



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES  
ARTS DE SANT CARLES

# UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

## Facultat de Belles Arts

Pròpia: Disseny d'interfície i experiència d'usuari d'una aplicació mòbil per a dones que viatgen soles.

Treball Fi de Grau

Grau en Disseny i Tecnologies Creatives

AUTOR/A: Beneito Molina, Jana

Tutor/a: Sanchis Gandía, Álvaro

Cotutor/a: Lleonart García, Melani

CURS ACADÈMIC: 2021/2022

## RESUM

Aquest TFG consisteix en la creació, disseny d'experiència d'usuari i interfície, així com, de la identitat verbal i visual bàsica, d'un prototip de plataforma d'orientació per a dones que volen viatjar soles o que viatgen soles. L'*app* pretén ser una ferramenta que ajude a empoderar a les dones que desitgen emprendre un viatge en solitari, facilitant una eina funcional on descobrir experiències, compartir consells i contactes, entre altres funcionalitats.

## PARAULES CLAU

Disseny d'interfície, experiència d'usuari, disseny centrat en l'usuari, usabilitat, viatjar soles, dones.

## ABSTRACT

This Final Degree Project consists of the creation of the user experience and user interface design, as well as the verbal and visual identity, of an orientation platform prototype for female solo travellers. The aim of this project is to empower those who want to travel alone and provide them with a functional tool through which they can share experiences, tips, and contacts among other functionalities.

## KEYWORDS

UX, UI, User-centered design, usability, solo-travel, women.

## CONTRACTE D'ORIGINALITAT

Aquest treball de fi de grau ha sigut realitzat completament per l'alumna Jana Beneito Molina. Aquest és l'últim tràmit per a l'obtenció del títol de la promoció 2018/2022 del Grau en Disseny i Tecnologies Creatives de la Universitat Politècnica de València.

El present document és original i no ha estat entregat com treball acadèmic previ, i tot el material pres d'altres fonts ha estat citat correctament.

Firmat:

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, stylized strokes that form a cursive-like representation of the name.

Data: 18 de juliol del 2022

## AGRAÏMENTS

Gràcies a Álvaro i Melani, pel vostre temps i confiança. Heu estat un pilar imprescindible durant aquests quatre anys, gràcies per tot el que m'heu aportat i ensenyat, sempre vos estaré agraïda.

A totes les dones que han participat en les enquestes, les entrevistes, formularis i preguntes que he anat fent. Gràcies per la bona acollida del projecte, vos he portat amb mi durant tot el procés.

Gràcies a Culpables™: Alicia, Ana, Andrea, Carlos, César, Emma, Irene L., Irene V., Luz, Mila, Pilar, Sílvia i Sofia. Aquests anys han sigut els millors de la meua vida, gràcies per recordar-me cada dia quines són les coses importants, vos admire moltíssim!

A Adri, per tot el suport que m'has donat des del dia u. A Andrés per la paciència en els eters dubtes i els ànims quan ho necessitava. A Emma Roshan, per la teua ajuda tot i les hores de diferència, gràcies.

Finalment, als meus pares, per donar-me tot el que necessite, pel suport i per permetre'm ser jo. I especialment, gràcies al meu germà, Xavi, per la paciència, els *tuppers* i per cuidar-me quan a mi se m'oblidava.



# ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	6
<b>1.1. Justificació</b>	6
<b>1.2. Objectius</b>	6
<b>1.3. Metodologia</b>	7
<b>2. CONTEXT</b>	9
<b>2.1. Disseny centrat en l'usuari</b>	10
2.1.1. Experiència d'usuari	11
<b>2.2. Anàlisi d'usuaris</b>	11
2.2.1. Mètodes d'anàlisi d'usuaris	11
2.2.2. Enquestes	12
2.2.3. Entrevistes	13
2.2.4. Anàlisi dels resultats	13
<b>2.3. Anàlisi de mercat</b>	15
<b>3. DESENVOLUPAMENT</b>	16
<b>3.1. Definició del projecte</b>	16
3.1.1. Conceptualització	16
3.1.2. Públic objectiu	17
3.1.3. Continguts i funcionalitats	18
3.1.4. Arquitectura i diagrama de flux	19
3.1.5. Escenaris d'ús	19
<b>3.2. Disseny</b>	21
3.2.1. Identitat Verbal	21
3.2.1.1. Naming	21
3.2.1.2. To de la marca	22
3.2.2. Identitat Visual	22
3.2.2.1. Logotip	22
3.2.2.2. Paleta cromàtica	22
3.2.2.3. Tipografia	23
3.2.2.4. Icones	23
3.2.2.5. Il·lustracions	23
3.2.3. Disseny d'interfície i experiència d'usuari	24
3.2.3.1. Wireframes de baixa fidelitat	24
3.2.3.2. Wireframes d'alta fidelitat	25
3.2.3.3. Prototip	26
<b>3.3. Avaluació i modificacions</b>	26

3.3.1. Anàlisi heurística .....	26
3.3.2. Testeig amb usuaris .....	29
<b>4. RESULTATS .....</b>	<b>33</b>
<b>5. PRESSUPOST .....</b>	<b>34</b>
<b>6. CONCLUSIONS .....</b>	<b>35</b>
<b>7. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>36</b>
<b>8. ÍNDEX DE FIGURES I TAULES .....</b>	<b>38</b>
<b>ANNEXOS</b>	
Annex I: Resultats de l'enquesta a usuaris .....	39
Annex II: Entrevistes a usuàries .....	41
Annex III: Anàlisi de mercat .....	49
Annex IV: Fitxes de <i>buyer persona</i> .....	52
Annex V: Anàlisi de continguts i funcionalitats .....	56
Annex VI: Escenaris d'ús .....	65
Annex VII: <i>Wireframes</i> de baixa fidelitat .....	68
Annex VIII: <i>Wireframes</i> d'alta fidelitat .....	75
Annex IX: Detalls de l'anàlisi heurística .....	87
Annex X: Avaluació i enllaç al prototip .....	90
Annex XI: Resultat final .....	99

# 1. INTRODUCCIÓ

## 1.1. JUSTIFICACIÓ

Aquest TFG pretén aplicar els coneixements i metodologies de treball de l'experiència d'usuari i disseny d'interfície per a crear un prototip d'*app* per oferir orientació i ajuda a les dones que volen viatjar soles.

La idea sorgeix degut a les motivacions personals de l'autora per voler crear una eina funcional que pogués millorar en xicoteta quantitat el benestar d'algun sector de la població al que es sentira propera. Així, després d'haver escoltat en múltiples ocasions testimonis de dones del propi entorn que sentien un gran desig per viatjar, més enllà de les típiques experiències turístiques a mesos d'alta demanda, però que no trobaven ningú que volgués o poguera acompanyar-les o bé no s'atrevien a fer-ho soles, i d'indagar més profundament en l'assumpte per conèixer si es tractava d'una qüestió global, es va decidir apostar per aquesta temàtica per a l'elaboració del projecte.

Neix aleshores, l'interés per poder canviar aquest aspecte des de la posició de dissenyadora gràfica i, més concretament, la rama del disseny d'experiència d'usuari i d'interfície, amb la intenció d'empoderar a totes aquelles dones marcades pels estigmes de la societat i que no es senten prou segures o no troben cap sentit a prendre el pas, mitjançant una *app* amb la qual seria possible tenir més referents.

Considerem important aquests valors, ja que, per a aquelles dones que ja han viatjat, la descripció d'un viatge independent on s'hagin sentit empoderades estava estretament lligat amb la recerca d'una mateixa. Moltes dones han informat d'haver sortit beneficiades de diverses maneres després d'un viatge en solitari tenint en compte, sobretot, el factor d'empoderament que ha comportat per a elles en abordar el desafiament i la resistència a les expectatives socials que se les va imposar (Wilson i Harris, 2006).

## 1.2. OBJECTIUS

L'objectiu principal del present TFG consisteix en la definició i disseny d'una *app* mòbil que pugui ser emprada per aquelles persones del gènere femení com a eina funcional que les ajude a informar-se dels beneficis de viatjar soles i per tenir referents amb les qui compartir experiències i consells, i d'aquesta manera, animar-les a poder emprendre un viatge en solitari de manera fàcil i intuïtiva. Acord amb aquest objectiu principal, es defineixen una sèrie d'objectius específics a assolir durant l'execució del projecte:

- Identificar les necessitats de les usuàries mitjançant enquestes i entrevistes.
- Fer una valoració d'altres plataformes similars i identificar referències i millores.
- Definir les funcionalitats i una experiència d'usuari global que pugui resoldre els problemes plantejats.
- Dissenyar i conceptualitzar una interfície atractiva i interactiva que satisfaci les necessitats identificades.
- Prototipar una *app* mòbil que siga coherent en estructura, contingut i aspecte en totes les seves pantalles.
- Identificar les fortaleses i febleses del prototip mitjançant l'avaluació heurística i tractar de rectificar les debilitats.

### 1.3. METODOLOGIA

Per al desenvolupament de Pròpia s'ha seguit una metodologia híbrida basada en el *Design Thinking* (Tim Brown, 2008<sup>1</sup>) i el procés de disseny d'experiències introduït per Garrett (2000). A més, s'han combinat tècniques pròpies de la investigació quantitativa, com enquestes; i qualitativa, com entrevistes, la consulta bibliogràfica i testatges amb usuaris que permeteixen l'observació directa sobre els comportaments de l'usuari, tots aquests aspectes seran comentats a continuació.

En primer lloc, per tal d'entendre les necessitats de les usuàries, s'han dut a terme una sèrie d'enquestes i entrevistes, així com una recerca bibliogràfica i estudi de mercat per tal d'entendre el nínxol sobre el qual es treballa i detectar fortaleses i debilitats. A partir d'aquesta primera fase de concentració de dades i empatització, s'ha dut a terme una anàlisi d'aquestes on s'han pogut detectar certes necessitats i problemàtiques sobre les quals poder focalitzar la plataforma i d'aquesta manera observar quin és el públic objectiu de Pròpia i els possibles escenaris d'ús.

<sup>1</sup> Tot i haver sigut aquest l'any en què es va escriure i popularitzar el terme, aquest va sorgir molt abans a partir de les aportacions de diferents professionals a la D.school a Stanford.

Figura 1. Etapes de la metodologia *Design Thinking*. Creació pròpia a partir de la gràfica de Slashmobility.

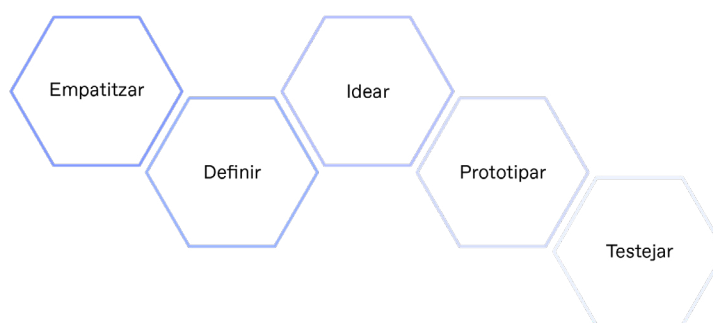
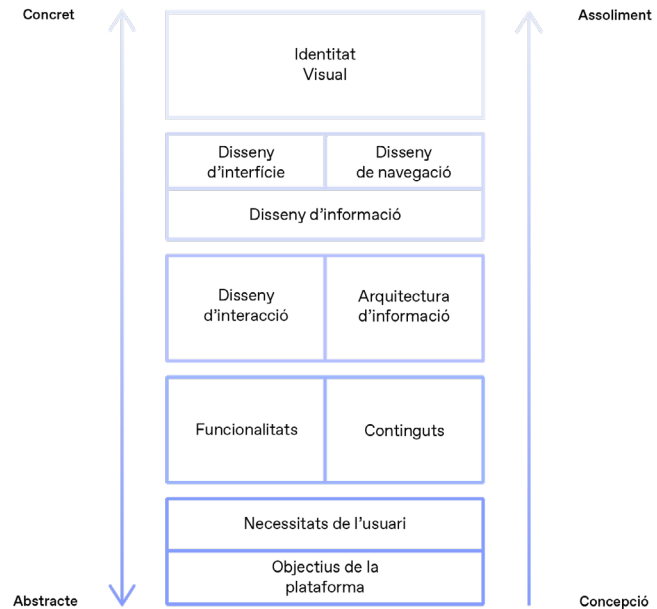


Figura 2. Etapes del Diagrama de Garret (2000). Disseny propi a partir de la figura original del propi autor.



En segon lloc, es procedeix a la ideació, conceptualització i desenvolupament de Pròpia. Començant per especificar de quines funcions constarà l'*app* per tal de poder ser útil per al nostre usuari. Seguidament, es va tenir en compte l'arquitectura de la informació i el diagrama de flux, per tal d'establir un ordre coherent i connex. A posteriori, es van dissenyar els *wireframes* de baixa fidelitat amb la informació ja organitzada per pantalles i funcionalitats. Consecutivament, es va finalitzar l'etapa dissenyant els *wireframes* d'alta fidelitat i creant el prototip amb la identitat final, que va ser elaborada segons avançava el treball.

En últim lloc, com a pas final en el procés de disseny d'experiència d'usuari, es van realitzar una sèrie d'avaluacions del prototip per tal de detectar possibles errades i febleses a l'*app* i corregir-les posteriorment.

En síntesi, el procés del projecte ha estat organitzat per etapes delimitades temporalment amb el propòsit d'assolir els objectius planificats per a la data acordada. Al següent cronograma es pot trobar organitzat tot el procés de planificació i desenvolupament del TFG.

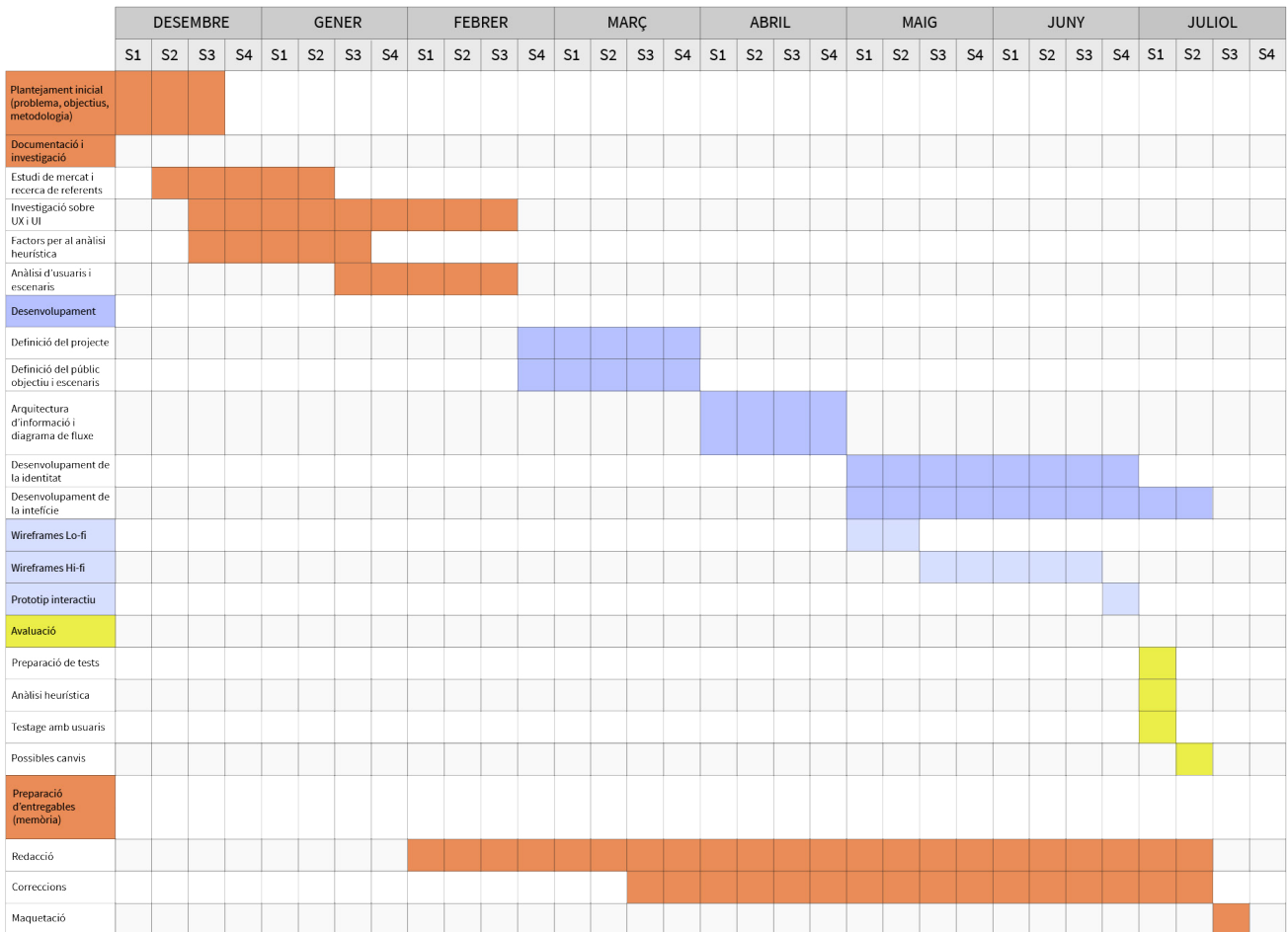


Figura 3. Cronograma de Pròpia

## 2. CONTEXT

Per tal de copsar el procés de Pròpia, cal entendre primerament l'àmbit al qual s'implementa, en aquest cas, el disseny d'experiència d'usuari i d'interfície. És per aquesta raó que es parlarà a continuació del disseny centrat en l'usuari i s'indagarà en el disseny UX<sup>2</sup> i la usabilitat de l'*app*. D'aquesta manera, es podrà percebre de quines funcionalitats ha de dispondre la plataforma i els requisits que degudament haurà de complir per tal de ser un mitjà útil i usable.

D'altra banda, i com a part fonamental del disseny centrat en l'usuari, es realitzaran i explicaran els processos elegits per tal d'esdevenir un públic objectiu que pugui ser afí a la plataforma que es procedeix a crear. Així mateix, també es tindrà en compte l'estudi de mercat, per tal d'analitzar les tendències actuals i valorar aspectes positius i millores a aquest nínxol i similars.

<sup>2</sup> Abreviatura anglesa per a *User Experience*

## 2.1. DISSENY CENTRAT EN L'USUARI (DCU)

Tenint en compte que la finalitat de Pròpia és dissenyar per establir solucions a problemes existents, tant el disseny com les funcionalitats de l'*app* mòbil havien de girar entorn les necessitats de l'usuari, cap element pot ser escollit a l'atzar, tot forma part d'un procés meditat i analitzat. Per aquest motiu, s'han seguit els criteris de Disseny Centrat en l'Usuari (DCU). El 'disseny centrat en l'usuari' fa referència a la filosofia o visió de creació d'objectes i serveis que parteixen de les necessitats de l'usuari amb la finalitat principal de satisfer i millorar la seva experiència d'ús percebuda (Hassan, 2015). El DCU comença qüestionant quines necessitats té el públic objectiu i acaba aportant unes respostes fetes a mida per a aquest, i sent avaluades pel mateix. Es tracta d'un disseny basat en l'empatia, ja que, el principi fonamental del DCU és que, si es reuneixen dades dels usuaris i s'incorporen les conclusions al producte, hi ha més possibilitats que el resultat agrada a la gent i per tant, s'utilitzi més.

Segons Donald Norman (1988), el primer en explicar la importància d'aquest terme, el sistema del disseny centrat en l'usuari conté els següents principis: empatia, optimisme, iteració, confiança creativa, creença en el procés i aprendre dels errors.

Adicionalment, per tal de complir amb els principis, es segueix el següent procés:

- Especificar el context d'ús i les necessitats i desitjos dels usuaris.
- Analitzar les dades dels usuaris tenint en compte els requisits de negoci.
- Construir solucions de disseny, partint del concepte abstracte fins arribar al disseny final.
- Avaluar el disseny i l'usabilitat de la plataforma.
- Implementar i corregir les febleses del projecte després de l'avaluació.
- Publicar el producte i seguir fent-lo evolucionar segons vagin canviant les necessitats de l'usuari.

Després de llegir les fases, podem extreure diferents conclusions pel que fa al DCU:

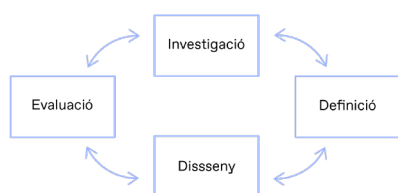


Figura 4. El disseny iteratiu al DCU. Creació pròpia a partir de la gràfica de Gemma del Arco.

- Manté sempre una clara visió de qui són els usuaris, les necessitats, els desitjos i l'entorn d'aquests;
- Es tracta d'un disseny guiat per la constant avaluació del mateix i, per tant, un disseny iteratiu, en continuu evolució, una mena de bucle que amplia el cicle de vida del producte;
- Es fa especial èmfasi en l'experiència general que obtindrà el consumidor;

- El consumidor està constantment involucrat amb el procés de disseny;
- Amb el DCU s'identifiquen problemes abans que emergeixen.

Per aquestes raons, el fet que crear respostes sempre té un bon impacte al resultat i tenint en compte que, diferents companyies globals com Microsoft i Google empen aquest sistema, es coneix que el DCU és una manera d'aproximar-se als problemes del públic i solucionar-los de forma efectiva.

### 2.1.1. Experiència d'usuari (UX)

Mentre el DCU es refereix al procés i estratègia per tal d'obtenir un resultat concret, l'experiència d'usuari fa referència a la experiència específica que els usuaris tenen amb el producte i com interaccionen amb ell, és un concepte més que un procés. La experiència d'usuari o UX es defineix, segons l'Organització Internacional per a l'Estandardització (2018), com les "percepcions i respostes que el usuari obté com a resultat d'ús i/o ús anticipat d'un sistema, producte o servei".

El terme UX va ser introduït per primera vegada pel psicòleg, investigador i autor Donald Norman (1988). Segons aquest, "l'experiència d'usuari engloba tots els aspectes que tenen que veure amb la interacció de l'usuari final amb l'empresa i els serveis i productes d'aquesta".

Una experiència d'usuari correcta al disseny d'interfície està estretament lligada a que l'usuari pense que aquesta siga funcional, significativa i joiosa d'emprar. En la Figura 5 es pot observar els 6 pilars, coneguts com "*Morville UX Honeycomb*" que fan dotar un disseny d'una bona experiència d'usuari. Tot i que les tecnologies canvien i evolucionen ràpidament, aquesta gràfica, a dia d'avui, segueix tenint importància ja que ajuda a valorar factors emocionals i funcionals en l'experiència d'usuari de qualsevol producte.

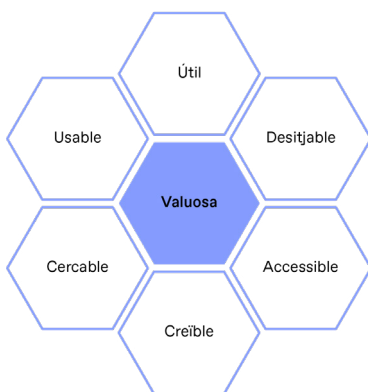


Figura 5. Morville UX Honeycomb (2004). Creació pròpia a partir de l'original de l'autor.

## 2.2. ANÀLISIS D'USUARIS

### 2.2.1. Mètodes d'anàlisi d'usuaris

L'anàlisi d'usuaris és un procés divers i variat mitjançant el qual s'identifiquen rols i es defineixen les característiques dels usuaris, en paraules de Martín Moreno (1999):

"L'objectiu principal dels estudis d'usuari és conèixer els hàbits, comportaments, motivacions, actituds, opinions, desitjos, demandes i grau de satisfacció dels individus en relació tant amb la informació com amb els serveis dels centres que se'ls proporciona. Açò és, mitjançant els estudis d'usuaris, es pretén conèixer la posició que ocupa aquest respecte al flux de la informació des que aquesta es crea fins que s'incorpora de nou al cicle del coneixement".



Per a Pròpia, l'anàlisi d'usuaris ha estat una part fonamental, ja que permet identificar dins de l'interval ja marcat, dones, observar quins diferents grups socials es troben interessats en tenir una eina com aquesta i especificar més les funcions de l'*app* segons els seus desitjos i exigències.

L'estudi d'hàbits i necessitats d'informació dels usuaris pot dur-se a terme mitjançant diferents tècniques, a aquest projecte s'ha requerit de les enquestes i les entrevistes, així com la consulta d'altres documents sobre el tema que s'investiga i l'observació directa sobre possible usuàries i les seves experiències.

### 2.2.2. Enquestes

Donada la facilitat de difusió d'aquestes per a obtenir una gran recollida de dades de diferents grups socials, es va decidir a elaborar una enquesta en tres idiomes diferents; valencià, castellà i anglés, per tal de poder difondre en medis socials i aplegar a recollir una mostra més gran d'usuàries.

Aquesta va ser dissenyada mitjançant Google Forms, constava de 12 seccions. La primera per a dades personals i d'aquesta manera identificar si la persona que responia era dona, home o gènere no binari i, per tant, a partir d'ahí se'ls enviava a una secció o altra. Seguidament, tots els usuaris responien a una pregunta sobre si havien viatjat soles o si ho farien, i segons la resposta se'ls enduia a altra secció amb preguntes més concretes sobre l'usuari i la manera de viatjar, així com introduint la idea de comptar amb una *app* mòbil com a eina a l'hora de fer un viatge en solitari. Finalment, tots els participants de l'enquesta responien una última secció sobre l'ús de xarxes socials i la relació amb aquestes per tal d'assegurar-se que una *app* mòbil podria estar una opció encertada.

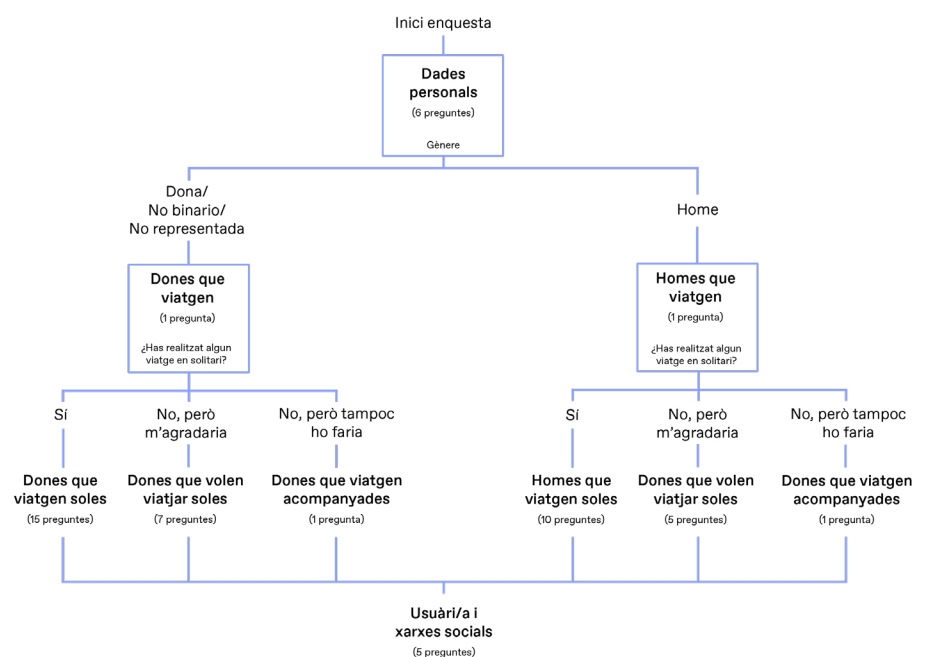


Figura 6. Diagrama de flux de l'enquesta

A continuació es mostra un diagrama de flux amb les diferents seccions de l'enquesta per tal de poder entendre-ho d'una manera més visual:

L'enquesta va ser difosa mitjançant xarxes socials: Twitter, Instagram i LinkedIn i per grups i contactes de WhatsApp. Es van obtenir un total de 190 respostes. A la Figura 7 (pàg. 14) es mostra un resum d'algunes de les dades més rellevants.

### **2.2.3. Entrevistes**

Per tal d'aconseguir informació més detallada i complementar la ja obtinguda a les enquestes, es va decidir fer tres entrevistes diferents a dones que ja havien viscut l'experiència de viatjar soles, cada una de les tres de forma diferent.

Les tres entrevistes són semblants, però segons el perfil de l'entrevistada es va optar més per una entrevista semioberta o d'altra completament oberta i més improvisada segons els temes que l'entrevistada anava tractant.

Algunes de les conclusions extretes d'aquestes converses són:

- Les tres entrevistades estaven d'acord en la utilitat que podia tenir una eina com aquesta degut a l'escassa informació que hi pots trobar al respecte a internet.
- Basant-se en experiències prèvies durant els seus viatges, totes les entrevistades havien sofert alguna mena d'alerta o agressió degut a la seva condició de dones on havien tingut que buscar ajuda de terceres persones per tal de poder completar un recorregut o activitat.
- Totes elles han usat plataformes de viatges abans i durant aquest, tot i haver improvisat dins dels margens que se'ls permetia.
- Els viatges realitzats per les entrevistades han estat estretament lligats al creixement personal i han estat molt poc turístics, sempre es buscava l'opció més *off-the-road* o local.

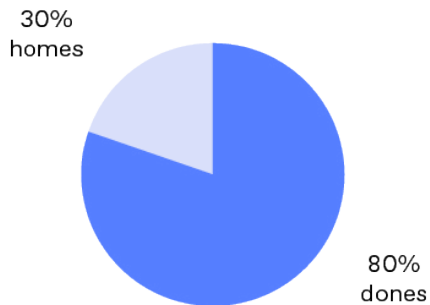
Per tal de poder llegir les entrevistes completes visita l'Annex II (pàg. 41) d'aquesta memòria.

### **2.2.4. Anàlisi de resultats**

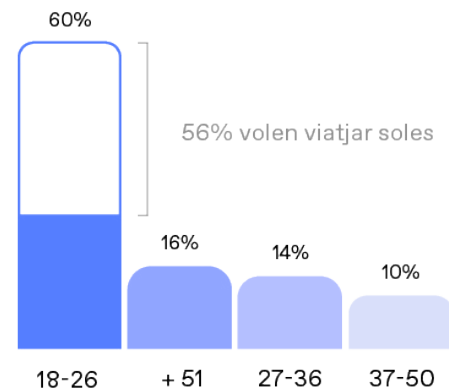
De les 190 respostes recollides el 80% van ser de dones i un 30% homes. La majoria de les persones enquestades (60%) corresponen a la franja d'edat entre 18 i 26 anys i un 25% han viatjat alguna vegada soles. També, crida

## Total de respostes

(190)

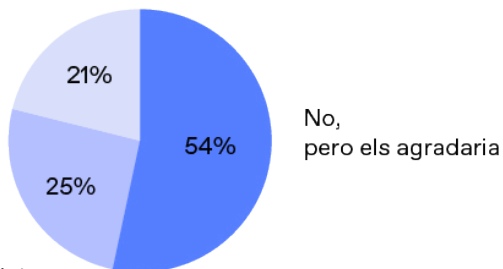


## Edat de les usuàries



## Segons si han viatjat soles o no

No, però tampoc volen



Han viatjat soles

**94%** prefereixen viatjar acompanyades.

**41%** no viatges soles per por i/o inseguretat.

## Raó per la que encara no han viatjat soles

**68%** de les dones enquestades senten por o inseguretat a l'hora de decidir-se per viatjar soles.

**40%** d'elles no ho han fet per qüestions econòmiques.

## Motivacions per viatjar soles

-  Introspecció personal
-  Viure noves experiències
-  Conèixer cultures i gent
-  Independència

## Estils de viatge preferits



52 %  
cultura



48 %  
natura



37 %  
ciutat

Figura 7. Resultats més rellevants extrets de les enquestes



Figura 8. Pantalles de Travello, extretes de la web de la app: <https://travelloapp.com/travello-blog/>

l'atenció que del 54% de dones a les que agradaria viatjar soles però encara no ho han fet, més de la meitat asseguraven no haver-ho fet per por o inseguretats. Addicionalment, els motius per viatjar soles estaven vinculats a la introspecció personal i sortir de l'anomenada, zona de confort.

Els resultats de l'enquesta han servit per identificar certs sectors que podrien estar més interessats en una eina com aquesta, així com certes idees que podrien afavorir positivament el funcionament de la plataforma. A continuació, es destaquen, d'una manera més visual, els resultats més significatius per a la investigació (Figura 7) (pàg. 14). Els resultats complets es poden consultar a l'Annex I (pàg. 39).

## 2.3. ANÀLISI DE MERCAT

Es tracta d'analitzar altres apps, webs i recursos digitals d'un àmbit similar al de Pròpia, és a dir, viatges en solitari, viatges en solitari per a dones, viatjar local, etc.; per tal d'identificar possibles solucions a problemes relacionats, així com, establir una sèrie de referències per al disseny d'interfície, l'organització de la informació i funcionalitats. També, és un mode de detectar febleses i punts forts d'altres experiències d'usuari i dissenys d'interfície per tal de tractar de potenciar les parts bones i millorar les dèbils. A l'Annex III (pàg. 49) es pot trobar una anàlisi profunda i detallat de les tres apps que s'han utilitzat com a referència principal.

Generalment, però, podem observar una gran tendència a fer que la majoria d'aquestes eines siguin principalment, xarxes socials, on poder compartir publicacions a manera de textos i fotografies, a la vegada que, interactuar amb més persones mitjançant missatges, xats grupals i eines molt semblants a altres xarxes que ja coneixem com pot ser Instagram o Facebook.

Un altre dels punts en comú d'aquestes apps són els grups d'activitats d'oci o aficions en comú, en aquestos, la gent intenta posar-se d'acord per dur endavant un pla en comú al lloc on estàs de viatge. En altres també, es tenen molt en compte les recomanacions de certes ciutats o països per dur a terme una experiència concreta relacionada amb el *hobby* en comú.

Majoritàriament, s'observa moltes funcionalitats que permeteixen als usuaris col·laborar i poder compartir consells, opinions i experiències. Algunes apps fan ús de sistemes de punts i recompenses (com descomptes per a *tours* en ciutats o entrades a llocs d'interés general), d'altres fan servir els anomenats *likes* i comentaris per incitar la interacció i que vulguen seguir participant. Al capdavall, es coneix que la major part d'aquestes plataformes tenen un usuari comú, i que, tant per l'edat com per les tendències actuals, la societat disfruta compartint i interactuant sobre aquelles coses que fan o han fet. El que ens dona a entendre que un dels factors que millor funciona a aquestes apps és la possibilitat d'interactuar amb altres persones.

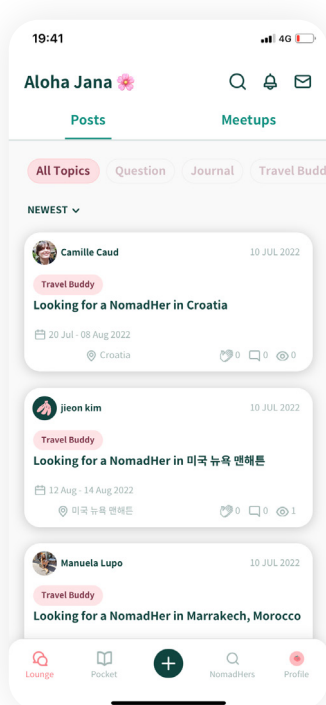


Figura 9. Pantalla de NomadHer, extreta de la pròpia app

## 3. DESENVOLUPAMENT

Tenint en consideració els resultats i les conclusions obtingudes anteriorment, el següent pas per al desenvolupament de Pròpia comprén des de la definició i conceptualització de la plataforma fins al disseny i avaluació d'alguns dels seus components i funcionalitats principals per tal de poder testear-la i detectar febleses i aspectes positius.

### 3.1. DEFINICIÓ DEL PROJECTE

Atès el fet que Pròpia és un projecte que neix d'una idea personal que no es correspon amb cap encàrrec previ o *briefing* existent, i que compta amb uns objectius principals que pretenen cobrir una carència, i, per tant, oferir una eina per a ajudar a les dones que desitgen viatjar soles.

Si bé inicialment es tenia una idea base del que es volia implementar a la plataforma, no ha sigut fins a llegir les respostes de l'enquesta i realitzar diferents entrevistes que s'ha descobert quins eren veritablement els problemes a resoldre:

- Un 54% de les dones enquestades aspiren a viatjar soles algun dia, no obstant això, d'aquest percentatge, un 68% té por o sent inseguretat a l'hora de prendre el pas.
- El 60% de les enquestades eren dones joves, d'entre 18 i 26, que són estudiants i, per tant, tenen escassos recursos econòmics en general.
- La gran majoria de les persones que han viatjat o volen viatjar soles, busquen experiències relacionades amb el creixement personal, conèixer cultures i expandir els seus horitzons.

Considerant aquestes premisses, podem definir Pròpia com una xarxa social que ofereix, a dones de tot arreu, un espai propi on poder compartir experiències, assabentar-se d'activitats d'interès general a diferents països i descobrir altres històries que empoderin i servisquen d'ajuda a altres xiques que anhelen seguir els mateixos passos. La finalitat d'aquesta plataforma col·laborativa és, que tothom tingui accés a aquest tipus d'informació per tal de disminuir les barreres que puguin sorgir a l'hora de viatjar solitàriament sent dona.

#### 3.1.1. Conceptualització

Pròpia és una plataforma pensada per a ser utilitzada com a *app* mòbil, té un propòsit social i explorador; pretén servir d'eina tant per descobrir i compartir com per aprendre de les experiències d'altres dones, ja que disposa

de funcionalitats molts diverses, com per exemple, un espai per escriure públicament; la possibilitat d'enviar missatges a altres perfils o una secció per mantenir un seguiment del teu propi recorregut, objectius i altres dades que vulgues conservar respecte al viatge que vols fer.


Adicionalment, per tal de crear una *app* més completa cal tenir en compte Pròpia com a marca. Per poder aportar major credibilitat i coherència al projecte i fer-la més atractiva de cara als usuaris, es decideix determinar la seva missió, visió i valors. En aquest cas són els següents:

- **Missió:** empoderar a aquelles dones que desitgen emprendre un viatge en solitari i facilitar-les una eina funcional amb la qual descobrir experiències, així com, compartir consells i contactes.
- **Visió:** crear una comunitat de dones que mitjançant la cooperació i participació pugui créixer i servir com a referent d'empoderació i creixement personal.
- **Valors:**
  - **Empoderament:** enfortint la confiança i capacitats d'aquelles que decideixen apostar per un viatge en solitari.
  - **Cooperació:** ajudant de manera conjunta a altres persones a poder aconseguir els seus propòsits.
  - **Creixement personal:** aportant oportunitats, experiències i persones que ajuden a l'evolució i desenvolupament personal.

### 3.1.2. Públic objectiu

Per tal de poder acotar més el públic objectiu, mitjançant les enquestes anteriorment mencionades, s'ha pogut demostrar quins rangs es mostren més interessats amb aquest tipus d'eina. A partir dels resultats, que es poden trobar a l'Annex I (pàg. 39), s'han elaborat tres fitxes de *buyer persona* on es poden observar alguns patrons comuns de les usuàries a les que va dirigida l'*app* i les necessitats que s'hauran de resoldre. A l'Annex IV (pàg. 52) es poden consultar les tres fitxes que a més, han servit com a guia de referència a l'hora de dissenyar Pròpia.

Algunes de les conclusions que es poden extraure són: que els perfils que predominen són de gent jove, entre 18 i 36 anys; la majoria són estudiants i/o es troben en un període incert entre etapes; aquestes persones busquen una experiència que compregui aprenentatge i creixement personal; degut a la situació econòmica d'aquestes persones per la seva edat, busquen opcions barates; i finalment, una de les raons principals per les que no s'han decidit a prendre el pas és la por i inseguretats.



**Alicia Doménech Torres**

22 anys

Estudiant d'últim any de grau de Disseny de Producte

**LLOC ON VIU**  
València

**SITUACIÓ**  
Acabarà la carrera molt aviat i no sap que farà després.

**OBJECTIUS I MOTIVACIONS**  
Vol aprofitar que és jove per viatjar i veure món i aprendre de les experiències més del que posa als llibres de text.

**NECESSITATS**  
Necessita un canvi d'aires i expandir els seus horitzons. Busca el creixement personal.

**PREOCUPACIONS**  
No sap per on començar a planificar, tampoc té molts diners i li preocupa que la seva família no la veja preparada.

**APPS MÉS UTILITZADES**  
Instagram, Tik Tok, WhatsApp, Bereal.

Figura 10. Exemple d'un dels *buyer persona* que s'han fet per a Pròpia

### 3.1.3. Continguts i funcionalitats

Partint de la investigació realitzada, que comprén els resultats obtinguts per l'estudi de mercat i d'usuaris, s'han extret una sèrie de necessitats funcionals, socials i emocionals que han derivat en objectius per a Pròpia. D'aquestos objectius, s'han pensat una llista de funcionalitats, tan pròpies com inspirades en altres *apps* de referència o que les usuàries han indicat que utilitzaven a sovent. Seguidament, es van classificar aquestes funcionalitats segons l'impacte que podien generar per tal d'afavorir a l'usabilitat de l'*app*, les menys útils es van descartar i es va fer una tria amb les més rellevants, d'aquesta manera es busca no sobrecarregar la plataforma de continguts. A l'Annex V (pàg. 56) es pot trobar un anàlisi complet de la tria de continguts i funcionalitats.

Més endavant, es va dur a terme una jerarquització de les funcionalitats, on es tenien en compte les més importants i destacables per tal de complir els objectius proposats, així mateix, per poder classificar les funcions en diferents pantalles de la manera més adient per a les usuàries de Pròpia, es va fer ús del mètode *Card sorting*.

“El *Card sorting* es un mètode d'investigació del disseny d'experiència d'usuari que permet explorar com agrupen la informació els usuaris i com realcionen conceptes. Aquest mètode, permet conèixer els models mentals del públic objectiu del producte i per crear una arquitectura d'informació que siga pertinent al que esperen els usuaris (Sherwin, 2018).”

Així doncs, tenint en consideració tots aquests aspectes, l'estructura i funcionalitats de la que es dota l'*app* són les següents:

- **Home:** aquest apartat engloba un resum personalitzat per a cada usuària. Es tracta d'un espai on pots trobar el resum dels teus pròxims viatges, els contactes que segueixes que estan en directe bé responent preguntes bé contant la seva experiència viatjant soles, i els missatges directes dels teus xats individuals i grupals.
- **Explora:** un espai on poder buscar articles, recomanacions, usuàries i qualsevol experiència lligada amb el fet de viatjar soles. A més, disposa de dues seccions de destacats, una per a publicacions, i l'altra per a perfils. D'altra banda, també és possible visualitzar experiències i consells recomanats a diferents parts del món des d'un mapa. Des d'aquesta pantalla, també pot fer una publicació la persona que estiga utilitzant l'*app*.
- **Butxaca:** a aquesta secció es pot trobar en diferents taulers les publicacions guardades, els perfils que t'agraden, taulers preestablerts, taulers a partir de zero per poder agrupar diferents publicacions o contactes segons temàtiques del teu parer i taulers per planificar viatges on pots guardar els teus tiquets, bitllets, marcar-te tasques per a fer i guardar publicacions i contactes que et puguin servir per al viatge.
- **Perfil:** on tant la mateixa usuària com la resta poden trobar: un mapa on indica els llocs on ha viatjat, quines són les pròximes destinacions de la usuària, les insígnies que ha guanyat fent ús de l'*app* i estant activament involucrada publicant i ajudant a altres dones i finalment també les publicacions escrites per la usuària del perfil.

#### **3.1.4. Arquitectura i diagrama de flux**

Una vegada clares quines són les funcions i continguts de l'*app*, com s'ha esmentat, es va dur un procés d'agrupació i jerarquització que ens permet plantejar l'arquitectura i interacció de la informació. A continuació es mostra el diagrama de flux resultant (Figura 11) (pàg. 20).

#### **3.1.5. Escenaris d'ús**

Un altre mètode que ha estat emprat per a la definició de Pròpia és la creació d'escenaris on es descriu de manera narrativa situacions concretes on l'usuària fa ús del producte per tal d'aconseguir els seus objectius. Aquests



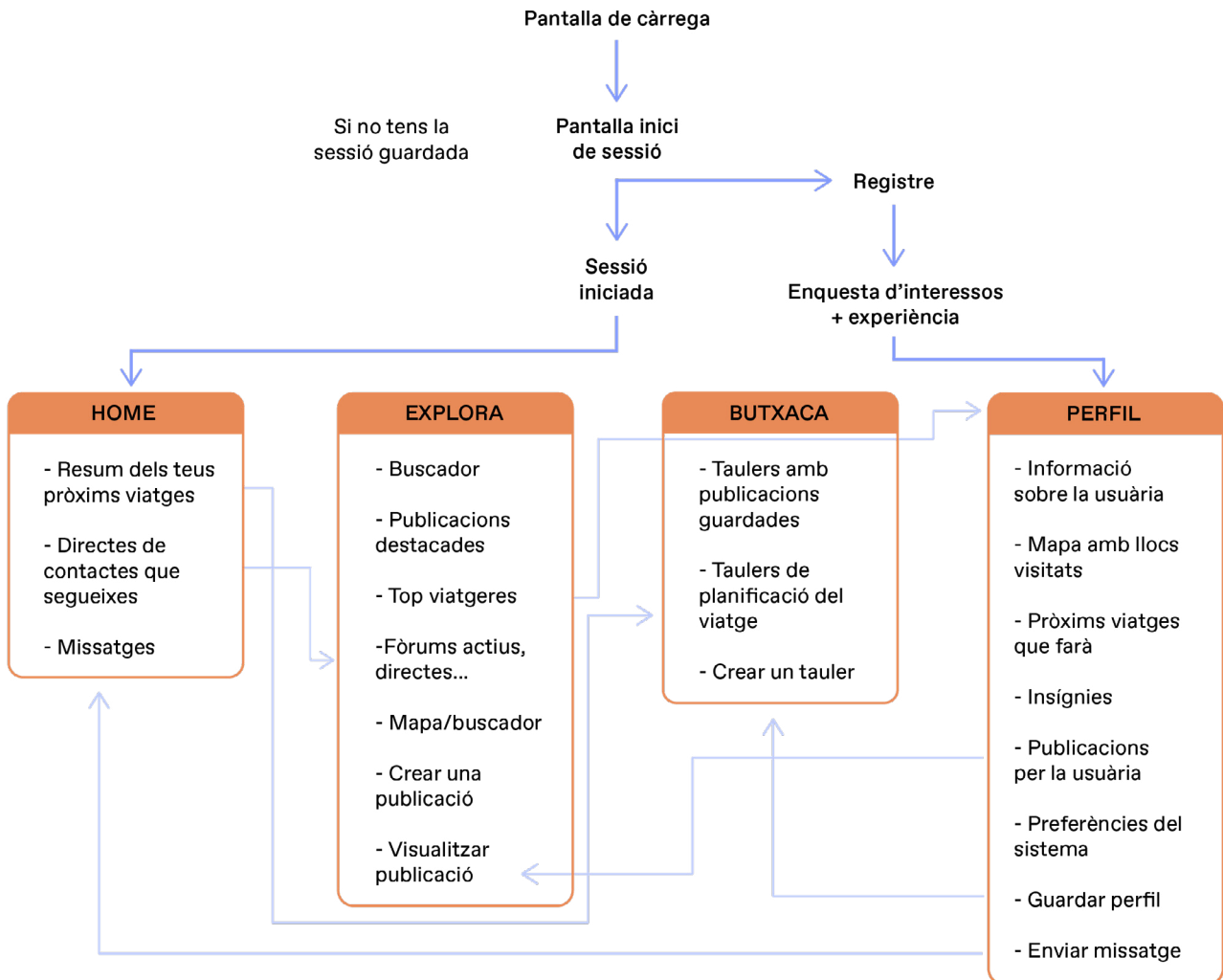


Figura 11. Diagrama de flux

objectius han estat definits en fases anteriors tal com s'ha descrit a partir de les enquestes, les entrevistes i la recerca de mercat. D'aquesta manera, es pot contemplar de quina manera serà utilitzada Pròpia i afirmar que les funcionalitats estan ben escollides.

Per concloure la definició de Pròpia, es proposen dos escenaris diferents d'ús de la plataforma amb la finalitat de posar com a exemple dues usuàries, una com a dona que no ha viatjat abans i necessita ajuda i altra, com a dona que ja ho ha fet i, per tant, fa servir la plataforma per, també, col·laborar. Els escenaris es poden trobar a l'Annex VI (pàg. 65).

## 3.2. DISSENY

Una vegada interioritzats els components del sistema tal com són les funcionalitats, els continguts i el flux d'interacció, es porta a terme la fase de disseny i prototipat de l'*app*. Per una part, s'ha creat una identitat verbal i visual bàsica per tal de dotar Pròpia de més caràcter i personalitat, no obstant això, aquest TFG es centra en la part de disseny d'interfície i experiència d'usuari, on s'ha profunditzat més extensament.

La fase de disseny d'interfície i experiència d'usuari comença amb l'esquelet de cada element de l'*app*, per tal de poder compondre i organitzar de manera eficient els continguts de cada pantalla. Seguidament s'elaboraran els *wireframes* de baixa i alta fidelitat per tal de poder crear un prototip clar de l'*app* i, d'aquesta manera, fer un testeig identificar errors i aspectes de millora.

Per a poder acomplir aquesta fase, s'ha utilitzat com a *software* Figma, una eina de prototipat d'interfícies i disseny vectorial. L'elecció ha estat deguda a la seva facilitat i eficàcia per poder prototipar, com per la facilitat que dona per realitzar testeigs remotament.

### 3.2.1. Identitat verbal

La identitat verbal, concepte introduït en Espanya per Fernando Beltrán en 1989, és la manera que tenen les marques de transmetre els seus missatges d'una forma pròpia, creant les percepcions adequades, i alineades a la seva proposta de valor i personalitat (Branzai, 2012). A Pròpia no es podia passar aquesta qüestió per ample a causa de la seva importància a l'hora de comunicar les diferents accions a les usuàries mitjançant la interfície, aquesta comunicació ha de ser directa i expressada acord amb els valors i els objectius que pretén aconseguir Pròpia. A continuació, es mostrarà com s'han tingut en compte i s'han implementat aquestos aspectes a l'*app*.

#### 3.2.1.1. Naming

El *naming* o nomenament, és la tasca de donar nom a alguna cosa, bé pot ser una idea intangible, un producte o una marca. Aquest procés cobra vital importància a qualsevol creació d'una marca, degut a que serà com és reconegut per tothom, a més, és recomanable escollir el nom amb cura i tenint en consideració l'àmbit del producte i de les usuàries.

En el cas d'aquesta *app*, s'ha escollit el nom de Pròpia degut a l'accés exclusiu per a dones de la plataforma, oferint-les així un espai propi on poder compartir i recolzar-se. A més a més, altre detonant clau en l'elecció d'aquesta paraula concreta va estar l'assaig de l'escriptora Virginia Woolf, "Una cambra pròpia" (en l'original anglès, *A Room of One's Own*), on Woolf (1929) assen-

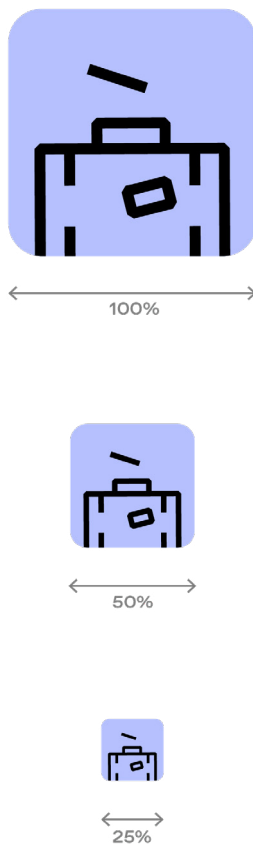


Figura 12. Test de reducció del logotip

yala la importància de tenir una habitació on poder estar amb una mateixa, en el cas de l'escriptora i altres exemples femenins, per poder escriure i així potenciar la seva creativitat.

### 3.2.1.2. To de la marca

Per a la comunicació de Pròpia, s'han emprat missatges molt sintètics i directes per tal de detonar acció, a més, s'ha cuidat que aquestos missatges siguin sempre en clau positiva. Tot i que al prototip apareixen menys exemples, la idea és, mitjançant aquestos missatges, afavorir la col·laboració i mostrar una part més humana i propera amb els missatges, com per exemple, quan es comparteix una publicació, s'agraeix l'aportació amb un missatge de grat.

## 3.2.2. Identitat Visual

### 3.2.2.1 Logotip

Segons Branzai, una plataforma sobre *branding* i marques, el logotip és un dels primers identificadors visuals d'una marca, per aquesta raó, ha de seguir amb l'estètica de tota la identitat i no pot actuar per separat. En el cas de Pròpia, i degut a la condició de les icones i les il·lustracions, s'ha decidit seguir amb aquesta personalitat també per al logotip, amb els mateixos tipus de línia i il·lustracions; així com la gama cromàtica, d'aquesta manera, serà fàcil atribuir la imatge al conjunt. A continuació es pot comprovar com funciona amb diferents reduccions. (Figura 12)

### 3.2.2.2. Paleta cromàtica

Altre dels aspectes bàsics d'una identitat visual és la gama cromàtica. En el cas de Pròpia, s'ha fet servir un color principal que divaga entre el blau i morat per tal de revocar al color feminista però sense caure en estereotips. En segon pla, s'ha escollit un groc fluorescent i un roig ataronjat per tal de donar-li dinamisme i força a les accions de la interfície. A banda d'estos colors, també s'utilitza en gran abundància el blanc i negre. Seguidament es mostra a la Figura 13 la paleta cromàtica completa.

Figura 13. Paleta cromàtica de Pròpia



## ABC Favorit

A B C D E F G H I J K L M N  
 O P Q R S T U V W X Y Z a b  
 c d e f g h i j k l m n o p q r s t  
 u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 14. Tipografia corporativa

### 3.2.2.3. Tipografia

No es pot parlar d'identitat visual i verbal sense parlar de tipografia. Aquesta, és un element que pot marcar la diferència entre una interfície accessible o no. Per a la plataforma, s'ha fet servir la ABC Favorit, dissenyada per Dinamo Typefaces<sup>3</sup>, aquesta tipografia grotesca senzilla de baix contrast, combina la rigidesa geomètrica amb rareses súbtiles i un toc humorístic. L'elecció ha estat donada degut a la força i caràcter energètic que dona la seva geometria i que combina amb els valors emprenedors de Pròpia.

### 3.2.2.4. Icones

Amb l'objectiu de crear un llenguatge el més universal possible i que siga entès per una quantitat més amplia de persones, es decideix usar icones. Aquestes tenen com a característica important que perteneixen al àmbit dels viatges i per tant, totes elles fan referència i tenen connotacions d'aventura. Totes les icones estan dissenyades baix les mateixes normes, basant-se en la guia de Material Design<sup>4</sup>, seguint un grossor del traç i unes terminacions als vèrtexs igual i recolzant-se en figures geomètriques ja existents, per tal de mantenir una cohesió i conformar una millor experiència d'usuari.

Figura 15. Icones del menú principal de Pròpia



### 3.2.2.5. Il·lustracions

A partir de les icones, s'han desenvolupat d'altres més grans i amb més detall i, fins i tot, color, per esdevindre il·lustracions. S'ha elegit seguir amb aquesta línia per la cohesió amb la geometria de la tipografia, així com per la força visual que dona. Les il·lustracions, al igual que les icones, han estat elaborades amb els mateixos criteris de grossor de línia, terminació dels vèrtexs i composició.

Cal afegir que, les il·lustracions a aquest projecte serveixen com a recolzament visual a algunes pantalles de felicitació, acompliment d'una tasca o donar la benvinguda, com és el cas de la pantalla "Home". També, en el cas dels taulers, serveixen per a referenciar i acompanyar el tipus de viatge que



Figura 16. Il·lustració per a l'insígnia de Top viatgera

<sup>3</sup> <https://abcdinamo.com/typefaces/favorit>

<sup>4</sup> <https://material.io/design/iconography/system-icons.html>

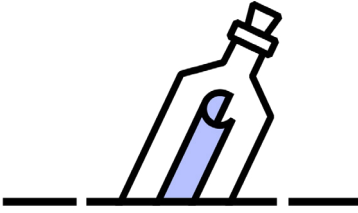


Figura 17. Il·lustració per agrair la publicació

va a fer-se, com no és possible tenir tantes il·lustracions com tipus de viatges existeixen, la idea és elaborar-ne una sèrie tancada on segons les paraules clau que usa l'usuària, s'elegeix una il·lustració de manera automàtica o altra.

### 3.2.3. Disseny d'interfície i experiència d'usuari

Tal i com s'ha explicat anteriorment, a la fase de disseny d'interfície s'elaboraran *wireframes* que primerament tindran un aspecte molt més esquemàtic i visual per tal de convertir-los en *wireframes* d'alta fidelitat, on es pot reconèixer tot el contingut. Seguidament, a aquestos *wireframes* serà afegit el flux d'interacció per tal de poder elaborar l'experiència d'usuari completa i d'aquesta manera, fer un testeig en fases posteriors per detectar millores a l'*app*.

#### 3.2.3.1. Wireframes de baixa fidelitat

Per als *wireframes* de baixa fidelitat, s'han fet ús de formes simples com cercles, rectangles i similars en escala de grisos per tal de poder fer-nos una idea de la composició i espai de cada apartat, així com de la jerarquització de la informació dins de la pantalla.

Per a poder dur a terme aquesta fase, primerament es van elaborar una mena d'esbossos a llapis i mà alçada per provar ràpidament diferents idees, una vegada tenint clar que podia funcionar millor, es va començar a dissenyar digitalment tenint clara una plantilla base dels marges i espais que caldria



Figura 18. Wireframes de baixa fidelitat

respectar. També es va decidir la quantitat de pantalles a dissenyar i l'espai vertical que ocuparia cadascuna.

Durant aquest procés, es van començar a prendre decisions de les formes més recurrents i de com lluiria cada element al llarg de tota la interfície. A més, també ha servit per poder fer proves de mides i fer-se una idea de l'espai que havia d'ocupar cada signficant amb la intenció de poder ser llegit i entès per tothom.

El conjunt final de pantalles de baixa fidelitat es pot revisar a l'Annex VII (pàg. 68).

### 3.2.3.2. Wireframes d'alta fidelitat

A continuació, s'ha aplicat la identitat visual i verbal esmentada anteriorment als *wireframes*, aconseguint així, crear una aproximació de com seria Pròpia. L'objectiu d'aquesta fase concreta és, més enllà de poder emprar aquestos recursos al prototip final per al testeig amb usuaris, controlar, una vegada més, els espais entre cada element, els tamanyos d'aquestos, la quantitat d'informació a la pantalla i la jerarquització de la mateixa, per tal d'aconseguir una experiència d'usuari el més fluida i desitjable possible.

Durant el desenvolupament d'aquesta etapa, hi va haver diversos canvis respecte als *wireframes* de baixa fidelitat, es poden consultar les versions finals de les pantalles d'alta fidelitat a l'Annex VIII (pàg. 75).

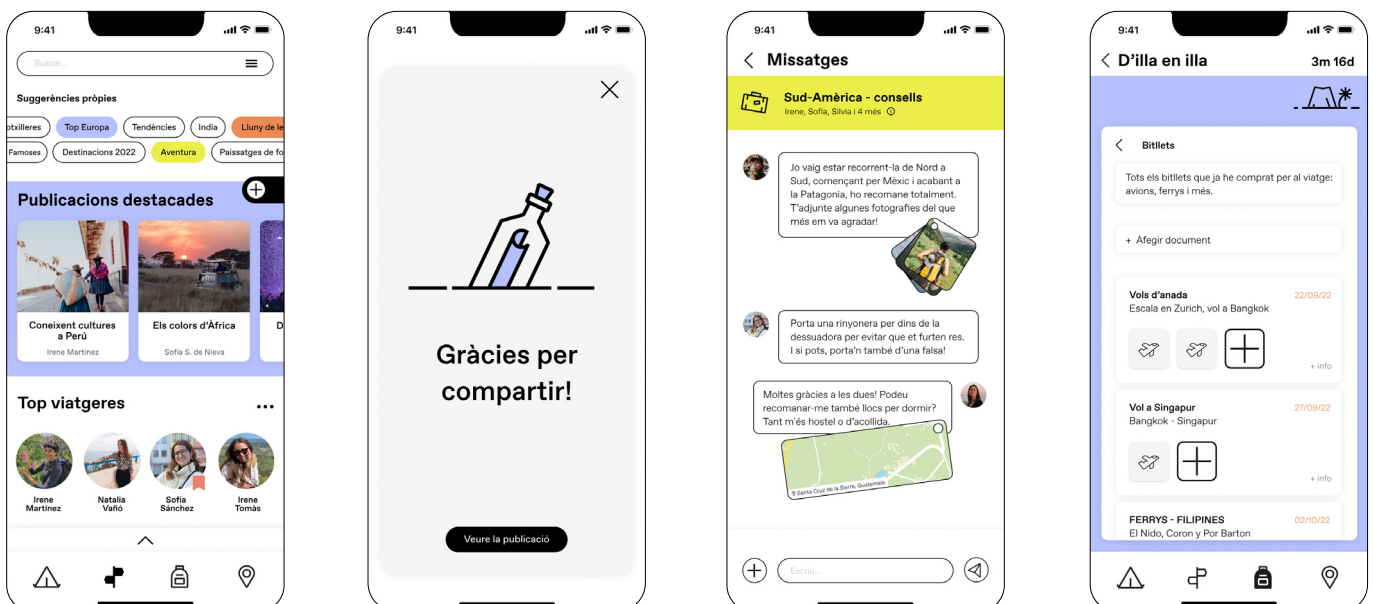


Figura 19. Wireframes d'alta fidelitat

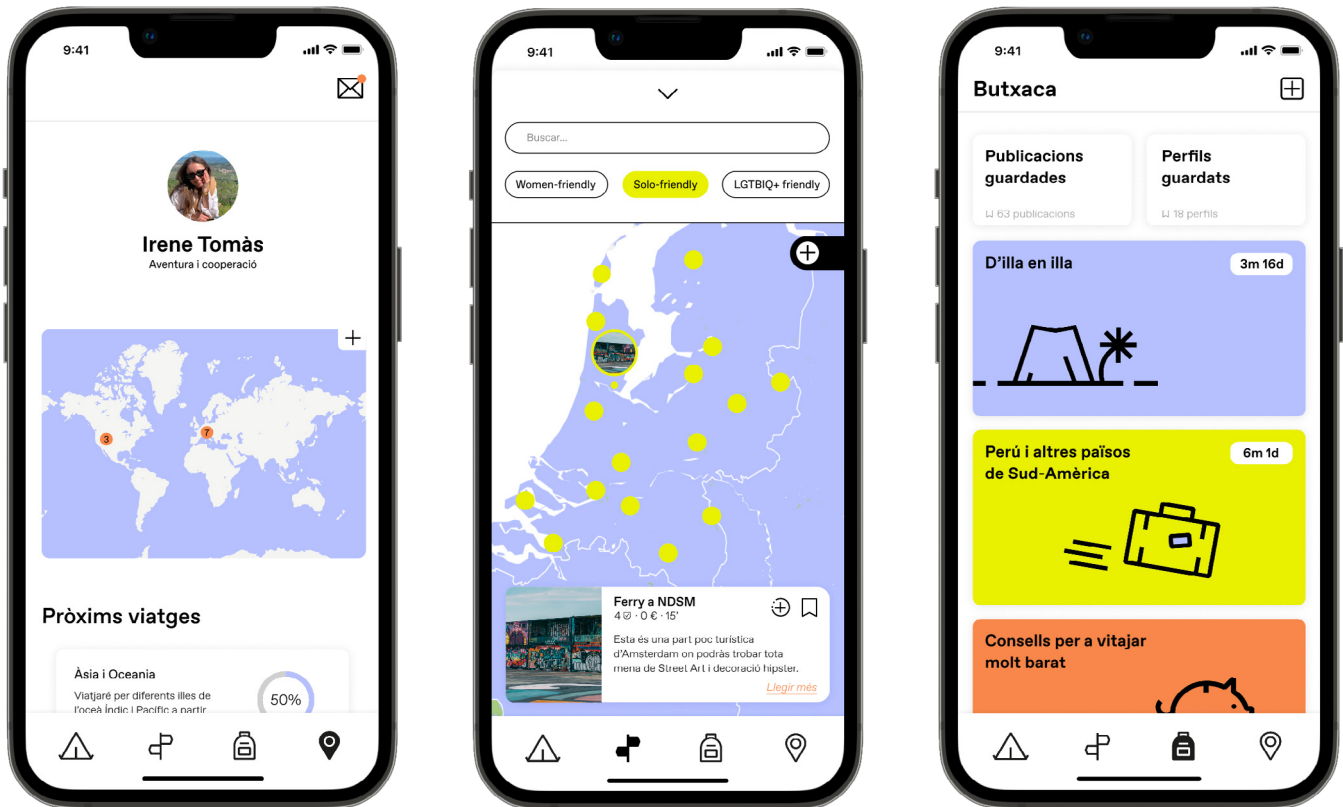


Figura 20. Pantalles del prototip

### 3.2.3.3. Prototip

El prototip final consta de diferents pantalles d'alta fidelitat a la vegada que dels seus fluxos d'interacció, d'aquesta manera, era possible amb un enllaç, que l'usuària pogués fer una simulació d'ús per tal d'avaluar l'*app* posteriorment.

A continuació en la Figura 20 es mostren algunes de les pantalles resultants. I a l'Annex X (pàg. 90) es pot trobar al final de l'avaluació, un enllaç per tal de poder provar el prototip amb la interacció.

## 3.3. AVALUACIÓ I MODIFICACIONS

### 3.3.1. Anàlisi heurística

Per tal de corregir possibles errors abans del testeig amb usuàries, es porta a terme un anàlisi heurístic, on es podrà avaluar la usabilitat de la interfície. Per portar-lo a terme, s'han seguit les 10 normes proposades per Nielsen (1994), a continuació, s'enumeren les regles heurístiques:

1. Visibilitat de l'estat del sistema
2. Coincidència entre el sistema i el món real
3. Donar-li a l'usuari control i llibertat
4. Consistència i estàndards
5. Prevenció d'errors

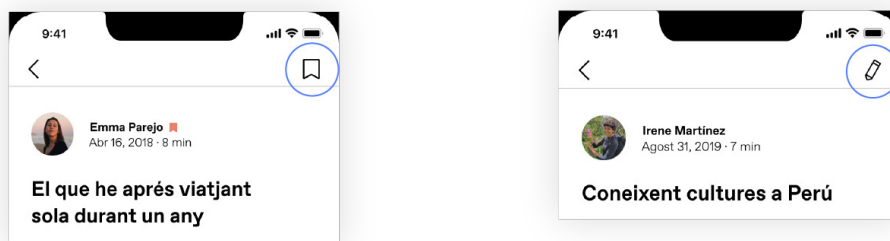
6. Reconèixer enlloc de recordar
7. Flexibilitat i eficiència d'ús
8. Estètica i disseny minimalista
9. Ajuda a l'usuari a reconèixer, diagnosticar i recuperar-se dels errors
10. Ajuda i documentació

D'aquestes, la número 4 no serà aplicable a Pròpia ja que, es tracta d'un prototip pensat i dissenyat per a *smartphone* i que de moment, no va a ser publicat ni prolongat a cap altra plataforma. En cas que açò canviara en un futur, es tornaria a realitzar l'anàlisi tenint aquest punt en compte.

Els resultats d'aquesta anàlisi es poden trobar al Annex IX (pàg. 87). A continuació, es mostren els canvis executats.

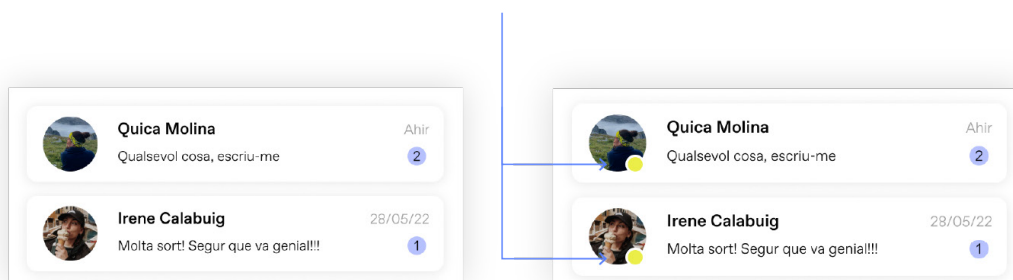
→ABANS. No s'havia implementat una opció que permetira a l'usuària editar les seves pròpies publicacions.

DESPRÉS. Per tant, s'ha canviat l'opció "Guardar" per "Editar" quan visualitzes la teva pròpia publicació.



→ABANS. És recomanable que l'usuària veja l'estat actual d'altres.

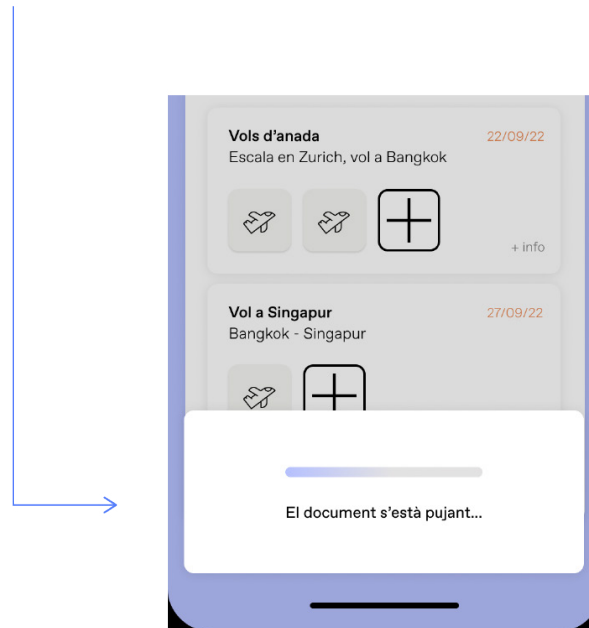
DESPRÉS. S'ha afegit l'opció, mitjançant un cercle de color, que indica si les usuàries estan en línia i disponibles per parlar.





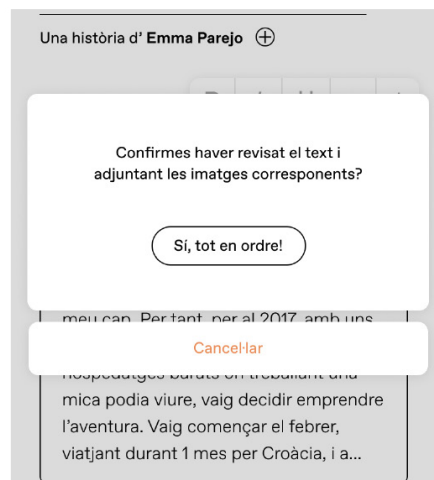
→ABANS. Cal que l'usuària perceba l'estat actual del sistema.

DESPRÉS. S'ha decidit utilitzar un *overlay* per tal d'informar l'estat dels documents que es pugen.



→ABANS. Ajuda a l'usuària a previndre errors.

DESPRÉS. Abans de fer una publicació, s'ha decidit incloure un missatge de confirmació per tal de previndre que a l'usuària se li oblidei ajuntar una imatge o revisar el text.



### 3.3.2. Testeig amb usuaris

Després de l'autoavaluació mitjançant l'anàlisi heurística, s'han realitzat modificacions i el prototip ha quedat preparat per ensenyar a usuàries reals. Per via d'una enquesta, s'ha realitzat el testeig d'usuàries, que ha consistit en tres tasques bàsiques per tal de poder detectar possibles errors a l'interfície i experiència d'usuari.

L'avaluació ha sigut realitzada per 10 persones els perfils de les quals es corresponen amb els descrits a l'apartat "3.1.2. Públic objectiu". Totes han sigut dones que o bé han viatjat soles o així ho desitgen. Per tal de verificar aquesta informació, a l'inici del formulari es preguntaven les dades personals bàsiques, més avant s'explica les tres tasques a elaborar i l'enllaç del prototip. Finalment, les usuàries responien a unes preguntes en els quals contaven les febleses que han trobat i les possibles millores, així com aquelles coses que han agradat.

Tot seguit, es mostren els canvis que s'han dut a terme després de llegir els comentaris de les usuàries. Els comentaris i les tasques que han realitzat es poden llegir a l'Annex X (pàg. 90).

Figura 25. Error detectat i la seva corresponent correcció.

#### Abans

→ Les usuàries trobaven dificultats, a vegades, per saber en quin apartat estaven. Els resultava enrevessat la icona que fa referència al perfil.



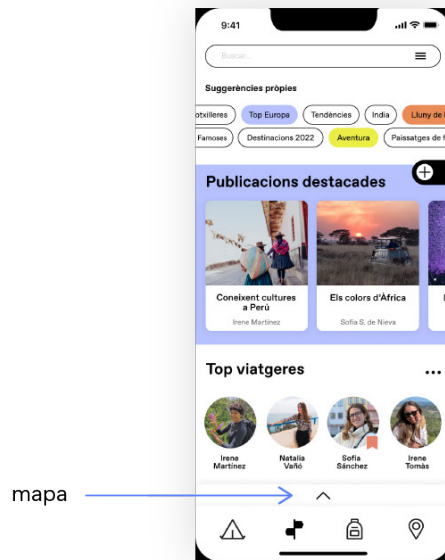
#### Després

→ S'ha substituït l'icona per altra on apareix una cara i per tant, és més fàcil identificar el perfil.



## Abans

→ A una gran quantitat d'usuàries les ha costat trobar el mapa.



## Després

→ La barra del mapa s'ha canviat a un color més cridaner, així com s'ha indicat amb el nom què és.

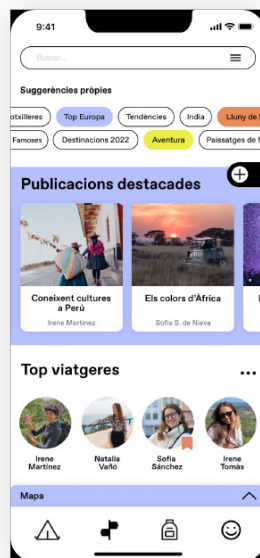


Figura 26. Error detectat i la seva corresponent correcció.

## Abans

→ El mapa no mostrava els noms dels països, i algunes usuàries ho creien convenient.



## Després

→ S'ha canviat el mapa a per un més accessible posant els noms dels llocs.

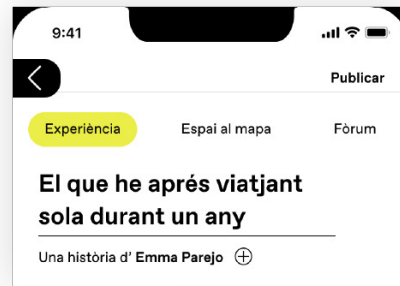


Figura 27. Error detectat i la seva corresponent correcció.

Figura 28. Error detectat i la seva corresponent correcció.

### Abans

→ A la pantalla de crear una publicació, no s'oferia la possibilitat de guardar-la com a esborrany, sols de "Publicar".



### Després

→ S'ha afegit l'opció per tal de poder guardar allò escrit abans de publicar.



## 4. RESULTAT

Finalment, després de realitzar tots els canvis esmentats anteriorment, les pantalles finals de Pròpia quedarien tal i com es mostren a l'Annex XI. A la Figura 29 es mostra una selecció.

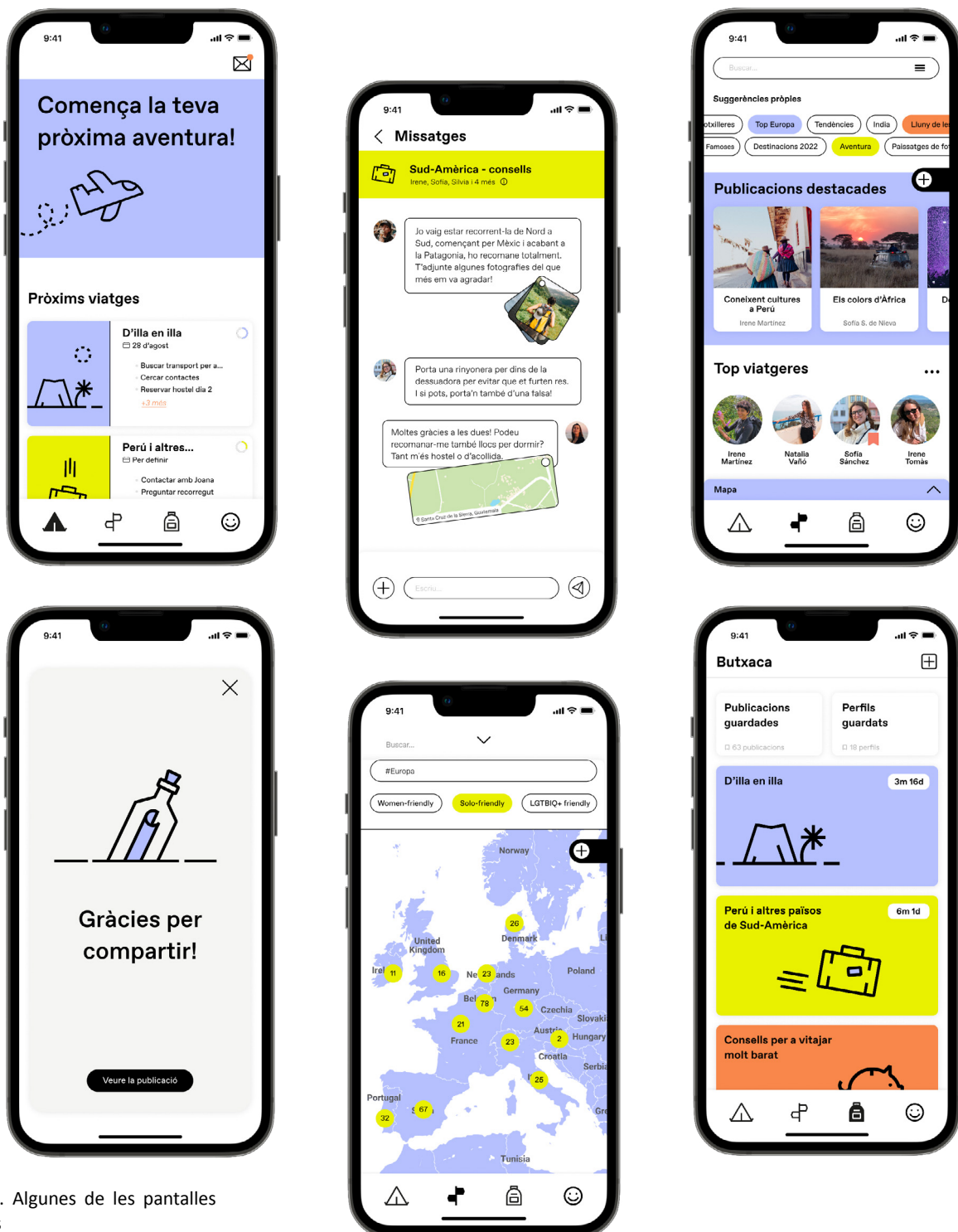


Figura 29. Algunes de les pantalles resultants

## 5. PRESSUPOST

Tenint en compte el nivell d'experiència, el temps dedicat al treball i aspectes com les funcionalitats de Pròpia, es proposa el següent pressupost:

### Pressupost

ETAPA	TASCA	HORES	TOTAL (30€/h)
INVESTIGACIÓ	Anàlisi d'usuaris + <i>buyers</i>	24	720
	Anàlisi de mercat	10	300
UX + UI	Conceptualització	16	480
	Organització funcionalitats	24	720
	Disseny d'interacció	12	360
	Wireframes baixa fidelitat	24	720
	Wireframes alta fidelitat	90	2700
	Avaluació, testeig i modificacions	35	1050
IDENTITAT	Identitat verbal	No aplica	1000
	Identitat visual	80	2400
<b>SUBTOTAL*</b>		315	<b>10,450</b>

\*IVA no inclòs

Figura 30. Pressupost del projecte

## 6. CONCLUSIONS

Tot i haver alcançat els objectius proposats, la realització d'aquest projecte ha suposat un desafiament degut a la quantitat de treball i funcionalitats que se li ha volgut otorgar a Pròpia per tal de ser una eina el més útil possible.

Fent un repàs de tots els objectius, es pot afirmar que Pròpia ha complit amb el que s'esperava. S'han identificat les necessitats de les futures usuàries mitjançant les enquestes i entrevistes, a més, els resultats han sigut d'allò més sorprenents així com l'acollida de la idea. També s'ha elaborat un anàlisi de plataformes similar per tal d'observar febleses a millorar. Seguidament, durant l'etapa de definició de l'*app* s'han establert unes funcionalitats totes lligades amb les necessitats que estableixen les usuàries analitzades a les enquestes i entrevistes. Així mateix, s'ha elaborat el disseny i ens hem encarregat de la conceptualització material de totes aquestes idees que ha esdevingut el prototip de Pròpia. Finalment, mitjançant l'ús d'aquest prototip interactiu s'han identificat fortaleeses i febleses que han ajudat a millorar la plataforma i per tant, mostrar un producte valuós.

Amb tot això, Pròpia ha esdevingut el que pretenia ser, una plataforma que pugui ajudar a aquelles dones que desitgen viatjar soles però que per diferents raons; com la por, la falta de recursos o material o creure's incapaces, no ho havien fet. Adicionalment, també suposa atractiva per a aquelles que ja han viatjat soles però que o bé o tornarien a fer o bé, volen recolzar i aportar a les que ho faran prompte.

Aquest producte, com la majoria dels productes digitals, degut a la seva iterativitat, a sovint s'haurà d'actualitzar, adaptar i incorporar funcionalitats que solventen nou desafiaments i obstacles.

Després de realitzar aquest projecte, considerem que s'hagués pogut veure beneficiat tenint una persona en l'equip que s'encarregués de la marca per tal de completar-lo millor i crear un resultat més íntegre.



## 7. BIBLIOGRAFIA

Beltrán, F., (2011). El nombre de las cosas. Barcelona: Conecta.

Branzai.com. (2012). Identidad Verbal: Qué decimos y Cómo lo hacemos. [online] Available at: <<http://www.branzai.com/2012/11/identidad-verbal-que-decimos-y-como-lo.html#:~:text=La%20identidad%20verbal%20es%20la,propuesta%20de%20valor%20y%20personalidad.>> [Accessed 6 July 2022].

Carroll, J. M. (1997). Chapter 17 - Scenario-Based Design. En M. G. Helander, T. K. Landauer, & P. V. Prabhu {Eds.}, Handbook of Human-Computer Interaction {2.a ed., pp. 383-406}. North-Holland. <https://doi.org/10.1016/B978-044481862-1.50083-2>

Garrett, J. J. (2011). The Elements of User Experience: User-Centered Design “for the Web and Beyond {2.a ed.}. New Riders Pub.

Hassan Montero, Y., (2015). Experiencia de usuario. [S.l.: s.n.].

Hassan, Y., Martín Fernández, F. J., & Iazza, G. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la información. Hipertext.net,” “2. <http://eprints.rclis.org/8998/>

International Organization for Standardization (2018). Ergonomics of human-system interaction - Part 11: Usability: Definitions and concepts (ISO Standard No. 9241-11:2018). <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en>

Marín Moreno, C. (2008). Metodología de investigación en estudios de usuarios. Revista General De Información Y Documentación, 17(2), 129 - 149. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0707220129A>

Material Design. n.d. Material Design. [online] Available at: <<https://material.io/design/iconography/system-icons.html>> [Accessed 14 July 2022].

Nielsen, J. (1994). Ten Usability Heuristics. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Norman, D., & Nielsen, J. (s. f.). The Definition of User Experience {UX}. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Lupton, E., 2017. *Intuición, acción, creación*. Barcelona: GG.

Pereira, A., & Silva, C. (2018). Motivations and experiences of women solo travelers. *International journal of multidisciplinary in business and science*, 4(5), 134-138.

Quinones, D., Rusu, C., Arancibia, D., Gonzalez, S., & Saavedra, M. J. (2020). SNUXH: A Set of Social Network User Experience Heuristics. *Applied Sciences*, 10(18), 6547. <https://doi.org/10.3390/app10186547>

Sherwin, K., (2018). Card Sorting: Uncover Users' Mental Models for Better Information Architecture. [online] Nielsen Norman Group. Available at: <https://www.nngroup.com/articles/card-sorting-definition/> [Accessed 10 April 2022].

Wilson, E., & Harris, C. (2006). Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 161-172.

Woolf, V., (1929). *A Room of One's Own*. London: Hogarth Press

## 8. ÍNDEX DE FIGURES I TAULES

1. Etapes de la metodologia <i>Design Thinking</i> . Creació pròpia a partir de la gràfica de Slashmobility.	7
2. Etapes del Diagrama de Garret (2000). Disseny propi a partir de la figura original del propi autor.	8
3. Cronograma de Pròpia	9
4. El disseny iteratiu al DCU. Creació pròpia a partir de la gràfica de Gema del Arco.	10
5. Morville UX <i>Honeycomb</i> (2004). Creació pròpia a partir de l'original de l'autor.	11
6. Diagrama de flux de l'enquesta	12
7. Resultats més rellevants extrets de les enquestes	14
8. Pantalles de Travello. Font: <a href="https://travelloapp.com/travello-blog/">https://travelloapp.com/travello-blog/</a>	15
9. Pantalla de NomadHer, extreta de la pròpia <i>app</i>	15
10. Exemple d'un dels buyer persona que s'han fet per a Pròpia	18
11. Diagrama de flux	20
12. Test de reducció del logotip	22
13. Paleta cromàtica de Pròpia	22
14. Tipografia corporativa	23
15. Icones del menú principal de Pròpia	23
16. Il·lustració per a l'insígnia de <i>Top</i> viatgera	23
17. Il·lustració per agrair la publicació	24
18. <i>Wireframes</i> de baixa fidelitat	24
19. <i>Wireframes</i> d'alta fidelitat	25
20. Pantalles del prototip	26
21. Errors detectats a l'anàlisi heurística i les seves solucions	27
22. Errors detectats a l'anàlisi heurística i les seves solucions	27
23. Errors detectats a l'anàlisi heurística i les seves solucions	28
24. Errors detectats a l'anàlisi heurística i les seves solucions	28
25. Error detectat i la seva corresponent correcció	29
26. Error detectat i la seva corresponent correcció	30
27. Error detectat i la seva corresponent correcció	31
28. Error detectat i la seva corresponent correcció	32
29. Algunes de les pantalles resultants	33
30. Pressupost del projecte	34

# ANNEX I

---

## PRÒPIA

RESULTATS DE L'ENQUESTA A USUARIS

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

Degut a la llargària de les enquestes, i el fet de que en són 3 iguals en diferents idiomes, s'ha decidit adjuntar els enllaços corresponents a cada enquesta per poder llegir les respostes directament d'elles.

Enquesta en valencià: [https://docs.google.com/forms/d/19cSEMk7l4GHf2\\_SKKAfz7MItXKzetDcGIUunB0XVj1l/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/19cSEMk7l4GHf2_SKKAfz7MItXKzetDcGIUunB0XVj1l/edit?usp=sharing)

Enquesta en castellà: [https://docs.google.com/forms/d/1iA9xsZ\\_dO-JWWAtjCJaTuXGR7qonrhty0Zz\\_I8F04dvM/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/1iA9xsZ_dO-JWWAtjCJaTuXGR7qonrhty0Zz_I8F04dvM/edit?usp=sharing)

Enquesta en anglés: [https://docs.google.com/forms/d/17wqnrwTnUJHkOnRbE7CC67NUsvIVQ04596ztdmw\\_CC4Y/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/17wqnrwTnUJHkOnRbE7CC67NUsvIVQ04596ztdmw_CC4Y/edit?usp=sharing)

# ANNEX II

---

## PRÒPIA

ENTREVISTES A USUÀRIES

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## ENTREVISTA 1. NOELIA NAVARRO DÍAZ

Entrevista realitzada a Noelia Navarro Díaz, estudiant de 21 anys de 4t de Disseny i Tecnologies Creatives i que, al mateix temps, treballa com a tatuadora a València. La conversació es va dur a terme de manera presencial.

L'estructura de l'entrevista és oberta i semi-estructurada, es va començar amb preguntes concretes que van donar peu a altres més específiques de la pròpia experiència de l'entrevistada.

### ***Pregunta núm. 1***

#### ***Quin tipus de viatges vas fer?***

El meu objectiu principal era arribar fins França amb una furgoneta. La idea del viatge era anar jo sola i no tindre interacció amb ningú. Era un repte per a mi mateixa al mateix temps que una mena d'experiment que ja havia vist a altres persones fer i que volia provar. Després passen coses i és inevitable no parlar amb la gent i buscar per ajuda externa o simplement per la pura necessitat nata de socialitzar.

### ***Pregunta núm. 2***

#### ***Quines motivacions tenies per a realitzar aquest viatge? Què ha sigut el que t'ha impulsat?***

La principal raó que tenia per fer aquest viatge era posar-me a prova a mi mateixa, també experimentar que es sent al estar soles a un lloc on no coneixes, vivint una aventura per mi mateixa i també demostrar-me que jo sola puc fer el que vulgui. Vaig veure una il·lustradora que m'agradava molt que va fer un viatge semblant, i això em va fer interessar-me per descobrir més sobre aquest tipus de experiències.

### ***Pregunta núm. 3***

#### ***Tenint en compte el tipus d'experiència, i que volies anar tu sola amb el menor del contacte extern possible. Quina va ser la reacció del teu entorn? Família, amics, et van animar a fer-ho?***

Tot el contrari, per una part, la meua família, abans que marxara, ja m'estava enterrant. La gent que coneixia ma mare li parlava de tal manera que els feia llàstima que jo fos així. No comprenien aquesta decisió meua. A més, tenint en compte que jo sols feia mesos que havia obtingut el permís de conduir, i que el viatge anava a ser tot en furgoneta, sumava l'opinió adversa a que jo realitzara ixte viatge. La única que em va recolzar realment va ser una tia meua, que en quant a caràcter i personalitat s'assembla molt a mi. Ella em deia que seria una experiència única, que estava molt contenta per mi, que segur que m'aniria bé, va ser un punt de suport.

**Pregunta núm. 4*****I en quant a l'experiència global, t'ha agradat viatjar sola? Ho tornaries a fer?***

A pesar d'alguna mala experiència, relacionada amb la inseguretat que vaig sentir en alguns llocs per culpa d'algunes persones, i de la manera en què m'he sentit en ocasions per haver estat sola i el cansament del dia a dia. M'ha agradat viatjar sola, m'ha servit per confiar més en mi, conèixer-me millor i aprendre moltíssim de diferents aspectes. Sempre repetiria l'aventura que és viatjar sola però canviant alguna variable per a que canvie l'experiència que rebi, en aquest cas, em relacionaria amb més gent, tenint en compte que cal ser prudents.

**Pregunta núm. 5****Podries compartir alguna experiència que qualificaries com de les millors del viatge i per què la consideres així?**

Les millors experiències són en les que m'he demostrat a mi mateixa que podia fer-ho. Cada vegada que aplegava a un lloc nou amb la furgo em sentia realitzada. A més, com he dit abans, jo no conduïa de feia tant, i per tant en certs camins, sé que si hagués anat amb algú més havera dit "condueix tu", però em vaig atrevir a fer-ho jo sola, clar, perquè no quedava altra. També al final del viatge, vaig conèixer a més gent i això també em va agradar. Tothom era molt agradable i estava obert a acollir-te!

D'altra banda, els llocs on em vaig quedar també van ser un bonencontre, ja que hi havien de molt diferents i variats i a alguns massos, les propietaries t'oferien el que necessitaves. Semblava que, de vegades, estava a altre món, trobar generositat a canvi de res, sols pel simple fet d'estar viatjant, pot ser sola o pot ser per ser una dona sola.

**Pregunta núm. 6****I en quant a pitjor experiència, quina diries que va ser i quin va ser el detonant perquè fos així?**

Quan vaig aplegar a França, vaig aparcar a una mena de pàrkings on em vaig quedar un parell de dies. Durant la meva estança allí em vaig sentir observada per un home durant més d'un dia. Venia, aparcava el cotxe al costat d'on jo estava i es quedava mirant, sense fer res més que mirant tota l'estona, no va ni eixir del cotxe, però em va incomodar moltíssim perquè ho va repetir dues vegades més mentre jo estava allí i durant períodes llargs.

Finalment, una noia que passava per ahí passejant el seu gos va detectar d'alguna manera que jo no estava bé, així que es va apropar i mitjançant el traductor de Google vam parlar (ja que ella sols parlava francès). Va anar a dir-li algunes coses a l'home que jo no vaig entendre, este es va enfadar moltíssim i se'n va anar. Per sort no va passar res, però va ser una mala passada.

També hi havia dies que es feien molt llargs i durs, el fet d'haver d'estar tota l'estona cuidant de mi mateixa de vegades se me feia insufrible i avorrit.



La meva motivació era pensar que si al dia següent seguia mal, podia tornar a casa, però al dia següent sempre volia seguir l'aventura.

***Pregunta núm. 7***

***Podries nombrar algunes eines que hakis utilitzat per/durant el viatge que consideres essencials? En valen tant d'eines digitals com físiques.***

He utilitzat aplicacions mòbils com “park4night”, aquest en concret m’ha ajudat molt per trobar llocs on fer les parades i a més, la gent compartia consells molt bons, les persones que participen a aquesta mena d’aplicacions soles tenen una voluntat pròpia per compartir experiències i fer que la resta del món tingui tan bons records com ells han tingut. En quant a eines físiques, material de dibuix per mantenir-me sempre ocupada i gas-pimenta per si acàs i perquè em feia sentir segura. Aquestes tres, han sigut eines imprescindibles.

## ENTREVISTA 2. JOANA TRAVER CORNELLES

Entrevista realitzada a Joana Traver Cornelles, una usuària que durant un període de la seva vida es va dedicar a viatjar sola per tot el món. La conversació es va dur a terme de manera online, a través de videoconferència.

L'estructura de l'entrevista és completament oberta, a partir de les experiències de l'entrevistada s'hi van encadenar preguntes que hi tenien que veure amb el tema del que parlava.

### **Secció núm. 1**

#### ***Joana parla sobre el tipus de viatge que va dur a terme.***

Quan portava uns anys treballant vaig tenir una mena de crisi existencial que em va voler fer deixar-ho tot i anar a viatjar improvisadament a veure que trobava, a expandir els meus horitzons. Al principi no estava molt segura de fer-ho i a la gent li pareixia una barbaritat, però finalment m'hi vaig decidir i em vaig llençar a l'aventura.

Vaig començar per Estats Units, després Amèrica del Sud, també més tard vaig passar per països d'Àsia i d'Àfrica, en definitiva vaig córrer molt de món.

La idea era anar sola, però de tant en tant trobava gent i m'unia a certs grups per poder viure experiències concretes, que sola no és possible, per raons de seguretat o perquè calia alquilar alguna mena de transport per poder fer-ho. Sempre tractava de veure llocs una mica "off-the-road", és a dir, no anar als llocs més típics, on van tots els turistes. A molts llocs, el que feia ja que a mi també m'interessa conèixer la situació de la dona segons el país, era buscar associacions, moltes vegades centres de dones, i com que el meu temps allí era quasi infinit, em dedicava a ajudar-les amb els quefers que tenien en eixe moment, per exemple, a Guatemala, vaig trobar una associació de dones que preparaven oli d'alvocat per celebrar una festivitat i jo els hi vaig preguntar si podia unir-me i ajudar-les a elaborar-lo. D'aquesta manera vaig aprendre moltíssim de diferents cultures i ho passava molt bé.

### **Secció núm. 2**

#### ***Conversa sobre estar sola i conèixer gent.***

Al principi de l'aventura pensava que tindria molt de temps, que escriuria tots els dies a un diari per tal de reunir el que anava fent i recordar-ho més tard. Però la veritat, em vaig trobar amb moltíssimes coses i experiències a viure, poques vegades vaig tindre realment temps de sentir-me sola. No obstant això, per exemple, una vegada vaig estar a un monestir budista amb monges, naturalment, budistes. Aquestos meditaven tot el dia, així que durant molts dies, jo vaig fer el mateix, i a més, estaven molt empenyats en voler convertir-me al budisme. Quan vaig eixir d'allí estava flipant, volia contar-li-ho a algú europeu, algú que entengués perquè estava tant al·lucinada,

però en eixe moment, no hi va haver manera de trobar-ne cap.

Així i tot, normalment preferia tractar amb persones de la cultura del lloc que visitava perquè jo viatjava per aprendre d'altres cultures, per enriquir-me, conèixer com és la vida allà, etc. De fet, quan em trobava amb algú europeu, per exemple, a Xina, una mica, com que em "decebia" per dir-ho d'alguna manera. I és que, al final, per fer-me un café amb una persona de València però a Amèrica, ja me'l faig a València.

D'altra banda, també opine que al ser dona, opine que en ocasions, potser una mica perillós dir on estàs i que vas sola, considere molt important conèixer on et dirigeixes per saber amb qui confiar i en quines situacions pots trobar-te, sobretot a països on la situació de la dona es desfavorable. Recorde que a Àfrica (no recorde exactament si era a Nigèria) el tràfic sexual de dones és molt freqüent i jo no ho sabia, i més d'una vegada em vaig veure rodejada d'homes amb segones intencions.

### **Secció núm. 3**

#### ***Sobre les eines que ha utilitzat o considera importants per viatjar, així com opinió personal sobre el tema.***

La veritat que improvisava prou, mai sabia on anava a estar o què anava a fer al dia següent. Solia buscar ofertes, i quan trobava vols barats, m'hi apuntava immediatament.

Anava buscant per diferents webs, de vegades m'haguera agradat tenir una sola web que m'ho vinculara tot, una mena de col·laboració entre tant de vinkle.

En quant a aplicacions mòbils, no gastava cap específicament, però considere que per que una d'aquesta mena tingués èxit o, al menys, jo la gastara, hauria de ser segura, local; és a dir, que el que et mostrara estigués estretament vinculat amb la cultura de cada país, i que posseïra un factor "give and get", això és, que motivara als usuaris a participar-hi i que si compartires una experiència et beneficiara d'alguna manera.

## ENTREVISTA 3. IRENE MARTÍNEZ DE LA VEGA

Entrevista realitzada a Irene Martínez de la Vega, estudiant de 21 anys de 4t de Disseny i Tecnologies Creatives que durant el 1r semestre de 4t va optar per beneficiar-se d'una Beca MERIDIES a Guatemala.

L'estructura de l'entrevista és oberta i semi-estructurada, es va començar amb preguntes concretes que van donar peu a altres més específiques de la pròpia experiència de l'entrevistada.

### ***Pregunta núm. 1***

#### ***Quin tipus de viatges vas fer?***

Durant el primer semestre d'aquest curs (2021-2022) vaig anar a Guatemala amb una Beca de Cooperació. L'objectiu d'aquesta era ajudar a una mena d'ONG d'allí d'art local i cultura amb la difusió de la mateixa, explicar-los un poc sobre xarxes socials i fer una mena d'estratègia de comunicació. Clar, això és el que pensava que anava a fer, però una vegada allí, no donava temps a fer tanta cosa i a més, tenint en compte que el concepte de xarxes socials i tecnologia allí no té res a veure i no els sembla per a res important. Per tant, va acabar sent més una experiència d'aprenentatge i beneficiar-me culturalment més que de poder contribuir.

### ***Pregunta núm. 2***

#### ***Quines motivacions tenies per a realitzar aquest viatge? Què ha sigut el que t'ha impulsat?***

En un principi jo volia anar a Melilla o Argèlia i fer altre tipus de cooperació, però als meus pares no els hi semblava bé, no es quedaven molt tranquils. Preferien que buscara una altra alternativa més segura per començar, encara que la destinació estigués més lluny. És així com vaig trobar la Beca MERIDIES i vaig decidir apostar per ella. Sempre m'ha agradat molt el tema de Cooperació i aquesta era una bona oportunitat.

### ***Pregunta núm. 3***

#### ***En quant a l'experiència global, t'ha agradat viatjar sola? Ho tornaries a fer?***

Tot i que anava sola, allí em vaig fer amb més gent: una noia que també venia de València i també una dona de la organització, una local. Em va agradar moltíssim l'oportunitat que vaig tindre, tot el que vaig aprendre, la gent que vaig conèixer, tot en general. Clarament repetiria.

#### **Secció núm. 4**

##### ***Irene parla sobre la seva vida allí i la condició de ser dona a Guatemala.***

Hi havia dies que em quedava a la “ciutat” a cases que estaven prou millor del que la gent d’allí de normal té. Altres dies em quedava a l’aldea a la casa d’una persona d’allí. Sempre havia de tenir molta cura amb les coses que duia, el millor era no aparentar tenir molts diners, duia sempre la cartera ben nugada al cos, portava d’altra falsa per si acàs.

Durant el temps que jo estava allí, anava (per casualitat) amb els cabells molt molt curts, com qualsevol noi d’allí, perquè les dones totes porten els cabells llargs. Entre això, que era alta i vestia molt ampla, em feia semblar una mica un home, i això em feia sentir més segura. Després, per la nit, era impossible i xir, era jugar-se-la molt, sabia que si ixia no tornaria.

És curiós perquè tinc un amic que va anar també amb la mateixa beca a la República Dominicana, i les nostres experiències, soles per la diferència de gènere, són molt diferents. Ell de vegades no comprenia les pors i inseguretats que podia tenir en certs aspectes del dia a dia.

#### **Pregunta núm. 5**

##### ***Si hagueres pogut emprar una aplicació que t’hagués ajudat durant el viatge o amb la preparació d’aquest, què hagués tingut aquesta eina?***

Se m’acudeixen moltíssimes coses diferents.

Per una part, a mi personalment m’agradaria una aplicació estil “*couch-surfing*” amb la que poder allotjar-se a casa d’altres dones i saber que són de confiança mitjançant una mena de sistema de punts o similar.

També em sembla molt interessant el concepte de local, de conèixer gent del lloc on vas, o poder recomanar gent que t’ha acollit o que t’ha ajudat en cert aspecte al país o abans d’anar-hi.

També crec que una experiència canvia moltíssim segons el lloc que vi-sites, així que veig essencial fer una mena de mapa o agrupació de consells segons el lloc que vages a visitar. Al igual que canvia ser dona a Europa que a Sud-Amèrica, per tant també destinaria una apartat a conscienciar segons on viatges de amb quines desavantatges pots trobar-te. Sobretot perquè quan busquen en internet per temes de seguretat, quasi sempre estan pensats des de la perspectiva d’un home, mai o molt poques vegades he trobat informació pensada de què passa quan ets dona o ets d’una minoria. Em sembla relevant tenir aquesta aplicació, contar d’un espai propi on poder compartir vivències, consells, llocs *women-friendly*, etc.

D’altra banda, considere interessant poder tenir un perfil i posar-nos certes etiquetes interessos com: esports, cultura, cooperació... d’aquesta manera segons el tipus de viatge que volgués fer, sabia amb qui contactar.

# ANNEX III

---

## PRÒPIA

### ANÀLISI DE MERCAT

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**  
**Grau en Disseny i Tecnologies Creatives**  
**Curs 2021 - 2022**



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## TRAVELLO APP

Tipus d'app	És una app per fer amics arreu del món a mesura que es viatja. La idea és connectar amb altres motxillers o viatgers que tens a prop online per tal de conèixer gent.
Públic objectiu	Tothom
Accés a l'app	Mitjançant el compte de Google, el que fa fàcil la creació d'un perfil personal.
Seguretat	No compta amb barreres de seguretat, és fàcil falsejar un perfil. A més, no hi ha possibilitat de fer privat el teu perfil personal.
Personalització segons interessos	Et permeteix fer una enquesta d'interessos per tal de poder recomanar-te grups i activitats durant l'ús de l'app.
Funcionalitats del perfil	Es pot agrupar les teves vivències, viatges, informació, llistes de desitjos, etc.
Xats/missatges	És possible crear xats privats i públics, personals o grupals.
Sistema de publicacions	Interacció amb altres persones com a Facebook o Instagram, mitjançant publicacions, reaccionant a aquestes, comentant i compartint.
Sistema de grups per interessos	Possibilitat de creacions de grups segons interessos on recomanar llocs, activitats i altres.
Sistema de punts/recompenses	Sistema de punts que motiva als usuaris a participar per tal d'aconseguir els seus objectius econòmics per a activitats i viatges. També, amb els punts aconseguits pots guanyar descomptes per a activitats.
Possibilitat de quedades/creació de plans	Sí
Proposta de valor	Et permet comprar tickets i reservar guies a partir de l'app.
Més comentaris	És una app molt completa, amb una interfàç neta i senzilla, tot i que al principi, tanta informació de colp pot acaparar els usuaris.

## LOCOMOLE APP

Tipus d'app	És una guia mòbil per a viatges que et dirigeix per on has d'anar i que fer durant la jornada.
Públic objectiu	Tothom, famílies i un especial èmfasi en el públic infantil degut als seus trencaclosques.
Accés a l'app	Crear un perfil
Seguretat	Fiable
Personalització segons interessos	No gaire
Funcionalitats del perfil	El perfil és d'ús personal i no compta amb gaire informació.
Xats/missatges	No té
Sistema de publicacions	Compta amb una part més social on es poden compartir les diferents vivències mitjançant imatges i textos i reaccionar a les de la resta.
Sistema de grups per interessos	---
Sistema de punts/recompenses	Hi ha descomptes per a restaurants i altres atraccions turístiques aconseguibles mitjançant un sistema de punts basat en els Tokens.
Possibilitat de quedades/creació de plans	No
Proposta de valor	Locomole et permeteix descobrir les parts menys turístiques de les ciutats amb l'anomenat Trail Map i el Get There que et dirigeixen mitjançant Realitat Virtual per tal de que l'usuari no es perga. Addicionalment, l'aplicació conta amb una càmera interna amb Realitat Augmentada i la possibilitat de compartir les fotos fetes a altres xarxes socials.
Més comentaris	Està disponible a molts pocs països i sols compta amb 5 idiomes. A més, moltes de les rutes proposades són mitjançant pagament.

NOMADHER APP	
<b>Tipus d'app</b>	Es tracta d'una comunitat de dones que viatgen soles d'arreu del món. La xarxa et permeteix compartir les teves vivències o fer publicacions per tal de saber si hi haurà alguna viatgera més al destí
<b>Públic objectiu</b>	Dones
<b>Accés a l'app</b>	Registre, creació d'usuària
<b>Seguretat</b>	Per tal d'aconseguir un perfil has d'enviar una foto teva feta en eixe mateix moment i una persona real et verifica l'identitat.
<b>Personalització segons interessos</b>	No té
<b>Funcionalitats del perfil</b>	Sols et permeteix posar informació personal, com aniversari, ubicació i poc més. Agrupa també les publicacions que has fet. És un perfil públic.
<b>Xats/missatges</b>	És possible crear xats privats individuals.
<b>Sistema de publicacions</b>	Interacció amb altres persones com a Facebook o Instagram, mitjançant publicacions, reaccionant a aquestes, comentant i compartint.
<b>Sistema de grups per interessos</b>	No té
<b>Sistema de punts/recompenses</b>	No té
<b>Possibilitat de quedades/creació de plans</b>	Sí, a més, s'hi fan quedades mundials per tal de juntar a diverses usuàries de l'aplicació.
<b>Proposta de valor</b>	Compta amb una pàgina a la plataforma on es recollixen suggerències, experiències més concretes sobre aprenentatges i altres publicacions més extenses que funcionen a mode de blog.
<b>Més comentaris</b>	Compta d'una interfície clara, neta i senzilla. És una aplicació una mica centralitzada ja que encara s'està expandint i la majoria de les seves usuàries pertanyen a un mateix continent.



# ANNEX IV

---

## PRÒPIA

*FITXES BUYER PERSONA*

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



**FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**



## Noa Pérez Gil

27 anys

Treballa a una empresa com a dissenyadora gràfica

### LLOC ON VIU

Barcelona

### SITUACIÓ

Porta tres anys treballant a aquesta empresa, i tot i que li agrada, la rutina i monotonia que porta li fa dubtar de si realment és aquest estil de vida el que vol.

### OBJECTIUS I MOTIVACIONS

vol agafar-se un any sabàtic per tal de viatjar i desenvolupar els seus projectes personals. Li agrada la idea d'aprendre mitjançant les experiències que viu i enriquir-se d'altres cultures. Li motiva ser suficientment independent per poder viure esta aventura sola.

### NECESSITATS

Passar temps amb ella mateixa, pensar, reflexionar, observar.

### PREOCUPACIONS

Li preocupa la seguretat i sentir-se sola. També li preocupa la manca d'informació d'alguns països a internet.

### APPS MÉS UTILITZADES

Instagram, Whatsapp, Twitter, LinkedIn i Vinted.



## Laura Sánchez Císcar

34 anys

Treballa a una organització social que ajuda a dones en situacions desfavorables.

### LLOC ON VIU

Huesca

### SITUACIÓ

Les vacances de Laura mai coincideixen amb les de les seves amigues, per tant, porta anys viatjant sola a diferents llocs del món.

### OBJECTIUS I MOTIVACIONS

Vol seguir viatjant tant com ho ha fet fins ara i seguir coneixent altres realitats i cultures. Li motiva la idea de compartir les seves vivències amb més persones, ja que es considera viatgera professional i vol que el que ella ha viscut siga de profit per a altres.

### NECESSITATS

Descobrir la realitat d'altres països i continents on encara no ha estat.

### PREOCUPACIONS

Sent que viu moltes experiències però no té un espai on compartir-les i creu que en part, donar a conèixer-les és motivant i terapèutic.

### APPS MÉS UTILITZADES

WhatsApp, Telegram, Slack, Mail, Google Calendar i Instagram.



## Alicia Doménech Torres

22 anys

Estudiant d'últim any de grau de Disseny de Producte

### LLOC ON VIU

València

### SITUACIÓ

Acabarà la carrera molt aviat i no sap que farà després.

### OBJECTIUS I MOTIVACIONS

Vol aprofitar que és jove per viatjar i veure món i aprendre de les experiències més del que posa als llibres de text.

### NECESSITATS

Necessita un canvi d'aires i expandir els seus horitzons. Busca el creixement personal.

### PREOCUPACIONS

No sap per on començar a planificar, tampoc té molts diners i li preocupa que la seva família no la veja preparada.

### APPS MÉS UTILITZADES

Instagram, Tik Tok, WhatsApp, Bereal.

# ANNEX V

---

## PRÒPIA

### ANÀLISI DE CONTINGUTS I FUNCIONALITATS

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**  
**Grau en Disseny i Tecnologies Creatives**  
**Curs 2021 - 2022**



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

# 1. ESTRATÈGIA

## NECESSITATS DE L'USUÀRIA\*

NECESSITATS FUNCIONALS	NECESSITATS SOCIALS	NECESSITATS EMOCIONALS
Dispondre d'una <i>app</i> segura, sense perfils falsos	Poder compartir/contar experiències quan es viatja sola	Creixement personal
Poder conèixer consells i experiències d'altres dones	Conèixer altres cultures	Espai per a l'auto introspecció
Tenir un lloc on poder guardar diferents enllaços o pàgines útils per fer el viatge	Conèixer gent local que pugui aconsellar-te o oferir-te una experiència més enriquidora (culturalment parlant)	Sentir-se independents
		Ampliar els horitzons, obrir la ment
		Viure noves experiències
		Sentir seguretat als llocs on es viatja i amb la gent que es coneix

\* informació obtinguda a partir de l'anàlisi d'usuaris (entrevistes i enquestes)

## OBJECTIUS DE L'APLICACIÓ

- Empoderar i motivar a aquelles dones que vulguin emprendre un viatge en solitari
- Oferir un espai segur on les persones amb més experiència viatjant puguin ajudar a aquelles que no en tenen
- Donar la oportunitat de poder compartir experiències i donar consells
- Ajudar en la preparació d'un viatge en solitari mitjançant recursos que servisquen per organitzar informació i guardar enllaços o articles d'interès

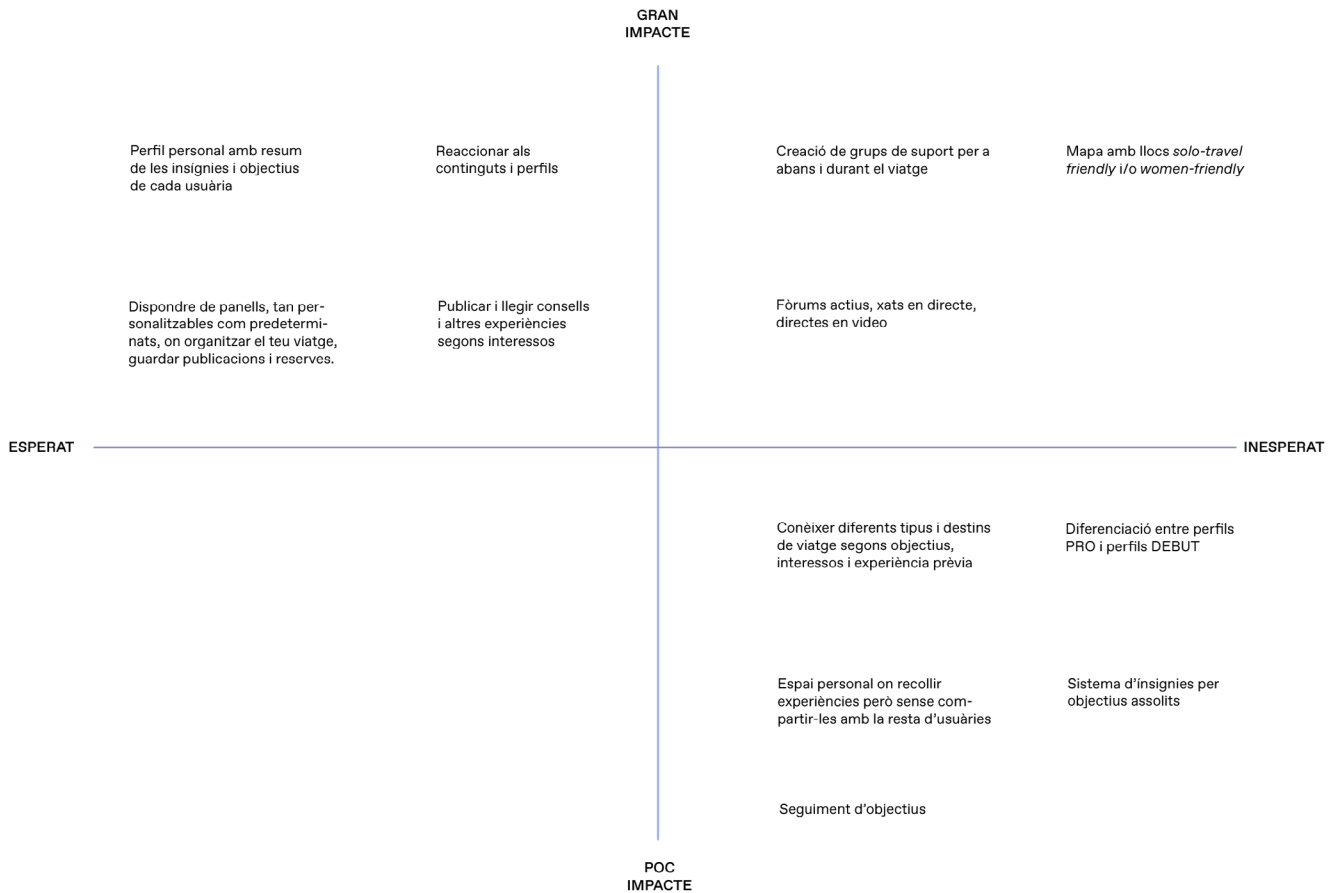
## 2. FUNCIONALITATS I CONTINGUTS

### FUNCIONS ESPECÍFIQUES

Publicar i llegir consells i altres experiències segons interessos	Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge	Mapa amb llocs <i>solo-travel friendly</i> i/o <i>women-friendly</i>
Conèixer diferents tipus i destins de viatge segons objectius, interessos i experiència prèvia	Espai personal on recollir experiències però sense compartir-les amb la resta d'usuàries	Diferenciació entre perfils PRO i perfils DEBUT
Dispondre de panells, tan personalitzables com predeterminats, on organitzar el teu viatge, guardar publicacions i reserves.	Fòrums actius, xats en directe, directes en vídeo	Sistema d'insignes per objectius assolits
Reaccionar als continguts i perfils	Perfil personal amb resum de les insignes i objectius de cada usuària	Seguiment d'objectius
	Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge	

### ANÀLISI

A continuació es valora quines tindran més impacte a l'*app* i quines menys mitjançant un eix que també engloba el nivell d'expectació que pot crear. Per tal de valorar l'impacte, es té en compte si resol directament una necessitat (esmentada anteriorment) de les usuàries. Per poder valorar si una funció s'espera o és sorpresa, es té en compte si és típica en aquest tipus d'*apps* o no.



Per tal de fer una *app* el més usable possible, es considera important no sobrecarregar l'aplicació amb funcionalitats si aquestes no van a tenir un gran impacte.

Per aquesta raó, després d'analitzar quines són més rellevants de cara a l'usuària final, s'ha fet una tria i s'han descartat les menys útils.

A continuació s'explica la raó d'elecció de cadascuna de les funcionalitats per quadrants:



**Funcionalitats esperades amb gran impacte**

Perfil personal amb resum de les insígnies i objectius de cada usuària	_____	El perfil personal és una secció important a qualsevol aplicació que té un component social, ja que d'aquesta manera, pots saber amb qui interactues i els interessos d'aquesta persona.
Reaccionar als continguts i perfils	_____	Per tal de poder mantenir un engagement real entre els dos tipus de perfil d'usuària a l'aplicació, és essencial poder donar i rebre comentaris (en el format que siga) i d'aquesta manera fomentar la participació i interacció a l' <i>app</i> .
Dispondre de panells, tan personalitzables com predeterminats, on organitzar el teu viatge, guardar publicacions i reserves	_____	Tenint en compte que un dels objectius del projecte és poder ajudar a les usuàries a emprendre un viatge en solitari, aquesta funcionalitat és significativa ja que ofereix un recurs útil i funcional on poder organitzar-te per aconseguir fer el teu propi viatge sense sentir-se aturdida.
Publicar i llegir consells i altres experiències segons interessos	_____	Una de les necessitats principals marcada per la majoria d'usuàries era poder obtenir consells o llegir d'altres experiències de dones que han viatjat soles. D'aquesta manera, aquesta funcionalitat és imprescindible a una <i>app</i> com aquesta.

**Funcionalitats inesperades amb gran impacte**

Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge	_____	Considerant aquesta funcionalitat com a un punt de seguretat i referència en casos de dubte o similars, i tenint en compte les necessitats de les usuàries, és una funció encertada per a una <i>app</i> com aquesta.
Fòrums actius, xats en directe, directes en video	_____	La idea d'aquesta funció és poder resoldre dubtes de manera directa i oberta per a tothom que estiga connectat a ixa hora en l'aplicació. D'aquesta manera, a més, també es fomenta la participació per crear una comunitat més forta i unida.
GPS/Mapa amb llocs solo-travel friendly i/o women-friendly	_____	Actualment, existeix una tendència d'etiquetar llocs turístics com a <i>LGBTIQ+ Friendly</i> , <i>Dog Friendly</i> i així també per a les persones que viatgen soles o per a llocs lliures de masclisme. Per aquesta raó, pot ser interessant tenir un filtre al mapa (o a recomanacions) de llocs amb aquestes etiquetes.

Perfils destacats	Al igual que amb les reaccions, crear un apartat a alguna pantalla on resaltar aquells perfils més actius o millor valorats, pot contribuir positivament en la participació de les usuàries.
Reaccionar als continguts i perfils	Per tal de poder mantenir un engagement real entre els dos tipus de perfil d'usuària a l'aplicació, és essencial poder donar i rebre comentaris (en el format que siga) i d'aquesta manera fomentar la participació i interacció a l'app.

### ***Funcionalitats inesperades amb poc impacte***

<del>Recomanacions de destins de viatge segons objectius, interessos i experiència prèvia</del>	La raó per la qual aquesta funcionalitat està catalogada com inesperada és perquè normalment, una persona ja sap quina mena d'objectiu o destins vol descobrir, per tant aquesta funció pot tenir-se en consideració però no és essencial. A més, amb les recomanacions d'experiències ja tindriem una funcionalitat molt semblant.
<del>Espai personal on recollir experiències però sense compartir-les amb la resta de les usuàries</del>	Aquesta funcionalitat no soluciona directament una necessitat de les usuàries.
Sistema d'insígnies per objectius assolits i publicacions fetes	Tal i com passava amb la diferenciació entre PRO i DEBUT, per tal de mantenir el engagement és positiu tenir un sistema que mantinga les usuàries motivades a utilitzar l'aplicació i que hi hagi un component de "give & get" que pot vore reforçat pel feedback de les usuàries i altra mena d'avantatges que pot oferir cada insígnia.
<u>Seguiment d'objectius</u>	Tenint en compte que fem referència als objectius com a viatges, i que existirà una funció específica (taulers) per a poder organitzar-los, fer un seguiment on tu pugues veure com d'aprop estàs d'aconseguir-ho podria ser un complement de la funció de taulers més que una funcionalitat independent.

## JERARQUITZACIÓ DE FUNCIONALITATS

### FUNCIONS PRINCIPALS

Dispondre de panells, tan personalitzables com predeterminats, on organitzar el teu viatge, guardar publicacions i reserves.

Publicar i llegir consells i altres experiències segons interessos

Fòrums actius, xats en directe, directes en vídeo

Mapa amb llocs *solo-travel friendly* i/o *women-friendly*

Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge

Reaccionar als continguts i perfils

Perfil personal amb resum de les insgnies i objectius de cada usuària

Diferenciació entre perfils PRO i perfils DEBUT

Sistema d'insgnies per objectius assolits

Reaccionar als continguts i perfils

## 3. ESTRUCTURA

### ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓ

Per a poder classificar la informació de manera que l'aplicació siga el més utilitzable possible, s'ha fet ús d'una eina anomenada "Uxtweak" per poder fer una enquesta a diferents futures usuàries i conèixer quin mena de classificació de funcions els sembla més correcta.

Aquest apartat, encara que les funcions principals van a mantindre's en aquest ordre, és possible que per tal de millorar l'usabilitat, la utilitat i accessibilitat de l'aplicació, canvie durant el procés de prototipat de l'esquelet.

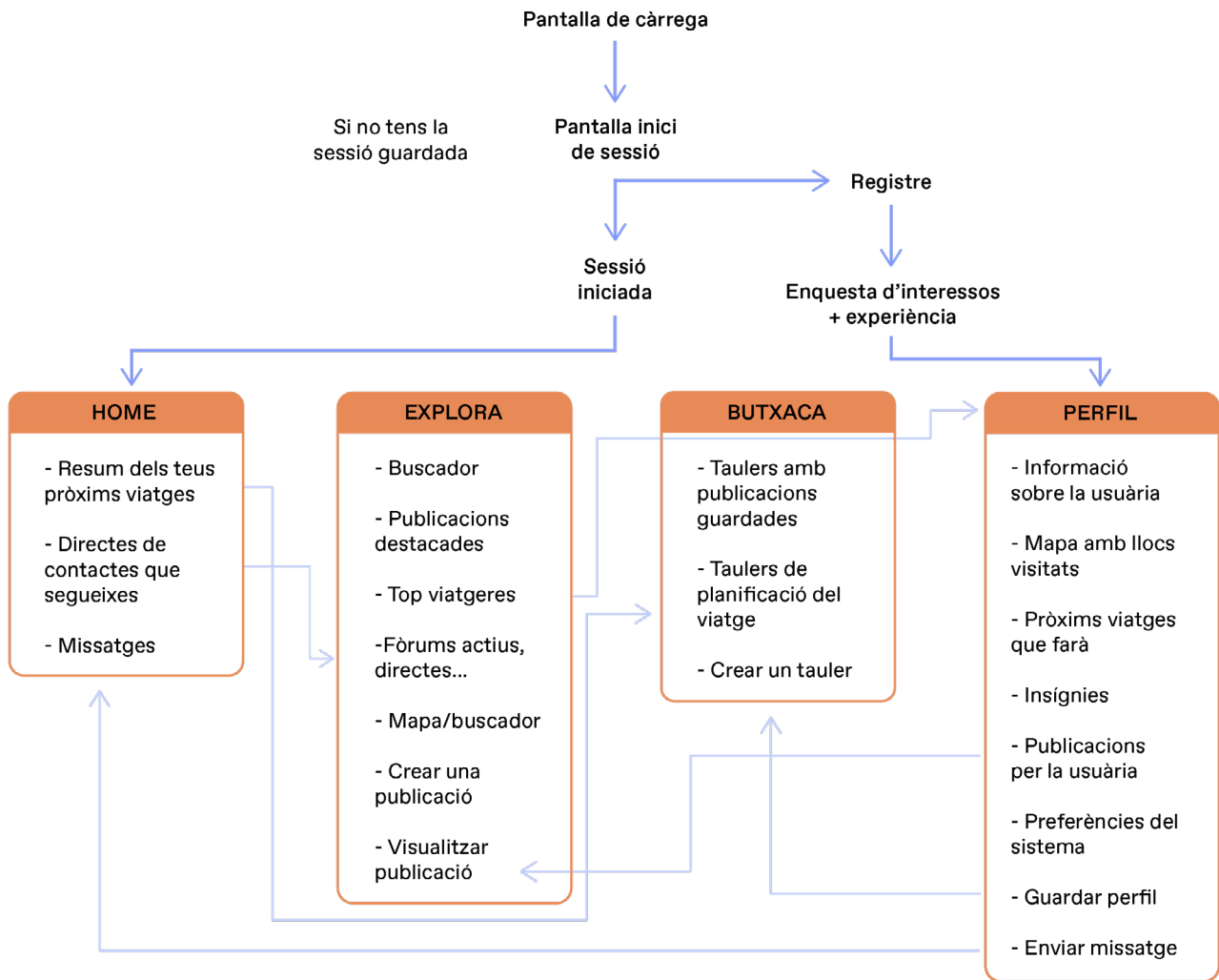
**Resultats usuàries**

HOME	EXPLORA	BUTXACA	PERFIL
Crear una publicació	Buscador amb filtres	Els teus pròxims viatges	Diferenciació entre perfils PRO i perfils DEBUT
Missatges directes/xat	Coses a fer, activitats recomanades per al viatge	Seguiment del teu viatge/objectiu	Sobre la usuària
Gent que segueixes en directe	Perfils destacats	Tasques per organitzar el teu viatge	Dispondre de panells, tan personalitzables com predeterminats, on organitzar el teu viatge, guardar publicacions i reserves.
	Mapa amb llocs <i>solo-travel friendly</i> i/o <i>women-friendly</i>	Guardar publicacions que t'interessen	Preferències del sistema
	Llegir consells i altres experiències segons interessos	Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge	Resum de les insignies i objectius de cada usuària
	Fòrums actius, xats en directe, directes en video		Seguir perfil/activar notificacions

**Canvis a partir de certes funcions creades per a seccions específiques**

HOME	EXPLORA	BUTXACA	PERFIL
Notificacions	Buscador amb filtres	Dispondre de panells, tan personalitzables com predeterminats, on organitzar el teu viatge, guardar publicacions i reserves.	Diferenciació entre perfils PRO i perfils DEBUT
Missatges directes/xat	Fòrums actius, xats en directe, directes en video	Seguiment del teu viatge/objectiu	Sobre la usuària
Gent que segueixes en directe	Perfils destacats	Tasques per organitzar el teu viatge	Enviar missatge
Els teus pròxims viatges	Mapa amb llocs <i>solo-travel friendly</i> i/o <i>women-friendly</i>	Guardar publicacions que t'interessen	Preferències del sistema
	Publicar i llegir consells i altres experiències segons interessos	Creació de grups de suport per a abans i durant el viatge	Resum de les insignies i objectius de cada usuària
		Coses a fer, activitats recomanades per al viatge	Seguir perfil/activar notificacions
			Publicacions fetes

## DIAGRAMA DE FLUX



# ANNEX VI

---

## PRÒPIA

ESCENARIS D'ÚS

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

## ESCENARI 1. A L'AVENTURA AMB ALÍCIA

Amb l'arribada de l'estiu i el final de la carrera, Alicia no sap on pondre. No sap si posar-se a treballar, si fer un màster, ni quin ni quina especialitat. Creu que és massa jove per tenir res massa clar, i que ara és el moment per viatjar, expandir els seus horitzons i créixer personalment. No obstant això, no totes les seves amigues comparteixen el mateix problema, i a més, cal tenir en compte el factor dels diners.

La curiositat d'Alicia la va dur a conèixer Pròpia mitjançant Google i diferents reviews a blogs de viatge que parlaven de la mateixa *app*. Així doncs, Alicia va decidir descarregar-la.

Una vegada creat l'usuari, Alicia descobreix que és possible viatjar sola, d'una manera segura i assequible. Ha estat llegint molts articles d'altres joves que van passar pel mateix que ella, i decideix fer el mateix. Entre tots els articles, hi havia un d'una usuària anomenada Montse, que comentava el seu any sabàtic viatjant de motxillera per tota Europa. Després de parlar amb Montse, preguntar-li pel recorregut, les coses que ha de tenir en compte i més, Alicia decideix que farà el mateix.

Ha començat un tauler per organitzar el viatge, allí va adjuntant publicacions d'altres viatgeres, activitats que vol fer, algunes de les tasques que ha de tenir en compte per a tots els preparatius i fins i tot, els bitllets de tren. Alicia ja té data d'inici per a aquesta aventura!

## ESCENARI 2. COMPARTIR CADA EXPERIÈNCIA

Laura és una nòmada nata, tota la seva vida ha viatjat moltíssim; amb la família, les amigues, en parella... però ja fa temps que no coincideix amb les vacances de la gent del seu voltant i per tant, viatja sola buscant el més enllà i vivint experiències on aprèn de diferents cultures, gastronomia i art de gent local.

Encara que Laura disfrute molt de viatjar sola, de vegades li agradaria poder compartir tot el que aprèn i les vivències que té a alguns països i situacions. Fer saber a la resta de gent de la realitat d'aquests o simplement sentir que el que conta, serveix d'ajuda per a altres persones.

Un dia, navegant per Instagram li va sortir un anunci de Pròpia. La companyia de l'*app* buscava dones acostumades a viatjar soles per tal de compartir les seves experiències i poder ajudar a altres persones que volien fer el mateix.

Sense pensar-ho dues vegades, Laura es descarrega l'*app* i comença a utilitzar les diferents eines de les quals disposa: apunta els llocs on ha estat al

seu perfil, publica alguns articles sobre alguns dels viatges que han estat més importants per a ella... poc a poc li comencen a aplegar alguns missatges d'altres xiques que diuen que els seus articles les han inspirat a prendre el pas. De tant en tant, també decideix fer directes per respondre preguntes més genèriques i motivar a aquelles que tenen pensat viatjar soles.

Laura no pot esperar a contar-ho tot del seu pròxim viatge!



# ANNEX VII

---

## PRÒPIA

**WIREFRAMES DE BAIXA FIDELITAT**

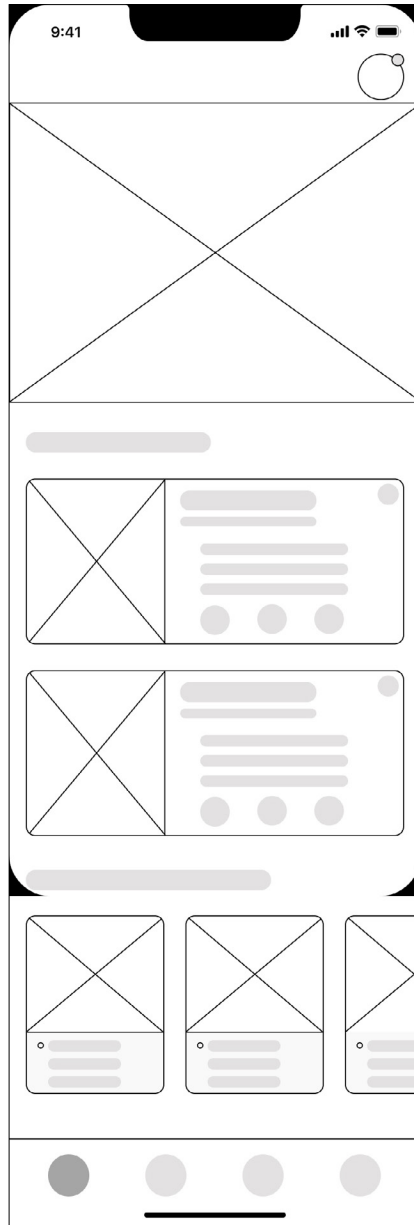
**Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



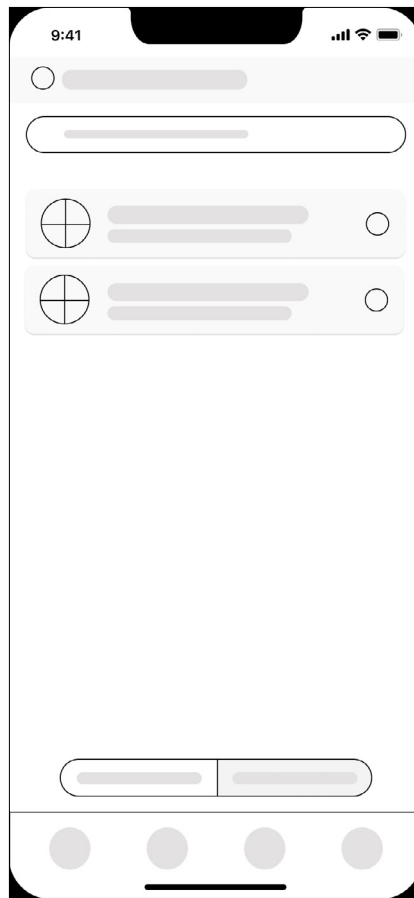
**FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**



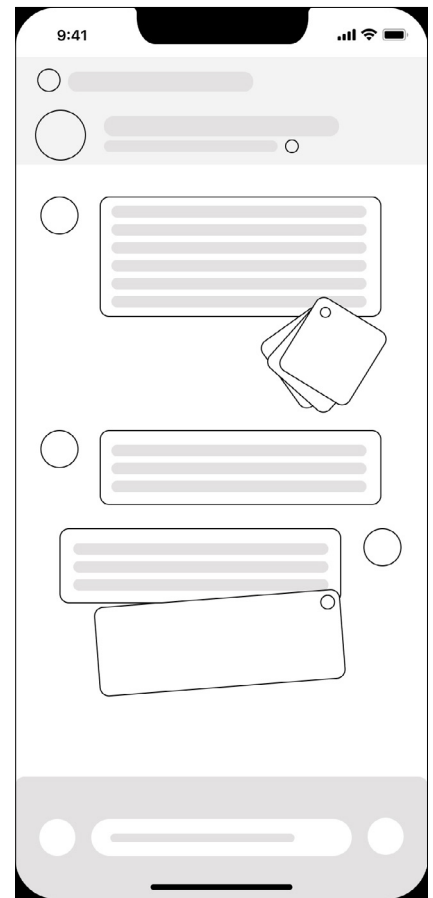
Pantalla Home



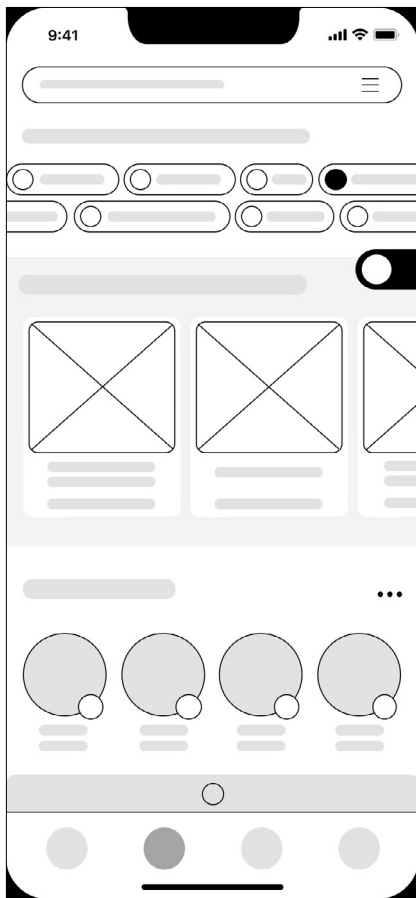
Pantalla de converses individual



Pantalla de converses grupals



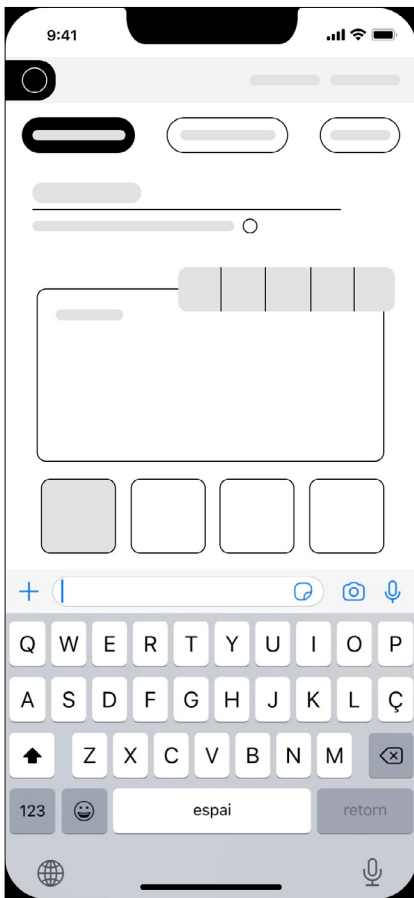
Pantalla d'una conversa



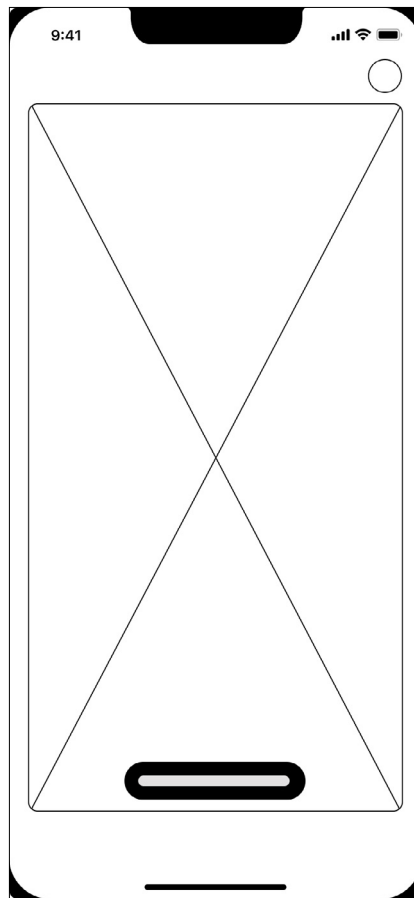
Pantalla Explora



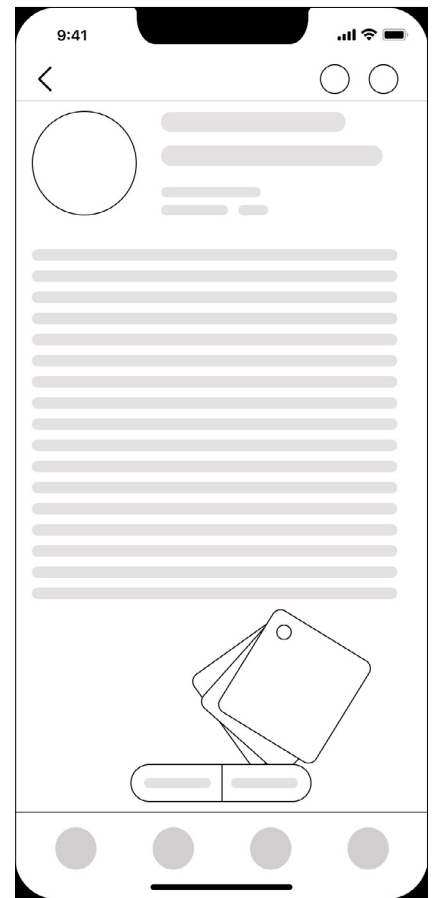
Pantalla Mapa, situat a la secció d'Explora



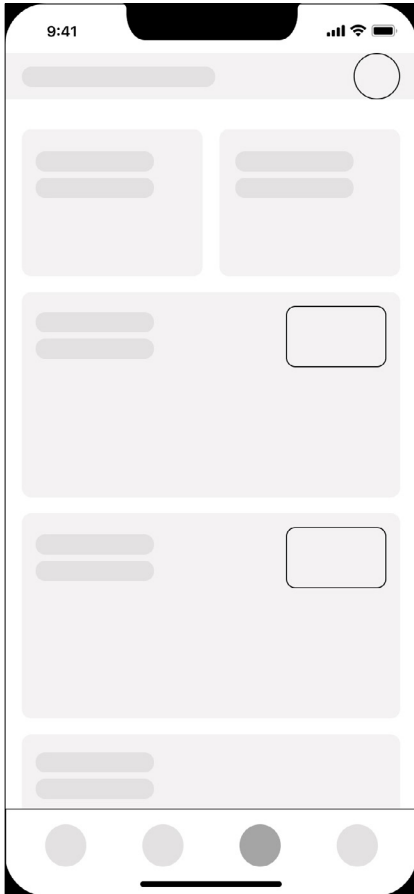
Pantalla de creació d'una publicació



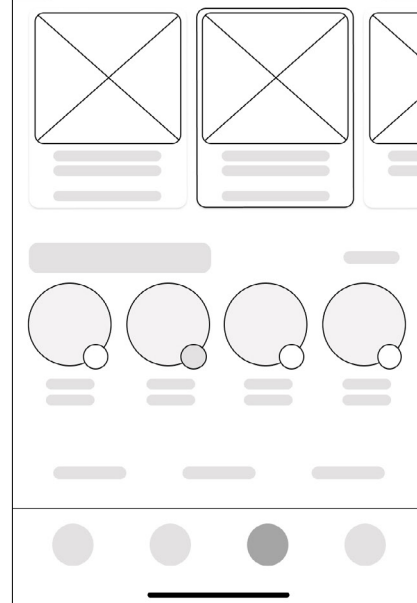
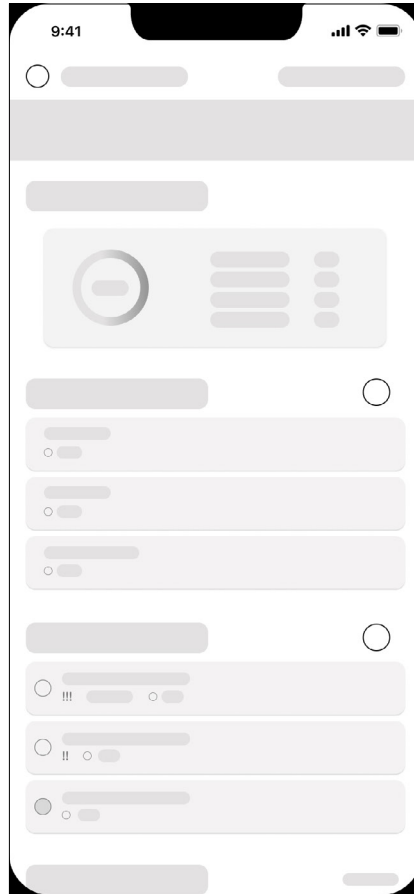
Pantalla de confirmació de la publicació enviada



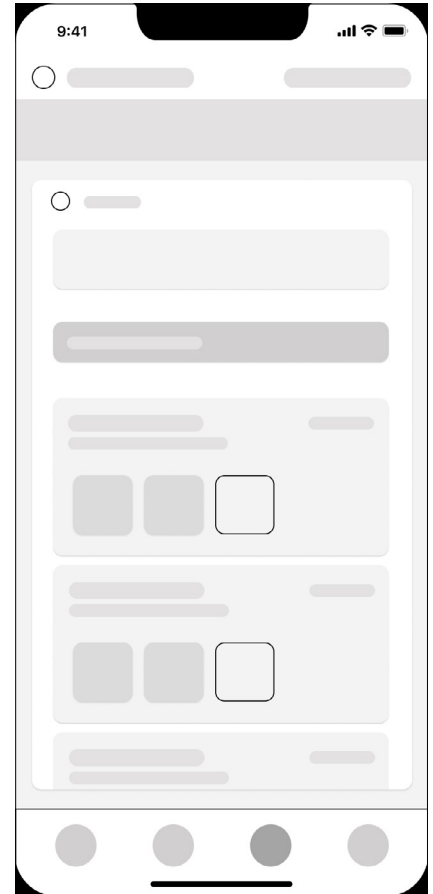
Pantalla de visualització d'una publicació



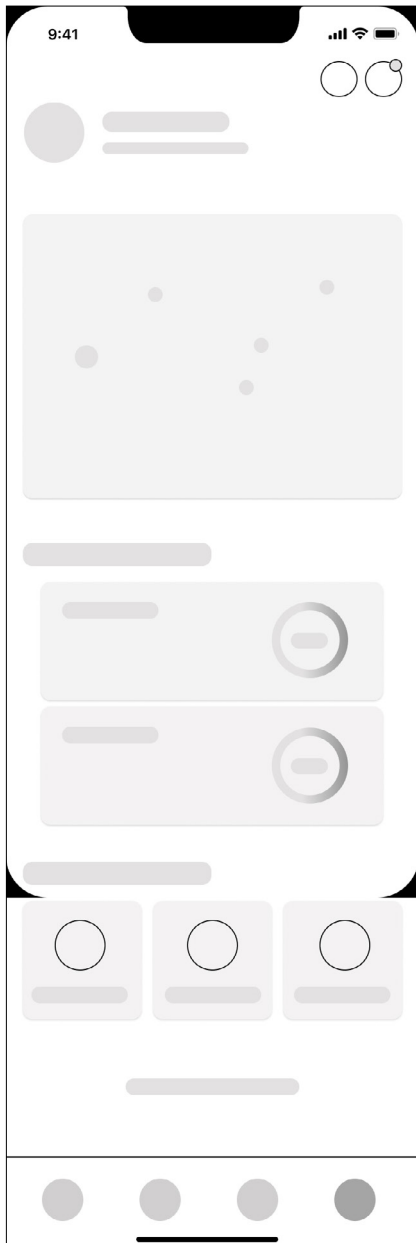
Pantalla de la secció Butxaca



Pantalla d'un tauler d'organització d'un viatge



Pantalla amb la informació d'una targeta del tauler



Pantalla Perfil Debut  
(descartada posteriorment)



Pantalla Perfil Pro  
(posteriorment, Pantalla Perfil general)

# ANNEX VIII

---

## PRÒPIA

*WIREFRAMES D'ALTA FIDELITAT*

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022

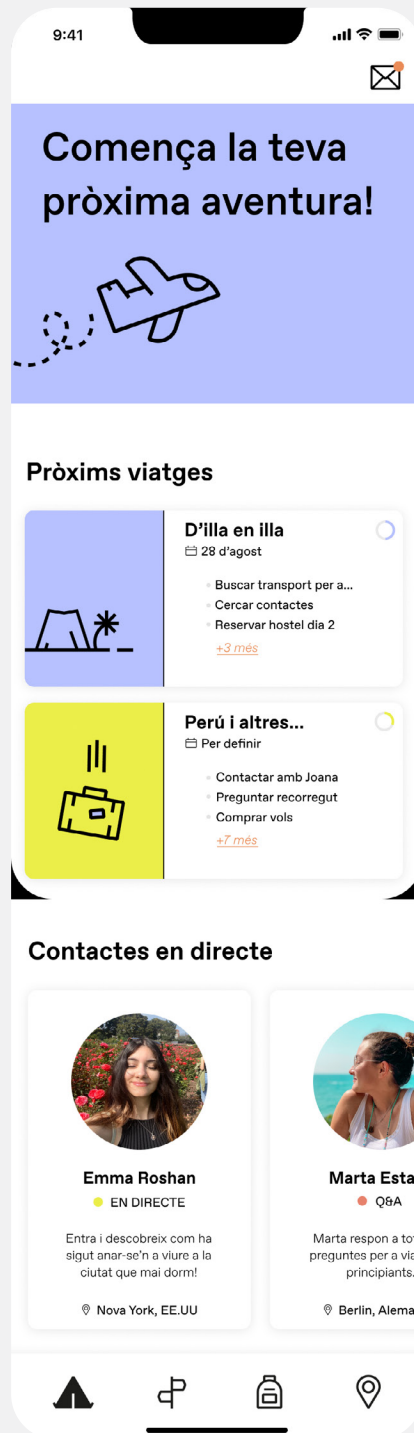


UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

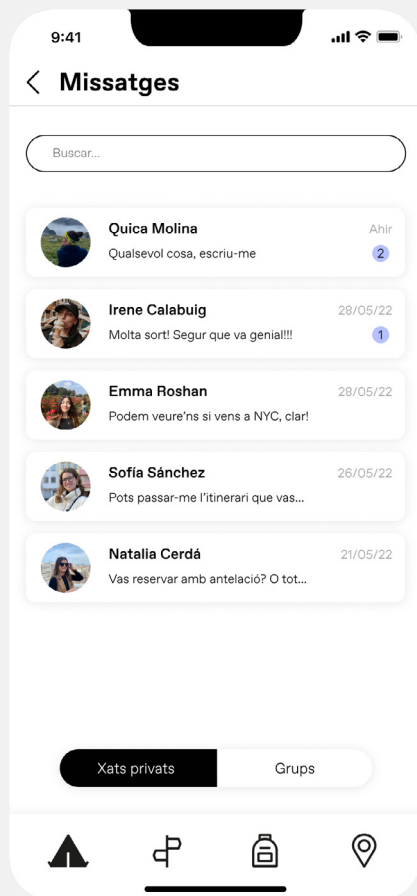


FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

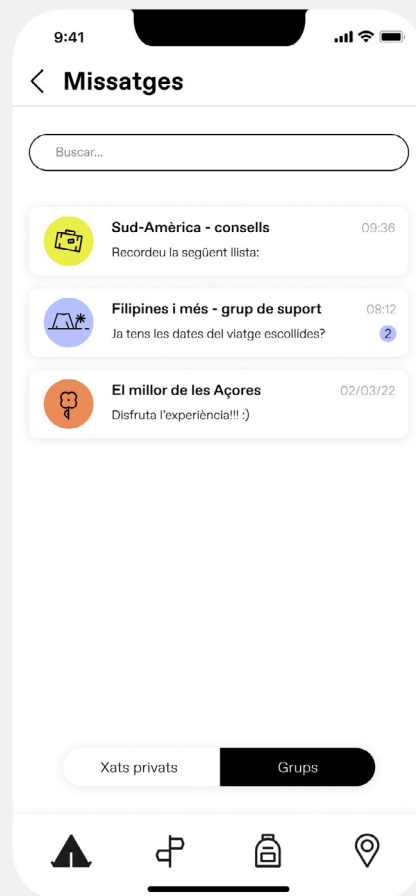




Pantalla Home



Pantalla de converses individuals



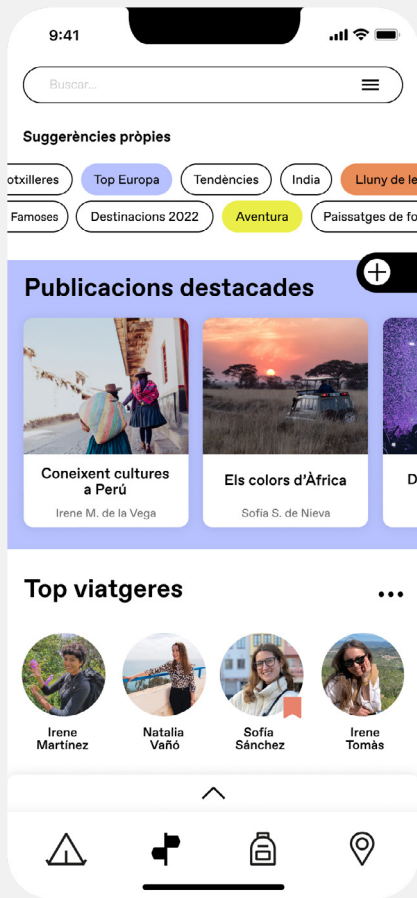
Pantalla de converses grupals



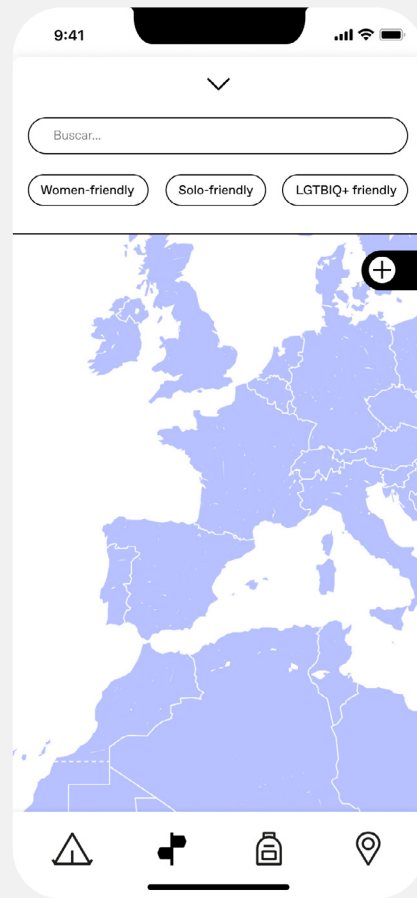
Pantalla d'una conversa grupal



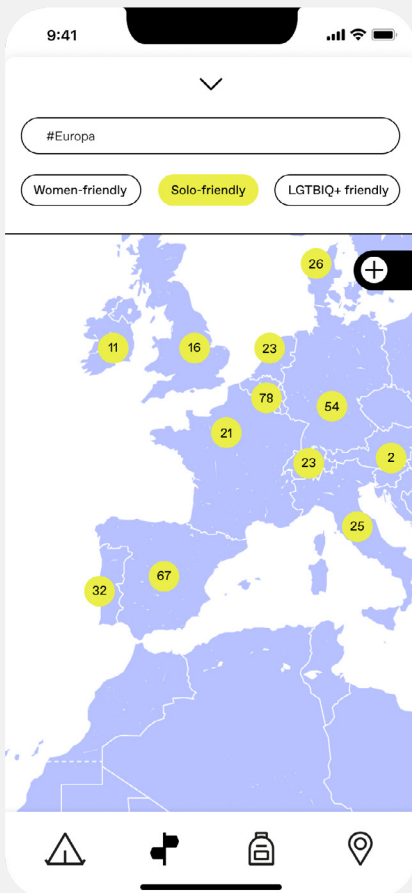
Pantalla d'una conversa grupal amb l'opció de poder compartir un adjunt



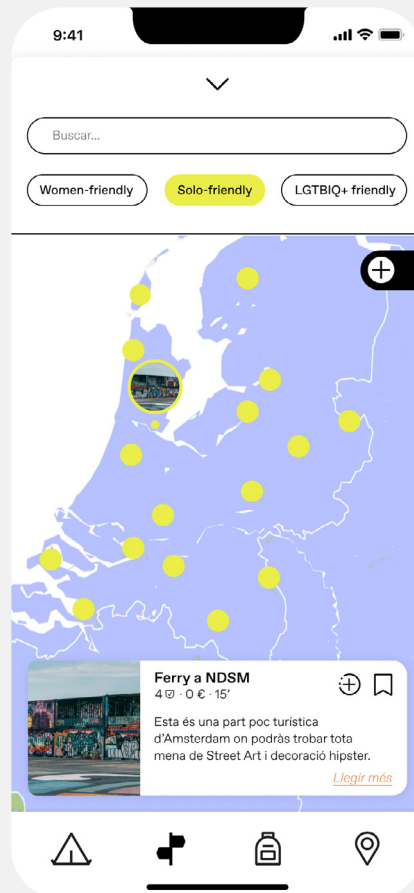
Pantalla Explora



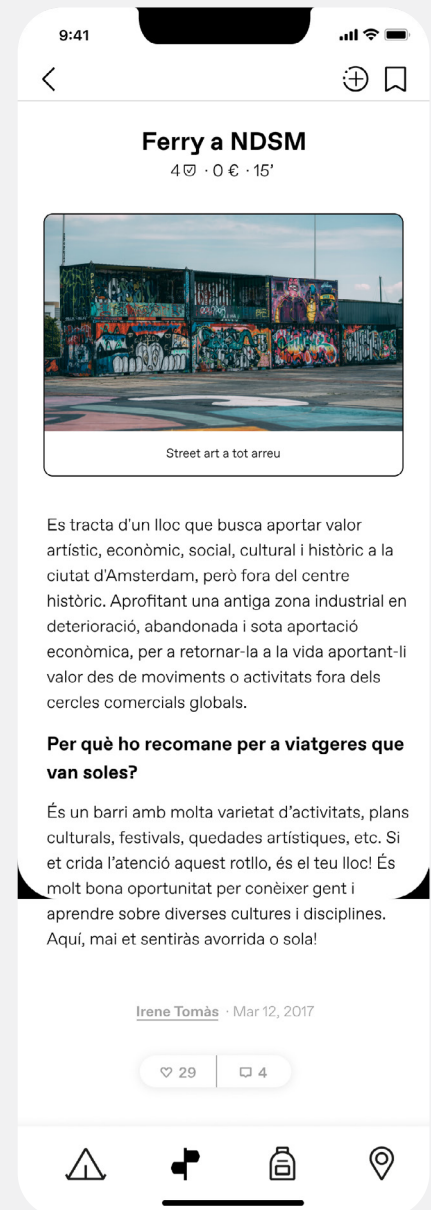
Pantalla Mapa



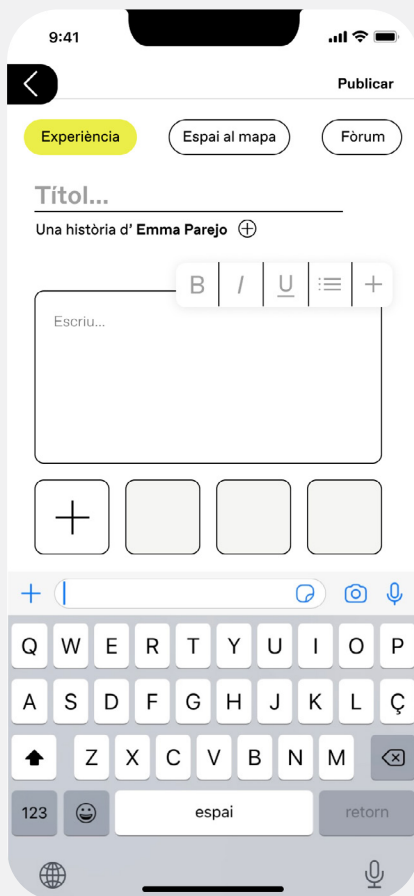
Pantalla Mapa, selecció de llocs  
*Solo-friendly*



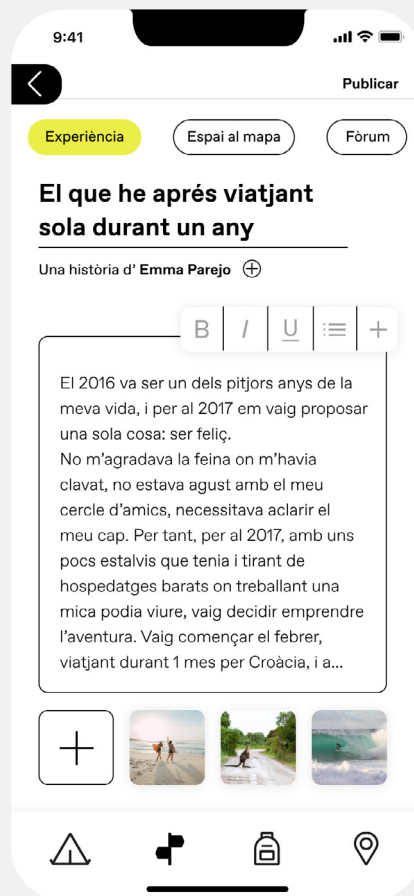
Pantalla Mapa, selecció d'un  
espai



Pantalla de visualització d'una  
recomanació d'un lloc



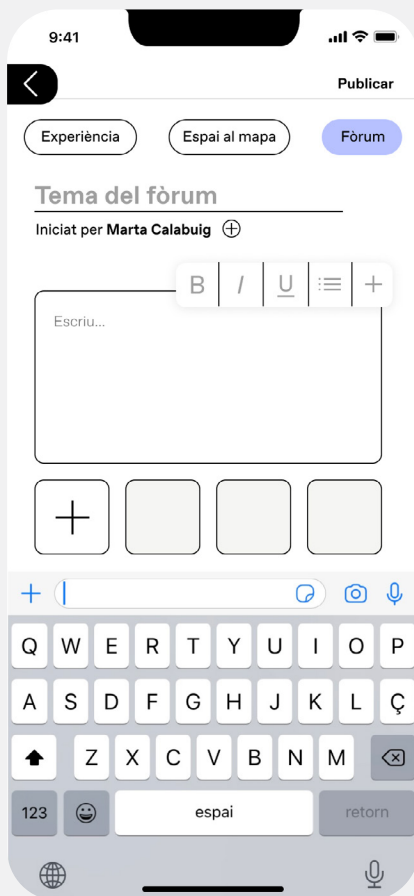
Pantalla de creació d'una publicació sobre una experiència



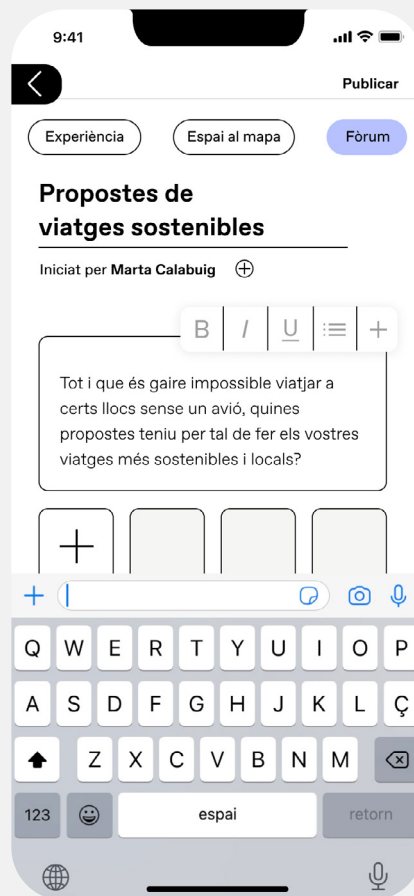
Pantalla de creació d'una publicació amb escrit i adjunts



Pantalla de confirmació de la publicació i agraïment



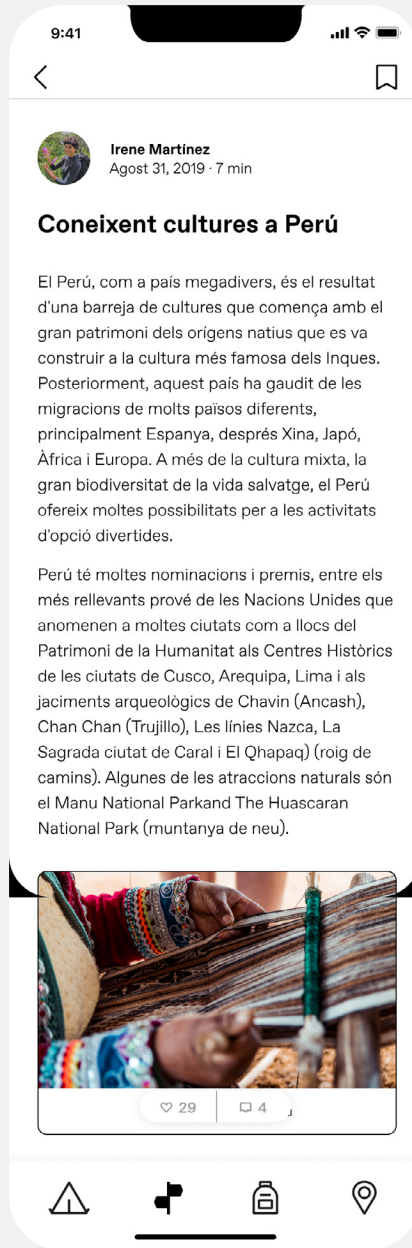
Pantalla de creació d'una publicació d'un Fòrum



Pantalla de creació d'una publicació d'un Fòrum amb escrit



Pantalla de confirmació de la publicació



Visualització d'una publicació d'una experiència



Visualització d'una publicació d'un Fòrum

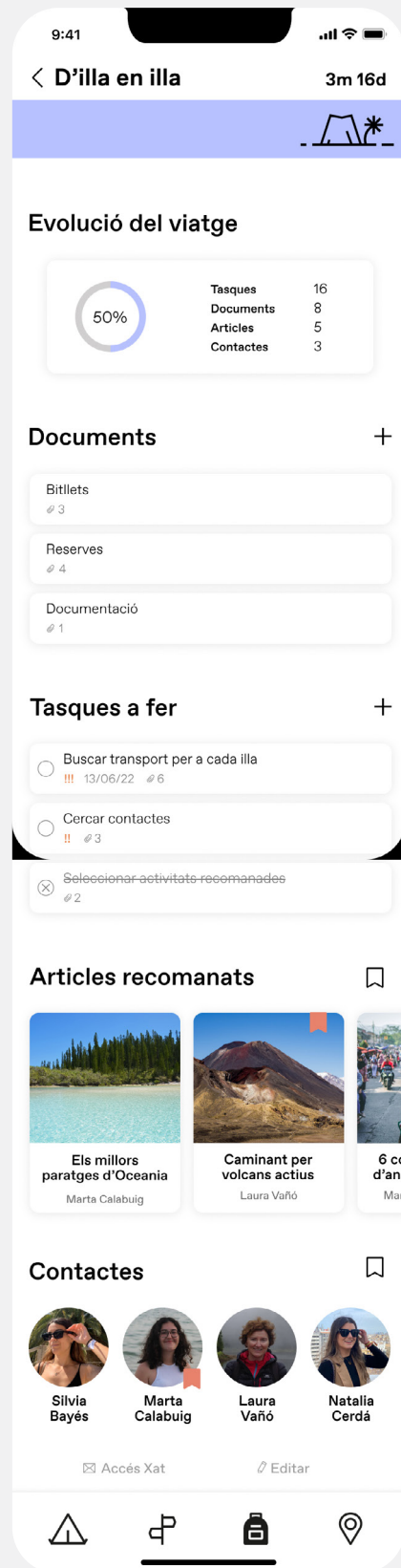


Visualització d'una publicació d'una experiència

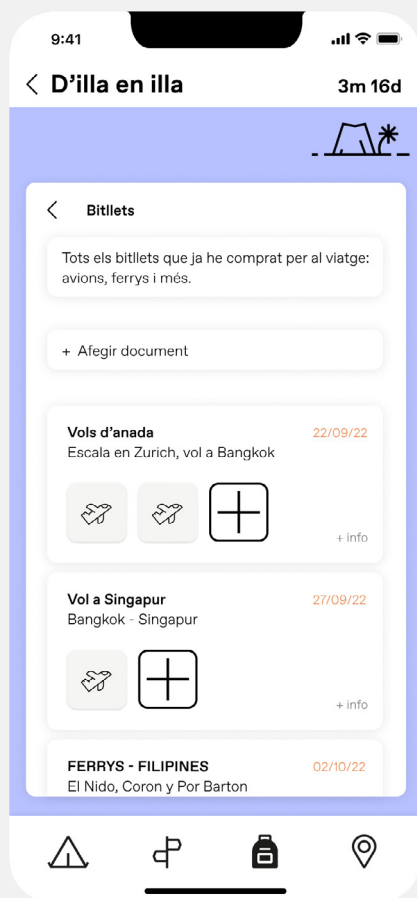




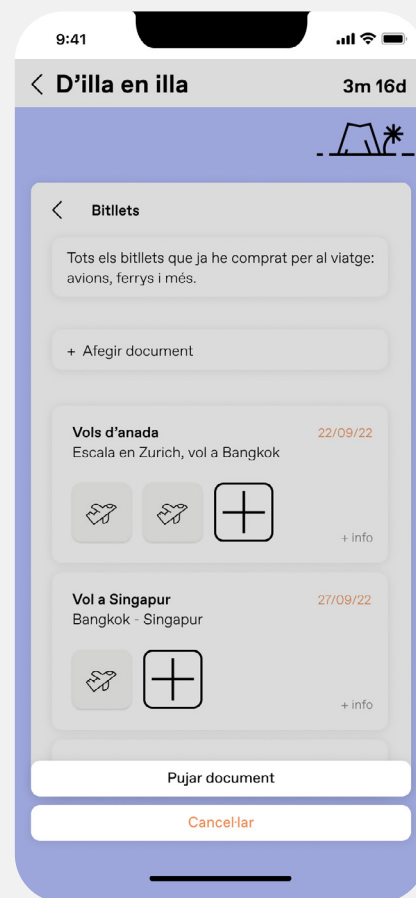
Pantalla Butxaca



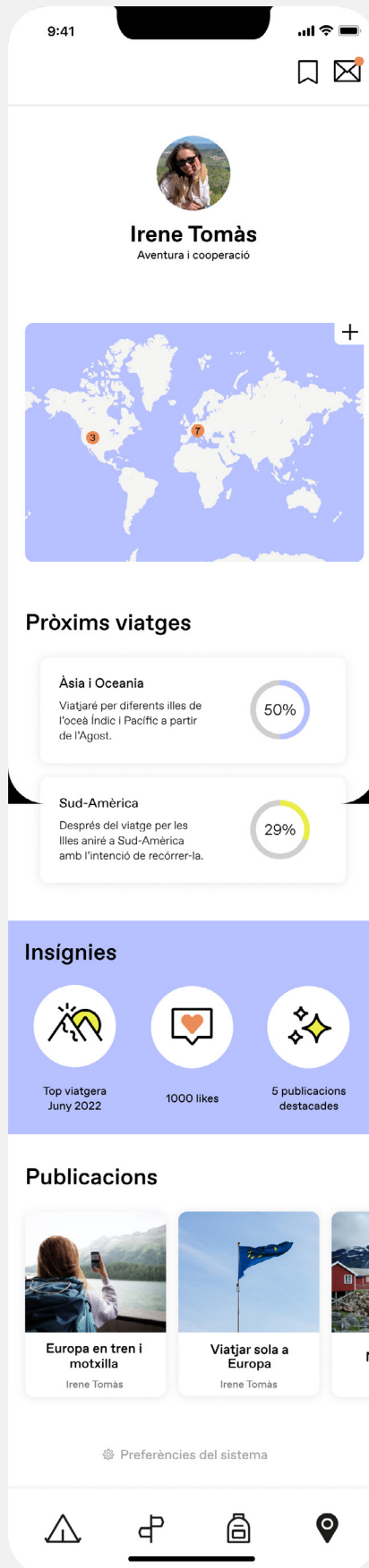
Pantalla d'un tauler d'organització d'un viatge



Pantalla amb la informació d'una targeta del tauler



Overlay per pujar un document a la targeta d'un tauler



Pantalla Perfil

# ANNEX IX

---

## PRÒPIA

### DETALLS DE L'ANÀLISI HEURÍSTICA

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**  
**Grau en Disseny i Tecnologies Creatives**  
**Curs 2021 - 2022**



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

Anàlisi realitzat mitjançant les taules extretes de la pàgina “uifrommars” (Busquets, 2021); traduïdes al valencià i adaptades a Pròpia.

	Gravetat (de l'1 al 5)	Explicació	Solució
<b>1. Visibilitat de l'estat del sistema</b>			
Coneix l'usuari la seva posició actual dins del viatge al sistema?	2	L'usuària pot conèixer en quin apartat es troba ja que al menú inferior l'icona de la secció canvia de color. En quant al seu estat, no s'ha incorporat cap indicació de si està disponible o no.	S'incorpora un cercle que indica si està en línia l'usuària.
Té l'usuari la retroalimentació adequada quan interactua amb formularis, botons o enllaços?	3	Si bé al publicar articles l'usuària rep, mitjançant una pantalla que el seu escrit ha estat publicat, al pujar un document o altres gestions similars no.	S'incorporen <i>overlays</i> que indiquen en quin estat es troba allò que està pujant.
<b>2. Coincidència entre el sistema i el món real</b>			
Són fàcilment reconeixibles els elements de la UI i les indicacions d'interacció?	2	Pròpia consta d'un llenguatge d'icones propi, tot i això és fàcil reconèixer la funció de cadascuna	-
El <i>copy</i> de l'aplicació usa un llenguatge familiar?	0	Sí, no s'usen paraules pròpies i les seccions s'anomenen igual que en altres aplicacions	-
<b>3. Control i llibertat de l'usuari</b>			
És capaç l'usuari de sortir de tots els estats, com ara finestres emergents? És coherent i clar l'estat de sortida?	0	Sí, totes les finestres emergents i similars disposen de: o bé una creu de tancar o bé una fletxa per tornar enrere. De vegades, ambdues.	-
Té l'usuari el control sobre la seva informació personal?	1	Sí, es disposa d'una secció d'ajustaments per tal de modificar la informació del perfil (aquesta pantalla no ha estat desenvolupada al prototip)	-
<b>5. Prevenició d'errors</b>			
Hi ha restriccions útils i visuals que impedeixen que l'usuari cometí errors?	4	No	S'incorpora una finestra d'avís de rellegir la publicació per tal d'evitar futurs errors.
Is the user guide with suggestions to prevent incorrect actions?	4	No	S'incorpora l'opció d'editar la publicació posteriorment d'haver sigut publicada.
<b>6. Reconèixer enlloc de recordar</b>			
Es presenta l'usuari una opció per recuperar una nova contrasenya on la necessita?	3	No, aquesta part de l'app no ha sigut duta a terme al prototip	En cas de desenvolupar més pantalles de Pròpia, es tindria en compte.

Es presenta l'usuari una llista de contingut vist recentment?	3	No, però sí del contingut guardat	S'incorporaria l'opció "Historial" a la secció de "Preferències del sistema" del perfil.
<b>7. Flexibilitat i eficàcia de l'ús</b>			
Es presenta l'usuari dreceres per als objectius finals?	2	A la pantalla <i>Home</i> hi ha una drecera per a arribar als viatges de l'usuària	Així i tot, es podria estudiar la possibilitat de personalitzar aquesta pantalla amb les dreceres que la pròpia usuària vol
<b>8. Estètica i disseny minimalista</b>			
És senzill i fàcil d'entendre el disseny de la interfície d'usuari?	0	Sí	-
L'usuari està aclaparat amb massa informació i accions primàries a realitzar?	0	No	-
És clar què signifiquen totes les icones i per què estan incloses en el disseny?	1	Sí, però pot costar uns minuts en adaptar-se	Més avant s'estudiarà la possibilitat de canviar l'icona de perfil
<b>9. Ajuda els usuaris a reconèixer, diagnosticar i recuperar-se dels errors</b>			
L'usuari veu un missatge d'error descriptiu quan introdueix dades errònies?	2	No	Si es desenvoluparen les pantalles d'inici, s'incorporaria
Es proporciona l'usuari informació amb llenguatge fàcil de comprendre?	0	Sí	-
<b>10. Ajuda i documentació</b>			
Es presenta l'usuari amb consells clars o informació addicional quan sigui necessari?	2	En algunes seccions sí que s'incorpora missatges que poden ajudar a l'usuària	Així mateix, caldria estudiar la possibilitat de afegir un tutorial inicial quan es registra l'usuària a l' <i>app</i>
Es presenta l'usuari canals de comunicació per a formular preguntes o resoldre dubtes?	2	No hi han canals de dubtes de la pròpia <i>app</i>	S'estudiaria la possibilitat de fer una secció <i>FAQ</i> a les Preferències del Sistema

# ANNEX X

---

## PRÒPIA

AVALUACIÓ I ENLLAÇ AL PROTOTIP

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021 - 2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

Les tasques a realitzar per les usuàries van ser les següents:

**Tasca 1.**

Decideixes anar-te'n sola per primera vegada a Amsterdam, com que no saps molt bé quines activitats pots fer o quins llocs visitar, decideixes buscar al mapa quines recomanacions han fet la resta d'usuàries, i decideixes llegir més sobre un lloc anomenat NDSM.

1. Ves al mapa
2. Tria recomanacions "solo-friendly"
3. Aproxima't a Holanda en el mapa
4. Llig més sobre el lloc recomanat

**Tasca 2.**

Has estat viatjant sola durant 1 any, i decideixes fer una publicació sobre l'experiència global.

1. Busca l'opció de fer una publicació.
2. Tria l'opció d'Experiència i escriu.
3. Publica l'experiència
4. Visualitza la teva publicació

**Tasca 3.**

Te'n vas a fer una ruta per diverses illes d'Àsia i posteriorment d'Oceania. Necessites adjuntar un document als bitllets d'anada.

1. Busca als teus taulers el viatge "D'illa en illa"
2. Ves a la carpeta de Bitllets
3. Puja un document als vols d'anada.

Enllaç al prototip: <https://www.figma.com/proto/ngdrillvbyK8T03mjHtquc/PR%C3%92PIA-INTERACTIU?node-id=0%3A1&viewport=977%2C457%2C0.16&scaling=scale-down&starting-point-node-id=2%3A109&show-prototype-side-bar=1>

A continuació es mostren els resultats complets de l'enquesta:



## Nom i cognom

10 respuestas

Clara García

Ana Gil

Andrea Subirats

Irene Velázquez

Emma Segovia

Alicia Blasco

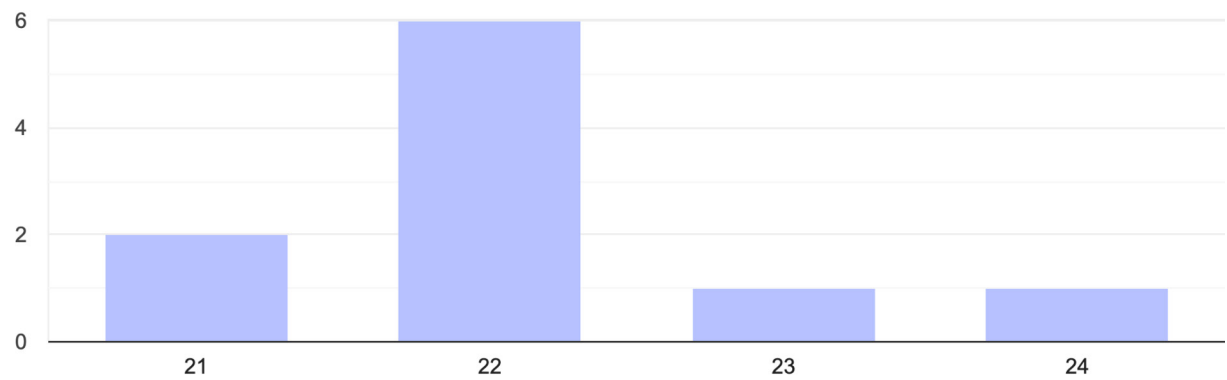
Sílvia Corral

Milagros Alberó

Noelia Navarro Díaz

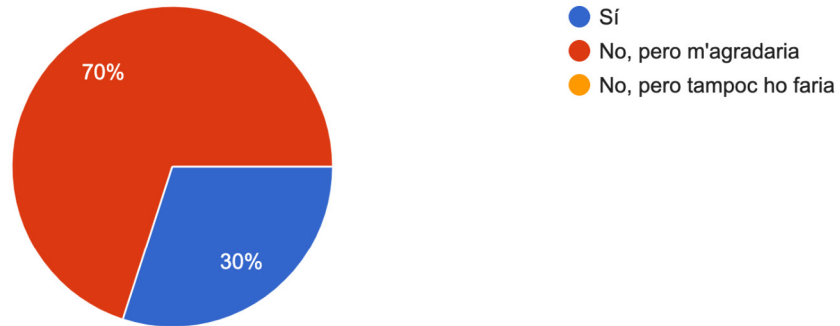
## Edat

10 respuestas



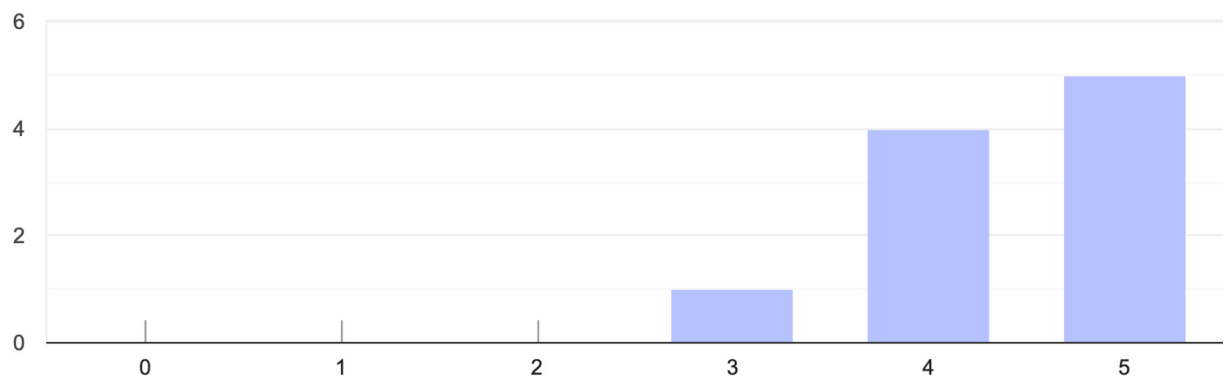
### Has viatjat alguna vegada sola?

10 respuestas



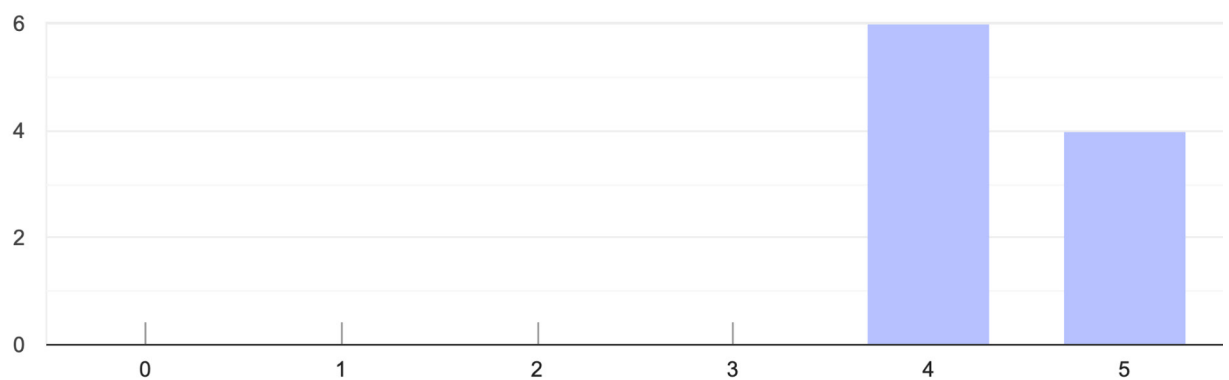
### La informació mostrada és clara i comprensible

10 respuestas



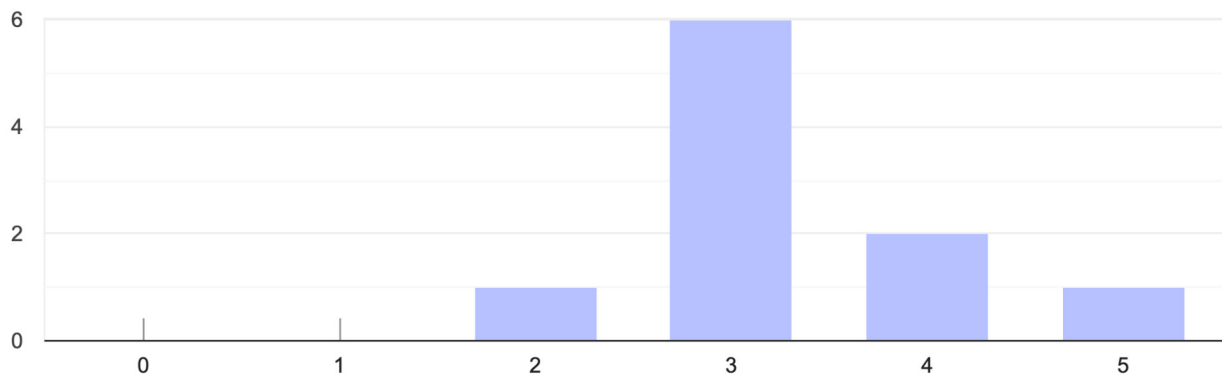
### Les tasques a realitzar són clares

10 respuestas



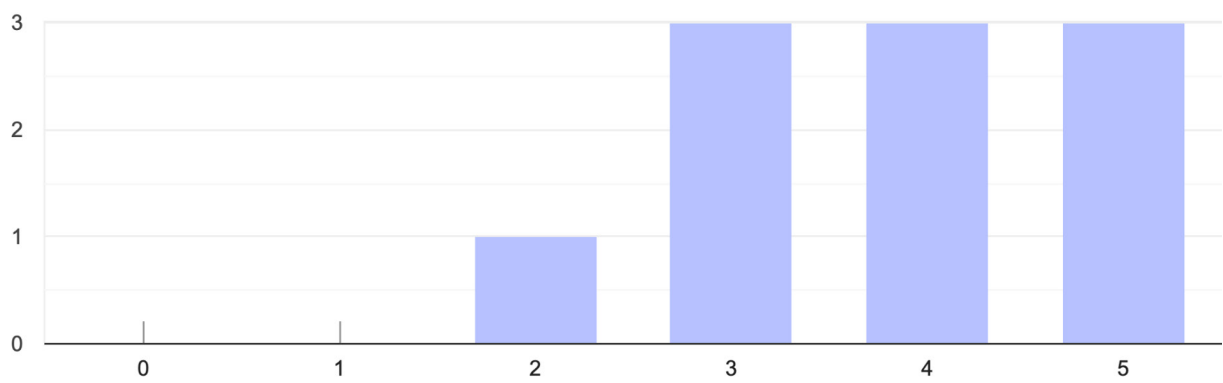
### He realitzat totes les tasques sense problemes

10 respuestas



### Tenia clar l'apartat en el que estava en tot moment

10 respuestas



## Què és el que més t'ha agradat?

10 respuestas

M'agrada molt la identitat, il·lustracions. A més, les icones son molt característiques, una velada fes una ullada per l'app ja pilles com van totes les opcions

El lenguaje verbal, los colores, iconos

La estètica en general està molt xula, amb colors diferents als que es solen veure en aplicacions similars. La tipografia pren protagonisme i combina molt bé amb els iconos.

No me l'esperava així!!! És xulíssima les icones i tot M'encanta!!! Un mix entre viatges i organització molt top i molt jana jajajaja

La idea de l'aplicació en si és bona i necessària. Per desgràcia, les dones encara necessitem espais segurs per gaudir experiències amb la mateixa normalitat que els homes. Una aplicació com Pròpia podria encoratjar a dones que tenen el desig de viatjar soles, però no s'atreveixen encara a complir-lo.

Las cuentas atrás! Me encantan estas cosas y creo que, siendo que poca gente viaja sola, puede ayudar a quitar esos miedos que puede haber y cambiarlos por entusiasmo conforme ves que quedan menos días.

La interacció entre usuàries i que sigui tan agradable a l'ús i estèticament

El segon apartat del menu inferior (no sé el nom). És molt complet i social. És interessant tindre la possibilitat de veure publicacions destacades i un top de viatgeres de qui prendre idees per a pròxims viatges.

La distribución del contenido y todo el visual, es super agradable

Les il·lustracionssss

## I el que menys?

10 respuestas

crec que pondria algun text o icona en el mapa quan l'has de desplegar

De primeras cuesta un poco saber qué es cada apartado

El sistema de disseny que té la interfície té algunes incongruències, és un poc lio trobar les coses. Per exemple el mapa ha sigut molt complicat de trobar, la seua interacció (deslizar arriba, después deslizar abajo para cerrar) no es repeteix en cap lloc. De igual manera, per exemple en la pàgina de bitllets hi han dos botons de tornar arrere (es fa raro i no es sap molt bé quin apretar).

M'ha costat trobar el mapa!!! Pensava que la icona de baix a la dreta era el mapa, i resulta que era el perfil, igual ixa és la més llosa, tot lo altre top

M'ha costat una mica entendre la funcionalitat que li correspon a la segona icona del menú de sota. Tot i que la il·lustració és molt coherent amb la resta d'icones que l'acompanyen, a primer cop de vista és difícil comprendre a què dirigeix el senyal, potser una lupa seria més comprensible.

El mensaje de la pantalla de inicio de comienza tu aventura quizás no aporta mucha información relevante, y al ser lo primero que ves al entrar en la app, puede que quieras ver algo que te invite a quedarte en la app. Quizás tomar un poco el ejemplo de Instagram que te muestra las historias y el contenido temporal (en tu caso los directos y Q&A?)

Que hagi d'invertir una mica més de temps del normal a entendre on estan les coses

No sabia dir, jo crec que només ho he passat mal en el mapa perquè no están els noms dels països i soc prou negada en geografia :)

Ojala poder verla por completo y trastear todo

A vegades trobaba a falta un poco més de tamany de tipo (però pot ser perquè no estava del tot al tamany)

## Quins aspectes milloraries i de quina manera?

10 respuestas

Només el mencionat de la forma d'accedir al mapa

Puedes incluir quizás el nombre del apartado del menú en el que estás arriba. Eso ayudará a ubicar más facil al usuario

Augmentaria el tamany de la tipografia, en mòvil es llig molt xicoteta algunes voltes (botons de texto de Llegir més i similars). També he trobar a faltar la opció de guardar com a esborrany la publicació. M'agradaria fer-la amb un poc de temps i no correuent de una vegada sense poder guardarla.

El de dalt, igual canviaria la icona del perfil pere algo més clarificador, o que el mapa siga més fàcil de trobar

Pel que fa a la primera tasca del testeig, m'ha costat bastant trobar el mapa, ja que no està senyalitzat amb una icona que recordi a un mapa literal. Potser, en comptes d'indicar-ho amb una fletxa, inclouria un botó fixe en el lateral dret de la pantalla amb una icona d'un mapa per tal de facilitar l'accés a la següent pantalla. La resta de tasques han estat fàcils de resoldre.

Me ha costado encontrar el mapa... Y la verdad que lo veo de lo más importante en la app. Hasta podría tener su propio acceso en el menú inferior! Creo que es lo suficientemente importante para eso 😊

Potser afegiria un subtítol / títol o descripció que permeti entendre en tot moment on estàs i per a què servies cada pantalla. També canviaria el botó de crear publicació de lloc i potser de forma perquè m'ha costat bastant veure'l

M'ha costat encontrar el mapa de primeres, crec que la icona d'ubicació de la dreta del menu inferior por donar lloc a confusió. És el primer lloc on he anat a buscar el mapa.

que los lugares que se guarden en el mapa se pudieran comentar entre todas las personas que han viajado.

No sé, m'agrada jaaa

## Què t'ha semblat Pròpia?

10 respuestas

Molt Pròpia jajajaja !! Una app molt necessària la veritas

me gusta mucho, ojalá existiera! :)

És un concepte d'aplicació molt xula, i m'agradaria que es poguera fer realitat per a poder viatjar amb opcions segures i reviews d'altres dones!

Pues que m'encanta, i ojala una app tan xula per a gent que viatja sola i per a gent que no viatja sola porque em pareix super interesant

M'encanta la idea i com ha estat resolta amb la identitat proposada. És un molt bon prototip i totes les funcionalitats suggerides són realment interessants per formar una comunitat de dones viatgeres de forma segura.

Me parece una app muy útil, la verdad! Yo la usaría :) Porque siempre es un jaleo ir buscando en diferentes blogs. Incluso podrían integrarse entradas de blogs de gente que ya tiene su contenido o usa su propia plataforma, en la app 😊

El disseny em transmet equilibri i tranquil·litat i m'ha donat la sensació que em sentiria segura al compartir experiències pròpies

NECESSÀRIAAA, està molt guai :)

Mucha informacion y bien estructurada, es super guay que puedas hacer tus propios viajes

Una idea molt útil y oroginal. Pense que es una app que de veritat utilitzaría

# ANNEX XI

---

## PRÒPIA

RESULTAT FINAL

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**  
**Grau en Disseny i Tecnologies Creatives**  
**Curs 2021 - 2022**



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

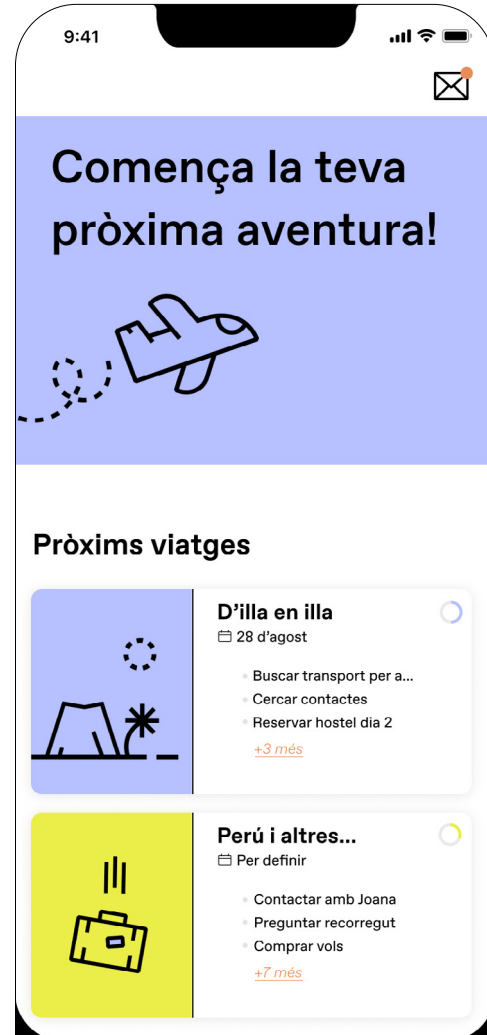


FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

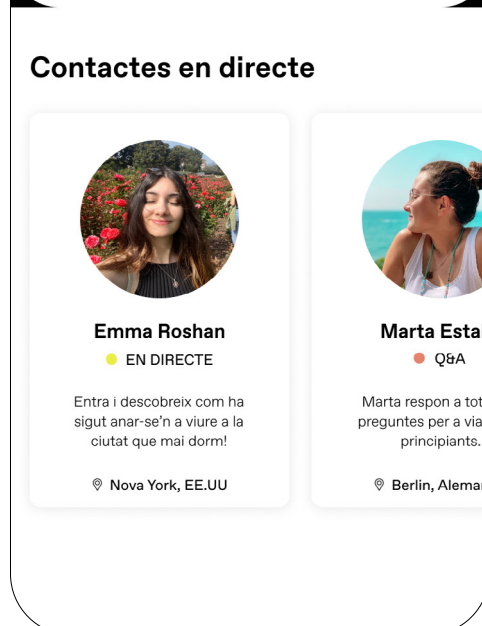




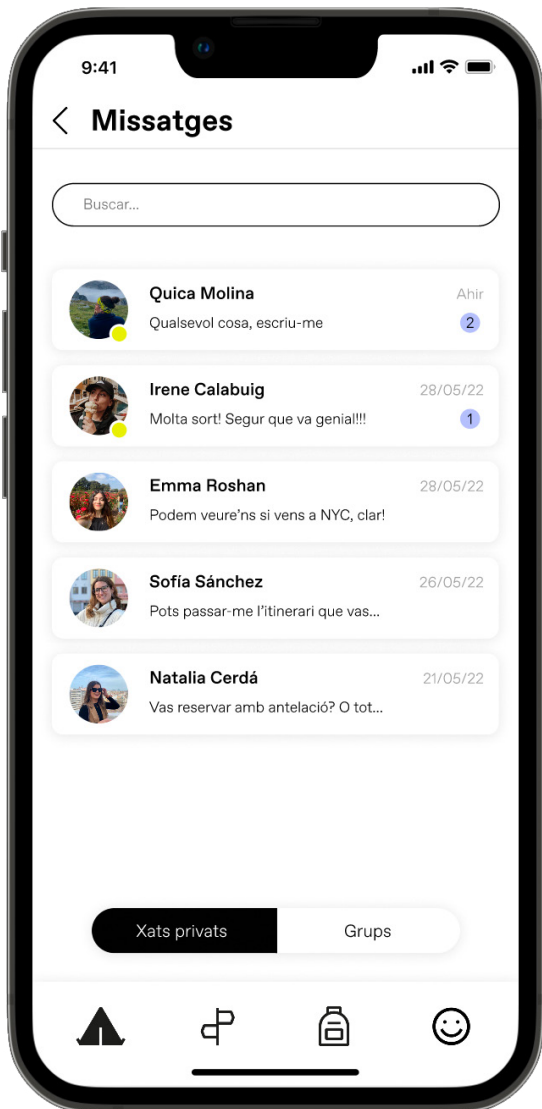
Pantalla Home



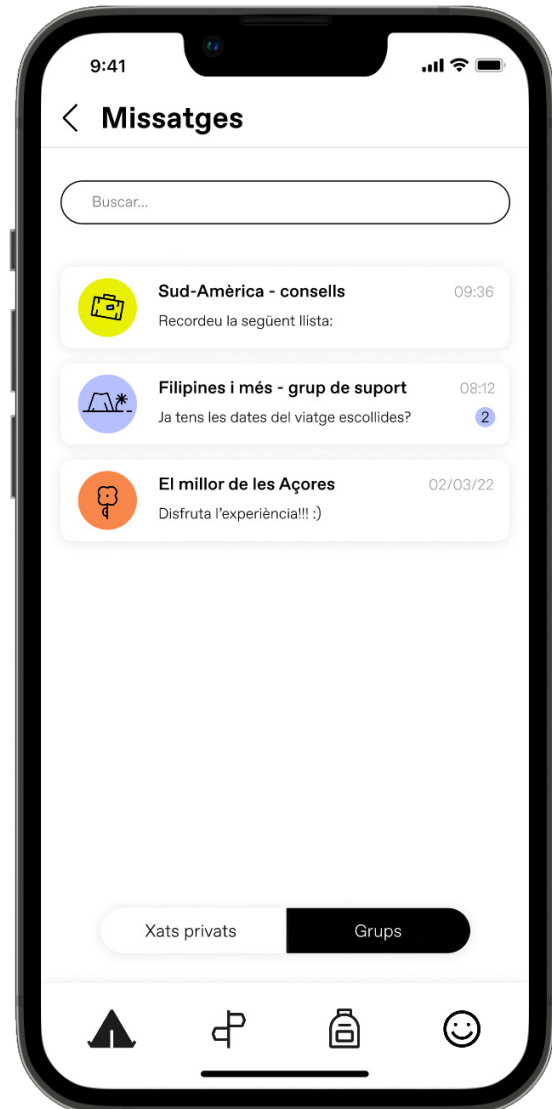
Targeta d'un Q&amp;A



Pantalla Home sencera



Pantalla de xat individual



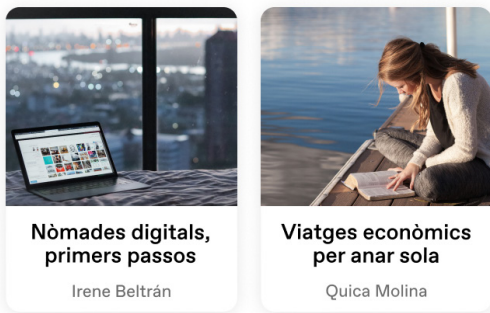
Pantalla de xat grupal



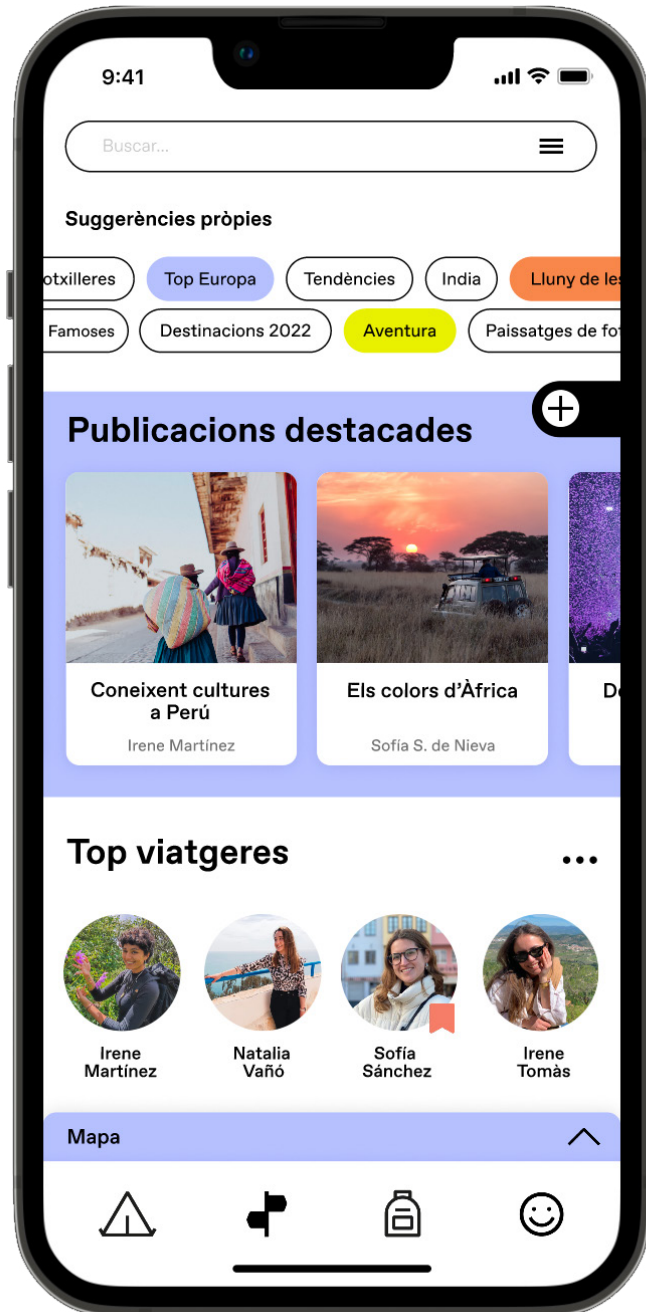
Pantalla de xat grupal per dins



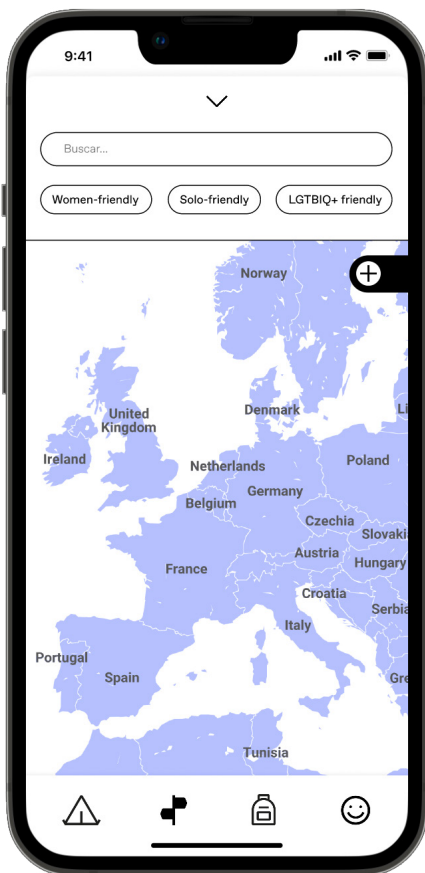
Pantalla de xat grupal, amb l'opció d'enviar un adjunt



Targetes de publicacions



Pantalla Explora



Pantalla del mapa sense selecció

Pantalla del mapa amb selecció  
"solo-friendly" i "#Europa"Pantalla detall del mapa amb una  
recomanació seleccionada



Pantalla d'una recomanació d'un lloc



Pantalla de publicació d'una experiència



Pantalla de publicació d'una experiència amb text i adjunts





Pantalla de publicació d'un Fòrum



Pantalla de publicació d'un Fòrum amb text

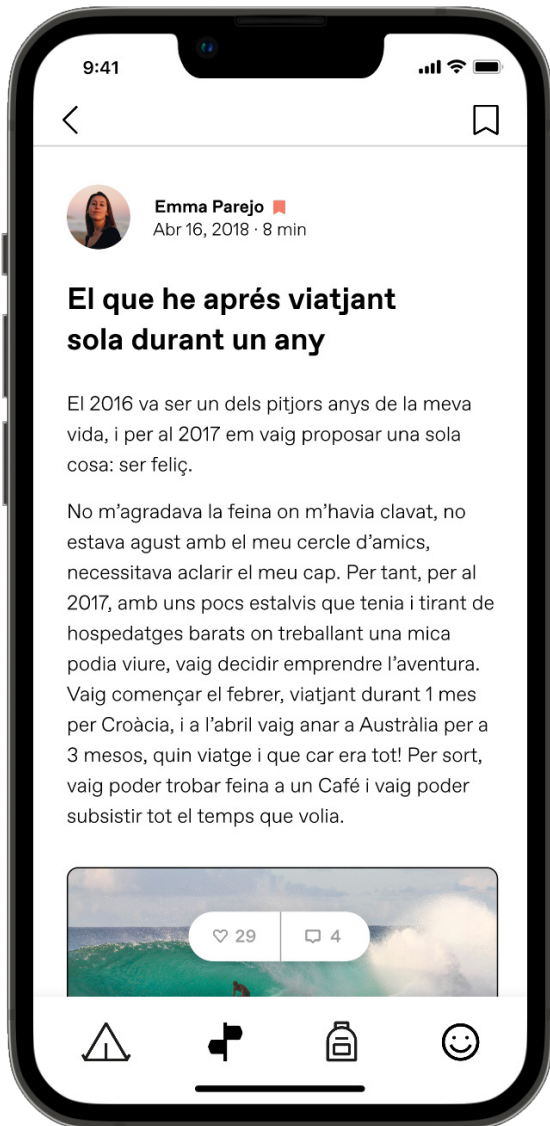




Pantalla de confirmació de publicació d'un Fòrum



Pantalla de confirmació i agraïment per una publicació



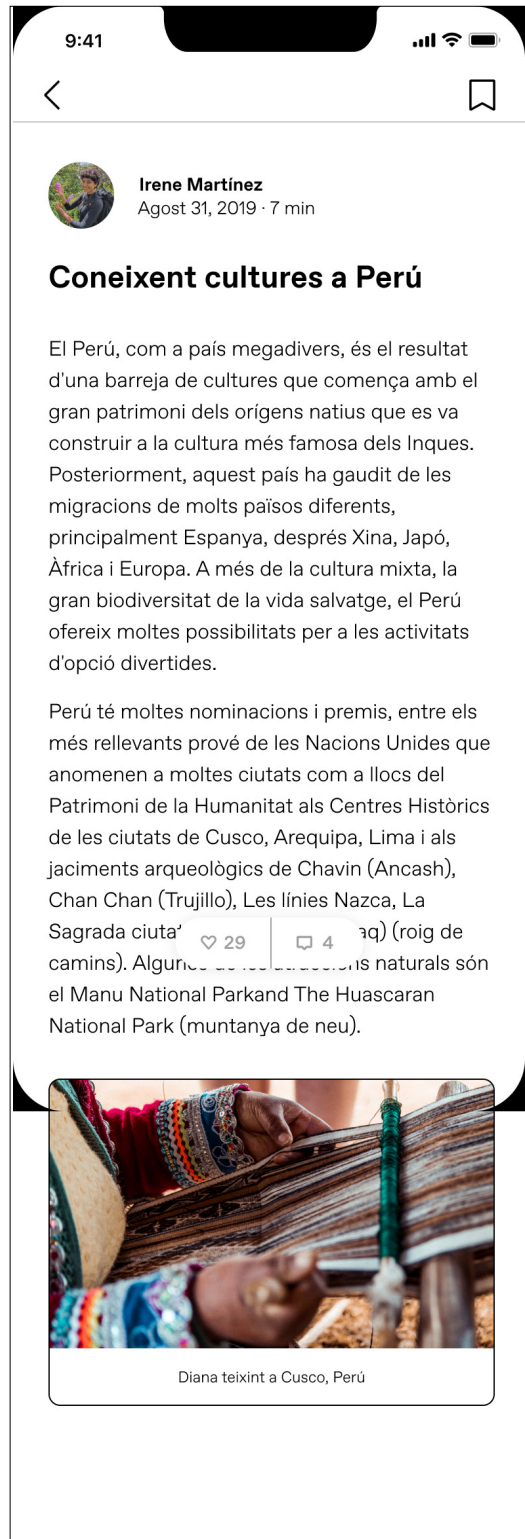
Pantalla d'una experiència publicada



Pantalla completa de l'experiència publicada



Pantalla d'una experiència publicada



Pantalla completa de l'experiència publicada



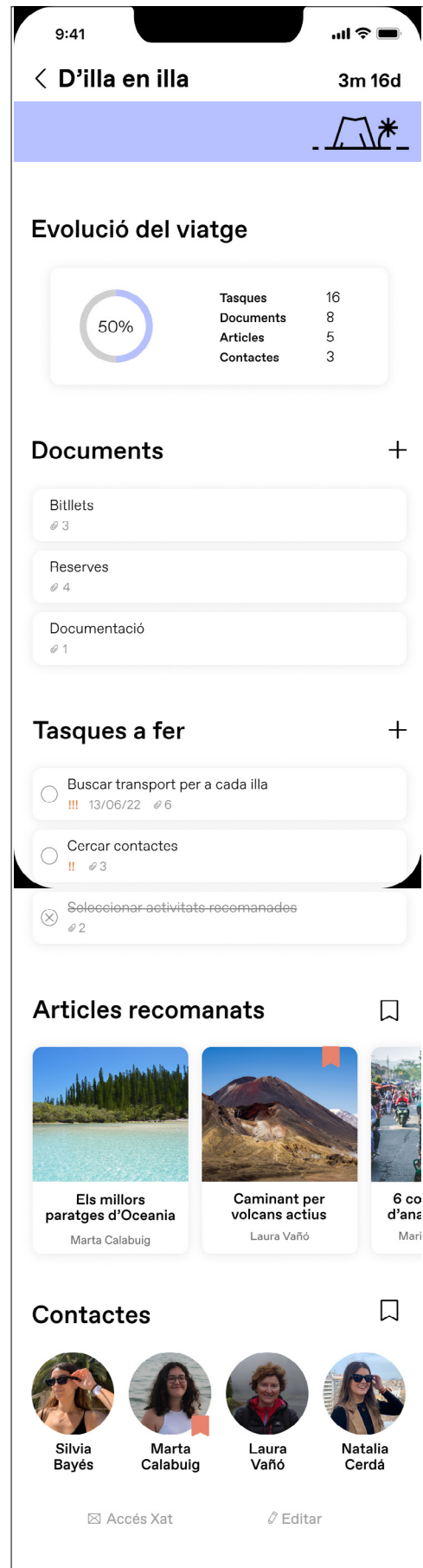
Pantalla Butxaca



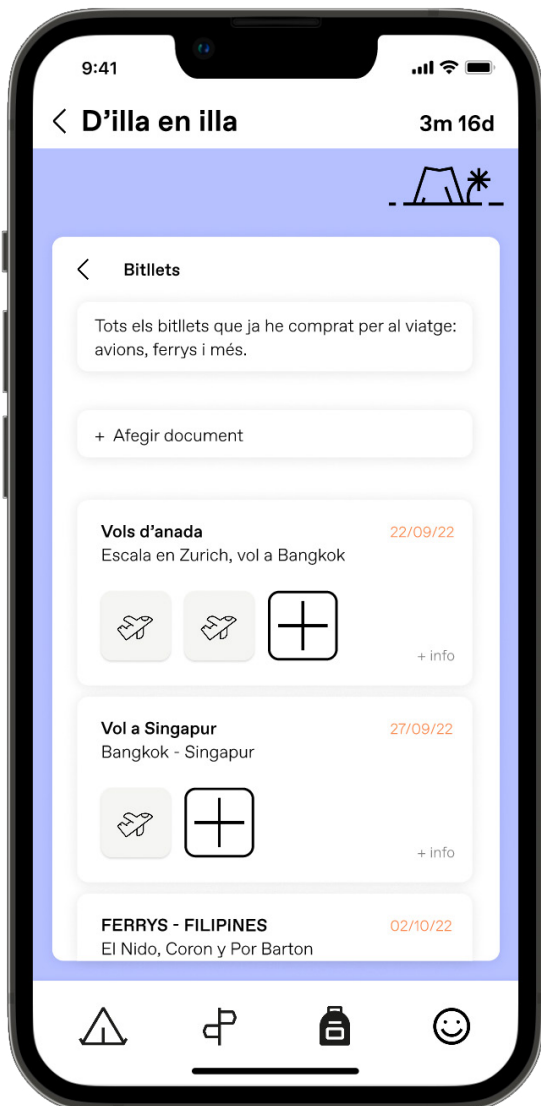
Tarjeta d'un tauler



Pantalla d'un tauler de planificació d'un viatge



Pantalla completa d'un tauler de planificació

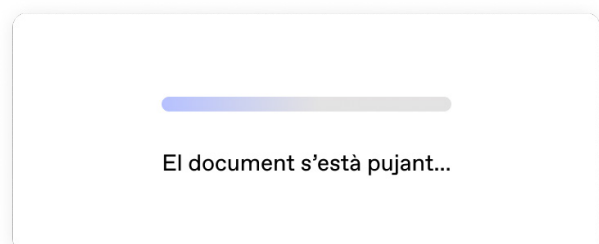


Pantalla d'una de les carpetes del tauler de planificació d'un viatge



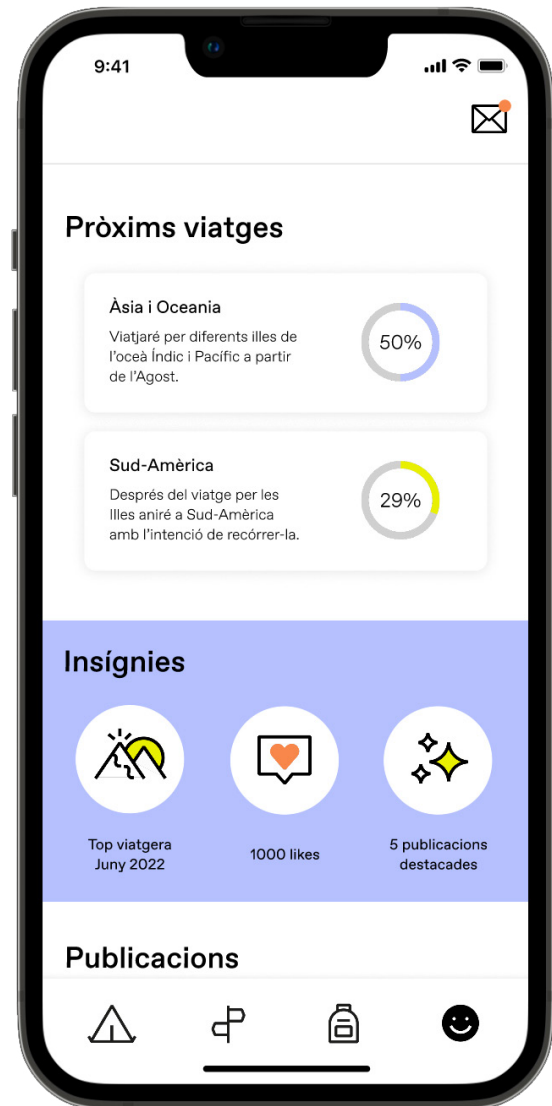
Pantalla d'una de les carpetes del tauler de planificació d'un viatge, opció de pujar document

Overlay informatiu sobre el procés de pujada d'un document



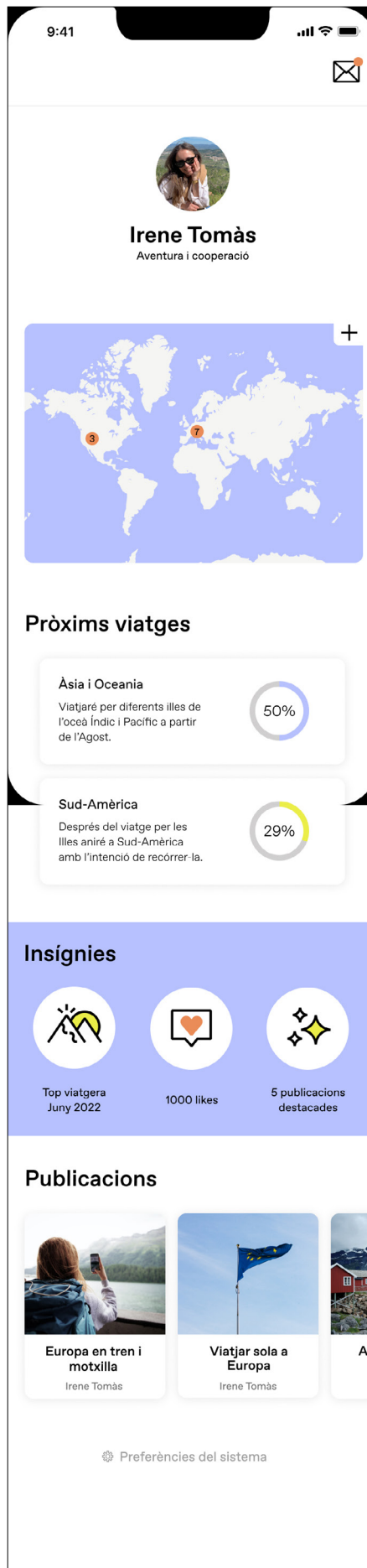


Pantalla de Perfil



Pantalla de Perfil inferior, vista als pròxims viatges i insígnies





Pantalla de Perfil completa