

# **Fast Ticket (entradas cine)**

---

Marco Antonio Jiménez Medina

# Resumen del proyecto



## El producto:

Se trata de una app móvil que tiene como fin el poder comprar desde cualquier lugar u hora del día entradas de cine en la localidad y cine definido por el usuario.



## Duración del proyecto:

La duración del desarrollo de investigación, prototipado y testado ha sido de 30 días.



# Resumen del proyecto



## El problema:

Las grandes cadenas de cine (en consorcio) deseaban crear una aplicación que permitieran a sus clientes comprar entradas desde la app y recibir (de manera instantánea) en sus respectivos e-mails entradas con códigos QR validables en la entrada de la sala.



## El objetivo:

Evitar colas y desplazamientos innecesarios de los clientes para comprar las entradas.

Hacer que la entrada a la sala de proyección fuera fluida. Los tickets se validan con una lectora de QR situada en el hall de los cines.

# Resumen del proyecto



## **Mi rol:**

He desempeñado un rol de UX researcher; de UX designer, y de investigador de testeo en las pruebas de usabilidad.



## **Responsabilidades:**

- Investigar.
- Proponer diseños (prototipos).
- Testear con usuarios y sacar conclusiones de las pruebas.
- Refinar prototipos.

## Entender al usuario

- Investigación de usuarios: Agilizar compra y entrada a sala
- Personas: 2 (una para usuarios más impulsivos; otra para usuarios más “reposados”).
- Planteamientos del problema: hacer que el usuario decida su compra sin esperas.
- Mapas de recorrido del usuario: planteado en función de las 2 personas.

# Investigación sobre los usuarios: resumen



Se han detectado dos tipos de usuario: 1. El más “impulsivo”, que decide comprar la entrada de manera espontánea (suele ir solo o acompañado por una persona más, y compra la entrada cerca de la fecha y hora de la proyección); 2. El más “reposado”, que suele comprar entradas para grupos, y lo hace con bastante antelación.

# Investigación sobre los usuarios: puntos débiles

1

## **Comprar entradas cerca de la hora de proyección**

Los usuarios tipificados como “impulsivos” por lo general desean comprar entradas a última hora.

Se les permite hacerlo hasta 30 min antes de la proyección

2

## **Comprar entradas para grupos**

El usuario más reposado desea comprar entradas para, al menos, 4 individuos en asientos correlativos

3

## **Validar entradas**

Los usuarios quieren tener la posibilidad de validar rápido sus entradas en el hall (y en la entrada a sala) para no hacer colas.

4

## **Recibir tickets detallados**

Los usuarios desean recibir sus tickets en formato PDF en los e-mails propuestos por ellos.

# Persona: Ana Julia Martínez

## Planteamiento del problema:

Ana Julia es un(a) Dependienta de centro comercial que necesita comprar entradas en su momento de descanso porque le gusta ver una película en cine tras su jornada laboral.



Nombre Ana Julia Martínez

Edad: 24  
Educación: Universidad de Málaga  
Ciudad natal: Málaga  
Familia: soltera  
Ocupación: Tendera.

*"Me gusta pegarme una escapadita después del trabajo al cine del centro comercial"*

## Objetivos

- Quiere poder comprar una entrada en el propio trabajo a través de la app.
- Quiere pagar con poder pagar con Paypal.
- Quiere que le manden un ticket detallado en formato PDF, y que pueda pasar el QR del mismo por un lector para no hacer cola.

## Frustraciones

- Le es complicado poder pagar entradas en la app sin tarjeta de crédito.
- No puede comprar los tickets hasta media hora antes de la proyección
- No quiere hacer cola, quiere validar el ticket rápido y poder entrar a descansar un poco en la sala.

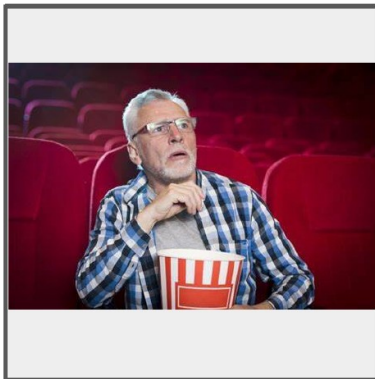
Ana Julia acaba de terminar la carrera, ahora mismo trabaja en una tienda de un centro comercial (que dispone de cine). A ella le encanta pegarse una escapada de vez en cuando, tras el trabajo, y ver alguna película de estreno en la gran pantalla.



# Persona: Juan Espadas

## Planteamiento del problema:

Juan Espadas es un(a)  
Jubilado que necesita  
comprar entradas en casa  
(consensuando con otros)  
porque a él y su familia  
les gusta ver una película  
en cine los fines de  
semana.



Nombre Juan Espadas

Edad: 67  
Educación: Universidad de Sevilla  
Ciudad natal: Sevilla  
Familia: mujer y 2 hijas  
Ocupación: jubilado

*"Mi cita semanal con el cine viene del amor que cultivé en mi infancia por la gran pantalla"*

## Objetivos

- Quiere encontrar un buen acomodo para él y su familia (van juntos al cine).
- Compar las entradas con bastante antelación.
- Quiere que la aplicación le de la posibilidad de elegir butacas correlativas para el, su mujer e hijas.

## Frustraciones

- Le es complicado poder comprar entradas para toda la familia en la app
- Quiere comprar los tickets con una semana de antelación, pero no le deja la app.
- No quiere que sus hijas le compren las entradas, el quiere poder hacerlo él.

Juan, recién jubilado, tiene dos grandes amores: su familia y el cine. A lo largo de su vida ha ido los fines de semana en familia a ver una película y a tomar una cerveza con la familia después. La película del fin de semana es una buena excusa para reunirse con sus hijas.

# Mapa de recorrido del usuario

El usuario impulsivo quiere comprar las entradas en un momento libre de manera rápida.

**Personaje: Ana  
Julia Martínez**

Objetivo: Comprar una entrada de cine desde el trabajo.

| ACCIÓN                  | Encontrar un momento libre   | Subir a la planta de arriba para comprar entrada  | Hacer cola  | Volver  | Almacén  | Vuelta al cine para ver la película   |
|-------------------------|--|---|---|---|--|---|
| LISTA DE TAREAS         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Encontrar un momento de descanso o con poca clientela.</li><li>- Pedirle a un compañero/a que la cubra</li><li>- Buscar en el almacén su bolso y una chaqueta.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Salir rápido de la tienda.</li><li>- Cruzar todo el pasillo (con gente).</li><li>- Subir las escaleras mecánicas.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Esperar en la cola.</li><li>- Ver la cartelera en el frontal de la taquilla con la hora que coincide con su salida</li><li>- Comprar entrada en un lugar intermedio de la sala.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Salir rápido de la cola.</li><li>- Bajar las escaleras mecánicas.</li><li>- Cruzar el pasillo</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Dejar el bolso y quitarse la chaqueta.</li><li>- Asearse un poco.</li><li>- Volver a su puesto de dependienta.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Salir corriendo del trabajo.</li><li>- Validar su entrada en una cola.</li><li>- Encontrar su butaca.</li></ul> |
| ADJETIVO DE SENTIMIENTO | <ul style="list-style-type: none"><li>- Ansiedad</li><li>- Prisas</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Remordimiento por no estar en la tienda</li><li>- Prisas</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mucha ansiedad</li><li>- aburrimiento</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Prisas</li><li>- Alegría</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Prisas</li><li>- Cansancio</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Cansancio</li><li>- Aburrimiento</li><li>- Relax</li></ul>  |
| MEJORA OPORTUNIDADES    | <ul style="list-style-type: none"><li>- Un poco de tiempo libre y gestionarlo desde una app.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Eliminar la distancia</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Eliminar tiempo innecesario perdido</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Eliminar la distancia</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- No tener cansancio</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Verificar el ticket de manera automática, sin colas.</li></ul>  |

# Mapa de recorrido del usuario

El usuario reposado quiere poder compartir la película que le gusta con la gente con la que quiere asistir y poder comprar entradas con cierta antelación para el grupo (mínimo 4 personas).

## Personaje: Juan Espadas

Objetivo: Encontrar acomodo para toda la familia

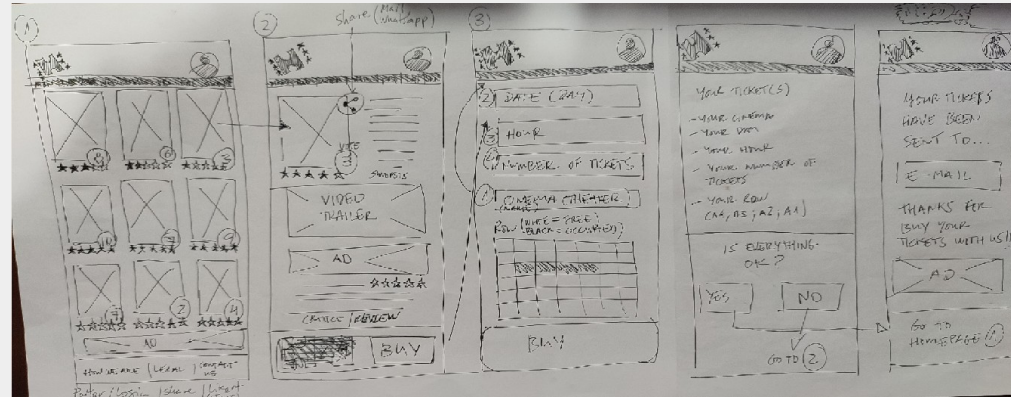
| ACCIÓN                  | Hablar con la familia   | Ir a comprar los tickets   | Volver a casa  | Avisar a la familia  | Reunirse en la puerta con todos para darles la entrada  | Acomodarse   |
|-------------------------|---|--|--|--|---|--|
| LISTA DE TAREAS         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Llamar a todos los familiares (o enviarles un mail/sms)</li><li>- Tener respuesta</li><li>- Confirmar</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Salir desde su casa al cine (media distancia)</li><li>- Caminar por la calle.</li><li>- Hacer cola para comprar las entradas</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Volver del cine a la casa.</li><li>- Hacer el camino inverso.</li><li>- Asearse tras andar</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Confirmar con todos</li><li>- Avisar de algún posible cambio</li><li>- Confirmar día y hora de la proyección</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Esperar que estén todos en la puerta del cine</li><li>- Dar las entradas a todos</li><li>- Hacer cola</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Validar tickets</li><li>- Encontrar asientos</li></ul> |
| ADJETIVO DE SENTIMIENTO | <ul style="list-style-type: none"><li>- Responsabilidad</li><li>- Ansiedad por la falta de alguna respuesta</li></ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>- Premura</li><li>- Incertidumbre</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Premura</li><li>- Cansancio</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Felicidad/tristeza por haber (o no) conseguido lo deseado.</li><li>- Responsabilidad (de avisar)</li></ul>             | <ul style="list-style-type: none"><li>- Stress</li><li>- Alegría</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- Aburrimiento</li><li>- Prisas</li></ul>                |
| MEJORA OPORTUNIDADES    | Poder ver y enviar desde la web las sesiones de cada día a los demás  | Comprar on-line y recibir tickets en PDF con QR para reenviarlos a su familia  | No tener que caminar ni sufrir un día con inclemencia  | Avisar el mismo día de la compra de las entradas.  | No tener que llevar los tickets en la cartera (olvido, pérdida, ...)  | Validar sin colas en una máquina con lector QR.  |

# Comenzar el diseño

- Esquemas de página en papel (bocetos)
- Esquemas de página digitales
- Prototipo de baja fidelidad
- Estudios de usabilidad

# Esquemas de página en papel

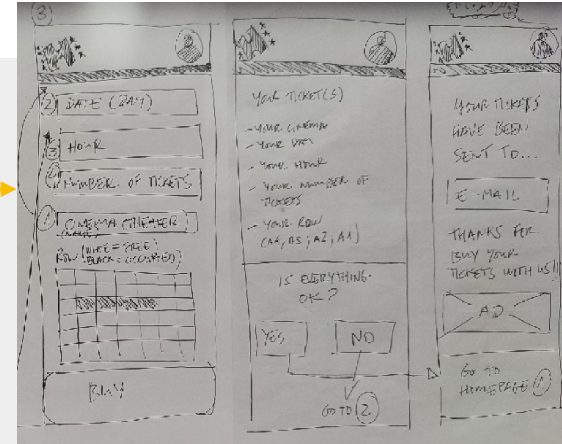
Los usuarios (los “reposados” y los “impulsivos” quieren que la compra sea rápida e intuitiva, sin renunciar a estar bien informados del producto audiovisual que compran.



# Esquemas de página digitales

Comprar rápido (no más de 4 pantallas) con las preguntas justas, pero con información abundante sobre el producto comprado (notas de otros usuarios, críticas, trailer, sinopsis).

El usuario rellena una sola página de campos, confirma en una segunda, y, en la tercera, recibe sus entradas.

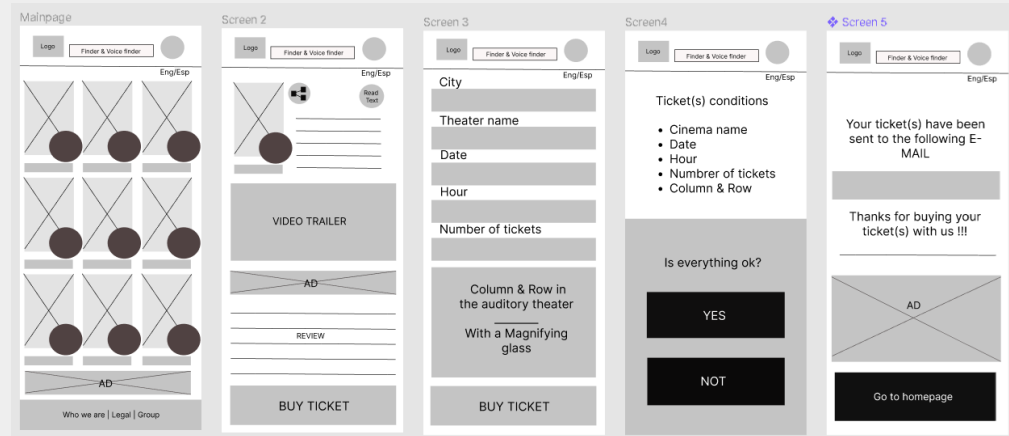


Las entradas se reciben al instante en el correo.

# Prototipo de baja fidelidad

En la pantalla:

1. Se selecciona el filme deseado de los existentes en el mural.
2. Detalles del producto audiovisual.
3. Campos de compra.
4. Verificación de la compra.
5. Envío de ticket(s) al mail deseado.



# Estudio de facilidad de uso: hallazgos

Los usuarios quieren comprar rápido e intuitivo y obtener un recibo (ticket) detallado de fácil validación.

## Hallazgos de la Ronda 1

- 1 No muchas pantallas
- 2 Tickets detallados
- 3 Tener mucha info para decidir

## Hallazgos de la Ronda 2

- 1 Poder eliminar comprar erróneas.
- 2 La pantalla de elección de asiento en panorámico
- 3 En la pantalla de confirmación se ha de incluir el precio total.



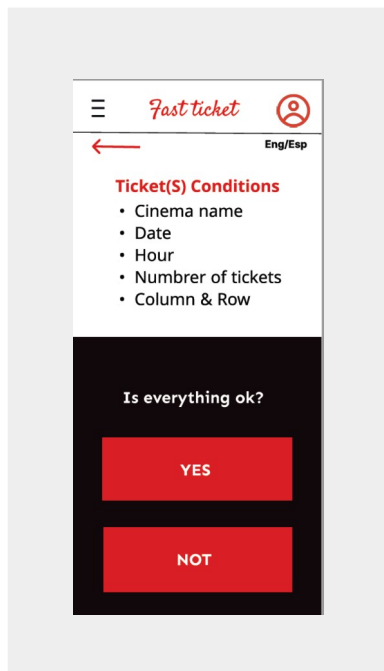
# Perfeccionamiento del diseño

- Maquetas
- Prototipo de alta fidelidad
- Accesibilidad

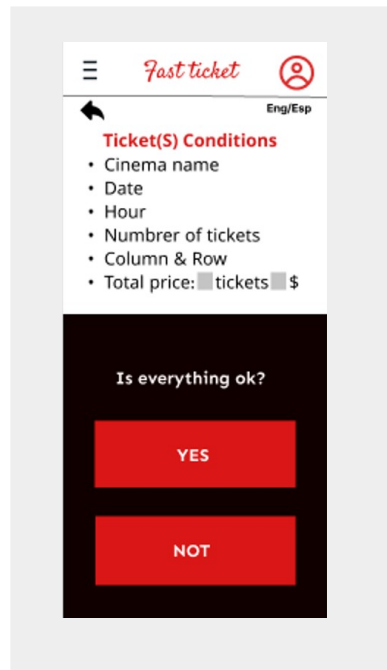
# Maquetas

El color rojo (color corporativo) hace alusión a la velocidad, a lo intrépido, a la celeridad. En el estudio de usabilidad se detecta una carencia. En la página de condiciones, el usuario quiere conocer el precio total de los tickets comprados.

Antes del estudio de usabilidad



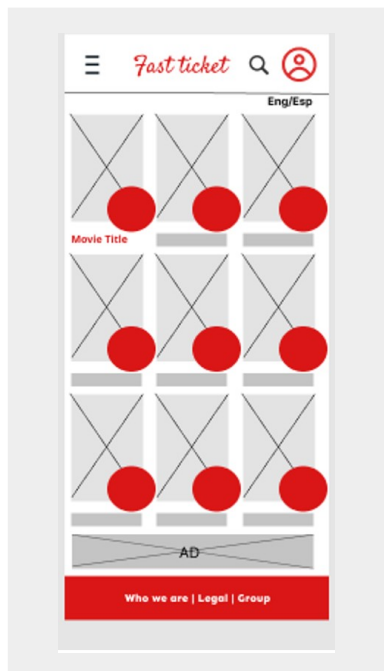
Después del estudio de usabilidad



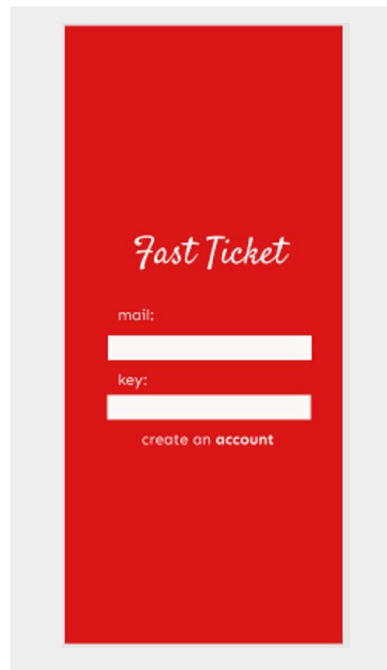
# Maquetas

Los usuarios necesitan empezar a usar la app logueados. La primera pantalla debe ser la de login, no la de mural de películas

Antes del estudio de usabilidad



Después del estudio de usabilidad

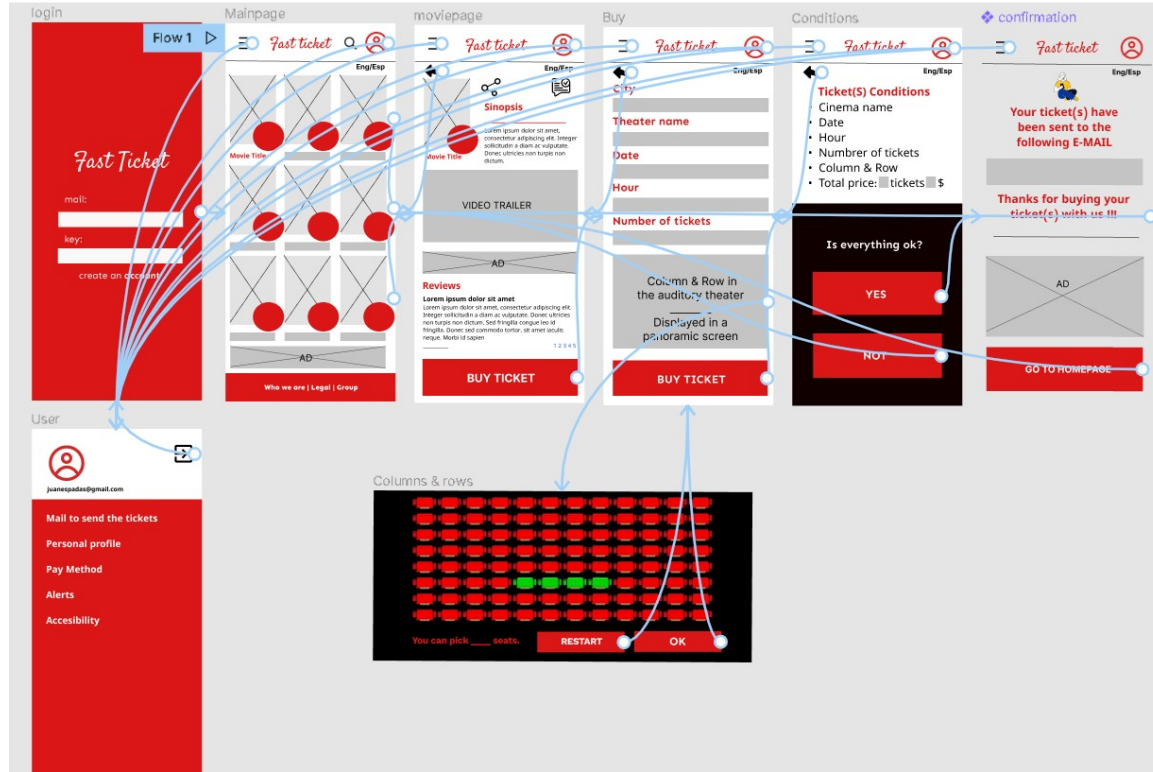




# Prototipo de alta fidelidad

<https://www.figma.com/file/Me7cpti9Ny64DnzdeaNF4X/Movie-tickets?node-id=0%3A1>

Pfrototipo de alta fidelidad  
en FIGMA



# Consideraciones de accesibilidad

1

Los colores corporativos ROJO (principal); Blanco, de fondo, y negro (terciario) son colores de alto contraste y con una alta visibilidad comprobada.

2

En la página de película existe una opción de lectura del texto en pantalla mediante voz (pulsando un icono).

3

El tamaño de letra y de los botones es lo suficientemente grande como para ser usado por personas con deficiencia visual.

# Futuro

---

- Conclusiones
- Próximos pasos

# Conclusiones



## **Impacto:**

A pesar de no ser una app pionera de compra de entradas, sí que es cierto que marca una tendencia tanto en cuanto que provee al mercado de un diseño que permite comprar rápido (estando muy bien informado de lo que se compra), y, permite también un sistema de validación QR que, a día de hoy, se antoja fundamental en los eventos de masas (conciertos, proyecciones de cine, Asistencia a auditorios).



## **Qué aprendí:**

He aprendido a saber interpretar las necesidades de los demás por encima de mis propias convicciones, y a desarrollar un diseño que hace la vida más fácil a los usuarios de un servicio (el de la compra de tickets).



# Próximos pasos

1

Mandar el diseño al equipo de desarrollo para confirmar la viabilidad del diseño propuesto.

2

Recibir feedback de los programadores acerca de la propuesta planteada.

3

Iterar alguna medida propuesta por el equipo de ingeniería.

# ¡Pongámonos en contacto!



Si le ha gustado mi trabajo me tiene a su disposición en el mail [XXXXX@gmail.com](mailto:XXXXX@gmail.com), en el teléfono XXXXXX, y en la web [www.xxxxxxx.com](http://www.xxxxxxx.com).

¡Gracias por su  
atención y tiempo!