

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Grado. Proyecto de diseño

Línea temática estratégica: **diseño adaptado al usuario.**

Carrera: **Licenciatura en diseño gráfico.**

Tienda en línea con diseño centrado en el usuario

Online Store with User-Centered Design

Alumna: **Pereyra Villalón, Aylén Magalí**

Legajo: **DGR01327**

Índice

Resumen	7
Abstract.....	8
Definición estratégica del proyecto	9
Planteamiento del problema	9
Objetivos	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos.....	15
Justificación.....	15
Marco teórico.....	16
Comportamiento del consumidor en línea	16
Usabilidad.....	20
Accesibilidad.....	21
Utilidad	21
Funcionalidad	22
Encontrabilidad	22
Estética o interfaz de usuario.....	24
Recursos gráficos y funcionales enfocados en la UX	24
Casos de estudio.....	26
Análisis comparativo de casos desde aspectos morfoestéticos influyentes en la UX.	33
Metodología de diseño.....	34
1. Estructuración del problema.	39
2. Investigación.....	40
3. Organización.....	41
4. Bocetado.....	42
5. Diseño.....	43

6. Prueba.....	44
7. Implementación.....	44
Estrategia comunicativa	45
Estrategia de mercado	45
Estrategia de recursos técnicos	46
Estrategia de recursos gráficos	47
Concepto de diseño	47
Programa de diseño	48
Determinantes	48
Comportamiento del consumidor.....	48
Usabilidad.....	48
Accesibilidad.....	49
Utilidad	49
Funcionalidad	49
Encontrabilidad	49
Estética o interfaz de usuario (IU).....	50
Recursos gráficos y funcionales enfocados en la UX	50
Criterios	51
Comportamiento del consumidor.....	51
Usabilidad.....	51
Accesibilidad.....	51
Utilidad	52
Funcionalidad	52
Encontrabilidad	53
Estética o interfaz de usuario (IU).....	53
Recursos gráficos y funcionales enfocados en la UX	53

Cronograma de diseño	55
Primeras propuestas gráficas.....	57
Estética referencial del emisor.....	57
Construcción de iconos y asignación de nombres.....	58
Fuente: Elaboración propia.....	62
Bocetos para el inicio de la tienda (adaptación para pc).....	62
Boceto de navegación de las categorías o secciones (adaptación para pc)	63
Bocetos de la exploración del producto (adaptación para pc)	64
Descripción gráfica	65
Definición de íconos y funcionalidades.....	65
Elementos comunes entre pantallas.....	66
Inicio	67
Secciones.....	68
Productos	69
Menú	71
Carrito	72
Favoritos.....	73
Tabla de medidas	74
Medios de envíos	75
Buscar	76
Medios de pago.....	77
Prototipo.....	78
Análisis de costos	80
Conclusiones	82
Referencias.....	84
Anexo 1	88

Resumen

En el presente trabajo se desarrolló un prototipo de tienda en línea para Era Cósmica, un emprendimiento de diseño y venta de indumentaria que no cuenta con un local comercial. En la actualidad, la empresa utiliza la red social Instagram para comerciar sus productos, pero dicho medio de venta resulta ser engorroso para los compradores, principalmente por el hecho de que para comprar o conocer las especificaciones un producto deben comunicarse directamente con la persona a cargo de la red social. A raíz de este problema, como objetivo general se creó un prototipo de tienda en línea con el fin de optimizar la experiencia de compra de los usuarios. El resultado fue una tienda en línea con un diseño de interfaz simple y eficaz, adaptada a las preferencias de los usuarios potenciales y al dispositivo de uso más frecuente: el móvil. Para cumplir dicho objetivo, el trabajo se orientó en base a las metodologías de Gui Bonsipe y del diseño de experiencia de usuario. Es importante destacar que la presente investigación se puede utilizar como guía para desarrollar otros proyectos similares, siempre teniendo en cuenta que se deben realizar las adaptaciones pertinentes en base a los usuarios objetivos de cada caso.

Palabras clave:

Tienda en línea, experiencia de usuario, diseño de experiencia de usuario.

Abstract

In this paper, a prototype of an online store was developed for Era C3smica, a clothing design and sales undertaking that does not possess a shop. Currently, the company uses the social network Instagram to market its products, but this means of sale is cumbersome for buyers, mainly due to the fact that in order to buy or to find out the specifications of a product, they must communicate directly with the person in charge of the social network. Because of this problem and as a general objective, an online store prototype was created so as to optimize the users' shopping experience. The result was an online store with a simple and effective interface design, which was tailored to the preferences of potential users and the most frequently used device: the mobile. To meet this objective, the work was based on the methodologies of Gui Bonsipe and user experience design. It is important to highlight that this research can be used as a guide to develop other similar projects, always bearing in mind that the appropriate adaptations must be made taking into account the target users of each particular case.

Key words

online store, user experience, user experience design