

Documento analítico de sistematización de experiencias

Prototipo digital (APP) que potencializa los procesos de comunicación interna de la empresa UV

Diseños s.a.s.

Edwin Adrián Fonseca Pacheco

Sebastián Pérez Morales

Universidad Santo Tomás

Programa Diseño Gráfico

Bogotá

Abril 2021.

Lista de contenido

	<i>Pág.</i>
Documento analítico de sistematización de experiencias	1
1. Introducción	8
2. Justificación	10
3. Pregunta articuladora	12
4. Objetivos	13
4.1 Objetivo general	13
4.2 Objetivos específicos.....	13
5. Temas de reflexión y discusiones académicas.....	14
5.1 Temas de reflexión	14
5.2 Discusiones académicas	15
<i>Comunicación interna</i>	15
<i>Diseño de experiencia (UX)</i>	19
<i>Interfaz de usuario (UI)</i>	22
<i>Aplicaciones móviles y tipos de APPS</i>	26
<i>Metodología</i>	29
6. Discusión.....	31
6.1 Cumplimiento objetivo específico 1: Identificar las falencias presentes en la comunicación interna en la empresa UV Diseños s.a.s.	31
6.2 Definir las características visuales, técnicas y metodológicas para generar una experiencia usuaria (UX) como medio de apoyo a los procesos comunicativos de la empresa UV Diseños s.a.s	40

6.3 Proponer un prototipo de media fidelidad (Mockups) de aplicación (APP) que fortalezca los procesos de comunicación en la empresa UV Diseños s.a.s.	48
6.4 Conclusiones	53
7. Referencias.....	56
8. Anexos	60
9. Productos.....	65

Lista de cuadros

Cuadro 1. Matriz FODA _____ 36

Lista de ilustraciones

	<i>Pág.</i>
<i>Ilustración 1. Metodología de Diseño de Experiencia</i> _____	21
<i>Ilustración 2. Aspectos esenciales para la Interfaz de usuario (UI)</i> _____	24
<i>Ilustración 3 Descripción del perfil de usuario en el caso del género femenino</i> _____	38
<i>Ilustración 4 Descripción del perfil de usuario en el caso del género masculino</i> _____	39
<i>Ilustración 5. Flujo, Arquitectura de la información (AI). Primera etapa</i> _____	41
<i>Ilustración 6. Mood board</i> _____	43
<i>Ilustración 7 Jerarquía visual</i> _____	44
<i>Ilustración 8 Jerarquía visual</i> _____	44
<i>Ilustración 9 Características técnicos</i> _____	45
<i>Ilustración 10 Características metodológicas</i> _____	46
<i>Ilustración 11 Sincronización de pasos hacia elementos visuales, técnicos y metodológicos</i> __	47
<i>Ilustración 12 Sketching primer acercamiento al prototipo</i> _____	48
<i>Ilustración 13 Wireframes</i> _____	49
<i>Ilustración 14 Prototipo imagen 1</i> _____	50
<i>Ilustración 15 Prototipo imagen 2</i> _____	51
<i>Ilustración 16 Analítica avanzada</i> _____	60
<i>Ilustración 17 Storyboards</i> _____	60
<i>Ilustración 18 Menús de navegación en módulos destacados</i> _____	61
<i>Ilustración 19 Pruebas A/B</i> _____	62
<i>Ilustración 20 Wireframe con anotaciones</i> _____	62
<i>Ilustración 21 User journey departamento de mercadeo ∴</i> _____	63

<i>Ilustración 22 User journey departamento de diseño</i>	64
<i>Ilustración 23 Prototipo imagen 1</i>	65
<i>Ilustración 24 Prototipo imagen 2</i>	65
<i>Ilustración 25 Prototipo imagen 3</i>	66
<i>Ilustración 26 Prototipo imagen 4</i>	66
<i>Ilustración 27 Prototipo imagen 5</i>	67
<i>Ilustración 28 Prototipo imagen 6</i>	67
<i>Ilustración 29 Prototipo imagen 7</i>	68
<i>Ilustración 30 Prototipo imagen 8</i>	68
<i>Ilustración 31 Prototipo imagen 9</i>	69
<i>Ilustración 32 Prototipo imagen 10</i>	69
<i>Ilustración 33 Prototipo imagen 11</i>	71
<i>Ilustración 34 Prototipo imagen 12</i>	70
<i>Ilustración 35 Prototipo imagen 13</i>	71
<i>Ilustración 36 Prototipo imagen 14</i>	71
<i>Ilustración 37 Prototipo imagen 15</i>	72
<i>Ilustración 38 Prototipo imagen 16</i>	72

Lista de gráficas

Pág.

<i>Gráfica 1 Según su criterio, en qué nivel de relevancia considera la comunicación interna de la empresa _____</i>	<i>31</i>
<i>Gráfica 2 Cree usted que los canales de comunicación satisfacen las necesidades de la empresa _____</i>	<i>31</i>
<i>Gráfica 3 Considera importante que la información para la creación de piezas debe presentarse de una forma más dinámica que un texto redactado _____</i>	<i>32</i>
<i>Gráfica 4 Según su criterio, es importante que las piezas visuales para la comunicación interna tengan una identidad gráfica establecida acorde a la empresa _____</i>	<i>32</i>
<i>Gráfica 5 Considera, que por medio de infografías la información llegaría de una forma más dinámica y clara al receptor _____</i>	<i>33</i>
<i>Gráfica 6 Según su percepción, si se ejecutan cambios dinámicos en la gestión interna de comunicación, aumentaría el nivel de excelencia y productividad en el personal _____</i>	<i>33</i>
<i>Gráfica 7 Esta dispuesto a optar por cambios en la comunicación interna, así implique a principio un poco más de esfuerzo hasta adaptarse a todas sus ventajas competitivas _____</i>	<i>34</i>

1. Introducción

El diseño gráfico tiene una función social y humanística, puede ser entendido como la forma de preparar, disponer y realizar comunicaciones visuales buscando solucionar necesidades además de enriquecer situaciones humanas (Tapia Mendoza, 2014). Siendo así una disciplina que interactúa, planea, propone, comunica y realiza estrategias fundamentadas en la investigación que aportan soluciones desde lo visual.

El rol del diseñador, desde su formación efectiva se caracteriza porque su pensamiento hacia los beneficios del usuario, en este punto, pasa a convertirse en un elemento multidisciplinar, ya que un profesional que se adecue a la demanda y las exigencias sociales gracias a su formación transversal, posibilita la creación de estrategias acordes a sus saberes y a las necesidades (Garrel Guiu, 2008).

La característica expuesta alrededor del diseño, responde a las necesidades por medio de nuevas dinámicas, como lo es el diseño de experiencia (UX) concepto sustancial para el desarrollo de este documento.

El presente documento responde a la modalidad de pasantía, ejecutadas en la empresa *UV DISEÑOS S.A.S.*, la cual cuenta con un amplio recorrido en el área del diseño y publicidad, esta ventaja le ha permitido construir un extenso e importante portafolio de clientes como Colombina, Club Colombia, Nestlé, entre otros. La empresa cuenta con un equipo humano y de infraestructura capacitado para suplir las diversas necesidades de los usuarios, donde se describen actividades como; diseño y fabricación de diferentes tipos de material P.O.P, afiches, displays, exhibidores, habladores, bandejas, dispensadores fijos y de movimiento, procesos de impresión litográfica,

impresión serigrafía (*screen*), impresión digital con brillo uv, escarchado, flot, fotoluminiscente y termo formado de alto vacío.

En el desarrollo de las pasantías profesionales se refleja el esfuerzo que realiza la empresa en sus procesos de producción, donde se busca superar las expectativas del usuario, ya que, esta pretende destacar en el mercado por el compromiso y calidad en los acabados. Sin embargo, al priorizar la productividad, se evidenció una falencia en el desarrollo interno de comunicación que dificulta los objetivos de la empresa, generando pérdida de información entre los departamentos de mercadeo y producción, lo que suele ocasionar fallos en los procesos que desencadenan perjuicios en tiempo, material e incluso a cierto plazo se evidencia en la pérdida de clientes potenciales para la empresa.

A tal efecto, la eficacia en las estrategias de comunicación es básica para que la empresa potencialice su funcionamiento en los procesos productivos lo que conlleva una mejora en el entorno laboral, garantizando el manejo óptimo de la misma. De igual forma, incentiva el sentido de pertenencia en los colaboradores (Álvarez, 2007), reconociendo así la importancia de plantear estrategias eficaces que aporten a los objetivos de una empresa como *UV DISEÑOS S.A.S.*

Por consiguiente, el presente documento, propone el “análisis del diseño visual enfocado en la UX”, como herramienta para generar estrategias que potencialicen la comunicación interna y optimizar los procesos creativos mediante la realización de un prototipo de producto digital (APP). De esta manera, se desarrollan conceptos como la comunicación interna, el diseño visual enfocado en la experiencia de usuario (UX), el diseño de interfaces y productos digitales móviles.

2. Justificación

Actualmente las empresas buscan dinámicas, estrategias y alternativas que les permitan fortalecer sus procesos deficientes y así lograr cumplir sus objetivos. *UV DISEÑOS S.A.S.* no es la excepción, al evidenciar la deficiencia en comunicación interna que generan pérdidas considerables a la empresa descritas de la siguiente forma;

- Recursos: en repetidas ocasiones la información que es indispensable para la producción es incompleta, lo que genera la creación de productos diferentes a los solicitados, elevando los costos en su reelaboración.
- Mano de obra: la falla se da, cuando la información proporcionada no corresponde a lo necesario para realizar los procesos por los colaboradores, lo cual se traduce en una repetición innecesaria de la misma actividad, que por supuesto implica pérdida de tiempo y dinero.
- Maquinaria: atiende a la innecesaria generación de los procesos de producción, en una realización repetitiva, lo cual conlleva al desgaste de las máquinas, aumento de mantenimientos en general, incremento de gasto operacional y de servicios, y por supuesto, una desorganización en el flujo de trabajo.
- Clima laboral: la situación descrita, genera problemas entre los departamentos de mercadeo y producción, a causa de un mal sistema de comunicación interna que lamentablemente promueve pérdidas en la información, estrés y frustración en los colaboradores.

A causa de los aspectos mencionados, se hace imprescindible atacar la situación de raíz, a partir de la visualización descrita, y considerando los conocimientos estratégicos, académicos, prácticos y éticos obtenidos por medio de la profesionalización, los pasantes determinan aspectos que

pueden contribuir en gran medida a promover la mejora de la comunicación interna de la empresa UV Diseños, s.a.s.

Para tal efecto, el presente documento se orienta a resaltar las características y estrategias del diseño visual a través de UX como herramienta para potencializar los procesos de comunicación interna. Por su parte, (Yudica Bartels, 2016) afirma que la UX explora formas de creación teniendo como objetivo principal *el usuario* basado en metodologías prácticas, y adaptando nuevas técnicas que permite al diseñador crear sistemas más amigables y eficientes. Por supuesto, la simplicidad, es un factor fundamental que facilita la realización con mayor navegabilidad de los procesos a desarrollar. Entonces, cuando la UX es intuitiva, genera un flujo de aprendizaje rápido, además de ser eficiente generando productividad y facilidades bajo un adecuado manejo de los elementos hacia una orientación lógica, para complacer al usuario final (Ramírez Acosta, 2017).

Finalmente, se pretende desde el punto de vista gráfico, incorporar beneficios internos a la comunicación de la empresa, desde el punto de vista práctico se abordan aspectos que simplifican la facilidad de la comunicación, y desde el punto de vista económico y productivo, se pretende aumentar los fines de lucro por medio de estrategias de costos, minimizando costos operativos y gastos de la organización.

3. Pregunta articuladora

¿Cómo, a partir de un prototipo digital (APP) mediante la UX, se pueden potencializar los procesos de comunicación interna en una empresa como UV diseños s.a.s?

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Generar un prototipo digital (APP) que potencialice los procesos de comunicación interna de la empresa UV DISEÑOS S.A.S.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar las falencias presentes en la comunicación interna en la empresa UV Diseños s.a.s.
- Definir las características visuales, técnicas y metodológicas para generar una experiencia usuaria (UX) como medio de apoyo a los procesos comunicativos de la empresa UV Diseños s.a.s
- Proponer un prototipo de media fidelidad (Mockups) de aplicación (APP) que fortalezca los procesos de comunicación en la empresa UV Diseños s.a.s.

5. Temas de reflexión y discusiones académicas

5.1 Temas de reflexión

Hoy en día, la comunicación interna, se convierte en una herramienta que permite accesibilidad, rapidez y creación de diferentes estrategias de marketing, orientadas a minimizar la presentación de casos problemáticas o inclusive, a proponer nuevos comportamientos en los usuarios. De esta manera, es indispensable mencionar que los usos de los medios de comunicación están anclados a un buen manejo desde el conocimiento y las acciones prácticas de aquellos que la generan, es decir, que el diseño de todas las piezas creadas de manera dinámica, debe estar proyectado para un fin conciso, partiendo desde el diseño. Según Arte Dinámico (2005), el diseño gráfico interfiere en el proceso de creación de elementos visuales, con fines generalmente comerciales, entendiendo de esta forma, que este proceso inicia con la propuesta de una idea que a través de modificaciones, información y proyección se vuelve un medio o soporte para una publicación.

De acuerdo con Swann (1992) las diferentes funciones del diseño gráfico, están dirigidas a focalizar ideas prácticas que orienten a de encontrar soluciones a distintos problemas, permitiendo reparar aspectos negativos encontrados en la comunicación en diferentes productos, y, en algunas ocasiones de conceptos, o una gran variedad de imágenes y miles de organizaciones, de manera original y concisa. De esta forma, se analiza la existencia de diferentes fines por los cuales se pone en práctica la creación de una pieza visual, por ejemplo, se podría hablar de aquellos proyectos móviles o tecnológicos creados con el fin de enseñar, brindar conocimientos, cambiar hábitos, crear comportamientos, entre otros, para un bien común específico de un lugar. Sin embargo, se deben tener en cuenta diferentes aspectos desde el buen uso para las piezas visuales recolectadas que permitan lograr el fin inicial.

Tomando en consideración lo descrito, en la empresa UV Diseños s.a.s, se observó en el proceso de pasantías, deficiencias en la comunicación interna, por una notable ausencia de elementos gráficos en la generación de las piezas, que evidentemente, afectan los niveles de eficiencia y producción de la organización.

En consecuencia, en el presente documento, se tienen en cuenta varios aspectos para la creación de una pieza visual con un mensaje claro y un fin preciso, considerando herramientas que se utilizan desde el diseño gráfico, es decir, que el diseño parte de una perspectiva integral de desarrollo. De esta manera, se puede dar respuesta al objetivo planteado “generar un prototipo digital (APP) que potencialice los procesos de comunicación interna de la empresa UV Diseños s.a.s”, como punto de partida indispensable para redefinir diferentes conceptos desde el diseño gráfico, el cual implica conocimientos del diseñador, como herramienta para mejorar las falencias de la comunicación interna, por supuesto, por medio de experiencias de usuarios y del buen uso de las herramientas como profesional en el área mencionada.

5.2 Discusiones académicas

Comunicación interna

La comunicación interna es el proceso por el cual una empresa u organización expresan ideas, pensamientos y opiniones acerca de un objetivo en común, para así garantizar los objetivos de la empresa y dar solución a las necesidades, a fin de potencializar el talento y generar pertenencia a la entidad, siendo así un punto determinante en las relaciones sociales en una comunidad específica como lo es *UV DISEÑOS S.A.S*. De igual forma se resalta la importancia de la comunicación interna y cómo a través de ella se puede influir y facilitar la construcción de estrategias que solucionen las dificultades al interior de una comunidad, generando la recepción óptima de los

mensajes y el intercambio de conocimiento en el interior de una comunidad (Valderrama Mendoza & Rey Peña, 2020).

La comunicación interna es una de las prácticas más importantes dentro de una empresa, pues cuando al interior de la misma se evidencian falencias que truncan la transmisión del mensaje y dificulta los procesos a realizar, enfatizando en los aspectos negativos que genera una comunicación errónea, según Carrillo (2009) cuando la transmisión del mensaje está centrada en el dueño de la compañía, se genera una comunicación unidireccional, reduciendo la cultura empresarial y disminuyendo el interés dificultando los niveles de productividad. Es así como las actividades de cualquier organización se pueden ver afectadas al no crear estrategias comunicativas eficaces y dinámicas.

Es fundamental entender el concepto de comunicación y sus factores, teniendo presente que esta puede complementar desde la elaboración de contenido visual que permite transmitir mensajes bidireccionales. La comunicación inteligente junto a la gestión de estrategias genera valor, fidelización y sostenibilidad en el negocio (Costa, 2010).

Aclarando que la comunicación es un recurso estratégico de primer orden para las organizaciones, a partir de la relación, donde se propone al emisor como el usuario del diseño, el diseñador como codificador del mensaje, el mensaje como producto material de diseño gráfico, al medio difusor como transmisor del mensaje y finalmente el receptor como consumidor del mensaje (Naranjo, Otáñez y Idalia, 2016) . De esta forma se puede entender que el diseño visual hace parte de toda la estructura básica de la comunicación, por ende, no se puede desligar una de la otras, así mismo se permite una organización en los procesos comunicativos para poder obtener éxito en el mensaje o producto final, por ello al incluir el diseño visual como parte de la comunicación interna de una empresa u organización se puede obtener resultados favorables. A su vez (Oyarvide, Reyes,

Montaño y Colorado, 2017) citado de Trelles (2001) afirma que: “La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante estos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional”, (p, 299).

Así mismo, es necesario mencionar el diseño visual como herramienta para agilizar y mejorar la comunicación interna, ya que, el mismo permite establecer un sistema de relaciones entre personas o cierta comunidad. El diseño genera interactividad utilizando los objetos y mensajes visuales a fin de formar parte de una misma cultura. De igual forma el diseño visual contribuye a agilizar procesos de comunicación y permite vincular un lenguaje semiótico que genera mensajes que son percibidos de forma estética y semántica, creando así proyección en los distintos problemas de la comunicación interna (Costa, 2014).

Si un diseñador gráfico no cumple con las funciones que se deben tener en cuenta a la hora de proponer estrategias en pro de la comunicación que sean efectivas, a fin de contribuir con el mejoramiento de los procesos internos, se seguirán generando fallas en los procesos creativos que en primera instancia provoca la pérdida del tiempo, la información contradictoria y demás factores cómo efectos secundarios, en estos se generará una desinformación que aumentaría el índice de pérdida de información, tiempo y materiales.

El diseño visual es la actividad por medio de la que se hace la configuración de los objetos y de los mensajes visuales (Morales ,2012), actividad que está en constante cambio, sin embargo, de la cual son imposibles de conceptualizar precisamente su campo de acción, su marco conceptual, las colaboraciones teóricas y metodológicas que instituye con otros terrenos del entendimiento. La utilización del diseño para poder hacer un producto final eficaz enlaza el trabajo a partir de la

comunicación, mediante imágenes que puedan proyectar y captar la atención del cliente, además del buen uso y metodología para que el ejercicio de generar visualmente posibilite el conocimiento, produciendo de esta forma un aprendizaje nuevo para el individuo que lo usa, así mismo puesto que la construcción de las diversas partes visuales tienen la posibilidad de ser pensadas mediante la actividad del diseño, entablando una conexión que engloba al diseñador por medio del proceso de diferentes perspectivas frente al cliente y pueda tener en cuenta las cambiantes oportunas y concisas para una respuesta concreta, Según Romero,s.(2020) se plantea que el diseño visual posibilita ofrecer solución a todo tiempo de inconvenientes por su extenso campo de análisis, y, del mismo modo, darle el costo importante a la estética.

Las tecnologías y procedimientos usados en el pasado para poder transmitir la comunicación visual se fueron modificando sucesivamente, esta actividad que hoy en día se conoce como diseño visual junta varios puntos, de tal manera que llega a confundirse sus actividades o campos, debido a que el desarrollo y la evolución de productos y servicios de las empresas han crecido y cambiado, y con ella misma la evolución del diseñador gráfico como intermediario, por tal motivo se plantea un prototipo de app en la empresa *UV DISEÑOS S.A.S.* que permita fortalecer las falencias que esta presenta actualmente, temas como el color y la composición, las estrategias de diseño que cumplen un papel fundamental en este proceso de creación:

- **Color:** Debido a que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual, las emociones, sensaciones, y todo lo que los colores pueden llegar a expresar y hacer sentir al espectador forma una parte fundamental de la base (Moles & Janiszewski, 2011) de un buen diseño. La utilización del color en el momento de hacer el diseño de una app es de suma trascendencia, pues los colores son capaces de transmitir un sinnúmero de

sensaciones o sentimientos implementando una mínima parte de este componente (Lenin, 2007).

- Estrategias de diseño: las estrategias de diseño tienen como función de juntar las metas de *UV DISEÑOS S.A.S.* con la creatividad y darle un sentido particular de forma que el diseño vaya más allá de un ejercicio sólo estético.

“Cuando integramos el pensamiento con el proceso de diseño a las grandes metas del negocio, elevamos el concepto a una herramienta estratégica que las empresas pueden aprovechar” (Alvarado, 2019). A pesar de que son inseparables, las estrategias de negocio y de diseño cubren diferentes necesidades, “Las estrategias de negocio contemplan objetivos financieros, de producto y de mercado los cuales están mejor expresados a través de los puntos de contacto de la marca”, mientras que la “estrategia de diseño es el mapa de los componentes visuales y medios que ayudan a construir y manejar estos objetivos” (Alvarado, 2019).

“En la pieza a continuación se enumeran algunos Software o Programas que sirven como ejemplo de las herramientas que puede utilizar el Diseño Visual para la realización de piezas o artes finales” (Bedoya, 2011).

Diseño de experiencia (UX)

En la actualidad, el diseño visual está presente en todo nuestro entorno y en nuestra vida, de manera cotidiana, por lo cual el diseño de experiencia (UX) no es la excepción; este último se puede definir como la experiencia óptima del usuario al momento de interactuar con un producto o servicio. El UX reconoce la importancia y la necesidad, de hacer que las tecnologías sean más amigables en aspectos como su uso, lo que genera un alto nivel de satisfacción en el usuario. La UX se basa en hechos y en cómo se adapta a las sociedades, entornos y situaciones problema para

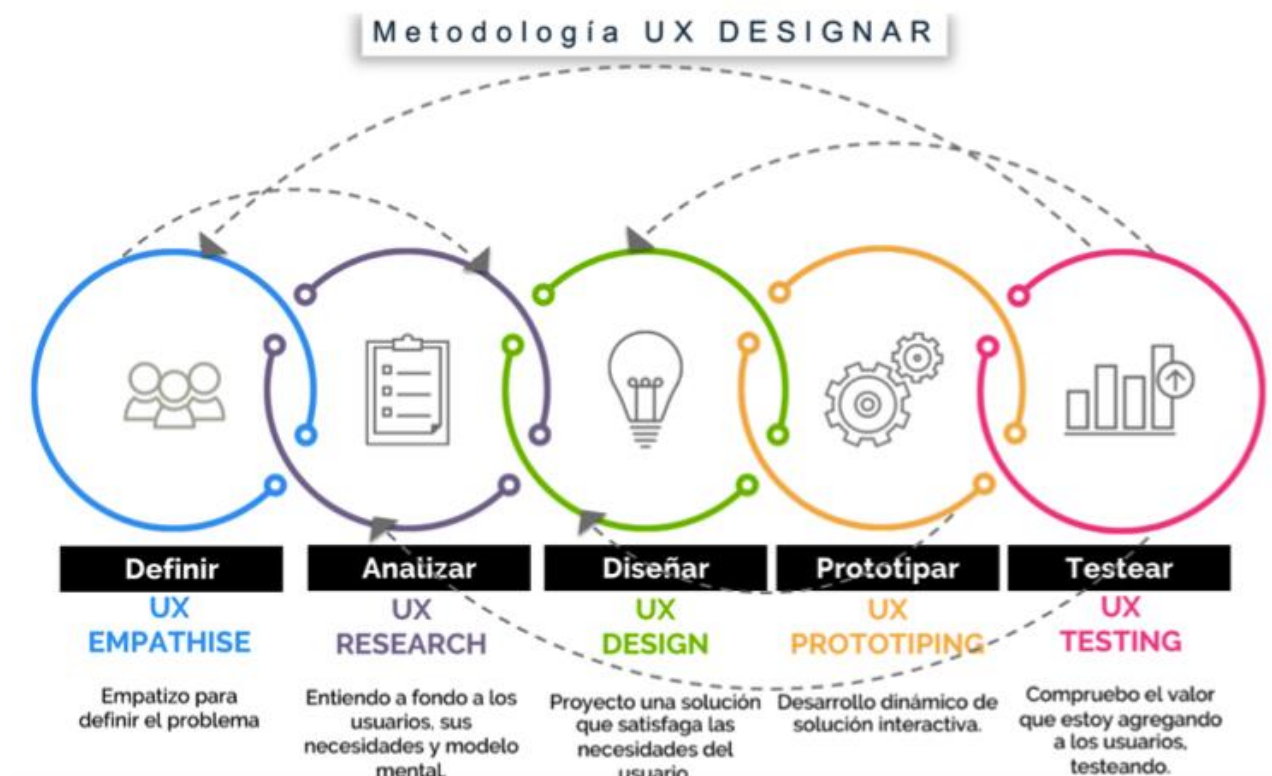
resolverlas de forma eficiente, generando así diferenciación entre los distintos competidores (Montero, 2015).

Al hablar de una tecnología amigable, es posible hacer referencia a una experiencia exitosa, teniendo presentes las necesidades del usuario al momento de interactuar con un producto o servicio. La UX es una herramienta con la cual los diseñadores y desarrolladores pueden mejorar las experiencias y velar por los intereses de los usuarios, teniendo presentes sus necesidades y problemáticas evidentes dentro del proceso, para así dar solución a estas últimas a través de una experiencia considerada favorable para el usuario (Aguer, 2018). Es importante, contemplar que, esta circunstancia reviste de gran importancia al correcto uso de la tecnología, pues cuando no se cumplen estas expectativas, el usuario puede llegar a atribuirse estos errores, los cuales generan en él frustración y desagrado, lo que tiene como resultado que de descarte el uso del producto, por esto es indispensable tener presentes los factores emocionales para los usuarios, antes, durante y después de la experiencia.

Es importante tener en cuenta que los procesos de UX son adaptativos y van cambiando constantemente, pero existen metodologías establecidas para generar estos procesos, estas son:

- Definir
- Analizar
- Diseñar
- Prototipar
- Testear

Ilustración 1. Metodología de Diseño de Experiencia



Fuente: (Ferrer, Aguirre, Méndez, Mediavilla y Almoncid, 2020)

Con el objetivo de clarificar y generar una experiencia completa y satisfactoria en el usuario debemos tener presente la metodología UX descrita en la metodología de diseño de experiencia, (Ferrer, Aguirre, Méndez, Mediavilla y Almoncid, 2020) ya que, de acuerdo a ella, existen cinco pilares para establecer una base sólida teniendo en cuenta el contexto y la problemática que se pretende resolver, los cuales son:

1. UX empathise: enfocado al usuario tomando como prioridad su punto de vista, necesidades e inconformidades para así tener una visión clara del problema.
2. UX research donde se establece con claridad las necesidades del usuario final, además se realiza un análisis de mercado con productos similares como referentes en cuanto a usabilidad para el desarrollo del proyecto.

3. UX design, recopila toda la información obtenida previamente para dar paso a los primeros prototipos de diagramación, y poder establecer la arquitectura de información tomando en cuenta soluciones gráficas y conceptuales que generen una conexión firme con el usuario.

4. UX prototyping en donde se realizan desde prototipos de baja calidad hasta arte final donde se puede probar la interfaz e interacción desarrollada para el público objetivo.

A fin de dar claridad a los conceptos expuestos podemos definir a la Arquitectura de la Información (AI) como aquella que, “se ocupa del diseño estructural de los sistemas de información, su problema central es la organización, recuperación y presentación de información mediante el diseño de ambientes intuitivos” (Baeza Yates, Rivera Loaiza, & Velasco Martín, 2004). La AI tiene como objetivo principal, organizar el contenido para guiar al usuario en la búsqueda de información, así entonces los contenidos deben tener una estructuración previa que genere facilidad y fluidez en la navegabilidad, lo que se traduce en una experiencia favorable para el usuario (Aguirre, 2020)

Interfaz de usuario (UI)

La interfaz de usuario (UI), es una actividad multidisciplinaria donde intervienen numerosas ramas del diseño visual, industrial, web y demás que van enfocados a la vivencia de cliente generando una relación dinámica “de forma simple, tenemos la posibilidad de definirla como el medio por medio del cual el cliente interactúa con un dispositivo tecnológico, esto encierra todos los aspectos de contacto entre el individuo y el equipo” (Corrales, 2019). En otros términos, la interfaz de usuario, es el diseño visual donde intervienen componentes como el color, maneras y texturas. Los principios y componentes claves para un proceso de interfaz de usuario son:

- Controles de input: esencialmente botones, listas, campos de texto y campos de fecha.

- Componentes de navegación: se encuentran los iconos, sliders, tags además de formularios de búsqueda.
- Componentes de información: notificaciones, barras de progreso y tooltips.
- Contenedores: principalmente acordeones.

Con los recursos mencionados, es importante no dejar de lado componentes primordiales como la escritura que parte de la arquitectura de la información (AI), guiando con claridad al cliente por la interfaz con textos claros que guíen al cliente de una manera dinámica sin crear conflictos, dando paso a la simplicidad, esencial para evadir dichos conflictos apoyándose en un diseño directo referente con los procesos significativos en la interfaz continua, donde permanecen todos los materiales y recursos necesarios para que la navegabilidad no sea redundante y distraiga al cliente del objetivo primordial. También para finalizar la tolerancia que crea empatía con el cliente, suprimiendo errores usuales y dando posibilidades de reconstruir para no producir frustraciones y que cada una de las ocupaciones sean razonables. (Cantú, 2020).

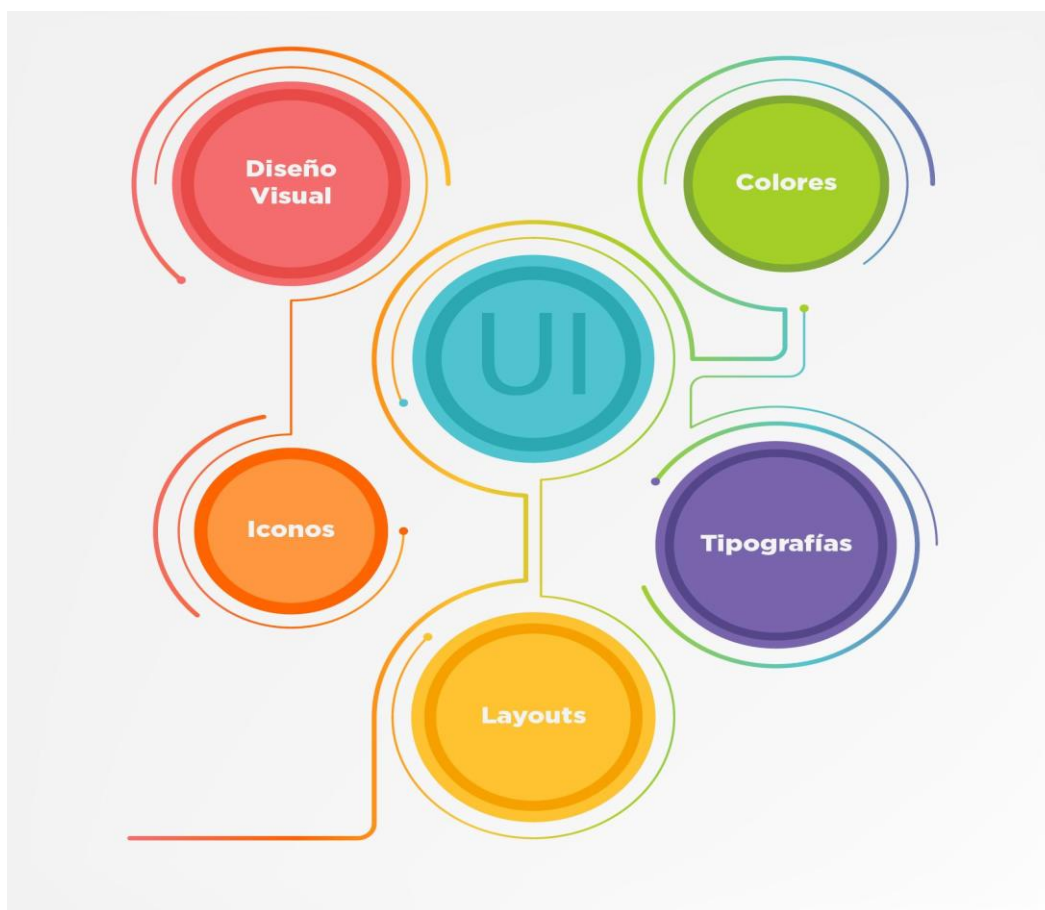
Se debe tomar en consideración el valor de los componentes visuales y su coherencia en la interfaz de usuario, siendo de fundamental trascendencia exponer una identidad gráfica sólida, realizando hincapié en el valor de una identidad corporativa, la cual es el primer acercamiento a los usuarios de una manera visual generando recordación y aportando a las metas de la compañía, teniendo presente diversos pilares que conforman esta identidad visual como lo son:

- a. Color: es un aspecto indispensable para poder distinguir y reforzar el concepto de la empresa a la vista de los usuarios, genera recordación y evoca empatía connotando los valores de la entidad.
- b. Tipografía: es generar, componer y diseñar textos que puedan leer de forma fácil y eficaz, por esto es indispensable realizar una investigación previa para establecer la tipografía

indicada, ya que no es lo mismo cuando son medios digitales o impresos, pero siempre debe mantenerse una unidad y coherencia en el manejo tipográfico.

c. Logo: Está presente en cada aplicación y formato de la empresa siendo quien compila todo lo establecido por la entidad desde valores hasta aspectos visuales. Todos estos aspectos visuales entrelazados con (UI) son los elementos indispensables para generar una experiencia de éxito a los usuarios (Figueroa, 2016).

Ilustración 2. Aspectos esenciales para la Interfaz de usuario (UI)



Fuente: elaboración propia (2021)

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, otro componente importante son los prototipos UI, siendo estos la implementación parcial de un sistema, definiendo en ellas aspectos interactivos tales como la usabilidad, accesibilidad y funcionalidad (García, 2020) estos aspectos

junto a la ya mencionada identidad gráfica generan los primeros acercamientos visuales a la interfaz del proyecto. Existen varios tipos de prototipos UI en diferentes niveles de desarrollo, los mismos son:

- a. Sketching: es un primer acercamiento realizado a lápiz, un boceto que ayuda a generar ideas aún muy alejado del producto final.
- b. Wireframes: prototipo de baja fidelidad enfocado en el diseño del contenido el cual suele realizarse en escala de grises.
- c. Mockups: prototipo de media fidelidad, donde se representa con fidelidad detalles como las tipografías, colores y contenido, representado de una manera óptima el producto final.
- d. Maqueta: prototipo de alta fidelidad, donde se incluyen las interacciones, aquí es donde se identifica si la idea funciona o no, en este momento se suelen percibir los problemas de usabilidad a través de los testeos de los usuarios. (Fora la Caixa, 2020)

En consecuencia, el proceso de realizar un prototipo es llevar la idea a un acercamiento de la realidad, además de esta manera posibilita detectar aspectos y oportunidades de optimización en algo proyectual, (Mari, 2019). Es importante tener presente que un prototipo no es algo que se realice una única vez, ya que es una herramienta de retroalimentación donde se evidencian diversos fallos en los diferentes niveles de prototipos para así conseguir la experiencia de usuario más acertada.

Secuencialmente a lo descrito, se definen algunos softwares de UI generalmente empleados en el diseño del prototipo en general;

- Adobe XD: es una herramienta para generación y edite de gráficos, que se emplea para construir interfaz de páginas o aplicaciones, es propicia para la experiencia del usuario, donde se encuentra implícito el rango mínimo de error en “x” tiempo, presenta un proceso

comunicacional digital, permite ahorrar tiempo, y ejecutar modificaciones, (Martínez, 2019).

- Pencil Project: es un programa fácil y de poco peso, permite la generación de maquetas y prototipos en sitio web, propicia la organización de contenidos y elementos, bajo un diseño arquitectónico informativo. Esta herramienta, permite facilitar la inserción de un diseño en escritorio bajo móviles o Smartphone, (Araolaza, 2010).
- Figma: consiste en una herramienta de interfaz que facilita el inicio de sesión simultáneo entre varios integrantes del equipo en una empresa, permitiendo el reajuste del sistema operativo. Presenta ventajas por su solución multiplataforma para optimizar las UX, (Mejía, 2021).

A partir de lo descrito, se definieron ventajas del uso de los programas mencionados, cada uno tiene sus funcionalidades de acuerdo a las necesidades del diseño, sin embargo, a fines de ejecutar el prototipo en el presente estudio, se selecciona el Adobe XD por sus funcionalidades para la generación del interfaz de acuerdo a lo requerido en la empresa UV Diseños, para mejorar la comunicación interna.

Aplicaciones móviles y tipos de APPS

Las novedosas tecnologías y sus herramientas digitales como las aplicaciones (APP), son un programa informático diseñado para realizar o facilitar una labor en un dispositivo. Existe una gran cantidad de programas en el mercado, pero solamente se llama de esta forma a ese que fue realizado con un fin definido, para hacer labores específicas; por ejemplo, no se podría considerar una aplicación a un sistema operativo, ninguna suite, puesto que su objetivo es general. Sanz, Martí & Ruiz (2012) muestra a la aplicación móvil como un instrumento de administración, que el cliente

puede usar dependiendo la necesidad que presente en algún momento determinado, considerando la utilidad de una app en su empresa o negocio.

Tipos de aplicaciones

- Aplicaciones de sistema: estas aplicaciones estarán relacionadas al funcionamiento de nuestro terminal, como podrían ser compresores de archivos, seguridad del terminal, registro de llamadas, gestión de mensajes, etc.
- Aplicaciones ofimáticas: las aplicaciones ofimáticas son aquellas que nos permiten trabajar con documentos de texto, hojas de cálculo Excel, ficheros PDF, etc. Las más comunes son QuickOffice y Documents To Go, es válido resaltar que estas son de pago.
- Organización: este tipo de aplicaciones irán destinadas a la organización de nuestros datos, contactos, notas, etc. Las mismas podrían ser el calendario, gestor de contactos, agenda y demás.
- Aplicaciones web: Para poder utilizar este tipo de aplicaciones hará falta una conexión de Internet en nuestro móvil. Un ejemplo de este tipo de aplicaciones sería: el GPS, correo electrónico, Google Maps, navegadores web, etc.
- Dentro de la categoría anterior podríamos incluir también las aplicaciones relacionadas con las redes sociales, como: Facebook, Twitter, Hi5, etc.
- Aplicaciones de accesibilidad: este tipo de aplicaciones facilitará el uso del terminal para personas con algún tipo de discapacidad. Ejemplos de este tipo de aplicaciones sería: reconocimiento de voz, reconocimiento de caracteres, lectura de texto, etc.

El creciente uso de dichos dispositivos capaces ha causado que desarrollar una app para una empresa se convierta en un plan, que puede dar enormes ventajas para el comercio. Para el caso en particular, las ventajas que puede aportar una app en *UV DISEÑOS S.A.S.* son:

- a. Presencia, notoriedad y fortalecimiento de marca: La existencia de la organización en los dispositivos móviles, puede llegar a posicionar la marca, debido a que los consumidores y usuarios tienen la posibilidad de consultar la app en cualquier parte y en cualquier instante.
- b. Amplia difusión de los contenidos: La sincronización de la app con las redes sociales de la organización, pretende optimizar la difusión y viralización de los contenidos.
- c. Clientes y producción: La app sería una herramienta, que permita evitar la escasa comunicación con los clientes, así mismo mantener vigilancia y control, sobre los procesos de producción, para evitar el desperdicio o daño de materia prima, así como una adecuada administración del tiempo en ejecución del proyecto a desarrollar.

6. Metodología

La metodología representa grandes ventajas competitivas no solo a nivel investigativo científico, también en el desarrollo del proceso de pasantías, porque orientan a los futuros profesionales, a detectar problemáticas en el entorno, y propiciar la generación de alternativas viables a mejorar la productividad de las organizaciones. De esta realidad, no escapan los pasantes de la Universidad Santo Tomas, que tuvieron la oportunidad de desarrollar su proceso formativo practico en la empresa UV Diseños, s.a.s, en la cual se tiende a una gran receptividad, y capacidad profesional de la organización en general, se lograron observar ciertas problemáticas, las cuales se pueden atender desde el punto de vista académico y practico profesional de los pasantes, en soporte de un abordaje sistemático de la situación, que corresponde a los procesos metódicos a ejecutar para recolectar datos, y hacer posible la generación de alternativas viables al problema.

En relación al enfoque cuantitativo, (Hernández, Fernández, Batista, Sampieri, 2003) determina una recolección de datos para probar una hipótesis de forma numérica, medible y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. Considerando lo referido por el autor, el informe en cuestión, se dirigió a una detección numérica, a través de un instrumento aplicado a una cantidad de empleados de la empresa, para sustentar las observaciones de la problemática.

Por otra parte, (Arias, 2006) afirma, que la descripción, se caracteriza por identificar de forma clara hechos o fenómenos de un individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Analizando lo descrito, el informe en cuestión, se orientó inicialmente, a caracterizar la problemática, a fines de obtener datos precisos, que sirvieron de base a la generación del prototipo mencionado en los objetivos.

En relación al diseño, mejor conocido como el abordaje hacia la población, (Arias, 2006), asume la postura de campo, como aquella que detecta los datos directamente de los sujetos, y en

el lugar donde se desarrollan los acontecimientos. Ante lo expuesto, los pasantes, determinan un abordaje pertinente de campo, porque la encuesta fue aplicada a los empleados entorno a la comunicación interna, directamente en las instalaciones de la empresa UV Diseños s.a.s.

Según (Arias, 2006) la población, o en términos más precisos población objeto de estudio, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales son extensivas las conclusiones de todo informe. De igual forma, afirma que los autores de determinada búsqueda, poseen condiciones especiales de descriptivos y selección de la población, de acuerdo a su pertinencia, conocimiento del problema, y acceso a responder instrumentos. Basados en ello, los pasantes, seleccionan una población arbitraria u opinática, de acuerdo a los conocimientos e inmersión en el problema de los empleados, destacando que existe un total de 40 empleados en la empresa objeto de estudio, sin embargo, se tomó una población finita de 20 sujetos, a los cuales se les aplicó la encuesta para constatar la veracidad del problema inicial observado.

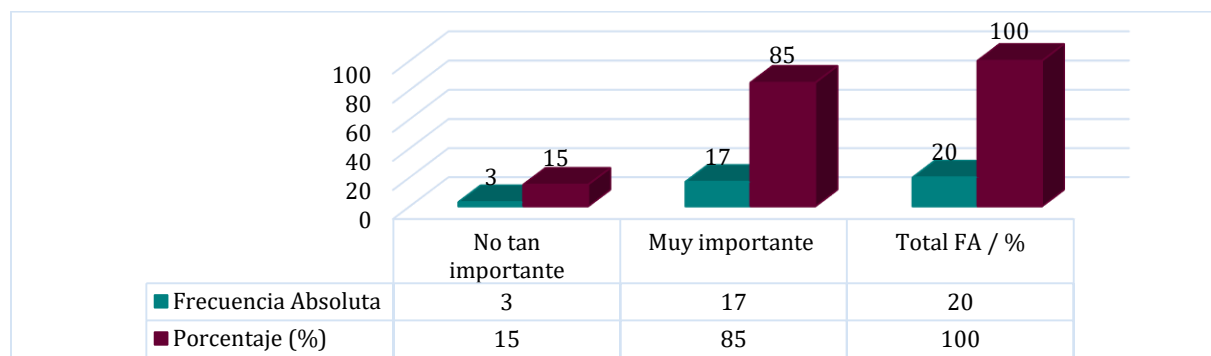
(Arias, 2006), determina que las técnicas de abordaje de la información deben cumplir con cualidades específicas para detectar datos precisos. Hace referencia a la encuesta, como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.

El tema en particular, por supuesto, fue la comunicación interna, y la ausencia de elementos gráficos para mejorarla, empleando un instrumento llamado cuestionario, de escala de Likert (varias opciones de respuesta), que constó de 7 ítems, fue aplicado a los 20 sujetos de la población arbitraria, y procesado por medio de la estadística descriptiva, representado de forma numérica “cuantitativa”, en graficas informativas, su finalidad fue exponer, el punto de vista de los empleados, y sustentar la hipótesis inicial del problema.

7. Discusión

6.1 Cumplimiento objetivo específico 1: Identificar las falencias presentes en la comunicación interna en la empresa UV Diseños s.a.s.

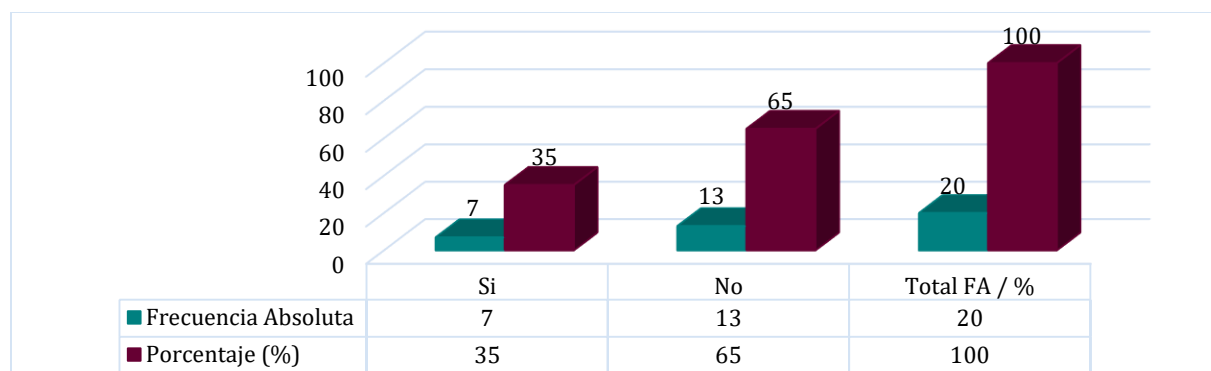
Gráfica 1 Según su criterio, en qué nivel de relevancia considera la comunicación interna de la empresa



Fuente: elaboración propia (2021).

La grafica 1, describe la importancia de la comunicación interna para los empleados encuestados, en el cual se determina que en un 85% es muy importante para el personal, y en un 15% no tan importante, sin embargo, es evidente que la mayoría de los sujetos la consideran imprescindible para ejecutar las funciones dentro de la empresa.

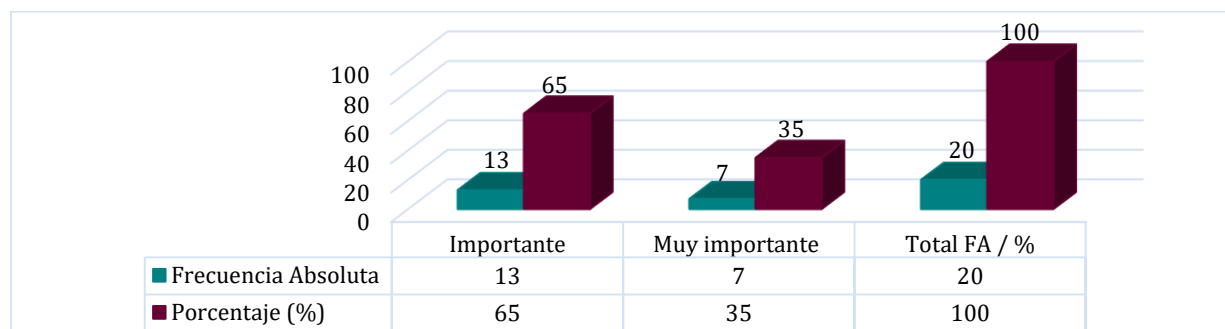
Gráfica 2 Cree usted que los canales de comunicación satisfacen las necesidades de la empresa



Fuente: elaboración propia (2021).

En relación a las evidencias de la gráfica 2, con respecto a la satisfacción de los canales de comunicación dentro de la organización, el 65% afirma que no cumplen con las necesidades actuales internas, y el 35% opina que sí, prácticamente, se refleja la imperiosa necesidad de modificar los canales de comunicación a las necesidades de la empresa UV Diseños s.a.s.

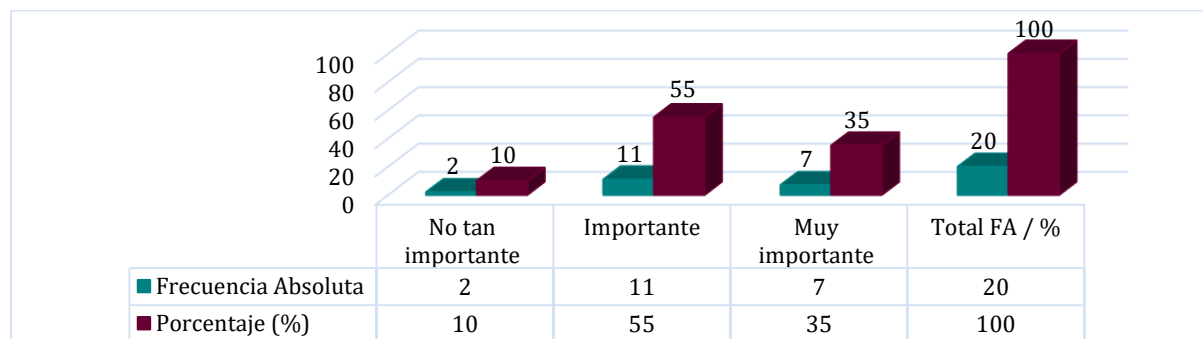
Gráfica 3 Considera importante que la información para la creación de piezas debe presentarse de una forma más dinámica que un texto redactado



Fuente: elaboración propia (2021).

Avanzando en las evidencias, la gráfica 3, determina la necesidad de dinamismo en la creación de piezas, en el cual el 65% de los empleados argumenta que es importante dinamizar la información para mayor entendimiento y efectividad, mientras que el 35% afirman, que es muy importante analizar este cambio de lo rutinario a lo dinámico.

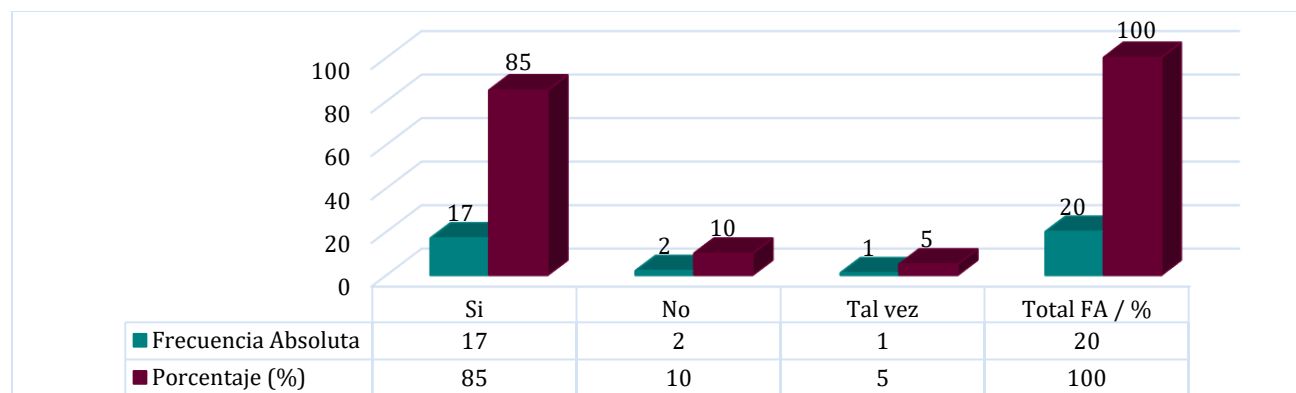
Gráfica 4 Según su criterio, es importante que las piezas visuales para la comunicación interna tengan una identidad gráfica establecida acorde a la empresa



Fuente: elaboración propia (2021).

En cuanto a la gráfica 4, se exponen los resultados de la identidad grafica en las piezas visuales, determinando que un 55% de los empleados afirma que es importante, mientras que para el 35% es muy importante, solo un 10% (no representativo) considera que no es tan importante.

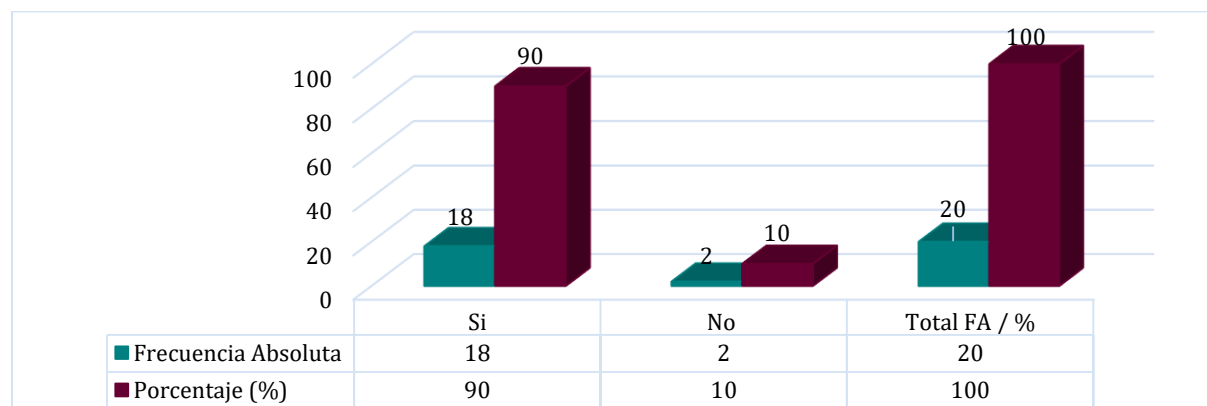
Gráfica 5 Considera, que por medio de infografías la información llegaría de una forma más dinámica y clara al receptor



Fuente: elaboración propia (2021).

Continuando con los resultados, la gráfica 5 delimita las evidencias de los beneficios de la inserción de infografías para dinamizar y garantizar la efectividad de la recepción de la información, el 85% considera que, si es necesario, mientras que el 10% no, y solo el 5% tal vez.

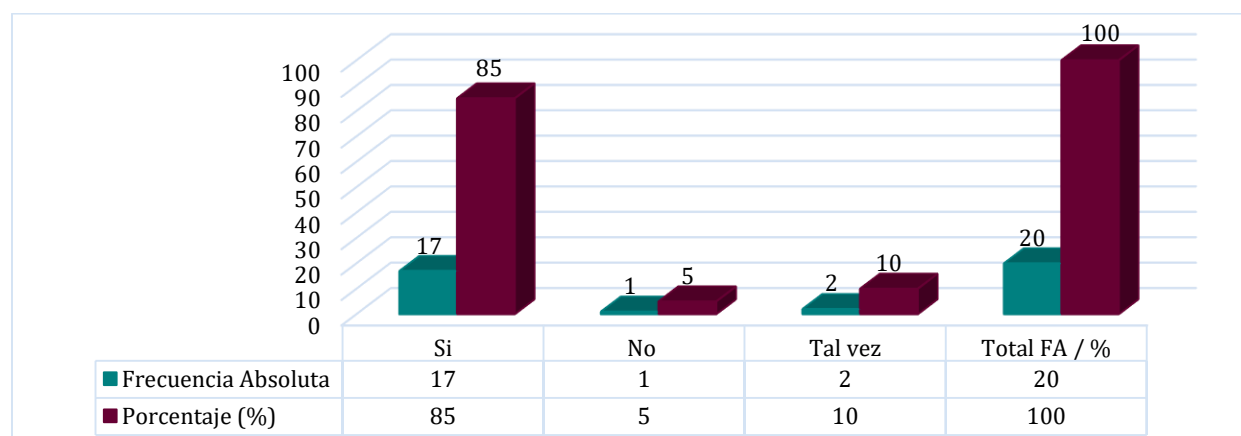
Gráfica 6 Según su percepción, si se ejecutan cambios dinámicos en la gestión interna de comunicación, aumentaría el nivel de excelencia y productividad en el personal



Fuente: elaboración propia (2021).

En relación a la gráfica 6, condiciona aspectos de la percepción de los empleados en la necesidad de cambios dinámicos en la gestión interna, y su intervención en el aumento del nivel de excelencia y productividad en el personal, afirmando que el 90% si consideran estos cambios necesarios, y el 10% no.

Gráfica 7 Esta dispuesto a optar por cambios en la comunicación interna, así implique a principio un poco más de esfuerzo hasta adaptarse a todas sus ventajas competitivas



Fuente: elaboración propia (2021).

Finalmente, la gráfica 7, determina la disponibilidad del personal hacia cambios en la comunicación interna, y sus implicaciones a principio del proceso, en el cual, el 85% de los empleados afirman que, si estarían dispuestos a ejecutar esfuerzos al inicio, porque están conscientes de los beneficios a mediano y largo plazo, mientras que el 5% no estarían dispuestos a tal gestión, sin embargo, no es representativo, porque solo equivale a un empleado.

Tomando en consideración las evidencias del diagnóstico de datos, inicialmente se comprueba la importancia para el personal encuestado de la comunicación interna, aseverando que es primordial para que fluyan de forma adecuada los procesos productivos de la empresa UV Diseños. A tal efecto, es secuencial describir las debilidades en los canales de comunicación que el personal

afirma existen en la empresa objeto de estudio, aseverando, que se ameritan modificaciones desde un punto debilitado de textos amplios, llevándolos a formas de comunicación más dinámicas.

Entre tanto, cabe destacar, la efectividad que se debe dar en el proceso de comunicación interna, donde el personal refiere que las piezas visuales son de gran relevancia para lograr tal cometido, esto por supuesto, soportado por la creatividad grafica del diseño de prototipo, ya que este, aporta una dinámica más clara al receptor. Estos cambios dinámicos, deben influenciar de forma positiva en la gestión interna comunicativa, lo cual procuraría según el personal un aumento en la excelencia y productividad del personal, pero a consideración de la integración de los criterios visuales bajo un diseño gráfico innovador, no a los descriptores de comunicación interna actuales.

Finalmente, el personal de la empresa UV Diseños, afirma, que están dispuestos a entrar en cambios visuales que faciliten el aumento de la productividad de las gestiones internas, ya al conocimiento del personal, la futura implementación del prototipo, garantiza ventajas competitivas que a pesar, de condicionar al personal a un mayor esfuerzo inicial para adaptarse, conocer y descubrir las competencias del prototipo y sus usos, a mediano y largo plazo garantizan la efectividad de los procesos dentro de la empresa. A partir de lo descrito, el personal si estaría dispuesto a estar inmerso en las implicaciones de cambios, porque consideran, que se ameritan modificaciones en los procesos de la comunicación interna, y que ellos deben estar a la par de las innovaciones graficas que permitan la fluidez afectiva de la comunicación interna, para poder responder a las necesidades productivas desde los departamentos de diseño y mercado.

En resumen, la población de empleados, se apega a las necesidades de cambios en diseños gráficos, que permitan optimizar los procesos de comunicación interna. Sustentando esto, se presenta un análisis FODA sencillo que justifica la integración del prototipo a la empresa UV Diseños s.a.s;

Cuadro 1. Matriz FODA

Factores internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores externos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplia disposición de aprendizaje. ➤ Capacidades intelectuales de los colaboradores y disposición en los procesos comunicación. ➤ Sentido de colaboración entre los miembros de la empresa. ➤ Prácticas laborales honestas. ➤ Sentido de trabajo responsable en los colaboradores. ➤ Buena imagen institucional dentro del mercado. ➤ Calidad en tiempo y servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de comunicación a nivel interno y externo de la empresa. ➤ Pérdida de información y poco sentido de pertenencia entre los colaboradores. ➤ Los procesos son lentos ya que muchas veces no disponen de la información ➤ La información es muy amplia y compleja, lo cual, toma mucho tiempo comprenderla. ➤ No se promueve la identidad gráfica de la empresa dentro de la misma. ➤ Los canales de comunicación actuales no están dando resultados óptimos. ➤ Las respuestas a los procedimientos dentro de la empresa suelen ser tediosos y demorados.
	OPORTUNIDADES	Estrategia ofensiva (FO)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fidelización del cliente interno - externo. ➤ Reconocimiento de la marca. ➤ Resolución de inconsistencias o falencias de la información en el momento, facilitando comunicación entre departamentos. ➤ Incentiva a mejorar la calidad del trabajo a los colaboradores. ➤ Agrupar rápidamente la información sobre un tema en específico. ➤ El diseño gráfico permite generar estrategias para 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Uso de capacidades intelectuales del personal para la resolución de problemas fomentando la promoción de comunicación entre departamentos. ❖ Aprovechamiento del sentido de colaboración de miembros de la empresa para incentivar la calidad del trabajo. ❖ Uso de la imagen institucional dentro del mercado para aprovechar la fidelización del cliente interno y externo. ❖ La disposición del aprendizaje del personal, se emplea como beneficio en la 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La falta de comunicación a nivel interno y externo se soporta en la oportunidad de integrar elementos gráficos en el prototipo interfaz. ❖ La lentitud de los procesos hacia la recepción de información, se pueden contrarrestar con las ventajas del manejo de volumen de información por medio del prototipo. ❖ Las falencias en los canales de comunicación actuales se pueden soportar con la agrupación rápida sobre diversos temas. ❖ Las respuestas a los procedimientos largas y tediosas se solucionan con la masificación del manejo de volumen de la información.

<p>cualquier tema de la empresa en el futuro.</p> <p>➤ Manejo de volumen en la información.</p>	<p>utilización de recursos humanos hacia la integración del diseño gráfico en el aumento de la efectividad de la comunicación interna por medio de la generación de un prototipo.</p>	
AMENAZAS	<i>Estrategia defensiva (FA)</i>	<i>Estrategia de supervivencia (DA)</i>
<p>➤ Competencia.</p> <p>➤ Falta de recursos económicos.</p> <p>➤ Disposición de los colaboradores para adoptar las nuevas estrategias.</p> <p>➤ Afectación del clima laboral.</p> <p>➤ Los tiempos para la elaboración de procesos.</p> <p>➤ La necesidad de personal calificado con para la creación de infografías.</p> <p>➤ Ciertas brechas entre los departamentos.</p>	<p>❖ La voracidad de la competencia es atacada con el sentido de colaboración de los trabajadores.</p> <p>❖ Las afectaciones al clima laborales deben ser mitigada con el sentido de trabajo responsable.</p> <p>❖ Las brechas en los departamentos, deben ser disipadas con las capacidades intelectuales y ganas de aprender de los colaboradores</p>	<p>❖ Aumentar la calidad de la comunicación interna para garantizar la productividad y entrar en competencia perfecta con los adversarios del mercado.</p> <p>❖ Promover las debilidades de la identidad grafica a partir del prototipo, permitiendo disipar las brechas entre departamentos.</p> <p>❖ Aumentar las respuestas de los procedimientos a través de la introducción de elementos gráficos, a través de mapas que aumenten la efectividad y minimicen el tiempo por medio de capacitación en la generación de un prototipo, claras que garanticen la efectividad en la comunicación interna.</p>

Fuente: elaboración propia (2021)

Sumado a los cálculos y datos referidos, se describe el perfil del usuario, identificado a partir de la recolección de la información previa, y concuerda con la presentación y datos actual de los empleados de la empresa objeto de estudio, lo referido se describe en las dos ilustraciones siguientes;

Ilustración 3 Descripción del perfil de usuario en el caso del género femenino



Nombre: Andrea Zuñiga
 Edad: 28
 Sexo: Femenino
 Ocupación: Colaborador departamento de mercadeo
 Estrato: 3
 Ubicación: Bogotá

Objetivo principal

Ayudar a Andrea a transmitir de manera concreta la información pertinente para realizar los procesos de producción evitando fallos que desencadenen repercusiones a la empresa, ayudando a los demás colaboradores en la ejecución de procesos así mismo potencialice el clima laboral.

Desafío principal

Actualmente no conoce ningún otro medio al interior de la empresa que los que se manejan, como solicitudes escritas, cartas o correos.

¿Cómo lo ayudamos?

A través de una propuesta de aplicación móvil que funciona como canal de comunicación mostrando toda la información pertinente y el avance actual del mismo en tiempo real, además mostrar los procesos que cada colaborador tiene a cargo con toda la información pertinente desde material, información y maquinaria para su realización. Cuando es necesaria alguna aclaración o información adicional al interior de cada proceso está la opción de enviar mensajes directos a la persona que le asignó el proyecto y así mismo poder solucionar cualquier duda en tiempo real evitando atraso en los procesos.

Desafío principal

Aprender a usar las nuevas tecnologías y así agilizar su trabajo evitando percances, apoyando a la empresa y mejorando el clima laboral.

Objeciones comunes

-Falta de almacenamiento en el celular

-No conexión a internet.

Ilustración 4 Descripción del perfil de usuario en el caso del género masculino



Nombre: Juan Felipe Perez
 Edad: 26
 Sexo: Masculino
 Ocupación: Colaborador departamento de diseño
 Estrato: 3
 Ubicación: Bogotá

Objetivo principal

Ayudar a Juan a recibir de manera concreta la información pertinente para realizar los procesos de producción evitando fallos que desencadenen repercusiones a la empresa, así mismo potencialice su funcionamiento en los procesos productivos lo que conlleva una mejora en el entorno laboral, garantizando el manejo óptimo de la misma.

Desafío principal

Actualmente no conoce ningún otro medio al interior de la empresa que los que se manejan, como solicitudes escritas, cartas o correos.

¿Cómo lo ayudamos?

A través de una propuesta de aplicación móvil que funciona como canal de comunicación mostrando toda la información pertinente y el avance actual del mismo en tiempo real, además mostrar los procesos que cada colaborador tiene a cargo con toda la información pertinente desde material, información y maquinaria para su realización. Cuando es necesaria alguna aclaración o información adicional al interior de cada proceso está la opción de enviar mensajes directos a la persona que le asignó el proyecto y así mismo poder solucionar cualquier duda en tiempo real evitando atraso en los procesos.

Desafío principal

Aprender a usar las nuevas tecnologías y así agilizar su trabajo evitando percances, apoyando a la empresa y mejorando el clima laboral.

Objeciones comunes

-Falta de almacenamiento en el celular -No conexión a internet.

6.2 Definir las características visuales, técnicas y metodológicas para generar una experiencia usuaria (UX) como medio de apoyo a los procesos comunicativos de la empresa UV Diseños s.a.s

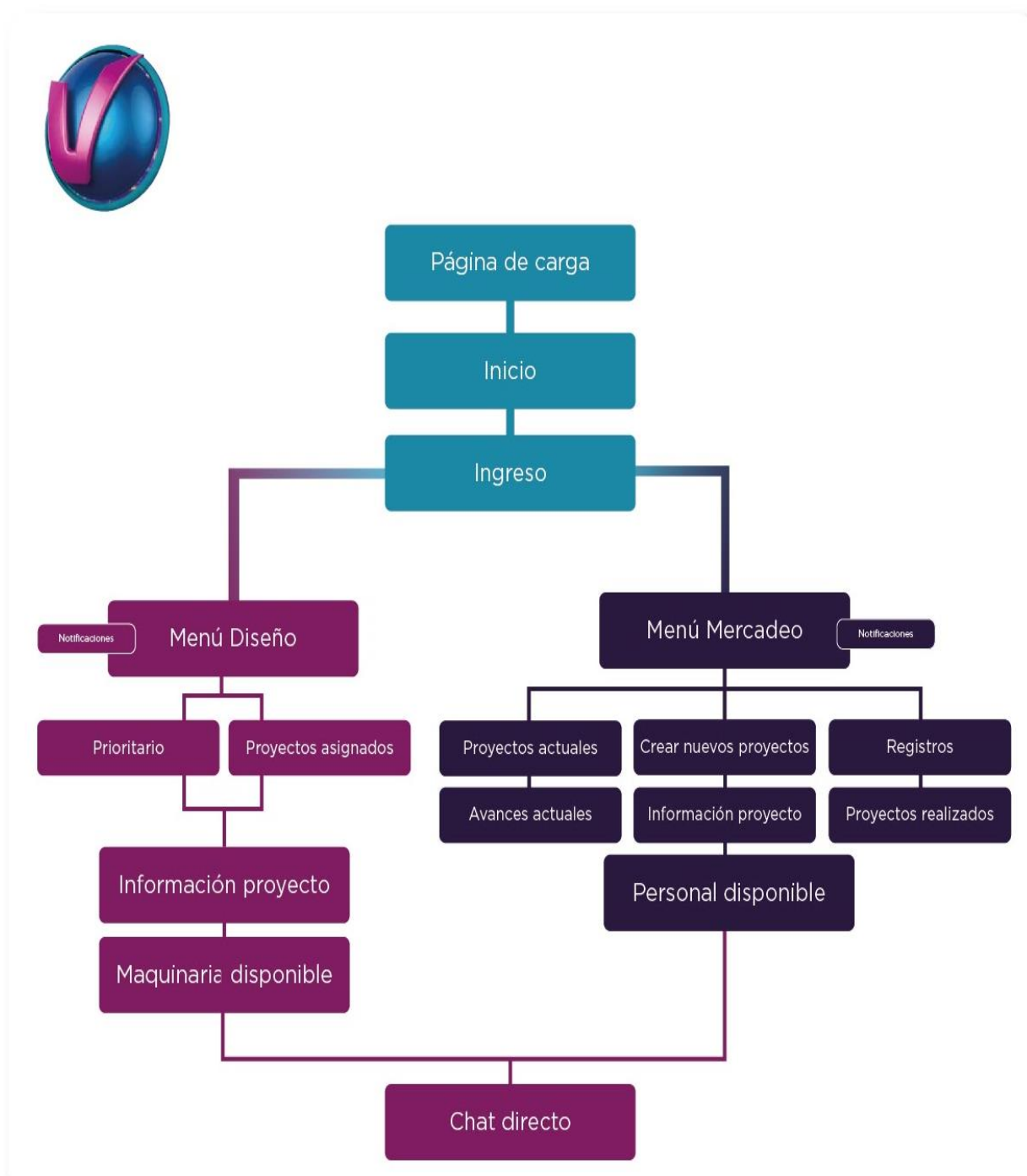
Antes de entrar en materia de prototipo se hace necesario describir de forma organizada aspectos visuales, técnicos y metodológicos de lo que debe ser la construcción de dicho prototipo, lo cual permita soportar la problemática de la empresa *UV DISEÑOS S.A.S*, con respecto a la comunicación errónea, puesto que, en los departamentos principales como lo son producción y diseño presentan muchos casos donde la falta o pérdida de información genera que los objetivos del proyecto establecidos por el usuario no se cumplan a cabalidad, lo que desencadena en problemas sustanciales en márgenes es de tiempo, materia prima e incluso la pérdida de clientes recurrente por la creación de productos diferentes a los solicitados.

Entonces, el diseño visual tiene como objetivo idear, producir y comunicar por medio de la imagen de una forma asertiva, (Costa, 2014) entrelazando los conceptos de diseño visual y su pertinencia en la solución de procesos internos, vinculando el lenguaje semiótico para producir mensajes de una forma estética con proyección a las distintas falencias en la transmisión del mensaje.

Para tal efecto, se describe la APP como programa informático diseñado para realizar o facilitar una labor en un dispositivo (Martí & Ruiz, 2012, exaltando las cualidades de una aplicación móvil, más allá de un instrumento de entretenimiento sino como una herramienta que puede llevar a cabo diversas funciones que se adaptan dependiendo las necesidades o motivaciones de la empresa, confirmando la importancia de la tecnología en la solución de problemas en las empresas presentando las tecnologías amigables (Montero, 2015), las cuales están enfocadas en el usuario, generando satisfacción al mismo, la solución se basa en hechos previos analizados a través de la

investigación y en cómo el diseño visual se adapta para resolver de forma eficiente generando diferentes soluciones como es la experiencia de usuario.

Ilustración 5. Flujo, Arquitectura de la información (AI). Primera etapa

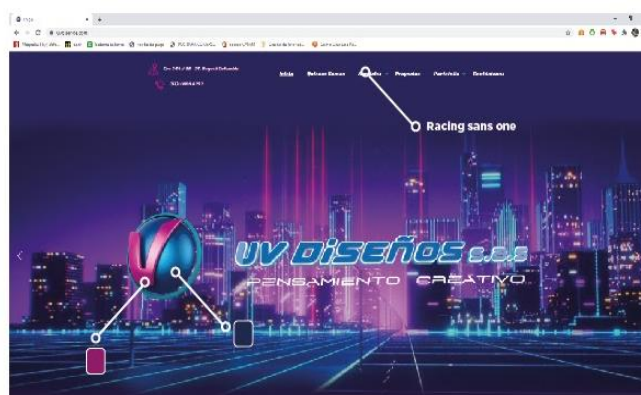
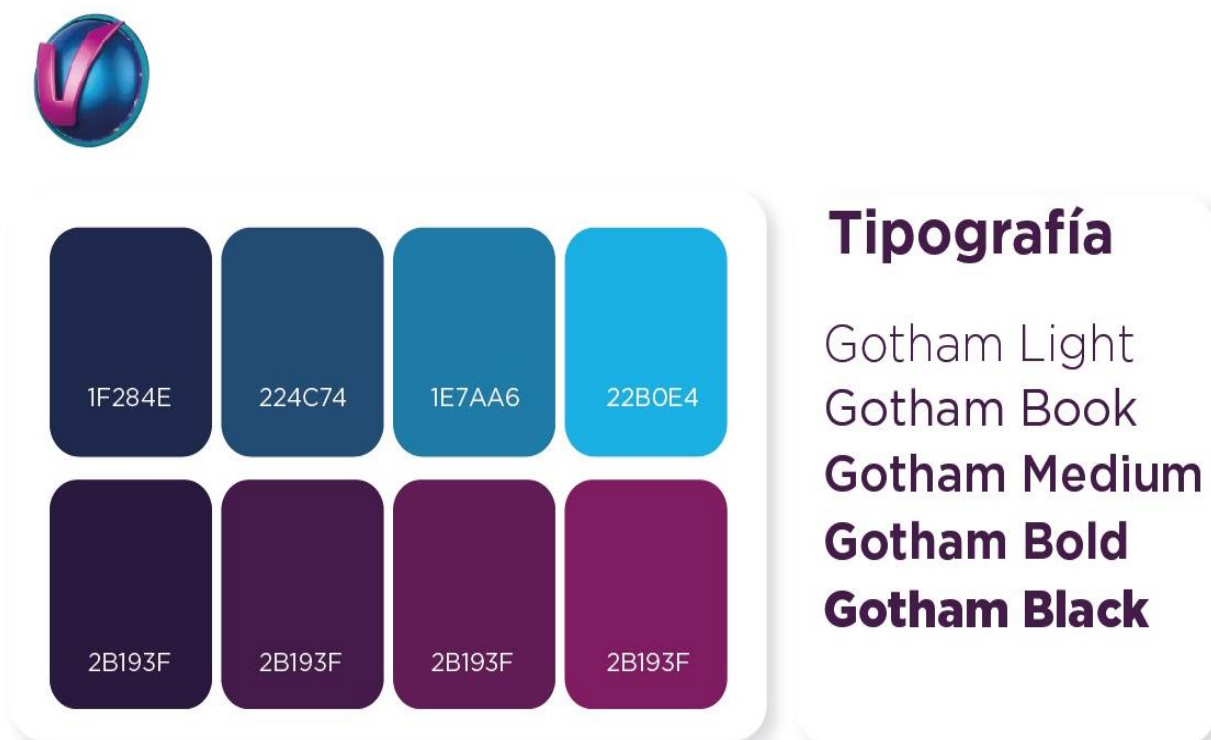


Nota. Esta figura define el flujo de usuario, arquitectura de información en su primera etapa que sirve como base del prototipo. Elaboración propia.

A través del flujo, se pretende establecer un sistema de comunicación interna para que la empresa funcione en tiempo real supliendo los requerimientos del cliente ya que en la actualidad la comunicación es unidireccional del departamento de mercadeo al de diseño, lo cual afecta la información generando problemas laborales, técnicos y de costos, teniendo presente lo anterior este primer prototipo se basa principalmente en los departamentos ya mencionados y desglosando todos aquellos procesos que se deben recorrer para la solución de una solicitud, haciendo los procesos más simples y agilizando la navegabilidad y funcionalidad.

Al generar el flujo del usuario, se deben considerar componentes visuales y su coherencia con los objetivos planteados por esto es importantes hacer hincapié la identidad gráfica apoyando así la postura de (Cantú, 2020) quien toma componentes primordiales en la interfaz de usuario como la claridad, coherencia y fluidez que generan procesos significativos buscando que no distraigan al usuario de su objetivo principal evitando frustraciones, aportando a esta posición es fundamental tener presentes pilares que conforman y aportan a la creación de UI donde intervienen componentes como el color, maneras y textura, tipografías que permitan acoplar todos los elementos en unidad y armonía con *UV Diseños S.A.S*. Se debe destacar que a la hora de transmitir un mensaje se debe dar el uso tipográfico, clarificando la implementación de estos procesos en el prototipo de APP exhibimos el story board de la empresa.

Ilustración 6. Mood board



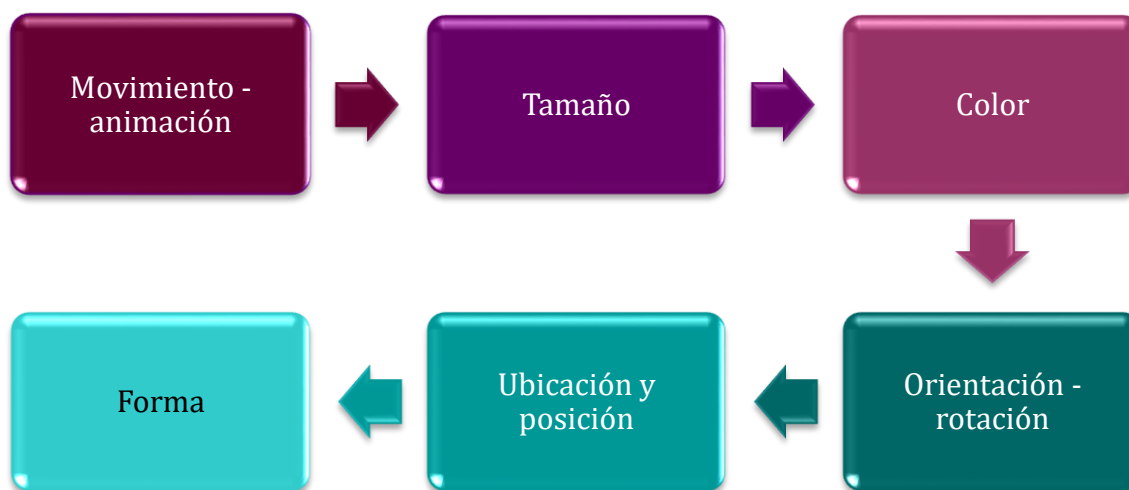
Nota. Exploración visual basada en la página web actual de UV Diseños S.A.S para adaptar paleta cromática y tipografías.

Se toma como referente principal la página web actual de UV Diseños S.A.S para mantener armonía y coherencia gráfica en el prototipo APP, destacando aspectos como el color del cual se generó una paleta cromática para sus diferentes usos en el prototipo, en cuanto al aspecto tipográfico se evidencio el uso una única fuente, lo cual genera cansancio en la lectura. Mediante las herramientas previamente establecidas se realizó prototipo de media fidelidad (Mockups) y así

tener un acercamiento visual de la propuesta para mejorar los procesos de comunicación interna al interior de la entidad, implementando las paletas cromáticas, tipografías, dimensiones precisas y uniformes.

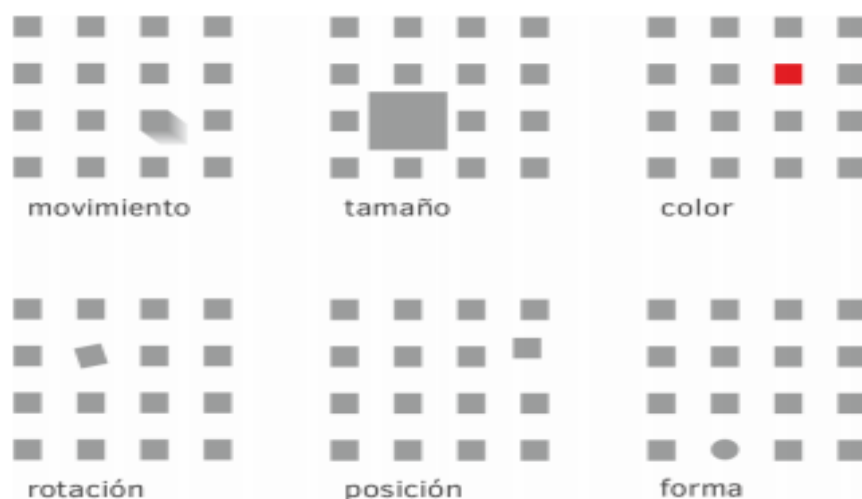
A fines de explicar gráficamente los descriptores de los aspectos visuales, técnicos y metodológico de la experiencia usuaria (UX) se definen las siguientes ilustraciones;

Ilustración 7 Jerarquía visual



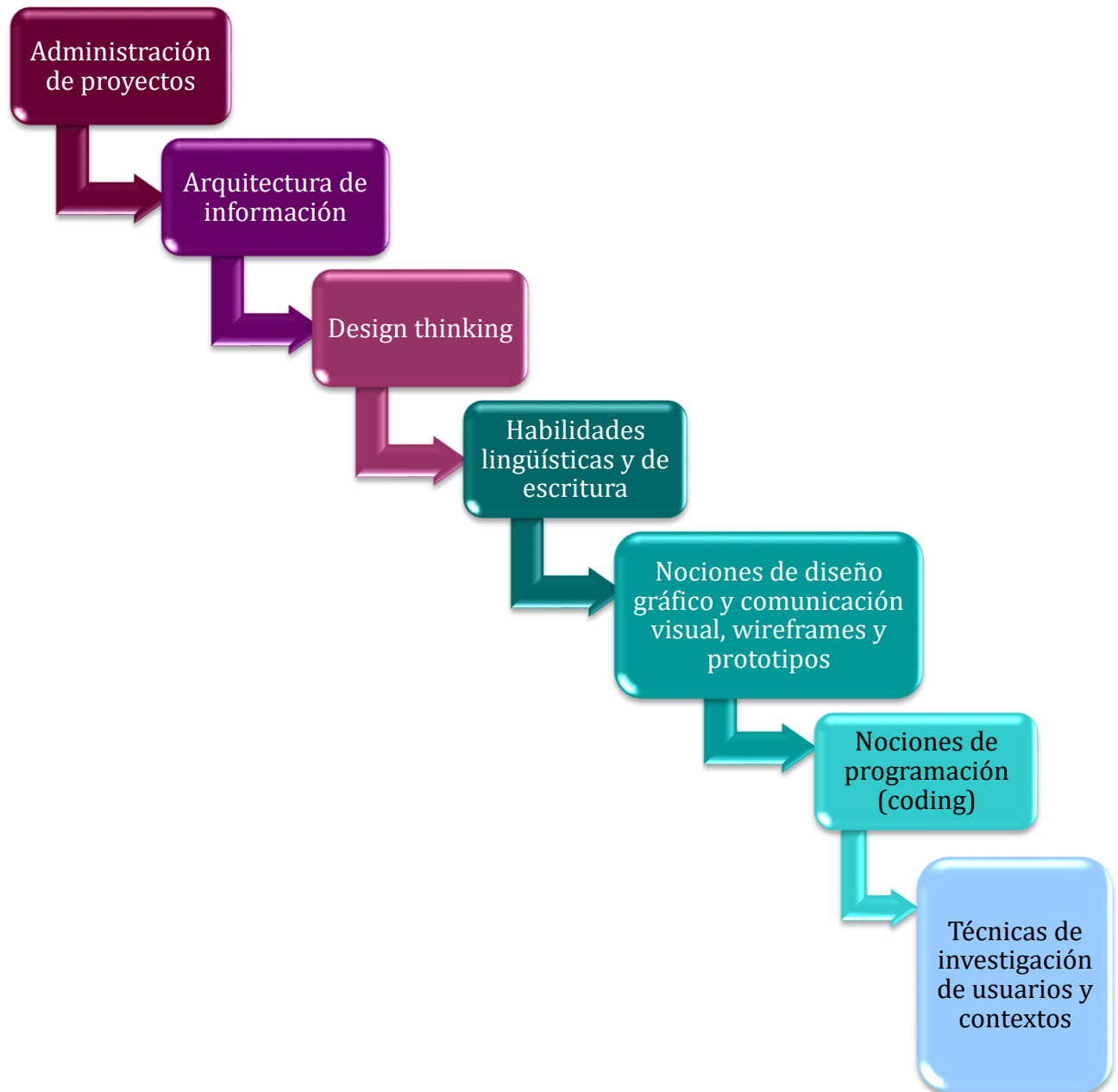
Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 8 Jerarquía visual



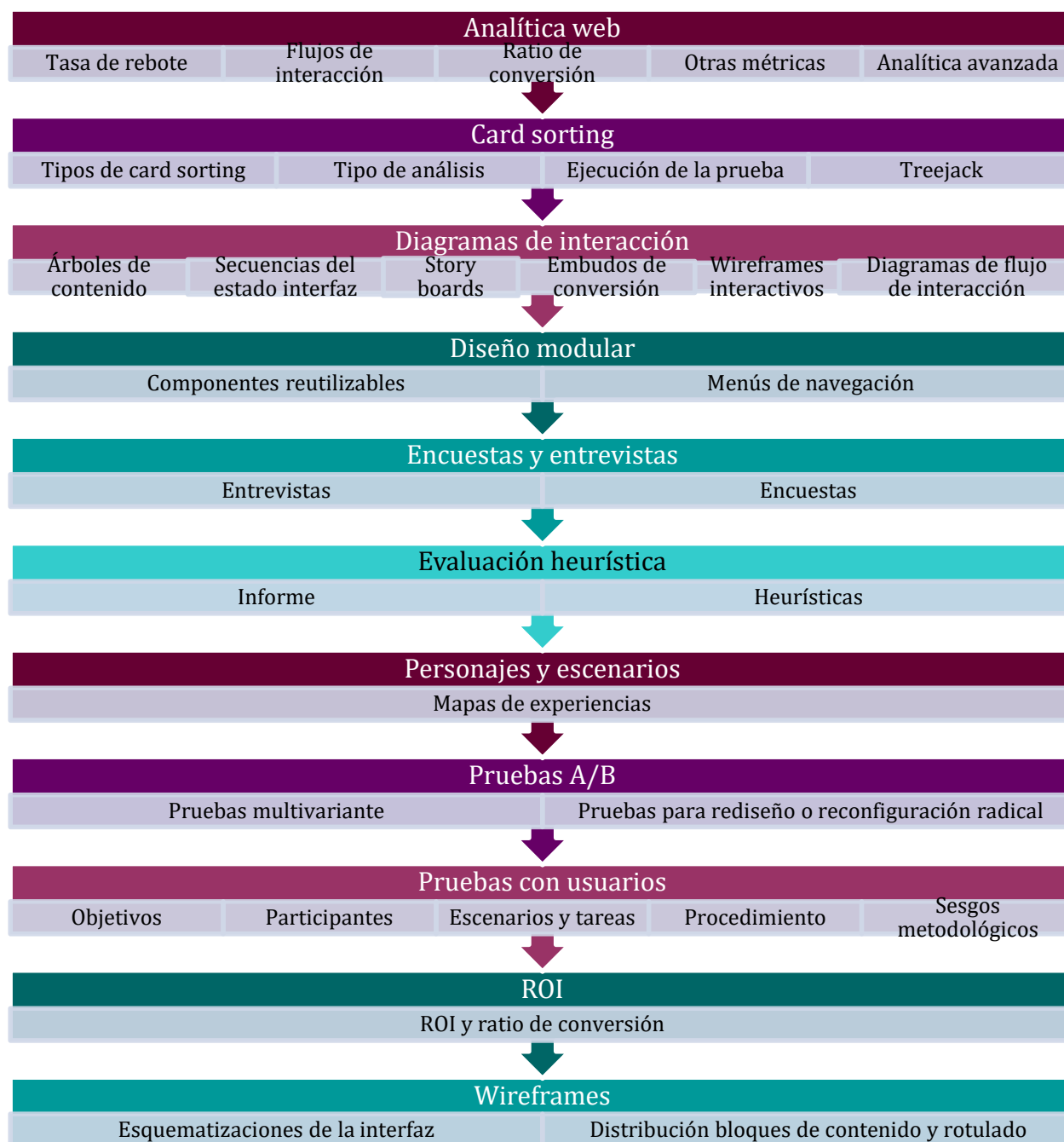
Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 9 Características técnicas



Fuente: (Bosada y Ruiz, 2018)

Ilustración 10 Características metodológicas



Fuente: (Montero, 2015)

Cabe señalar, que los procesos acá definidos se orientan a la pre-organización e inserción de elementos dentro de la generación del prototipo, sin embargo, no fueron llevados a un proceso de implementación y evaluación en la población objeto de estudio, por falta de autorización y acceso

de los investigadores a la empresa objeto de estudio, en sí, la presente investigación se limita a representación del diagnóstico, donde se expresan las debilidades que fueron integradas a la propuesta, la cual, será referida a la empresa UV diseños, para su futura implementación en el contexto laboral.

Ilustración 11 Sincronización de pasos hacia elementos visuales, técnicos y metodológicos



Fuente: elaboración propia (2021)

Analizando las ilustraciones descritas, se evidencia la necesidad de considerar aspectos visuales, técnicos y metodológicos para la detección de debilidades empleadas en la generación de un prototipo, claro está, este prototipo debe integrar elementos como;

- La eficiencia en la fluidez de elementos de salida y recepción de información
- Que procure, solucionar problemas estéticos.
- Desarrollo visual que sigue adecuadamente una identidad gráfica.
- Desarrollar interfaz de usuario tomando en cuenta claridad, coherencia y fluidez para los procesos.

- Procurar la creación de UI integrando componentes como color maneras y textura, tipografías para acoplar los elementos en unidad y armonía dentro de *UV DISEÑOS S.A.S.*
- Integración de procesos de lectura y eficacia para facilitar la transmisión de mensajes a través del uso tipográfico.

6.3 Proponer un prototipo de media fidelidad (Mockups) de aplicación (APP) que fortalezca los procesos de comunicación en la empresa UV Diseños s.a.s.

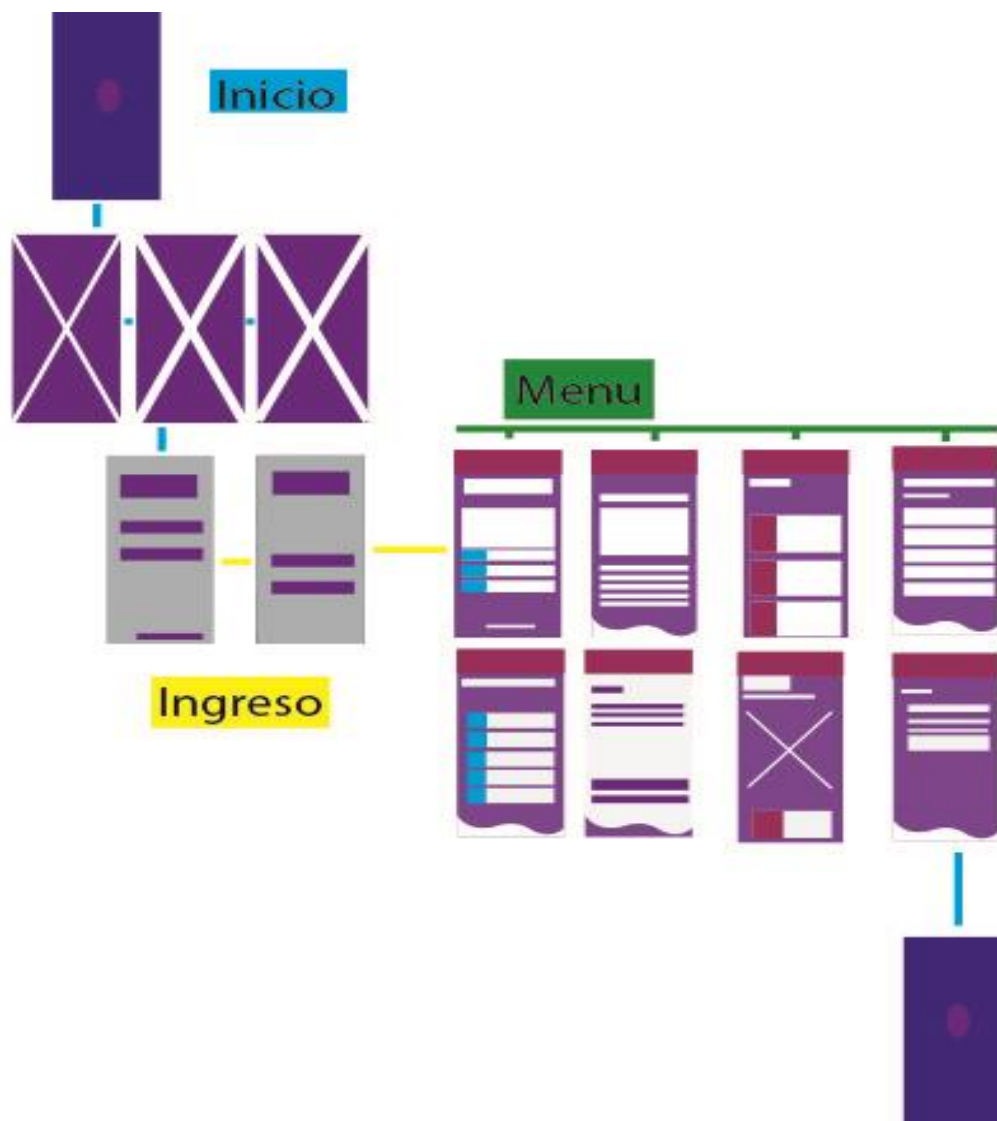
Ilustración 12 Sketching primer acercamiento al prototipo



Fuente: elaboración propia (2021).

La ilustración 12, evidencia el pre – diseño, donde se dibuja en acercamiento al prototipo, se ejecutó mediante elaboración análoga en el trazo del primer prototipo de baja fidelidad siguiendo el desarrollo UI, y propiciando el paso inicial a la realización digital.

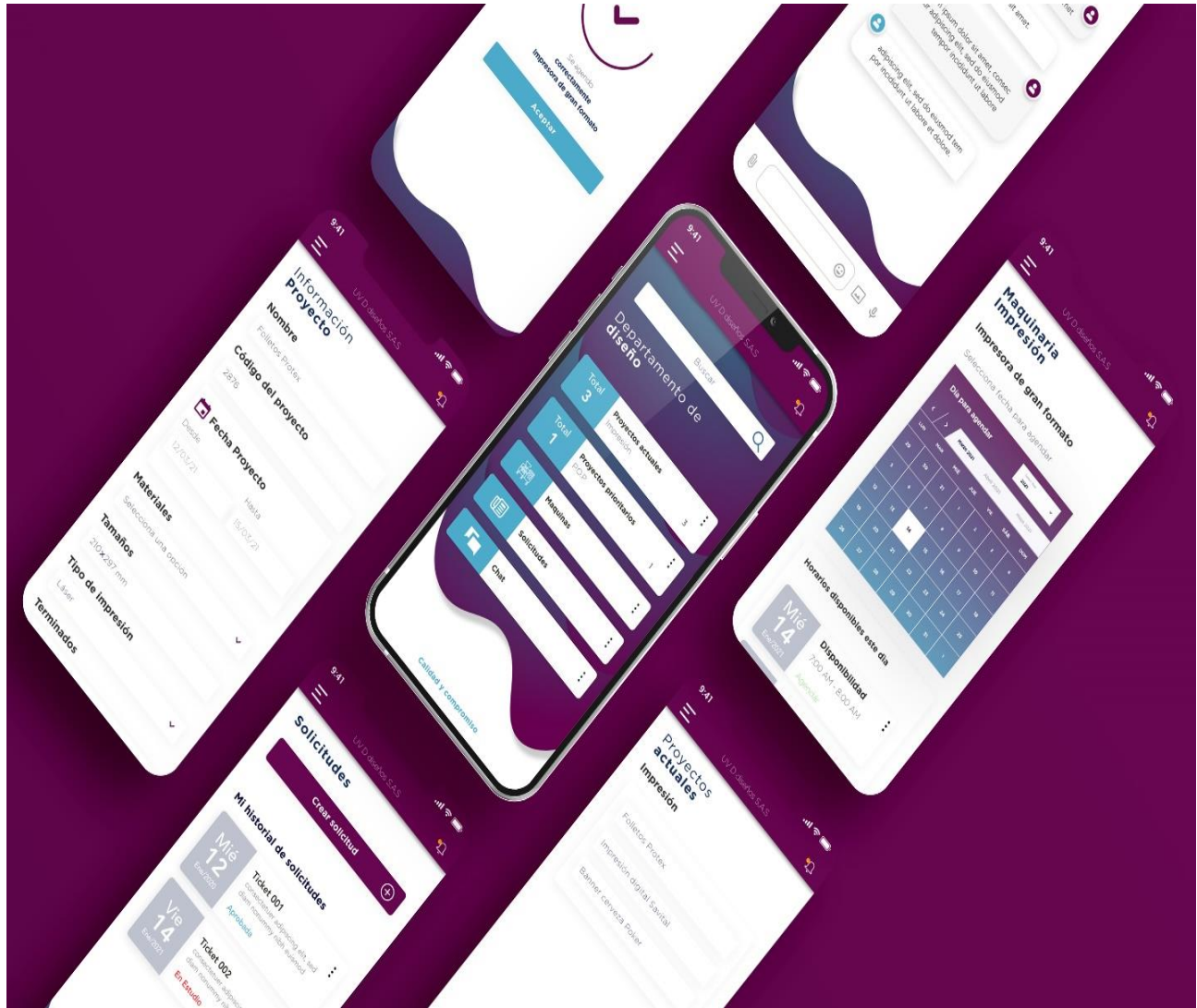
Ilustración 13 Wireframes



Fuente: elaboración propia (2021).

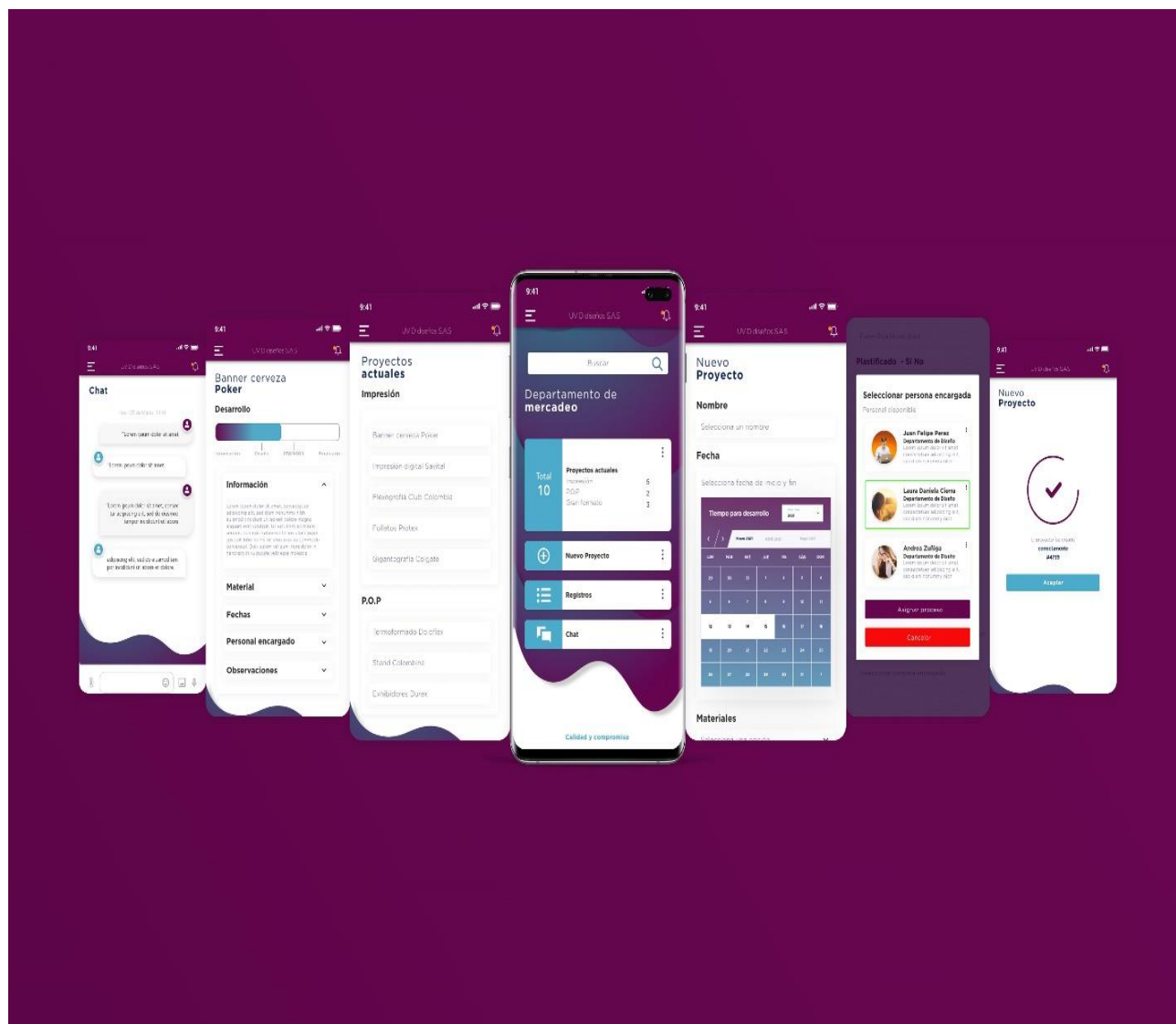
En la ilustración 13, se logra reflejar el diseño de Wireframes, encontrándose, la aproximación digital al prototipo, en este punto, se logra observar el inicio de la introducción de las paletas cromáticas y disposición en el espacio, dando continuidad al desarrollo del prototipo en general.

Ilustración 14 Prototipo imagen 1



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 15 Prototipo imagen 2



Fuente: elaboración propia (2021).

La propuesta APP funciona como canal de comunicación en donde se implementan los conceptos previos manejando una unidad gráfica, iconografía y tipografía generando identidad y cercanía con los colaboradores quienes serán los usuarios, en donde apoye los procesos internos al interior de la empresa.

De igual forma se expresa, que al interior del prototipo encontramos dos módulos principales que surgen del departamento de mercadeo y de diseño donde se gestionan los procesos de creación

para UV Diseños S.A.S en el perfil de mercadeo previsualizan los proyectos que se están desarrollando en tiempo real, mostrando toda la información pertinente y el avance actual del mismo. El apartado para crear nuevos proyectos con campos preestablecidos que se deben llenar para brindar toda la información necesaria además de campos de texto para datos adicionales si se requiere y así proceder a asignar la persona encargada mostrando una previsualización de los colaboradores del departamento de diseño con la disponibilidad pertinente para desarrollarlo, con toda esta información se establece espacios para llevar registro de cada proceso finalizado y así llevar una cuenta de cada proceso como información pertinente para analizar en la empresa.

En el perfil de diseño cada colaborador tendrá su perfil en el cual estará actualizado sobre los procesos que tiene a cargo con toda la información pertinente para la realización, cuando es necesaria alguna aclaración o información adicional al interior de cada proceso está la opción de enviar mensajes directos a la persona que le asignó el proyecto y así mismo poder solucionar cualquier duda en tiempo real evitando atraso en los procesos. Para la creación de cada proyecto y aprovechar al máximo la maquinaria disponible en la empresa el prototipo contiene un apartado para agendar turnos en las diferentes impresoras y maquinaria y así poder manejar los tiempos de la forma óptima trabajando de manera constante sin represar trabajo y teniendo la disponibilidad clara para la correcta realización de los proyectos. Para agilizar procesos se propone una sección de solicitudes ya sea de información, tiempos o insumos y así poder hacer seguimiento a cada solicitud.

Los dos departamentos están entrelazados por un soporte activo durante la hora laboral por medio de un chat donde se podrán agilizar la solución de inconvenientes presentados en los procesos de información de un departamento a otro. Así mismo afectar de manera positiva las relaciones internas, procesos y tiempos.

6.4 Conclusiones

Con respecto a las conclusiones del informe, se hace referencia al objetivo identificar las falencias presentes en la comunicación interna en la empresa UV Diseños s.a.s, ejecutado por medio de un proceso metodológico técnico, en la aplicación de un cuestionario de escala de Likert, en cual arrojo que el personal considera primordial la comunicación interna, secuencialmente, describen que existen falencias en la comunicación actual, alto volumen de información que no se logra manejar, aseverando que se amerita una intervención por medio de un diseño gráfico que capacite al persona, y que fomente el desarrollo de un prototipo que fluctúe grandes volúmenes de datos aumentando la veracidad de los procedimientos de recepción, y gestión efectiva de comunicación interna.

Analizando estas evidencias, el personal objeto de estudio, está de acuerdo en las amplias necesidades de incursionar en medidas correctivas que ataquen la problemática de la comunicación interna, en vísperas de un problema que se vuelva más profundo e intensifique las dificultades de comunicación entre departamentos, extendiéndose a afectar los procesos externos productivos de la empresa. A tal efecto, se logra resumir que la situación problema es clara y comprobada, y el personal amerita modificar las distintas formas de comunicación, integrado elementos visuales que faciliten el procesamiento de datos complejos dentro de la empresa, pues asumen, que, de no modificarse la situación, el panorama sería negativo afectando todos los procesamientos en general.

Acto seguido, se presentan las conclusiones del segundo objetivo, dirigido a definir las características visuales, técnicas y metodológicas para generar una experiencia usuaria (UX) como medio de apoyo a los procesos comunicativos de la empresa UV Diseños s.a.s, donde se describen aspectos a nivel visual en la detección de necesidades de la empresa, sumado al análisis de la

modificación de animación, tamaño y color, que debe ser sincronizado con la ubicación y posición de acuerdo al diseño y el mercado, este proceso debe estar apoyado por características técnicas, en el diseño de la arquitectura de la información considerando necesidades de UV diseños, e integración de habilidades lingüísticas que logren facilitar la comunicación entre departamentos, para tal efecto, se debe tomar en consideración aspectos metodológicos, que integren el diseño de flujos de interacción considerando la detección de debilidades a través de la aplicación de cuestionarios que evidenciaron las falencias en el proceso de comunicación interna, soslayadas por medio de la generación de un prototipo que incluye mapas de experiencia, escenarios y tareas.

Sustentando estos aportes, se hace necesario mencionar que todos los aspectos referidos, deben estar sincronizados de forma adecuada, la visualización para ser el elemento de primer orden fundamental para la generación de un prototipo, porque permite crear esos criterios que deben estar presentes a nivel gráfico en la comunicación interna de una empresa, ya teniendo presente los aspectos visibles de este punto, el desarrollo técnico pasa a sustentar como se va a generar ese complemento teórico, a través de que herramientas, y bajo que diseño tecnológico, que por supuesto sustente las necesidades visuales, secuencialmente, la metodología, describe la serie de pasos a llevar a cabo para el desarrollo del prototipo, como punto final pero no menos importante, el método requiere de una revisión antes de generar el prototipo, con la finalidad de rediseñar si es pertinente el flujo de interacciones que se debe crear en el mencionado sistema.

En relación al tercer objetivo, orientado a proponer un prototipo de media fidelidad (Mockups) de aplicación (APP) que fortalezca los procesos de comunicación en la empresa UV Diseños s.a.s, al cual se le da tratamiento por medio de la generación de una propuesta APP funciona como canal de comunicación integrando elementos prácticos en la unidad gráficas, como la iconografía y tipografía, los cuales propician la definición de identidades y cercanías con los empleados, para

ello, se incluyó el perfil de mercadeo desarrollado en tiempo real facilitando la recepción de tareas e información de forma eficiente.

Cabe destacar, que el prototipo diseñado, se ejecutó en función del diagnóstico y la observación, porque se parte para su respetiva generación, de las deficiencias en la comunicación interna visualizadas en el contexto del campo de trabajo, sustentados en la aplicación y procesamiento de los datos. A partir de allí, la inclusión y desarrollo de tipografías, representa un avance en la sincronización de necesidades e identidades de los colaboradores de la empresa, facilitando la ejecución natural de la comunicación interna.

Finalmente, el objetivo general se dispuso a generar un prototipo digital (APP) que potencialice los procesos de comunicación interna de la empresa UV DISEÑOS S.A.S, las descripciones del prototipo (APP) caracterizado por la inserción de elementos gráficos que facilitan los procesos comunicacionales internos, en favorecimiento de las actividades productivas, esta construcción, fue guiada por una estimación previa de un cuestionario, donde los colaboradores se inclinaron a las falencias en la comunicación interna, y a las amplias necesidades de incorporar otros elementos gráficos. Dicho prototipo, fue generado, por medio de una extensiva evaluación visual, técnica y metodológica que se orientó a definir las necesidades de la empresa UV Diseños, s.a.s.

En última instancia, se describe que el prototipo en cuestión, fuere generado como propuesta de mejora a los procesos comunicacionales internos, como se refirió anteriormente, el prototipo solo fue expuesto a la empresa UV diseños como medida a implementar a futuro, ya que el proceso de implementación y evaluación secuencial en este estudio no pudo ser ejecutado por falta de permiso de la empresa beneficiada, ya que solo fue accesible al informe al diagnóstico inicial, que revelo deficiencias en la comunicación interna.

8. Referencias

- Aguer, A. (18 de Diciembre de 2018). UX: métodos para validar el diseño. *UX: métodos para validar el diseño*. Argentina: Universidad de Palermo. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4954.pdf
- Álvarez, J. (Mayo de 2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Exito. *RAZÓN Y PALABRA*. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/17211/file_1.pdf?sequence=1
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas- Venezuela : Editorial Episteme 6ta edicion .
- Baeza Yates, R., Rivera Loaiza, C., & Velasco Martín, J. (20 de Abril de 2004). Arquitectura de la información y usabilidad en la web. *Arquitectura de la información y usabilidad en la web*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/28157667_Arquitectura_de_la_informacion_y_usabilidad_en_la_web
- Bedoya Vargas, J. C. (s.f.). ¿Qué es Diseño Visual?? *¿Qué es Diseño Visual??* Medellín, Antioquia, Colombia. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/2499423/QUE-ES-DISENO-VISUAL>
- Corrales, J. A. (2 de Agosto de 2019). Interfaz de usuario o UI: ¿qué es y cuáles son sus características? *Interfaz de usuario o UI: ¿qué es y cuáles son sus características?* Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/interfaz-de-usuario/>
- Ferrer, Aguirre, Mendez, Mediavilla y Almoncid. (15 de Enero de 2020). UX Research: Investigación en experiencia de usuario para diseño de mapa interactivo con variables georreferenciadas en EMR. *Revista ESPACIOS vol 41*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n01/20410127.html>

Fora la Caixaeta. (19 de Febrero de 2020). Wireframes y Mockups: conoce los tipos de prototipo.

Wireframes y Mockups: conoce los tipos de prototipo. Obtenido de <https://foralacaixeta.com/es/comunidad-agile/disenio-ux-ui/wifreframes-prototipos-disenio-mockups/>

Garrel Guiu, A. (14 de Marzo de 2008). Diseño Multidisciplinar: Una profesión indispensable.

Diseño Multidisciplinar: Una profesión indispensable. Publicaciones en Amics del País. Obtenido de https://www.amicsdelpais.com/es/publicaciones/disenio_multidisciplinar_una_profesion_indispensable/374/

Hernández, Fernández, Batista, Sampieri. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico - Mexico: Mc- Graw Hill, 5ta edición.

Lenin, M. (8 de Agosto de 2007). Elementos básicos y sus características (I). *Elementos básicos y sus características (I)*.

CGsign Blog de Diseño. Obtenido de <http://cgsign.blogspot.com/2007/08/elementos-bsicos-y-sus-caractersticas-i.html>

Mari, S. (30 de Enero de 2019). Los prototipos, como herramienta de UX. *Los prototipos, como herramienta de UX*.

Brigada UX Design. Obtenido de <https://blog.intive-fdv.com.ar/los-prototipos-como-herramienta-de-ux/>

MEDIA SOURCE. (s.f.). La mejor estrategia de diseño. *La mejor estrategia de diseño*. MEDIA SOURCE.

Obtenido de [https://www.mediasource.mx/blog/la-mejor-estrategia-de-dise%C3%B1o#:~:text=%E2%80%9CCuando%20integramos%20el%20pensamiento%20con,empresas%20pueden%20aprovechar%E2%80%9D%20Rob%20Bynder.&text=%E2%80%9CLA%20estrategia%20de%20dise%C3%B1o%20es,de%20diferentes%](https://www.mediasource.mx/blog/la-mejor-estrategia-de-dise%C3%B1o#:~:text=%E2%80%9CCuando%20integramos%20el%20pensamiento%20con,empresas%20pueden%20aprovechar%E2%80%9D%20Rob%20Bynder.&text=%E2%80%9CLA%20estrategia%20de%20dise%C3%B1o%20es,de%20diferentes%20tipos)

- Moles, A., & Janiszewski, L. (9 de Diciembre de 2011). COLOR Y COMPOSICIÓN. *COLOR Y COMPOSICIÓN*. Obtenido de https://issuu.com/josemariaparejador/docs/3_lvisual_3color/31
- Montero, Y. H. (2015). Experiencia de Usuario: Principios y Métodos. *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*. Obtenido de https://www.yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- NARANJO HUERA, V. L., OTÁÑEZ BALSECA, J., & IDALIA, P. (2016). DISEÑO GRÁFICO PARA FORTALECER LA CULTURA ORGANIZACIONAL. *SATHIRI*. Obtenido de https://issuu.com/jairoricardochavez/docs/sathiri_11_aprobado_con_portadas
- OYARVIDE RAMÍREZ, H. P., REYES SARRIA, E. F., & MONTAÑO COLORADO, M. R. (23 de Octubre de 2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias* . Vol. 3 No. 4, 296-309.
- Ramírez Acosta, K. (2017). Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo. *Tecnología en Marcha. Número especial Movilidad Estudiantil*, 49-54. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tem/v30s1/0379-3982-tem-30-s1-49.pdf>
- Tapia Mendoza, A. (Enero de 2014). Hacia una definición del diseño gráfico. *Hacia una definición del diseño gráfico*. Programa de Diseño Gráfico . Obtenido de <http://www3.uacj.mx/IADA/DD/LDG/Documents/LECTURAS%202014/Lectura%20del%20Mes%20-%20Enero2014%20-%20Definicion%20de%20Diseno.pdf>
- Valderrama Mendoza, D., & Rey Peña, J. D. (2020). Mi Usta app: El desarrollo de un producto digital. *Mi Usta app: El desarrollo de un producto digital*. Colombia : Universidad Santo Tomás . Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31633/2021juanrey.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yudica Bartels, M. (2016). Experiencia de usuarios : la importancia de UX en el desarrollo de sistemas. *Experiencia de usuarios : la importancia de UX en el desarrollo de sistemas.*

Universidad del Salvador . Obtenido de <https://racimo.usal.edu.ar/6355/>

9. Anexos

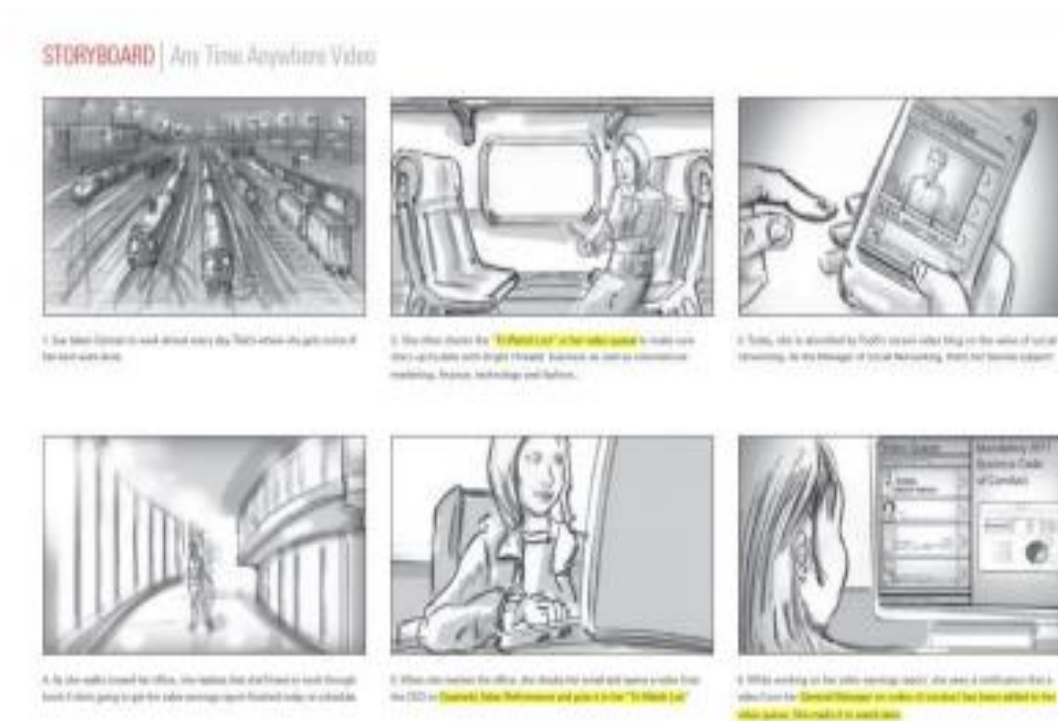
Algunos ejemplos representativos del método

Ilustración 16 Analítica avanzada



Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 17 Storyboards



Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 18 Menús de navegación en módulos destacados



Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 19 Pruebas A/B



Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 20 Wireframe con anotaciones

The wireframe shows the layout of the HotelClub homepage. At the top is a navigation bar with 'HOME PAGE' in the center. Below this is a header area containing the HotelClub logo (1), a 'Rolling hero images of travel destinations' banner (2), and utility links for 'LANGUAGE' (3), 'CURRENCY' (4), and 'LOGOUT' (5). A horizontal menu below the header includes links for 'MEMBERS' (6), 'HOTEL FINDER' (7), 'FLY & TRAVEL AGENT' (8), 'CUSTOMER SERVICE' (9), 'ABOUT US' (10), 'PARTNERS' (11), and 'TRAVEL BLOG' (12). The main content area features a headline: 'Finding discount accommodation with HotelClub is easy, your Worldwide hotel booking service. Fast secure access to over 60,000 hotels in 154 countries!' (13). This is followed by three main steps: 'Step 1: Sign Up or Sign in (New Member Enticement and Member Login)' (14), 'Step 2: Book and Search for Accommodation' (15), and 'Step 3: Enjoy Great Member Benefits and Specials' (16). Below these steps are four promotional panels: 'Weekly Deals (Rolling)' (17), 'Last Minute Deals' (18), 'Favourite Destinations' (19), and 'Latest Travel Blog Entry' (20). The footer contains 'Secure Site Partners' (21) and 'Legal | Terms & Conditions | Partner Sites' (22).

Annotated Notes

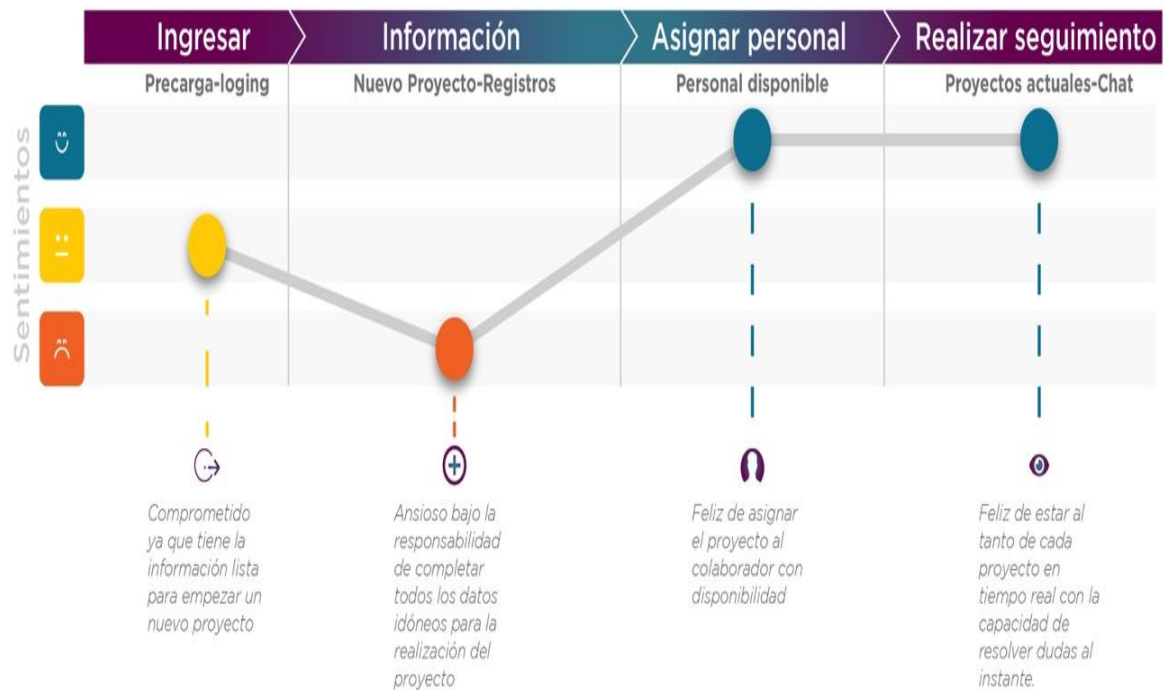
- HotelClub logo and Home Page link
- Rolling holiday images in banner
- Language selector
- Currency selector
- log out button
- Member Profile Link
- Hotel Finder link for accommodation searches
- Your Travel Agent link for the additional travel searches eg: air travel & car hire
- Customer Service link for FAQs and contact details
- About Us Link to information about HotelClub
- HotelClub Partners link
- HotelClub Travel Blog Link
- Website headline
- Step 1 Panel: sign up enticement and member login
- Step 2 Panel: accommodation search
- Step 3 Panel: advertise member benefits and specials
- Weekly Deals rolling ad
- Last Minute Deals list
- Favourite Destinations list
- HotelClub Travel Blog latest entry panel
- Secure Site partner logos
- Legal, T&Cs and Partner site links

Fuente: (Montero, 2015)

Ilustración 21 User journey departamento de mercadeo :

User Journey

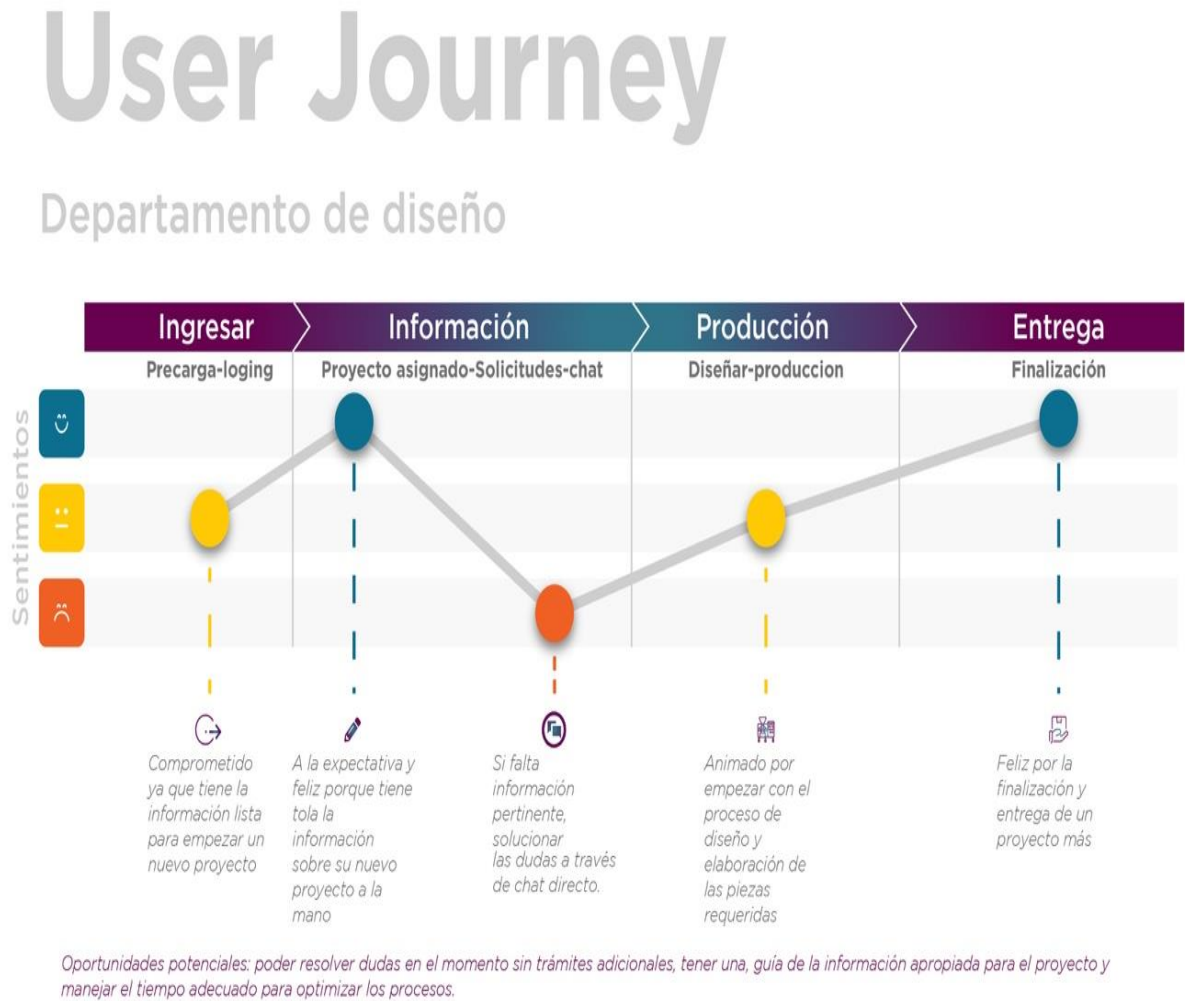
Departamento de mercadeo



Oportunidades potenciales: poder resolver dudas en el momento sin trámites adicionales, asignar y crear proyectos sin moverte del sitio de trabajo, tener una guía de la información apropiada para el proyecto.

Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 22 User journey departamento de diseño



Fuente: elaboración propia (2021).

Las ilustraciones 21 y 22, describe el user journey, en el cual se pretende establecer las percepciones de los colaboradores al momento que interactúan con la propuesta en aspectos emocionales.

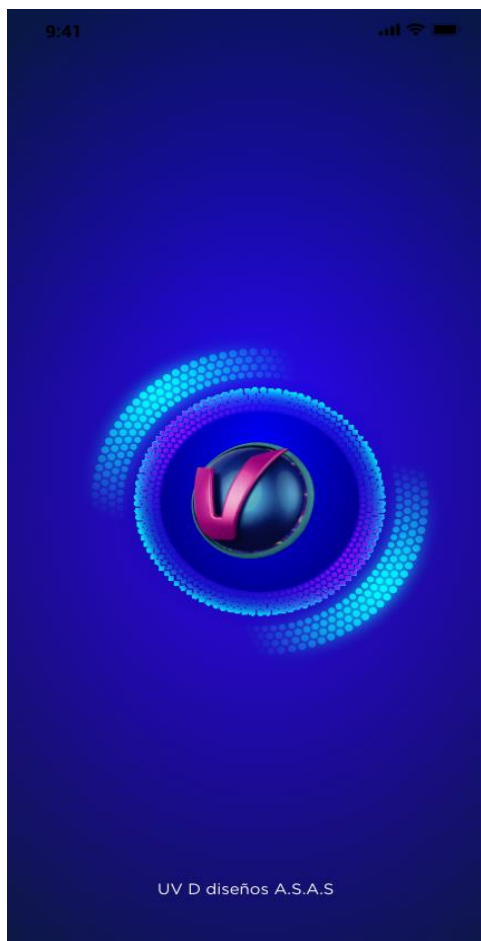
10. Productos

Inicialmente, en la producción del prototipo, se presenta el link que tiene la finalidad de pre visualizar la propuesta, cabe destacar que todos los elementos que se encuentran en el link son los referidos en esta sección 10 de productos, sin embargo, donde se refleja una mínima interacción básica del prototipo, que cabe señalar, solo fue generado mas no implementado y evaluado. Link para pre visualizar la propuesta,

<https://xd.adobe.com/view/2f6a2adb-6433-4126-a4ea-22f60fcfb9ff-7a39/>

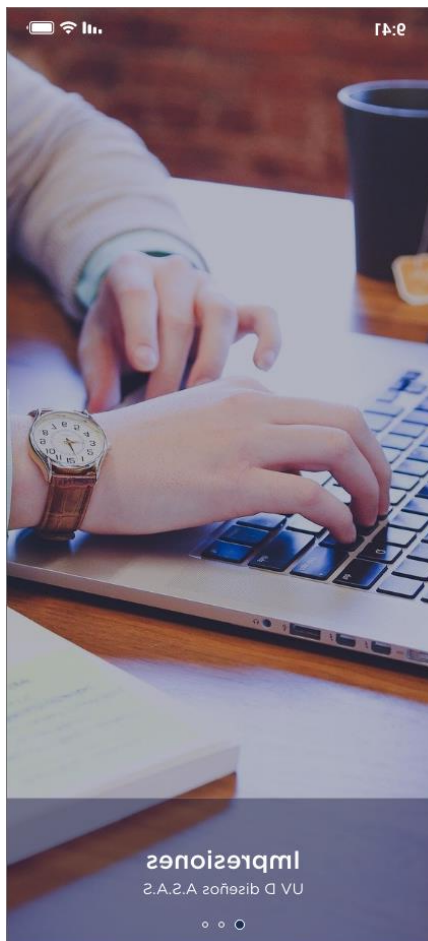
Desglose del prototipo (APP)

Ilustración 23 Prototipo imagen 1



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 24 Prototipo imagen 2



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 25 Prototipo imagen 3



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 26 Prototipo imagen 4



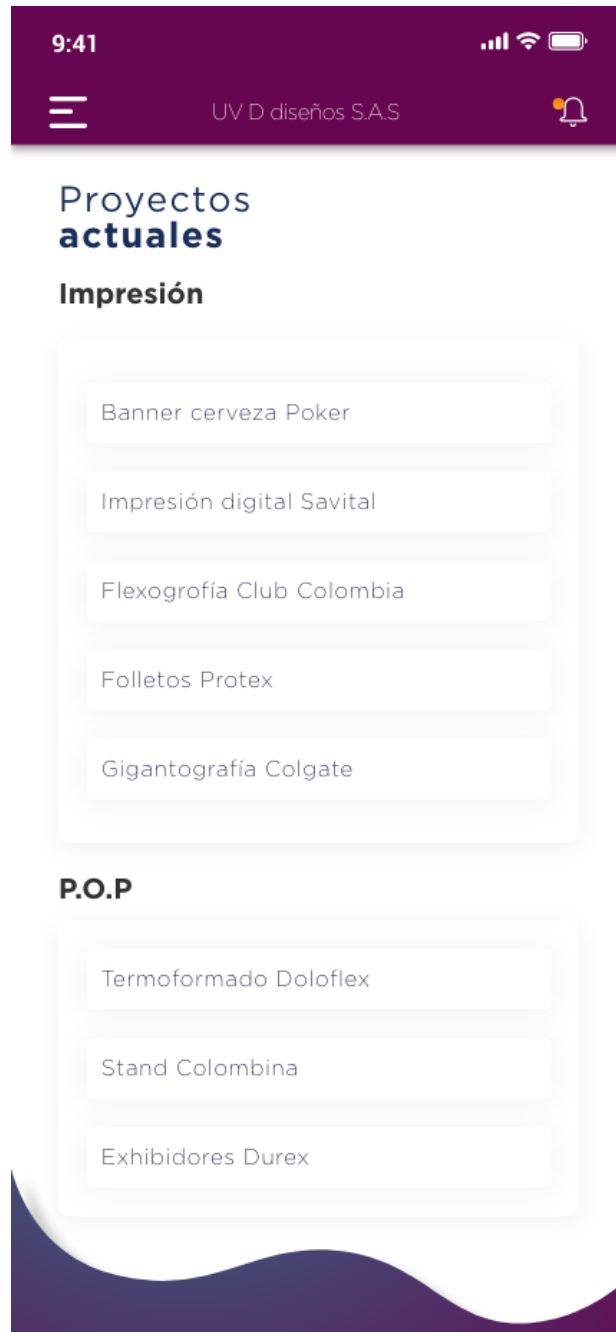
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 27 Prototipo imagen 5



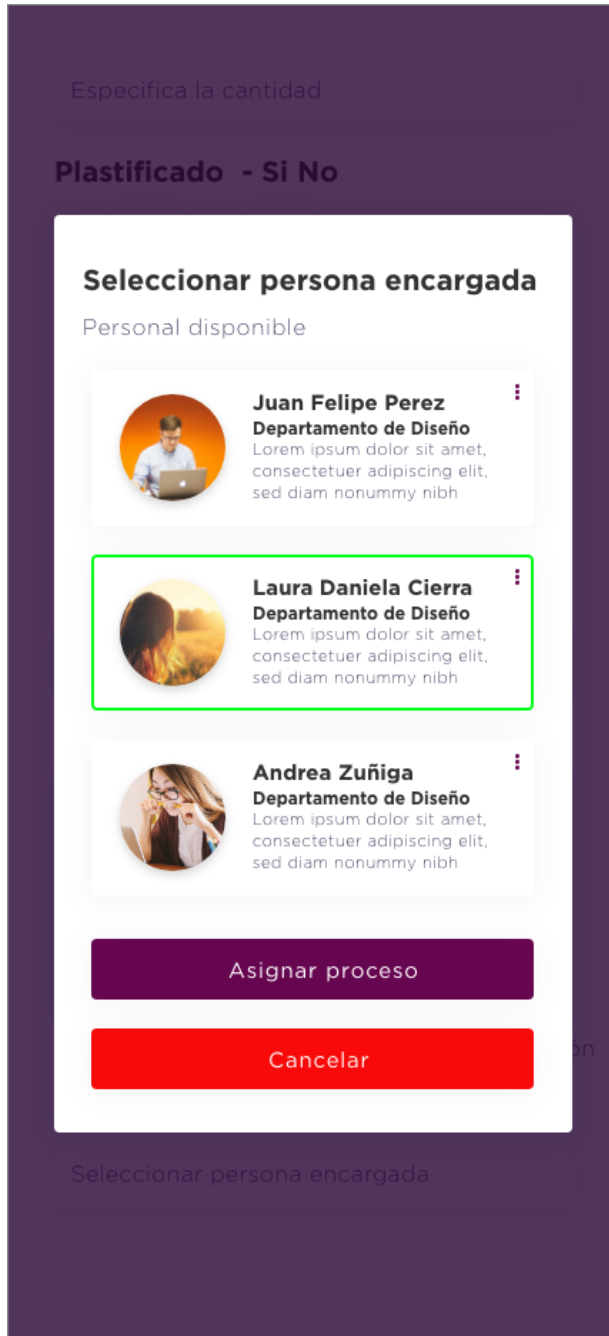
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 28 Prototipo imagen 6



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 29 Prototipo imagen 7



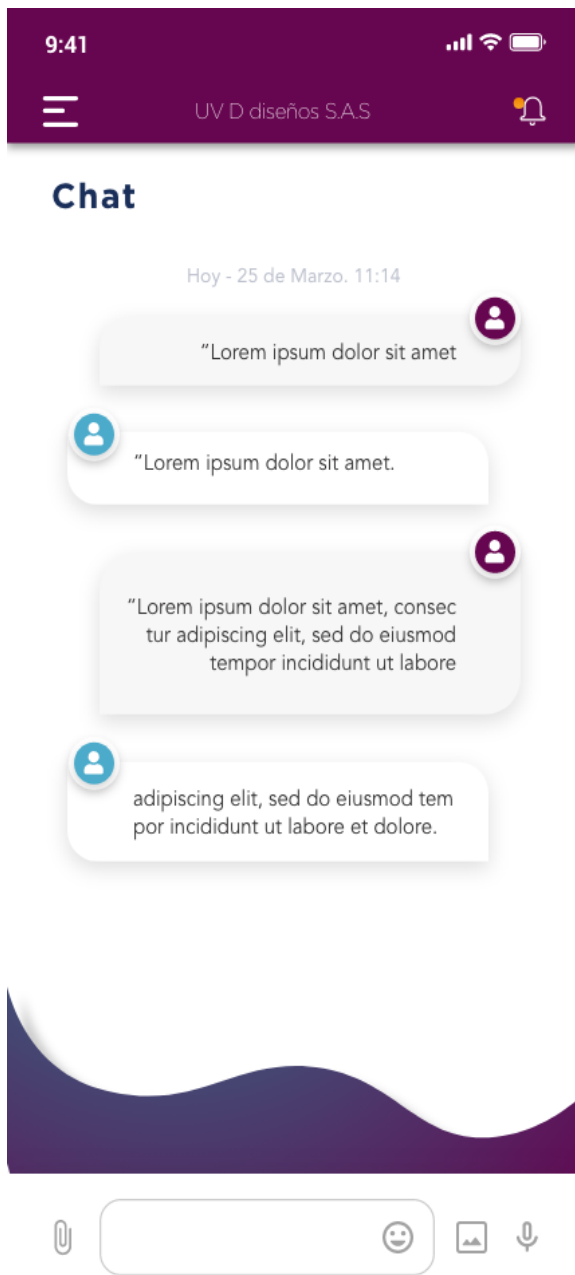
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 30 Prototipo imagen 8



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 31 Prototipo imagen 9



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 32 Prototipo imagen 10



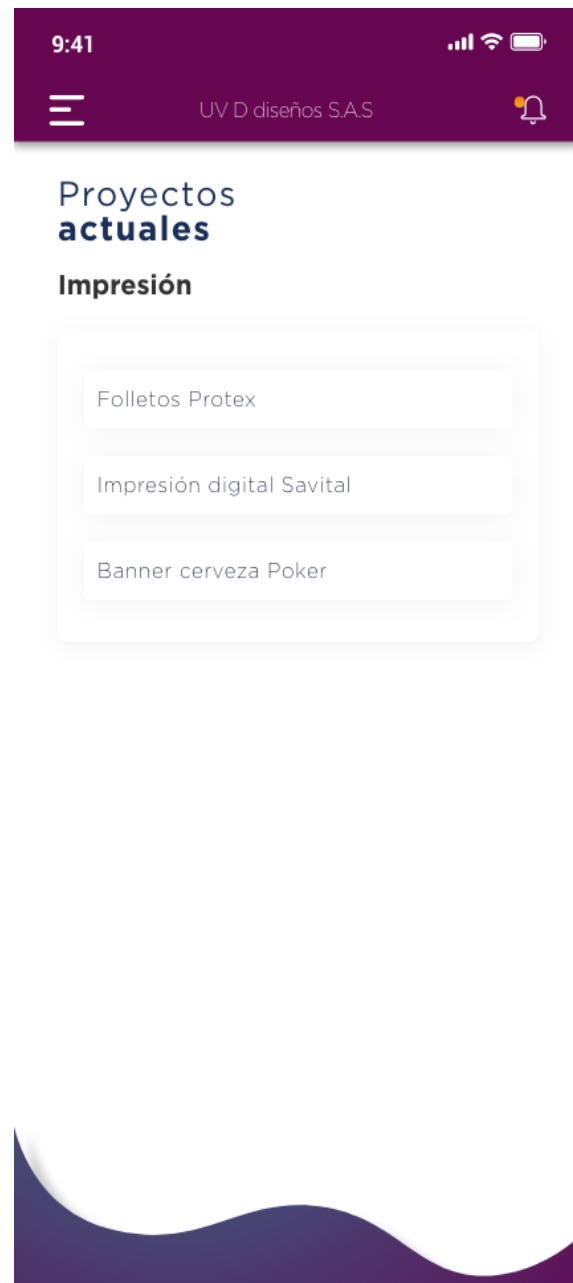
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 33 Prototipo imagen 11



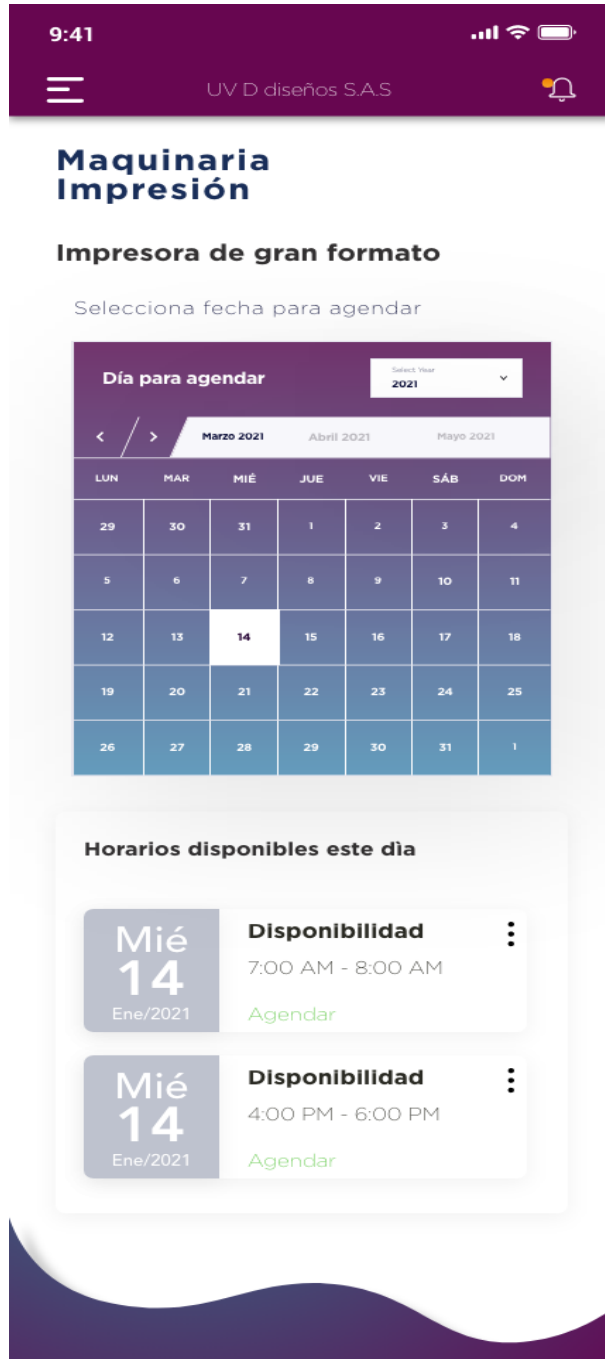
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 34 Prototipo imagen 12



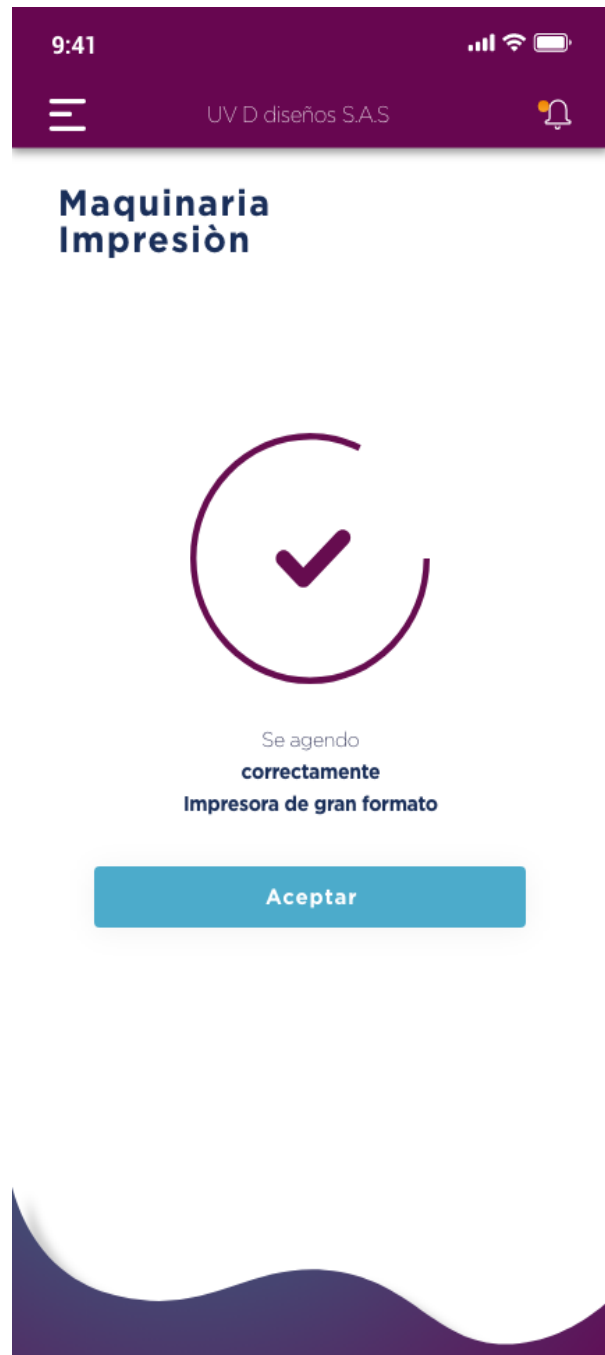
Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 35 Prototipo imagen 13



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 36 Prototipo imagen 14



Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 37 Prototipo imagen 15

9:41 UV D diseños S.A.S

Crear solicitud

Primer Nombre

Primer Nombre 8

Primer Apellido

Primer Apellido 8

Celular

Celular 📱

Tipo de Solicitud

Tipo de Solicitud ▼

Descripción

✍️

Continuar

Cancelar

Fuente: elaboración propia (2021).

Ilustración 38 Prototipo imagen 16

9:41 UV D diseños S.A.S

Solicitudes

Crear solicitud +

Mi historial de solicitudes

Mié 12 Ene/2020	Ticket 001 consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod Aprobada	⋮
Vie 14 Ene/2021	Ticket 002 consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod En Estudio	⋮

Fuente: elaboración propia (2021).