

# Diseño de una web corporativa de productos y soluciones digitales para impulsar el crecimiento empresarial.

**Gabriela Fernández Riesco**

Memoria Trabajo Final de Máster

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

**Tutor:** R. Ignacio Madrid López

**Profesores responsables de la asignatura:** Ferran Gimenez Prado y Enric Mor Pera

**Fecha Entrega:** 25/05/2022



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-  
NoComercial-SinObraDerivada [3.0 España de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

## Ficha del trabajo final

<b>Título del trabajo:</b>	<i>Diseño de una web corporativa de productos y soluciones digitales para impulsar el crecimiento empresarial</i>
<b>Nombre del autor:</b>	Gabriela Fernández Riesco
<b>Nombre del consultor/a:</b>	R. Ignacio Madrid López
<b>Nombre del PRA:</b>	Ferran Gimenez Prado y Enric Mor Pera
<b>Fecha de entrega (mm/aaaa):</b>	05/2022
<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX)
<b>Área del Trabajo Final:</b>	Memoria del del Trabajo Final de Máster
<b>Idioma del trabajo:</b>	Castellano
<b>Palabras clave</b>	<i>Transformación digital, experiencia de usuario, diseño centrado en el usuario (DCU)</i>

### Resumen del Trabajo

Este proyecto consiste en idear, conceptualizar y diseñar una web corporativa que ofrece productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, plataformas de comunicación, ... para dar apoyo digital a Pymes y autónomos, impulsar el crecimiento empresarial, la transformación digital y que puedan contratar la mejor opción para su negocio.

Para llevar a cabo este proyecto se ha seguido el método del doble diamante, este método de diseño e innovación se ha utilizado para encontrar soluciones a los siguientes problemas planteados:

- Pymes y autónomos desconocen los procesos a seguir, los productos, servicios y soluciones digitales que tienen a su alcance.
- La empresa o web corporativa desconoce cuál es la mejor forma de vender los productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, para que las pymes puedan contratar la mejor solución.

El método utilizado ha servido para obtener unas soluciones que responden a las necesidades de las personas, siguiendo las fases de descubrir, definir, diseñar, evaluar y entregar. Se ha conseguido un producto que satisface las necesidades de los usuarios, que resulta fácil de usar, centrado en la experiencia de usuario, diseñado, evaluado e iterado.

**Abstract:**

This project shows products and digital solutions for webs, online stores, apps and intranets. Pulls up the digital transformation and answers the enterprisaal growing and needs (business options, market analysis).

The using method is the “double diamond” has been used to find solutions to the following problems:

- SME and particular companies unknowns the process for a digital solutions.
- Corporate web wich unknowns the best way for selling the product and digital solutions like webs, online store, apps. For the litle and médium companies apearance in the market.

The method used for diferents objects and finishes: personal needs, producto that satisfys the diferent users, easy to opérate, diferente kind of solutions designing, evolution in the producto and the final evaluation in the prototype.



# Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Contexto y justificación del Trabajo .....	1
1.2 Objetivos del Trabajo .....	3
1.3 Enfoque y método .....	3
1.4 Planificación del Trabajo.....	7
2. INVESTIGACIÓN, DEFINICIÓN E IDEACIÓN .....	11
2.1 Investigación .....	11
2.1.1 Benchmarking.....	11
2.1.2 Entrevistas .....	16
2.1.2.1 Definición del grupo de usuarios primarios y secundarios .....	17
2.1.2.2 Screener .....	18
2.1.2.3 Justificación del tipo de entrevista .....	19
2.1.2.4 Guion de la entrevista.....	19
2.1.2.5 Resultados y aprendizajes de las entrevistas .....	21
2.1.2.6 Insights y descubrimientos .....	26
2.2 Definición e ideación.....	26
2.2.1 Personas.....	26
2.2.2 Escenarios.....	30
2.2.3 User Journeys .....	32
2.2.4 Lean UX Canvas.....	38
2.2.5 Requisitos .....	39
3. PROTOTIPADO .....	42
3.1 Arquitectura de la información.....	42
3.1.1 Inventario de contenidos.....	42
3.1.2 Card sorting. Organización y etiquetado de la información .....	44
3.1.3 Árbol de contenidos.....	51
3.1.4. Diagramas de flujo .....	52
3.2 Diseño y prototipado .....	54
3.2.1 Sketch.....	54
3.2.2 Wireframes .....	55
3.2.3 Prototipo de alta fidelidad .....	56
3.3 Conclusiones de la fase prototipado.....	61
4. EVALUACIÓN.....	62
4.1 Recorrido cognitivo.....	62
4.2 Evaluación heurística .....	64
4.3 Test con usuarios .....	69
4.4. Conclusiones de la evaluación.....	79
5. CONCLUSIONES .....	82

6. GLOSARIO .....	83
7. BIBLIOGRAFÍA.....	84
8. ANEXOS .....	85
Anexo 1. Entrevistas.....	85
Anexo 2. Affinity Diagram.....	100
Anexo 3. Diagramas de flujo .....	104
Anexo 4: Sketch del documento.....	109
Anexo 5: Wireframes .....	111
Anexo 6: Prototipo alta fidelidad.....	114
Anexo7: Email instrucciones test moderado .....	123
Anexo 8: Consentimiento informado .....	124
Anexo 9: Acuerdo de confidencialidad.....	125
Anexo 10: Métricas test con usuarios .....	128

# Índice Figuras y tablas

## Índice de tablas

Tabla 1. Tareas estimación de horas.....	7
Tabla 2. Tabla comparativa Benchmarking.....	12
Tabla 3. Inventario de contenidos .....	43
Tabla 4. Asociaciones cartas y grupos de contenido.....	48
Tabla 5. Resultados recorrido cognitivo .....	63
Tabla 6. Evaluación heurística principios heurísticos de Nielsen .....	67
Tabla 7. Evaluación heurística listado priorizado según gravedad .....	67
Tabla 20. Listado priorizado de problemas según gravedad .....	76
Tabla 8. Métrica eficiencia, tiempo empleado para realizar las tareas .....	128
Tabla 9. Métrica eficiencia, utilización del menú superior.....	128
Tabla 10. Métrica eficiencia, utilización botón Ver más .....	129
Tabla 11. Métrica eficacia, éxito y fracaso por tarea .....	129
Tabla 12. Métrica eficacia, porcentaje éxito y fracaso por tarea.....	129
Tabla 13. Métrica eficacia, nº de tareas completadas en el primer intento.....	130
Tabla 14. Métrica eficacia, nº de tareas completadas .....	130
Tabla 15. Métrica eficacia, nº de tareas no completadas en el primer intento .....	130
Tabla 16. Métrica eficacia, porcentaje de errores por tarea.....	130
Tabla 17. Métrica eficacia, errores más repetidos .....	130
Tabla 18. Métrica eficacia, listado de errores más repetidos .....	131
Tabla 19. Métrica satisfacción subjetiva .....	132

## Índice de figuras

Figura 1. Método doble diamante .....	4
Figura 2. Planificación temporal diagrama de Gantt .....	9
Figura 3. Ficha de persona.....	27
Figura 4. Ficha persona.....	28
Figura 5. Ficha persona.....	29
Figura 6. User Journey del escenario 1. Fuente: elaboración propia.....	33
Figura 7. User Journey del escenario 2. Fuente: elaboración propia.....	34
Figura 8. User Journey del escenario 3. Fuente: elaboración propia.....	35
Figura 9. User Journey del escenario 4. Fuente: elaboración propia.....	36
Figura 10. User Journey del escenario 5. Fuente: elaboración propia.....	37
Figura 11. Lean UX Canvas. Fuente: elaboración propia .....	38
Figura 12. Matriz de similitud. Fuente: resultados card sorting - KardSort .....	49
Figura 13. Dendograma. Fuente: resultados card sorting - KardSort .....	49
Figura 14. Árbol de contenidos. Fuente: elaboración propia .....	52
Figura 15. Diagrama de flujo del escenario Actualización de tienda online.....	53
Figura 16. Bocetos sketch de pantallas principales. Fuente: elaboración propia.....	54
Figura 17. Wireframes de la web. Fuente: elaboración propia.....	55
Figura 18. Moodboard referencias visuales. Fuente: elaboración propia.....	57
Figura 19. Paleta de color. Fuente: elaboración propia .....	57
Figura 20. Tipografía propuesta gráfica. Fuente: elaboración propia .....	58
Figura 21. Grid y breakpoints. Fuente: elaboración propia.....	58
Figura 22. Prototipo de alta fidelidad, pantallas versión desktop.....	59
Figura 23. Prototipo de alta fidelidad, pantallas versión móvil. Fuente: elaboración propia .....	60
Figura 24. Pantallas del prototipo mejoradas después de evaluaciones .....	78

# 1. Introducción

## 1.1 Contexto y justificación del Trabajo

La necesidad por cubrir con este proyecto es dar apoyo digital a Pymes y autónomos para impulsar el crecimiento empresarial, la transformación digital y adaptación a la evolución tecnológica, a través de una web corporativa dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como:

- webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas
- experiencias digitales a medida de las necesidades de los usuarios, los requerimientos del negocio y los recursos tecnológicos
- transformación digital de pymes a través de metodologías basadas en el diseño centrado en las personas

### El problema por resolver

Las pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo saben que la transformación digital es una palanca fundamental para hacer crecer su negocio y que solo las que sean capaces de adaptarse podrán sobrevivir. Pero a menudo no lo consiguen por **el desconocimiento de los procesos a seguir, los productos, servicios y soluciones digitales que tienen a su alcance.**

La **empresa** o web corporativa **desconoce cuál es la mejor forma de vender los productos y soluciones digitales** tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, para que las pymes puedan contratar la mejor solución.

### Situación actual de pymes y tecnología

La digitalización significa para las Pymes adaptación y transformación con la tecnología, oportunidad, competitividad, flexibilidad, crecimiento, innovación, liderazgo, personalización y adecuación a los clientes y a sus nuevas demandas y expectativas. Las pymes necesitan un especial impulso y apoyo para incorporarse plenamente al mundo digital, ya que la mayoría carecen de la estrategia, los recursos financieros y el liderazgo necesarios para abordar los cambios y luchar contra una cultura empresarial estática. [\[1\]](#)

España presenta un grado incipiente de incorporación de las soluciones digitales en el tejido productivo de pequeñas empresas, microempresas y personas en situación de autoempleo, caracterizado por su pequeño tamaño y, por tanto, con menores oportunidades para aumentar su productividad y la creación de empleo de calidad.

La digitalización de las pequeñas empresas, de las microempresas y de las personas en situación de autoempleo constituye, por tanto, una de las palancas principales de modernización de la economía española y de crecimiento potencial a medio plazo, al permitir mejorar la productividad de todos los factores productivos, aumentar el tamaño de éstas, internacionalizarse y desplegar el trabajo en red. [\[2\]](#)

El 67% de las pymes reconoce la importancia de las nuevas tecnologías y destaca que el principal beneficio que obtienen al digitalizarse es la mayor eficacia de los procesos y las tareas, seguida de la mejora de las comunicaciones con el cliente y del ahorro de tiempo y dinero. Las principales barreras para avanzar en la digitalización son la falta de formación de las tecnologías, desconocimiento de herramientas digitales y el coste elevado de la implantación. [\[3\]](#)

La transformación digital supone una revolución cultural de la empresa, de los modos de trabajo y de la forma en la que nos relacionamos. Es una visión holística de negocio que implica la incorporación de tecnología para ofrecer el mejor servicio al cliente y a la vez, maximizar los recursos y esfuerzos. Como resultado, se consigue una empresa más eficiente, competitiva y con un mejor servicio orientado al cliente. Las soluciones digitales están creando nuevas estrategias. La digitalización permite a las pequeñas empresas crear e implementar aplicaciones, poner al cliente en el centro de todo lo que hacen. La digitalización permite a las pymes ser más ágiles, creativas y eficientes, y ofrece todo tipo de ventajas, desde visibilidad mejorada sobre la cadena de suministro hasta plantillas que están más bien conectadas y clientes más satisfechos. [\[4\]](#)

## **1.2 Objetivos del Trabajo**

### **Objetivo principal**

Idear, conceptualizar y desarrollar una web corporativa dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas..., para que las pymes y autónomos puedan contratar la mejor opción y realizar la transformación digital.

El objetivo es encontrar una solución que se adapte a las necesidades de los usuarios potenciales, teniendo en cuenta el diseño centrado en las personas y la experiencia del usuario.

### **Objetivos específicos**

Dar a conocer los productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas..., teniendo en cuenta el diseño centrado en las personas y la experiencia del usuario.

A través de la web poner a disposición de pymes y autónomos toda la información necesaria sobre webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas, para que consigan adaptarse, transformarse digitalmente y puedan elegir la opción que mejor se adapte a las necesidades de su negocio.

Analizar el mercado y conocer las diferentes alternativas que existen.

Conocer las necesidades y frustraciones de los usuarios, pymes y autónomos.

Definir requisitos de diseño del producto que definen las características que debe tener el producto para satisfacer las necesidades y expectativas del usuario.

Diseñar un prototipo que dé respuesta a las necesidades de los usuarios.

Evaluar con usuarios el prototipo e iterar el diseño mejorándolo progresivamente.

Lograr un producto que satisface las necesidades de los usuarios, que resulta fácil de usar, centrado en la experiencia de usuario, diseñado, evaluado e iterado.

## **1.3 Enfoque y método**

El método que se va a seguir en el desarrollo del proyecto es el método del doble diamante. Este es el método más apropiado para conseguir desarrollar un nuevo producto, idear, conceptualizar y desarrollar una web corporativa dedicada al desarrollo de webs, aplicaciones, intranets...

Es un método de diseño e innovación que se utiliza para encontrar soluciones a problemas complejos que respondan a las necesidades de las personas. El doble diamante es una metodología desarrollada por el British Design Council en 2005 para la creación de soluciones y establece que el proceso creativo tiene forma de diamante la cual consta de dos fases: la primera siendo el proceso de descubrir y definir el problema y la segunda en diseñar y entregar una solución.[\[5\]](#)



Figura 1. Método doble diamante

## Fases y técnicas que se utilizarán

Para comenzar la fase de investigación se necesita plantear una definición inicial del problema, una vez definido el problema se puede empezar con la fase de descubrimiento.

### 1. Fase descubrir

En esta fase se entiende y contextualiza el problema. Esta es una zona divergente, donde se recopila la mayor cantidad de datos posible y se descubre la complejidad del problema. En esta fase se recogen las necesidades y experiencias de los usuarios y se documentan los datos.

Técnicas que se utilizarán en esta fase:

- **Entrevistas.** Para investigar sobre las necesidades y experiencias de los usuarios se utilizarán las entrevistas con 5 personas responsables de Pymes y autónomos.
- **Benchmarking.** Para entender y contextualizar el problema se utilizará Benchmarking, con esta técnica se podrá identificar que hace la competencia o aliados frente a situaciones similares y se compararán buenas prácticas. Se evaluarán 6 productos similares que existen en el mercado para poder disponer de una visión amplia.

## 2. Fase definir

En esta fase se sintetizan los datos que se han reunido en la fase anterior, se obtienen hallazgos, insights. Esta es una zona convergente donde se utilizan herramientas para añadir y validar datos de investigación.

A partir de la información recogida en la fase anterior, hay que definir qué problema se está resolviendo. Se aportan ideas concretas a través la definición de personajes, escenarios y user journeys, lo que conllevará a una iteración de la definición del problema necesaria para la fase de diseño.

Técnicas que se utilizarán en esta fase:

- **User persona.** Servirá para modelar patrones de actuación de los usuarios, comportamientos, actitudes, aptitudes, objetivos, entornos de trabajo, herramientas que usan y retos que han de superar. Se crearán 3 fichas de user persona.
- **Escenarios.** Los escenarios harán posible entender las diferentes situaciones de uso y aplicar este conocimiento al diseño de manera que este cumpla con los objetivos de las personas que lo van a usar. Se realizarán 6 escenarios, se describirá de manera narrativa cómo un usuario utiliza el producto para conseguir sus objetivos
- **User journeys.** Permitirán entender mejor el contexto del usuario: de dónde viene, cuáles son sus expectativas o necesidades respecto al producto, cómo reacciona en cada paso y cómo se siente cuando finaliza la interacción. Se mostrará la interacción del usuario con el sistema describiendo sus emociones y reacciones en cada uno de los puntos de contacto (touchpoints) con el producto. Se realizan 6 User journeys a partir de los escenarios descritos.
- **Lean UX Canvas.** Esta técnica ayudará a organizar las primeras etapas del proyecto. Ayudará a tener más claro el problema que hay que resolver y las pautas para poder construir-medir-aprender progresivamente.
- **Definición de los requisitos.** Son necesarios para ver las necesidades a la hora de empezar a diseñar. Se enumerarán los requisitos del producto a diseñar, requisitos funcionales, operativos, de información, emocionales...

## 3. Fase diseñar y evaluar

Con una sólida definición del problema revisada, se puede iniciar esta fase que diverge. Se inicia el proceso de diseño, desarrollo e ideación.

Técnicas que se utilizarán en esta fase:

- **Arquitectura de la información.** Será el primer paso de la fase de prototipado, se dará forma a los conceptos definidos en las fases anteriores. Se determinará cuál será la estructura de contenidos y el tono comunicativo del proyecto.



- **Inventario de contenidos y card sorting.** Se analizarán los modelos mentales de los usuarios para saber cuál es la manera óptima de estructurar y etiquetar la información facilitando que encuentren lo que buscan cuando utilicen el producto. Se realizará la sesión de card sorting con 5 participantes para conocer la manera óptima en las que estructurar y etiquetar la información.
- **Diagramas de flujo.** Permitirán sintetizar y analizar las diferentes interacciones del usuario con la web. Se definirán los principales flujos de navegación del producto, los cuales serán elaborados a partir de las fichas de personas, de los escenarios y de los user journeys realizados en la fase de definición.
- **Soryboard y Sketching.** Generación de los primeros bocetos rápidos de las pantallas principales del producto. Se empezará a definir nuestro prototipo a nivel general de una forma rápida y sencilla en base a los escenarios, user journeys y diagramas de flujo planteados.
- **Wireframes y prototipo baja fidelidad.** Servirán para materializar los conceptos generados en las fases de investigación e ideación y evaluar la propuesta de diseño. Se elaborarán en base a los escenarios, user journeys, diagramas de flujo y reflejarán las tareas principales definidas.
- **Prototipo alta fidelidad.** Se definirá de manera más detallada, se incorporarán elementos gráficos que permitirán visualizar el aspecto que tendrá el diseño final. Se elaborará el prototipo de las pantallas necesarias para realizar las tareas definidas en user journeys y diagramas de flujo. Se realizará el prototipo final con las iteraciones necesarias después de realizar test de usuario.
- **Recorrido cognitivo.** Se analizará el recorrido a través del prototipo realizando diferentes tareas. Se comprobará si los objetivos simulados y la carga cognitiva podrán ser asumidos para que el usuario realice las acciones correctamente.
- **Evaluación heurística.** Se evaluará si la interfaz de usuario sigue los principios y las reglas de usabilidad.
- **Test de usuario.** Se empieza a iterar con test de usuario de guerrilla. Se realizará el test a 3 participantes, el objetivo es evaluar la usabilidad del prototipo a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción de las personas usuarias mientras ejecutan una serie de tareas.

#### 4. Entrega

La fase de diseño se contrae de una fase divergente a un modo convergente durante el traspaso del proyecto a los desarrolladores. Los documentos importantes, como un documento de especificaciones, una guía de marca y una biblioteca de activos, se crean para el equipo de desarrollo.

- Entrega del prototipo final en alta fidelidad.

## 1.4 Planificación del Trabajo

A continuación, se muestra una lista de tareas a realizar durante el proyecto junto a una estimación de horas de dedicación a cada tarea, fecha de inicio y fecha fin (Tabla1). Seguidas de una planificación temporal de cada tarea mediante un diagrama de Gantt, que muestra cómo se distribuye temporalmente marcando los hitos parciales de cada PEC (figura 2).

Tabla 1. Tareas estimación de horas

TAREAS	Fecha inicio	Fecha fin	Horas
<b>PEC 1. Plan de trabajo</b>			5%
Elegir temática del proyecto	17/02/2022	21/02/2022	8
Contexto y justificación	22/02/2022	23/02/2022	8
Objetivos	24/02/2022	24/02/2022	2
Enfoque, etapas, método a seguir	25/02/2022	27/02/2022	4
Planificación del trabajo	27/02/2022	3/02/2022	5
<b>Entrega PEC 1</b>		4/03/2022	3
<b>PEC 2. Investigación, definición e ideación</b>	5/03/2022	30/03/2022	15%
Benchmarking	5/03/2022	6/03/2022	5
Entrevistas	5/03/2022	11/03/2022	18
User persona	12/03/2022	12/03/2022	3
Escenarios	13/03/2022	17/03/2022	6
User journeys	18/03/2022	25/03/2022	14
Lean UX Canvas	26/03/2022	27/03/2022	4
Requisitos	28/03/2022	28/03/2022	3
<b>Entrega PEC 2</b>		30/03/2022	3
<b>PEC 3. Prototipado</b>	31/03/2022	27/04/2022	20%
Inventario de contenidos	31/03/2022	01/04/2022	3
Card sorting	02/04/2022	03/04/2022	6
Árbol de contenidos	04/04/2022	04/04/2022	2
Diagramas de flujo	05/04/2022	08/04/2022	10
Sketching	09/04/2022	13/04/2022	10
Wireframes	14/04/2022	17/04/2022	14
Prototipo alta fidelidad	18/04/2022	25/04/2022	35

<b>Entrega PEC 3</b>		27/04/2022	3
<b>PEC 4. Evaluación, fase final y memoria</b>	28/04/2022	25/05/2022	45%
Recorrido cognitivo	28/04/2022	30/04/2022	8
Evaluación heurística	01/05/2022	03/05/2022	8
Mejora y actualización prototipo	04/05/2022	06/05/2022	6
Test de usuario	07/05/2022	10/05/2022	18
Mejora y actualización prototipo	11/05/2022	13/05/2022	8
Prototipo final	14/05/2022	19/05/2022	14
Memoria final del proyecto	17/02/2022	23/05/2022	40
<b>Entrega PEC 4</b>		25/05/2022	3
<b>PEC 5. Video de presentación</b>	26/05/2022	2/06/2022	
Guion presentación	26/05/2022	28/05/2022	6
Diapositivas video	29/05/2022	31/05/2022	10
Grabar y editar video	01/06/2022	02/06/2022	10
<b>Entrega PEC 5</b>		2/06/2022	3
<b>Revisiones y mejoras</b>			20
<b>TOTAL, HORAS</b>			<b>320</b>

# PLANIFICACIÓN TRABAJO FIN DE MASTER

Web soluciones digitales  
Gabriela Fernández Riesco

17/02/2022

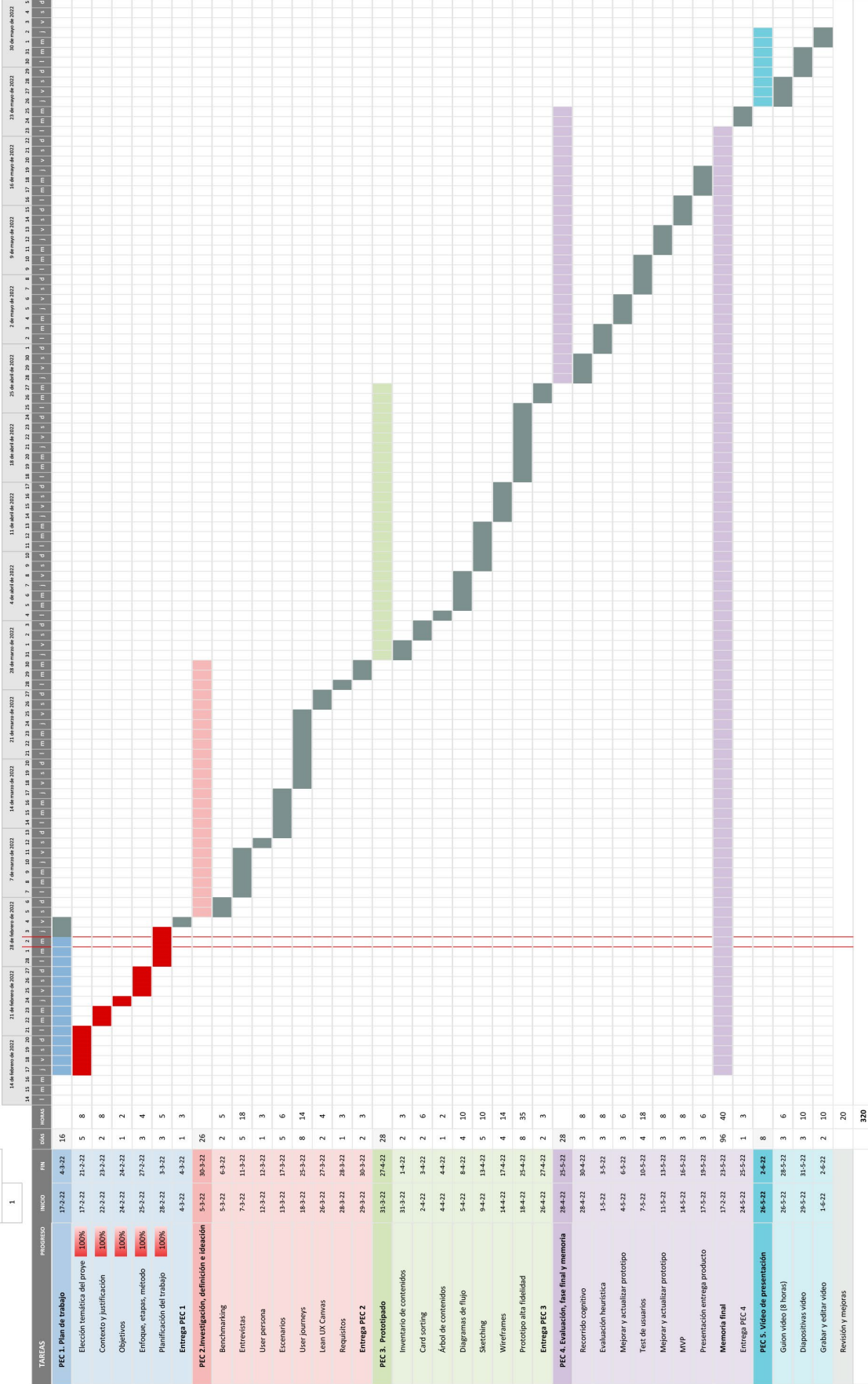


Figura 2. Planificación temporal diagrama de Gantt

## Recursos y herramientas

Los principales programas y herramientas que se utilizarán a lo largo del proyecto son los siguientes:

- **Figma.** Se utilizará para la realización de wireframes, prototipos, diagramas y otros recursos gráficos.
- **KardSort.** Se utilizará para la realización de card sorting y análisis de datos.
- **Software Adobe Creative Cloud: Photoshop e illustrator.** Se utilizarán para diseño gráfico y presentaciones.
- **Microsoft office: Word, Excel, PowerPoint.** Se utilizarán para la realización de memorias y presentaciones.
- **PowerPoint.** Se utilizará para la realización de la presentación final y entrega de video.

## 2. Investigación, definición e ideación

### 2.1 Investigación

En esta fase se entiende y contextualiza el problema. Se recopila la mayor cantidad de datos posible y se descubre la complejidad del problema. En esta fase se recogen las necesidades y experiencias de los usuarios y se documentan los datos.

Se va a descubrir como es el usuario del producto, su problema, qué necesita y qué objetivos tiene. Por otra parte, se va a descubrir quienes son los competidores, analizar sus puntos fuertes, puntos débiles y características, y las tendencias de diseño que hay en el contexto al que nos dirigimos.

Se empieza por realizar una investigación sin usuarios realizando un **benchmarking**, seguida de una investigación con usuarios en la que se realizarán una serie de **entrevistas** a posibles usuarios de la web.

#### 2.1.1 Benchmarking

Se investigan a los competidores que existen del producto y se comparan sus puntos fuertes, puntos débiles y características.

En primer lugar, se eligen los competidores a analizar, seguidamente se definen cuáles son los criterios teniendo en cuenta el objetivo del análisis que es conocer las características de los competidores del producto. Se analizan los competidores teniendo en cuenta los criterios definidos, se comparan los puntos fuertes, débiles y características. Se resumen las principales conclusiones e insights en un listado ejecutivo aplicable al diseño.

#### Competidores

Webs diseño UX soluciones digitales

- [www.aboutgrand.com](http://www.aboutgrand.com)
- [www.lucid.pro](http://www.lucid.pro)
- [www.trespuntoscomunicacion.es](http://www.trespuntoscomunicacion.es)
- [www.syntonize.com](http://www.syntonize.com)
- [www.palo-it.com](http://www.palo-it.com)
- [www.solucionesdigitales.me](http://www.solucionesdigitales.me)



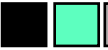



#### Criterios

Análisis de la **estructura y navegación** web: tipo de navegación, menú principal, footer, migas de pan y buscador.

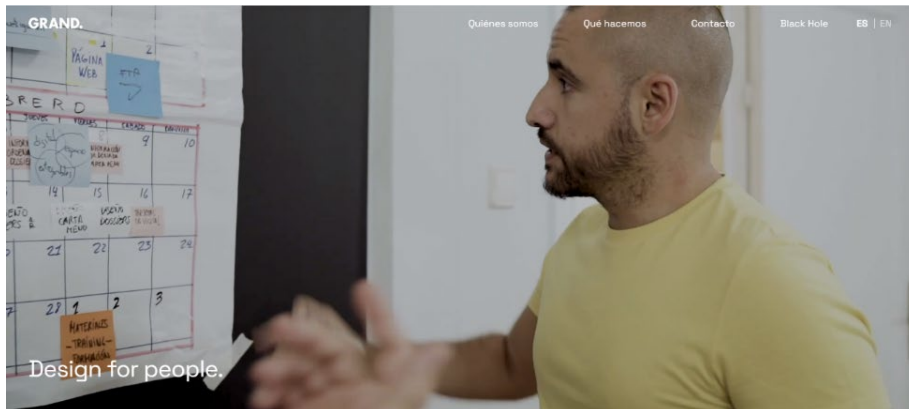
Análisis del **contenido**: quienes somos, servicios, productos, portfolio, solicitud de presupuesto, contacto, blog, testimoniales y tono del lenguaje.

Análisis de la **interfaz de usuario**: color, tipografía, elementos multimedia, utilización de espacios en blanco y elementos del diseño visual e interacción.



Tabla 2. Tabla comparativa Benchmarking

<b>Criterios</b>	<b>aboutgrand.com</b>	<b>lucid.pro</b>	<b>trespuntoscomunicacion.es</b>	<b>syntonize.com</b>	<b>palo-it.com</b>	<b>solucionesdigitales.me</b>
<b>Estructura y navegación</b>						
Tipo Estructura navegación	Lineal. 2 niveles	Lineal. 3 niveles	Lineal. 3 niveles	Lineal. 3 niveles	Lineal. 3 niveles	Lineal. 3 niveles
Cómo resuelve menú principal	Menú superior derecho, disposición horizontal	Menú superior derecho, horizontal. Desplegable	Menú hamburguesa, superior izquierda	Menú hamburguesa, superior derecha	Menú superior derecho fijo, disposición horizontal	Menú superior centro, disposición horizontal
Navegación footer	✓	✓	✓	✓	X	X
Utiliza migas de pan	X	X	X	✓	X	X
Buscador	X	X	X	X	X	X
<b>Contenido</b>						
Quienes somos	✓	Página agencia	Página Tres Puntos	Página Sobre nosotros	Quiénes somos	Inicio
Servicios	Página Qué hacemos	✓	✓	✓	Qué hacemos	✓
Productos	Página Qué hacemos	Página Servicios	Página Servicios	✓	Qué hacemos	Página Servicios
Porfolio	Página Qué hacemos	Página Casos	✓	Página Proyectos	Casos de éxito	✓
Solicitud Presupuesto	X	X	✓	X	X	✓
Contacto	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Blog	X	✓	✓	✓	✓	X
Testimoniales - clientes	Ref. clientes	Ref. clientes	✓	Ref. clientes	Ref. clientes	✓
Tono del lenguaje	Directo, coherente, cercano	Profesional y cercano	Profesional, corporativo y directo	Directo, profesional y coherente	Cercano, directo	Sencillo y directo
<b>Interfaz de usuario</b>						
Paleta color	 Blanco y negro	 Negro y azul	 Negro, Verde, Gris	 Amarillo, negro, blanco	 Negro, Verde	 Negro y naranja
Tipografía	Space-Grotesk	Akkurat	Roboto	Roboto	Montserrat	Roboto
Elementos multimedia	Videos	Imágenes ancho pantalla	Videos, ilustración, imágenes	Imágenes B/N, máscara negra, iconos	Video, Svg animación, ilustración	Ilustraciones
Espacios en blanco	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Elementos interacción: formularios, botones	No tiene formularios, botones	Formulario, botones,	Formularios, botones	✓	✓	✓

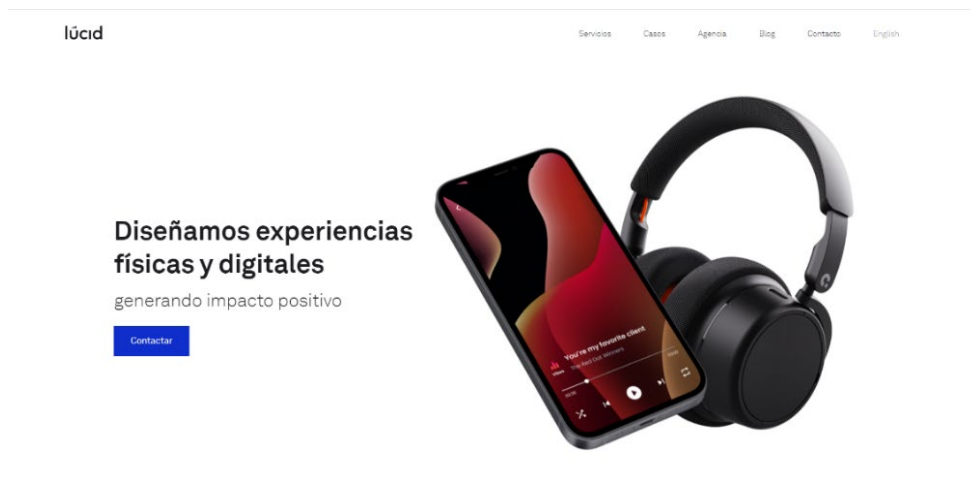
## Fichas competidores puntos fuertes y puntos débiles





[www.aboutgrand.com](http://www.aboutgrand.com)

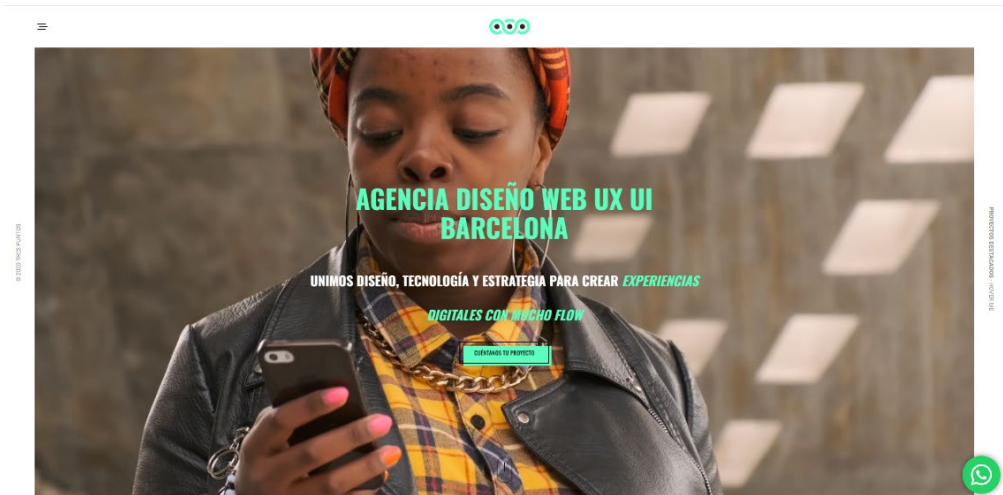
 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal.</li> <li>-Utiliza menú superior derecho, disposición horizontal.</li> <li>-Tiene footer.</li> <li>-Paleta de color simple.</li> <li>-Tipografía de trazos rectos y firmes, se diferencia por su calidad y presencia.</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No tiene blog.</li> <li>-No tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> <li>-Pocos elementos multimedia</li> </ul>

[www.lucid.pro](http://www.lucid.pro)





 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal.</li> <li>-Utiliza menú superior derecho, disposición horizontal desplegable.</li> <li>-Tiene footer.</li> <li>-Paleta de color simple: negro y azul.</li> <li>-Utiliza tipografía que proporciona carácter y expresividad y legible en una variedad de tamaños.</li> <li>-Tiene blog.</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> <li>-Utiliza videos e imágenes a pantalla completa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> </ul>







 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal.</li> <li>-Tiene footer.</li> <li>-Utiliza más colores: verde, negro, gris y blanco.</li> <li>-Tipografía</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> <li>-Tiene blog.</li> <li>-Tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> <li>-Utiliza varios elementos multimedia: videos, ilustración, imágenes, iconos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utiliza Menú hamburguesa, superior izquierda.</li> </ul>





 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal.</li> <li>-Tiene footer.</li> <li>-Paleta de colores simple: amarillo, blanco y negro.</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> <li>-Tiene blog.</li> <li>-Utiliza varios elementos multimedia: ilustraciones, iconos, imágenes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Utiliza Menú hamburguesa, superior derecha.</li> <li>-No tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> </ul>



 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal. 3 niveles.</li> <li>-Menú superior derecho fijo, disposición horizontal</li> <li>-Tiene footer.</li> <li>-Paleta de colores simple: verde y negro.</li> <li>- Tipografía Montserrat es versátil, atractiva, legible y adaptativa.</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> <li>-Tiene blog.</li> <li>-Utiliza varios elementos multimedia: video, Svg animación, ilustración</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No tiene footer.</li> <li>-No tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> </ul>



 <b>Puntos fuertes</b>	 <b>Puntos débiles</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura lineal. 3 niveles.</li> <li>- Menú superior centro, disposición horizontal</li> <li>-Paleta de colores simple: naranja y negro.</li> <li>-Utiliza la tipografía Roboto, se caracteriza por su legibilidad y por ser estructurada, ayuda establecer jerarquías de visualización en los contenidos.</li> <li>-Utiliza bien los espacios en blanco.</li> <li>- tiene formulario solicitud de presupuesto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene blog.</li> <li>-No tiene footer.</li> <li>-Pocos elementos multimedia</li> </ul>

## Conclusiones

Se resumen las principales conclusiones e insights en un listado ejecutivo aplicable al diseño.

El análisis de los competidores que existen del producto, páginas web de diseño UX soluciones digitales, revela principalmente las siguientes conclusiones:

- Las páginas web analizadas tienen una estructura lineal, simple. Desde un bloque de información (el menú) se puede pasar al siguiente o al anterior.
- Tres de las páginas web analizadas utilizan un menú superior y disposición horizontal. Y dos páginas web analizadas utilizan menú de hamburguesa superior lateral.
- Cuatro páginas web utilizan navegación inferior en el footer y dos páginas web no utilizan.
- Cinco páginas web no utilizan migas de pan y una página web si utiliza.
- Todas tienen las secciones: Quienes somos, Servicios, Productos, Porfolio, Testimoniales - Clientes y Contacto.
- Cuatro páginas web tienen solicitar presupuesto y dos no tienen.
- Cuatro páginas web tienen blog y dos no tienen.
- Todas utilizan paletas de colores simples. Entre 2 y 4 colores.
- Todas las páginas web utilizan tipografía legible, sencilla, adaptativa y versátil.
- Todas las páginas web utilizan bien los espacios en blanco.
- Todas utilizan recursos y elementos visuales que potencian la información.

### Lista de recomendaciones:

- Estructura lineal, sencilla, simple.
- Menú superior disposición horizontal y footer.
- Secciones: Quienes somos, Servicios, Productos, Porfolio, Testimoniales - Clientes y Contacto. Se valorará incluir blog y solicitar presupuesto.
- El diseño de la página web no debe sobrecargarse, limpio, respetando los espacios en blanco, ordenado, con estilo minimalista.
- Utilizar recursos visuales. interacción y elementos que potencien la información.
- Utilizar imágenes en alta resolución que ayuden a potenciar los proyectos.
- Paleta de color simple entre 2 y 3 colores.
- Utilización de una tipografía versátil, atractiva, legible y adaptativa.

### 2.1.2 Entrevistas

Ya conocemos la problemática a resolver, los competidores, sus puntos fuertes y débiles, pasamos a la investigación con usuarios en la que se realizarán una serie de **entrevistas** a posibles usuarios de la web.

Con las entrevistas se recoge información cualitativa sobre las necesidades y experiencias de los usuarios. Primero se define el grupo de usuarios primarios y secundarios, los requisitos

que deben cumplir los participantes, se crea el guion de las entrevistas y un informe de conclusiones.

### **2.1.2.1 Definición del grupo de usuarios primarios y secundarios**

#### **Usuario Típico:**

Un usuario típico puede ser el dueño o gerente de una Pyme o microempresa, este usuario típico pertenece al grupo de stakeholder interno. Este usuario necesita contratar soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas para realizar la transformación digital de su empresa.

Otro usuario típico puede ser una persona en situación de autoempleo, autónomo que necesita realizar webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas, para conseguir adaptarse y transformarse digitalmente.

#### **Usuario opuesto:**

Personas que trabajan por cuenta ajena que no necesitan soluciones digitales.

#### **¿Quiénes son los usuarios que usarían el producto antes que nadie?**

Personas dueños o gerentes de una pyme y autónomos que necesitan realizar la transformación digital de la empresa.

#### **Usuarios que usarán el producto con frecuencia:**

Stakeholders internos, todas aquellas personas que pertenecen al núcleo de la empresa, dueños, socios, accionistas, gerentes y empleados.

#### **¿Quién podría tener dificultades para usar el producto?**

Personas que trabajan por cuenta ajena.

#### **Objetivos comerciales del producto**

- Ofrecer productos digitales centrados en el usuario final teniendo en cuenta las necesidades del negocio.
- Dar a conocer los productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, ... teniendo en cuenta el diseño centrado en las personas, la experiencia del usuario.
- Poner a disposición de pymes y autónomos toda la información necesaria sobre webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas, para que consigan adaptarse, transformarse digitalmente y puedan elegir la opción que mejor se adapte a las necesidades de su negocio.

#### **Tipos diferentes de personas que usarán el producto:**

- Autónomo/a en situación de autoempleo que utiliza las nuevas tecnologías y necesita realizar una web para adaptarse digitalmente y ofrecer sus productos.

- Gerente, autónomo/a con un negocio en marcha, tiene conocimiento de las nuevas tecnologías, pero no dispone de tiempo para realizar su web corporativa... y dar un impulso tecnológico a la empresa.
- Gerente de pequeño comercio, utiliza las nuevas tecnologías, redes sociales... Necesita actualizarse digitalmente y realizar la tienda online de sus productos.
- Emprendedor/ que quiere lanzar un negocio digital.

## **GRUPO DE USUARIOS A PRIORI. PRIMARIO Y SECUNDARIO**

### **Grupo de usuarios de los que podemos aprender y tenemos acceso fácil (primario)**

Personas gerentes de pymes y autónomos que utilizan las nuevas tecnologías y necesitan realizar la transformación digital de su negocio. Nivel socioeducativo alto.

### **Grupo de usuarios de los que podemos aprender mucho, pero tenemos acceso difícil (secundario)**

Personas dueños o gerentes de grandes empresas que necesitan realizar la transformación digital. Nivel socioeducativo alto (estudios universitarios).

### **Grupo de usuarios de los que podemos aprender poco y tenemos acceso fácil (secundario)**

Personas que trabajan por cuenta ajena que no necesitan soluciones digitales.

## **2.1.2.2 Screener**

### **Objetivos del estudio**

Investigar **cómo se puede dar a poyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar el crecimiento empresarial y la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Investigar **cuál es la mejor forma de vender los productos y soluciones digitales** tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, para que las Pymes y Autónomos puedan contratar la mejor solución.

Analizar cómo se puede dar a poyo digital a Pymes y Autónomos a través de la web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales

Analizar las **necesidades y experiencias** de los grupos de **usuarios propuestos**.

### **Agenda de captación:**

La captación de participantes se realizará entre semana, durante la mañana de 10 a 14 horas, mediante llamada telefónica. La citación será de lunes a viernes por la tarde a las 18 horas.

### **Necesidades del estudio:**

Número de participantes 5, número de personas reserva en caso de que falle algún participante 3.

La entrevista durará 40 minutos y se realizará en el domicilio del participante o mediante videoconferencia.

Mientras se realiza la entrevista, se grabará y se transcribirá para analizarla posteriormente. Se tomarán notas para poder profundizar en detalles que no se escuchan en el audio.

#### **Documentación relativa al participante:**

El participante deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Todas las personas deben tener una edad comprendida entre 25 y 65 años, pero 3 personas deben ser autónomo/a y 2 personas deben ser gerentes de una pyme, microempresa o pequeño comercio.
- Todas las personas deben tener conocimientos digitales, utilizan internet y redes sociales. 3 personas necesitan actualizar digitalmente su negocio y 2 personas necesitan conocer la mejor solución digital para su negocio.

#### **2.1.2.3 Justificación del tipo de entrevista**

##### **Tipo de entrevista resulta más adecuado dadas las características del proyecto:**

La **entrevista semiestructurada** resulta la más adecuada dadas las características del proyecto.

Tiene particulares ventajas para investigaciones cualitativas, este formato de entrevista permite realizar más preguntas que no están en el guion de forma que la conversación fluye de acuerdo con lo que se quiere conseguir, en este caso son capturar las necesidades de los grupos de usuarios propuestos.

En la entrevista semiestructurada existe un guion, pero hay cierto espacio para adaptarlo según las respuestas del entrevistado. Se pueden incluir preguntas para reunir más información o para pedir aclaraciones, o se puede modificar el orden de las preguntas si conecta con alguna respuesta de los usuarios.

El objetivo es obtener la mayor información posible de los grupos de usuarios, investigar cómo se puede dar apoyo digital a los usuarios para realizar la transformación digital y analizar sus necesidades.

Las entrevistas semiestructuradas facilitan la recolección de información de datos y permiten la posibilidad de aclarar dudas, orientar la situaciones o problemas.

#### **2.1.2.4 Guion de la entrevista**

##### **Objetivo de la entrevista**

Obtener la mayor información posible de los grupos de usuarios, investigar cómo se puede dar apoyo digital a los usuarios para realizar la adaptación y transformación digital y analizar sus necesidades. Así como investigar **cuál es la mejor forma de vender los productos y soluciones digitales** tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, para que las Pymes y Autónomos puedan contratar la mejor solución.

Dirigido a personas gerentes de una Pyme o autónomos que necesitan actualizarse digitalmente.

Tiempo aproximado de la entrevista: 40 minutos.

La entrevista se realizará en el domicilio del participante, o en su defecto se realizará videoconferencia.

## **Recursos**

Mientras se realiza la entrevista, se grabará y luego transcribirá para analizarla posteriormente.

Se tomarán notas para poder profundizar en detalles que no se escuchan en el audio, como son los gestos, la mirada, nuestra propia impresión del individuo, etc. En estas notas deberá constar la fecha, el lugar, el nombre del entrevistado (sus iniciales si es anónima), las preguntas y las observaciones junto con una conclusión del encuentro.

## **Introducción de la entrevista**

Usted participará en una entrevista sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

A continuación, se le presentará dos secciones de preguntas, la primera sección es sobre su **información personal** y la segunda sección es para **capturar las necesidades** sobre la transformación digital de la empresa...

## **Guion de la entrevista**

Buenas tardes, gracias por el tiempo dedicado, trataré de no extenderme más de 30 minutos. Antes que nada, ¿estarías de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación y no será publicada sin tu autorización.

### **DATOS PERSONALES**

NOMBRE:

EDAD:

SEXO:

LOCALIDAD:

PROFESIÓN:

### **NECESIDADES (19 preguntas)**

1. ¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?
2. ¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?
3. ¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

4. ¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?
5. En caso afirmativo ¿**necesitarías asesoramiento** para dar visibilidad a tu negocio online?
6. ¿Conoces los productos y soluciones digitales que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?
7. ¿Sabes cuál es la **mejor solución o producto digital para tu negocio**?
8. ¿**Necesitarías asesoramiento** para seleccionar la mejor opción?
9. ¿**Dónde buscarías** estos productos digitales? ¿En internet?
10. Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te diera **asesoramiento** sobre las distintas opciones?
11. ¿Y qué te **ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?
12. ¿Que **muestre información** sobre el **proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?
13. ¿Qué **muestre información sobre las personas** que realizan los proyectos?
14. ¿Te gustaría **ver otros trabajos realizados** para otros clientes?
15. ¿Qué se pueda **contactar** y solicitar un **presupuesto**?
16. ¿Te gustaría **ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?
17. ¿U otro tipo de noticias e información?
18. ¿Te gustaría **ver valoraciones** de otros clientes?
19. ¿**Cómo te gustaría que fuese esa web**?

Muchas gracias por tus comentarios.

¿Hay algo que te gustaría añadir o comentarnos?

### **2.1.2.5 Resultados y aprendizajes de las entrevistas**

Una vez ejecutado el trabajo de campo mediante las entrevistas, se realiza el análisis para obtener los requisitos de los usuarios. (Ver toda la información de las entrevistas en el [Anexo 1. Entrevistas](#))

He utilizado la técnica de Affinity Diagram que permite agrupar y entender la información. (Se puede ver el proceso en el [Anexo 2. Affinity Diagram](#)).

#### **PRIMERA FASE**

He agrupado los datos recogidos por características similares que sugieren una relación, he escrito cada información en un post-it, he agrupado los post-it por características similares, cada grupo es un patrón y cada patrón un descubrimiento.

#### **Características similares que sugieren una relación de afinidad.**

- Marcar diferencia con la competencia mediante un espacio digital online:



- 5 participantes consideran que es muy importante marcar la diferencia con la competencia mediante un espacio digital online.
- 2 participantes creen que según qué sector se utiliza más las redes que una web.
- 1 participante cree que son importantes las webs para cualquier comercio.
- Dar visibilidad online y la necesidad de asesoramiento:
  - 4 participantes creen que es importante dar visibilidad a su negocio en un espacio digital online.
  - 1 participante cree que no es importante dar visibilidad o no le ha servido para su negocio.
 

*“Creo que la novedad no es siempre lo que innova, es mejor. Entonces, como todo el mundo se anuncia en Internet. Yo creo que ahora mismo te haces unas pancartas y vas por la calle y le pones a tu perro un gesto gracioso Y te digo que hoy en día creo yo que podría funcionar más porque estamos saturados, porque todo es página web. La única manera que tuve de competir contra el progreso del internet en mi negocio era dando un servicio excelente”*
  - 5 participantes tienen necesidad de asesoramiento.
- Conocimiento de productos y soluciones digitales que existen. Necesidad de asesoramiento para elegir la mejor opción:
  - 1 participante no conoce los productos y soluciones digitales que existen.
  - 1 participante conoce los productos y soluciones digitales que existen.
 

*“Sí, porque sí he tenido, porque las utilizo. Entonces las utilizo porque me obligan a utilizarlas.”*
  - 3 participantes conocen creación de webs y redes sociales.
  - 5 participantes necesitan asesoramiento para elegir la mejor solución.

Características de la web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales:

- Sección de asesoramiento servicios y productos:
  - 5 participantes creen que estaría bien que tuviera la sección de asesoramiento sobre las distintas opciones.
 

*“Si, me gustaría que me dijeran cuáles son las herramientas más adecuadas para mi tipo de negocio”*
- Sección de servicios y productos:
  - 5 participantes creen que estaría bien que tuviera la sección de servicios y productos.
- Sección de procesos de trabajos:
  - 5 participantes creen que estaría bien que tuviera la sección de procesos de trabajos realizados.
 

*“Si me los ponen de verdad, por supuesto. Es la garantía. Es la garantía de saber que funcionan bien.”*
- Sección de proyectos realizados:

- 5 participantes creen que estaría bien que tuviera la sección de proyectos realizados.
- “Sí. Supongo que es interesante para hacerte una idea también de lo que puedes aplicar a tu negocio.”*
- Contactar y solicitud de presupuesto:
  - 5 participantes creen que estaría bien poder contactar y pedir presupuesto.
- Sección de noticias:
  - 2 participantes creen que estaría bien ver noticias.
  - A 3 participantes no les gustaría ver noticias.
- Que muestre valoraciones:
  - 4 participantes creen que estaría bien ver valoraciones.
  - 1 participante prefiere ver casos de éxito.
- Estilo de la web:
  - Los 5 participantes coinciden en que la web tiene que ser: visual, dinámica, fácil de usar, fácil de navegar, organizada, intuitiva, de fácil recorrido y práctica.

*“Me gustaría que fuera súper visual, con muy poco texto, pero muy bien pensado y que fuera muy interactiva y, sobre todo, que no le llevase mucho tiempo al que la ve navegar.”*

*“Pues eso, dinámica precisamente, nueva y vanguardista. Pues que esté al tanto de las nuevas tendencias y que sea fácil de usar. Fácil de navegar.”*

*“Pues organizada dinámica intuitiva de fácil recorrido e la letra grande que ya no veo muy visual, que no sé nada, sobre todo igual por materia organizada, organizada si no sé por materia, supongo que según el tipo de oferta o de servicio de producto que quiere andar, pues me es clara, clara, concisa y efectiva.”*

*“me gustaría que fuera fácil de navegar por ella. Que sea intuitiva. Que sea práctica. Que te de la mayor información posible a la hora de resolver tus dudas.”*

## **SEGUNDA FASE**

He **definido los diferentes grupos**, seguidamente he resumido los conceptos, he cambiado las notas entre grupos, he realizado conexiones entre grupos, etc.

El objetivo es jugar con los datos y conseguir grupos temáticos y significativos que permitan responder a la pregunta de investigación, **¿cómo se puede dar a poyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas? Y ¿cuál es la **mejor forma de vender** productos digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas...?

## Resumen de conceptos. Grupos de afinidad.

Respondiendo a la pregunta de investigación, ¿cómo se puede **dar a poyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas? Están los siguientes grupos:

- **Grupo 1.** Espacio digital online, web, tienda online... de tu negocio.
  - Las participantes creen que es importante marcar la diferencia con la competencia mediante un espacio digital online.
  - 1 participante cree que es un escaparate de su negocio.
  - 1 participante cree que con un espacio digital online se marca la diferencia.
  - 1 participante cree que las webs son importantes para cualquier comercio.
  - 2 participantes creen que ahora se utilizan más las redes sociales.
  - 2 participantes creen que es importante dar visibilidad a su negocio en un espacio digital online porque hay que estar muy actualizado para ser visible, para destacar, para que haya contenido, que la gente te vea y acceder al mayor número de gente.
  - Las 5 participantes tienen necesidad de asesoramiento, ponerse al día, formación y apoyo.
- **Grupo 2.** Productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.
  - 1 participante busca webs que le gusten, rastreando la competencia.
  - 1 participante lo único que conoce es la creación de webs y las redes sociales.
  - 1 participante cree que la mejor solución sería que fuera muy visible al mayor número posible de personas, que accediera a conseguir el mayor número de visitantes en la página, porque eso supondría mayor número de ventas.
  - Todas las participantes necesitan asesoramiento para elegir la mejor opción para su negocio.
  - Las participantes buscan los productos en la red, las cámaras de comercio, en cada comunidad, en el Departamento de Economía, ...
  - 1 participante buscaría primero con quién trabaja, lo que mejor funciona es el boca a boca.
  - 1 participante buscaría en contactos de gente profesional que conoce la materia y se iría informando.

Respondiendo a la pregunta de investigación, ¿cuál es la **mejor forma de vender** productos digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas...?

- **Grupo 3.** Características de la web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

- A todas las participantes les gustaría que tuviera la sección de asesoramiento sobre las distintas opciones.
- A todas las participantes les gustaría que tuviera la sección de servicios y productos.
- A todas las participantes les gustaría que tuviera la sección de procesos de los trabajos.
- A todas las participantes les gustaría que tuviera la sección de proyectos realizados
- A todas las participantes les gustaría poder contactar y pedir presupuesto.
- A 2 participantes les gustaría ver noticias y a 3 participantes no les gustaría ver noticias.
- A 4 participantes les gustaría ver valoraciones y 1 participante prefiere ver casos de éxito.
- Todas las participantes coinciden en que la web tiene que ser visual, dinámica, fácil de usar, fácil de navegar, organizada, intuitiva, de fácil recorrido y práctica.

### **Conclusiones de las entrevistas**

En el análisis de los datos se observa que, en líneas generales, los participantes del estudio son personas que quieren adaptarse y evolucionar digitalmente, pero desconocen los productos que existen a su alcance y necesitan asesoramiento.

- Las participantes creen que es importante **marcar la diferencia con la competencia** mediante un espacio digital online.
- Es importante que **los negocios de las participantes sean visibles en un espacio digital online** para destacar y acceder al mayor número de personas.
- Las 5 participantes tienen **necesidad de asesoramiento**, ponerse al día, formación y apoyo.
- La mayoría de las participantes **no conocen cuál es la mejor solución o producto digital para su negocio**. Conocen creación de webs y presencia en redes sociales.
- Todas las participantes **necesitan asesoramiento** para elegir la mejor opción para su negocio.
- Las participantes **buscarían** los productos y servicios digitales en **internet, en cámaras de comercio, consultando a otros profesionales y boca a boca**.
- Todas las participantes coinciden en que la web debe tener las secciones de **servicios, productos, proceso de trabajo, proyectos realizados, contacto y solicitar presupuesto**.
- A la mayoría de las participantes **no les gustaría ver noticias** y les **gustaría ver valoraciones**.
- Todas las participantes coinciden en que la web tiene que ser visual, dinámica, fácil de usar, fácil de navegar, organizada, intuitiva, de fácil recorrido y práctica.

### 2.1.2.6 Insights y descubrimientos

Se han detectado las siguientes insights y descubrimientos:

- Las participantes creen que es importante **marcar la diferencia con la competencia** mediante un espacio digital online, pero todas **necesitan asesoramiento** para elegir la mejor solución que se adapte a su negocio ¿Cómo se puede asesorar para que elijan la mejor solución?
- Es importante que los **negocios** de las participantes **sean visibles en un espacio digital online para destacar y acceder al mayor número de gente**, pero desconocen los productos y soluciones digitales que existen a su alcance ¿Cómo se puede informar de las distintas opciones que tienen a su alcance?
- La mayoría de las participantes **no saben cuál es la mejor solución o producto digital para su negocio**, pero saben que teniendo una web y presencia en las redes sociales pueden destacar y acceder al mayor número de personas. ¿Cómo se puede informar o asesorar para que elijan la mejor opción para su negocio?
- Las participantes **buscarían los productos** y servicios digitales en internet, en cámaras de comercio, consultando a otros profesionales y boca a boca ¿Cómo se pueden ofrecer los productos y servicios digitales para que sea más fácil la búsqueda?
- Todas las participantes coinciden en que la web debe tener las **secciones de servicios, productos, proceso de trabajo, proyectos realizados, contacto y solicitar presupuesto**, pero a la mayoría de las participantes no les gustaría ver noticias.
- Todas las participantes coinciden en que la web tiene que ser visual, dinámica, fácil de usar, fácil de navegar, organizada, intuitiva, de fácil recorrido y práctica.

## 2.2 Definición e ideación

En esta fase se sintetizan los datos que se han reunido en la fase anterior, se obtienen hallazgos, insights. En esta fase se utilizan herramientas para añadir y validar datos de investigación tales como personas, escenarios, User Journeys y lean Ux Canvas.

A partir de la información recogida en la fase anterior se define el problema a resolver, se aportan ideas concretas a través de la definición de personas, descripción de escenarios y User, conllevará a una iteración de la definición del problema necesaria para la fase de diseño.

### 2.2.1 Personas

Se han definido tres personas que describen a tres usuarios arquetipos que servirán de guía a lo largo del proceso de ideación y diseño. Son el resultado de la información cualitativa y cuantitativa de la investigación anterior.

Van a servir para modelar patrones de actuación de los usuarios, comportamientos, actitudes, aptitudes, objetivos, entornos de trabajo, herramientas que usan y retos que han de superar.

A partir de las fichas de personas se van a desarrollar los apartados de definición escenarios y User Journeys.

## Ficha de Persona 1

La ficha de Persona “Cristina” pertenece al grupo de usuarios primario, personas gerentes de una pyme que necesitan realizar la transformación digital de la empresa.

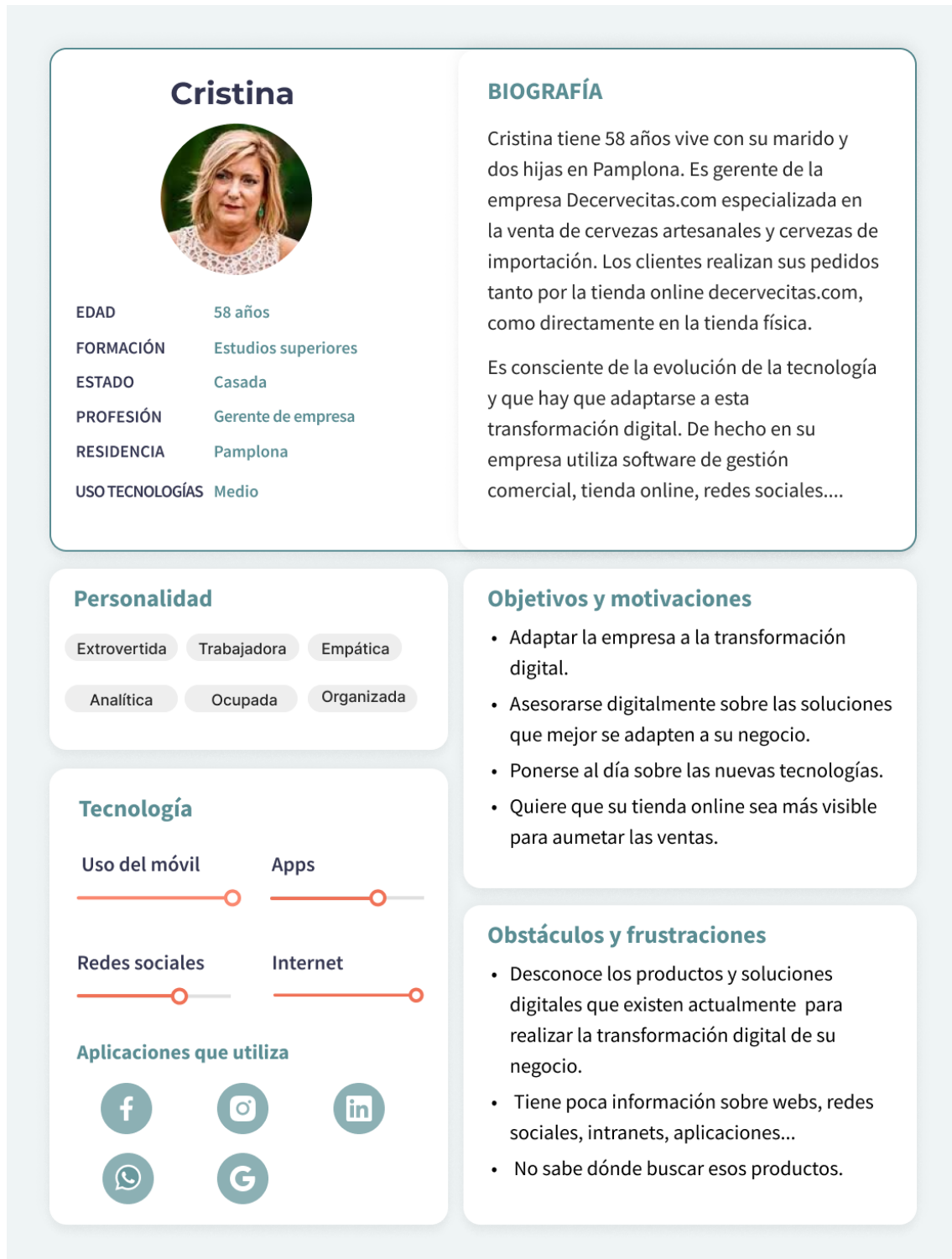


Figura 3. Ficha de persona  
Fuente: elaboración propia

## Ficha de Persona 2

La ficha de Persona “Sonia” pertenece al grupo de usuarios primario, personas gerentes de una pyme que necesitan realizar la transformación digital de la empresa.

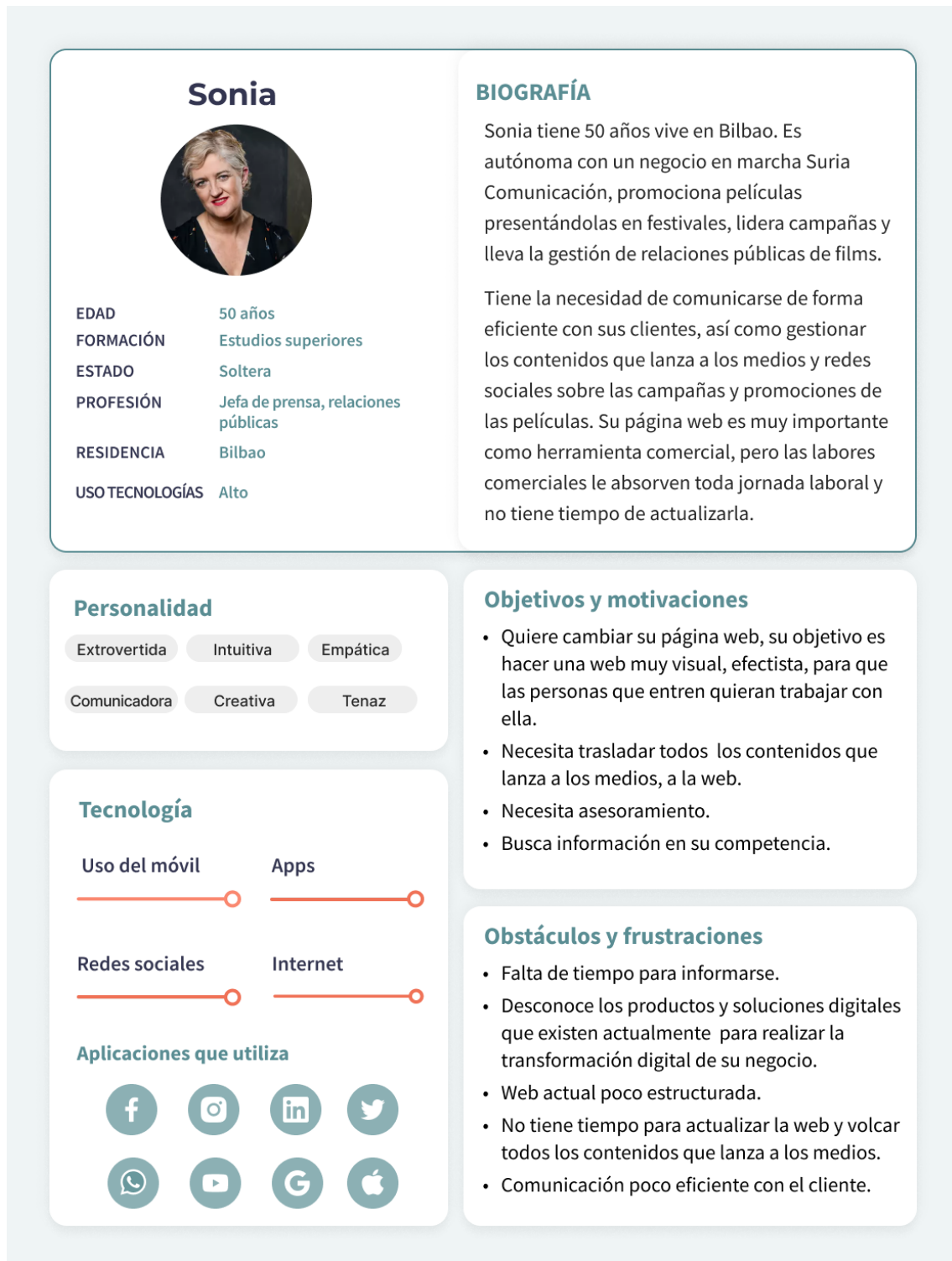


Figura 4. Ficha persona  
Fuente: elaboración propia

### Ficha de Persona 3

La ficha de Persona “Estíbaliz” pertenece al grupo de usuarios primario, personas autónomo/a de una pyme que necesitan realizar la transformación digital.

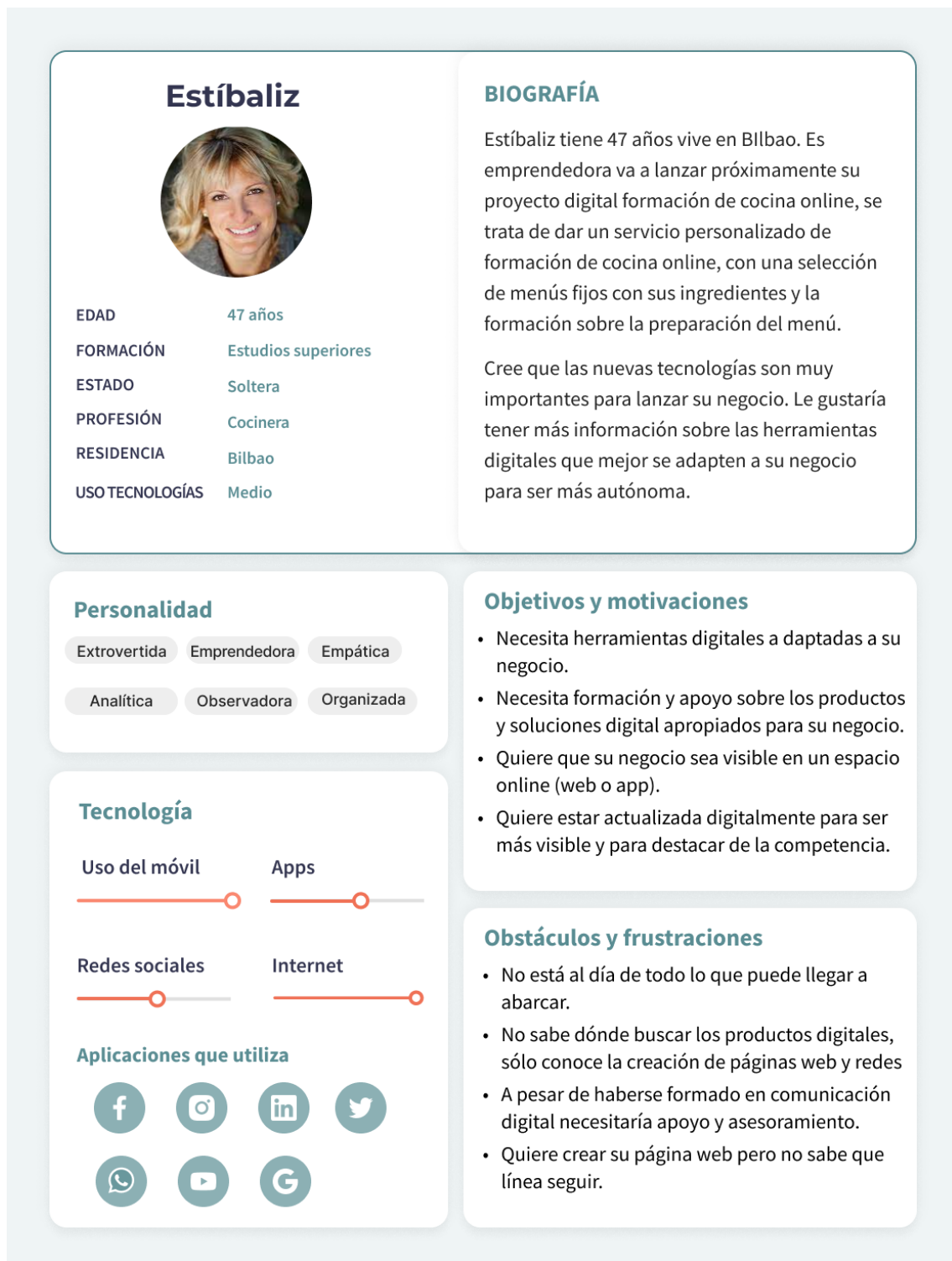


Figura 5. Ficha persona  
Fuente: elaboración propia



## 2.2.2 Escenarios

Los escenarios contribuyen a entender el producto y a saber cómo será utilizado por los usuarios. Facilitan detectar los requisitos del producto para que cumpla las expectativas del usuario.

Los escenarios describen de manera narrativa cómo un usuario utiliza el producto para conseguir sus objetivos. Se elaboran a partir del método Personas y describen con detalle una interacción ideal entre estas y el sistema, siempre desde el punto de vista del usuario.

### **Escenario 1. Cristina. Actualización de tienda online**

Cristina es gerente de la empresa Decerveckitas.com especializada en la venta de cervezas artesanales y cervezas de importación, selecciona las mejores cervezas tanto nacionales como de importación y las envía directamente al domicilio o al negocio de sus clientes. Los clientes realizan sus pedidos tanto por la tienda online decerveckitas.com, como directamente en la tienda física. Cristina es consciente de la importancia de las nuevas tecnologías y estar actualizada, todos los días en la tienda siempre hay algún cliente que le sugiere la actualización de la tienda online, que se puedan buscar los productos rápidamente, hacer los pedidos online y el seguimiento de los pedidos.

Está decidida a dar ese paso, quiere mejorar de la comunicación con el cliente, ahorrando tiempo y dinero. Para mejorar el servicio al cliente ha decidido actualizar su tienda online, quiere que esté centrada en las necesidades de los usuarios y en los requerimientos del negocio. Le interesa que el diseño de la tienda online esté centrado en las personas, los clientes, que ponga el foco en aumentar las ventas de la tienda online, creando una experiencia digital eficiente y satisfactoria.

Cristina cuando tiene alguna duda sobre temas digitales suele llamar a la Cámara de Comercio de Navarra, siempre le asesoran muy bien. Llama a la cámara para buscar información sobre empresas que se dedican al desarrollo de webs, tiendas online, aplicaciones. En la Cámara de Comercio le han informado sobre las ayudas del programa Kit Digital y los agentes digitalizadores, en esta información ha encontrado la web garelandiseño.com que se adecúa a sus necesidades. Inmediatamente entra en la web garelandiseño.com para tener información sobre los servicios y productos que ofrecen. En Inicio encuentra información sobre todas las secciones: Quiénes somos, Qué hacemos, Portfolio, Testimoniales y Contacto. Se detiene en la sección “Qué hacemos” donde encuentra los servicios y productos que ofrecen. Como quiere ver algún proyecto similar al suyo entra en la sección de “Portfolio” y entra en varios proyectos similares al suyo. Le parece que está muy bien el trabajo que realizan sobre todo le ha llamado la atención un proyecto. Así pues, decide entrar en contacto, cumplimenta el formulario de contacto con sus datos, escribe un mensaje con las dudas y consultas que tiene. Después cumplimenta el formulario de solicitud de presupuesto. Seguidamente recibe un email de confirmación solicitud de presupuesto y contacto.

### **Escenario 2. Cristina. Contratar el diseño y desarrollo de una App**

Cristina es gerente de la empresa Decerveckitas.com especializada en la venta de cervezas artesanales y cervezas de importación. Quiere hacer crecer su negocio y fidelizar a los clientes,

continuamente está pensando en los nuevos modelos de negocio adaptados al futuro y a las nuevas tecnologías. Por eso, tiene en mente contratar la creación y desarrollo de una App que le permita al cliente comprar todo tipo de cerveza en venta, información para los clientes sobre eventos y catas, personalizar los pedidos, seguimiento de los pedidos y entrega a domicilio.

Cristina cuando tiene alguna duda o consulta sobre temas digitales suele llamar a la Cámara de Comercio de Navarra, siempre le asesoran muy bien. Llama a la cámara para buscar información sobre empresas que se dedican al diseño y desarrollo aplicaciones. En la Cámara de Comercio le han informado sobre los agentes digitalizadores que existen actualmente, en esta información ha encontrado la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com). Seguidamente entra en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) a la sección “Qué hacemos”, le gusta mucho el diseño de la web y la organización por tipo de servicios y productos, en esta sección encuentra creación de Apps, lee toda la información disponible sobre el proceso de trabajo, le interesa ver algún proyecto realizado de creación de aplicaciones dispuestos en la parte inferior de la página. Le gustan mucho los proyectos que han realizado, por tanto, decide contactar para una posible valoración de su caso.

### **Escenario 3. Sonia. Diseño de una Plataforma de Comunicación**

Sonia es autónoma con un negocio en marcha Suria Comunicación, promociona películas presentándolas en festivales, lidera campañas y la gestión de relaciones públicas de filmes. Sonia tiene la sensación de que pierde mucho tiempo con los clientes, continuamente le están llamando sobre sus campañas si ha hecho esto y lo de más allá. No logra comunicarse de forma eficiente para que sea rentable su negocio. Cree que la solución está en el diseño de una Plataforma de Comunicación para comunicarse de forma eficiente con los clientes y gestionar los contenidos que lanza a los medios y redes sociales sobre las campañas y promociones de las películas.

Un proveedor suyo le ha dado el contacto de la empresa Garelan Diseño que se dedica al desarrollo de webs, tiendas online, aplicaciones, intranets, ... decide entrar en su web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com), para saber más sobre los productos y servicios que ofrecen. Primero entra la sección “Quiénes somos” para ver qué tipo de empresa es, filosofía de la empresa, equipo de trabajo, que procesos de trabajo siguen. Después entra en la sección “Qué hacemos” observa que desarrollan un producto digital que se adecua a sus necesidades, diseño de una Plataforma de Comunicación para comunicarse de forma eficiente con los clientes y gestionar los contenidos de las campañas. Le ha gustado mucho este producto accede a un caso de éxito para informarse más sobre el producto. Le gustaría tener más información sobre precios, plan de trabajo, contratar el servicio, para ello entra en “Contacto” y rellena el formulario con sus datos y las consultas. Seguidamente recibe un email de confirmación contacto y consulta.

### **Escenario 4. Sonia. Asesoramiento actualización diseño web**

Sonia es autónoma con un negocio en marcha Suria Comunicación, promociona películas presentándolas en festivales, lidera campañas y lleva la gestión de relaciones públicas de filmes.

Su página web es muy importante como herramienta comercial, pero las labores comerciales y relaciones públicas le absorben la jornada laboral y no tiene tiempo de actualizarla. Sonia es consciente la importancia de las nuevas tecnologías y quiere mejorar de la comunicación con el cliente y atraer a más clientes. Ha decidido actualizar el diseño y la arquitectura de su web, quiere que el diseño de la web ponga el foco en aumentar las visitas, creando una experiencia digital eficiente y satisfactoria.

Un proveedor suyo le ha dado el contacto de la empresa Garelan Diseño que se dedica al desarrollo de webs, tiendas online, aplicaciones, intranets, ... su web es [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com), decide entrar en la web en la sección “Quienes somos” para ver qué tipo de empresa es. En esta sección descubre que dan un servicio de asesoramiento, apoyo digital, acompañando en el proceso de creación del producto. En esta misma sección tiene la opción de contactar y solicitar presupuesto. Clica esta opción para obtener más información sobre precios, plan de trabajo, contratar el servicio, rellena el formulario con sus datos, escribe un mensaje con las dudas y consultas que tiene. Inmediatamente recibe un email de confirmación con su solicitud.

### **Escenario 5. Estíbaliz. Consultar noticias y solicitar informe UX**

Estíbaliz quiere lanzar un negocio digital dedicado a dar un servicio personalizado de formación de cocina online, con una selección de menús fijos con sus ingredientes y la formación sobre la preparación del menú.

Cree que las nuevas tecnologías son muy importantes para lanzar su negocio, le gustaría tener más información sobre las herramientas digitales adecuadas a su negocio para ser más autónoma. Quiere que su negocio sea visible en un espacio online ya sea una web o una aplicación.

Un compañero de trabajo le ha dado el contacto de una empresa que se dedica al desarrollo de webs, tiendas online, aplicaciones, intranets,... su web es [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com), entra en la web para buscar información sobre herramientas digitales, primero echa un vistazo a todas las secciones, inicio, servicios, productos, portfolio y después entra en Noticias (blog) para ver el panorama actual, ayudas, subvenciones, productos de actualidad.

Y una vez que se ha informado sobre el panorama actual, ayudas, productos de actualidad, decide consultar los servicios y productos que ofrecen, las valoraciones y testimonios de otros clientes. Le ha servido toda la información que ha recogido sobre herramientas digitales, pero necesitaría un estudio más detallado de su caso, así que decide contactar para que le solucionen sus dudas.

### **2.2.3 User Journeys**

Con los escenarios descritos se van a desarrollar 5 user journeys. Un *user journey* es un método que muestra paso a paso la interacción del usuario con el sistema describiendo sus emociones y reacciones en cada uno de los puntos de contacto (touchpoints) con el producto. Se describen las fases de interacción, los objetivos en cada fase, las acciones, los obstáculos, las emociones y las ideas y oportunidades.

## User Journey 1.

User persona: Cristina. Escenario: Actualización de tienda online

# User Journey

## ACTUALIZACIÓN DE TIENDA ONLINE

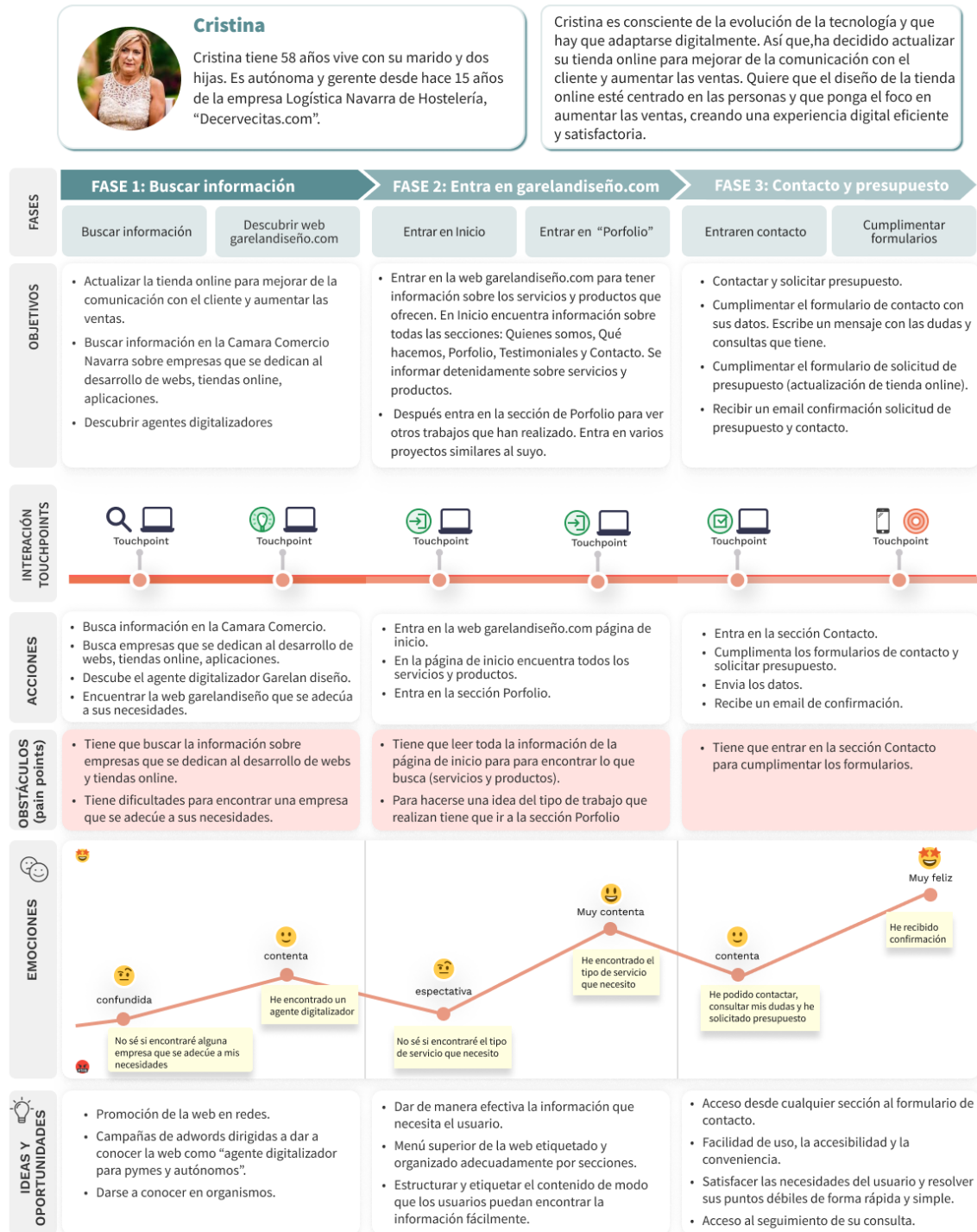


Figura 6. User Journey del escenario 1. Fuente: elaboración propia

## User Journey 2.

User persona: Cristina. Escenario: Contratar la creación y desarrollo de una app

# User Journey

## CONTRATAR LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE UNA APP

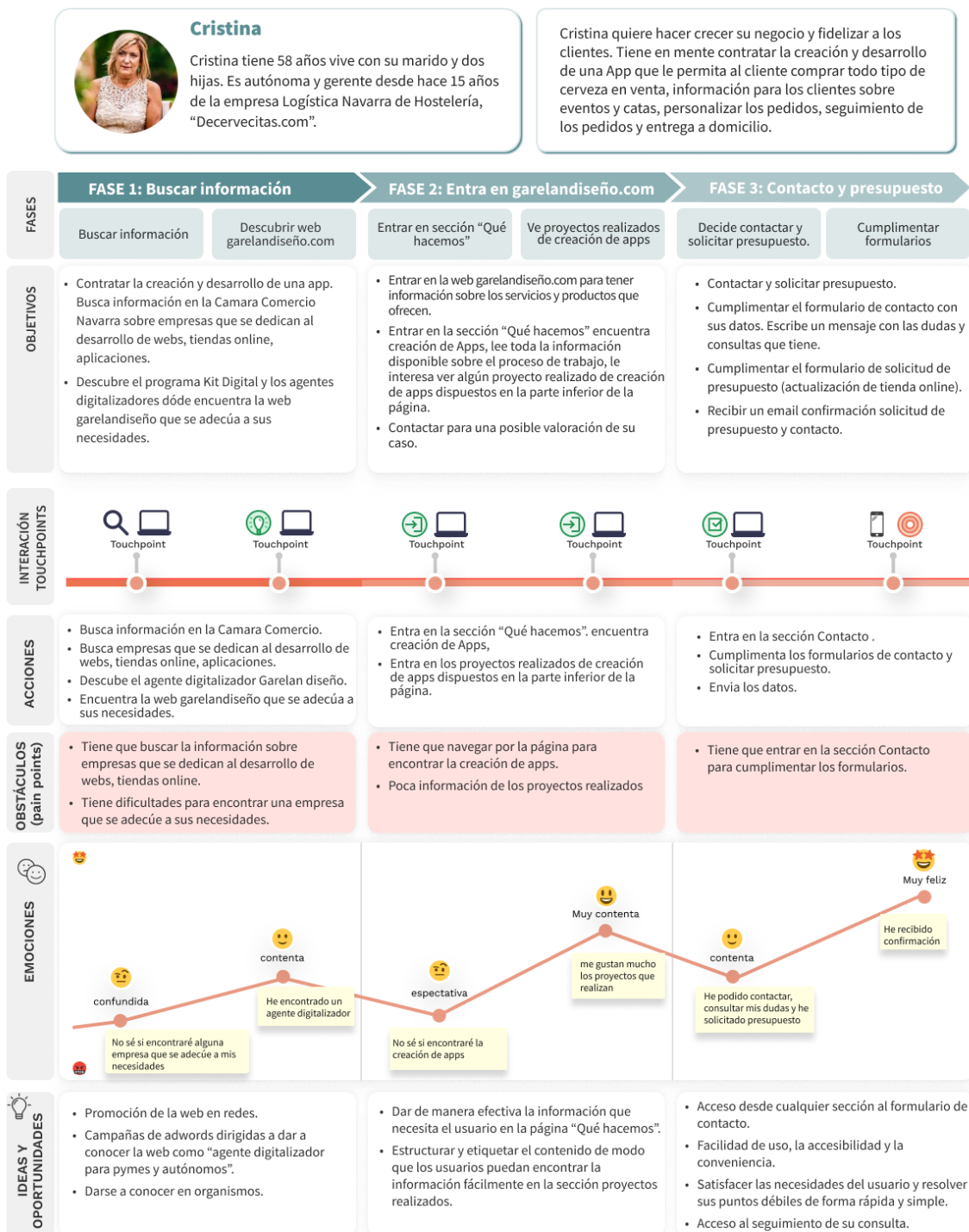


Figura 7. User Journey del escenario 2. Fuente: elaboración propia

### User Journey 3.

### User persona: Sonia. Escenario: Diseño de una plataforma de comunicación

# User Journey

## DISEÑO DE UNA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN

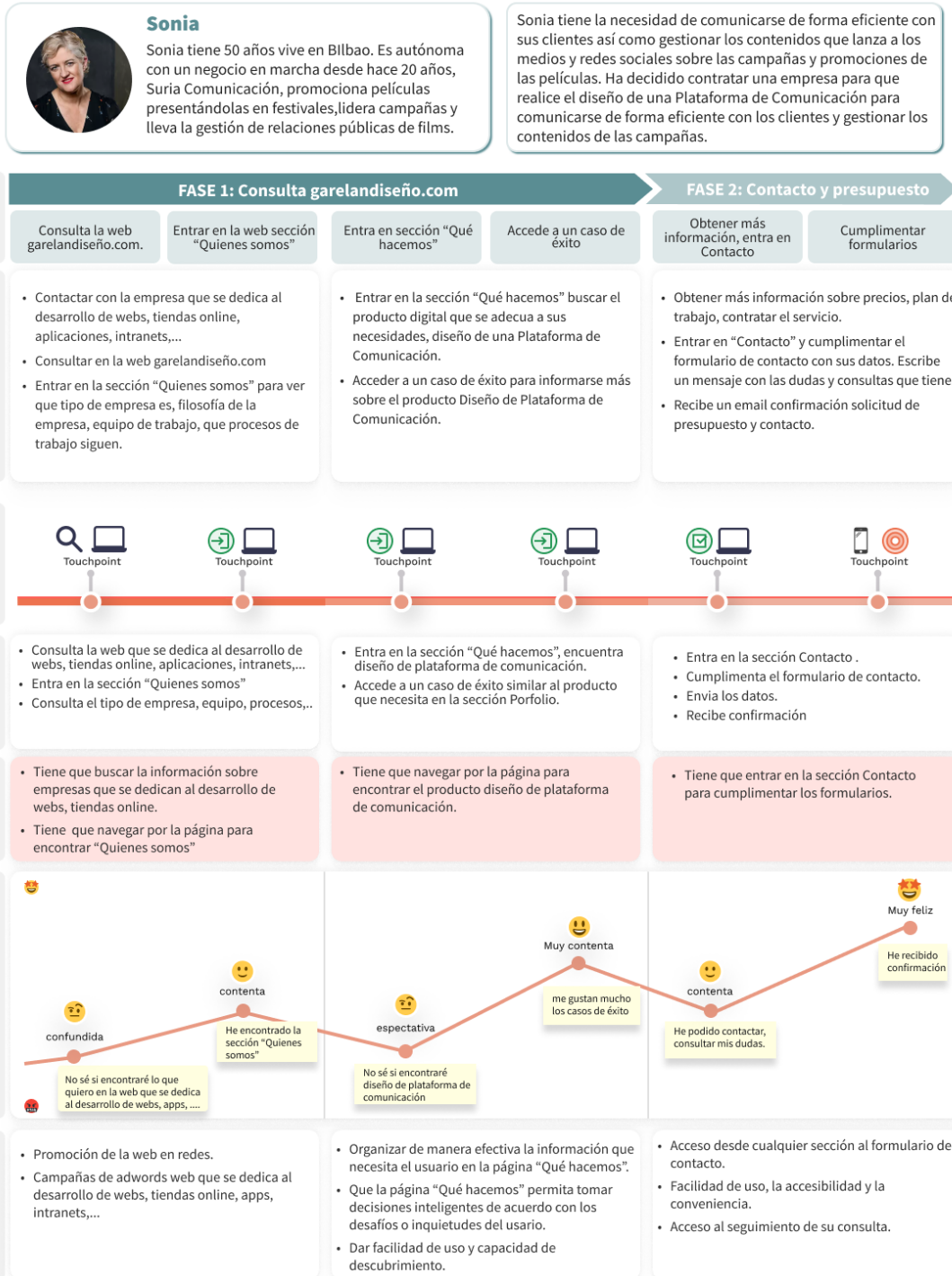


Figura 8. User Journey del escenario 3. Fuente: elaboración propia

## User Journey 4.

User persona: Sonia. Escenario: Asesoramiento actualización diseño web

# User Journey

## ASESORAMIENTO ACTUALIZACIÓN DISEÑO WEB



### Sonia

Sonia tiene 50 años vive en Bilbao. Es autónoma con un negocio en marcha desde hace 20 años, Suria Comunicación, promociona películas presentándolas en festivales, lidera campañas y lleva la gestión de relaciones públicas de films.

Sonia tiene una web que utiliza como herramienta comercial, pero las labores comerciales y relaciones públicas le absorben la jornada laboral y no tiene tiempo de actualizarla.

Sonia es consciente la importancia de las nuevas tecnologías y quiere mejorar de la comunicación con el cliente y atraer a más clientes. Ha decidido actualizar el diseño y la arquitectura de su web. Necesita que le asesores sobre el rediseño de su web.

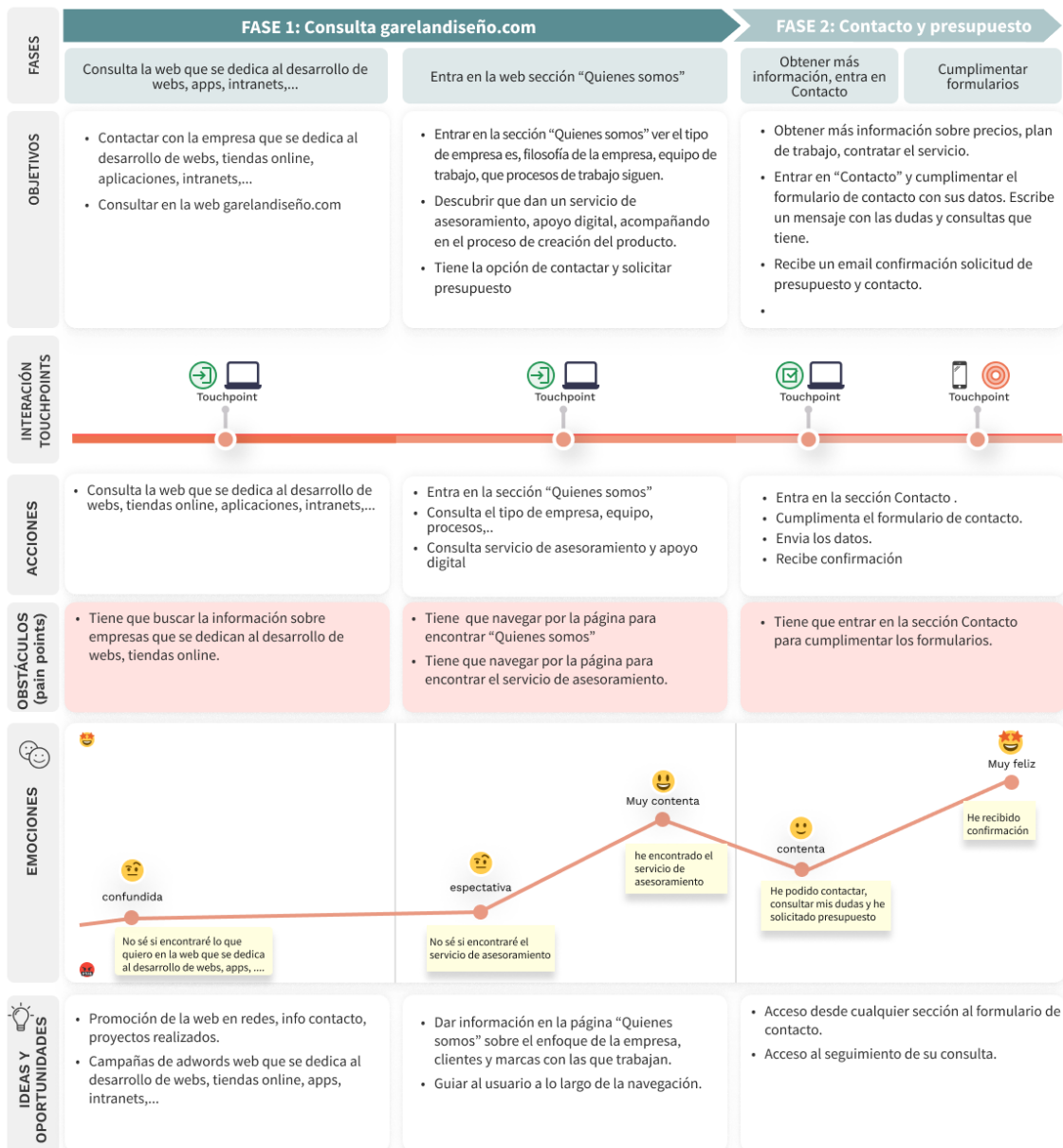


Figura 9. User Journey del escenario 4. Fuente: elaboración propia



## User Journey 5.

User persona: Estibaliz. Escenario: Consultar noticias y solicitar estudio UX

# User Journey

## CONSULTAR NOTICIAS Y SOLICITAR INFORME UX

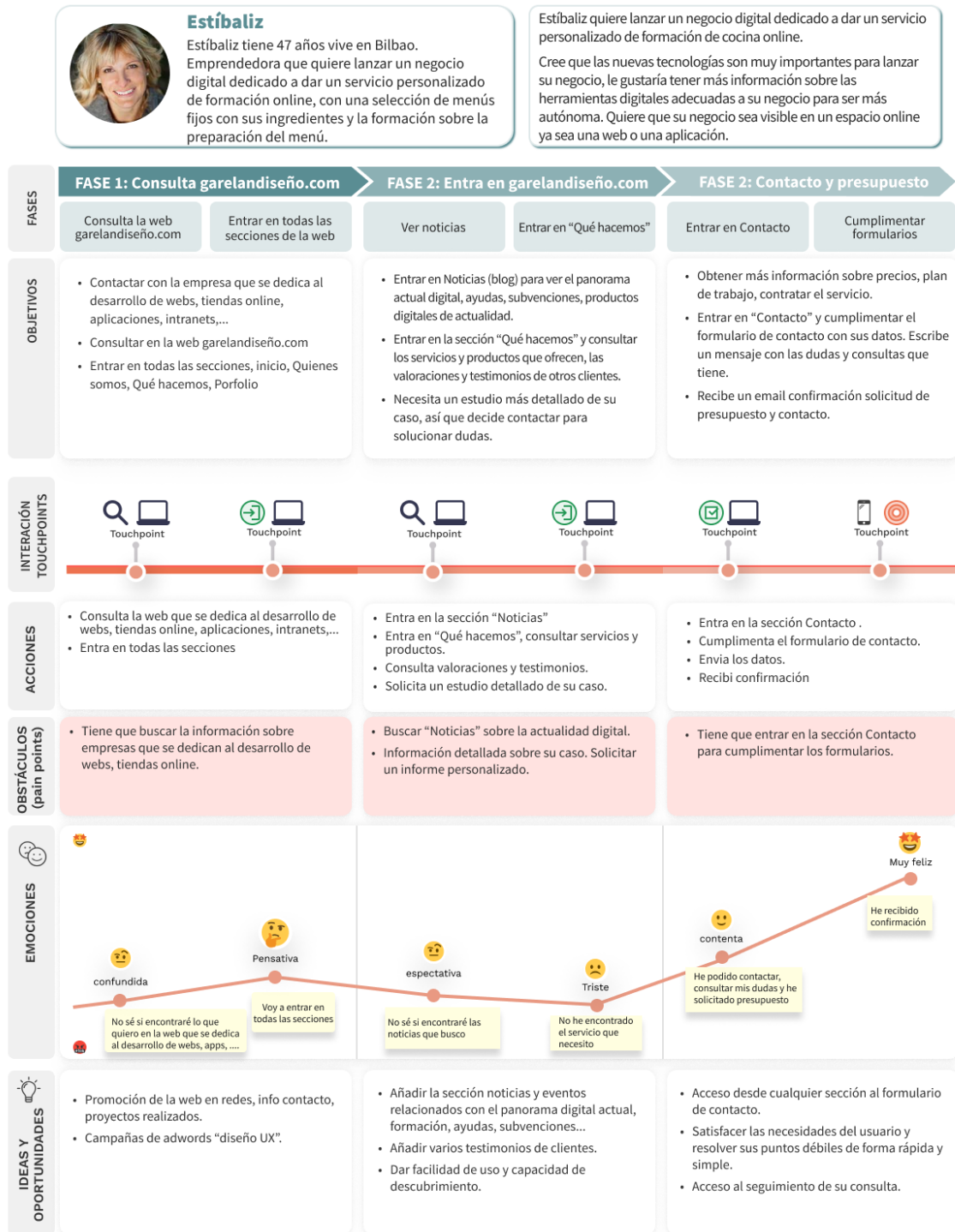


Figura 10. User Journey del escenario 5. Fuente: elaboración propia



## 2.2.4 Lean UX Canvas

El Lean UX Canvas va a permitir recoger toda la información relevante sobre el proyecto para guiar el proceso de desarrollo del producto.

El objetivo es generar conocimiento validado sobre la solución, este proceso está enfocado en llegar a la meta corrigiendo los errores e incorporando mejoras de manera progresiva. Para lograr este objetivo, el Lean UX Canvas pone en el centro el problema que hay que resolver y define los aspectos necesarios para construir, medir y aprender. [8]

### Lean UX Canvas



Figura 11. Lean UX Canvas. Fuente: elaboración propia

## 2.2.5 Requisitos

Una vez elaborados las fichas de personas, los escenarios y los User journeys, es el momento de analizar toda la información y extraer los requisitos de diseño del producto.

Los requisitos definen las características que debe tener el producto para satisfacer las necesidades y expectativas del usuario.

A continuación, detallo los requisitos extraídos de los User journeys:

- Incrementar la presencia en redes sociales.
- Realizar campañas de adwords “agente digitalizador para pymes y autónomos”, “web que se dedica al desarrollo de webs, tiendas online, aplicaciones, intranets, ...”, “diseño UX”.
- Dar a conocer la web en organismos.
- Dar la información que necesita el usuario de manera efectiva.
- Etiquetar y organizar adecuadamente por secciones el menú superior de la web.
- Estructurar y etiquetar el contenido de modo que los usuarios puedan encontrar la información fácilmente.
- Dar información en la página de inicio de proyectos realizados.
- Guiar al usuario a lo largo de la navegación.
- Dar al usuario facilidad de uso y capacidad de descubrimiento.
- Satisfacer las necesidades del usuario y resolver sus puntos débiles de forma rápida y simple.
- Acceso desde cualquier sección al formulario de contacto.
- Que el usuario tenga acceso al seguimiento de su consulta, una vez que recibe el email de confirmación.
- En la sección “Qué hacemos”, dar de manera efectiva la información que necesita el usuario.
- La sección “Qué hacemos” permita tomar decisiones inteligentes de acuerdo con los desafíos o inquietudes del usuario.
- Dar información en la página “Qué hacemos” de proyectos realizados y casos de éxito. Un resumen del proyecto con más información ampliada en la sección Porfolio.
- En la sección “Porfolio” proyectos realizados, indicar a qué área pertenece, el proceso de trabajo enfoque, imágenes de trabajo, y resultados.
- Estructurar y etiquetar el contenido de modo que los usuarios puedan encontrar la información fácilmente en la sección proyectos realizados.

- Dar información en la página “Quienes somos” sobre el enfoque de la empresa, clientes y marcas con las que trabajan.
- Añadir noticias y eventos relacionados con el panorama digital actual, formación, ayudas, subvenciones...
- Añadir varios testimonios de clientes.

A continuación, se definen los principales requisitos del producto necesarios a la hora de empezar a diseñar y se enumeran los requisitos del producto a diseñar, requisitos funcionales, operativos, de información, emocionales...

### **Requisitos funcionales (estructura y navegación)**

- **Navegación**
  - Debe tener una estructura de navegación lineal, sencilla, simple.
  - Debe tener un menú superior disposición horizontal.
  - Menú superior de la web debe estar etiquetado y organizado adecuadamente por secciones.
  - Debe tener una navegación inferior en el footer.
  - Debe tener navegación por breadcrumbs o migas de pan aumentar visualmente la usabilidad de la web.
  - El usuario debe estar guiado a lo largo de la navegación.
  - Debe dar al usuario facilidad de uso y capacidad de descubrimiento.
  - Debe satisfacer las necesidades del usuario y resolver sus puntos débiles de forma rápida y simple.
- **Estructura del contenido**
  - Debe tener las secciones: Quienes somos, Qué hacemos (Servicios y Productos), Porfolio, Noticias y Contacto.
  - El contenido debe estar estructurado y etiquetado de modo que los usuarios puedan encontrar la información fácilmente.
  - Se debe dar la información que necesita el usuario de manera efectiva.
  - Se debe dar de manera efectiva la información que necesita el usuario en la sección “Qué hacemos”.
  - La sección “Qué hacemos” debe permitir tomar decisiones inteligentes de acuerdo con los desafíos o inquietudes del usuario.

- En la sección “Qué hacemos” se debe dar información sobre los proyectos realizados y casos de éxito. Un resumen del proyecto con más información ampliada en la sección Portfolio.
- En la sección “Portfolio” proyectos realizados se debe indicar a qué área pertenece, el proceso de trabajo, enfoque, imágenes de trabajo y resultados.
- En la sección proyectos realizados se debe estructurar y etiquetar el contenido de modo que los usuarios puedan encontrar la información fácilmente.
- Se debe dar información en la página “Quienes somos” sobre el enfoque de la empresa, clientes y marcas con las que trabajan.
- Se debe añadir noticias y eventos relacionados con el panorama digital actual, formación, ayudas, subvenciones...
- Se debe añadir varios testimonios de clientes.
- El tono del lenguaje debe ser coherente y directo.

## **Requisitos formales**

### **– Diseño interfaz de usuario**

- El diseño de la página web no debe sobrecargarse, limpio, respetando los espacios en blanco, ordenado, con estilo minimalista.
- De deben utilizar recursos visuales y elementos que potencien la información, que sea interactivo.
- Se deben utilizar imágenes en alta resolución que ayuden a potenciar los proyectos.
- Se debe utilizar una paleta de color simple entre 2 y 3 colores.
- Se debe utilización de una tipografía versátil, atractiva, legible y adaptativa.

### **– Diseño de interacción**

- La interacción entre un usuario y producto debe ser agradable por el usuario y facilitar el uso. Se realizará mediante el uso de botones, enlaces, formularios
- Los formularios deben satisfacer las necesidades del usuario y resolver sus puntos débiles de forma rápida y simple.
- Se debe tener acceso desde cualquier sección al formulario de contacto.
- Se debe tener acceso al seguimiento de la consulta realizada por el usuario.

## 3. Prototipado

En esta fase de prototipado se materializa toda la información obtenida en las fases anteriores para crear un prototipo de la web garelandiseño.com. Primero se **define la estructura de la información**, para ello se ha realizado un **inventario de contenido**, después se ha realizado una sesión de **card sorting** para analizar los modelos mentales de los usuarios finales y conocer la mejor manera de estructurar y etiquetar la información de la web. Una vez obtenidos los resultados de la sesión de card sorting se realiza el **árbol de contenidos** que permite estructurar y jerarquizar la información. Posteriormente, se define el sistema de navegación mediante **diagramas de flujo**, se realizan los principales flujos de navegación de la web para facilitar la utilización a los usuarios. Para finalizar, se realiza **el diseño de la interfaz** a partir de información obtenida en las fases anteriores, se definen los valores y conceptos del diseño de la interfaz, se realizan los primeros bocetos rápidos o **sketch** de las pantallas principales, después se realizan los **wireframes** para definir la estructura, jerarquía y tipología de cada pantalla y posteriormente se realiza el **prototipo de alta fidelidad**.

### 3.1 Arquitectura de la información

Es el primer paso de la fase de prototipado, se da forma a los conceptos definidos en las fases anteriores, se determina cuál es la estructura de contenidos y el tono comunicativo del proyecto.

#### 3.1.1 Inventario de contenidos

Para poder llevar a cabo la correcta organización del contenido de la web se realiza un inventario de contenidos en el que se listan los contenidos e información de la web:

- Inicio
  - Qué es Garelan Diseño
  - En qué destaca Garelan Diseño
  - Experiencia
  - Servicios
  - Clientes destacados
  - Testimonios
  - Proyectos destacados
- Sobre Garelan Diseño
  - Misión
  - Visión
  - Proceso de trabajo
  - Clientes, empresas y marcas
  - Casos de éxito
- Soluciones digitales:
  - Servicios:
    - Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario
    - Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario
    - Diseño web

- Diseño tienda online
  - Diseño de aplicaciones
  - Estrategia
  - Transformación digital
  - Brandind /diseño de marca
- Productos:
  - Desarrollo web a medida
  - Desarrollo tienda online.
  - Desarrollo de Aplicaciones
  - Intranet corporativa
  - Plataforma de comunicación
  - Prototipos
- Porfolio
- Blog:
  - Noticias panorama digital
  - Eventos
  - Formación
- Contacto:
  - Formulario de contacto
  - Formulario de consulta
  - Formulario de presupuesto

Tabla 3. Inventario de contenidos

Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	URL actual
<b>Inicio</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com">http://www.garelandiseño.com</a>
	Qué es Garelan		
	En qué destaca		
	Experiencia		
	Servicios		
	Clientes destacados		
	Testimonios		
	Proyectos destacados		
<b>Sobre Garelan Diseño</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com/sobre-garelan-diseño">http://www.garelandiseño.com/sobre-garelan-diseño</a>
	Misión		
	Visión		
	Procesos de trabajo		
	Clientes y marcas		
	Casos de éxito		
<b>Soluciones digitales</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales</a>
	<b>Servicios</b>		<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios</a>
		Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ux">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ux</a>
		Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ui">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ui</a>
		Diseño web	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-web">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-web</a>

		Diseño tienda online	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ecommerce">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-ecommerce</a>
		Diseño de Aplicaciones	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-aplicaciones">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/diseño-aplicaciones</a>
		Estrategia	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/estrategia">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/estrategia</a>
		Transformación digital	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/transformacion-digital">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/transformacion-digital</a>
		Branding / Diseño de marca	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/branding">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/servicios/branding</a>
	<b>Productos</b>		<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos</a>
		Desarrollo web a medida	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-web">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-web</a>
		Desarrollo tienda online	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/ecommerce">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/ecommerce</a>
		Desarrollo de Aplicaciones iOS & Android	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-aplicaciones">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-aplicaciones</a>
		Intranet corporativa	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/intranet-corporativa">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/intranet-corporativa</a>
		Plataforma de comunicación	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-plataforma">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/desarrollo-plataforma</a>
		Prototipos	<a href="http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/prototipos">http://www.garelandiseño.com/soluciones-digitales/productos/prototipos</a>
<b>Porfolio</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com/porfolio">http://www.garelandiseño.com/porfolio</a>
<b>Blog</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com/blog">http://www.garelandiseño.com/blog</a>
	Noticias		
	Eventos		
	Formación		
<b>Contacto</b>			<a href="http://www.garelandiseño.com/contacto">http://www.garelandiseño.com/contacto</a>
	contacto		
	consulta		
	presupuesto		

### 3.1.2 Card sorting. Organización y etiquetado de la información

Se analizan los modelos mentales de los usuarios para saber cuál es la mejor manera de estructurar y etiquetar la información de la web, de este modo se facilita que el usuario tenga una correcta navegación por la web.

El objetivo de la sesión de card sorting es conocer cómo piensan los usuarios sobre el contenido y la agrupación general de ese contenido y usar la información para crear categorías.

#### Necesidades del estudio

La sesión se realiza de manera individual en remoto a través de software específico KardSort que permite recoger la información por parte de los usuarios. La sesión se realiza de forma no moderada.

El tipo que se realiza es abierto sin categorías previas, se le pide al participante que agrupe las tarjetas y a continuación, cree un nombre para ese grupo. Las dudas se han resuelto al momento por teléfono.

#### Documentación relativa al participante

Se reclutan a 6 participantes cuyos requisitos se basan en la investigación realizada de los 3 perfiles de usuarios arquetipos:

- Gerente, autónomo/a con un negocio en marcha, tiene conocimiento de las nuevas tecnologías.
- Gerente de pequeño comercio, utiliza las nuevas tecnologías, redes sociales...
- Emprendedor/ que quiere lanzar un negocio digital.
- Edad comprendida entre 25 y 65 años
- Tienen conocimientos digitales, utilizan internet y redes sociales.
- Necesitan actualizar digitalmente su negocio.
- Necesitan conocer la mejor solución digital para su negocio

## **SESIÓN DE CARD SORTING**

### **Cartas de contenido**

1. Qué es Garelan Diseño
2. En qué destaca Garelan Diseño
3. Testimonios
4. Proyectos destacados
5. Misión
6. Visión
7. Proceso de trabajo
8. Clientes, empresas y marcas
9. Soluciones digitales
10. Servicios
11. Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario
12. Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario
13. Diseño web
14. Diseño tienda online
15. Diseño de aplicaciones
16. Estrategia
17. Brandind /diseño de marca
18. Productos
19. Desarrollo web a medida
20. Desarrollo tienda online.
21. Desarrollo de Aplicaciones
22. Intranet corporativa
23. Plataforma de comunicación
24. Prototipos
25. Porfolio
26. Blog
27. Noticias panorama digital
28. Eventos
29. Formación
30. Contacto



## **Captación de participantes**

La captación de participantes se realiza mediante llamada telefónica explicando de qué se trata el estudio, el objetivo, duración y las herramientas que se utilizarán. Posteriormente se envía un correo electrónico con toda la información.

### **Correo electrónico que se envía a los participantes**

Estoy realizando el diseño de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...

Esta sesión de Card Sorting sirve para conocer la manera óptima en las que estructurar y etiquetar la información de la web que estoy diseñando, entender cómo debe ser organizado, estructurado y etiquetado el contenido para que sea lo más lógico y accesible para el usuario final.

Con la sesión que vas a realizar voy a ver cómo organizas y agrupas el contenido presentado en tarjetas, para que resulte más fácil llegar a la información deseada y posteriormente utilizar los resultados del estudio para crear categorías en la web.

Estos son los pasos que se van a seguir en la sesión:

1. Una vez que inicies la sesión te voy a pedir que agrupes los contenidos que vas a ver, de tal forma que las agrupaciones que hagas tengan un sentido para ti.
2. Echa un vistazo a todas las tarjetas que se muestran a la izquierda.
3. Agrupa los contenidos en grupos o categorías que tengan sentido para ti.
4. Crea una categoría con el botón situado en la parte superior derecha, dale un título al grupo o categoría y clicas confirmar.
5. Arrastra un elemento de la izquierda dentro de la categoría para crear el primer grupo.
6. Añade más elementos a este grupo colocándolos en la parte superior del mismo.
7. Haz más grupos añadiendo más categorías.

Todas estas indicaciones están incluidas en la sesión, no durará más de 10 minutos y si tienes alguna duda podemos comentar por teléfono.

Este es el enlace para acceder a la sesión de Card Sorting, Estudio de la web garelán diseño:  
<https://study.kardsort.com/card-sorting-web-garelán>

Muchas gracias por todo.

## **Análisis de los datos**

El objetivo de la realización de la sesión de card sorting es identificar qué grupos y estructuras tienen más sentido para los participantes, entendiendo sus modelos mentales y determinar así una arquitectura de la información óptima.

Para ello, lo que se va a analizar después de la sesión de card sorting es:

- Grupos de contenido (categorías) que han realizado los participantes
- Grupos (categorías) que se han repetido
- Matriz de similitud

- Cartas que han sido agrupadas con frecuencia
- Dendograma

### **Grupos de contenido (categorías)**

1. Grupos que han realizado los participantes:

- G1. Nosotros
- G2. Comunicación externa (MassMedia)
- G3. Comunicación interna
- G4. Plan laboral
- G5. Estructura Básica de la web
- G6. Herramientas
- G7. Contenidos
- G8. Comunicación
- G9. Metodología
- G10. Servicios
- G11. Información
- G12. De cara al público
- G13. Desarrollo
- G14. Diseño
- G15. Marketing
- G16. Contacta con nosotros
- G17. Opiniones
- G18. Blog
- G19. Productos y servicios
- G20. Empresa Garelan
- G21. Branding/diseño de marca
- G22. Diseño web
- G23. Desarrollo tienda online
- G24. Diseño ux
- G25. Desarrollo de aplicaciones
- G26. Estructura basica/Menú

2. Grupos que se han repetido:

<b>GRUPOS</b>	<b>PARTICIPANTES</b>
<b>Comunicación</b>	3 participantes
<b>Servicios</b>	2 participantes
<b>Información</b>	2 participantes
<b>Diseño</b>	3 participantes
<b>Desarrollo</b>	3 participantes

Tabla 4. Asociaciones cartas y grupos de contenido

Card ID	Card	Branding/diseño de marca	Empresa Garelán	Diseño	Información	Nosotros	Desarrollo tienda online	Estructura básica de la web	Servicios	Comunicación interna	Marketing	Diseño web	Diseño ux	Productos y servicios	Contenidos	Herramientas	Blog	Opiniones	De cara al público	Metodología	Plan laboral	Comunicación externa	Comunicación	Desarrollo de aplicaciones	Contacta con nosotros	Estructura básica/Menú	DESARROLLO
2	Qué es Garelán Diseño	20%	20%	20%	20%	20%																					
3	En qué se destaca Garelán Diseño	20%	20%	20%	20%	20%																					
1	Proyectos destacados		20%		40%		20%	20%																			
25	Portfolio/proyectos		20%				20%		20%						20%								20%				
6	Misión				20%		20%		20%	20%	20%																
7	Visión	20%			20%				20%	20%	20%																
16	Estrategia	20%							20%	20%	20%										20%						
29	Formación								20%	20%	20%	20%				20%											
24	Prototipos							20%	20%		20%		20%			20%											
10	Servicios				20%			20%	20%				20%	20%													
18	Productos				20%		20%		20%					20%								20%					
4	Testimonios de clientes				20%					20%		20%							20%	20%							
26	Blog								20%	20%		20%			20%	20%											
27	Noticias panorama digital				40%					20%								20%						20%			
8	Cientes, empresas y marcas	20%						20%						20%					20%				20%				
30	Contacto							20%				20%							20%				20%	20%			
23	Plataforma de comunicación					20%							20%					20%	20%				20%				
28	Eventos				20%													20%	20%			20%					
9	Soluciones digitales				20%				20%					20%								20%		20%			
15	Diseño de aplicaciones			20%					20%					20%								20%		20%			
17	Brandind /diseño de marca			20%					20%					20%								20%				20%	
21	Desarrollo de Aplicaciones								20%					20%								20%				20%	20%
11	Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario			20%										20%		20%						20%				20%	
13	Diseño web			20%					20%					20%								20%				20%	
12	Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario			20%					20%				20%	20%								20%					
14	Diseño tienda online			20%					20%					20%								20%		20%			
19	Desarrollo web a medida							20%	20%			20%		20%													20%
20	Desarrollo tienda online							20%	20%					20%												20%	20%
5	Procesos de trabajo										20%										20%	20%		20%			20%
22	Intranet corporativa											20%					20%				20%	20%					20%

## Matriz

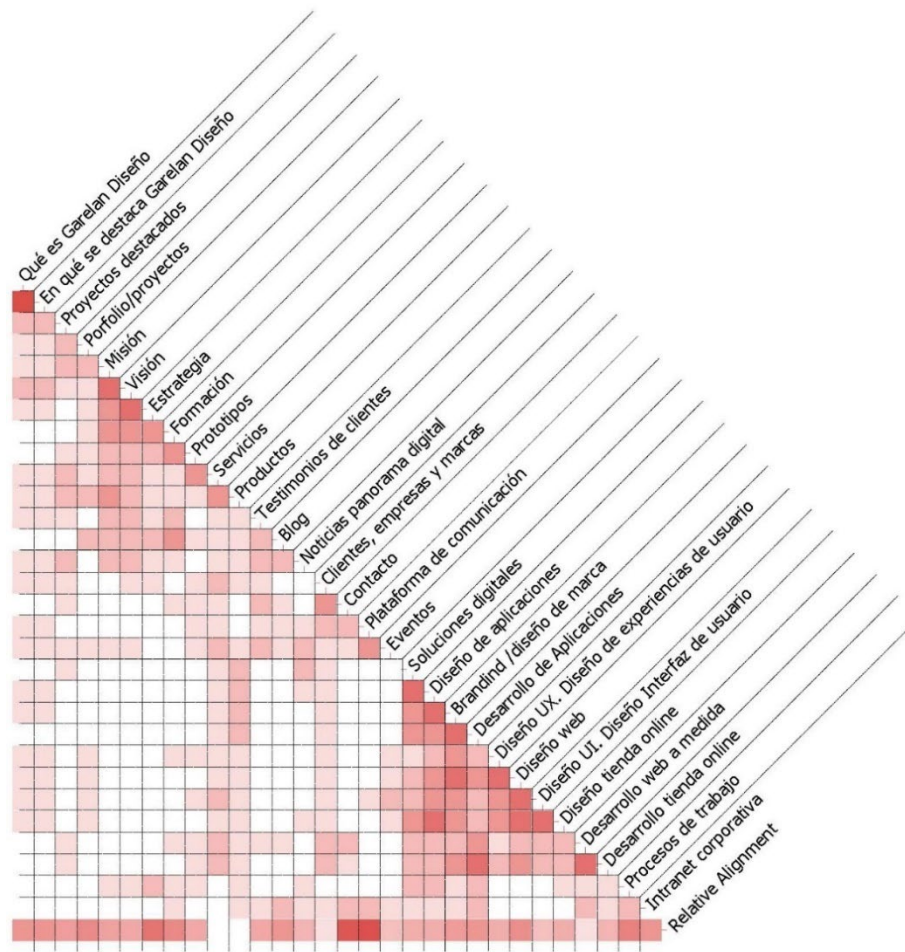


Figura 12. Matriz de similitud. Fuente: resultados card sorting - KardSort

## Dendograma

Qué grupos y estructuras tienen más sentido para los participantes

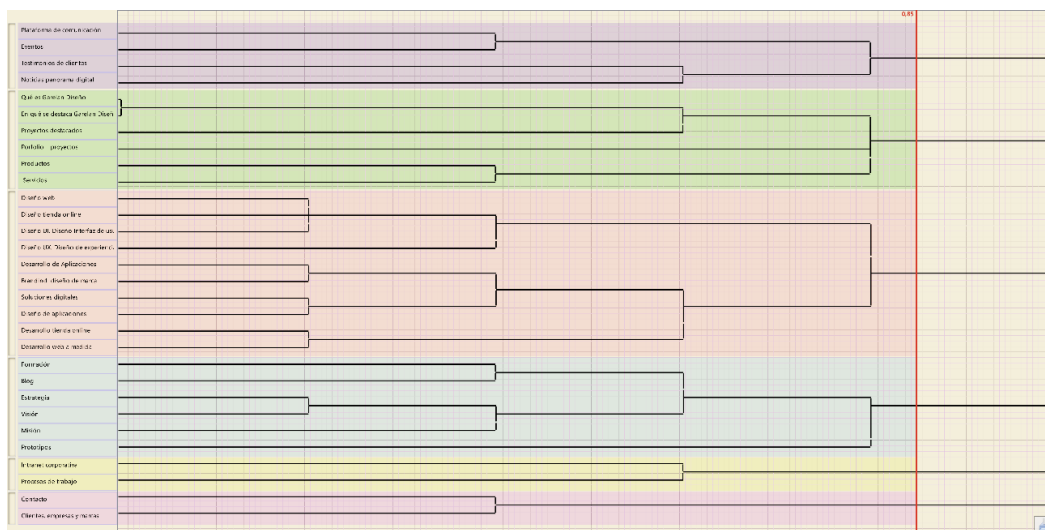


Figura 13. Dendograma. Fuente: resultados card sorting - KardSort

Resultados a partir del dendograma. Grupos de contenido realizados por los participantes.

- Grupo 1:
  - Plataforma de comunicación
  - Eventos
  - Testimonios de clientes
  - Noticias panorama digital
- Grupo 2:
  - Qué es Garelan Diseño
  - En qué destaca Garelan Diseño
  - Proyectos destacados
  - Portfolio/proyectos
  - Productos
  - Servicios
- Grupo 3:
  - Diseño web
  - Diseño tienda online
  - Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario
  - Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario
  - Desarrollo de Aplicaciones
  - Brandind /diseño de marca
  - Soluciones digitales
  - Diseño de aplicaciones
  - Desarrollo tienda online
  - Desarrollo web a medida
- Grupo 4:
  - Formación
  - Blog
  - Estrategia
  - Visión
  - Misión
  - Prototipos
- Grupo 5:
  - Intranet corporativa
  - Procesos de trabajo
- Grupo 6:
  - Clientes, empresas y marcas
  - Contacto

## **Conclusiones**

Una vez analizadas las necesidades de información, los modelos mentales de los participantes, las agrupaciones de contenido que tienen más sentido para los participantes y teniendo en cuenta el inventario de contenido previo a la sesión de Card Sorting, he llegado a la conclusión de que la información se puede estructurar en los siguientes grupos y subgrupos de contenido.

- Inicio
  - Servicios
  - Clientes, empresas y marcas
  - Testimonios de clientes
  - Proyectos destacados
- Sobre Garelan:
  - Qué es Garelan Diseño
  - En qué destaca Garelan Diseño
  - Visión
  - Misión
  - Estrategia
- Servicios:
  - Diseño
    - Diseño web
    - Diseño tienda online
    - Diseño de aplicaciones
    - Diseño UX. Diseño de experiencias de usuario
    - Diseño UI. Diseño Interfaz de usuario
    - Brandind /diseño de marca
  - Desarrollo
    - Desarrollo de Aplicaciones
    - Desarrollo tienda online
    - Desarrollo web a medida
    - Intranet corporativa
    - Plataforma de comunicación
    - Prototipos
- Porfolio / Proyectos
- Actualidad (Información):
  - Noticias panorama digital
  - Eventos
  - Soluciones digitales
  - Formación
  - Blog
- Contacto

### **3.1.3 Árbol de contenidos**

Partiendo de las agrupaciones de contenido obtenidas del análisis de la sesión de Card Sorting, se realiza la representación gráfica de la estructura de la información mediante un árbol de contenidos. Se define qué hay en cada sección del menú, la jerarquía de los apartados y subapartados, los diferentes niveles de navegación y una primera aproximación a los nombres de categorías y subcategorías.

En la representación del árbol de contenidos, se puede acceder desde inicio al segundo nivel de navegación, a los apartados: Sobre Garelan Diseño, Servicios, Porfolio, Actualidad y

Contacto. Desde el apartado Servicios se puede acceder al tercer nivel de navegación, a los subapartados correspondientes representados en el árbol de contenidos. En todas las páginas está siempre visible el menú de navegación superior que aparece fijo en la zona superior derecha de la web y la navegación en la parte inferior.

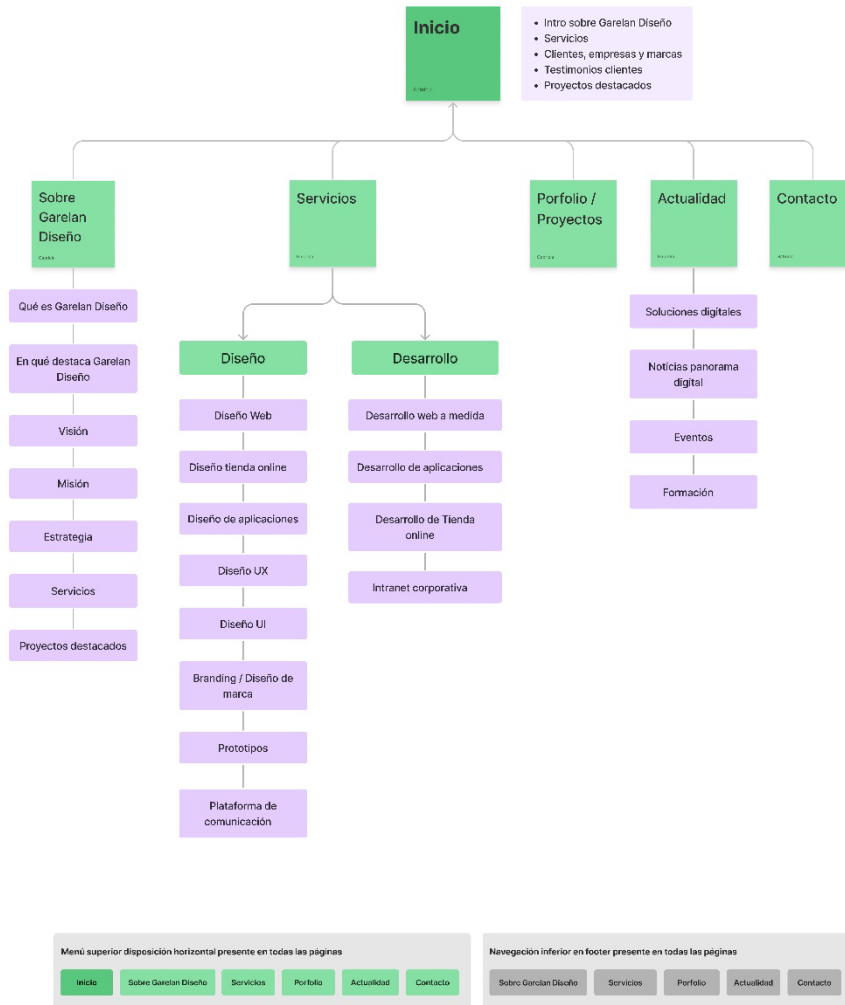


Figura 14. Árbol de contenidos. Fuente: elaboración propia

### 3.1.4. Diagramas de flujo

A continuación, detallo la fase de la arquitectura de la información que aborda el diseño de navegación de la web para facilitar la utilización a los usuarios.

Se definen los principales flujos de navegación de la web, los cuales han sido elaborados a partir de las fichas de personas, los escenarios, los user journeys realizados en la fase de definición e ideación y de la estructura del árbol de contenido.

Estos diagramas de flujo representan la secuencia de pasos que el usuario debe realizar para completar la actividad y conseguir sus objetivos. Se representan todas las posibilidades y opciones que puede encontrar el usuario mientras realiza la tarea, junto con las acciones y decisiones que debe tomar el usuario. De esta forma se pueden observar los posibles problemas de navegación que puede encontrar el usuario.

A continuación, se puede ver el primero de los diagramas de desarrollados, el resto de los diagramas se incluyen en el [Anexo 3. Diagramas de flujo](#) del documento.

**Diagrama 1. User persona: Cristina. Escenario: Actualización de tienda online**

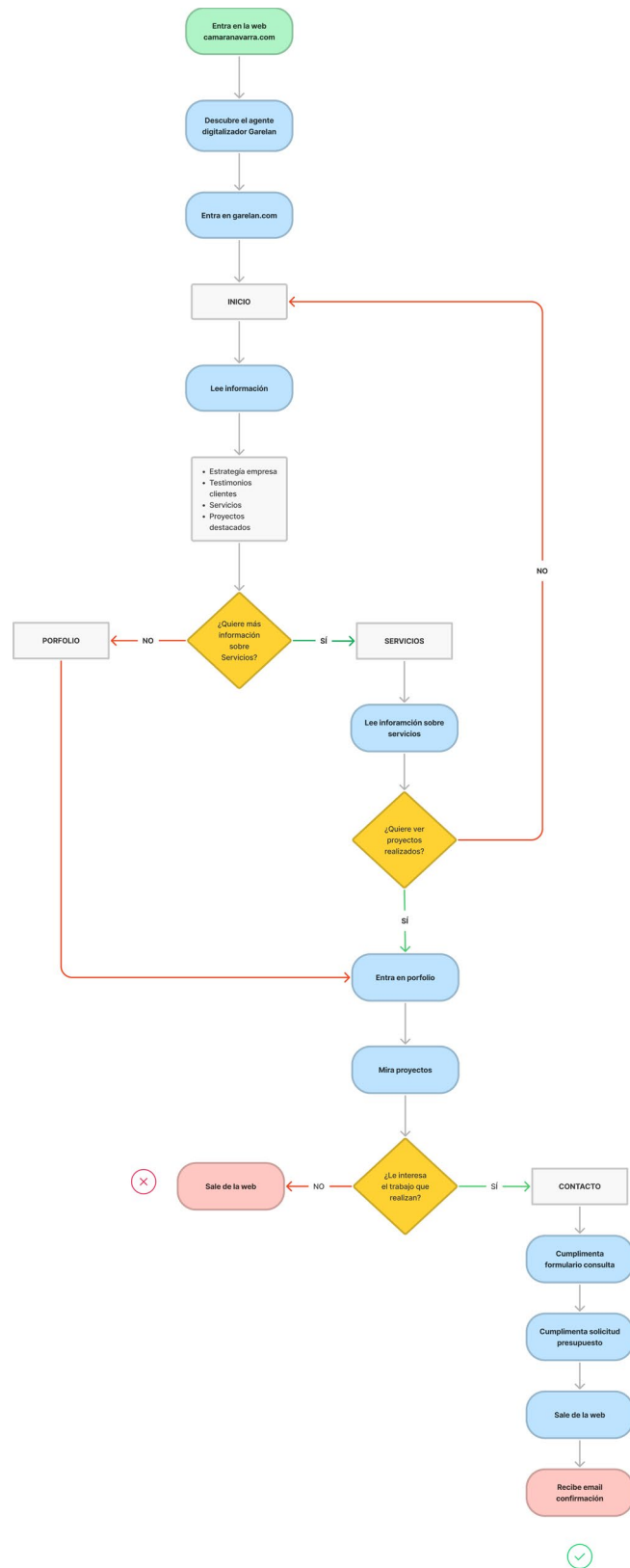


Figura 15. Diagrama de flujo del escenario Actualización de tienda online. Fuente: elaboración propia



## 3.2 Diseño y prototipado

En esta fase se va a concretar el diseño de la interfaz a partir de información obtenida en las fases anteriores, se **definen los valores y conceptos del diseño de la interfaz**, se realizan los primeros bocetos **sketching de las pantallas principales**, posteriormente se realizan los **wireframes** para definir la estructura, jerarquía y tipología de cada pantalla y finalmente se realiza el **prototipo de alta fidelidad**.

### 3.2.1 Sketch

Para concretar y poner a prueba estas ideas acerca del diseño de la interfaz, se realizan los primeros bocetos rápidos de las pantallas clave. Estos bocetos muestran cómo serán las principales pantallas y ayudarán a ir centrando las ideas y a plasmar los requisitos y valores mencionados anteriormente sin entrar en los valores visuales que tendrá la web.

Las pantallas corresponden a los pasos necesarios para que el usuario complete las tareas definidas en los user journeys. Se han planteado 5 pantallas en la realización de los primeros bocetos:

- Pantalla 1: Inicio.
- Pantalla 2: Sobre Garelan.
- Pantalla 3: Servicios.
- Pantalla 4: Porfolio.
- Pantalla 5: Actualidad.

A continuación, se muestran algunos de los bocetos realizados, el resto de los bocetos se pueden ver en el [Anexo 4: Sketch](#) del documento.

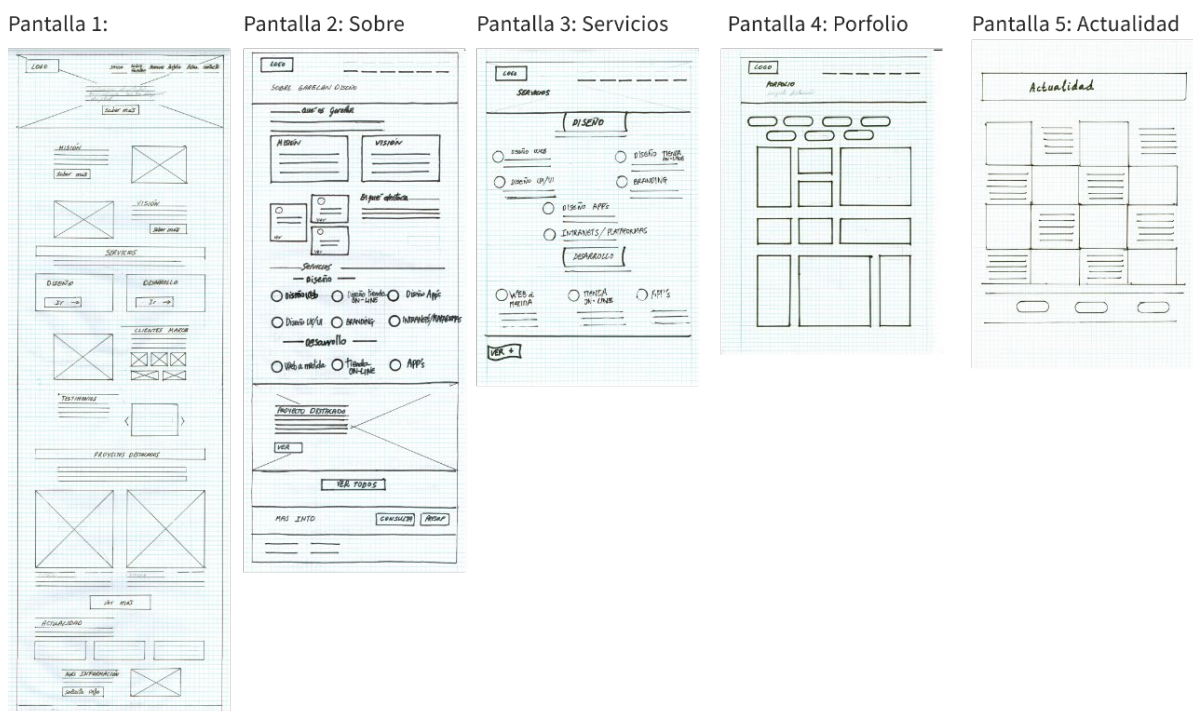


Figura 16. Bocetos sketch de pantallas principales. Fuente: elaboración propia

### 3.2.2 Wireframes

En esta segunda fase del prototipado se han creado los prototipos de baja fidelidad con los que se ha definido la estructura, la jerarquía y tipología del contenido de la web. Se ha plasmado la arquitectura de la información sin entrar en los detalles del diseño de la web.

A continuación, se muestran algunos de los wireframes desarrollados, el resto de los bocetos se pueden ver en el [Anexo 5: wireframes](#) del documento.

Pantalla 1: Inicio



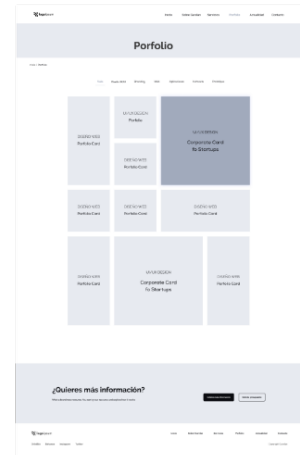
Pantalla 2: Sobre Garelan



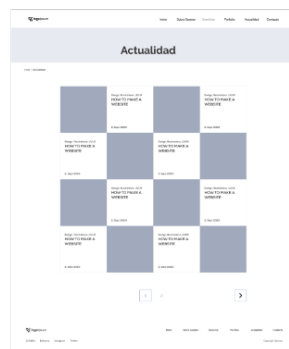
Pantalla 3: Servicios



Pantalla 4: Portfolio



Pantalla 5: Actualidad



Pantalla 6: Contacto

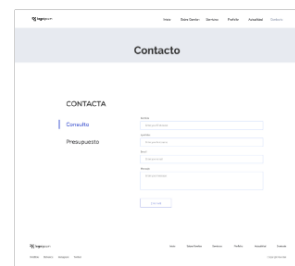


Figura 17. Wireframes de la web. Fuente: elaboración propia

### 3.2.3 Prototipo de alta fidelidad

Una vez creados los wireframes se pasa a la última fase del prototipo, la creación del prototipo de alta fidelidad. Se incorporan todos los elementos gráficos de la web, tales como logotipo, colores, tipografía, iconos, imágenes, ... Posteriormente se añade al prototipo interacciones que permitirán probarlo en la fase de evaluación.

#### Exploración formal y diseño

Las características que detallo a continuación tienen su origen en los requisitos obtenidos en la fase de investigación (benchmarking y entrevistas) y la fase de definición (personas, escenarios, user journeys y lean UX canvas).

Diseño interfaz de usuario:

- Estilo limpio y minimalista. El diseño de la página web no debe sobrecargarse, limpio, respetando los espacios en blanco, ordenado, con estilo minimalista. Esta característica tiene su origen en los requisitos obtenidos de las entrevistas realizadas en la fase de investigación.
- Utilización de recursos visuales y elementos que potencien la información, que sea interactivo. Esta característica tiene su origen en los requisitos obtenidos de las entrevistas realizadas en la fase de investigación.
- Imágenes en alta resolución que ayuden a potenciar los proyectos.
- Paleta de color simple entre 2 y 3 colores.
- Tipografía versátil, atractiva, legible y adaptativa.

Diseño de interacción:

- La interacción entre un usuario y producto debe ser agradable por el usuario y facilitar el uso. Se realizará mediante el uso de botones, enlaces, formularios. Esta característica tiene su origen en los requisitos obtenidos de las entrevistas realizadas en la fase de investigación.
- Los formularios deben satisfacer las necesidades del usuario y resolver sus puntos débiles de forma rápida y simple.
- Acceso desde cualquier sección al formulario de contacto.
- Acceso al seguimiento de la consulta realizada por el usuario.

#### Fundamentos en los que se basa la propuesta gráfica de la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com)

Los valores y conceptos que se quieren comunicar mediante la interfaz gráfica se fundamentan en los requisitos extraídos en las fases de investigación, definición e ideación.

Detallo a continuación los valores y conceptos en los que se basa la propuesta gráfica:

- Minimalismo
- Dinamismo e interacción
- limpio, aséptico y neutro
- Sencillez y naturalidad
- Seguridad y confianza
- Optimismo

- Beneficios positivos
- Tecnología
- Transformación digital
- Negocio digital, Pymes y autónomos

Para abordar la capa visual del proyecto, en primer lugar, se analizan los requisitos extraídos en las fases de investigación, definición e ideación, definiendo los valores y conceptos que se quieren comunicar mediante el diseño de la interfaz.

Para llegar a esos valores y conceptos se realiza una búsqueda de referentes visuales que van a servir de inspiración. A partir de los referentes visuales se construye un moodboard para poner en orden las ideas y reflejar los conceptos a transmitir. En el moodboard se incluyen imágenes, colores y tipografía que se han utilizado en el diseño de pantallas. La manera de comunicar estos valores se fundamenta en una búsqueda de referentes visuales que sirven de inspiración, puestos en orden mediante la construcción de un moodboard, reflejando seguridad, confianza, optimismo, dinamismo, tecnología, sencillez y naturalidad. La gama de colores, las imágenes y la tipografía que se utilizan en la propuesta gráfica se basan en las referencias visuales del moodboard y transmiten estos conceptos.

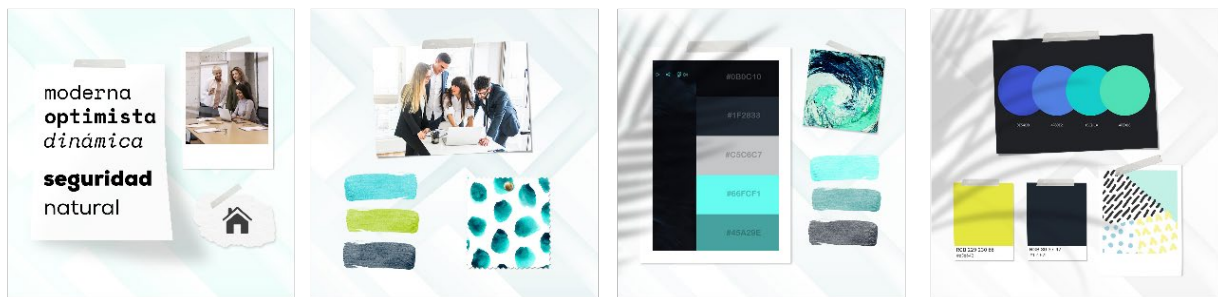


Figura 18. Moodboard referencias visuales. Fuente: elaboración propia

## EL COLOR

La paleta de colores elegida se basa en los referentes visuales del moodboard. Los tonos oscuros transmiten estabilidad, seguridad, confianza y los colores claros neutralidad, limpieza, tecnología

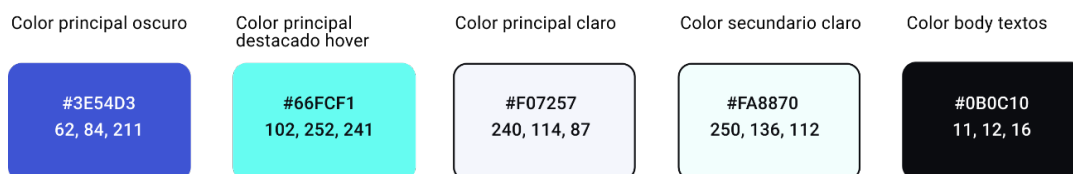


Figura 19. Paleta de color. Fuente: elaboración propia

## LA TIPOGRAFÍA

La utilización de la tipografía se basa en las tipografías recogidas en el moodboard. La tipografía utilizada es "Nexa" por su trazo elegante, pero a la vez muy original, que le da un

toque singular, por su versatilidad, por ser una tipografía neutra y elegante, con toques minimalistas y de muy fácil lectura.

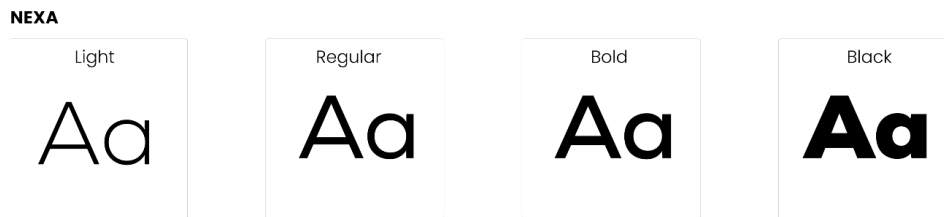


Figura 20. Tipografía propuesta gráfica. Fuente: elaboración propia

### Primera Propuesta diseño de la interfaz

Para concretar y poner a prueba estas ideas acerca del diseño de la interfaz, se diseñan 8 pantallas clave atendiendo a los diferentes breakpoints para dispositivo móvil y escritorio. Las 8 pantallas corresponden a los pasos necesarios para que el usuario complete las tareas definidas en los user journeys.

Se han planteado 8 pantallas para definir el estilo gráfico de la interfaz:

- Pantalla 1: Inicio
- Pantalla 2: Sobre Garelan
- Pantalla 3: Servicios
- Pantalla 4: Servicio Diseño web
- Pantalla 5: Porfolio
- Pantalla 6: Detalle proyecto
- Pantalla 7: Actualidad
- Pantalla 8: Contacto

Los breakpoints y grid utilizados para cada dispositivo son los siguientes:

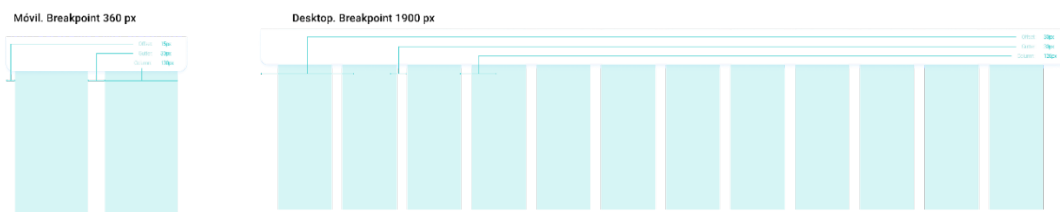


Figura 21. Grid y breakpoints. Fuente: elaboración propia

A continuación, podemos ver algunas pantallas del **prototipo de alta fidelidad** de la web garelandiseño.com en **versión escritorio y móvil**, pero se pueden visualizar e interactuar con las pantallas en los siguientes enlaces:

#### Versión escritorio

<https://www.figma.com/proto/s4Sq5v3VOv3RcCeun8WOp/PEC3?page-id=80%3A2466&node-id=80%3A2774&viewport=280%2C48%2C0.19&scaling=contain&starting-point-node-id=80%3A2774>

#### Versión móvil

<https://www.figma.com/proto/s4Sq5v3VOv3RcCeun8WOp/PEC3?page-id=115%3A3732&node-id=115%3A3733&viewport=280%2C48%2C0.17&scaling=scale-down&starting-point-node-id=115%3A3733>

También se pueden ver todas las pantallas en el [Anexo 6: Prototipo alta fidelidad](#) del documento

Pantalla 1: Inicio



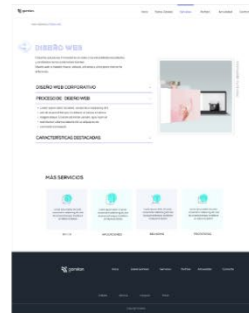
Pantalla 2: Sobre Garelan



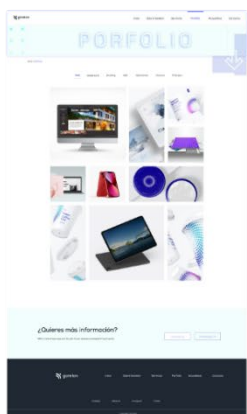
Pantalla 3: Servicios



Pantalla 4: Servicio Diseño web



Pantalla 5: Portafolio



Pantalla 6: detalle Portafolio



Pantalla 7: Actualidad



Pantalla 8: Contacto

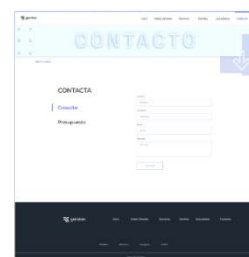


Figura 22. Prototipo de alta fidelidad, pantallas versión desktop. Fuente: elaboración propia



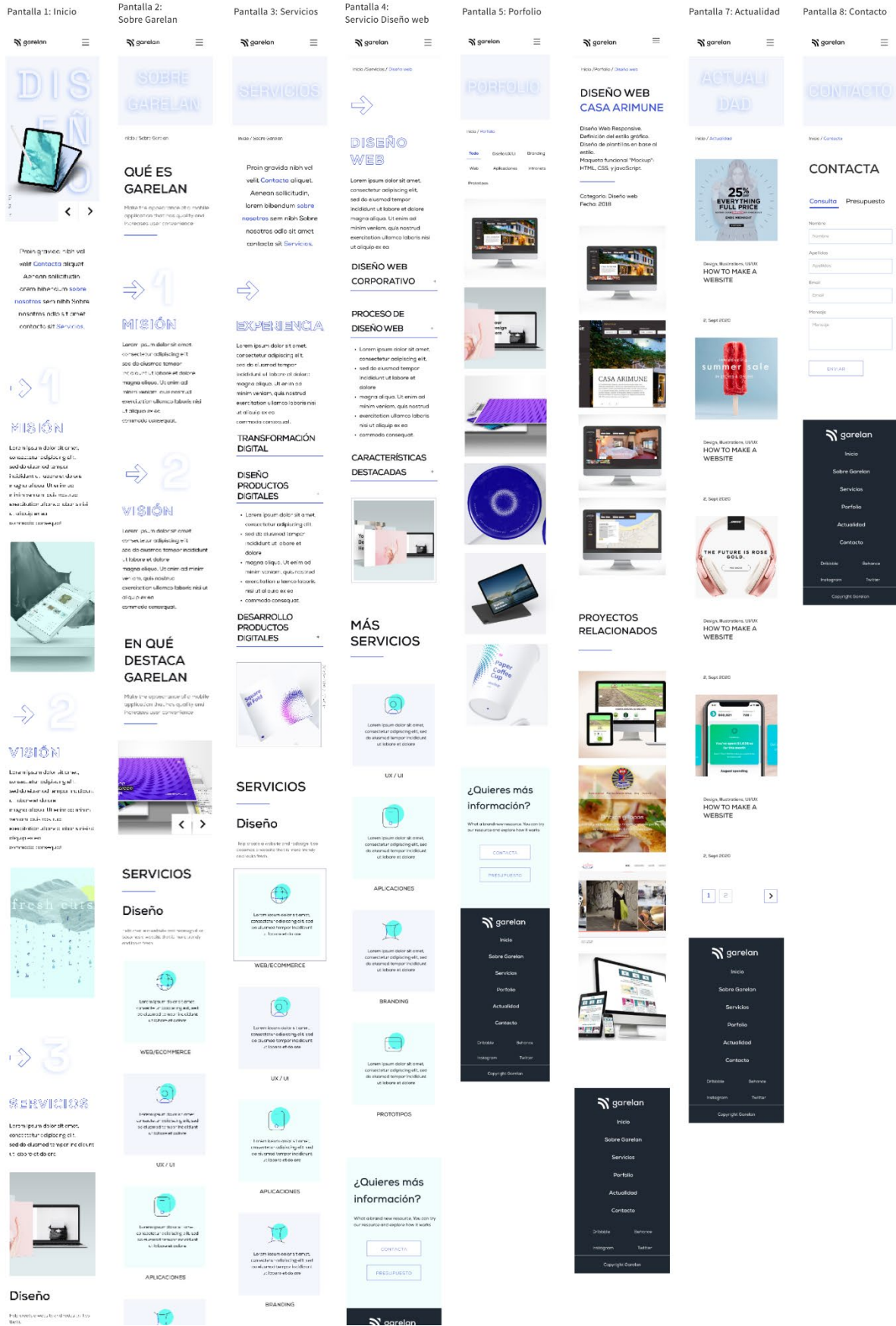


Figura 23. Prototipo de alta fidelidad, pantallas versión móvil. Fuente: elaboración propia

### **3.3 Conclusiones de la fase prototipado**

Todas las fases que se han seguido en el proceso de prototipado han servido para realizar un prototipo que se adecue a los modelos mentales del usuario y resulte fácil de utilizar.

Gracias a la realización de bocetos y wireframes se ha podido iterar y rectificar fácilmente corrigiendo errores de navegación y estructurales. Una vez definidos la estructura y el flujo de navegación se ha podido profundizar en los elementos gráficos de la web realizando un prototipo de alta fidelidad que servirá para realizar la evaluación de la usabilidad del prototipo con usuarios.



## 4. Evaluación

En esta fase se realizan las **pruebas y evaluaciones del prototipo**, se **testea la usabilidad** y el **diseño** para lograr un producto que satisfaga las necesidades de los usuarios y que les resulte fácil de usar.

En las pruebas de evaluación centradas en la usabilidad y el diseño se utilizan los siguientes métodos:

### Sin usuarios:

- **Recorrido cognitivo:** se realiza la evaluación sin usuarios, se analiza el recorrido del prototipo y se comprueba si el usuario podrá completar los objetivos propuestos.

Posteriormente se realizan las correcciones y mejoras en el prototipo.

- **Evaluación heurística:** se **examinan** las distintas partes de **la web** a partir de un conjunto de los **diez principios heurísticos de Nielsen**. Se realiza para corregir los errores más importantes antes de pasar a realizar la evaluación con usuarios.

Posteriormente se realizan las correcciones y mejoras en el prototipo.

### Con usuarios:

- **Test con usuarios:** se evalúa con usuarios la **usabilidad** en un proceso de **diseño centrado en las personas**, el prototipo de la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com). Esta prueba con usuarios permite testear la usabilidad y el diseño del prototipo.

Posteriormente se realizan las correcciones en el prototipo para mejorarlo y conseguir el mejor resultado posible.

### 4.1 Recorrido cognitivo

El recorrido cognitivo es un **método de evaluación sin usuarios** en el que un experto realiza una serie de tareas y se hace un conjunto de preguntas desde la perspectiva del usuario. Se **analiza el recorrido del prototipo** realizando una serie de tareas que se espera que los usuarios tengan que hacer, el evaluador las lleva a cabo asumiendo el rol del usuario. De esta forma se comprueba si el usuario podrá completar de forma sencilla cada una de las tareas.

#### Perfil de usuario

Gerente, autónomo/a con un negocio en marcha, tiene conocimiento de las nuevas tecnologías, pero no dispone de tiempo para realizar su web corporativa... y dar un impulso tecnológico a la empresa.

#### Descripción del usuario:

Cristina tiene 58 años vive con su marido y dos hijas. Es autónoma y gerente desde hace 15 años de la empresa Logística Navarra de Hostelería, "Decerveckitas.com". Es consciente de la evolución de la tecnología y que hay que adaptarse digitalmente. Por este motivo, ha decidido

actualizar su tienda online para mejorar de la comunicación con el cliente y aumentar las ventas creando una experiencia digital eficiente y satisfactoria.

## Tareas

Las tareas seleccionadas son las acciones que realizarán los usuarios de forma habitual. Han sido extraídas de los escenarios y user journeys planteados en la fase de definición. Permiten al experto hacer uso de la mayor parte del prototipo.

- **Tarea 1.** Solicitar actualización de tienda online.
- **Tarea 2.** Contratar la creación y desarrollo de una aplicación.
- **Tarea 3.** Solicitar la creación del diseño de una Plataforma de Comunicación.
- **Tarea 4.** Consultar noticias y solicitar informe diseño UX.

Durante el recorrido cognitivo, en la realización de las tareas se tienen en cuenta las siguientes cuestiones:

- ¿Comprenderán los usuarios cómo iniciar la tarea?
- ¿Son visibles los controles?
- ¿Los usuarios sabrán que el control es el correcto?
- Si el control es el correcto. ¿Hubo retroalimentación para indicar que la tarea estaba completa o incompleta?
- ¿El usuario pudo completar la tarea?

En la realización del recorrido cognitivo se imitan los comportamientos que realizarían los usuarios. Durante el recorrido no se realizarán cambios en el prototipo, se realizan los cambios una vez obtenidos los resultados y conclusiones. Se toman notas sobre los pasos, dificultades, falta de controles y posibles mejoras.

## Resultados

A continuación, se exponen los resultados obtenidos, se tienen en cuenta dónde se encuentra el problema, la descripción del problema encontrado, grado de severidad entre del 1 al 5 y recomendaciones de mejora.

Tabla 5. Resultados recorrido cognitivo

Pantalla -ubicación	Problema	Severidad (1-5)	Recomendaciones
Inicio	El usuario no sabrá si el control es correcto porque no hay textos descriptivos.	5	Añadir textos descriptivos
Inicio. Más información sobre servicios	El usuario tendrá duda en realizar la acción correcta.	3	Añadir botón para todos los servicios “ver más”
Porfolio. Menú secciones del porfolio	El usuario no sabrá qué proyecto es. Para tener más información pasa por encima de las imágenes y aparece la descripción	3	Añadir descripción del tipo de proyecto en las imágenes. Añadir interacción en el menú del porfolio.
Detalle proyecto	No hay opción de obtener más información, No hay botón contacta	4	Añadir botón

Contacto	El usuario no puede finalizar la tarea porque no se puede rellenar el formulario	5	Añadir interacción al formulario
Servicios. Diseño de aplicaciones	El usuario no puede finalizar la tarea, falta texto descriptivo e interacción	5	Añadir interacción al servicio diseño de aplicaciones
Detalle servicio Diseño de aplicaciones	El usuario no ha podido completar la tarea	5	Realizar el diseño de la página servicio diseño de aplicaciones y la interacción
Sobre Garelan	No son visibles los controles	3	Recomendable añadir textos descriptivos
Servicios. Diseño de intranet/plataforma	El usuario no puede finalizar la tarea, falta texto descriptivo e interacción	5	Añadir interacción a servicio diseño de intranet/plataforma
Detalle servicio Diseño intranet/plataforma	El usuario no ha podido completar la tarea	5	Falta el diseño de la página diseño de intranet/plataforma y la interacción
Servicio Diseño intranet/plataforma. Proyecto destacado.	El usuario no ha podido completar la tarea	5	Añadir proyecto destacado y la interacción
Detalle noticia actualidad	El usuario no ha podido completar la tarea	5	Realizar el diseño de noticia y la interacción
Servicios. Diseño UX	El usuario no puede finalizar la tarea, falta texto descriptivo e interacción	5	Añadir interacción a servicio diseño UX
Detalle servicio Diseño UX	El usuario no ha podido completar la tarea	5	Falta el diseño de la página diseño UX

A partir de los problemas encontrados y las recomendaciones de mejora expuestas se pasa a realizar las correcciones y mejoras en el prototipo así se podrá conseguir el mejor resultado posible en la evaluación con usuarios.

## 4.2 Evaluación heurística

La evaluación heurística es un **método de investigación y evaluación sin usuarios** que consiste en **examinar** las distintas partes de **la web** a partir de un conjunto de principios de diseño, en este caso se utilizan los **diez principios heurísticos de Nielsen**. [\[9\]](#) [\[10\]](#)

En primer lugar, he profundizado en el diseño, las funciones y las tareas que se pueden realizar, analizando con más detalle las buenas y malas prácticas. Seguidamente, he preparado el checklist de base conforme al listado de heurísticas de Jacob Nielsen, una vez terminado el checklist he pasado a evaluar el diseño teniendo en cuenta cada uno de los principios heurísticos de Nielsen. Una vez detectados los problemas de usabilidad se ha evaluado más a fondo teniendo en cuenta la frecuencia con la que ocurre el problema, el impacto que tiene el problema y la persistencia del problema. Finalmente he analizado los resultados y preparado las recomendaciones de diseño.

### 10 principios heurísticos de Nielsen

#### 1. Visibilidad del estado del sistema.

El sistema siempre debe mantener a los usuarios informados sobre lo que ocurre, a través de una retroalimentación apropiada en un tiempo razonable.

Es importante indicar siempre dónde se encuentra el usuario respecto a la estructura de la página, así como de dónde viene y hacia dónde puede ir.

**Buena práctica:** el usuario sabe en todo momento el estado del sistema, dónde se encuentra respecto a la estructura de la página mediante breadcrumbs (migas de pan), títulos de página y cambio de color en el menú que indica la página en la que está el usuario.

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

**El sistema debe hablar en el lenguaje del usuario, con palabras, frases y conceptos familiares para él. Utilizar convenciones del mundo real, haciendo que la información aparezca en un orden natural y lógico.**

Cada párrafo es un objeto informativo. Transmite ideas, mensajes... Se deben evitar párrafos vacíos o varios mensajes en un mismo párrafo.

**Buena práctica:** el sistema habla en el lenguaje del usuario con frases y conceptos familiares para él. Se han utilizado iconos que referencian al mundo real.

**Mala práctica:** en la página de "Inicio" y "Sobre Garelan", en unos casos el sistema se dirige en segunda persona singular y en otros casos es más impersonal en tercera persona. Se recomienda mejorar la redacción de los textos y unificar el lenguaje más directo al usuario en segunda persona.

## **3. Control y libertad del usuario**

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

La mayoría de las acciones que el usuario puede realizar tienen una salida claramente marcada en el menú general pueden seleccionar la opción que deseen. La salida está claramente etiquetada y es reconocible.

## **4. Consistencia y estándares**

**Es conveniente seguir y repetir patrones para no confundir a los usuarios.**

En el prototipo de la web se siguen unos patrones de estilos en cuanto a menús, botones, enlaces, formularios e iconos.

## **5. Prevención de errores**

**Los buenos mensajes de error son importantes, pero los mejores diseños evitan cuidadosamente que ocurran problemas en primer lugar.**

**Buena práctica:** en la validación de los formularios se informa debidamente los requisitos de cada campo el usuario no realiza errores no esperados.

**Mala práctica:** no se han contemplado en el diseño los posibles mensajes de error en la validación de los formularios.

## **6. Reconocimiento antes que recuerdo**

Minimizar la carga de memoria del usuario haciendo que los objetos, las acciones y las opciones estén visibles. El usuario no debería tener que recordar la información de una parte del diálogo a otra.

En el prototipo de la web se permite a los usuarios que reconozcan la información en lugar de tener que recordarla, mediante la navegación el menú general, en la parte inferior de las páginas en el footer (se recomienda añadir interacción).

## **7. Flexibilidad y eficiencia de uso**

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

**Mala práctica:** se deben evitar casuísticas y acciones que afecten considerablemente al tiempo que invierte el usuario para llevarlas a cabo. En los formularios una vez validados y existe un error se borran todos los campos previamente informados. Esto hace que el usuario pierda el tiempo y, en definitiva, la paciencia. Se recomienda añadir interacción en el formulario validado con errores.

## **8. Diseño estético y minimalista**

Los diálogos no deberían contener información irrelevante o que se necesite raramente. Cada unidad extra de información en un diálogo compite con la información importante, disminuyendo su visibilidad relativa.

Mantener el contenido y el diseño visual enfocados en lo esencial y que los elementos visuales de la interfaz respalden los objetivos principales del usuario.

En el diseño del prototipo de la web solamente se muestra aquella información que realmente es importante para el usuario. Evitando así, ruido y elementos innecesarios que no cumplen con el fin principal de esa página. Se ha utilizado una estética sencilla, clara y no está sobrecargada.

## **9. Ayudar a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores**

Los mensajes de error deben estar expresados en lenguaje llano (sin códigos), indicando con precisión el problema y sugiriendo una solución.

**Mala práctica:** no se ha contemplado en el diseño del prototipo la página de error 404, informar del problema sucedido y de las posibles salidas para solucionarlo: Volver, Ir a inicio...

## **10. Ayuda y documentación**

Aunque es mejor que se pueda usar el sistema sin documentación, es necesario proveer al usuario de ayuda y documentación. Esta tiene que ser fácil de buscar, centrada en las tareas del usuario, con información de las etapas a realizar y que no sea muy extensa.

En el prototipo de la web se ha añadido la sección de “Más información” con los botones contacta y presupuesto para que el usuario no tenga incertidumbre o desamparo.

Tabla 6. Evaluación heurística principios heurísticos de Nielsen

PRINCIPIOS DE NIELSEN	CUMPLE	NO CUMPLE
1.Visibilidad del estado del sistema.	x	
2.Adecuación entre el sistema y el mundo real.		x
3.Libertad y control por parte de la persona usuaria.	X	
4.Consistencia y estándares.	x	
5.Prevenición de errores.		x
6.Reconocimiento antes que recuerdo.	x	
7.Flexibilidad y eficiencia en el uso.		x
8.Diseño estético y minimalista.	x	
9. Ayudar a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores		x
10.Ayuda y documentación.	x	

### Listado priorizado según gravedad

Indicando el grado de gravedad del problema, a partir de tres parámetros:

- La frecuencia con la que ocurre el problema.
- El impacto del problema: ¿los usuarios pueden superarlo fácilmente o no?
- La persistencia del problema: ¿se resuelve inmediatamente o reaparece?

### Puntuación

[0=] No es un problema

[1=] Problema sin importancia: no necesita arreglarse a menos que haya tiempo de sobra.

[2=] Problema de poca importancia: arreglarlo no tiene mucha importancia.

[3=] Problema grave: es importante arreglarlo.

[4=] Catástrofe: es obligatorio arreglarlo.

Tabla 7. Evaluación heurística listado priorizado según gravedad

Grado de gravedad del problema			
PRINCIPIOS DE NIELSEN	Frecuencia	Impacto	Persistencia
2. Adecuación entre el sistema y el mundo real.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
5.Prevenición de errores.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
7. Flexibilidad y eficiencia en el uso.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
9. Ayudar a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores.	Frecuente	[3=] Problema grave	Persistente

### Recomendaciones de diseño

#### 2-Adecuación entre el sistema y el mundo real

**Justificación:** el sistema habla en el lenguaje del usuario con frases y conceptos familiares para él. Se han utilizado iconos que referencian al mundo real. Pero en unos casos (de “Inicio” y “Sobre Garelan”, el sistema se dirige en segunda persona singular y en otros casos es más impersonal en tercera persona.

**Frecuencia:** frecuente.

**Impacto:** grave, es importante arreglarlo.

**Persistencia del problema:** reaparece a lo largo del uso.

**Propuestas de mejora y solución:** Se recomienda mejorar la redacción de los textos y unificar el lenguaje más directo al usuario en segunda persona.

## **5-Prevención de errores**

**Justificación:** no se han contemplado en el diseño del prototipo los posibles mensajes de error en la validación de los formularios.

**Frecuencia:** frecuente.

**Impacto:** grave, es importante arreglarlo.

**Persistencia del problema:** reaparece a lo largo del uso.

**Propuestas de mejora y solución:** añadir en el prototipo los posibles mensajes de error en la validación.

## **7-Flexibilidad y eficiencia de uso**

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

**Justificación:** En este sentido, se deben evitar casuísticas y acciones que afecten considerablemente al tiempo que invierte el usuario para llevarlas a cabo. En los formularios una vez validados y existe un error se borran todos los campos previamente informados. Esto hace que el usuario pierda el tiempo y, en definitiva, la paciencia.

**Frecuencia:** frecuente.

**Impacto:** grave, es importante arreglarlo.

**Persistencia del problema:** reaparece a lo largo del uso.

**Propuestas de mejora y solución:** Se recomienda añadir interacción en el formulario validado con errores, que no borre los campos informados.

## **9-Ayudar a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores**

Los mensajes de error deben estar expresados en lenguaje llano (sin códigos), indicando con precisión el problema y sugiriendo una solución.

**Justificación:** no se ha contemplado en el diseño del prototipo la página de error 404, informar del problema sucedido y de las posibles salidas para solucionarlo: Volver, Ir a inicio...

**Frecuencia:** frecuente.

**Impacto:** grave, es importante arreglarlo.

**Persistencia del problema:** reaparece a lo largo del uso.

**Propuestas de mejora y solución:** diseño del prototipo la página de error 404, informar del problema sucedido y de las posibles salidas para solucionarlo: Volver, Ir a inicio.

## 4.3 Test con usuarios

Por último, se va a **evaluar el prototipo con usuarios**. Se evalúa la **usabilidad** en un proceso de **diseño centrado en las personas** del prototipo de la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) para descubrir problemas de usabilidad, las dificultades que tengan los usuarios para lograr sus objetivos. [11] [12]

### Objetivos generales

El objetivo es **evaluar la usabilidad** a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción de las personas usuarias mientras ejecutan una serie de tareas, para establecer si el prototipo es efectivo y eficiente.

Detectar cualquier dificultad de usabilidad en la ejecución de las tareas. Estas dificultades de usabilidad se centran en verificar si el recorrido que hacen los usuarios al ejecutar la tarea cumple o no con los siguientes principios de usabilidad: fácil de aprender, eficiente, eficaz y genera una satisfacción.

Analizar el comportamiento de los participantes, los modelos mentales de cada uno y comprobar si finalizan las tareas con éxito.

### Enlace al prototipo para la realización de las pruebas con usuarios:

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LbIzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=242%3A3944&node-id=242%3A3945&viewport=432%2C48%2C0.14&scaling=scale-down&starting-point-node-id=242%3A3945>

### Objetivos específicos

Descubrir problemas de usabilidad, uso de las opciones del menú general, comprobar si los usuarios localizan fácilmente las opciones para completar las tareas.

Descubrir si los usuarios encuentran un patrón de navegación que encaja con su modelo mental, es decir, si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar lo que buscan, si las categorías son oportunas y si el lenguaje utilizado es cercano al usuario.

Determinar si tanto el diseño como las distintas áreas de contenido del prototipo tienen in-consistencias.

Determinar errores de navegación: mala colocación de funciones, exceso de recorridos para finalizar las tareas y errores al seleccionar etiquetas en el menú y secciones.

### Metodología

Las pruebas son moderadas y presenciales. Se captura la voz y la pantalla durante la realización de la prueba, captando en todo momento lo que el usuario está haciendo.

### Guía para la moderación-observación:

Test moderado y presencial, sobre una muestra de usuarios que participarán en un entorno real (casa, oficina, etc.). Se captura la voz del participante y la pantalla durante la realización de la prueba. El tiempo para realizar las tareas por participante no superará los 15-20 minutos.



Durante las pruebas el moderador ha ido tomando notas de las reacciones, comentarios y acciones de los usuarios. El moderador pregunta al participante durante toda la prueba por qué realiza la acción y que cree que va a pasar cuando realice la acción. En ningún caso el moderador indica al participante cómo se realiza la tarea e intenta no influir en las acciones y observaciones de los participantes.

Antes de comenzar las pruebas se envía a los participantes un email indicando el proceso a seguir (se puede ver el email en el [Anexo7: Email instrucciones test moderado](#)), el enlace al prototipo, una explicación de las tareas a realizar, el enlace al formulario Post-Test de evaluación de la usabilidad que debe cumplimentar al finalizar la prueba. También adjunto los documentos de consentimiento informado y Acuerdo de confidencialidad (que se puede ver en el [Anexo 8: Consentimiento informado](#) y [Anexo 9: Acuerdo de confidencialidad](#)) donde se explican los objetivos de la prueba, que datos se va a recoger y se asegura la confidencialidad. Una vez recibido el consentimiento informado se procede a realizar la prueba. Para terminar el proceso y contrastar los hallazgos que se han encontrado en el test, he elaborado un cuestionario que permitirá contrastar cuantitativamente los hallazgos. En el email se envía a los participantes el enlace al cuestionario.

## **Screening**

### **Captación de participantes:**

La captación de participantes se realizará entre personas de mi entorno mediante llamada telefónica.

### **Necesidades del estudio:**

Número de participantes 3, personas de reserva en caso de que falle algún participante 1.

La prueba durará entre 15 y 20 minutos. El tiempo para realizar las tareas por participante no superará los 15-20 minutos.

La prueba será moderada y presencial, durante la realización se capturará la voz y la pantalla.

### **Documentación relativa al participante:**

El participante deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Gerente, autónomo/a con un negocio en marcha, tiene conocimiento de las nuevas tecnologías.
- Gerente de pequeño comercio, utiliza las nuevas tecnologías, redes sociales...
- Emprendedor/ que quiere lanzar un negocio digital.
- Edad comprendida entre 25 y 65 años
- Tienen conocimientos digitales, utilizan internet y redes sociales.
- Necesitan actualizar digitalmente su negocio.
- Necesitan conocer la mejor solución digital para su negocio.

### **Definición de las tareas**

Las tareas seleccionadas se basan en las acciones que realizarán los usuarios de forma habitual. Han sido extraídas de los escenarios y user journeys planteados en la fase de definición. Permiten al usuario hacer uso de la mayor parte del prototipo.

A continuación, se plantean 4 tareas que servirán para evaluar estas pruebas de usabilidad con usuarios seleccionados y establecer si el prototipo es efectivo y eficiente.

- **Tarea 1.** Solicitar actualización de tienda online.
- **Tarea 2.** Contratar la creación y desarrollo de una aplicación.
- **Tarea 3.** Solicitar la creación del diseño de una Plataforma de Comunicación.
- **Tarea 4.** Consultar noticias y solicitar informe diseño UX.

### **Tarea1. Solicitar actualización de tienda online.**

**Escenario:** Tienes un negocio de venta de productos online. Necesitas realizar una actualización del diseño de la tienda online de tu negocio, para mejorar la comunicación con tus clientes, aumentar las ventas y que sea más eficiente y usable. Para solicitar la actualización de tu tienda online entras en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) para informarte y solicitar presupuesto.

**Tarea concreta:** solicitar la actualización del diseño de la tienda online de tu negocio.

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección "diseño de tienda online" y cumplimentar el formulario solicitar Presupuesto.
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** Entrar en inicio y leer información. Ir a la sección Servicios El usuario tiene que ir a la información sobre servicios en la página de inicio y clicar el botón ver. Otra opción es ir directamente al menú superior general clicando servicios, ir al servicio Diseño tienda online seleccionar y entrar en diseño tienda online. Clic en botón contacto o presupuesto y cumplimentar el formulario Presupuesto.

### **Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de una aplicación.**

**Escenario:** Tienes un negocio de venta de productos online. Necesitas contratar la creación y desarrollo de una aplicación, quieres hacer crecer tu negocio y fidelizar a tus clientes mediante una aplicación que permita personalizar los pedidos, hacer el seguimiento y entrega a domicilio. Para contratar la creación de la aplicación entras en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) para tener más información sobre diseño y desarrollo de aplicaciones y solicitar presupuesto.

**Tarea concreta:** informarte y solicitar presupuesto para realizar la contratación de la creación y desarrollo de una aplicación.

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección "Servicios" "Diseño de aplicaciones", ver proyectos relacionados y cumplimentar el formulario "Solicitar Presupuesto".
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** Entrar en la sección Servicios, el usuario tiene que ir directamente al menú superior general clicando servicios, ir al servicio Diseño o desarrollo de aplicaciones, seleccionar entrar en diseño o desarrollo de aplicaciones, ver proyectos relacionados. Clic en el botón contacto o presupuesto, cumplimentar el formulario Presupuesto.

### **Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de una Plataforma de Comunicación.**

**Escenario:** Tienes una empresa de comunicación que promociona películas. Necesitas contratar el diseño de una plataforma de comunicación para comunicarte de forma eficiente con tus clientes y gestionar los contenidos las campañas.

Para contratar el diseño de una plataforma de comunicación entras en la web garelandiseño.com en la sección servicios y contactas para tener más información.

**Tarea concreta:** informarte sobre el servicio diseño de una plataforma de comunicación, y contactar para consultar precios, proceso de trabajo...

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la página “Sobre Garelan”, a la sección "Servicios" “Diseño de plataforma de comunicación”, ver proyectos destacado y cumplimentar el formulario “Consulta”.
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario Consulta.

**Criterio de éxito:** Entrar en la página Sobre Garelan, entrar en la sección Servicios, el usuario puede acceder desde esta página o directamente desde el menú superior general clicando servicios, ir al servicio Diseño de plataforma de comunicación, seleccionar entrar en diseño de plataforma de comunicación y ver proyecto destacado. Clicar botón contacto y cumplimentar el formulario Consulta.

### **Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informe diseño UX**

**Escenario:** eres emprendedor/a y quieres lanzar un negocio digital. Te gustaría tener más información sobre el panorama actual, ayudas, productos digitales de actualidad... Consultas los servicios que ofrece Garelan para informarte sobre diseño UX y solicitar un informe.

Por este motivo, navegas por la web para ponerte al día sobre la actualidad digital y solicitas un informe diseño UX.

**Tarea concreta:** informarte sobre la actualidad digital, navegar por la web y contactar para solicitar un informe de diseño UX.

#### **Objetivos:**

- Analizar el comportamiento de los usuarios, descubrir problemas de usabilidad, el uso de las opciones del menú general, comprobar si los usuarios localizan fácilmente las opciones para completar la tarea.
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección "Actualidad" “Diseño UX” y cumplimentar el formulario “Consulta”.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** navegar por la web, entrar en la sección Actualidad, el usuario tiene que ir directamente al menú superior general clicando Actualidad, o puede acceder desde la página de inicio. Entrar en la sección Servicios, Diseño UX, Clicar botón contacto o presupuesto, cumplimentar el formulario Presupuesto.

### **Realización del cuestionario SUS post-test**

Cuestionario posterior a la prueba de usabilidad del prototipo de la web garelandiseño.com

Realización de un cuestionario SUS, satisfacción subjetiva de los usuarios que permite descubrir la satisfacción subjetiva de los participantes.

### **Cuestionario SUS**

1. Creo que me gustaría utilizar frecuentemente este sitio web.
2. Encontré el sitio web sencillo.
3. Pienso que el sitio web es fácil de usar.
4. Creo que podré utilizar este sitio web sin el apoyo de personal técnico.
5. Encontré que varias funciones en el sitio web estaban integradas adecuadamente.
6. Creo que hay mucha inconsistencia en el sitio web.
7. Me imagino que la mayoría de las personas aprenderían a usar este sitio web rápidamente.
8. Encontré el sitio web muy intuitivo.
9. Me sentí muy confiado/a (seguro/a) al utilizar el sitio web.
10. Puede utilizar el sitio web sin tener que aprender nada nuevo.

Se valora del 1 al 5: Nunca 1 - Pocas veces 2 - A veces 3 - Casi siempre 4 - Siempre 5

## **Resultados de las pruebas**

### **Resultados cuantitativos de la prueba**

Se han realizado las métricas mediante tablas de tiempo por participante y prueba, tablas de éxito por participante y prueba y tabla SUS. Las métricas utilizadas para evaluar la información son las siguientes:

#### **Para medir la eficiencia en profundidad:**

- Tiempo para hacer una tarea en comparación con el tiempo de un experto.
- Número de veces que se ha utilizado la función menú superior.
- Número de veces que se ha utilizado la función botón “ver más”.

#### **Para medir la efectividad en profundidad:**

- Éxito y fracaso por tarea.
- Número de tareas completadas en un primer intento y porcentaje.
- Número de tareas no completadas en un primer intento y porcentaje.
- Errores más repetidos.
- Porcentaje de errores por tarea.

### **Satisfacción subjetiva de los usuarios**

Se recoge este dato mediante el cuestionario realizado después de hacer la prueba. En este caso se ha utilizado el cuestionario SUS y el índice NPS nos pueden orientar a descubrir la satisfacción subjetiva.

## **Métricas**

En la realización de las métricas se han tenido en cuenta los objetivos de cada tarea y el criterio de éxito.

### **Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online.**

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección "Diseño de tienda online".
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesita el usuario.
- Comprobar si el usuario completa el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** entrar en inicio y leer información. Ir a la sección Servicios el usuario puede ir a la información sobre servicios en la página de inicio y clicar el botón ver. Otra opción es ir directamente al menú superior general clicando servicios, ir al servicio Diseño tienda online, seleccionar y entrar en diseño tienda online. Clic en botón contacto o presupuesto y cumplimentar el formulario Presupuesto.

### **Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de una aplicación.**

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección "Servicios" "Diseño de aplicaciones", ver proyectos relacionados y cumplimentar el formulario "Solicitar Presupuesto".
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** entrar en la sección Servicios, el usuario tiene que ir directamente al menú superior general clicando servicios, ir al servicio Diseño o desarrollo de aplicaciones, seleccionar entrar en diseño o desarrollo de aplicaciones, ver proyectos relacionados. Clic en el botón contacto o presupuesto, cumplimentar el formulario Presupuesto.

### **Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de una Plataforma de Comunicación.**

#### **Objetivos:**

- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la página "Sobre Garelan", a la sección "Servicios" "Diseño de plataforma de comunicación", ver proyecto destacado y cumplimentar el formulario "Consulta".
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Comprobar si los usuarios completan el formulario Consulta.

**Criterio de éxito:** entrar en la página Sobre Garelan, entrar en la sección Servicios, el usuario puede acceder desde esta página o directamente desde el menú superior general clic en servicios, ir al servicio Diseño de plataforma de comunicación, seleccionar, entrar en diseño de plataforma de comunicación y ver proyecto destacado. Clic en el botón contacto y cumplimentar el formulario Consulta.

## Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informe diseño UX

### Objetivos:

- Analizar el comportamiento de los usuarios, descubrir problemas de usabilidad, el uso de las opciones del menú general, comprobar si los usuarios localizan fácilmente las opciones para completar la tarea.
- Comprobar si las opciones de navegación son lo suficientemente claras para encontrar la información que necesitan los usuarios.
- Investigar si a los usuarios les cuesta más o menos llegar a la sección “Actualidad”, “Diseño UX” y cumplimentar el formulario “Consulta”. Comprobar si los usuarios completan el formulario solicitar presupuesto.

**Criterio de éxito:** navegar por la web, entrar en la sección Actualidad, el usuario tiene que ir directamente al menú superior general clicando Actualidad, o puede acceder desde la página de inicio. Entrar en la sección Servicios, Diseño UX, clic en el botón contacto o presupuesto, cumplimentar el formulario Presupuesto.

Se pueden ver todas las tablas de las métricas realizadas en el [anexo 10. Métricas test con usuarios](#) del documento.

### Propuesta de mejoras

Una vez realizadas las métricas mediante las tablas de tiempo por participante y prueba, tablas de éxito por participante y prueba y tabla SUS, se han encontrado los siguientes problemas:

- Confusión a la hora de seleccionar el servicio diseño tienda online.
- Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online.
- Confusión a la hora de seleccionar el servicio creación y desarrollo de aplicación.
- Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación.
- Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación.
- Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño UX.
- La mayoría de los usuarios no utilizan los botones Ver más, Contacta, Presupuesto.

Se indica el **grado de gravedad del problema**, a partir de tres parámetros:

- Frecuencia con la que ocurre el problema.
- Gravedad el problema.
- Persistencia del problema: se resuelve inmediatamente o reaparece a lo largo del uso.

### Puntuación de gravedad:

[0=] No es un problema

[1=] Problema sin importancia: no necesita arreglarse a menos que haya tiempo de sobra.

[2=] Problema de poca importancia: arreglarlo no tiene mucha importancia.

[3=] Problema grave: es importante arreglarlo.

[4=] Catástrofe: es obligatorio arreglarlo.

Tabla 8. Listado priorizado de problemas según gravedad

<b>Listado priorizado de problemas según gravedad</b>			
	<b>Frecuencia</b>	<b>Gravedad problema</b>	<b>Persistencia</b>
1. Confusión a la hora de seleccionar el servicio diseño tienda online.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
2. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
3. Confusión a la hora de seleccionar el servicio creación y desarrollo de aplicación.	Frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
4. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
5. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente
6. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño UX.	Muy frecuente	[3=] Problema grave	Persistente

## **Propuesta de mejoras priorizadas según la gravedad de los hallazgos**

### **1. Confusión a la hora de seleccionar el servicio diseño tienda online.**

**Propuesta de mejora:** para que no haya problemas a la hora de seleccionar el servicio diseño tienda online, cambiar el diseño en la página servicios, hay que destacar el tipo de servicio cambiando la disposición de icono, título y texto.

### **2. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online.**

**Propuesta de mejora:** ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio Diseño de Tienda online los botones “Consulta” y “Presupuesto” de forma destacada con un título “Para más información realiza tu consulta”.

### **3. Confusión a la hora de seleccionar el servicio creación y desarrollo de aplicación.**

**Propuesta de mejora:** para que no haya problemas a la hora de seleccionar el servicio creación y desarrollo de aplicación, cambiar el diseño en la página servicios, hay que destacar el tipo de servicio cambiando la disposición de icono, título y texto.

### **4. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación.**

**Propuesta de mejora:** ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio creación y desarrollo de aplicación los botones “Consulta” y “Presupuesto” de forma destacada con un título “Para más información realiza tu consulta”.

### **5. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación.**

**Propuesta de mejora:** ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio diseño de plataforma de comunicación los

botones “Consulta” y “Presupuesto” de forma destacada con un título “Para más información realiza tu consulta”.

#### **6. Los usuarios no encuentran la opción de realizar una consultar y presupuesto desde la sección diseño UX.**

**Propuesta de mejora:** ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio diseño UX los botones “Consulta” y “Presupuesto” de forma destacada con un título “Para más información realiza tu consulta”.

### **Conclusiones generales**

#### **Tarea 1. Solicitar la actualización de tienda online**

La mayoría de los participantes han tenido problemas a la hora de seleccionar el servicio de diseño tienda online. La mayoría de los participantes no encuentran la opción de realizar una consulta y presupuesto desde la sección servicio Diseño tienda online.

##### **Propuestas de mejora:**

- cambiar el diseño en la página servicios, hay que destacar el tipo de servicio cambiando la disposición de icono, título y texto.
- ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio Diseño de Tienda online los botones “Consulta” y “Presupuesto”.

#### **Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicaciones**

La mayoría de los participantes han tenido problemas a la hora de seleccionar el servicio de diseño de aplicaciones. La mayoría de los participantes no encuentran la opción de realizar una consulta y presupuesto desde la sección servicio diseño de aplicaciones.

##### **Propuesta de mejora:**

- cambiar el diseño en la página servicios, hay que destacar el tipo de servicio cambiando la disposición de icono, título y texto.
- ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio Diseño de aplicaciones “Consulta” y “Presupuesto”.

#### **Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación**

La mayoría de los participantes no encuentran la opción de realizar una consulta y presupuesto desde la sección servicio diseño de plataforma de comunicación.

##### **Propuesta de mejora:**

- ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio Diseño de aplicaciones “Consulta” y “Presupuesto”.

#### **Tarea 4. Consultar noticias y solicitar un informe de diseño UX**

La mayoría de los participantes no encuentran la opción de realizar una consulta y presupuesto desde la sección servicio diseño UX.

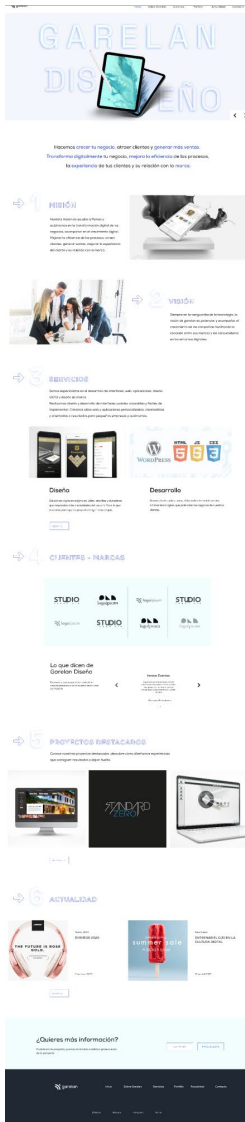
##### **Propuesta de mejora:**

- ayudar al usuario a encontrar la opción Realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página del servicio Diseño UX “Consulta” y “Presupuesto”.

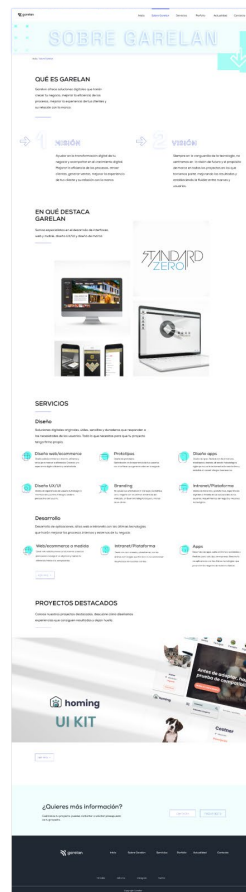


## Pantallas del prototipo modificadas después de las evaluaciones.

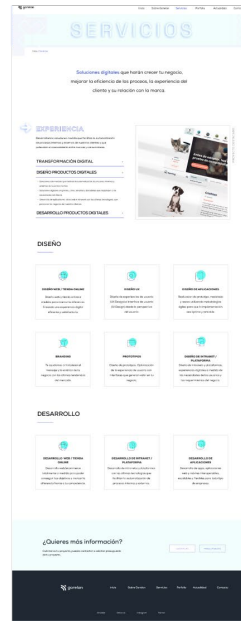
Pantalla 1: Inicio



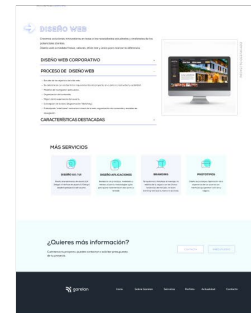
Pantalla 2: Sobre Garelán



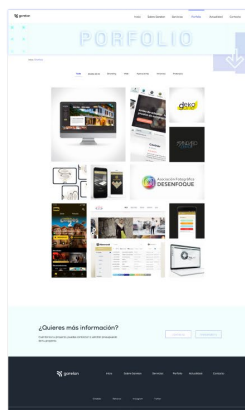
Pantalla 3: Servicios



Pantalla 4: Servicio Diseño web



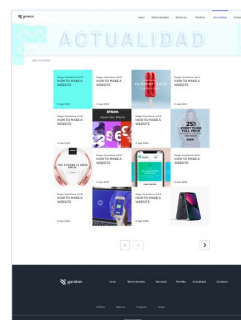
Pantalla 5: Portfolio



Pantalla 6: detalle Portfolio



Pantalla 7: Actualidad



Pantalla 8: noticia

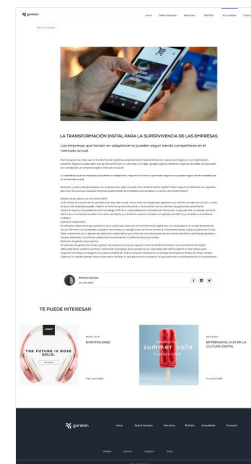


Figura 24. Pantallas del prototipo mejoradas después de evaluaciones

## 4.4. Conclusiones de la evaluación

Se han podido descubrir errores y mejoras que no se habían detectado en las fases iniciales del prototipo.

### Conclusiones del recorrido cognitivo y propuestas de mejora

A partir de los problemas encontrados y las recomendaciones de mejora expuestas en el recorrido cognitivo se pasa a realizar las correcciones en el prototipo en base a las propuestas de mejora siguientes:

- Añadir en la página de inicio textos descriptivos.
- Añadir en la página de inicio sección servicios botón “ver más” enlace con la página de servicios.
- Página porfolio. Añadir descripción del tipo de proyecto en las imágenes.
- Página porfolio. Añadir interacción en el menú del porfolio.
- Página detalle porfolio. Añadir botón contacta para obtener más información.
- Página contacto. Añadir interacción al formulario.
- Página servicios. Añadir interacción al servicio diseño de aplicaciones
- Página detalle servicio Diseño de aplicaciones. Realizar el diseño de la página y la interacción.
- Página Sobre Garelán. Añadir textos descriptivos.
- Página servicios. Añadir interacción al servicio diseño de intranet/plataforma.
- Página detalle servicio Diseño de intranet/plataforma. Realizar el diseño de la página y la interacción.
- Página detalle servicio Diseño de intranet/plataforma. Añadir proyecto detallado.
- Página actualidad. Realizar el diseño de noticia y la interacción.
- Página servicios. Añadir interacción al servicio diseño UX.
- Página detalle servicio Diseño UX. Realizar el diseño de la página y la interacción.

A continuación, podemos ver las correcciones del **prototipo de alta fidelidad** de la web garelandiseño.com en **versión escritorio y móvil** en los siguientes enlaces:

#### Versión escritorio

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LbIzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=196%3A2433&node-id=196%3A2434&viewport=228%2C201%2C0.03&scaling=scale-down&starting-point-node-id=196%3A2434>

#### Versión móvil

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LbIzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=242%3A2436&node-id=242%3A2437&viewport=650%2C500%2C0.07&scaling=scale-down&starting-point-node-id=242%3A2437>

### Conclusiones de la evaluación heurística y propuestas de mejora

A partir de los problemas encontrados y las recomendaciones de mejora expuestas en la evaluación heurística, se pasa a realizar las correcciones en el prototipo en base a las propuestas de mejora siguientes:

- Mejorar la redacción de los textos y unificar el lenguaje más directo al usuario en segunda persona.
- Añadir en el prototipo los posibles mensajes de error en la validación de formularios.
- Se recomienda añadir interacción en el formulario validado con errores.
- Realizar el diseño de la página de error 404, informar del problema sucedido y de las posibles salidas para solucionarlo: volver, Ir a inicio.

### **Mejora e iteración del prototipo**

A continuación, podemos ver las correcciones posteriores a la evaluación heurística del **prototipo de alta fidelidad** de la web garelandiseño.com en **versión escritorio y móvil** en los siguientes enlaces:

#### **Versión escritorio**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LblzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=242%3A3944&node-id=242%3A3945&viewport=432%2C48%2C0.14&scaling=scale-down&starting-point-node-id=242%3A3945>

#### **Versión móvil**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LblzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=429%3A946&node-id=429%3A947&viewport=567%2C504%2C0.07&scaling=scale-down&starting-point-node-id=429%3A947>

### **Conclusiones del test con usuarios y propuestas de mejora**

A partir de los problemas encontrados y las recomendaciones de mejora expuestas en el test con usuarios, se pasa a realizar las correcciones en el prototipo en base a las propuestas de mejora siguientes:

- Modificar el diseño en la página servicios. cambiar el diseño en la página servicios, hay que destacar el tipo de servicio cambiando la disposición de icono, título y texto.
- Ayudar al usuario a encontrar la opción realizar una consulta y presupuesto, añadiendo en la página de cada servicio los botones “Consulta” y “Presupuesto”

### **Mejora e iteración del prototipo**

A continuación, podemos ver las correcciones posteriores al test con usuarios del **prototipo de alta fidelidad** de la web garelandiseño.com en **versión escritorio y móvil** en los siguientes enlaces:

#### **Versión escritorio**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LblzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=468%3A789&node-id=468%3A790&viewport=435%2C286%2C0.03&scaling=scale-down&starting-point-node-id=468%3A790>

#### **Versión móvil**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LblzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=468%3A5432&node-id=468%3A5433&viewport=752%2C1379%2C0.26&scaling=scale-down&starting-point-node-id=468%3A5433>

Después de realizar todas las mejoras detectadas en las evaluaciones se tendría que testear con usuarios para realizar mejoras posteriores una vez que ha pasado el producto al equipo de desarrollo.

Tras la realización de las evaluaciones se han modificado los prototipos corrigiendo los distintos errores encontrados y añadiendo las mejoras.

## **Enlaces a los prototipos desarrollados**

A continuación, se listan los enlaces a los distintos prototipos desarrollados:

### **PROTOTIPO INICIAL**

#### **Versión escritorio**

<https://www.figma.com/proto/s4Sq5v3VOv3RcCeun8WOpY/PEC3?page-id=80%3A2466&node-id=80%3A2774&viewport=280%2C48%2C0.19&scaling=contain&starting-point-node-id=80%3A2774>

#### **Versión móvil**

<https://www.figma.com/proto/s4Sq5v3VOv3RcCeun8WOpY/PEC3?page-id=115%3A3732&node-id=115%3A3733&viewport=280%2C48%2C0.17&scaling=scale-down&starting-point-node-id=115%3A3733>

### **PROTOTIPO FINAL**

#### **Versión escritorio**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LbIzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=468%3A789&node-id=468%3A790&viewport=435%2C286%2C0.03&scaling=scale-down&starting-point-node-id=468%3A790>

#### **Versión móvil**

<https://www.figma.com/proto/O7wsui9LbIzRoWixuBkuEr/PEC4-evaluacion?page-id=468%3A5432&node-id=468%3A5433&viewport=752%2C1379%2C0.26&scaling=scale-down&starting-point-node-id=468%3A5433>

## 5. Conclusiones

La realización de este proyecto me ha permitido profundizar en las técnicas y métodos aprendidos a lo largo del máster en Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX), aplicándolas a lo largo del desarrollo del trabajo final de máster.

Me ha aportado una visión global de la ejecución de un proyecto centrado en la experiencia de usuario, investigando con usuarios, evaluando e iterando el prototipo, consiguiendo un producto que satisface las necesidades de los usuarios y que resulta fácil de usar.

### Resultados

El trabajo final que he llevado a cabo en general ha cumplido los objetivos planteados: la ideación, conceptualización y diseño de una web que ofrece productos y soluciones digitales tales como webs, aplicaciones, intranets, ... para dar apoyo digital a Pymes y autónomos. Se ha dado solución a los problemas definidos en el inicio del proyecto:

- Pymes y autónomos desconocen los procesos a seguir, los productos, servicios y soluciones digitales que tienen a su alcance.
- La empresa o web corporativa desconoce cuál es la mejor forma de vender los productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas, para que las pymes puedan contratar la mejor solución.

El método del doble diamante utilizado ha servido para obtener unas soluciones que responden a las necesidades de las personas, siguiendo las fases de descubrir, definir, diseñar, evaluar y entregar. Estas soluciones se han logrado mediante la realización de investigación con usuarios, entrevistas, definición de personas, escenarios, user journeys, inventario de contenidos, card sorting, árbol de contenidos, diagramas de flujo... y con la información y resultados obtenidos de estas técnicas se ha podido elaborar un prototipo inicial, posteriormente se han realizado evaluaciones con usuarios, iterando y mejorando el prototipo inicial, logrando que el diseño se ajuste lo mejor posible a los modelos mentales de los usuarios.

En cuanto a la planificación y metodología se ha seguido la planificación marcada inicialmente, aunque he tenido que ajustar las horas dedicadas en las entrevistas y prototipado ya que he invertido más tiempo que el marcado en la planificación. En definitiva, he conseguido completar el trabajo de forma exitosa con un prototipo iterado y mejorado que puede pasar a la fase de desarrollo.

### Líneas de trabajo futuro

Los siguientes pasos por realizar como trabajo futuro serían:

- la realización del MVP (Mínimo Producto Viable), creación de la web con las funcionalidades mínimas para validar el producto de manera rápida.
- Realizar la fase de desarrollo de la web, la realización del producto final, realizando pruebas de usabilidad con usuarios para mejorar la usabilidad y experiencia de usuario.

Me gustaría terminar comentando que ha resultado muy gratificante poder desarrollar este proyecto y ver el producto final conseguido.

## 6. Glosario

**Arquitectura de la información:** a AI define la manera como este proyecto está organizado y etiquetado. Es decir, determina cuál será la estructura de contenidos y el tono comunicativo del proyecto.

**Benchmarking:** investigación y análisis de los competidores que existen del producto y se comparan sus puntos fuertes, puntos débiles y características.

**Card sorting:** es una técnica de diseño centrado en las personas que permite explorar cómo agrupan los usuarios la información, cómo relacionan conceptos y cuál es su percepción respecto a las etiquetas del producto.

**Diseño centrado en las personas:** es una aproximación al diseño que sitúa a la persona en el centro de todo el proceso. Así, podemos entender el DCP como una filosofía que tiene como premisa que para garantizar el éxito de un producto hay que tener en cuenta al usuario en todas las fases del diseño.

**Evaluación heurística:** es un método de investigación y evaluación sin usuarios que consiste en examinar las distintas partes de la web a partir de un conjunto de principios de diseño, los diez principios heurísticos de Nielsen.

**Lean UX Canvas:** es un proceso enfocado en llegar a la meta corrigiendo los errores e incorporando mejoras de manera progresiva. Para lograr este objetivo, el Lean UX Canvas pone en el centro el problema que hay que resolver y define los aspectos necesarios para construir, medir y aprender. Permite recoger toda la información relevante sobre el proyecto para guiar el proceso de desarrollo del producto.

**Método del doble diamante:** Es un método de diseño e innovación que se utiliza para encontrar soluciones a problemas complejos que respondan a las necesidades de las personas. El doble diamante es una metodología desarrollada por el British Design Council en 2005 para la creación de soluciones y establece que el proceso creativo tiene forma de diamante la cual consta de dos fases: la primera siendo el proceso de descubrir y definir el problema y la segunda en diseñar y entregar una solución.

**Recorrido cognitivo:** es un método de evaluación sin usuarios en el que un experto realiza una serie de tareas y se hace un conjunto de preguntas desde la perspectiva del usuario.

**Stakeholders internos:** Son las personas que pertenecen al núcleo de la empresa, dueños, socios, accionistas y gerentes.

**User journeys:** es un método que muestra paso a paso la interacción del usuario con el sistema describiendo sus emociones y reacciones en cada uno de los puntos de contacto (touchpoints) con el producto. Se describen as fases de interacción, los objetivos en cada fase, las acciones, los obstáculos, las emociones y las ideas y oportunidades.

## 7. Bibliografía

1. Telefónica empresas. (2019). *Las 10 competencias y habilidades fundamentales para digitalizarse*. <https://empresas.blogthinkbig.com/10-competencias-y-habilidades-fundamentales-para-digitalizarse/> (visitada el 21/02/2022).
2. «BOE» núm. 313. (2021) [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-21873](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-21873) (visitada el 21/02/2022).
3. Directivos y Gerentes. (2021). *El 67% de las pymes reconoce la importancia de las nuevas tecnologías*. <https://directivosygerentes.es/pymes/67-por-ciento-pymes-reconoce-importancia-nuevas-tecnologias> (visitada el 21/02/2022).
4. Salesforce España. (2021). *Digitalización en pymes: una necesidad imperiosa*. [https://www.salesforce.com/es/blog/2021/10/digitalizacion\\_pymes\\_necesidad\\_imperiosa.html](https://www.salesforce.com/es/blog/2021/10/digitalizacion_pymes_necesidad_imperiosa.html) (visitada el 21/02/2022).
5. Píldoras UX. (2022). #35 *El modelo del doble diamante en UX*. <https://pildorasux.com/podcast/35-el-modelo-del-doble-diamante-en-ux/> (visitada el 24/02/2022).
6. Inter Servicios. (2020). *¿Qué son los stakeholders?* <https://interservicios.es/stakeholders-que-es/> (visitada el 08/03/2022).
7. Sonix. (2022). *Automatizado subtulado en más de 35 idiomas. Rápido, preciso y asequible*. <https://sonix.ai/es> (visitada el 19/03/2022).
8. HubSpot. (2020). *Diseño UX: guía completa sobre la experiencia de usuario*. <https://blog.hubspot.es/marketing/experiencia-de-usuario-ux> (visitada el 28/03/2022).
9. Nielsen J. (1994 – Updated 2020). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/> (visitada el 08/05/2022).
10. Tomàs Modroño. (2019). *Evaluación Heurística (PARTE I)*. <https://interactius.com/evaluacion-heuristica-parte-i/> (visitada el 08/05/2022).
11. Membrives, Judith (2019). «Cuaderno de evaluación de la usabilidad» Capítulo 6. La evaluación de la usabilidad con personas usuarias. (visitada el 10/05/2022).
12. Percy Negrete. *User testing: qué es y cómo funciona*. <https://attachmedia.com/blog/user-testing/> (visitada el 10/05/2022).
13. Danforth Media. (2014). «*Conducting a Solid UX Competitive Analysis*» [artículo en línea]. <http://danforth.co/pages/2014/03/01/conducting-a-solid-ux-competitive-analysis/> [Fecha de consulta: 26/02/2022].

## 8. Anexos

### Anexo 1. Entrevistas

Transcripción de las entrevistas [7]

#### PARICIPANTE 1. Sonia

Estoy realizando un estudio sobre **cómo se puede dar a apoyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Las preguntas son muy sencillas sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

¿Estás de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación.

*Sí estoy de acuerdo*

¿Cuál es tu nombre? *Sonia.*

¿Qué edad tienes? *50 años.*

¿Dónde vives? *Vivo en Bilbao.*

¿Cuál es tu profesión? *Yo soy jefa de prensa y relaciones públicas. Estoy licenciada como periodista de la rama audiovisual. Pero soy de prensa. Sí, no sé cómo llamarlo. También soy emprendedora y la responsable de una agencia de comunicación.*

¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?

*Sí, lo que pasa que es la típica cosa que es básica, pero siempre acabas dejándolo como a un lado. Yo llevo tiempo con eso. Estuve desarrollando contenidos específicos. Bueno, mi idea original era hacerlo en inglés y castellano, y es un acuerdo con un agente. La primera vez que lo hice fue por intercambio de servicios y también me contactó una gente que le interesaba mucho. O sea, ellos me han hecho una estructura de contenidos, pero es que no soy capaz de enviarlo. Entonces les he enviado cosas que yo tengo hechas con enlaces materiales. Pero claro, ellos necesitan que yo, sobre todo según las fotos que me han marcado. Realmente yo creo que sí, que es muy importante, es un escaparate. Yo siempre chequeo, cuando voy a trabajar con alguien me meto en su web. Lo que pasa que lo que está pasando en mi sector, por lo menos a mí, es que es más referencia a las redes sociales, los perfiles, que también hay que trabajar bien los contenidos.*

*Entonces a mí me están viendo más por mi cuenta de Instagram. Sí. Estuve en Twitter igual un poquito. Facebook muy poco, pero Instagram para mí es la tarjeta de visita. Entonces estoy cuidando más, postear, administramos. No todo lo que debería, pero posteo mucho. Pero claro, sí que me tengo ganas de tener una buena web. Pero es que es eso, que, aunque me han ofrecido*



*esa posibilidad, que creo que está guay. No acabo de enviar lo que necesitan, con lo cual está colgada en el tiempo.*

¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

*A ver, por ejemplo, yo, mis clientes siempre ya me están empezando a pedir posicionamiento en redes sociales. Yo lo que hago como ejecutar me cuesta mucho dinero porque tengo que contratar a alguien que sea bueno en eso. Lo que les propongo es estrategia y hago cronogramas de contenidos y luego también les digo cuál es el posicionamiento que creo que es bueno y luego voy viendo la competencia según lo que hace la competencia. Estoy súper atenta para intentar pillar fórmulas o mejorar o diferenciarnos, pero lo que no hago es ejecutar porque soy bastante torpe con las redes sociales, me quita mucho tiempo y es muy caro subcontratar cuando subcontrata un más más caro de lo que me pagan. Pero lo que sí que hago es proponer estrategia y cronograma de contenido. Y eso yo creo que es básico, porque ahora mismo para mí mi negocio está más en Instagram que en la empresa tradicional.*

¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

*Sí, ahora tengo menos textos porque la hice yo con Wix y es un cuadro. Entonces esta gente que me contactó me ha dado mucho la lata, que les apetecía mucho, que no tenían nada de cine, que no se atrevan al final y llego un acuerdo con ellos, pero el problema es ese, que aunque me carguen los contenidos tengo que tener una estructura y no encuentro tiempo para hacer eso, porque yo lo que hago son unas notas de prensa en medio de la misma estructura y claro, no encaja con la estructura que ellos plantean. Entonces para mí es más curro y como me van entrando trabajos que tengo desde la entradilla, no me acabo de centrar en algo y me da pena. Creo que estoy cometiendo un error. Lo que pasa es que como me está entrando el trabajo de forma natural, para mí esa web era una herramienta comercial y la imagen de imagen la necesito, pero comercial. Como ya va entrando en curro pues no me he puesto a utilizarla y creo que va a quedar guay y que me va a venir súper bien.*

¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?

*Pero es que no, no encontré el momento, pero sí que creo que es importante.*

En caso afirmativo ¿**necesitarías asesoramiento** para dar visibilidad a tu negocio online?

*Sí. A ver si a mí lo que me gustaría sería estructurarse en los contenidos que yo tengo. Al margen de que yo me haya planteado una estructura de la gente cargarlos. Más bien necesitaría alguien que yo le derive todo lo que yo lanzo a los medios y lo encaje en esa estructura y lo encaje de la forma idónea para que sea efectivo. Porque a mí lo que me cuesta es ese puente. O sea, no soy capaz de bloqueo y sin embargo mis contenidos están bien estructurados porque tienes un enlace a materiales, tienes destacado lo más importante visualmente, tienes las claves de todo lo que se en la nota de prensa o claro, tienes que hacer el trabajo de volcarlo a la web de forma lógica. Y luego claro, tiene que haber una cosa. O sea que los contenidos tienen que ir por orden de importancia.*

¿**Conoces los productos y soluciones digitales** que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?

*Bueno, no tengo ni idea. Lo que pasa es que apareció un agente que me localizaron ellos y me dijeron Mira, dentro de nuestro portfolio no tenemos nada de audiovisual. Claro, ya se dispararon. Ellos me buscaron porque dijeron que trabajamos con muchas empresas técnicas y claro, el contenido que yo tengo es muy atractivo. Entonces tú con ese contenido haces cuatro chorradas y te queda bonito. ¿Por qué? Porque ya está muy trabajado. Entonces me dijeron que les interesa muchísimo, no sé qué. Me hicieron una propuesta muy buena, pero claro, no lo estoy haciendo. De hecho, me hicieron una propuesta hace no sé cuánto me están contactando y no encontré el momento para lo que realmente estaría superguay. Pero ese es. No sé cómo llamar a ese proceso. Puedo hacerlo. Es como la burocracia. Hay cosas que yo me bloquea, pero creo que es bueno. Entonces, si tuvieras que empezar de nuevo en una empresa donde buscarías a alguien que avale yo lo que he hecho normalmente te he hecho mi pregunta con alguna peli es de buscar webs que me gusten y de hecho disfruto rato rastreando mi competencia.*

**¿Sabes cuál es la mejor solución o producto digital para tu negocio?**

*Entonces le dije Mírate, toda mi competencia es seis, no son muchos, tienen una web más o menos guay. Y dime qué podemos no a respetar eso, que todo eso esté volcado en mi web pero sin que sea muy rollo. Yo quiero que sea muy visual y conciso. A No sólo van a leer, entonces mis clientes están cansados, todos están hartos de todo, entonces no pueden leer mucho. ¿Pero le dije mira mi competencia y dime qué podemos mejorar? Y yo mi competencia me lo conozco yo a su nuevo contenido y en lo que es bastante pobre, no hay una que te pueda decir qué bonita, no están bien los blogs, también están en WordPress y están como muy ordenadas, que la mía es de traca. Entonces yo voy a procurar hacer lo mismo, pero quiero que sea más efectista. O sea, mi plan es que, aunque no lean lo que pone, la abran y visualmente les encante y digan quiero trabajar con esto y me da igual.*

**¿Necesitarías asesoramiento para seleccionar la mejor opción?**

*Eso también, sí.*

**¿Dónde buscarías estos productos digitales? ¿En internet?**

*No he tenido que buscar.*

Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te diera **asesoramiento** sobre las distintas opciones?

*Eso también, sí.*

**¿Y qué te ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?

*Eso también, sí.*

**¿Que muestre información sobre el proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?

*Eso sí que es un éxito, sobre todo.*

*Si yo lo que quiero que salga no son casos de éxito histórico. Yo lo que quiero es que se vea lo que tengo ahora mismo entre manos, lo que se va a estrenar en breve, porque es lo actual, que es lo que valora la gente. Y luego un histórico pequeñito de casos de éxito para que vean.*

**¿Qué muestre información sobre las personas** que realizan los proyectos?

*A mí, sobre todo, me interesa que la persona que trate conmigo, la que vaya a llevar mi proyecto, que primero que le ilusione, que lo haga por trabajo, pero también por entusiasmo, y que cuando le muestre lo que quiero comunicar la ilusión, no sea que sea algo que sea creativo, que no sea como venga, voy a meterle hasta toda y a ver si me hace falta. Entonces y que aporte cosas que yo le diga. Hoy vamos a poner no sé qué que diga. Pues no te parece mejor, no sé cuál. Que igual no, pero y sobre todo que me ayuden porque para mí es muy curro. Entonces yo no quiero que me lo hagan ellos, pero puede que sí me hagan de puente un poquito. Venga, pues te cargo todo y si está mal, no corriges. ¿Pero si me dicen a mí me pasaron una estructura que yo tenía que rellenar y creéis que me da un infarto? O sea, es que es imposible, es que no puedo. Y es una pena, porque yo igual ya podía tener todo rodando. Pero es que cada vez que me he metido he dicho, no puedo hacer esto ahora y nunca encuentro el momento, pero sí que creo que es importante eso porque no es para mí, no es muy fuerte. Yo necesito a alguien que me guíe pero que no me de una estructura para rellenar. Es el trabajo, lo hago yo. Claro, no tiene sentido.*

**¿Te gustaría ver otros trabajos realizados para otros clientes?**

*Si encuentras una web que te va a dar ese servicio, también te gustaría ver otros proyectos que han hecho.*

*De hecho, yo acepté porque vi otros proyectos.*

*Y pensé ahí va. ¿Son modernos? No son tampoco súper caros. A mí me gustan unos desarrollos que son carísimos. Entonces tampoco puedo pedir eso. Ellos creo que dentro de lo que hacen están bien. Claro, si me das a elegir. Claro. Yo veo unos. Hay unos publicistas como yo en Los Ángeles y en Londres que tienen unas webs que. Que claro, a ver, el contenido mío podría ser parecido. Lo que yo les voy a dar a ellos, pero es un desarrollo que yo no me puedo permitir porque no lo entiendo de programación, pero debe ser la hostia. Entonces, claro.*

*Yo miro los Londres, Londres y Los Ángeles y Nueva York y veo unas movidas que digo joder. Lo que pasa es que hay un hándicap. A mí me ha pasado con clientes que si ven, que tú, que si ven, que lo que tienes es muy sofisticado la web, piensan que eres muy caro y entonces es peligroso en el sentido de que igual un cliente que puede pagarte más o menos bien, pero no, no muchísimo, ve una web super sofisticada y dice son caros. Eso no me ha pasado con la web, pero me he pasado una época con unas tarjetas y unas movidas que hice que eran muy guapas y eran caras y daba la idea de que yo cobraba mucho. Entonces no sé, hay algo intermedio un poco raro que. Que no sé.*

**¿Qué se pueda contactar y solicitar un presupuesto?**

*Sí, y sobre todo también. Lo que no me gusta mucho con estos es que daban por hecho que cuando hiciera el trabajo y ahora probaba, no me dieron mi opinión en ningún momento, porque, por ejemplo, igual yo podía decir vale, pues ahora que está cargado los contenidos extras lo veo un poco caótico, ¿no? Al principio la segunda idea se había comprado un tema, ¿no? Que era el que a mí me gustaba y sin ni siquiera tener los contenidos dentro puestos, ya daba por hecho que bueno que solo había que cargarlo y ya estaba. Yo le dije no, no, no, a ver, yo tengo que decir mi opinión, yo tengo que decir sí, lo veo caótico, yo al principio lo vi caótico, vi como muy visual, pero no entendía ni yo misma lo que estaba explicando el tacto. Entonces yo dije madre mía, si es que va a ser más confuso que otra cosa. Entonces le dije al responsable No, no, no, a ver, yo primero cuando carguemos los contenidos quiero ver si funciona o no, o sea,*

*quiero ver si es interactivo, quiero ver si de la primera mirada ves algo que entiendes o ves mogollón de cosas confusas que nada destaca, que no te enteras de qué coño te están diciendo. Y yo cuando ellos me propusieron el tema me gustó mucho estéticamente, pero vi un absoluto desorden que dije prefiero la mía, que es un puto cuadro, pero por lo menos los cuatro mierdas que hay te las he puesto yo. Pues tú entiendes lo que es, aunque sea una mierda, pero esto me parecía muy como que se lo quería quitar de en medio rápido por cumplir y tal. Y yo no funciono así.*

**¿Te gustaría ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?

*Claro y luego. Me hubiera gustado muchísimo hacer un blog con entradas, con experiencias y cosas, pero es muchísimo curro.*

**¿Te gustaría ver valoraciones** de otros clientes?

*Pues a ver, es que mi sector a ver, en principio sí lo podría hacer, porque todas las relaciones que me han sido muy positivas en LinkedIn y todo y en las redes sociales, pero en mi sector hay una gente muy extraña, el sector es muy, muy bizarro. Entonces yo cuando me han dicho de poner colaboraciones, me parece delicado, porque igual la gente no ve que está ahí con su nombre y no le gusta. Es un sector muy extraño con esos temas, ¿no? Yo, por ejemplo, os puedo decir que mi mujer es buena, pero lo he hecho yo, pero que yo soy buena en mi web. A mí me chirría porque no me gusta. O sea, quiero que ellos lo digan, pero no es mi web, es un LinkedIn. Igual me pidieron que pusiera recomendaciones, me las pusieron, pero no me siento cómoda con eso. Prefiero casos de éxito. Es de las empresas con las que trabajamos, por ejemplo, hitos de lo que ha sido precisamente eso, que la vida era eso*

**¿Cómo te gustaría que fuese esa web?**

*Pues a ver si me gustaría que fuera súper visual, con muy poco texto, pero muy bien pensado y que fuera muy interactiva y sobre todo, que no le llevase mucho tiempo al que la ve navegar. O sea, por qué no quiero que se lo lean todo, sino que digan ah, vale, esta tía ha llevado esto, esto y esto. Parece que trabaja bien porque la siguen contratando estos clientes y además tiene sus casos de éxito. Y este es el contacto. Le voy a contactar. Para mí es eso. No quiero que tenga virguerías extrañas. Lo que sí que lo hago. Por ejemplo, en las redes sociales ya van trailers, puedes ver cuidado e incluso arriba en un carrusel que me han dicho puedes meter un trailer si quieres. Pero también eso es muy delicado, porque mis clientes pueden pensar que la película que me interesa y que no trata igual a las demás. Y entonces, por ejemplo, en Facebook y en Twitter cambio el cover todo el rato, porque si pongo un único cover parece que al resto, que son su competencia, no les cuido bien. Entonces en la web mi plan es arriba del carrusel, cambiar las imágenes. O sea que yo lo pueda cambiar. Sí. Para que no piensen. Solo le interesa esta peli o sólo le interesa este cliente? Ese es mi plan. Pero bueno, que todavía habrá que ver cómo acaba la historia.*

## PARICIPANTE 2. Iñigo

Estoy realizando un estudio sobre **cómo se puede dar a apoyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Las preguntas son muy sencillas sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

¿Estás de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación.

*Sí estoy de acuerdo*

¿Cuál es tu nombre? *Iñigo.*

¿Qué edad tienes? *46 años.*

¿Dónde vives? *Vivo en Sopelana.*

¿Cuál es tu profesión? *Autónomo, construcción obras y reformas.*

¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?

*Sí*

¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

*Por la capacidad de la velocidad de digestión de noticias que tiene la sociedad.*

¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

*No*

¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?

*Probablemente sí.*

En caso afirmativo ¿**necesitarías asesoramiento** para dar visibilidad a tu negocio online?

*Probablemente sí.*

¿Conoces los productos y soluciones digitales que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?

*No, no conoces.*

¿Sabes cuál es la **mejor solución o producto digital para tu negocio**?

*NO*

¿**Necesitarías asesoramiento** para seleccionar la mejor opción?

*Si*

¿**Dónde buscarías** estos productos digitales? ¿En internet?

*En la red. O sea, tú te meterías al internet y buscarías más internet, más opiniones o. No, no, vale, vale. Vale*

Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te diera **asesoramiento** sobre las distintas opciones?

*Probablemente. Sí. Sí, yo creo que sí.*

¿Y qué te **ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?

*Sí.*

¿Que **muestre información** sobre el **proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?

*Sí, también sí. Me gustaría ver ejemplos.*

¿Qué **muestre información sobre las personas** que realizan los proyectos?

*No me importaría tanto.*

¿Te gustaría **ver otros trabajos realizados** para otros clientes?

*Proceso o la línea que lleva la empresa que lo realiza. Es más serio si es más informal.*

¿Qué se pueda **contactar** y solicitar un **presupuesto**?

*También, por supuesto.*

¿Te gustaría **ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?

*¡No!*

¿U otro tipo de noticias e información?

*No iría yo a buscarlo. Sería otra.*

¿Te gustaría **ver valoraciones** de otros clientes?

*Si, me interesa más*

**¿Cómo te gustaría que fuese esa web?**

*Pues eso, dinámica precisamente y. Nueva. Y vanguardista. Sí. Pues que esté al tanto de las nuevas tendencias. Y que sea fácil de usar. Fácil de navegar.*

Vale. Pues ya estaría entrevista. Muy bien. Muchas gracias por tus comentarios.

### **PARICIPANTE 3. Leire**

Estoy realizando un estudio sobre **cómo se puede dar a apoyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Las preguntas son muy sencillas sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales

tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

¿Estás de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación.

*Sí estoy de acuerdo*

¿Cuál es tu nombre?

¿Qué edad tienes? *45 años.*

¿Dónde vives? *Vivo en Barrika.*

¿Cuál es tu profesión? *Mi profesión ahora mismo estoy de baja, pero funeraria. Bueno, puedes poner si quieres. Conductora. He tenido negocio propio una tienda de animales.*

¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?

*considero que para todo lo que tenemos, o sea, considero que para el negocio no se utiliza internet como se utiliza para las redes sociales. Si utilizamos un 10% de la capacidad que tiene internet para mejorar, que estemos todos juntos. Es decir, que yo no voy a Lanbide y me tengo que ir a la Seguridad Social porque no tienen los datos o que no pueda gestionar desde una tienda que tengo en Bilbao un pedido de algo que haya que hacer por teléfono, por supuestísimo. No entiendo por qué estamos tan Retrasados. Cuando avanza tanto.*

¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

*Por supuesto, siempre hay que adaptarse*

¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

*Bueno, tuve web, pero la quité porque. Bueno, a ver, depende del negocio que tengas. Yo trabajo muchos sitios y yo trabajo en la fontanería o cuando he trabajado pues yo hago pedidos, necesito una llave del cuatro y no sé qué. O cuando trabajo un desguace de coches he pedido la pieza con la referencia que necesito, pero por ejemplo trabajando en la funeraria, que ya es un trato, que estamos hablando de vidas, o cuando he trabajado en las clínicas veterinarias o en mi propio negocio, que era una tienda de animales, es que es completamente diferente, entonces para eso se necesita más lo que es la presencia. El estar es muy frío por teléfono, porque en el comercio ha sido así, es muy frío. Entonces la tecnología siempre me va a ayudar en vez de ir con un papel y un boli y tipex para tachar que a lo mejor en ese momento no sabes si quieres unos zapatos azules, marrones o en el trabajo que haga, pues tengo la opción de poder cambiarlo todo, de que eso existe, que si tengo que hacer un pedido directamente ya me vaya y me digan no hay, quedan.*

*En una intranet de gestión.*

*Solamente tengo una amiga que trabaja en Cytotec y funciona. La empresa alucinante se ha comido el mercado y se ha caído porque no tenía una buena gestión de pedidos. Eran muy lentas las devoluciones, la reparación es.*

¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?



*Pues mira, hoy en día yo creo que la novedad no es siempre lo que innova, es mejor. Entonces, como todo el mundo se anuncia en Internet. Yo creo que ahora mismo te haces unas pancartas y vas por la calle y le pones a tu perro un gesto gracioso o haces un vas. Meter cartas o sobres, como me da igual con un Alice de perro. Y te digo que hoy en día creo yo que podría funcionar más porque estamos saturados, porque todo es página web. De hecho, mi problema principal que tuve que dejar mi negocio era porque yo no podía competir como tienda con internet. Por qué yo tengo que pagar un alquiler y tengo que pagar unos empleados, luz, agua y puede que me venga gente o que no había días que perdía dinero solo de lo que yo tenía de gastos en luz en ese negocio. Entonces entiendo que pues no, que no podía competir, ya vendían el pienso al mismo precio o diez y encima te mandan a casa y no hay 15 kilos que me van a comprar.*

*Hasta ahí me puedo especializar. Para mí, la única manera que tuve de competir contra el progreso del internet en mi negocio era dando un servicio excelente, no excelentísimo. O sea, decir no a nada, aunque pensé yo qué sé hacer un perro de peluquería, de estar tres horas, de cobrar 70 € y no cobrárselo porque fíjate, tenía en la corte una uña sangrando, necesitaba tener los clientes y eso hizo que yo pudiese seguir porque tenía lo que hice. Pues ya sabes que porque un negocio funcione la clientela y que salga mal.*

¿Conoces los productos y soluciones digitales que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?

*Sí, porque sí he tenido, pero aparte porque, porque las utilizo. Entonces las utilizo porque me obligan a utilizarlas.*

¿Sabes cuál es la **mejor solución o producto digital para tu negocio**?

*De momento no, porque no puedo competir. Yo soy autónoma y no puedo competir con tienda animal, por ejemplo, que es no, no puedo. Tendría que trabajar metida en mi casa con el género e ir a los domicilios a llevarles las cosas, porque no sería imposible. O sea, yo porque aparte de lo que era la tienda, sobre todo nos especializamos en explicar, hemos perdido ventas porque una persona quería una raza determinada de perro que era imposible que fuesen compatibles. Pero bueno, yo creo que en negocios como el mío es especializarte en el pequeño negocio, en pymes. Bueno, depende de la lo que vendas y la presión que tengas, de lo grande que seas, pero lo complicado está porque ellos pueden comprar. O sea, se han quitado un montón de dinero, un montón de lonjas, traen contenedores que solo pagas el contenedor, no el contenido. Es decir, crear lo que quieras porque no importa, solo que no sobresalgan.*

¿**Necesitarías asesoramiento** para seleccionar la mejor opción?

*Sí Porque yo no puedo estar al día de todo lo que hay. Primero porque no tengo el conocimiento. Y segundo, porque nuestro tiempo vale.*

¿**Dónde buscarías** estos productos digitales? ¿En internet?

*Pues no te voy a engañar. No tengo ni idea. Buscaría primero con quién trabajo. Es decir, yo que sé. Bueno, cuando tienes un negocio siempre tienes un asesor o una gestoría.*

*Pero sí, general, generalmente lo que mejor funciona es el boca a boca. Pero hoy en día ya hay tantas empresas que si no es que uno no va a tener problema con Movistar. Y claro, tú no puedes hacer un baremo con lo que te da una persona porque tú no sabes si esa persona ha tenido diez. Ha utilizado diez maneras diferentes o ha sido una. Pero yo diría más. O sea, a veces creo que el*



*dinero está en gastarse y si existe una empresa o gente que se dedica a asesorar, eso en concreto en una empresa, iría yo y luego preguntaría, por supuesto.*

¿Y qué te **ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?

*Sí claro. Convencida de que lo que me den va a funcionar muy bien, porque es rápido, es tal. Y el problema está en cómo llegan las cosas, en que la gente también trabaja, no tiene horario.*

¿Que **muestre información** sobre el **proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?

*Si me los ponen de verdad, por supuesto. Es la garantía. Es la garantía de saber que funcionan bien. Bueno, sobre todo también lo ves cuando ellos. En cuanto sale algo te lo notifican que tú no tienes ganas. No sé qué no, pero dicen mira esto, no sé qué. O que simplemente se interesen por tu propio negocio y digan Oye, mira, creo que para tu negocio el otro día no sé qué. Eso sería lo ideal. No sé.*

¿Qué **muestre información sobre las personas** que realizan los proyectos?

*No*

¿Te gustaría **ver otros trabajos realizados** para otros clientes?

*Sí. Por supuesto*

¿Qué se pueda **contactar** y solicitar un **presupuesto**?

*Exactamente que si tenga un problema, como yo trabajaba en centro comercial, pues imagínate. Un sábado a las 19:00 de la tarde se me quedó bloqueado el ordenador, todo negro, la tienda, la gente, ni idea de y no podía cobrar, no podía emitir tickets y entonces me ponía exit y no podía encontrar informático y era escribir todas las teclas, pero no se me ocurrió nunca. Y después de dos horas pues explicarlo todo ese papeleo, retraso de cliente, facturar para tal y tal pues.*

¿Te gustaría **ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?

*No, porque no soy para eso. Yo soy comercial. Pero yo cuando quiero una cosa, lo miro mucho, mucho. Hago muchas comparativas. Y vamos, que a veces lo comparo tanto que ya se me quitan las ganas de tenerlo.*

¿U otro tipo de noticias e información?

*No*

¿Te gustaría **ver valoraciones** de otros clientes?

*A mí lo que no me gusta es que me informen de todo, ¿sabes? Movistar saca 200.000 ofertas y me manda la de pymes, la de autónomos, la de particulares, la de no sé, un poquito más así y mándame lo que sea adaptado a mí.*

¿**Cómo te gustaría que fuese esa web**?

*Pues una web que se preocupase de mi negocio como el mío propio, porque supongo que cuanto más trabaje con ellos, más dinero van a ganar. Y para eso contrato. Porque tienes que estar al día. Esto va muy rápido y las cosas cambian muy rápido. Si una persona tiene una idea y revoluciona el mercado de lo que no, lo que sea. Y entonces si yo tengo una persona que ya*

*trabaja conmigo, sólo me tengo que dedicar a mi negocio y a vender, porque ya tengo una persona que me dice oye, al loro, porque mira, se están poniendo de moda en mi negocio o van a prohibir la venta de tal animal. No compres o no lo que te tengan que asesorar. No vendes tulipanes, no tengas tulipanes porque acaba de haber una nevada en Holanda y no hay.*

Vale. Pues ya estaría entrevista. Muy bien. Muchas gracias por tus comentarios.

#### **PARICIPANTE 4. Cristina**

Estoy realizando un estudio sobre **cómo se puede dar a apoyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Las preguntas son muy sencillas sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

¿Estás de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación.

*Sí estoy de acuerdo*

¿Cuál es tu nombre? *Cristina*

¿Qué edad tienes? *58 años.*

¿Dónde vives? *Vivo en Pamplona.*

¿Cuál es tu profesión? *Autónoma, gerente de empresa.*

¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?

*Sí. Porque yo creo que es importante. Son importantes las webs para cualquier comercio. ¿A eso te refieres?*

¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

*Todo lo que sea progresar. Sí.*

¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

*Sí, web, redes sociales...*

¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?

*si es que puedo acceder al mayor número de gente. Si.*

En caso afirmativo ¿**necesitarías asesoramiento** para dar visibilidad a tu negocio online?

*Sí, creo que sí. Porque yo. Porque yo estoy sola. Vamos. No tengo ni idea. Entonces todo lo que sea ponerse al día. Sí.*

¿Conoces los productos y soluciones digitales que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?

*Yo lo único que sé es la creación de webs. Y las redes sociales. No tengo ni idea si hay más formatos o más.*

¿Sabes cuál es la **mejor solución o producto digital para tu negocio**?

*La mejor solución sería que fuera súper visible al mayor número posible de gente que accediera a conseguir el mayor número de visitantes en la página, porque eso supondría mayor número de ventas.*

¿**Necesitarías asesoramiento** para seleccionar la mejor opción?

*Si*

¿**Dónde buscarías** estos productos digitales? ¿En internet?

*no sé, serían cosas oficiales, las cámaras de comercio, sino que tendrán consecuencias en los gobiernos, cada comunidad, su gobierno. Con el Departamento de Economía, me imagino que también tendrán. Y luego, claro, tirando de cosas privadas, haciendo una inversión de dinero que muchos negocios no nos pueden pagar.*

Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te diera **asesoramiento** sobre las distintas opciones?

*Y sobre todo, que no nos suponga a los otros una inversión de dinero. Eso. Eso no sé si sobre la base de subvenciones o ayudas.*

¿Y qué te **ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?

*Sí.*

¿Que **muestre información** sobre el **proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?

*Sí,*

¿Te gustaría **ver otros trabajos realizados** para otros clientes?

*Sí*

¿Qué se pueda **contactar** y solicitar un **presupuesto**?

*que te resuelva las dudas que te van surgiendo en el día a día. Porque una cosa es la teoría y la práctica*

¿Te gustaría **ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?

*Bueno, no, tampoco nos va a decir mucho. No sé. Bueno, igual que a la otra gente, también te puede sugerir que puedes dar ideas.*

¿Te gustaría **ver valoraciones** de otros clientes?

*Si, me interesa.*

¿**Cómo te gustaría que fuese esa web**?

*me gustaría que fuera fácil de navegar por ella. Que sea intuitiva. Que sea práctica. Que te de la mayor información posible a la hora de resolver tus dudas.*

Vale. Pues ya estaría entrevista. Muy bien. Muchas gracias por tus comentarios.

## **PARICIPANTE 5. Estíbaliz**

Estoy realizando un estudio sobre **cómo se puede dar a apoyo digital a Pymes y Autónomos para impulsar la transformación digital** a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

Las preguntas son muy sencillas sobre la **transformación digital de Pymes y autónomos**, cómo se puede **dar apoyo digital** y cuál es la **mejor forma de vender productos** digitales tales como webs, aplicaciones, tiendas online, intranets corporativas... para que podáis encontrar la mejor solución.

¿Estás de acuerdo si grabo la entrevista? Te aseguro que sólo es para la investigación.

*Sí estoy de acuerdo*

¿Cuál es tu nombre? *Estíbaliz*

¿Qué edad tienes? *47 años.*

¿Dónde vives? *Vivo en Bilbao.*

¿Cuál es tu profesión? *Autónoma, cocinera.*

¿Crees que es necesario **marcar la diferencia frente a tu competencia** mediante un espacio digital online de tu negocio?

*Sí. Porque me parece que es fundamental hoy en día marcar, posicionarte, marcar una diferencia, destacar. A través de estos grupos vale.*

¿Crees que es necesario **crear nuevos modelos de negocio adaptados al futuro** y a las nuevas tecnologías? ¿Por qué?

*Creo que es necesario. Creo que es lo que viene. Es la tendencia, por lo menos en el mundo de la cocina. En la escuela de Estado, desde hace ya tiempo nos vienen avisando del cambio de paradigma de servicio muy lento y muy pero casi no va a ser de cara al cliente, sino cosas para llevar y hacer.*

¿Tienes un espacio digital online, web... de tu negocio?

*Bueno, tuve en su día,*

¿Crees que es necesario **dar visibilidad a tu negocio en un espacio online**? ¿web, tienda online, aplicación...?

*Sí, es. Es necesario y creo que vale dinero. No? O sea, tener o dinero o tiempo para formarte y hacerlo uno mismo, porque es un mundo que cambia muy rápido y que hay que estar muy actualizado para ser visible, para destacar, para haya contenido y que la gente te vea.*

En caso afirmativo ¿**necesitarías asesoramiento** para dar visibilidad a tu negocio online?

*Pues mira, a pesar de haber estudiado un curso de marketing y comunicación digital que creo que fue en el 2015, a pesar de hace cuatro años o así haber estado manejando estas herramientas, creo que a día de hoy volvería a necesitar formación y apoyo. No es lo mismo, pero está viejo muy rápidamente, como obsoleto.*

¿Conoces los productos y soluciones digitales que existen actualmente para realizar la transformación digital de tu negocio? ¿Y los pasos que tienes que seguir?

*Pues yo no sé. Por ejemplo, para el tema este que piden de. De Hacienda. Sé que se está metiendo una legislación. Yo ahí no tendría ni idea. Necesitaría todo el apoyo. Y luego pues para abrirme cuentas. ¿De que te refieres? ¿Para aplicaciones como?*

¿Sabes cuál es la **mejor solución o producto digital para tu negocio**?

*No estoy muy al día, la verdad. Creo que no me al día de todo lo que puedo llegar a abarcar.*

¿**Necesitarías asesoramiento** para seleccionar la mejor opción?

*Si*

¿**Dónde buscarías** estos productos digitales? ¿En internet?

*Pues no, si no los conozco no creo que sabría dónde buscar. Puedo conocer aplicaciones como Instagram y Facebook, pero existen en los negocios, pero no, la verdad. Bueno, hay contactos de gente profesional pero que conocer la materia y me iría informando. Pero no, no lo tengo muy claro.*

Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te diera **asesoramiento** sobre las distintas opciones?

*Si, me gustaría que me dijeran cuáles son las herramientas más adecuadas para mi tipo de negocio y en lo que yo pudiera ser un poco más autónomo y no depender de. De la cosa. No lo sé. ¿Una formación? Si, creo que sería útil.*

¿Y qué te **ofrezca los servicios y productos digitales** que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?

*Sí. Todo el asesoramiento de los productos que pudieran favorecerme.*

¿Que **muestre información** sobre el **proceso de trabajo** que siguen y cómo han realizado otros proyectos?

*Sí, que cuando haces un pedido y sabes cómo va llegando y vean qué producto de reparto está ahí cuando estaba cerca de tu casa, pues lo mismo con sería un buen método, ¿no? Es decir, estar informado de la evolución de lo que tú haces. Vale. ¿Lo que te refieres? Sí, sí. También.*

¿Te gustaría **ver otros trabajos realizados** para otros clientes?

*Supongo que es interesante para hacerte una idea también de lo que puedes aplicar a tu oferta como tirador. Sí.*

¿Qué se pueda **contactar** y solicitar un **presupuesto**?

*Eso También*

¿Te gustaría **ver noticias** relacionadas con la transformación digital empresarial?

*Pues sí. Sí. Entonces no es que las busque, por ejemplo, no es una porque no estoy en el momento de emprender, pero supongo que, si me si estoy en este caso, me metería en páginas de cruce de prensa dedicadas al tema para ver si me informo lo que sé.*

¿Te gustaría **ver valoraciones** de otros clientes?

*Pues siempre es importante cuando vas a hacer una compra. Siempre se mira un poco de los clientes sobre la empresa para ver si hay algo bueno.*

¿**Cómo te gustaría que fuese esa web**?

*Pues organizada dinámica intuitiva de fácil recorrido e la letra grande que ya no veo muy visual, que no sé nada, sobre todo igual por materia organizada, organizada si no sé por materia, supongo que según el tipo de oferta o de servicio de producto que quiere andar, pues me es clara, clara, concisa y efectiva.*

Vale. Pues ya estaría entrevista. Muy bien. Muchas gracias por tus comentarios.

## Anexo 2. Affinity Diagram

# Affinity Diagram

## Entrevistas con usuarios



PREGUNTAS	10 Una vez que has encontrado en internet una web que ofrece estos productos digitales ¿Te gustaría que te fuera asesoramiento sobre las distintas opciones?	11 ¿Y qué te ofrezca los servicios y productos digitales que se adapten a tu negocio? ¿Webs, tiendas online, aplicaciones, intranets corporativas...?	12 ¿Que muestre información sobre el proceso de trabajo que siguen y cómo han realizado otros proyectos?	13 ¿Te gustaría ver otros trabajos realizados para otros clientes?	14 ¿Qué se pueda contactar y solicitar un presupuesto?	15 ¿Te gustaría ver noticias relacionadas con la transformación digital empresarial?	16 ¿Te gustaría ver valoraciones de otros clientes?	17 ¿Cómo te gustaría que fuese esa web?
<b>SONIA</b> 50 años. Autónoma, jefa de prensa y relaciones públicas.	S10 Eso también, sí.	S11 Eso también, sí.	S12 Eso sí que es un éxito, sobre todo. Si yo lo que quiero que salga no son cosas de éxito.	S13 Si encuentras una web que te va a dar ese servicio, también te gustaría ver otros proyectos que han hecho.	S14 Sí, y sobre todo también.	S15 Claro, me gustaría un blog con entradas, con experiencias.	S16 Prefiero casos de éxito.	S17 -Me gustaría que fuera super visual, con muy poco texto, pero muy bien pensado y que fuese muy interactiva y sobre todo, que me le llevase mucho tiempo al que la ve navegar.
<b>Iñigo</b> 46 años. Autónomo, construcción y reformas	Iñigo 10 Probablemente. Sí, Sí, yo creo que sí.	Iñigo 11 Sí.	Iñigo 12 Sí, también sí. Me gustaría ver ejemplos.	Iñigo 13 Proceso o la línea que lleva la empresa que lo realiza. Si es más serio o más informal.	Iñigo 14 También, por supuesto.	Iñigo 15 No.	Iñigo 16 Sí, me interesa más.	Iñigo 16 Pues eso, dinámica precisamente, nueva y vanguardista. Sí. Pues que este al tanto de las nuevas tendencias. Y que sea fácil de usar. Fácil de navegar.
<b>Leire</b> 45 años. Conductora. He tenido negocio propio una tienda de animales	Leire 10 Yo creo que sí.	Leire 11 Sí claro. Convencida de que lo que me den va a funcionar muy bien.	Leire 12 Si me los ponan de verdad, por supuesto. Es la garantía. Es la garantía de saber que funcionan bien.	Leire 13 Sí.	Leire 14 Exactamente que si tenga un problema lo puedan solucionar.	Leire 15 No. Pero yo cuando quiero una cosa, lo miro mucho, mucho. Hago muchas comparativas.	Leire 16 Si pero a mí lo que no me gusta es que me informen de todo. Que me informen lo que sea adaptado a mí.	Leire 17 Pues eso, dinámica de negocio como el mío propio.
<b>Cristina</b> 58 años. Autónoma gerente de empresa	Cristina 10 Sí, y sobre todo, que no nos suponga a los otros una inversión de dinero. Eso no sé si sobre la base de subvenciones o ayudas.	Cristina 11 Sí.	Cristina 12 Sí.	Cristina 13 Sí.	Cristina 14 que te resuelva las dudas que le van surgiendo en el día a día. Porque una cosa es la teoría y la práctica.	Cristina 15 Bueno, no, tampoco nos va a decir mucho. No sé. Bueno, igual que a la otra gente, también te puede sugerir que puedes dar ideas.	Cristina 16 Sí, me interesa.	Cristina 17 me gustaría que fuera fácil de navegar por ella. Que sea intuitiva. Que sea práctica. Que te de la mayor información posible a la hora de resolver tus dudas.
<b>Estibaliz</b> 47 años. Autónoma cocinera.	Estibaliz 10 Sí, me gustaría que me dijeran cuáles son las herramientas más adecuadas para mi tipo de negocio y en lo que yo podría ser un poco más autónoma y no depender. No lo sé. Una formación? Sí, creo que sería útil.	Estibaliz 11 Sí. Todo el asesoramiento de los productos que pudieran favorecerme.	Estibaliz 12 Sí. Estar informado de la evolución de la que tu haces.	Estibaliz 13 Sí. Supongo que es interesante para hacerte una idea también de lo que puedes aplicar a tu negocio. Sí.	Estibaliz 14 Sí. Eso También.	Estibaliz 15 Pues sí, si me meteria en páginas de cruce de prensa dedicadas al tema para ver si me informo lo que se.	Estibaliz 16 Pues siempre es importante cuando vas a hacer una compra. Siempre se mira un poco de los clientes sobre la empresa para ver si hay algo bueno.	Estibaliz 17 Pues organizada dinámica intuitiva de fácil recorrido a la hora de irte, que ya no veo muy visual, que no sé nada, sobre todo igual por materia organizada, organizada si no sé por materia, supongo que según el tipo de oferta o de servicio de producto que quiere andar, pues me es clara, clara, concisa y efectiva.



# Affinity Diagram

## Características similares

### Marcar diferencia con la competencia mediante un espacio digital online

**Sonia 1**  
Si eres importante, es un accidente. -Si me deslizo, lo que yo trabajo más en redes sociales.

**Sonia 2**  
-Posiblemente en redes sociales. -Lo que yo trabajo es estrategia y luego estrategias de contenidos. -Me dice cuál es el posicionamiento que como que es bueno y luego voy viendo según voy viendo a qué se va compenando. -Ahora incluso para mí es rápido ver cómo es la empresa que es en la empresa tradicional.

**Cristina 1**  
Si porque yo creo que yo trabajo más en redes. Importantes los datos para conseguir clientes.

**Cristina 2**  
Todo lo que sea una programación en línea.

**Leire 1**  
-Cristina de cara al marketing en el digital. -Hoy en día como se están haciendo cosas de las que yo creo que es más complicado que en la empresa tradicional.

**Leire 2**  
Estrategia y que como.

**Estibaliz 1**  
Si porque yo creo que yo trabajo más en redes. Importantes los datos para conseguir clientes.

**Estibaliz 2**  
Lo que yo creo que yo trabajo más en redes. Importantes los datos para conseguir clientes.

### Dar visibilidad online y la necesidad de asesoramiento

**Sonia 4**  
Si es una que es importante.

**Leire 4**  
Como sea la necesidad que yo necesito que me ayude. -Bueno, es una estrategia, como todo el mundo lo analiza. -Yo creo que a mí me gusta más la idea de tener una página web que yo creo que me gusta más. -Hoy en día como se están haciendo cosas de las que yo creo que es más complicado que en la empresa tradicional.

**Sonia 5**  
Si. -Yo creo que yo necesito que me ayude. -Bueno, es una estrategia, como todo el mundo lo analiza. -Yo creo que a mí me gusta más la idea de tener una página web que yo creo que me gusta más.

**Leire 5**  
Yo necesito que me ayude.

**Leire 6**  
Si.

**Estibaliz 5**  
Yo necesito que me ayude.

**Cristina 4**  
Si es una que es importante.

**Estibaliz 4**  
Si es una que es importante.

**Cristina 5**  
Si es una que es importante.

### Conocimiento de productos y soluciones digitales que existen. Necesidad de asesoramiento para elegir la mejor opción

**Sonia 6**  
Ayuda en elegir y decir. Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 6**  
Si, porque si yo voy a elegir, porque los datos me ayudan a elegir.

**Cristina 6**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 6**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 7**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 7**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 8**  
Si.

**Leire 7**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 7**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 8**  
Si.

**Estibaliz 8**  
Si.

**Leire 8**  
Si, porque si yo voy a elegir, porque los datos me ayudan a elegir.

### Dónde buscan los productos y soluciones digitales

**Sonia 9**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 9**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 9**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 9**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 10**  
Si.

**Leire 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

# Características de la web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales.

### Sección de asesoramiento servicios y productos

**Sonia 10**  
Si.

**Leire 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 10**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Sección de servicios y productos

**Sonia 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 11**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Sección de procesos de trabajos

**Sonia 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 12**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 13**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Sección de proyectos realizados

**Sonia 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Sonia 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Contactar y solicitud presupuesto

**Sonia 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 14**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Sección de noticias

**Sonia 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 15**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Que muestre valoraciones

**Sonia 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 16**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

### Estilo de la web

**Sonia 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Higo 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Leire 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Cristina 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

**Estibaliz 17**  
Yo lo que yo necesito es saber cuál es la mejor opción para mí.

# Affinity Diagram

## Grupos

Cómo se puede dar apoyo digital a Pymes y Autónomos a través de una web dedicada al desarrollo de productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

### Grupo 1. Espacio digital online, web, tienda online... de tu negocio

#### Marcar diferencia con la competencia

**Sonia 1**  
- Es muy importante, es un escaparate, -en mi sector, es que se trabaja más en redes sociales.

**Sonia 2**  
- posicionamiento en redes sociales. -Lo que les propongo es estrategia y hago comparativas de contenidos.

**Cristina 1**  
- Si. Porque yo creo que es importante. Son importantes las webs para cualquier comercio.

**Cristina 2**  
- Todo lo que sea progresar es bueno

**Iñigo 2**  
- Por la capacidad de digestión de noticias que tiene la sociedad.

**Estibaliz 1**  
- Si. Porque me parece que es fundamental hoy en día marcas, posicionando, marcar una diferencia, destacar.

Considero que para el posicionamiento que creo que es bueno y luego voy viendo según lo que hace la competencia. -Ahora mismo para mí mi negocio está más en entornos que en la empresa tradicional.

**Leire 1**  
- Considero que para el negocio no se utilizan Internet como se utilizaba para las redes sociales.

**Leire 2**  
- Siempre hay que adaptarse.

**Estibaliz 2**  
- Creo que es necesario. En la tendencia, por lo menos en el mundo de la cocina. En la escuela desde hace ya tiempo nos vienen enseñando del cambio de paradigma de servicio.

#### Dar visibilidad online y necesidad de asesoramiento

**Sonia 4**  
- Si que creo que es irpa tanto.

**Iñigo 4**  
- Probablemente sí.

**Leire 4**  
- Creo que la necesidad no es siempre lo que importa, es mejor.

**Sonia 5**  
- Si. -Más bien necesitaría alguien que yo le diera todo lo que yo lanzo a las redes y lo voy en esa estructura y lo voy a ir haciendo para que sea efectivo.

**Iñigo 5**  
- Posiblemente sí.

**Estibaliz 5**  
- Pues mira a pesar de haber estudiado un curso de marketing y comunicación digital que creo que fue en el 2015, a pesar de hace cuatro años o así haber estado manejando estos herramientas, creo que a día de hoy volvería a necesitar formación y apoyo. No es lo mismo, pero está viejo muy rápidamente, van cambiando.

**Cristina 4**  
- Si es que puedo acceder al mayor número de gente. Si.

**Estibaliz 4**  
- Si sí. Es necesario y creo que vale dinero. O sea, tenerlo o tenerlo o tenerlo un poco gracioso y lo digo que hoy en día creo yo que podría funcionar más porque entonces, entonces, porque es un mundo que cambia muy rápido y que hay que estar muy actualizado para ser viable, para destacar, para que haya contenido y que la gente lo vea.

**Leire 4**  
- Creo que la necesidad no es siempre lo que importa, es mejor. Entonces, como todo el mundo se anuncia en Internet. Yo creo que ahora mismo lo haces unas pocas veces y vas por la calle y le pones o tu sitio un poco gracioso y lo digo que hoy en día creo yo que podría funcionar más porque entonces, entonces, porque es un mundo que cambia muy rápido y que hay que estar muy actualizado para ser viable, para destacar, para que haya contenido y que la gente lo vea.

**Sonia 5**  
- Si. -Más bien necesitaría alguien que yo le diera todo lo que yo lanzo a las redes y lo voy en esa estructura y lo voy a ir haciendo para que sea efectivo. -los contenidos tienen que ir por orden de importancia.

**Leire 5**  
- Si.

**Cristina 5**  
- Si, creo que sí. No tengo ni idea. Entonces todo lo que sea ponerle el día. Si.

### Grupo 2. Productos y soluciones digitales tales como webs, tiendas online, aplicaciones e intranets corporativas.

#### Conocimiento de productos y soluciones digitales que existen. Necesidad de asesoramiento para elegir la mejor opción

#### Dónde buscan los productos y soluciones digitales

**Sonia 6**  
- Bueno, no tengo ni idea. Yo lo que he hecho normalmente es buscar webs que me gusten, rastrearlo mi competencia.

**Iñigo 6**  
- No, no conozco.

**Estibaliz 6**  
- Pues yo no sé. Por ejemplo, para el tema este que piden de Hacienda. Si que se está haciendo una legislación. Yo ahí no tengo ni idea. Necesitaría todo el apoyo.

**Cristina 7**  
- La mejor solución sería que fuera súper visible al mayor número posible de gente que accediera e elegir el mayor número de visitantes en la página, porque eso supondría mayor número de ventas.

**Sonia 7**  
- Entonces yo voy a procurar hacer lo mismo que mi competencia, pero quiero que sea más efectiva.

**Sonia 8**  
- Si.

**Iñigo 8**  
- Si.

**Leire 8**  
- Si. Porque yo no puedo estar el día de todo lo que hay. Primero porque no tengo el conocimiento, y segundo, porque nuestro tiempo vale.

**Sonia 9**  
- No he tenido que buscar.

**Cristina 9**  
- No sé, son cosas oficiales, las cámaras de comercio, cada comunidad, su gobierno. Con el Departamento de Economía, me imagino que también tendrían. Y luego, claro, branding de cosas privadas, haciendo una inversión de dinero que muchos negocios no pueden pagar.

**Leire 9**  
- No tengo ni idea. Queriría primero con quien hablar. Bueno, cuando tienes un negocio siempre tienes un asesor o una gestoría. Pero si, genera interés lo que mejor funciona es el boca a boca.

**Estibaliz 9**  
- Pues no, si no conozco ni creo que me podría darme mucho. Puedo conocer aplicaciones como Instagram y Facebook, pero en Internet en los negocios, por eso, la verdad. Bueno, hay contactos de gente profesional pero que conozca la materia y me ha informado.

**Leire 8**  
- Si, porque si he tenido, entonces las utilizo porque me obligan a utilizarlas.

**Cristina 8**  
- Yo lo único que sé es la creación de webs. Y las redes sociales. No tengo ni idea si hay más herramientas más.

**Estibaliz 7**  
- No estoy muy al día, la verdad. Creo que no me estoy al día de todo lo que puedo llegar a saber.

**Cristina 8**  
- Si.

**Estibaliz 8**  
- Si.

**Cristina 8**  
- Si.

**Estibaliz 8**  
- Si.

**Iñigo 8**  
- En la red. O sea, me muevo en Internet y buscaré más opiniones.

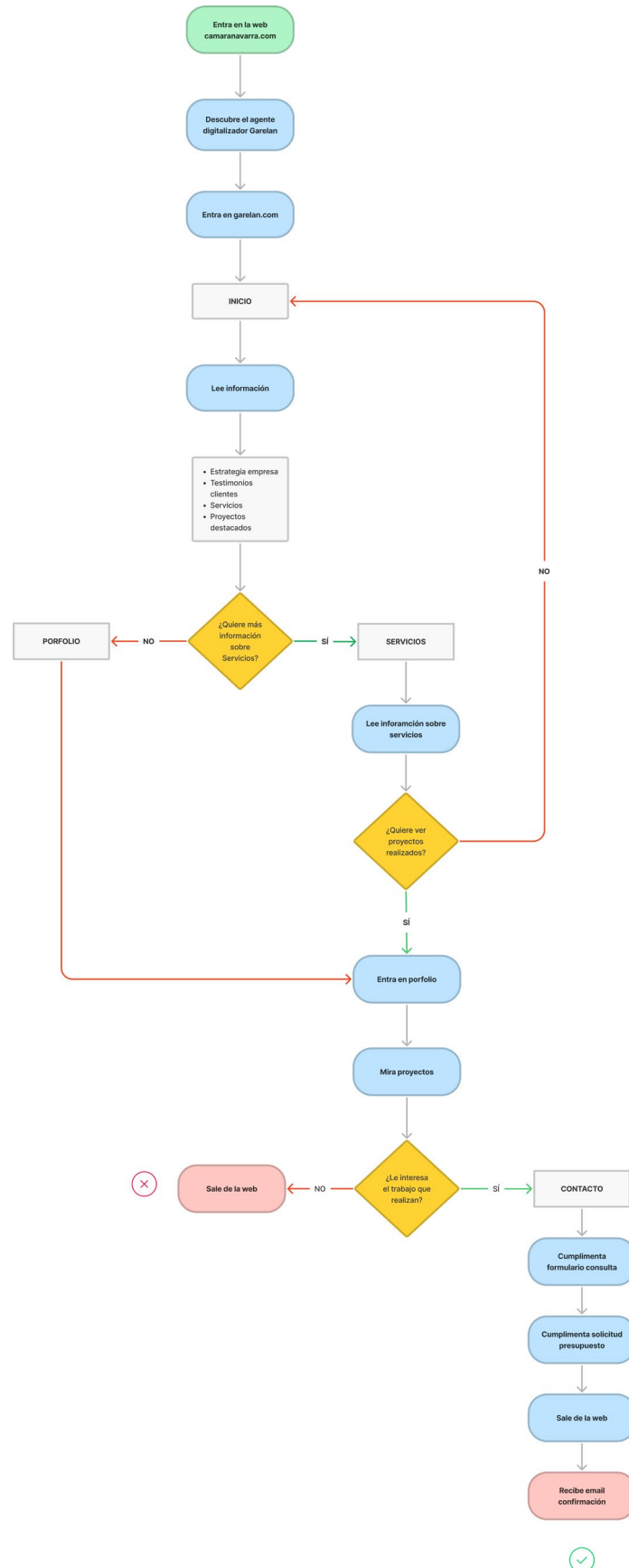
**Cristina 9**  
- No sé, son cosas oficiales, las cámaras de comercio, cada comunidad, su gobierno. Con el Departamento de Economía, me imagino que también tendrían. Y luego, claro, branding de cosas privadas, haciendo una inversión de dinero que muchos negocios no pueden pagar.

**Leire 9**  
- No tengo ni idea. Queriría primero con quien hablar. Bueno, cuando tienes un negocio siempre tienes un asesor o una gestoría. Pero si, genera interés lo que mejor funciona es el boca a boca.

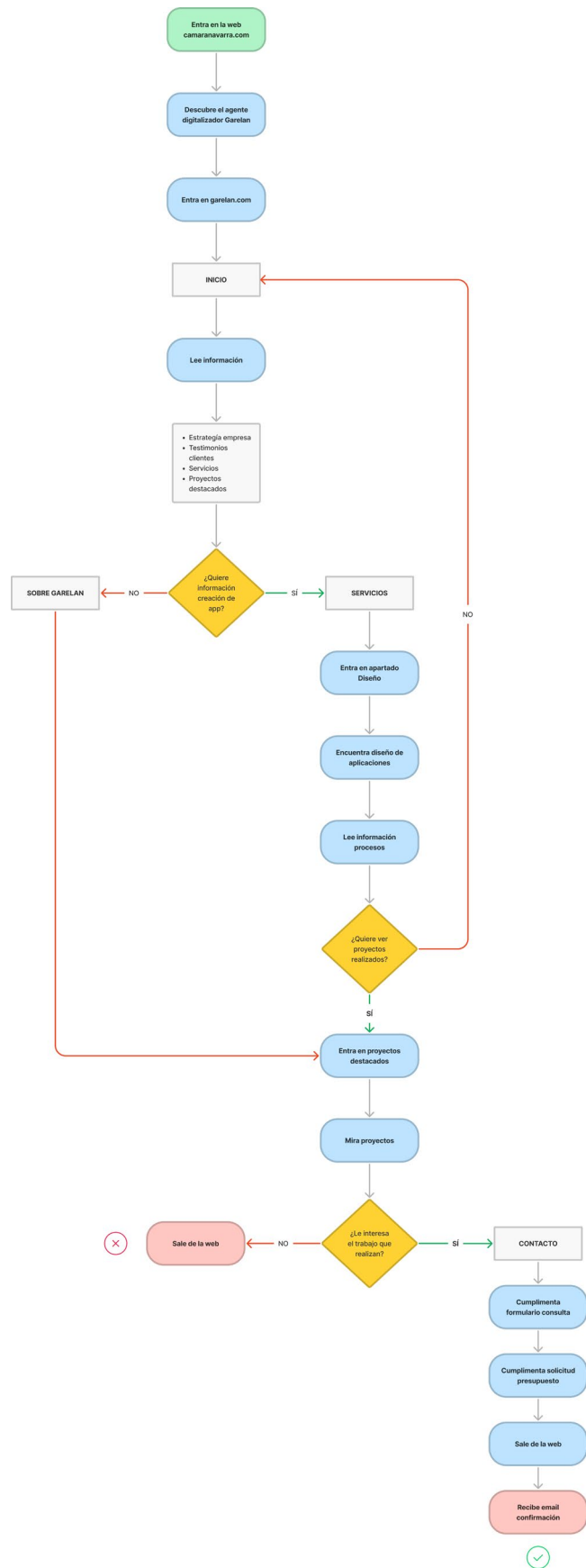
**Estibaliz 9**  
- Pues no, si no conozco ni creo que me podría darme mucho. Puedo conocer aplicaciones como Instagram y Facebook, pero en Internet en los negocios, por eso, la verdad. Bueno, hay contactos de gente profesional pero que conozca la materia y me ha informado.

### Anexo 3. Diagramas de flujo

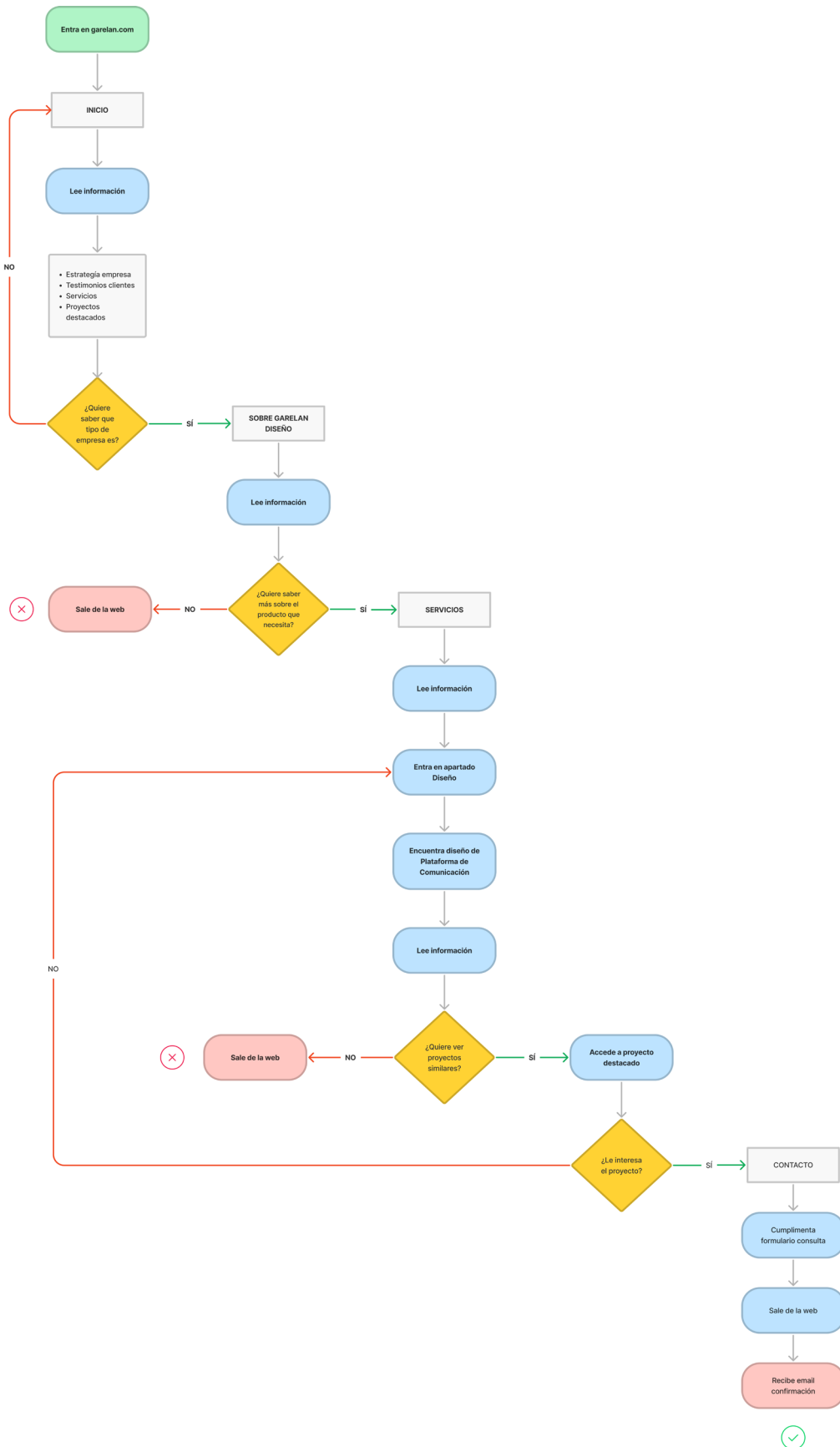
Diagrama 1. User persona: Cristina. Escenario: Actualización de tienda online



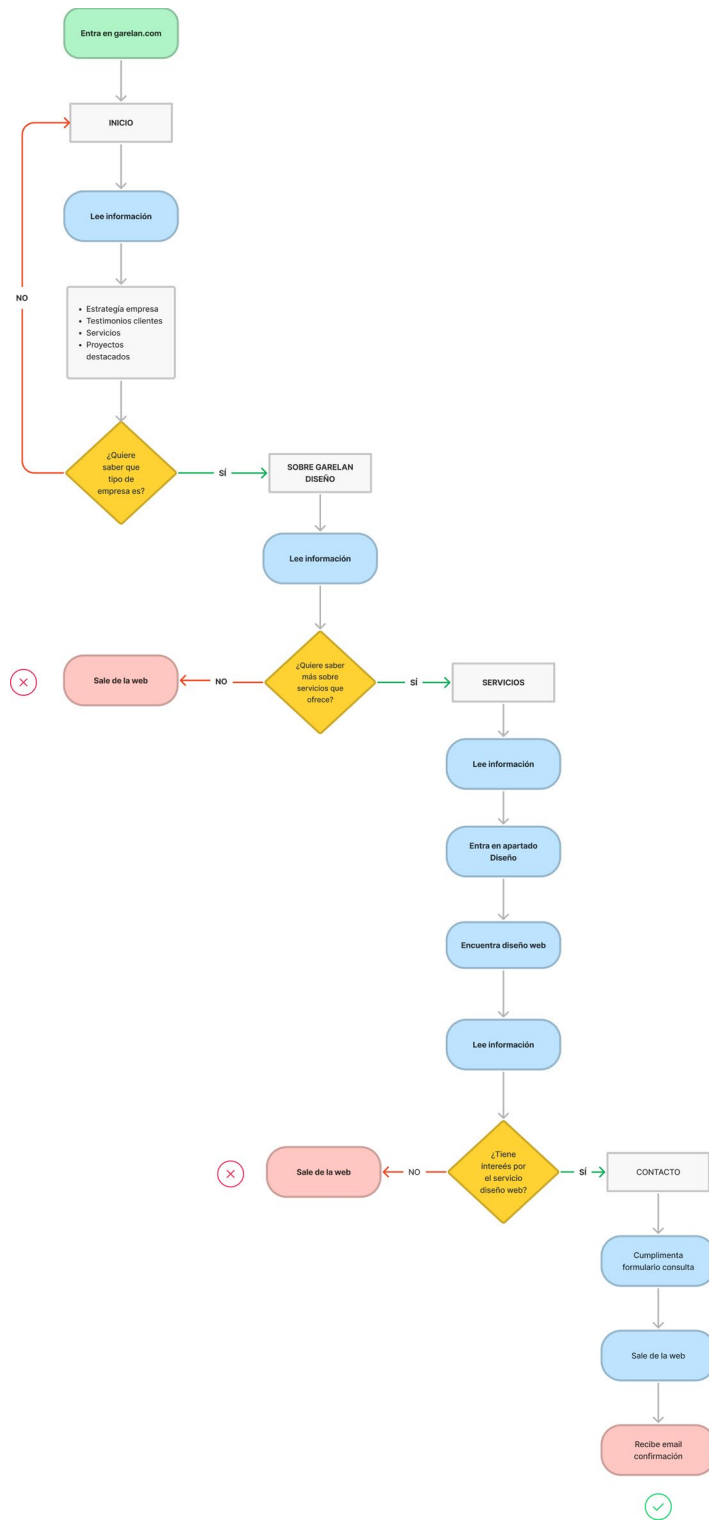
**Diagrama 2. User persona: Cristina. Escenario: Contratar la creación y desarrollo de una app**



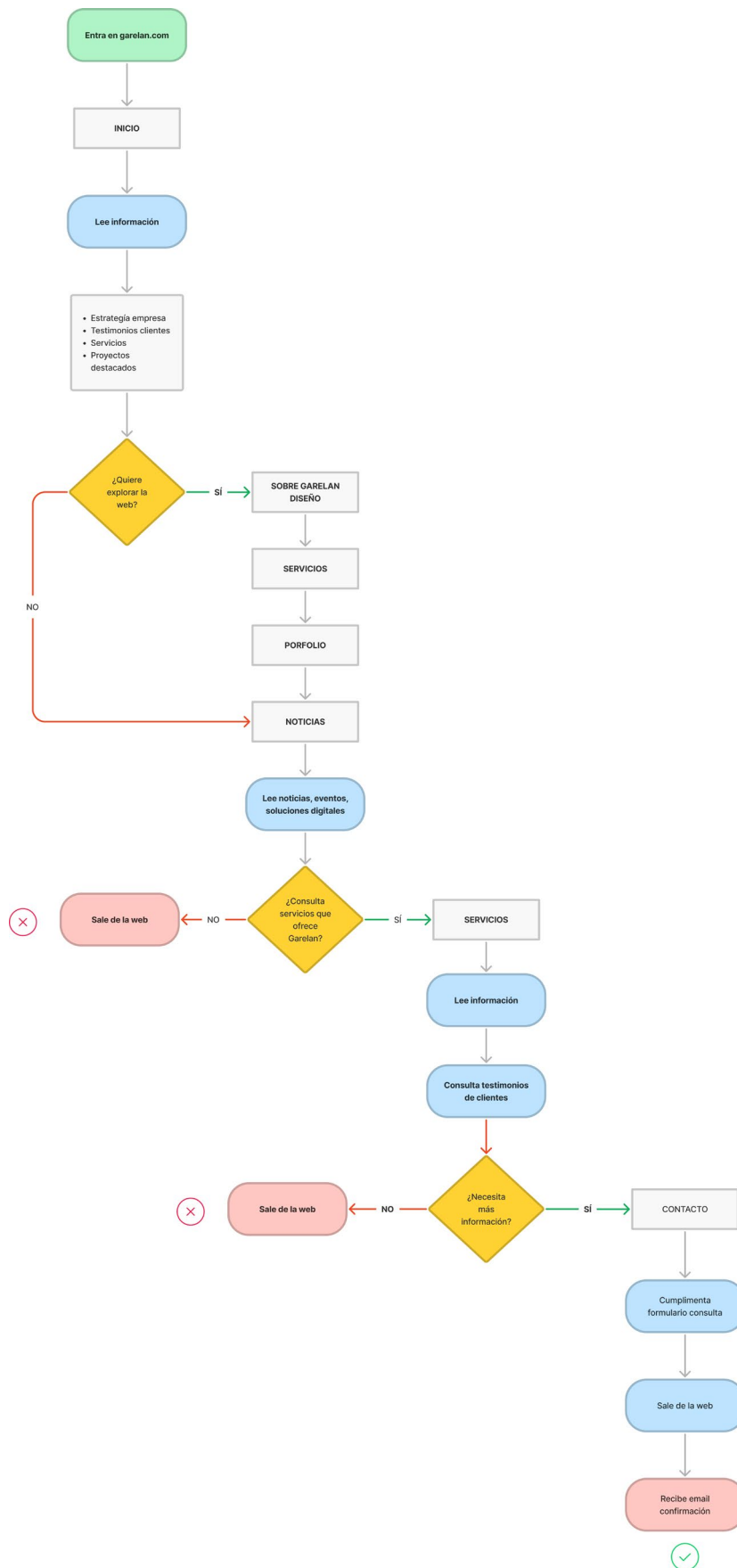
**Diagrama 3. User persona: Sonia. Escenario: Diseño de una plataforma de comunicación**



**Diagrama 4. User persona: Sonia. Escenario: Asesoramiento actualización diseño web**



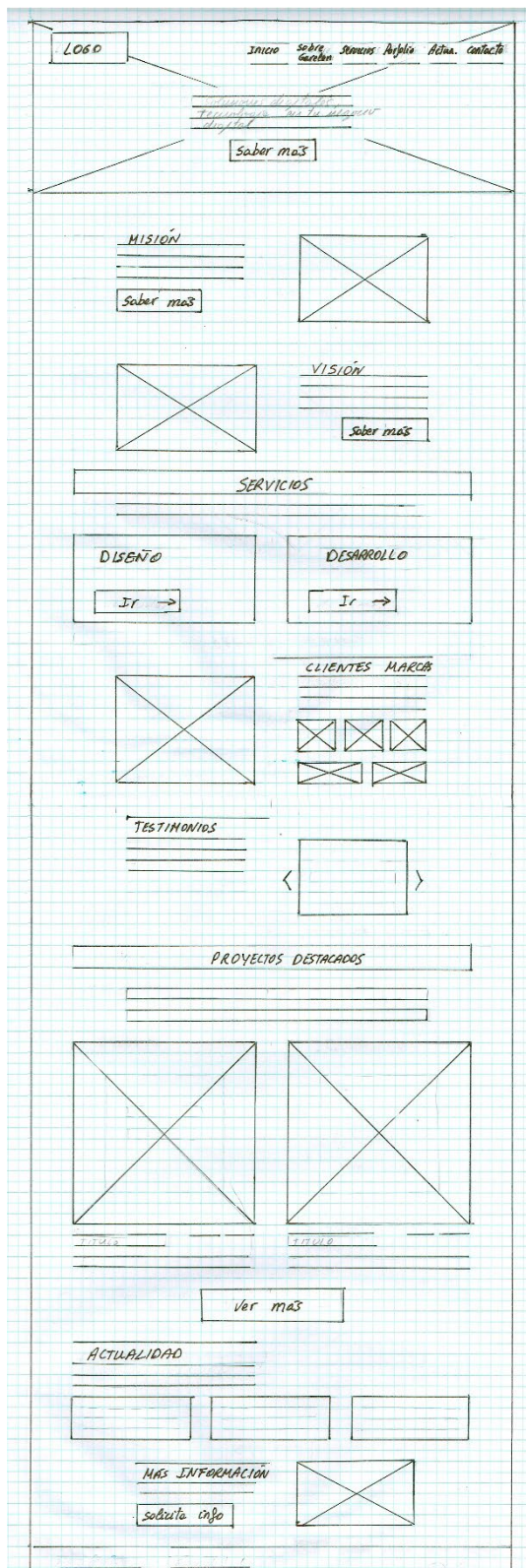
**Diagrama 5. User persona: Estíbaliz. Escenario: Consultar noticias y solicitar estudio UX**



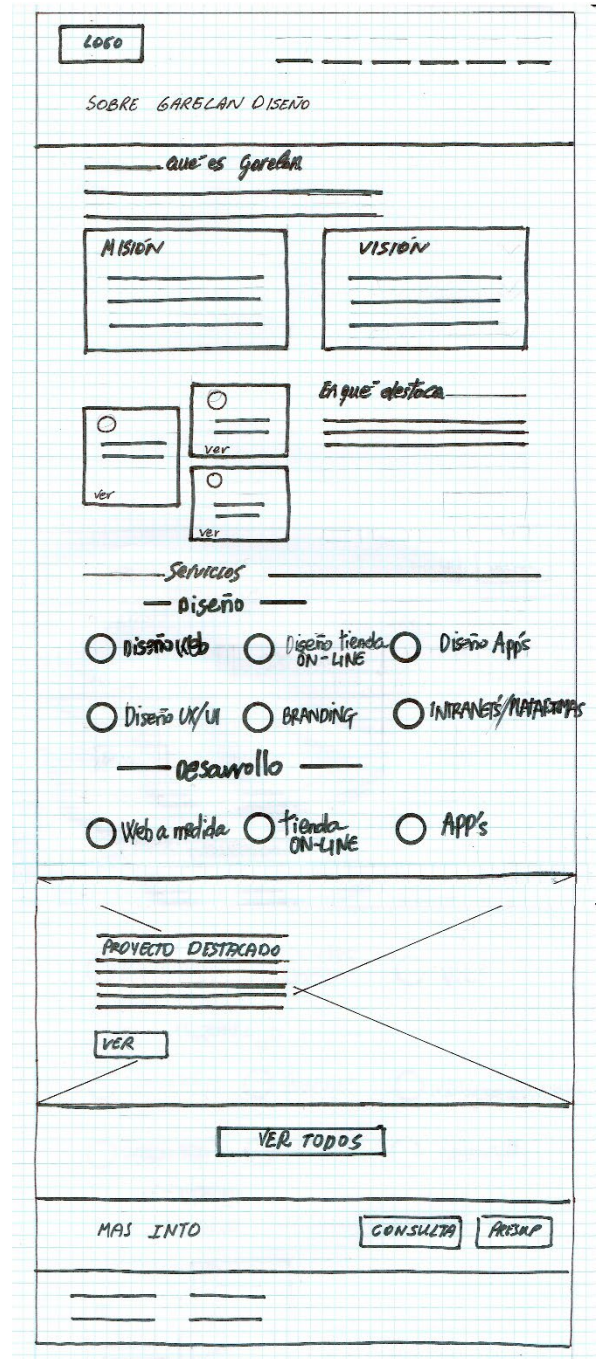


## Anexo 4: Sketch del documento

Sketch pantalla de inicio

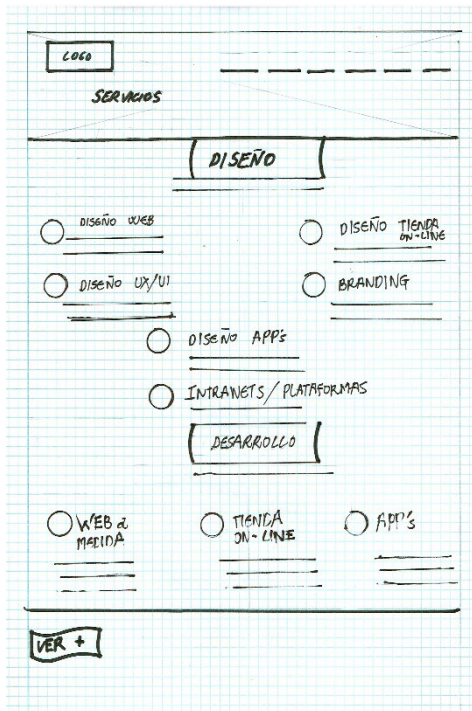


Sketch pantalla Sobre Garelan Diseño

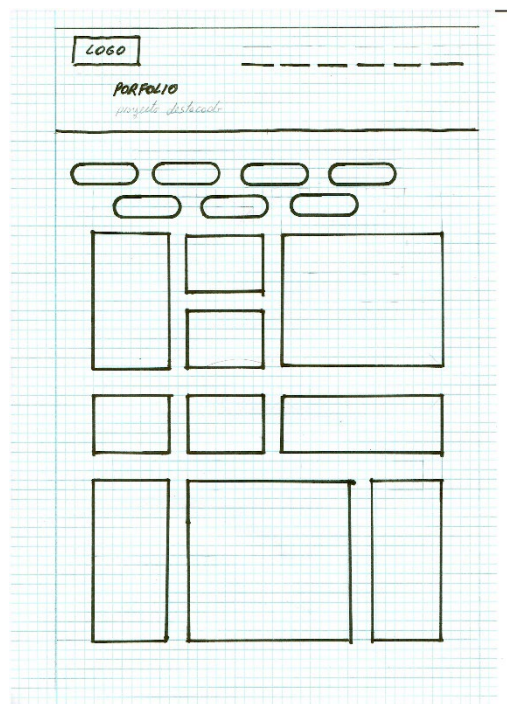




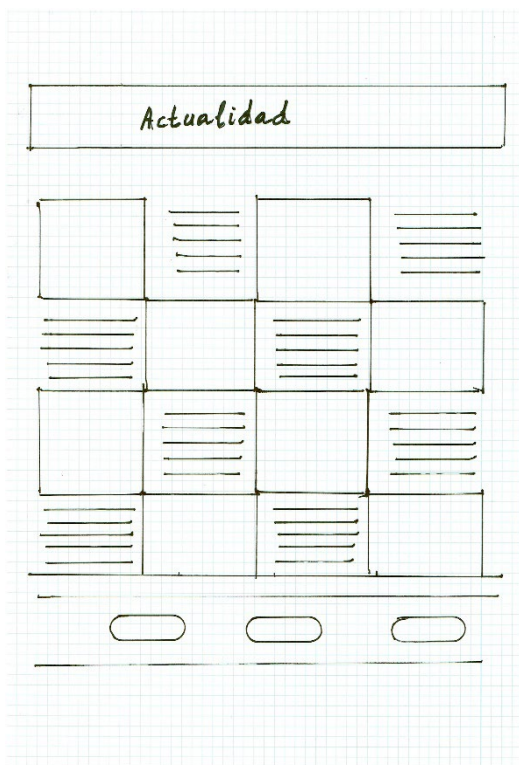
### Sketch pantalla Servicios



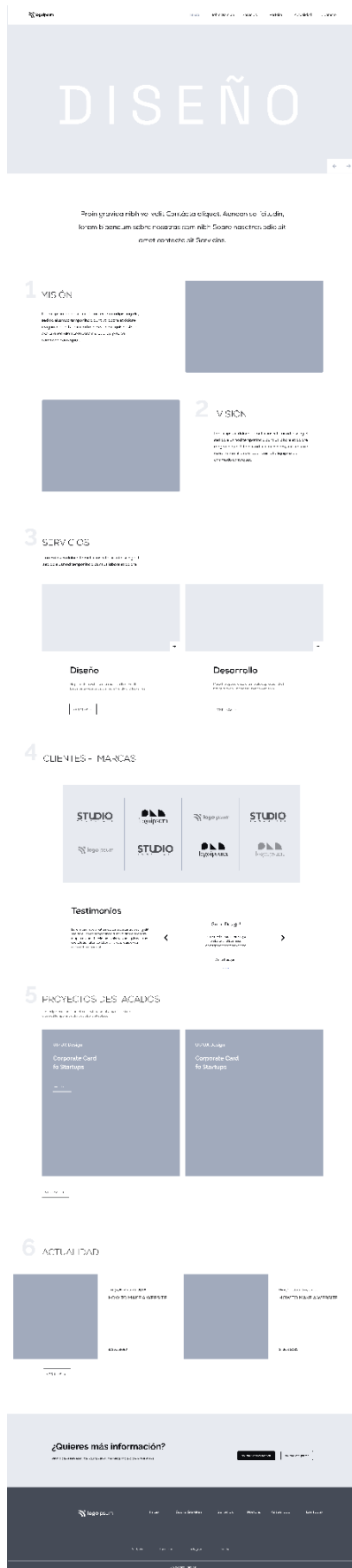
### Sketch pantalla Porfolio



### Sketch pantalla Actualidad



# Anexo 5: Wireframes



# Portfolio

Inicio / Portfolio

Todo Diseño UX/UI Branding Web Aplicaciones Intranets Prototipos

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

UI/UX DESIGN  
Portfolio

UI/UX DESIGN  
Corporate Card  
fo Startups

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

UI/UX DESIGN  
Corporate Card  
fo Startups

DISEÑO WEB  
Portfolio Card

## ¿Quieres más información?

What a brand new resource, You can try our resource and explore how it works

Solicita más información

Solicita presupuesto

# Actualidad

Inicio / Actualidad



# Contacto

## CONTACTA

Consulta

Presupuesto

Name

Surname

Email

Message

# Anexo 6: Prototipo alta fidelidad

## Prototipo versión desktop



## QUÉ ES GARELAN

Place the appearance of a mobile application that has quality and increases user convenience.

### 1 MISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

### 2 VISIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

## EN QUÉ DESTACA GARELAN

Place the appearance of a mobile application that has quality and increases user convenience.



## SERVICIOS

### Diseño

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Diseño web/e-commerce**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Prototipos**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Diseño apps**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Diseño UX/UI**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Branding**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Intranet/Plataforma**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

### Desarrollo

Place the appearance of a mobile application that has quality and increases user convenience.



**Web/e-commerce a medida**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Intranet/Plataforma**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**Apps**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

[VER MÁS](#)

## PROYECTOS DESTACADOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



[VER MÁS](#)

## ¿Quieres más información?

What a brand new resource. You can't try our resources and explore how it works.

[CONTACTA](#)

[PRESUPUESTO](#)

Atrae clientes, genera interacciones y ventas.  
 Mejora la eficiencia de los procesos en las organizaciones  
 Mejora la experiencia del cliente y su relación con la marca.

## EXPERIENCIA

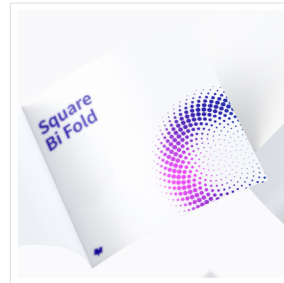
Desarrollamos soluciones medida que facilitan la automatización de procesos internos y externos de nuestros clientes y que potencian el acercamiento entre marcas y consumidores.

### TRANSFORMACIÓN DIGITAL

#### DISEÑO PRODUCTOS DIGITALES

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
- magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea
- commodo consequat.

#### DESARROLLO PRODUCTOS DIGITALES



## DISEÑO

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

WEB/ECOMMERCE

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

UX / UI

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

APLICACIONES

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

BRANDING

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

PROTOTIPOS

DISEÑO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

INTRANET / PLATAFORMA

## DESARROLLO

DESARROLLO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

WEB/ECOMMERCE A MEDIDA

DESARROLLO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

INTRANET / PLATAFORMA

DESARROLLO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore

APLICACIONES

¿Quieres más información?

What a brand new resource. You can try our resource and explore how it works

CONTACTA

PRESUPUESTO

## DISEÑO WEB

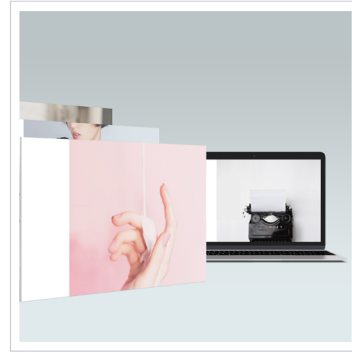
Creamos soluciones innovadoras en base a las necesidades estudiadas y analizadas de los potenciales clientes. Diseño web a medida fresca, veloces, eficiente y única para marcar la diferencia.

### DISEÑO WEB CORPORATIVO





### PROCESO DE DISEÑO WEB

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
- magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
- exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea
- commodo consequat.

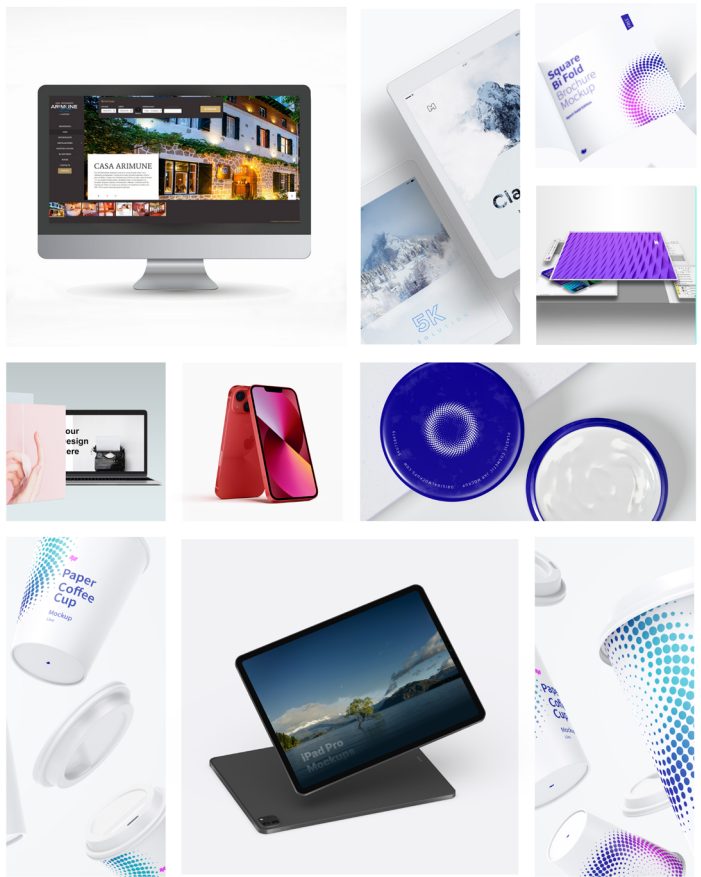
### CARACTERÍSTICAS DESTACADAS



## MÁS SERVICIOS

 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore	 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore	 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore	 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
UX / UI	APLICACIONES	BRANDING	PROTOTIPOS





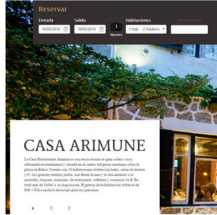
¿Quieres más información?

What a brand new resource. You can try our resource and explore how it works

CONTACTA PRESUPUESTO

Inicio / Portfolio / Diseño web

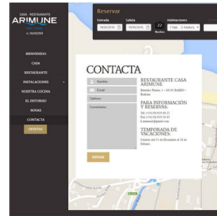
PROYECTO ANTERIOR



## DISEÑO WEB CASA ARIMUNE

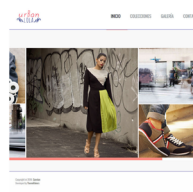
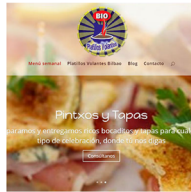
Diseño Web Responsive.  
Definición del estilo gráfico.  
Diseño de plantillas en base al estilo.  
Maqueta funcional "Mockup": HTML, CSS, y JavaScript.

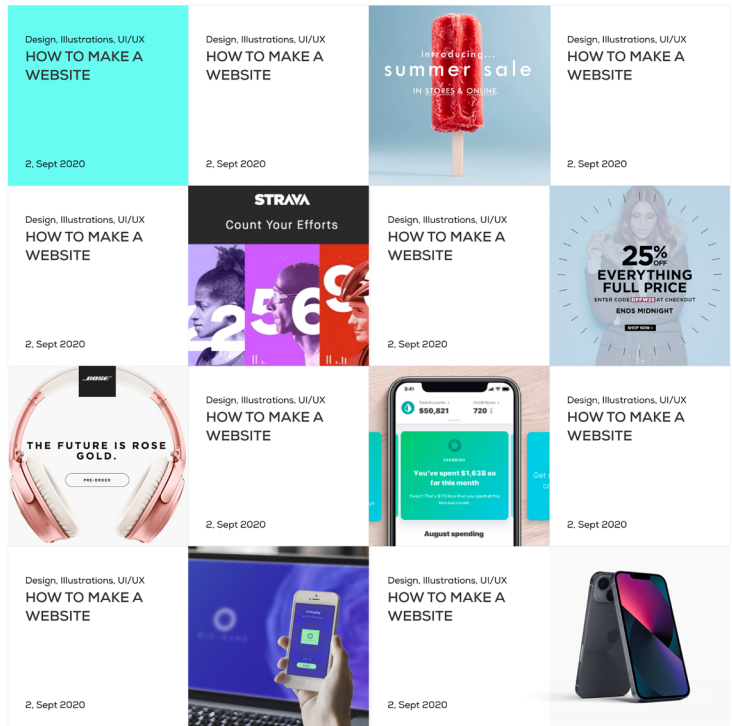
Categoría: Diseño web  
Fecha: 2018



SIGUIENTE PROYECTO

### PROYECTOS RELACIONADOS





## CONTACTA

Consulta

Presupuesto

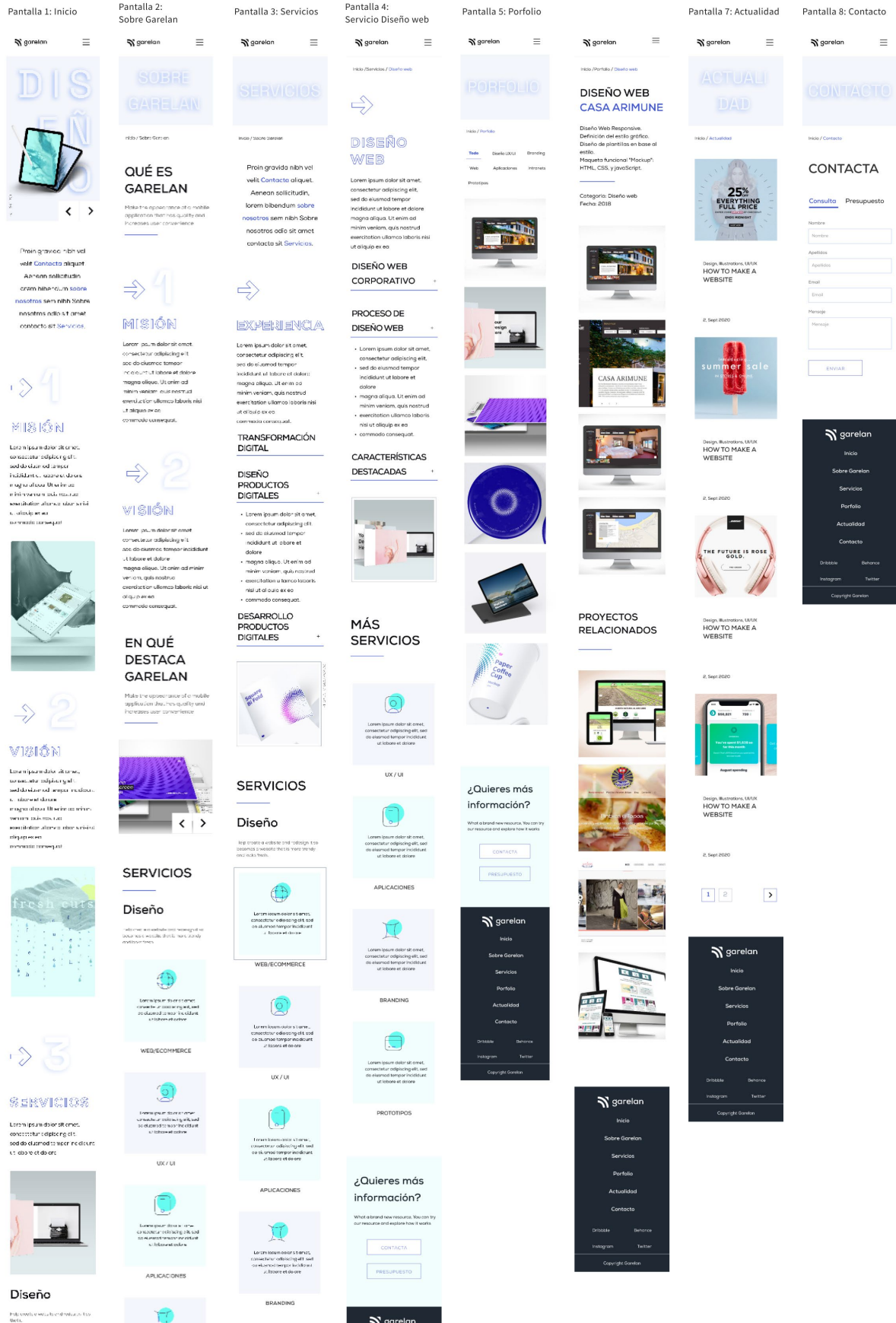
Nombre

Apellidos

Email

Mensaje

# Prototipo versión móvil



## Anexo7: Email instrucciones test moderado

Envío un email a los participantes explicando la metodología a seguir en la prueba, las tareas a realizar, los enlaces a la herramienta lookback y enlace al cuestionario Post-test.

"Buenas tardes

Estimado participante, soy estudiante del Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX) del Programa Trabajo Final de Máster de la UOC.

Como parte de los requisitos del Programa se va a llevar a cabo un test con personas usuarias del prototipo de la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com). El objetivo del test es evaluar la usabilidad del sitio web a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción del usuario mientras ejecuta 4 tareas, para establecer si el prototipo es efectivo y eficiente.

Adjunto envío el documento "Consentimiento informado y Acuerdo de confidencialidad" para que me reenvíes firmado antes de la realización del test.

La sesión de test moderado consiste en la realización de 4 tareas:

- **Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online.**  
Tienes un negocio de venta de productos online. Necesitas realizar una actualización del diseño de la tienda online de tu negocio, para mejorar la comunicación con tus clientes, aumentar las ventas y que sea más eficiente y usable. Para solicitar la actualización de tu tienda online entras en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) para informarte y solicitar presupuesto.
- **Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de una aplicación**  
Tienes un negocio de venta de productos online. Necesitas contratar la creación y desarrollo de una aplicación, quieres hacer crecer tu negocio y fidelizar a tus clientes mediante una aplicación que permita personalizar los pedidos, hacer el seguimiento y entrega a domicilio. Para contratar la creación de la aplicación entras en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) para tener más información sobre diseño y desarrollo de aplicaciones y solicitar presupuesto.
- **Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de una Plataforma de Comunicación.**  
Tienes una empresa de comunicación que promociona películas. Necesitas contratar el diseño de una plataforma de comunicación para comunicarte de forma eficiente con tus clientes y gestionar los contenidos de las campañas.  
Para contratar el diseño de una plataforma de comunicación entras en la web [garelandiseño.com](http://garelandiseño.com) en la sección servicios y contactas para tener más información.
- **Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informe diseño UX**  
Eres emprendedor/a y quieres lanzar un negocio digital. Te gustaría tener más información sobre el panorama actual, ayudas, productos digitales de actualidad... Consultas los servicios que ofrece Garelan para informarte sobre diseño UX y solicitar un informe diseño UX.

Durante el test es necesario que realices las tareas pensando en voz alta, a medida que avances en la tarea realizaré preguntas de seguimiento y te guiaré durante el test.

El test es moderado mediante la herramienta lookback, capturando la voz y la pantalla durante la realización de la prueba, por lo que es necesario que el dispositivo que utilices tenga cámara. Para acceder a la prueba pincha en este enlace <https://participate.lookback.io/XfKbBX?live>

Al finalizar el test te agradecería que cumplimentases una serie de preguntas para recoger opiniones y valoraciones, en el siguiente enlace <https://forms.gle/ksJWQbG5QeJUF4pi7>

Tu participación es muy importante para la evaluación del prototipo, te agradezco de antemano tu tiempo y colaboración. Muchas gracias por todo."

## **Anexo 8: Consentimiento informado**

Estimado participante Soy estudiante del Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX) del Programa Trabajo Final de Máster de la UOC.

Como parte de los requisitos del Programa se llevará a cabo un test con personas usuarias del prototipo del sitio web [www.garelandiseño.com](http://www.garelandiseño.com) para evaluar la usabilidad, en un proceso de diseño centrado en las personas.

Usted ha sido seleccionado para participar en esta investigación la cual consiste en evaluar la usabilidad del prototipo a partir de la observación, la expresión verbal y la interacción de las personas usuarias mientras ejecutan las 4 tareas que se plantean. Usted puede contestar solamente las preguntas que así desee.

La información obtenida a través de este estudio será mantenida bajo estricta confidencialidad y su nombre no será utilizado. Usted tiene el derecho de retirar el consentimiento para la participación en cualquier momento.

El estudio no conlleva ningún riesgo ni recibe ningún beneficio. No recibirá compensación por participar.

Si tiene alguna pregunta sobre esta investigación, se pueden realizar en el nº de teléfono 609886037.

Investigadora principal: Gabriela Fernández Riesco.

He leído el procedimiento descrito arriba. La investigadora me ha explicado el estudio y ha contestado mis preguntas.

Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en el estudio de Gabriela Fernández Riesco sobre evaluación de usabilidad del prototipo del sitio web [www.garelandiseño.com](http://www.garelandiseño.com)

He recibido copia de este procedimiento.

Firma del participante:

Fecha:

## **Anexo 9: Acuerdo de confidencialidad**

### **Acuerdo de confidencialidad**

#### INTERVIENEN

Las partes, en el respectivo carácter con el que intervienen, se reconocen mutuamente la capacidad legal en Derecho necesaria para concertar el presente ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD (en adelante el Acuerdo), y a tal efecto,

#### EXPONEN

I.- Que LA DIVULGADORA estudiante del Máster universitario de Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario (UX) del Programa Trabajo Final de Máster de la UOC.

II.- Que EL RECEPTOR participante del estudio "evaluación de usabilidad del prototipo del sitio web garelandiseño.com".

III.- Que las partes acuerdan expresamente que EL RECEPTOR va a tener acceso a todo tipo de información relacionada con el proyecto " evaluación de usabilidad del prototipo del sitio web garelandiseño.com ", a desarrollar principalmente en la provincia de Bizkaia, desde el día, con el objetivo de conseguir lo siguiente:

IV.- Que durante la mencionada colaboración la persona DIVULGADORA transmitirá información relativa al estudio objeto de análisis sobre el que las partes están interesadas en regular su confidencialidad y secreto, así como otros aspectos sometiénolo a las siguientes:

#### CLÁUSULAS

##### PRIMERA- Objeto del contrato:

En virtud del presente Contrato, el DIVULGADOR proporcionará al RECEPTOR la información necesaria para llevar a cabo la labor que va a desarrollar, en adelante la "información". Las partes en la presente cláusula se comprometen tanto en su condición de personas físicas además de cualquier otra que pudiera haber interpuesta y tanto en su propio nombre como por distintos proyectos, a mantener la más estricta confidencialidad de toda la información objeto del presente contrato. Constituye el objeto del presente Acuerdo fijar los términos y condiciones para el mantenimiento y custodia, en la estricta confidencialidad, de cualquier información que sea facilitada o creada por las Partes en el marco del desarrollo del Proyecto, así como de la documentación de todo tipo que se pudiera elaborar a partir de la referida información.

##### SEGUNDA- Confidencialidad:

EL RECEPTOR se obliga a tratar como confidencial toda información que le sea suministrada por la persona DIVULGADORA a efectos de lo reseñado en el apartado expositivo IV, y advirtiéndolo de dicho deber de confidencialidad y secreto a sus asociados y/o cualquier persona que, por su relación deba tener acceso a dicha información para el correcto desarrollo de lo pactado.

##### TERCERA- No divulgación:



El RECEPTOR, por la presente se compromete a no hacer uso de la información a la que ha tenido acceso

de la persona y a no facilitar la Información para que terceros puedan obtener cualquier tipo de ventaja comercial sobre el DIVULGADOR.

CUARTA- Custodia y responsabilidad frente a los usuarios.

Las Partes custodiarán, la Información confidencial, incluidas sus copias, así como todos los documentos derivados de su análisis y que se elaboren a partir de dicha Información confidencial, tomando cuantas precauciones se estimen necesarias para mantener la confidencialidad de la información suministrada.

SEXTA- Información confidencial:

Las partes acuerdan que tendrá la consideración de “Información confidencial” y, en consecuencia, será tratada de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo, cualquier información relativa al estudio suministrada entre las Partes para el desarrollo del trabajo para el que fue citado el RECEPTOR, así como sus copias y/o reproducciones y la documentación de todo tipo que se elabore a partir de dicha Información confidencial, ya sea tanto para la consecución del trabajo como para cualquier otro fin. A efectos del presente contrato y a título meramente enunciativo, en particular, y sin carácter excluyente, se entenderá por “Información confidencial”:

Además, por Información Confidencial se entenderá la información no pública, ya sea en forma oral, escrita, así como especificaciones de información relacionada. Dicha información se considera propiedad del DIVULGADOR, y seguirá siendo así durante la vigencia del presente Acuerdo y sus sucesivas prórrogas, siendo considerada como regla general toda la información confidencial. Cualquier acceso a los datos de carácter personal recopilados por el DIVULGADOR por parte del RECEPTOR se considerará realizado en el marco de lo prevenido en el artículo 12.1 de la Ley Orgánica de Protección de Datos, dirigiéndose dicho acceso únicamente a la posible prestación futura de un servicio por parte del RECEPTOR y sin que exista, por tanto, una cesión de datos de cualquier tipo, quién deberá recabar autorización por escrito con relación a información de cualquier tipo antes de proceder a divulgarla.

SÉPTIMA- Información no confidencial:

Sin perjuicio de lo estipulado en el presente Acuerdo, ambas partes aceptan que la obligación de confidencialidad no se aplicará en los siguientes casos:

- Cuando la información fuere de dominio público en el momento de su suministro al RECEPTOR o, una vez suministrada la información, ésta acceda al dominio público sin infracción de ninguna de las Cláusulas del presente Acuerdo.
- Cuando la legislación vigente o un mandato judicial exija su divulgación. En ese caso, el RECEPTOR notificará al DIVULGADOR tal eventualidad y hará todo lo posible por garantizar que se dé un tratamiento confidencial a la información.
- En caso de que la información fuera desarrollada o recibida legítimamente por el RECEPTOR por parte de terceros no intervinientes en el presente contrato.

OCTAVA- Tratamiento de la documentación e información:

Las partes se obligan a devolver a la fecha de finalización de la Relación, cualquier documentación anteriormente facilitada en cualquier tipo de soporte y, en su caso, las copias obtenidas y o realizadas de los mismos, que constituyan información amparada por el deber de confidencialidad objeto del presente acuerdo en el supuesto de que cese la relación entre las partes por cualquier motivo, siendo necesario en todo caso destruir todas las copias en cualquier soporte tanto físico como informático.

NOVENA- Propiedad intelectual e industrial:

Los derechos de propiedad intelectual de la Información pertenecen al DIVULGADOR y el hecho de revelarla al RECEPTOR no cambiará tal situación. Las disposiciones de este Acuerdo no se pueden interpretar en el sentido que éste otorgue a una u otra Parte, explícita o implícitamente, cualquier otro derecho de la propiedad intelectual que pese sobre toda o parte de la información de este Acuerdo.

DECIMOSEGUNDA- Ley aplicable y competencia:

El presente acuerdo se someterá de manera exclusiva a la Ley Española, siendo competente para resolver cualquier controversia derivada del mismo los tribunales competentes del orden civil de la ciudad de Bizkaia.

DECIMOTERCERA- Dirección de notificaciones:

Las partes deberán notificarse mutuamente una parte a la otra cualquier cambio que quieran realizar en este sentido a través de:

- EL DIVULGADOR:

- EL RECEPTOR:

En prueba de conformidad, una vez leído el contrato, ambas partes firman el presente documento, por duplicado y a un solo efecto,

FIRMAN

EL DIVULGADOR:

EL RECEPTOR:

## Anexo 10: Métricas test con usuarios

### Métrica 1. Eficiencia

#### 1.1. Tiempo empleado para realizar las tareas

Tiempo empleado por las participantes en comparación con el tiempo de un experto.

Se comparan los datos con la estimación inicial realizada por un experto, las conclusiones son las siguientes:

- Tarea 1. Tres participantes han tardado más que el tiempo estimado.
- Tarea 2. Un participante ha tardado más que el tiempo estimado.
- Tarea 3. Todos los participantes han realizado la tarea en el tiempo estimado.
- Tarea 4. Un participante ha tardado más que el tiempo estimado.

Tabla 9. Métrica eficiencia, tiempo empleado para realizar las tareas

<b>Tiempo empleado para realizar las tareas</b>				
	<b>Tiempo estimado</b>	<b>Participante 1 Iñigo</b>	<b>Participante 2 Garazi</b>	<b>Participante 3 Estíbaliz</b>
Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online	1:30 minuto	4:40 minutos	3:45 minutos	3 minutos
Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicación	1:30 minutos	02:30 minutos	01:30 minuto	1 minuto
Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	1:30 minuto	1:15 minuto	1:30 minutos	1:30 minutos
Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	2 minutos	2:15 minutos	1:10 minutos	1 minuto

#### 1.2. Número de veces que se ha utilizado la función «menú superior»

Tabla 10. Métrica eficiencia, utilización del menú superior

<b>Utilización del menú superior</b>			
	<b>Participante 1 Iñigo</b>	<b>Participante 2 Garazi</b>	<b>Participante 3 Estíbaliz</b>
Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online	- Servicios	- Sobre Garelan - Contacto	- Servicios - Contacto
Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicación	X	- Sobre Garelan - Contacto	- Servicios - Contacto
Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	- Servicios	- Servicios - Contacto	- Inicio - Contacto
Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	- Actualidad - Servicios - Contacto	- Actualidad - Sobre Garelan - Contacto	- Actualidad - Servicios - Contacto

### 1.3. Número de veces que se ha utilizado la función botón «ver más».

Tabla 11. Métrica eficiencia, utilización botón Ver más

Utilización de la función botón Ver más			
	Participante 1 Iñigo	Participante 2 Garazi	Participante 3 Estíbaliz
Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online	- Presupuesto	- Ver más	X
Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicación	- Consulta - Presupuesto	- Ver más	X
Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	- Consulta	X	- Ver más
Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	X	- Ver más	X

## Métrica 2. Eficacia

### 2.1. Éxito y fracaso por tarea

Cuántas personas usuarias han sido capaces de realizar la tarea correctamente (éxito directo), cuántas no la han podido acabar (fallo directo), cuántas personas han realizado la tarea indirectamente (éxito indirecto) y cuantas no han podido acabar la tarea indirectamente (fallo indirecto). Estos datos nos darán información sobre la efectividad del sistema.

Tabla 12. Métrica eficacia, éxito y fracaso por tarea

Éxito y fracaso por tarea			
	Participante 1 Iñigo	Participante 2 Garazi	Participante 3 Estíbaliz
Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online	NO	SI éxito indirecto	NO
Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicación	NO	SI	SI
Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	SI	SI	SI
Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	SI	SI	SI

Tabla 13. Métrica eficacia, porcentaje éxito y fracaso por tarea

Porcentaje de éxito y fracaso por tarea						
	Éxito directo	Éxito indirecto	Fallo directo	Fallo indirecto	ÉXITO	FRACASO

Tarea 1. Solicitar actualización de tienda online	0%	33%	77%	0%	33%	77%
Tarea 2. Contratar la creación y desarrollo de aplicación	77%	0%	33%	0%	77%	33%
Tarea 3. Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	100%	0%	0%	0%	100%	0%
Tarea 4. Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	100%	0%	0%	0%	100%	0%

## 2.2 Número de tareas completadas en un primer intento y porcentaje

Tabla 14. Métrica eficacia, nº de tareas completadas en el primer intento

N.º de tareas completadas en el primer intento	
Participante 1 Iñigo	2
Participante 2 Garazi	3
Participante 3 Estíbaliz	3

Tabla 15. Métrica eficacia, nº de tareas completadas

Porcentaje de tareas completadas	
Tarea 1	33%
Tarea 2	77%
Tarea 3	100%
Tarea 4	100%

## 2.3. Número de tareas no completadas en el primer intento y porcentaje.

Tabla 16. Métrica eficacia, nº de tareas no completadas en el primer intento

Nº de tareas no completadas en el primer intento	
Participante 1 Iñigo	2
Participante 2 Garazi	1
Participante 3 Estíbaliz	1

Tabla 17. Métrica eficacia, porcentaje de errores por tarea

Porcentaje de errores por tarea	
Tarea 1	77%
Tarea 2	33%
Tarea 3	0%
Tarea 4	0%

## 2.4. Errores más repetidos.

Tabla 18. Métrica eficacia, errores más repetidos

Errores más repetidos			
	Participante 1 Iñigo	Participante 2 Garazi	Participante 3 Estíbaliz
<b>Tarea 1.</b> Solicitar actualización de tienda online	-No encuentra el servicio diseño tienda online. -No encuentra la opción de consultar presupuesto desde	-No encuentra el servicio diseño tienda online. -No encuentra la opción de consultar presupuesto desde	-No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online.

	la sección servicio Diseño Tienda online.	la sección servicio Diseño Tienda online.	
<b>Tarea 2.</b> Contratar la creación y desarrollo de aplicación	-No encuentra el servicio creación y desarrollo de aplicación. -Tiene que ir al menú Contacto.	-No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación. -Tiene que ir al menú Contacto.	-No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación. -Tiene que ir al menú Contacto.
<b>Tarea 3.</b> Solicitar la creación del diseño de plataforma de comunicación	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación. -Tiene que ir al menú Contacto.	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio diseño de plataforma de comunicación. -Tiene que ir al menú Contacto.	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio diseño de plataforma de comunicación. -Tiene que ir al menú Contacto.
<b>Tarea 4.</b> Consultar noticias y solicitar informa diseño UX	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño UX. -Tiene que ir al menú Contacto.	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño UX. -Tiene que ir al menú Contacto.	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño UX. -Tiene que ir al menú Contacto.

Tabla 19. Métrica eficacia, listado de errores más repetidos

<b>Errores más repetidos</b>	
<b>Tarea 1</b>	-No encuentra el servicio "Diseño tienda online". -No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online. -No utiliza la función botón ver más.
<b>Tarea 2</b>	-No encuentra el servicio creación y desarrollo de aplicación. -No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación. -Tiene que ir al menú Contacto.
<b>Tarea 3</b>	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación. -Tiene que ir al menú Contacto.
<b>Tarea 4</b>	- No encuentra la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño UX. -Tiene que ir al menú Contacto.

### Conclusiones errores más repetidos

- Todos los participantes utilizan la función menú superior: Inicio, Sobre Garelan, Servicios, Actualidad y contacto.
- 1 participante no utiliza la función botón "Ver más".
- 2 participantes utilizan la función botón "Ver más".
- 3 participantes no encuentran el servicio diseño tienda online.
- 3 participantes no encuentran la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio Diseño Tienda online.
- 1 participante no encuentra el servicio creación y desarrollo de aplicación.
- 2 participantes no encuentran la opción de consultar presupuesto desde la sección servicio creación y desarrollo de aplicación.
- 3 participantes no encuentran la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño de plataforma de comunicación.
- 3 participantes no encuentran la opción de consultar presupuesto desde la sección diseño UX.

### Métrica 3. Satisfacción subjetiva de los usuarios.

La recogida de este dato mediante el cuestionario SUS después de hacer las pruebas, permite descubrir la satisfacción subjetiva. La satisfacción de los usuarios depende principalmente de

que puedan cumplir su objetivo con el mínimo esfuerzo. En este sentido, si la eficacia y la eficiencia de un sistema es alta, también lo será su satisfacción. La manera más directa de evaluar la satisfacción es mediante el uso de cuestionarios de usabilidad percibida y experiencia de usuario SUS.

Tabla 20. Métrica satisfacción subjetiva

<b>Satisfacción subjetiva de participantes</b>				
	<b>Participante 1</b>	<b>Participante 2</b>	<b>Participante 3</b>	<b>PROMEDIO</b>
Me gustaría utilizar frecuentemente este sitio web	3	4	4	<b>3,66</b>
Me parece que el sitio web es sencillo	4	4	5	4,33
Pienso que el sitio web es fácil de usar	4	5	4	4,33
Creo que podré utilizar este sitio web sin el apoyo de personal técnico	5	5	5	5
Creo que varias funciones en el sitio web están integradas adecuadamente	4	4	4	4
Creo que no hay mucha inconsistencia en el sitio web	4	4	4	4
Me imagino que la mayoría de las personas aprenderían a usar este sitio web rápidamente	4	4	4	4
Me parece que el sitio web es muy intuitivo	4	4	3	3,66
Me he sentido muy confiado/a (seguro/a) al utilizar el sitio web	4	4	4	4
He podido utilizar el sitio web sin tener que aprender nada nuevo	5	4	5	4,66

Nunca	Pocas veces	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

### **Satisfacción promedio**

La media de puntuación es de 4,16 sobre 5, la satisfacción promedio es muy alta.