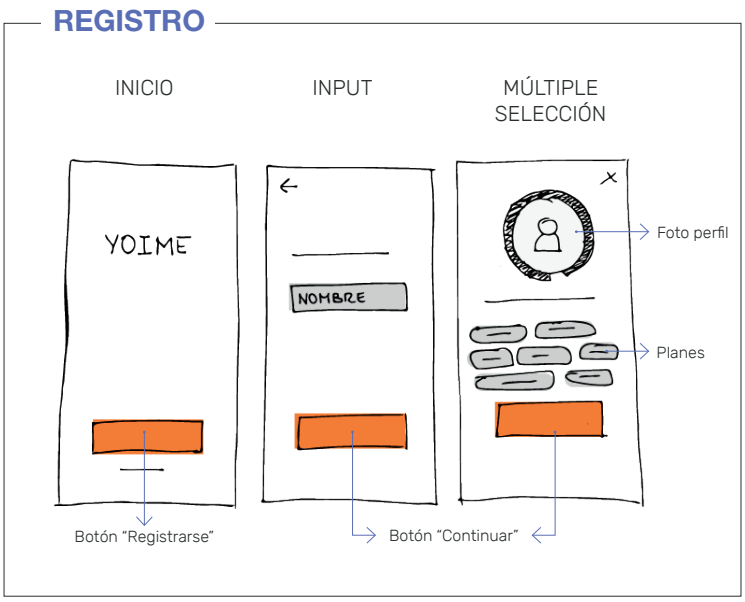

Planea
¿Sabes qué hacer?
SÍ
Crear evento
Fecha
Nombre
Detalles
¿Tienes con quien ir?
NO
SÍ
Añadir miembros
NO
Listado actividades
NO
¿Te interesa alguna?
SÍ
Consultar detalles
¿Te interesa?
NO
Filtrar
SÍ
NO
¿Sabes con quien ir?
SÍ
Compartir
¿También quiere ir?
NO
SÍ
Marcar me interesa
Sugerencia de perfiles
Marcar voy a ir
Guardar en calendario
NO
¿Crear recordatorio?
NO
¿Crear recordatorio?
NO
¿Sugerir perfiles?
SÍ
SÍ
SÍ
Compartir
Crear recordatorio
Compartir

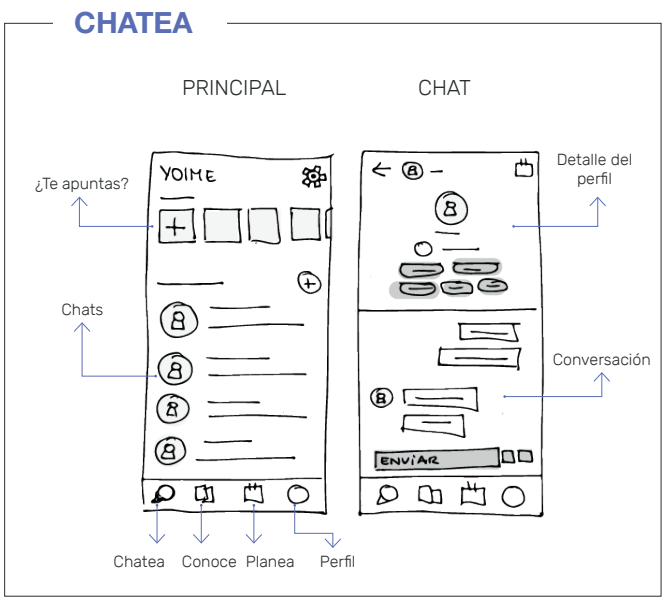
4.4. Bocetado

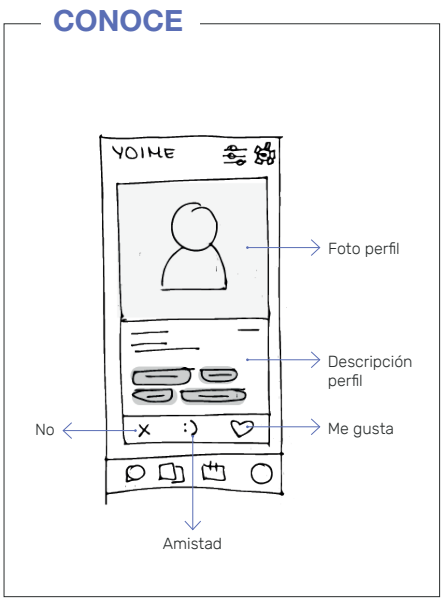
A continuación se muestran diferentes sketches de las pantallas a partir de los diagramas de flujo para visualizar de manera rápida la interacción y detectar fallos y posibles puntos de mejora antes de pasar al prototipado de baja fidelidad.

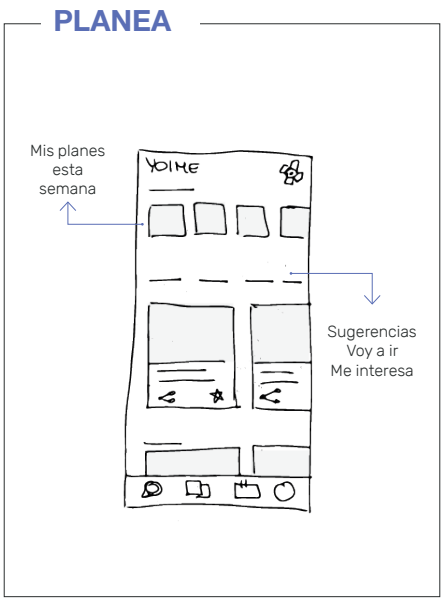
Los sketches se han realizado con bolígrafo y papel, definiendo las siguientes pantallas básicas:

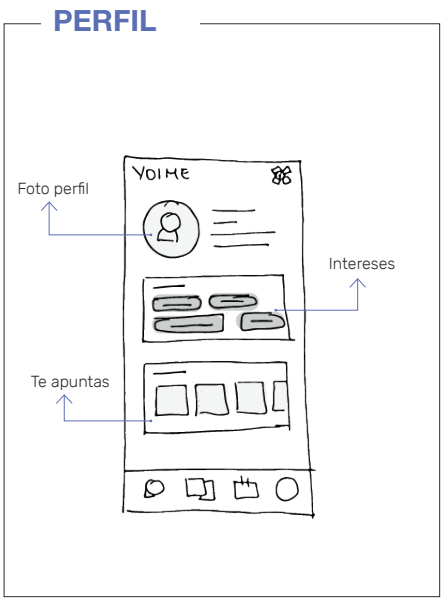
- **Proceso de registro:** inicio y dos pantallas representativas.
- **Chatea:** página principal y chat.
- **Conoce:** vista general del perfil.
- **Planea:** vista general de la pantalla en la que se agrupan sugerencia de planes.











4.5 Wireframing

Se han definido los low-fidelity prototypes para establecer la interacción, optimizar los journeys de los usuarios e identificar posibles errores como caminos sin salida.

Para concretar los wireframes **se ha definido previamente el texto** de cada pantalla para evitar que en la fase de prototipado el espacio dedicado a éste no sea adecuado.

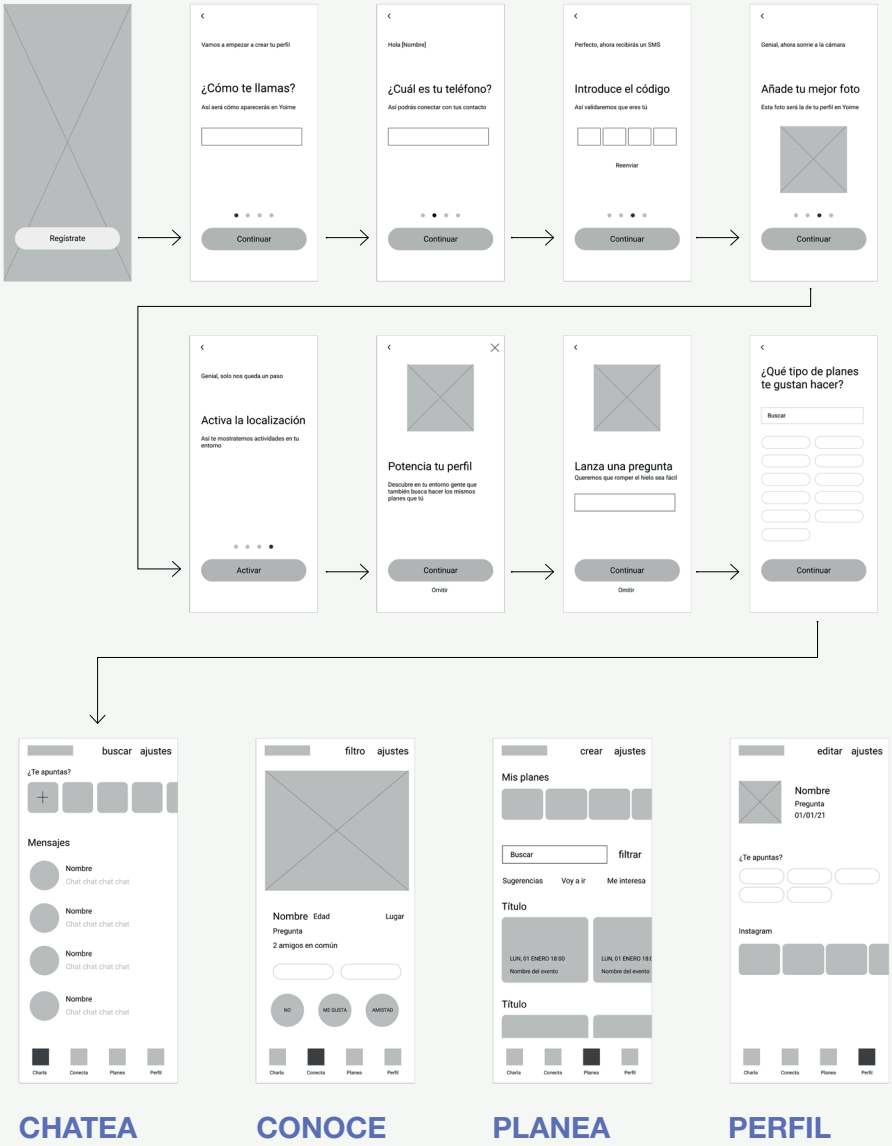
Respecto a la interfaz, se busca que sea **sencilla y limpia,** dándole protagonismo a las **imágenes** y usando **mensajes breves y amigables** para que así el usuario identifique rápidamente las acciones y elementos y sea un proceso ágil.

En el **proceso de registro** el botón siempre se sitúa en la misma posición para agilizar el proceso y se indica en qué pantalla está mediante 4 puntos situados encima para así mostrar en qué punto del registro se encuentra.

Respecto a las diferentes **secciones,** al igual que en la mayoría de las redes sociales que emplean los millennials (Instagram, Facebook, Tinder...), se identifican solamente con un icono sin utilizar ningún label.

Sin embargo, en la fase de evaluación se realizará un test con usuarios para ver si esto puede generar problemas.

REGISTRO



CHATEA CONOCE PLANEA PERFIL

4.6 Prototipado

GUÍA DE ESTILO

En una primeras fase se definen lo distintos elementos del UI KIT: fuentes, tipografía, gama cromático e iconografía.

Se ha buscado utilizar una imagen juvenil y alegre que ayude a conectar con el público objetivo: los millennials.

Tipografía

Se han empleado dos tipografías: Poppins la fuente principal y Rubik como secundaria.

Poppins es una fuente sans serif redondea acorde con la imagen amigable y cercana que se busca transmitir en la aplicación.

Rubik se emplea como fuente complementaria para definir pequeños titulares. Ambas se complementan perfectamente al ser sans serif y ligeramente redondeadas.

Aa

Poppins

Aa

Rubik

Conoce. Planea. Queda

Conoce. Planea. Queda

Conoce. Planea. Queda

TEXTO Y ELEMENTOS A DESTACAR

Basic violet - 01
#302746

Electric - 01
#7773D2

BOTONES Y ALERTAS

Green - 01
#17B376

Yellow - 01
#F7D007

ACCIONES NO REVERSIBLES

Salmon - 01
#EB6E65

Pinkish - 01
#FAC4DB

Colores

Se ha seleccionado una gama cromática juvenil y dinámica adecuada al público objetivo: los millennials.

Los tonos **violetas** y **verdes** representan **tranquilidad, frescura y renovación,** aspectos que se buscan potenciar en una app en la que se conecta y reconecta con el entorno. Por lo que es necesario un ambiente cómodo que transmita seguridad.

Además, también se busca que los usuarios asocien la app con **diversión y alegría,** por lo que el color **amarillo** es el perfecto representante.

Por otro lado, para transmitir **calidez** se usan tonos salmón o coral.

Naming

El nombre de la app busca transmitir diversión y cercanía.

Se juega con la sonoridad de las palabras inglesas JOIN (unirse), JOY (alegría) y ME (yo), ya que se busca que los usuarios se unan a planes y se diviertan.

JOIN unirse
JOY diversión
+ ME yo
= Y:)ime

Por otro lado, la letra "o" se ha sustituido por un emoji, haciendo un guiño al uso del emoticono **:)** por parte de los millennials en sus primeros SMS y también para transmitir felicidad.

Y:)ime

CONOCE. PLANEA. QUEDA

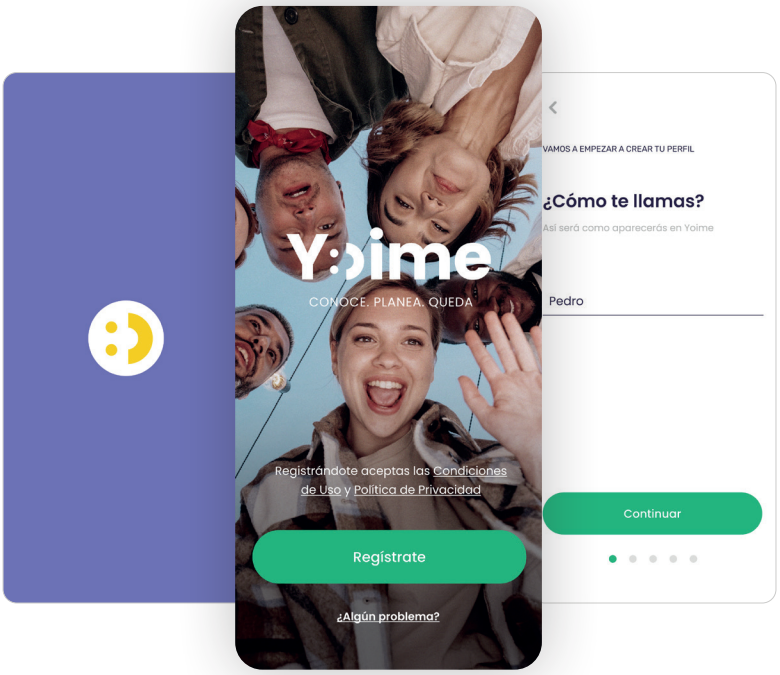
Grafismos

Se busca continuar con una representación alegre y juvenil, mediante elementos redondeados que simbolizan una imagen amable.

PROTOTIPADO

A continuación se muestra la representación de la interacción para visualizar y evaluar el diseño final en la siguiente etapa.

Ver prototipo



Sign up

El proceso de registro se busca que sea ágil y rápido para que el usuario se inicie en la app lo antes posible, características que demandan los millennials.

Inicio
Se inicia con una pequeña animación jugando con el isotipo para que el tiempo de carga de la app sea más ameno.

Una vez cargada la app, se muestra en la pantalla principal una fotografía que busca transmitir que al otro lado de la pantalla se encuentran tus amigos.

Registro
Pulsado el botón de registro, es necesario cumplimentar 5 puntos muy sencillos:

- **Nombre de perfil,** para identificar al usuario.
- **N° de teléfono,** para importar los contactos.
- **Código de verificación,** pera evitar posibles usos fraudulentos.
- **Foto de perfil,** para que la persona sea rápidamente identificable en el chat y proceso de clasificación.
- **Activar localización,** para sugerir perfiles de contactos cercanos y eventos.

En esta parte se busca una interfaz sencilla y limpia para que el usuario se centre el los pasos del registro y así sea más ágil.

Potenciar su perfil

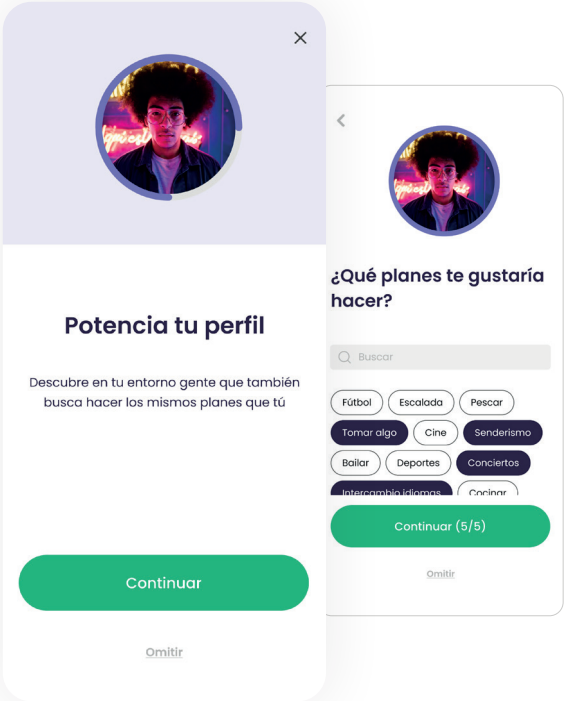
Finalizado el proceso de registro, se muestra un modal que busca que el usuario cumplimente más datos para así sugerirle perfiles y eventos más acordes a sus objetivos.

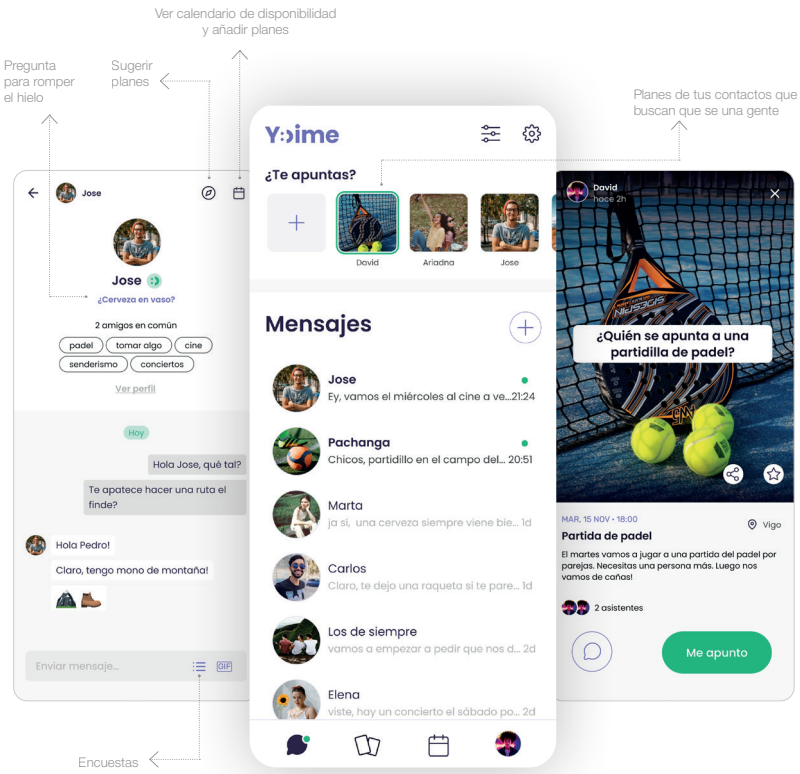
Si no estuviera interesado, existe la opción de saltar este paso pulsando "Omitir" o cerrando el modal. Si fuera este caso, se lanzarían notificaciones para animarlo a rellenar estos puntos.

Se le solicitan datos como:

- **Pregunta para romper el hielo** con amigos que hace tiempo que no habla o amigos de amigos con los que conecta.
- **Fecha de nacimiento**, para posteriormente utilizar esta información para lanzar notificaciones de cumpleaños y así animar a interactuar entre amigos.
- **Planes** a los que les gustaría unirse.

Por otro lado, gráficamente se representa entorno a la foto de perfil que éste está casi completado para animarlo a finalizar el proceso y cerrar el círculo.





Chatea

En esta sección se busca que los usuarios agilicen todo el proceso para quedar.

¿Te apuntas?

En esta sección el usuario puede publicar planes en los que busca que se una gente o apuntarse a planes de sus amigos.

Con esto se consigue llegar a un público más amplio y que aumenten las posibilidades de encontrar a alguien que esté interesado en ese plan, no como en la actualidad que es necesario escribir uno a uno para ver si algún amigo está interesado.

Se usa el mismo sistema de historias temporales que se emplean en muchas redes sociales ya que es un sistema estandarizado y asociado a publicaciones que dura un tiempo determinado.

Mensajes

También es difícil concretar una fecha para quedar debido al ritmo frenético de vida y decidir qué planes hacer para salir de la rutina.

Para ello, dentro de los chats/grupos se añade la opción de generar encuestas para concretar fecha y planes. Y en caso de que no sepan qué hacer, se sugieren actividades según los intereses en común y gente que podría estar interesada.

Además de esta última funcionalidad, la muestra de intereses y la pregunta predefinida ayudan a romper el hielo y dar el salto a quedar en persona, una de las principales dificultades en la actualidad.

Recordatorios

Por otro lado, dentro del perfil del amigo se permite generar alertas para que tras un tiempo sin quedar sin ese amigo recordárselo al usuario, ya que los millennials a veces no son conscientes de que haya pasado tanto tiempo.

Conoce

Para ayudar a romper el hielo e **identificar quién quiere hacer planes contigo o retomar amistades que se han perdido,** se clasifican los perfiles como no amigos, amigos o algo más que amigos.

Clasificación

Para **clasificar** los perfiles se emplea el mismo sistema usado en muchas aplicaciones de este tipo como Tinder o Bumble, ya que el usuario se siente más cómodo con lo que ya conoce. La clasificación se realizar de dos maneras, o **pulsando los iconos** asociados a cada clasificación o **deslizando**, siendo:

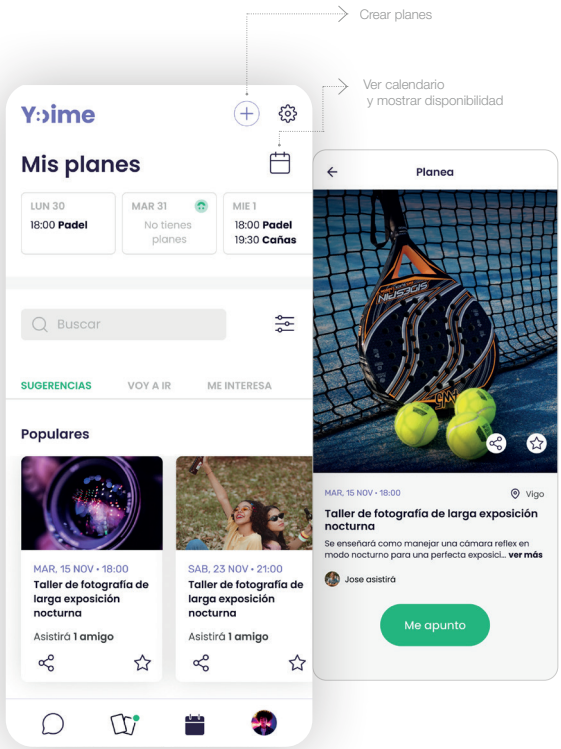
- Hacia la izquierda, NO.
- Hacia arriba, ME GUSTA.
- Hacia la derecha, AMISTAD.

Por otro lado, la foto de perfil tiene una posición protagonista para reconocer rápidamente a la persona, además de los datos básicos como nombre, localización, amigos en común e intereses para que sea un proceso **ágil y sencillo,** tal como demandan los millennials.

Notificaciones

Una vez clasificados los perfiles, se **notificará** si ambos tienen las mismas intenciones:

- Si uno pulsa amistad y el otro no, no se notificará a nadie.
- Si ambos seleccionan amistad, se notificarán a ambos que les gustaría hacer planes juntos y se le anima a que se pongan en contacto para hacer quedar.
- Si uno elige amistad y otro algo más que amigos, se le notifica a ambos que buscan amistad. De esta manera se pierde el miedo a perder un amigo por declarar sus sentimientos.



Planea

Con los años es difícil quedar por la **difícil compatibilidad de horarios y movilidad territorial.** Para ello a través del calendario se muestra la disponibilidad para ver qué días está uno disponible y así poder concretar cuándo puede quedar, sobre todo con los mejores amigos.

Por otro lado con los años los millennials hacen siempre los mismos planes, aumentando la monotonía y por lo que aquí se les mostrará:

- Sugerencia de planes según sus intereses y que no se enterarían de su existencia si no utilizan la aplicación.
- Planes a los que van a asistir sus amigos para animar a que el usuario se apunte.
- Ideas de planes gratuitos, tales como padel, senderismo, repostería...

También podrá ver rápidamente qué eventos va a ir, marcar cuáles les interesa y compartirlos con sus amigos para ir juntos. De esta manera se le ofrecen herramientas para **animar a hacer planes y quedar en persona para así reforzar la relación de amistad o crear una nueva.**

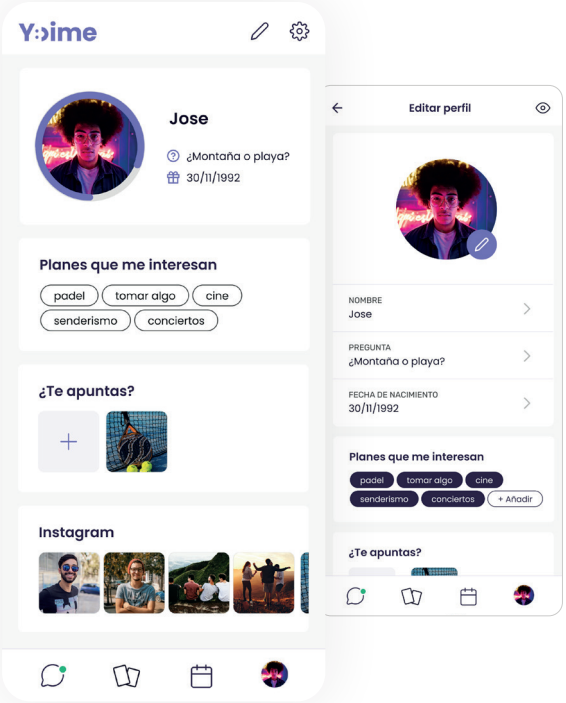
Perfil

Desde su perfil el usuario puede ver qué información se muestra de él, ir añadiendo más información para **mejorar la sugerencia de planes o perfiles** o modificar su perfil para actualizar su información e intereses.

Desde el perfil se puede ver y modificar:

- Foto de perfil.
- Pregunta para romper el hielo.
- Fecha de nacimiento.
- Planes que le interesan, pudiendo modificarlos, editarlos o añadir más según sus preferencias.
- Planes en los que busca que se unan amigos, permitiendo añadir y eliminar las publicaciones.
- Fotos de instagram para generar confianza y mostrar más fotos en su perfil.
- Canciones de Spotify que le gustaría compartir en su perfil.

Para una **mejor usabilidad** los elementos ocupan la **misma posición** y agrupación que en los perfiles que se muestran en "Conoce" para así localizarlos rápidamente.



Notificaciones

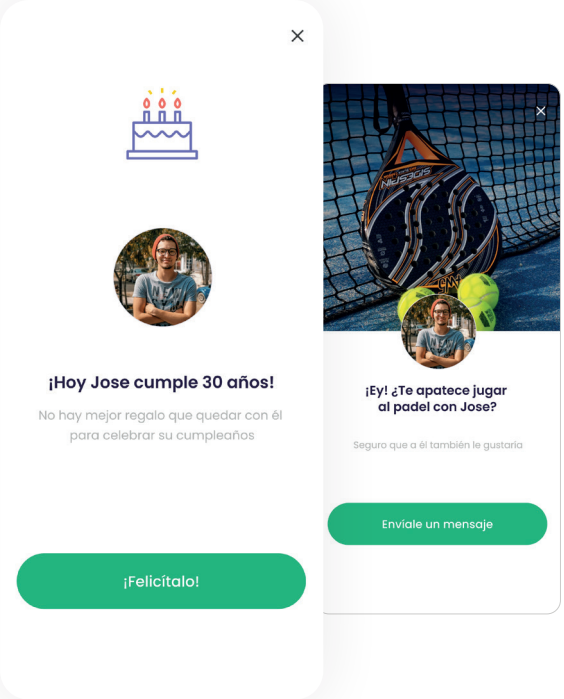
Debido al ritmo frenético de vida de los millennials, no son conscientes del tiempo que llevan sin quedar con sus amigos.

Suelen animarse a quedar debido a un encuentro fortuito o hablar por un tema en concreto, como una publicación en la redes sociales.

Para ello, se han definido una serie de **alertas que potencien estas microinteracciones** que se han ido perdiendo a causa de las restricciones de la pandemia o falta de contacto por otros motivos. Estas notificaciones son:

- Cumpleaños, animando a felicitar a la persona y quedar para festejarlo.
- Animar a realizar actividades que el usuario tiene en común con un amigo.

Por otro lado, para que el usuario conecte emocionalmente se le dota protagonismo a la imagen de perfil. También se emplea una interfaz sencilla y limpia para que el mensaje llegue al usuario y no se distraiga con otros elementos.



EVALUACIÓN

5.1 Evaluación heurística

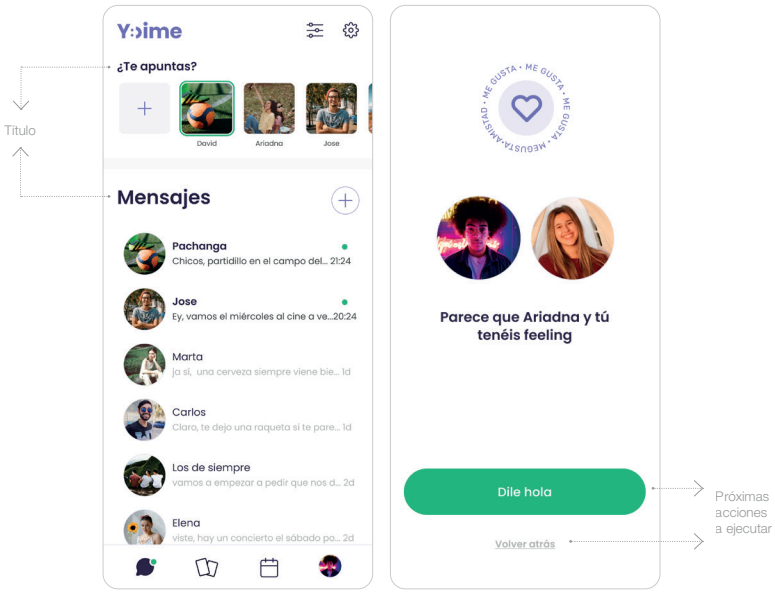
Tras diseñar un prototipo tomando como base la información y hallazgos obtenidos en la fase de investigación, el siguiente paso es evaluar la interfaz y procesos de interacción. El objetivo es comprobar que la app esté bien diseñada y que los usuarios no tienen dificultades en su uso.

¿Por qué este ejercicio?

Mediante este ejercicio de autoevaluación podremos detectar rápidamente posibles problemas de usabilidad tomando como base los 10 principios de Nielsen. Se definen más en detalle en la siguiente checklist.

Visibilidad estado del sistema

- Cada pantalla empieza con un título que describe su contenido, siguiendo un esquema y estilo consistente en toda la app.
- Se indican las alertas mediante un círculo verde que se sitúa sobre el elemento correspondiente.
- Por otro lado, después de realizar una acción se le muestra el resultado o siguientes acciones a ejecutar mediante diferentes botones u otros elementos que son identificables como seleccionables por su forma o localización.

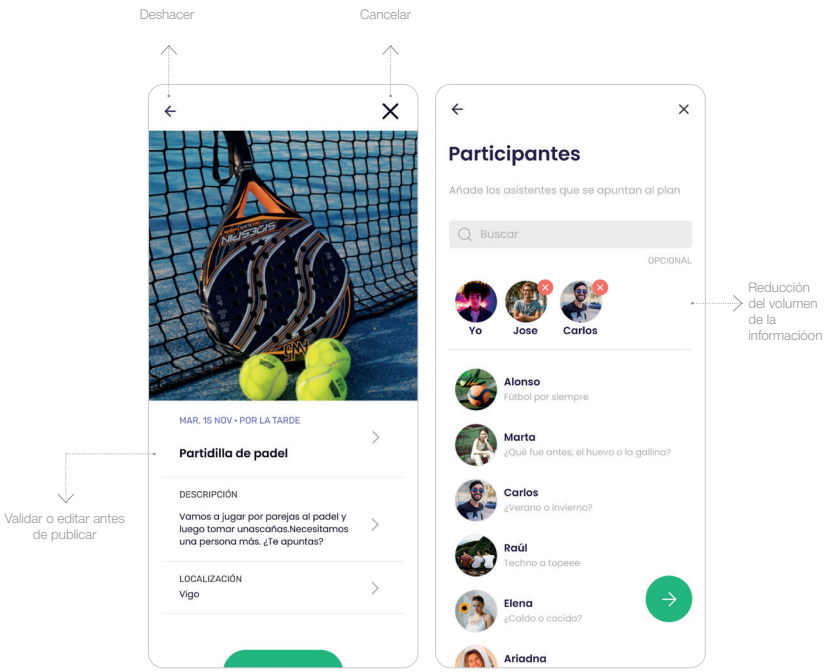


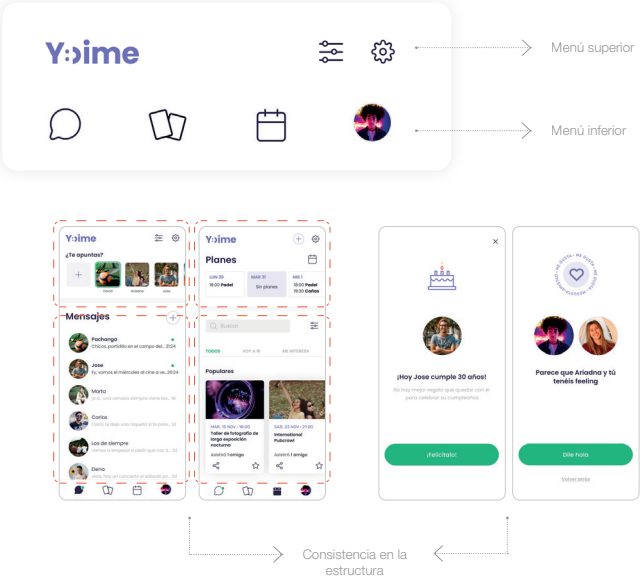
Coincidencia sistema y mundo real

- Los iconos son concretos y familiares, empleando una representación estándar en este tipo de aplicaciones sociales.
- Respecto a los colores, siguen las expectativas de los códigos de color, empleando el verde para acciones afirmativas, rojo para acciones que no se pueden revertir y gris para acciones que no se pueden ejecutar.
- La terminología es sencilla y familiar, acorde a al lenguaje empleado por los usuarios millennial.

Control del usuario y libertad

- Antes de procesar una acción se le permite al usuario validarla o editarla antes de ejecutarla.
- Por otro lado existe la opción de deshacer una acción pulsando el icono de volver hacia atrás o de cancelarla pulsando cerrar.
- También se les reduce el volumen de información a introducir copiando o modificando la existente, como por ejemplo en la creación de un evento dentro de un grupo. Se muestra de manera automática como participantes los miembros del grupo.



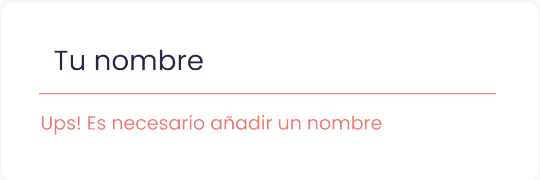


Consistencia y estándares

- ✗ Los iconos no están etiquetados ya que se busca seguir la misma línea que en las aplicaciones más usadas por los millennials. No obstante, se validará su comprensión mediante un test de usuarios.
- ✓ Por otro lado, existe un diseño de menú consistente a lo largo de la web, con uno superior con acciones secundarias y uno inferior más accesible que agrupa las diferentes secciones.
- ✓ Se repite la misma estructura en “Chatea” y “Planea” y todas las notificaciones tienen la misma arquitectura.

Prevención de errores

- ✗ No se han definido mensajes generales de error, por lo que sería necesario implementarlos.
- ✓ En formularios se indica el elemento en el que se ha detectado el error y se acompaña con una descripción de cómo solucionarlo.



Ayuda a reconocer y diagnosticar errores y recuperar

Se busca reducir la posibilidad de que el usuario cometa un error notificando de que al salir se perderán todos los datos.

También se añade una descripción de la información que hay que introducir en los formularios, señalando la tipología o número máximo de caracteres.

Reconocimiento antes que recuerdo

Se muestra toda la información necesaria para cumplimentar los diferentes pasos de manera secuencial, indicándolo mediante texto o el uso de círculos, uno por cada paso.

La información más importante se sitúa en las zonas más accesibles para agilizar su selección y se agrupa la información de manera visual por bloques de color para su rápida identificación.

Se utilizan códigos del mundo real en la app, empleando el verde para acciones afirmativa y rojo para alerta.

Ayuda y documentación

En el primer uso de la aplicación se indica qué funcionalidades se aplican en cada pantalla para ayudar a iniciar su uso.

No existe un lugar en el que buscar ayuda, por lo que será un aspecto a implementar.

Diseño estético y minimalista

- Solo se muestra en la pantalla la información necesaria para hacer una operación, empleando títulos breves e entendibles.
- Todos los iconos siguen el mismo estilo visual y se distinguen de su fondo.

Flexibilidad y eficiencia de uso

Se busca que la aplicación sea fácil e intuitiva mediante una interfaz sencilla, consistente y que emplea estándares comunes en este tipo de aplicaciones. No obstante, se valorará este aspecto mediante un test con usuarios.

INSIGHTS

EVALUACIÓN HEURÍSTICA

Los iconos no están etiquetados.*

No se han definido mensajes generales de error.

No existe un lugar en el que buscar ayuda.

*Se busca seguir la misma línea que en las aplicaciones más usadas por los millennials. No obstante, se validará su comprensión sin etiqueta mediante un test con usuarios.

5.2 Recorrido cognitivo

Tras detectar y aplicar mejoras de usabilidad mediante una evaluación heurística, el siguiente paso es analizar la interfaz desde el punto de vista del usuario.

¿Por qué este método?

Mediante el recorrido cognitivo podremos **ponernos en lugar del usuario objetivo,** analizando cómo realizaría una serie de tareas en un contexto que viene definido por los escenarios.

De esta manera se comprueba si los **objetivos simulados son factibles**, pudiendo aplicar las mejoras necesarias y así tener un prototipo lo más trabajado posible antes de realizar un test de usabilidad con usuarios.

Las tareas a analizar son las más representativas de la web y se definirán una por cada escenario.

ESCENARIO 1

¿Cuándo quedamos?

Hace tiempo que Marcos y sus amigos no se juntan ya que por cuestiones laborables cada uno vive en localidades diferentes. Aprovechando que viene la Navidad y que todos vuelve a su ciudad natal, propone **hacer una comida** para ponerse al día. Propuesta la idea, **lo difícil es ponerse de acuerdo cuándo y dónde.**

ESCENARIO 2

¿Te apuntas?

Sofía tiene ganas de hacer una ruta pero **no tiene** muy claro **con quién ir** ya que sus amigos con los que suele hacer senderismo están ocupados. Además le da **vergüenza** ir preguntando uno a uno quién se apunta.

ESCENARIO 3

Dar marcha atrás

Laura está un poco cansada de quedar siempre con los mismos amigos, por lo que le apetece **conocer gente** para hacer planes juntos y probar cosas diferentes.

Ahora mismo tiene novio, por lo que solamente busca una bonita **amistad.**

ESCENARIO 4

¿Qué planes tengo?

Aunque Alonso no tiene mucho tiempo, le gusta aprovechar sus ratos libres al máximo. Por lo que le gustaría dar a conocer **cuándo está disponible** para quedar y **aprovechar esos momentos** haciendo actividades con sus amigos.

¿Cómo?

Si no se enfoca de manera correcta el recorrido cognitivo podemos acabar con un análisis superficial y poco objetivo.

Por lo que en cada paso de cada una de las 4 tareas se dará respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Los usuarios saben cómo realizar la acción?

2. ¿Los controles son claramente visibles?

3. ¿Los usuarios identifican qué control es el correcto?

4. ¿Existe feedback de que la tarea se completó?

5. ¿Se completó la tarea de manera exitosa?

Tareas

1. Crear un grupo y consultar la disponibilidad.
2. Hacer una publicación rápida en "¿Te apuntas?".
3. Clasificar perfiles.
4. Consultar la agenda.

Se puede consultar el desarrollo del recorrido cognitivo en detalle haciendo click el siguiente botón.

Ver recorrido

INSIGHTS

RECORRIDO COGNITIVO

Funcionalidades poco visibles o no existentes

Nº de severidad= 4
Indicador numérico de la severidad del error (escala 1 a 5)

Hay funcionalidades con una presencia **poco protagonista que no es acorde a su nivel de importancia.** Por ejemplo, si un usuario accede por primera vez a la app tardará en localizar el botón de crear un grupo o crear una encuesta ya que su tamaño es reducido y su **localización poco intuitiva.**

Además, hay otras funcionalidades que directamente no existen como crear un chat con una sola persona o subir una foto saca con la cámara como foto de perfil.

Eficiencia al completar operaciones

Nº de severidad= 3
Indicador numérico de la severidad del error (escala 1 a 5)

Los usuarios demandan aplicaciones **sencillas y rápidas de utilizar,** encontrándose varios puntos en los que no se consigue esa demanda.

Por ejemplo al crear una publicación en "¿Te apuntas?" o consultar los planes en el calendario, se muestra información no relevante que lo único que aportar es que el usuario se distraiga y no encuentre la información necesaria. Por lo que es necesario simplificarla todavía más.

Falta la opción de deshacer una clasificación

Nº de severidad= 4
Indicador numérico de la severidad del error (escala 1 a 5)

Uno de los principales miedos de los millennials es el rechazo, por lo que clasificar un perfil en una categoría errónea puede ser una muy mala experiencia de usuario. Y si le unimos que ese proceso se realiza rápidamente las oportunidades aumentan. Por lo que es necesario incorporar un botón que permita **deshacer una clasificación equivocada.**

5.3 Test con usuarios

Tras realizar una evaluación de la usabilidad mediante las técnicas de evaluación heurística y de recorrido cognitivo, el siguiente paso es comprobar con usuarios objetivo si la interfaz y los procesos están bien diseñados.

¿Por qué este método?

Un test con usuarios nos permite evaluar de una manera más fiable, descubriendo en qué puntos los usuarios encuentran dificultades y obstáculos durante la realización de varias tareas previamente definidas.

¿Cómo?

Test con usuarios moderado

PRESENCIAL

RECORDED

4 participantes
4 respuestas

Jóvenes entre 28 y 40 años, usuarios de redes sociales y con alto dominio de la tecnología.

Debido a la carga de trabajo y a que ya se ha evaluado la herramienta con otras técnicas, consideramos que con 4 participantes podremos obtener información relevante.

Objetivos

- Evaluar si se cubren sus **necesidades** y se da **solución** a sus **problemas y frustraciones** del usuario objetivo mediante una primera toma de contacto con la herramienta.
- **Comprobar** con los usuarios si algunos **puntos** que creemos **conflictivos** causan realmente un problema, como si el registro es demasiado largo o que los iconos sin etiquetas son difíciles de identificar.
- Identificar si todavía existen **problemas de usabilidad** que no hayan sido detectados previamente.
- Evaluar la **satisfacción** del usuario al utilizar la herramienta para detectar elementos que requieran de un rediseño.
- Observar al usuario mientras realiza las diferentes tareas, pidiéndole que verbalice sus pensamientos para **entender cómo es su procesamiento.**

Guión

Cuestionario demográfico. Días antes de realizar el test, se le envía un pequeño cuestionario para conocer más datos demográficos sobre los participantes.

Formulario de consentimiento. Como la sesión es grabada, se le pide que firme un consentimiento informado.

Presentación. Se comenta en qué consistirá la prueba y que si tiene alguna dificultad realizando una tarea el problema está en la app que requiere mejoras de diseño.

Conversación. Tras terminar las tareas, se hacen preguntas generales (¿qué le ha parecido? ¿qué mejoraría?)

Cuestionario SUS (System Usability Scale) **y NET** (Net Promoter Score). Se les pide que cumplimente el siguiente post-test de evaluación para evaluar la usabilidad del sitio.

Tareas del test

30 min

1. "Te cuesta quedar con tus amigos y decides hacerte una cuenta en YOIME. ¿Cómo lo harías?"

2. "Te gustaría hacer planes con gente nueva y te pones a conectar con amigos o amigos de amigos. Diego te cae mal, Ariadna te hace tilín y estaría guay quedar con Jose. ¿Cómo lo harías?"

3. "Jose, Carlos y tú queréis empezar a hacer deporte. Este finde toca padel, por lo que creas un grupo para concretar sitio y lugar y dejas guardado el plan del padel. ¿Cómo lo harías?"

4. "Estas haciendo un listado de posibles rutas a hacer este finde. Una de las que quieres añadir al listado de que te interesan es un tramo del Camino de Santiago por Ordes. ¿Cómo lo harías?"

Tiempo

Durante la fase de research se descubrió que los millennials buscan la **inmediatez y agilidad** en el uso de la tecnología. Para evaluar la rapidez en que se completan las tareas se hace una comparativa de los tiempos para detectar posibles problemas. En general el tiempo de los participantes no difiere mucho del tiempo estimado, a excepto de algunas tareas en la que el participante se paraba para ir comentando en alto.

Tiempo por cada tarea	Estimado	Esteban	María	Raúl	Maruxa
Tarea 1	1min 5s	1min 10s	1min 36s	2min 8s	2min 20s
Tarea 2	25s	31s	32s	37s	34s
Tarea 3	52s	1min 19s	1min 31s	2min 12s	1min 20s
Tarea 4	20s	42s	27s	25s	27s

INSIGHTS

TEST CON USUARIOS

LOGROS

Fácil e intuitiva

Conseguir que YOIME sea una app sencilla y que usarla sea un proceso ágil, una de las demanadas detectadas por los millennials durante la fase de research.

Está guay. Está todo bastante claro.

El registro no me pareció largo. Es bastante estándar.

Esteban

Me parece bastante intuitivo.

María

Me parece muy intuitiva y fácil. Se relaciona con otras aplicaciones que solemos usar.

Maruxa

El registro no me pareció largo. Tiene lo necesario. Das por echo que tienes que cubrir cosas para que te salga contenido acorde a ti.

Raúl

Ayuda a quedar en persona

Agiliza el proceso de quedada concretando rápidamente qué día estás libres para quedar o los planes que se van a hacer.

Lo de "¿Te apuntas?" es buena idea porque pongo por ejemplo que voy al cine con Anxo, y así no tengo que ir hablando uno con uno.

Cuando vivía en Madrid buscaba muchos eventos. Ahora al estar en mi ciudad quizás he dejado de hacerlo, pero me parece guay retomarlo con las sugerencias de eventos.

Esteban

Lo de poner en común el calendario me parece muy útil para ver cuando coincidimos.

María

Lo de decir fechas para hacer algo está guay. Porque ahora por el trabajo es difícil coincidir.

Y lo de compartir el calendario cuando estás disponible es muy útil.

Maruxa

Me parece bastante útil el calendario con los días que estás libre para hacer actividades. Ahora en el grupo vamos poniendo los días y luego uno se encarga de recopilarlo todo.

Raúl

Ayuda a romper el hielo

Evita el miedo al rechazo mediante la clasificación de perfiles, las publicaciones en '¿Te apuntas?' y animando a participar en eventos. Además, genera confianza para conocer gente nueva ya que los perfiles sugeridos son amigos de amigos y por lo tanto hay referencias.

Lo de conocer gente me parece útil. Ahora cada uno está en una ciudad distinta y si quieres conocer a alguien como amigo no tiendes donde.

La gente con la que no te llevas mucho quizás es un poco violento decir de quedar. Peor ejemplo, David me cae bien, pero hace tanto que no hablo con él que no lo voy a hacer por Whatsapp. Pero si publica de hacer un partidillo me apuntaría.

Esteban

Hay con gente que te cuesta un poco dar el paso. Pero si hay una actividad programada es más fácil.

María

Por la cuarentena sé que los vecinos hacían actividades, pero tampoco les iba a trimbrar en la puerta. Si pudiera haber conectado con ellos no sería tan violeto y podría ver si me interesaba o no.

Está bien que te salgan amigos de amigos porque así sabes cómo es esa persona y tal. Y siempre puedes hablar con vuestro amigo en común.

Maruxa

INSIGHTS

TEST CON USUARIOS

PROBLEMAS DETECTADOS

Etiquetado

Existen diferentes etiquetas de cabecera como descriptivas que pueden llevar a **confusión.**

Por ejemplo, en el proceso de registro la frase “Lanza una pregunta. Queremos que romper el hielo sea fácil” se interpretó que se mandaría de manera automática a todos tus contactos, cuando en realidad sería tu estado. También el término “Mensajes” causa una leve confusión ya que suelen utilizar el término “Chats”.

Respecto a los **icono sin etiqueta** han sido identificado por todos los participantes sin **ningún problema.**

Arquitectura en planes

El la sección de planes en el que se sugieren **eventos e ideas causa confusión** que **estén** estas tarjetas estén **mezcladas** ya que las ideas se pueden interpretar como eventos que ha creado alguien y es todo lo contrario.

Se busca que los usuarios creen eventos a partir de ideas por lo que habría que cambiar la arquitectura para evitar confusiones.

Satisfacción

La valoración cuantitativa de los usuarios de la app es muy positiva.

System Usability Scale: 99,37 sobre 100
Net Promoter Score: 10 sobre 10

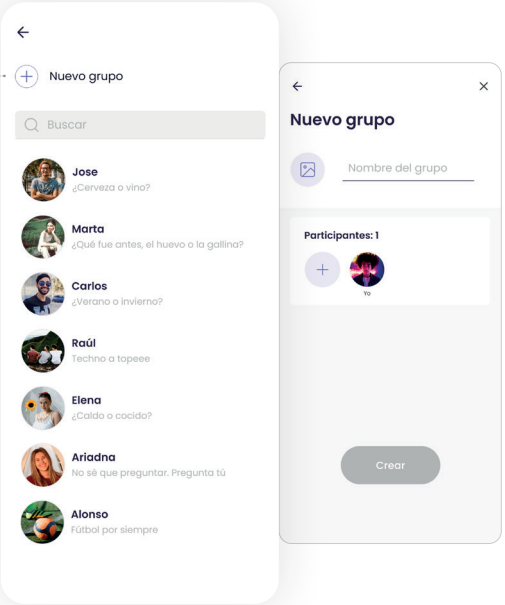
5.4 Mejoras aplicadas

Tras realizar la evaluación de la app mediante varios métodos se han aplicado diversas mejores que se pueden ver más en detalle en el prototipo final.

Ver prototipo

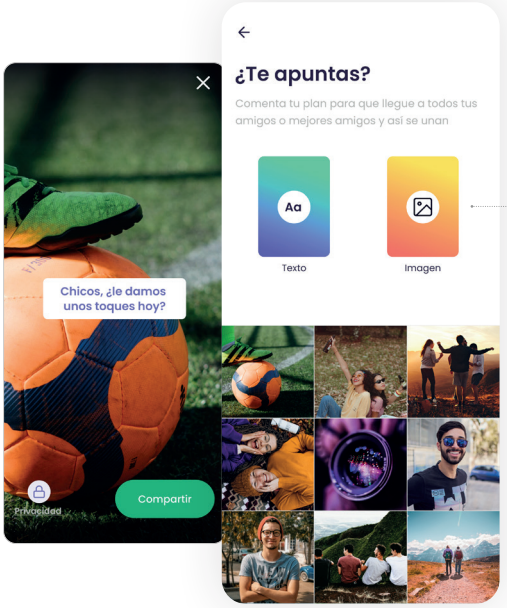
Crear chat

Al crear un chat existe la opción de iniciar directamente una conversación con un amigo buscándolo entre sus contactos o crear un grupo, unificando también las etiquetas de nuevo grupo, tanto en el botón y en el input del nombre.



¿Te apuntas?

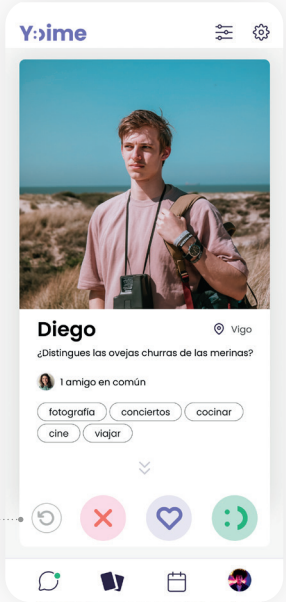
Se ha simplificado el flujo para publicar un post, eliminando la opción de crear un plan muy detallado ya que puede ser tedioso. En su lugar se permite o publicar un texto o texto con imagen.

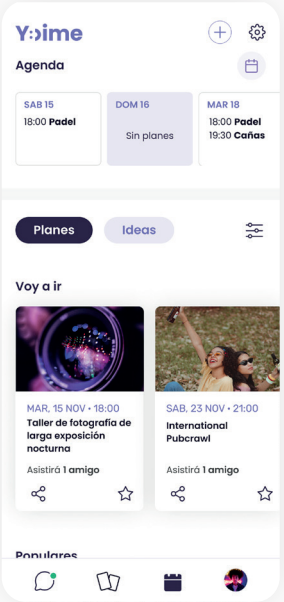


Deshacer clasificación

Se incluye la opción de deshacer una clasificación en caso de que se haya cometido un error.

Al pulsar se volvería al perfil sugerido, permitiendo volver a indicar qué tipo de relación busca con esa persona.





Agenda, planes e ideas

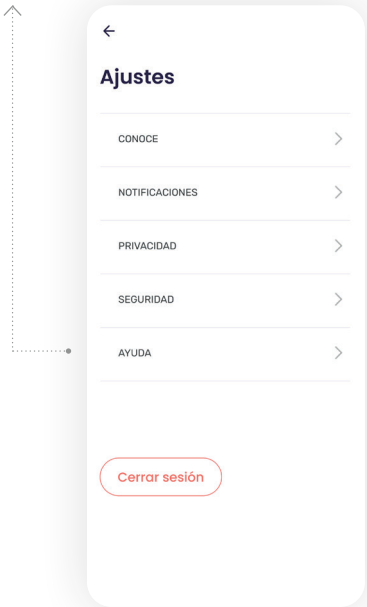
- En la agenda solamente se mostrarán los días en los que el usuario ha marcado como disponibles para así identificar rápidamente aquellos en los que todavía no tiene planes para animarlo a proponer quedadas.
- También se separan los planes de las ideas, mostrándolas en dos tabs. De esta manera se diferencia claramente qué es un evento y qué es una sugerencia para hacer en un plan.

Mensajes de error

Se añade un mensaje de error, indicando de manera positiva la causa del problema acompañada de una breve descripción.

Ayuda

Se incluye dentro de ajustes la pestaña de ayuda para que los usuarios puedan buscar solución a problemas.



Adaptación de los copies

Se han corregido una serie de copies que causaban confusión en los usuarios, como en la pantalla de "Lanza una pregunta" y empty state de la sección de "Chatea" para destacar más la opción de crear un chat.

CONCLUSIONES

6. Conclusiones

El diseño de un producto digital que ayude a reducir la soledad de los millennial potenciando una red sólida de amistades ha permitido que **consolide y ponga en práctica a lo largo de un mismo proyecto todo lo aprendido** durante el Máster en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario.

Como consecuencia, la **planificación** inicial ha sido importante a la hora de establecer las fases del proyecto y determinar qué metodologías realizar para así alcanzar los objetivos predefinidos al inicio.

Para la realización del proyecto se siguió un enfoque de **Diseño Centrado en el Usuario** y **Doble Diamante** para encontrar la solución a problemas complejos tal como es el problema a solucionar.

Como consecuencia en una primera fase, la fase de **investigación,** se terminaron mediante las técnicas de desk research, benckmarking y entrevistas con usuarios las necesidades, problemas y frustraciones de los usuarios. Esto sería la base del proyecto del cual partir.

Con esta información, en la fase de **definición** se determinaron las diferentes personas, escenarios y user journeys que nos ayudarían a empatizar con el usuario y poder definir en la fase de **diseño** un prototipo con el que alcanzar los objetivos previamente definidos y que siguiera el modelo mental del usuario. Para ello se realizaron técnicas como el card sorting para definir la arquitectura de la herramienta.

Tras diseñar un prototipo en la fase de **evaluación** se buscó detectar todos lo problemas de usabilidad realizando análisis heurísticos, recorridos cognitivos y test con usuarios, para posteriormente realizar las diferentes correcciones.

El prototipo ha tenido una valoración muy positiva, confirmando que hemos alcanzado los siguientes logros:

* Una app **sencilla e intuitiva** con una interfaz cuidada y juvenil acorde a los usuarios objetivo: los millennials.
* **Ayudar a reforzar las relaciones con nuestros amigos** aportando herramientas que faciliten quedar presencialmente, requisito fundamental para mantener una amistad sólida y principal reto para los millennials por su falta de tiempo.
* **Aumentar los espacio de interacción,** conectando y descubriendo amigos de amigos con los que hacer planes y generar confianza al tener referencias por ambas partes: vuestro amigo.
* **Reducir el miedo al rechazo** para recuperar o iniciar una amistad o declarar tus sentimientos empleando a YOIME como intermediaria para romper el hielo.

Aunque se han conseguido alcanzar la mayoría de los objetivos del proyecto a pesar de los obstáculos personales y la pandemia, hay algunas aspectos que serían interesantes desarrollar como **línea de trabajo futuro.**

Estos serían investigar qué tipo de planes suelen hacer y le gustarían probar a los usuarios para ofrecer **contenido que anime a quedar en persona,** desarrollar otras funcionalidades que ayuden a **romper el hielo** e iniciar una relación de amistad y **desarrollar la aplicación** para que el usuario la utilice en su día a día y así detectar posibles problemas que no surgieron durante los test con usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

1. Millennials are the loneliness generation [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://today.yougov.com/topics/lifestyle/articles-reports/2019/07/30/loneliness-friendship-new-friends-poll-survey.

2. Social media use increases depression and loneliness [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://penntoday.upenn.edu/news/social-media-use-increases-depression-and-loneliness

3. ¿Por qué cuesta hacer amigos a partir de los 30 años? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2018/019-hacer-amigos.html

4. Relaciones Líquidas: La fragilidad de los vínculos [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://rinconpsicologia.com/relaciones-liquidas-la-fragilidad-de/

5. Survey of Health and Wellbeing – Monitoring the Impact of COVID-19 [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.swinburne.edu.au/media/swinburneeduau/research-institutes/iverson-health/Loneliness-in-COVID-19-15-07-20_final.pdf

6. Personas de usar y tirar [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://elpais.com/diario/2007/09/16/eps/1189923359_850215.html

7. Risk factors for loneliness: The high relative importance of age versus other factors [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0229087

8. How Friendship Network Characteristics Influence Subjective Well-Being. Soc Indic Res. [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://doi.org/van%20der%20Horst%20M,%20Coff%C3%A9%20H.%20How%20Friendship%20Network%20Characteristics%20Influence%20Subjective%20Well-Being.%20Soc%20Indic%20Res.%202012;107%283%29:509-529.%20doi:10.1007/s11205-011-9861-2

9. Why Loneliness Is Hazardous to Your Health [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.science.org/lookup/doi/10.1126/science.331.6014.138

10. I tried friendship apps and here's what happend [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.refinery29.com/en-gb/how-to-make-friends-apps#slide-5

11. Diseño Centrado en las personas [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: http://design-toolkit.uoc.edu/es/diseno-centrado-en-las-personas/

12. Does unemployment lead to greater levels of loneliness? A systematic review [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0277953621006717

13. How many hours does it take to make a friend? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/323783184_How_many_hours_does_it_take_to_make_a_friend

14. Millennials are hit the hardest by the loneliness epidemic, and here's why. [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.zendesk.com/blog/millennials-hit-hardest-loneliness-epidemic-heres/

15. VicHealth | The Young Australian Loneliness Survey [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.vichealth.vic.gov.au/media-and-resources/publications/young-australian-loneliness-survey

16. La soledad en la población española [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://institutodym.es/es/la-soledad-en-la-poblacion-espanola/

17. Casi la mitad de los trabajadores que se mudaron de ciudad en el último año son 'millennials' [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://elpais.com/economia/2019/09/27/actualidad/1569581793_300636.html

18. Research to Practice Paper: Social Isolation and its Relationship to the Urban Environment [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.socialconnectedness.org/wp-content/uploads/2019/12/Emma-Harries-Social-Isolation-and-its-Relationship-to-the-Urban-Environment.pdf

19. How to break the Dangerous Cycle of Loneliness [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-06/john-cacioppo-explains-the-psychology-of-loneliness

20. Are we putting ourselves before our friends? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.vogue.co.uk/article/why-are-millennials-so-lonely

21. Loneliness around the world: age, gender and cultural differences in loneliness [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886920302555?via%3Dihub#bb0135

22. Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1745691617713052

23. Telefónica (2013), «Telefónica Global Millennial Survey: Europe Results».

24. Ipsos (2017), «The Millennial influence».

25. Does social media make us more or less lonely? Depends on how you use it [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://theconversation.com/does-social-media-make-us-more-or-less-lonely-depends-on-how-you-use-it-128468

26. We millennials have more 'friends' than ever. So why are we so lonely? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.theguardian.com/society/2019/oct/08/millennials-social-media-loneliness-epidemic

27. Is Social Media Making Us Lonelier? [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://directorsblog.nih.gov/2017/03/14/is-social-media-making-us-lonelier/

28. Stemming the loneliness epidemic one interaction at a time [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.zendesk.com/blog/loneliness-epidemic/?_ga=2.218167130.2139720688.1633282784-58372508.1633282784

29. How to make friends as an adult [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://psyche.co/guides/how-to-make-new-friends-when-youre-busy-with-adulthood

30. Believing another likes or dislikes you: Behaviors making the beliefs come true. [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://doi.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0022-3514.51.2.284

31. Increased liking as a result of the anticipation of personal contact. [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://psycnet.apa.org/record/1967-10373-001

32. Self-disclosure and liking: a meta-analytic review [en línea] [fecha de consulta: 25 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/7809308/

Y:)ime

CONECTA. PLANEA. QUEDA.

Combatir la soledad en los millennial potenciando una red sólida de amistades

CARMEN BLANCO TILVE

Trabajo Final del Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario

Universitat Oberta de Catalunya