

Tecnológico de Costa Rica  
Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial

# INFORME FINAL

## Diseño de sitio web para empresa Rodríguez Construcciones

Proyecto de Graduación para optar por el grado  
de Bachiller en Ingeniería en Diseño Industrial

Mariana Guerrero Jiménez | 2014049037  
Asesor Académico: Marcela Cubero

I semestre, 2019

# ACTA DE APROBACIÓN

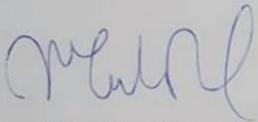
Instituto Tecnológico de Costa Rica  
Escuela de Diseño Industrial  
Proyecto de Graduación – Bachillerato  
Tribunal Evaluador

Estudiante: Mariana Guerrero Jiménez  
Carné: 2014049037

---

Proyecto de Graduación defendido ante el presente Tribunal Evaluador como requisito para optar por el Título de Ingeniero en Diseño Industrial con el grado académico de Bachillerato Universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica.

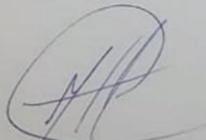
Miembros del Tribunal



Máster Marcela Cubero



Lic Luis Carlos Araya



Máster Miguel Araya

Los miembros de este Tribunal dan fe de que el presente Trabajo de Graduación ha sido aprobado y cumple con las normas establecidas por la Escuela de Diseño Industrial.

5 de junio del 2018, Cartago, Costa Rica

# RESUMEN

El presente proyecto tiene como propósito diseñar un sitio web para la empresa Rodríguez Construcciones, que le permita mostrar sus productos y servicios inmobiliarios, así como gestionar cotizaciones.

Dicho proyecto surge de la necesidad de la empresa de poseer un sitio web corporativo que le permita tener una transformación digital de sus productos y servicios.

## **Palabras clave:**

Diseño industrial, experiencia de usuario, interfaz de usuario arquitectura de información.

# ABSTRACT

The purpose of this project is to design a website for the company Rodríguez Construcciones, which allows you to showcase your real estate products and services, as well as manage quotes.

This project arises from the need of the company to own a corporate website that allows it to have a digital transformation of its products and services.

## **Keywords:**

Industrial design, user experience, user interface information architecture.

# CONTENIDOS

## 1. Introducción

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos
- 1.5 Alcances | Limitaciones
- 1.6 Marco teórico
- 1.7 Marco metodológico

## 2. Investigación

- 2.1 Supuestos y requerimientos
- 2.2 Referenciales
  - 2.2.1 Patrones de diseño
  - 2.2.2 Mínimos comunes
  - 2.2.3 Análisis complementario
- 2.3 Análisis de personas
- 2.4 Análisis de necesidades
- 2.7 Análisis de tráfico

## 3. Propuesta

- 3.1 Arquitectura alfa
- 3.2 Card sorting
- 3.3 Navigation paths
- 3.4 Wireframes
- 3.5 Paper prototyping
- 3.6 Arquitectura beta
- 3.7 Look & feel
- 3.8 Heurísticas

## 4. Resultado Final

- 4.1 Productos finales
- 4.2 Conclusiones y recomendaciones

## 5. Apéndice

## 6. Bibliografía

# 1 | INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como propósito diseñar un sitio web para la empresa Rodríguez Construcciones, que le permita mostrar sus productos y servicios inmobiliarios, así como gestionar cotizaciones.

Dicho proyecto surge de la necesidad de la empresa de poseer un sitio web corporativo que le permita tener una transformación digital de sus productos y servicios.

# 1.1 ANTECEDENTES

## **Empresa**

Rodríguez Construcciones es una empresa inmobiliaria costarricense la cual ha experimentado un amplio crecimiento en el mercado en los últimos años. Sin embargo, la empresa no posee un sitio web que le permita mostrar a sus clientes (actuales y potenciales) sus servicios y productos, así como la información general de la empresa.

Este tipo de empresas inmobiliarias (desarrolladoras y constructoras) se encargan de brindar soluciones de diseño y construcción de proyectos; además de brindar otros servicios a sus clientes como remodelaciones, ampliaciones y facilidades de financiamiento.

## **Cotizar un proyecto**

La construcción de un proyecto inmobiliario es un proceso que implica muchas etapas; gestionar una cotización con la empresa es el primer paso. Generalmente, los clientes solicitan cotizaciones a diferentes empresas, debido a que estos buscan las empresas que les brinden mayores facilidades en cuanto al precio y la calidad del servicio, además de la confianza que esta les pueda transmitir. Una cotización le detalla al cliente un valor aproximado del producto o servicio, con el fin de iniciar un proceso de negociación.

Las empresas inmobiliarias (desarrolladores y constructoras) tienen una metodología de trabajo similar, en la que el cliente

se pone en contacto con la empresa para consultar y negociar sobre alguno de sus productos y servicios; posteriormente, la empresa se encarga de realizar una cotización según las necesidades o preferencias del cliente.

Esta gestión empresa-cliente se convierte en un proceso tedioso, debido a que ambas partes necesitan disponer del tiempo necesario para programar reuniones; además, se debe tomar en cuenta que la empresa no posee disposición de tiempo completo para realizar dichas gestiones.

## **Gestión a través de internet**

Las tecnologías de la comunicación han cambiado la forma en que las empresas se comunican y presentan, la evolución de las comunicaciones ha hecho posible la gestión de las empresas con sus clientes a través de internet, esta gestión se beneficia de aplicaciones y soluciones de tecnologías que permiten una mejor comunicación con los clientes, dar una respuesta rápida a sus necesidades y crear nuevas oportunidades de negocio.

En la actualidad, es indispensable para las empresas poseer un sitio web corporativo, esto les brinda una mayor comunicación con los clientes (actuales y potenciales), debido a que estos pueden ver al instante todo lo que la empresa les ofrece, así como un acceso rápido a su información de contacto. Por otro lado, las empresas realizan las estrategias de promoción de sus productos y servicios por medio de su imagen corporativa en la

## 1.1 ANTECEDENTES

web, aportando prestigio a la empresa, seriedad y una imagen más profesional, lo que derivará en una mayor confianza por parte del cliente.

Sin embargo, las empresas que deseen tener una presencia más efectiva en internet, deben brindar a sus clientes una herramienta más allá de una página corporativa que solo les proporcione información. Las gestiones por medio de internet se han convertido en una gran vía de negocio para las empresas. Hoy en día, las personas están acostumbradas a realizar todo tipo de trámites a distancia (compras online, operaciones bancarias, inscripciones...); este tipo de gestión genera un mayor acercamiento entre el cliente y la empresa.

## 1.2 | PROBLEMA

### **Planteamiento:**

Según los antecedentes del proyecto, el problema es la ausencia de un sitio web que le permita a la empresa Rodríguez Construcciones mostrar sus productos y servicios a los clientes (actuales y potenciales), con el propósito de que estos cuenten con la información necesaria que los oriente en el proceso de cotización de su proyecto; de igual forma facilitar esta gestión de cotizaciones a través de internet de forma rápida, según sus necesidades y preferencias.

### **Formulación:**

¿Cómo diseñar el sitio web de la empresa Rodríguez Construcciones que le permita facilitar a sus clientes la realización de cotizaciones a través de internet, además de mostrar sus productos y servicios inmobiliarios para orientar a sus clientes en un proceso de cotización?

## 1.3 | JUSTIFICACIÓN

Con la evolución de las comunicaciones a través de internet, las empresas han necesitado una transformación digital de sus productos y servicios, con el propósito de impulsar aún más su crecimiento, además de brindar mayores facilidades a sus clientes; de igual forma aportando prestigio, seriedad y una imagen más profesional a la empresa.

Actualmente, la mayoría de las personas prefieren llevar a cabo una investigación en línea antes de salir de casa, principalmente por las facilidades que esto implica, debido a que no existen limitaciones geográficas u horarias. Además, los sitios web han logrado brindar un acercamiento entre el cliente y la empresa.

Con el desarrollo creciente que ha experimentado la empresa Rodríguez Construcciones, se ha presentado la necesidad de llevar sus productos y servicios a un medio digital, con el propósito de impulsar aún más su crecimiento.

El interés principal de la empresa es facilitar la gestión con sus clientes por medio de un servicio de cotizaciones a través de internet. El objetivo de este servicio de cotizaciones es brindar la información necesaria en un proceso de cotización, con el fin de que este servicio informativo genere un alcance más integral y educativo para sus clientes; de igual forma se pretende lograr una respuesta rápida y eficiente a sus necesidades.

## 1.4 | OBJETIVOS

### **Objetivo General**

Diseñar un sitio web para la empresa Rodriguez Construcciones que le permita mostrar a sus clientes sus productos y servicios; así como facilitar la gestión de cotizaciones de proyectos.

### **Objetivo Específicos**

- Facilitar al cliente la información necesaria sobre los productos y servicios de la empresa, con el fin de ayudar en el criterio de toma de decisión final.
- Proporcionar una herramienta que le permita al cliente la realización de una cotización preliminar en tiempo real, facilitando un acompañamiento al usuario con el fin de satisfacer sus necesidades informativas.

## 1.5 | ALCANCES | LIMITACIONES

### **Alcances**

- Recopilación de la información necesaria para respaldar el inventario de contenidos y la propuesta de la arquitectura de información del sitio web.
- Diseño de la interfaz gráfica.
- Maqueta final funcional (mockup), para la validación de la interacción con el usuario y la correcta navegación del sitio.

### **Limitaciones**

- Cantidad usuarios para las pruebas de usabilidad. Existe un limitante de usuarios potenciales, por lo que es importante administrar bien la cantidad de usuarios para realizar las pruebas.
- Tiempo limitado para el desarrollo del proyecto. Se cuentan con aproximadamente 16 semanas para realizar el proyecto.
- No se puede desarrollar un modelo funcional completo.

## 1.6 | MARCO TEÓRICO

**Gestionar:** realizar los trámites necesarios para conseguir o resolver un determinado tema personal o comercial.

**Cotización:** documento contable en donde se detalla el precio de un bien o servicio para el proceso de compra o negociación. A este proceso también se le conoce como presupuesto.

**Sitio web:** documento electrónico, en el que se accesa a información digital que se puede dar mediante datos visuales o sonoros; a través de textos, elementos gráficos, audios, videos y elementos interactivos. Dicha información se configura y adapta a la red informática mundial y funciona mediante navegadores al ingresar una dirección URL.

**Navegación:** recorrido que se da en el sitio web, el usuario espera una navegación principal con nombres sencillos, preferiblemente menos de 7 elementos para que sean fáciles de recordar, y una distinción clara entre elementos con los que puede interactuar (links, botones...) y con los que no.

**Menú:** permite al usuario navegar a través de la interfaz por sus distintas secciones o escenarios. También, un menú puede mostrar una lista de opciones temporales, para determinadas acciones en algún escenario específico.

**Usabilidad:** facilidad de uso de, en este caso, un sitio web; enfocada en la relación usuario-computadora y la claridad con la que se diseña la página web.

**Interfaz de usuario (UI):** tendencia de diseño que se enfoca en la creación de interfaces entre personas y dispositivos digitales mediante la interacción de elementos físicos y lógicos; además de un diseño amigable y con un alto grado de usabilidad.

**Experiencia de Usuario (UX):** filosofía de diseño que busca crear productos que resuelvan las necesidades de sus usuarios, con altos niveles de satisfacción y una agradable experiencia de uso con el mínimo esfuerzo por parte del mismo.

**Arquitectura de información:** proceso que implica la organización, administración y clasificación de los datos en la web, para posteriormente llevar al usuario a lograr su objetivo y satisfacer sus necesidades.

**Botón:** elemento gráfico dentro de la interfaz que permite a los usuarios realizar acciones y tomar decisiones de la información que se presenta.

## 1.6 | MARCO METODOLÓGICO

La metodología a utilizar será la planteada en libro Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (Usability Cookbook) por el PhD. Franklin Hernández-Castro.

### **Supuestos y Requerimientos**

Investigación previa donde se detectan las necesidades de los usuarios por medio de entrevistas.

### **Análisis de Referenciales**

Investigación previa de herramientas existentes o similares; para establecer patrones de diseño y mínimos comunes.

### **Análisis de Usuarios**

Determinación de los posibles usuarios y sus necesidades, con el fin de definir el tráfico de personas.

### **Arquitectura Alfa**

Esta arquitectura se determina con la información obtenida anteriormente y permite realizar una validación de la propuesta.

### **Card Sorting**

Prueba realizada a los testers (usuarios) para validar la nomenclatura y la estructura de la arquitectura alfa.

### **Wireframes**

Diagramación de la herramienta sin color ni detalle gráfico.

### **Prototyping**

Maqueta de la interface para realización de pruebas.

### **Arquitectura Beta**

Nueva arquitectura realizada con la información obtenida.

### **Look & Feel**

Se establece el estilo gráfico (tipografía, cromática, iconografía) de la pagina web.

### **Maqueta funcional (mockup)**

Se realiza la maqueta funcional de la pagina web, para poder probar la usabilidad y validad el look & feel.

### **Pruebas heurísticas**

Pruebas para la validación del mockup.

## 2 | INVESTIGACIÓN

En esta sección se presentan todas las actividades realizadas, su análisis, síntesis y conclusión, con el fin de justificar las decisiones tomadas en todo el proceso; cuyo resultado final es una maqueta funcional (mockup) con el diseño del sitio web de la empresa.

## 2.1 | SUPUESTOS Y REQUERIMIENTOS

El sitio web a desarrollar no posee un inventario de contenidos debido a que es una herramienta nueva; por esta razón, para la realización de los supuestos y requerimientos, se realizaron entrevistas a los **stakeholders y a los usuarios potenciales**, con el fin de resumir el modo en que las necesidades se verán satisfechas dentro de la herramienta.

Los **stakeholders** son los interesados en el desarrollo de la herramienta (inversionistas / dueños de la empresa), con estas entrevistas se obtuvo una **lista de necesidades** o características que debería tener la herramienta:

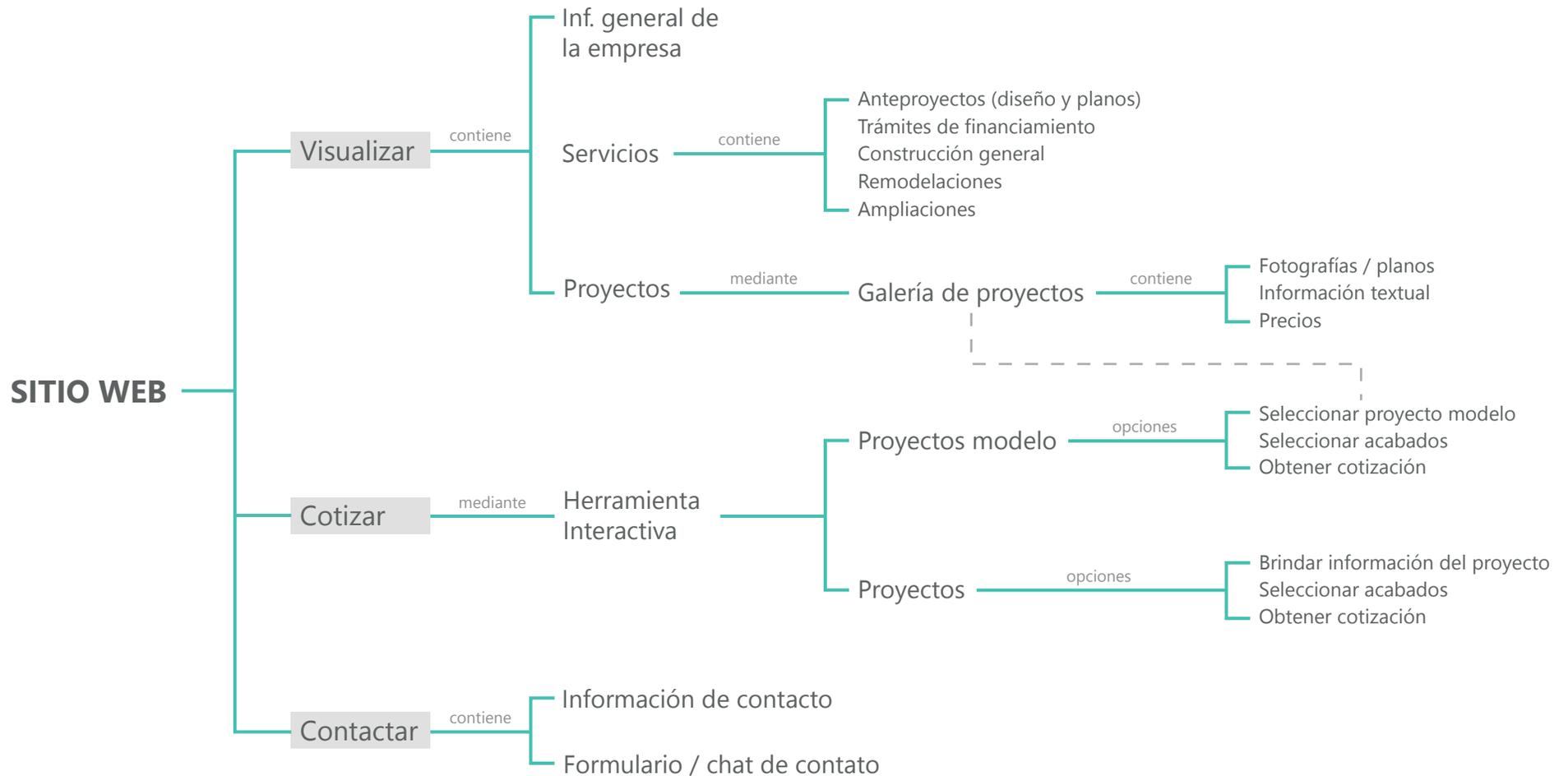
- Visualización de proyectos (galería) y los servicios.
- Visualización de información general de la empresa (acerca de, historia, misión, visión, contacto...).
- Herramienta de cotizaciones dinámica e interactiva, con el fin de que los clientes puedan realizar sus propias cotizaciones de proyectos inmobiliarios configurando la herramienta según sus necesidades y preferencias.
- Brindar al cliente un presupuesto previo de su proyecto.
- Facilitar la información necesaria a los clientes durante todo el proceso de cotización.

La mayoría de características o necesidades que establecieron los stakeholders pertenecen a los **sitios web corporativos** (nosotros, productos, servicios, contacto).

Además, con las entrevistas a los **usuarios potenciales** se obtuvieron otras **necesidades** a satisfacer:

- Ver una galería o catálogo de proyectos, con el fin de obtener ideas y además ver los proyectos que ha realizado la empresa genera mayor confianza.
- Poder brindar información acerca de mis necesidades o las características de mi proyecto con el fin de obtener un costo (presupuesto) al final.
- Ver a donde están los costos más altos de mi proyecto, jugar con distintas posibilidades de acabados o características de la obra en general (cantidad de habitaciones, superficie de construcción...).
- Visualizar información acerca de financiamientos, el porcentaje de prima que solicita la empresa, las garantías que me brindan, los profesionales que estarán a cargo de mi proyecto...
- Contactar a la empresa rápidamente, citar una reunión, consultar acerca de la cotización o dudas...
- Recibir información acerca de cómo se realiza la cotización.

## 2.1 SUPUESTOS Y REQUERIMIENTOS



## 2.2 REFERENCIALES

Para realizar el análisis de referenciales, se eligieron sitios web que satisfagan necesidades o características similares a las establecidas en los supuestos y requerimientos del proyecto. La información recopilada se consolida en una tabla de mínimos comunes, donde se enlistan las necesidades que satisfacen y son comunes en las herramientas analizadas.

Se analizaron cinco referenciales, dos de ellos son herramientas de cotización de proyectos inmobiliarios (casas completas, ampliaciones y remodelaciones), ambas herramientas permiten ingresar la información necesaria para generar un presupuesto del proyecto según las características establecidas por el cliente (metros de construcción, cantidad de habitaciones...), en estos sitios también se pueden visualizar galerías de proyectos.

Por otro lado, se analizaron otros tres referenciales con temas distintos al desarrollo inmobiliario; en estos referenciales se pueden visualizar galerías de productos o servicios. Estos sitios web poseen una herramienta que permite seleccionar alguno de los productos o servicios y generar un presupuesto a partir de este, se pueden seleccionar distintos elementos, cambiar las características del ejemplo base (estándar) y visualizar como cambia el costo o presupuesto en tiempo real. Todo este proceso se realiza por medio de etapas guiadas para el usuario, al final se obtiene un resumen de la cotización con las características del producto y se puede guardar o descargar dicha cotización si el usuario lo desea.

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### PLANREFORMA

Página de calculadoras y presupuestos, se puede obtener un estimado de la obra y buscar profesionales para llevarla a cabo.

Logo (home)

Calcula y pide presupuestos

Menú: acceso directamente a las páginas principales.

Texto principal

Botón de "presupuestos" (alta jerarquía)

Funcionamiento de la herramienta (paso a paso)

Herramienta interactiva para solicitar un presupuesto

Barra de progreso

Título de la etapa y descripción

Entrada de información por teclado y selección

Botón de "Pedir presupuesto"

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### PLANREFORMA

The screenshot shows the PLANREFORMA website's calculator interface. The navigation bar includes 'MI CASA', 'CALCULADOR', 'ESTIMACIONES', 'FINANCIACIÓN', and 'LUZ GRATIS'. The main content area is split into two columns. The left column contains a search form for professionals with fields for 'Teléfono', 'Horario de contacto', 'Intención de ejecución de obra', and 'Comentarios'. It features a prominent pink button that says '¡Contacta con 4 profesionales GRATIS!' and a section titled '¿Ya tienes algún profesional?'. The right column displays the 'Resultado del Calculador' with a large green box showing the amount '159.462,04 €'. Below this, there is a list of included services and a 'Comprar informe' button. A sub-menu is visible at the top right.

Submenú de presupuestos

Cálculo de la cotización

"Comprar informe" (alto contraste)

Breve descripción del cálculo

Formulario (entrada de información por teclado)

The screenshot shows the 'Mis proyectos' section of the PLANREFORMA website. The navigation bar includes 'MIS PROYECTOS', 'AYUDA', 'CALCULA Y PIDE PRESUPUESTOS', 'CAJÓN DE IDEAS', 'DIRECTORIO', and 'PR'. The main content area features a 'Crear proyecto' button and a table of project entries. A user profile menu is open on the right side, showing options like 'MI CUENTA', 'MI PERFIL DE USUARIO', 'MIS INFORMES', 'MI CAJÓN DE IDEAS', 'MIS AVISOS', 'CAMBIAR CONTRASEÑA', 'MIS PROYECTOS', and 'DESCONECTAR'. A pink button labeled '¡Pide presupuestos!' is visible next to one of the project entries.

Submenú desplegable del perfil

Botón (alto contraste y cambia de estado al hacer mouseover)

Lista de mis proyectos (historial de cotizaciones)

Fecha	Nombre	Tipo	Cantidad	Acción
21/02/2019 01:17	Mi casa	Obra Nueva	165.391,14 €	¡Pide presupuestos!
21/02/2019 01:07	Mi casa	Obra Nueva	159.462,04 €	¡Pide presupuestos!

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### PLANREFORMA (PROS Y CONTRAS)

#### PROS

- La herramienta de presupuestos posee baja carga cognitiva.
- Buena jerarquía de la información.
- Botones diferenciados correctamente.

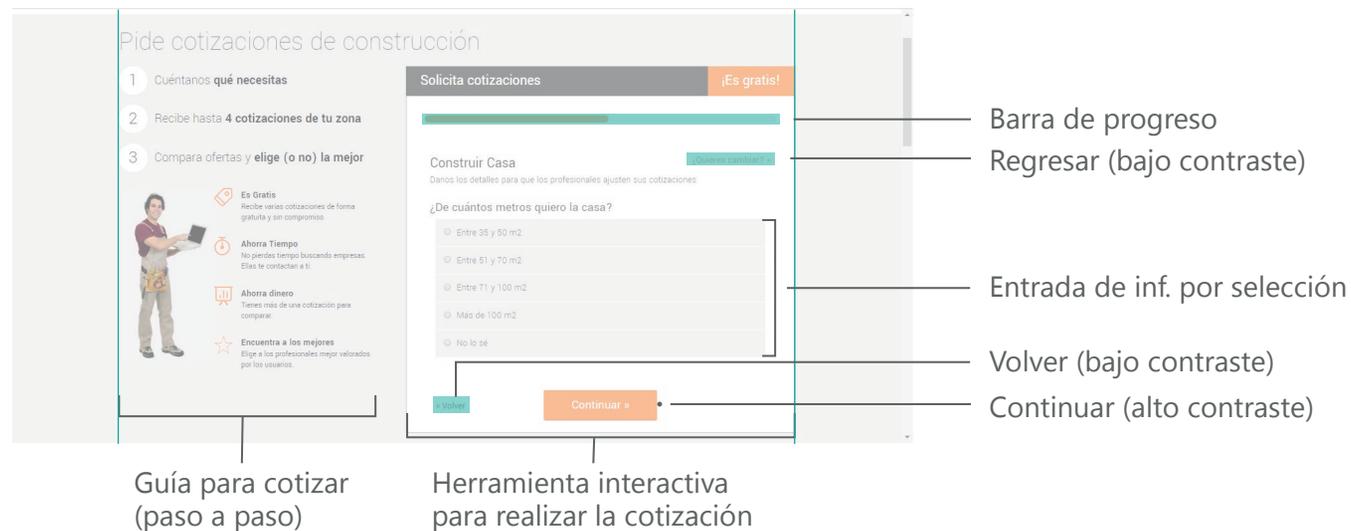
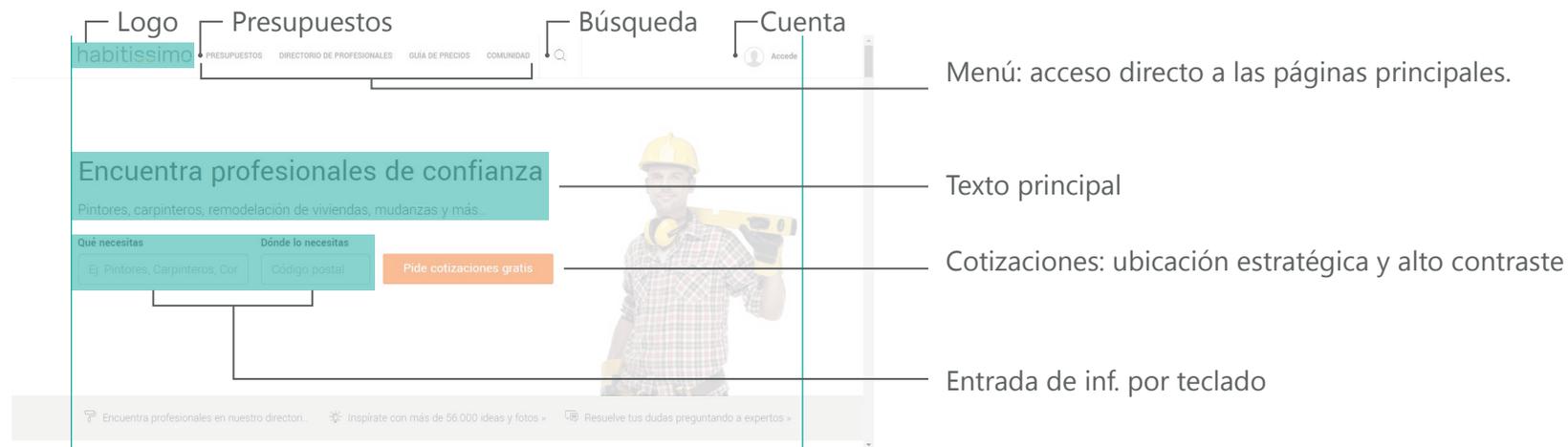
#### CONTRAS

- El nivel de interacción de la herramienta es bajo, se puede ingresar información por teclado y por selección pero no se puede visualizar los efectos que estos tienen en el presupuesto.
- Información desorganizada y falta de jerarquía en el presupuesto final.
- Alto ruido visual en la pantalla de inicio y en la pantalla del presupuesto final.

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

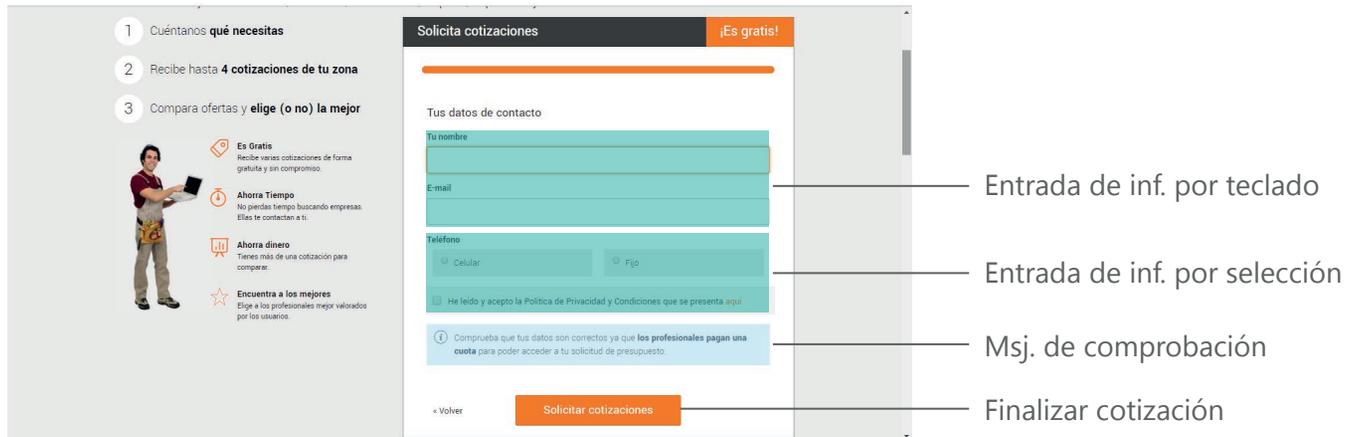
### HABITISSIMO

Página para solicitar cotizaciones de profesionales (construcción de casas, reformas y demás).



## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### HABITISSIMO



### PROS

- La herramienta de cotizaciones posee baja carga cognitiva.
- Buena jerarquía de la información.
- Botones diferenciados correctamente.

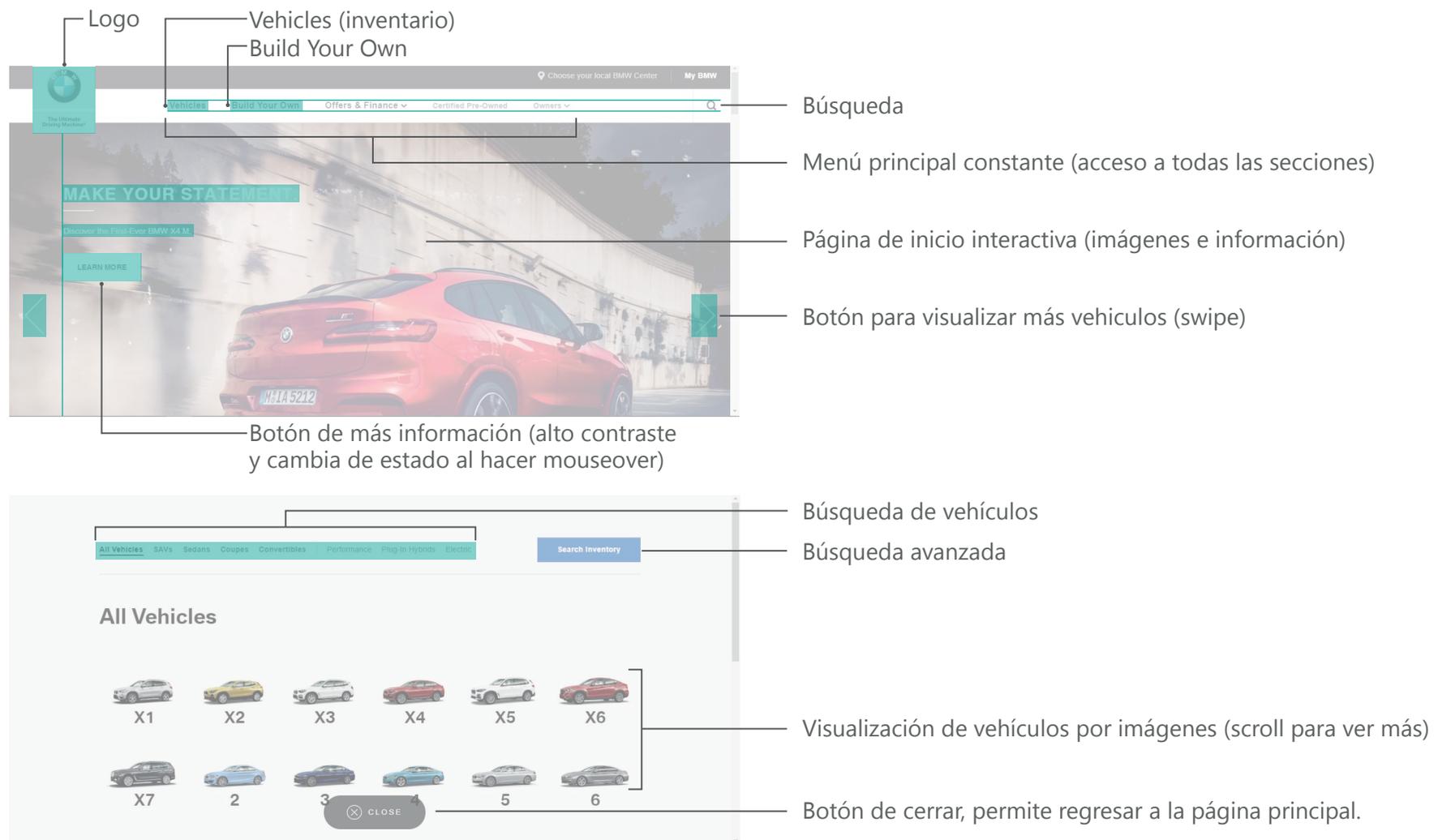
### CONTRAS

- El nivel de interacción de la herramienta es bajo, se puede ingresar información por teclado y por selección pero no se puede visualizar los efectos que estos tienen en el presupuesto.
- Alto ruido visual en la herramienta de cotizaciones.

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

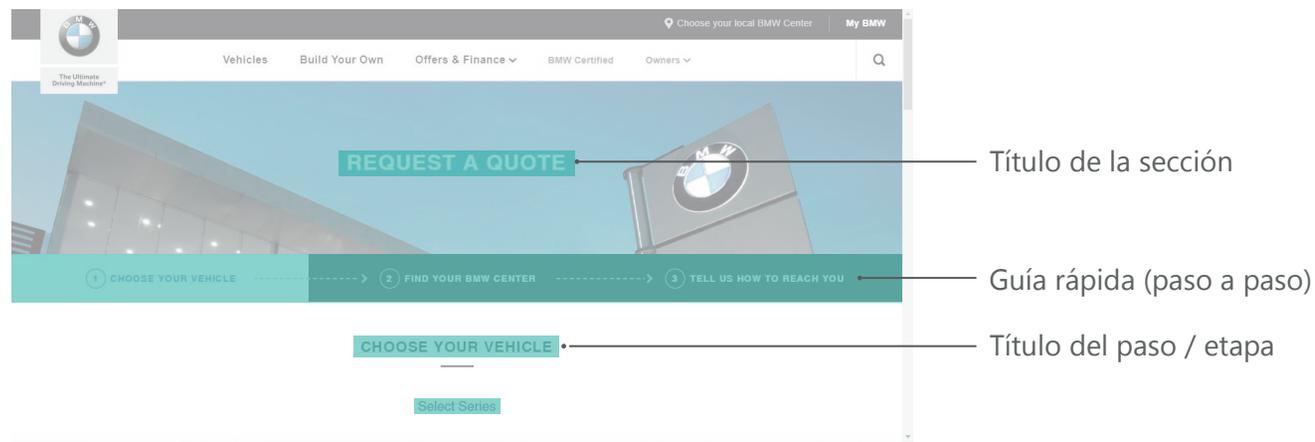
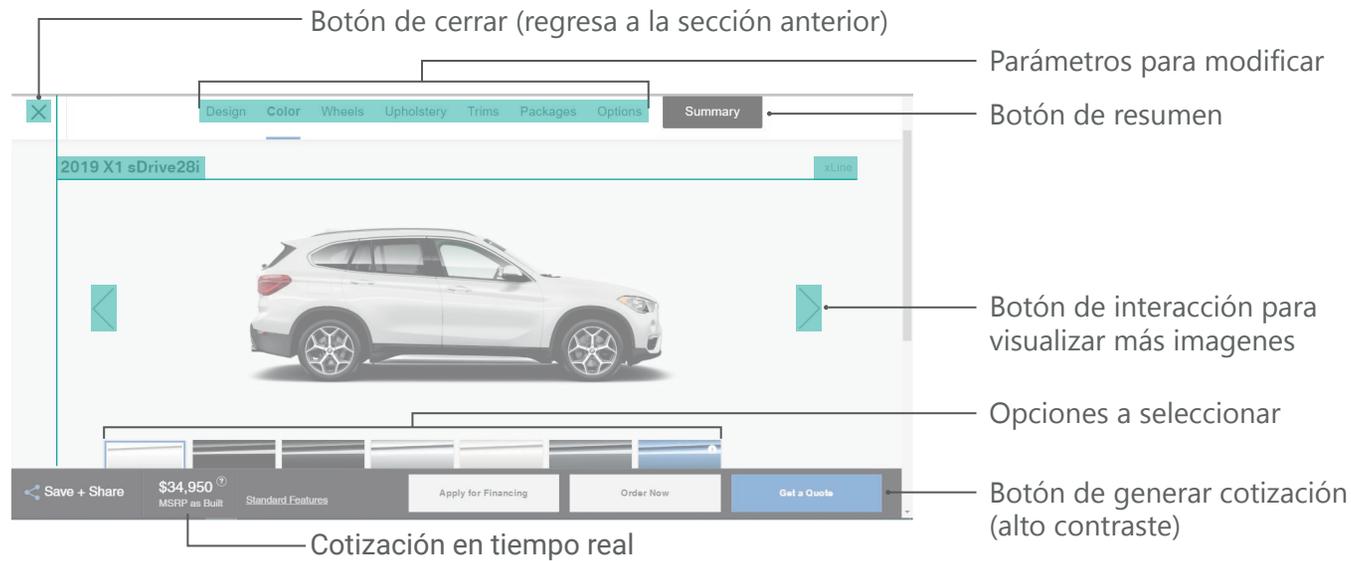
### BMW USA

En esta página se visualizan los vehículos (vehicles) disponibles de la marca y construir o cotizar su automóvil (Build Your Own).



## 2.2.1 PATRONES DE DISEÑO

### BMW USA



## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### BMW USA (PROS Y CONTRAS)

#### PROS

- Contenido visualizado de forma ilustrativa y gráfico (fotografías y renders).
- La herramienta "Build Your Own" es interactiva: el usuario puede seleccionar los elementos, visualizar los cambios en el vehículo y en el presupuesto.
- La herramienta posee baja carga cognitiva a pesar de la alta cantidad de elementos que el usuario puede modificar.

#### CONTRAS

- Los submenús de la herramienta y la galería son muy amplios.
- Información un poco desordenada en "Build Your Own".

## 2.2.1 PATRONES DE DISEÑO

### DELL COMPANYY

En esta página se puede visualizar las laptops disponibles y construir su laptop (integrar servicios, seleccionar accesorios...).

The image shows a screenshot of the Dell website's laptop configuration page. The page is annotated with lines pointing to various design elements. The annotations include:

- Logo
- Menú principal constante (acceso a todas las secciones)
- Opciones adicionales (ayuda, comentarios, chats...)
- Título de la sección
- Búsqueda por filtros
- Botón de anterior y siguiente
- Inventario (imágenes)
- Título y precio del producto
- Características del producto
- Botón de "configurar" (permite cambiar o añadir características al producto)

The screenshot shows the Dell logo, a navigation menu with links like 'Comprar', 'Soluciones y Servicios', 'Soporte', and 'MI Cuenta'. Below the menu, there are options for language, chat, and order status. The main content area is titled 'Laptops' and features a search bar with filters for processor, screen size, weight, and memory. Below the filters, there are three product cards, each with an image, title, price, and a list of specifications. Each card has a 'Configurar' button at the bottom.

# 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

## DELL COMPANYY

Etapas (paso a paso)

Tipo de elemento a seleccionar

Opciones a seleccionar

Botones (continuar / finalizar)

Elementos para modificar

Opciones para guardar

Chat de ayuda

Cotización en tiempo real

Resumen final del producto

Componente	Descripción	Acción
PROCESADOR	Procesador Intel® Core™ i5-7440HQ (Quad Core™ 2,80GHz, 3,80GHz Turbo, 6MB 35W, w/Intel® HD Gráficos 630)	editar
SISTEMA OPERATIVO	Windows 10 Pro, 64-bit, Inglés, Francés, Español	editar
MICROSOFT® OFFICE	Prueba de Microsoft® Office por 30 días	editar
CONFIGURACIÓN DEL SISTEMA	Intel Core i5-7440HQ con Intel HD Graphics 630 para Win10 & Linux únicamente	editar
MEDIO DE RECUPERACIÓN PARA SISTEMA OPERATIVO	No incluye Medio de recuperación de Sistema Operativo	editar
TARJETA DE VIDEO	Gráficos Intel® HD Graphics	editar
MEMORIA	8GB, DDR4-2400MHz SDRAM, 2 DIMMS, Non-ECC	editar
DISCO DURO	500GB 2.5" 7mm SATA (7200 RPM) Disco Duro	editar
MONITOR	Pantalla LED iluminada táctil de 15.4" con amplio ángulo de visión (tecnología IPS) de alta definición completa (FHD) (1920 x 1080) (45% de color gamut) con capa antirreflejo, cámara web y micrófono, capacidad WWAN	editar

## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### DELL COMPANY (PROS Y CONTRAS)

#### PROS

- Contenido visualizado de forma ilustrativa y gráfico (fotografías y renders).
- La herramienta de "Configurar" el producto se realiza por etapas (paso a paso) y los tipos de elementos a seleccionar están divididos en un menú secundario.
- El contenido de la herramienta es interactivo y se visualiza correctamente los cambios realizados en el presupuesto.

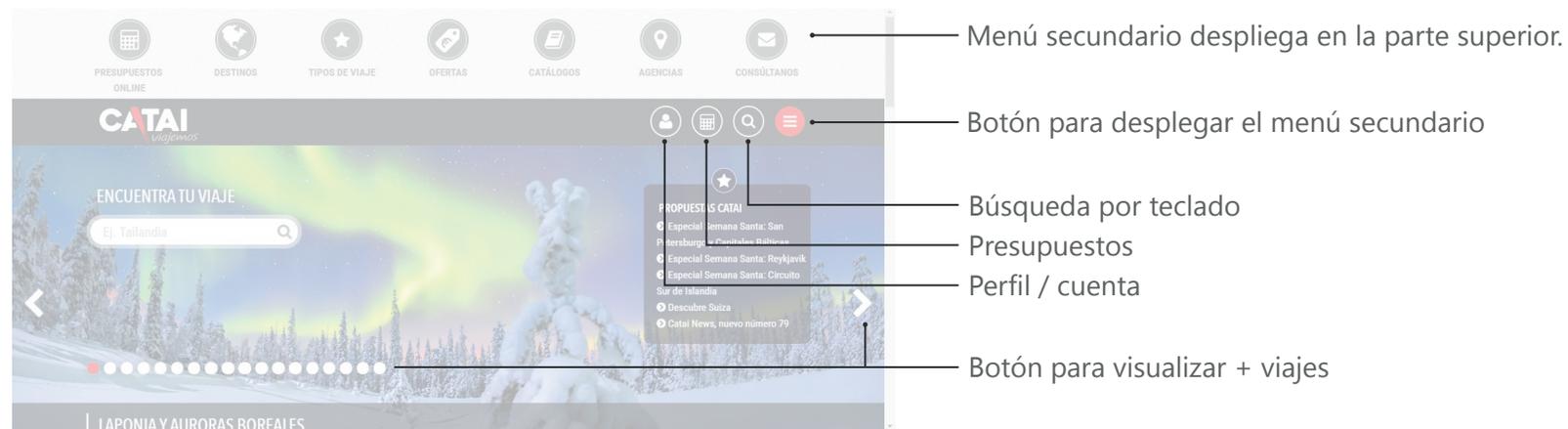
#### CONTRAS

- Alto ruido visual: existen demasiadas opciones y botones en las pantallas.
- Alta jerarquía en contenido no importante.
- Filtros de búsqueda muy amplios.

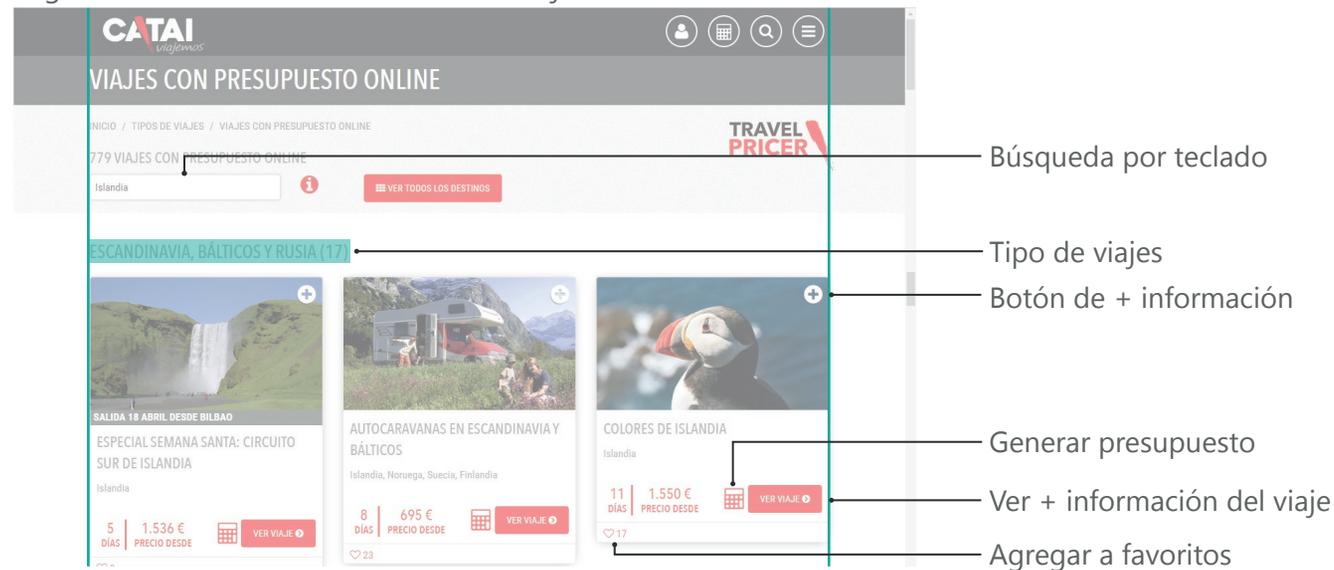
## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### CATAI

En esta página el usuario puede visualizar un catálogo de viajes, seleccionar un tipo de viaje y generar un presupuesto.



Página de inicio dinámica: se visualizan viajes e inf. sobre estos.



## 2.2.1 | PATRONES DE DISEÑO

### CATAI

The screenshot shows the CATAI website interface. At the top, there's a navigation bar with the CATAI logo and the text "COLORES DE ISLANDIA". Below this, there's a main content area with a calendar for April 2019 and a form titled "DISEÑA TU VIAJE". The calendar is a grid with days of the week (LUN to DOM) and dates (1 to 30). The form has fields for "SALIDA" (set to Madrid) and "PASAJEROS" (set to 2 adultos), and a "CALCULAR PRECIO FINAL" button. A red box highlights the "DISEÑA TU VIAJE" title. A line points from the "DISEÑA TU VIAJE" title to the text "Título 'diseña tu viaje'". A line points from the "SALIDA" field to the text "Entrada de inf. por selección". A line points from the "CALCULAR PRECIO FINAL" button to the text "Calcular el precio final". A line points from the calendar to the text "Calendario de viajes (entrada de inf. por selección)".

Título "diseña tu viaje"

Entrada de inf. por selección

Calcular el precio final

Calendario de viajes (entrada de inf. por selección)

### PROS

- Contenido visualizado de forma ilustrativa.
- Herramienta de presupuestos interactiva: el usuario puede seleccionar elementos y visualizar los cambios en el presupuesto del viaje.
- Baja carga cognitiva. Diferenciación en elementos interactivos.

### CONTRAS

- Alto ruido visual en la página principal y en la pantalla del presupuesto final (se resalta contenido no importante).

## 2.2.2 MÍNIMOS COMUNES

Los mínimos comunes es un resumen de la información obtenida en el análisis anterior (referenciales), se realiza una tabla donde se enlistan las herramientas analizadas y las necesidades que estas satisfacen y son comunes en la mayoría.

	PLANREFORMA	HABITISSIMO	BMW	DELL	CATAI	
Cotiza / Construye tu proyecto	●	●	●	●	●	100%
Galería de productos / proyectos	●	●	●	●	●	
Servicios de la empresa	●	●	●	●	●	
Contacto (información de contacto)	●	●	●	●	●	
Cotización / Construcción guiado (paso a paso)	●	●	●	●	●	
Configurar cotización / producto	●	●	●	●	●	
Resumen de la cotización / proyecto	●	●	●	●	●	
Formulario de contacto (el usuario es contactado)	●	●	●	●	●	
Utilización sin registro	●	●	●	●	●	
Presupuesto en tiempo real	●	○	●	●	●	80%
Información general de la empresa	●	●	●	●	○	
Mi carrito / Mis proyectos	●	●	●	●	○	
Búsqueda	○	●	●	●	●	
Registro de usuario	●	●	●	●	○	
Acceso a redes sociales	●	●	●	○	●	

## 2.2.2 MÍNIMOS COMUNES

	PLANREFORMA	HABITISSIMO	BMW	DELL	CATAI	
Modificar características (modelo base/estándar)	●	○	●	○	●	60%
Guardar cotización (descargar / enviar correo)	○	●	○	●	●	
Actualización del contenido (al realizar cambios)	○	○	●	●	●	
Filtros de búsqueda (galería)	●	●	○	●	○	
Chat	●	●	○	●	○	
Ayuda / preguntas frecuentes	○	○	●	●	●	
Mensajes de avisos / alertas	○	●	○	○	●	40%
Blog / Comunidad	○	●	○	●	○	
Opiniones / Reseñas (usuarios y clientes)	●	○	○	○	○	

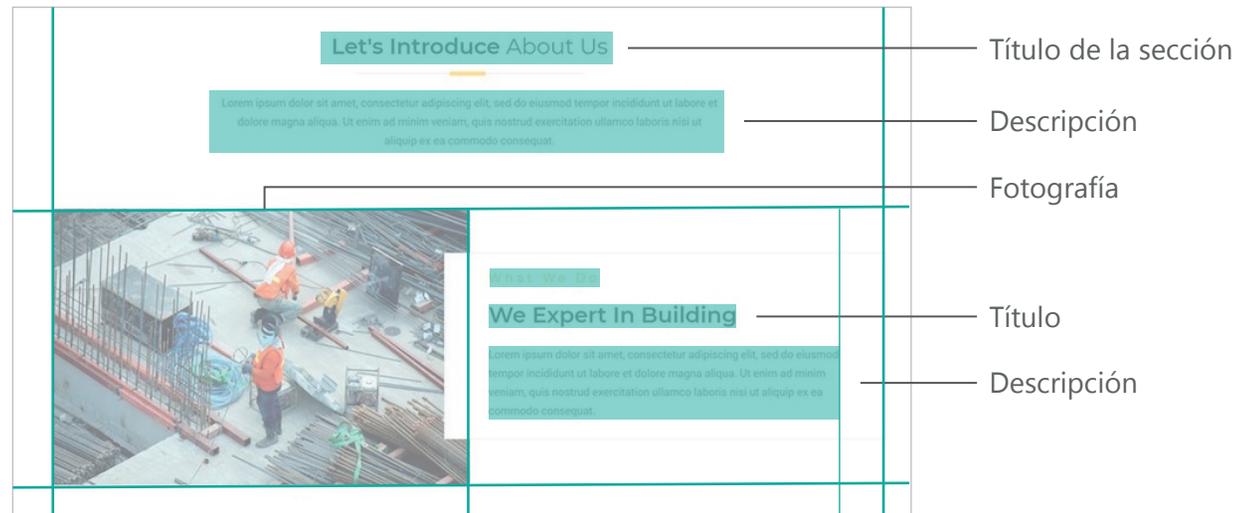
## 2.2.3 | ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

Se realizó un análisis de sitios web corporativos para visualizar la forma en que presentan la información en las secciones de "Nosotros", "Servicios", "Productos" y "Contacto". El fin de este análisis complementario es visualizar la similitud en cuanto a organización de información y jerarquía .

## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

### NOSOTROS / EMPRESA / ACERCA DE

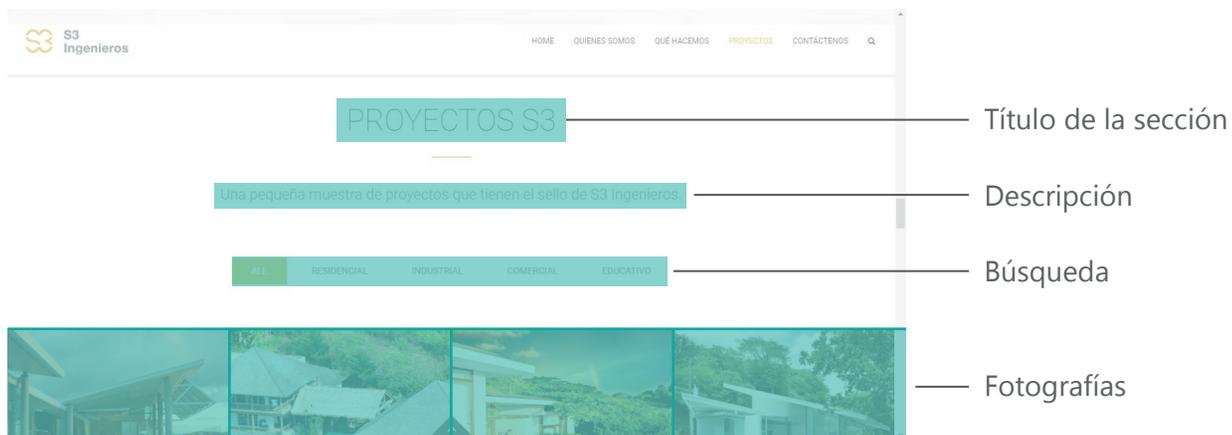
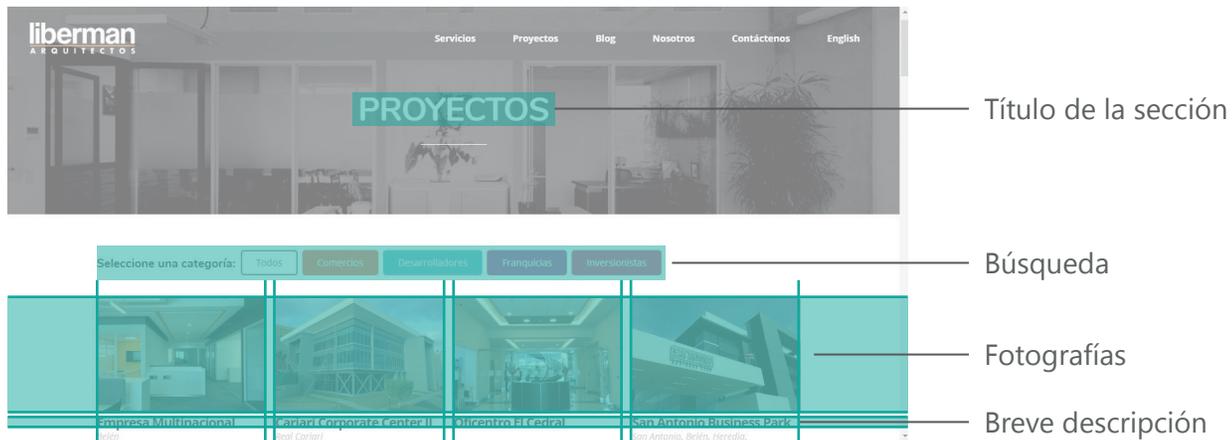
En esta sección se visualiza información general de la empresa (historia, antecedentes, misión, visión, equipo de trabajo...).



## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

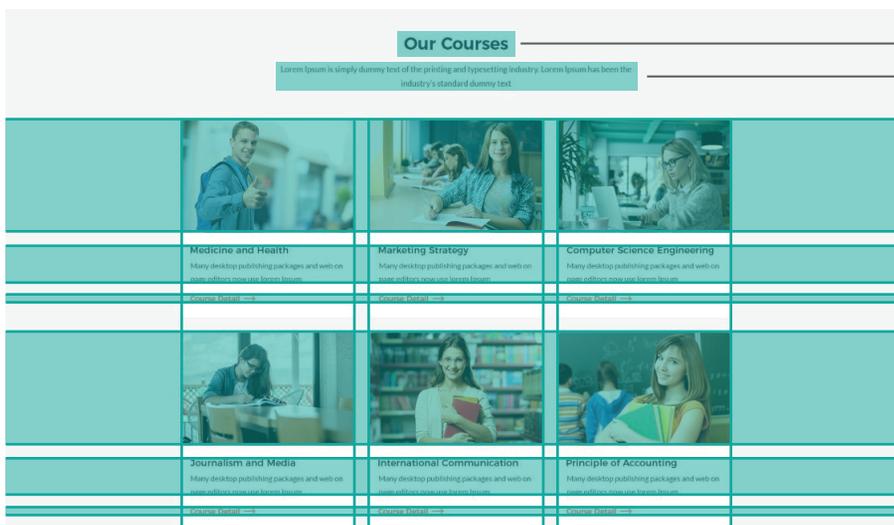
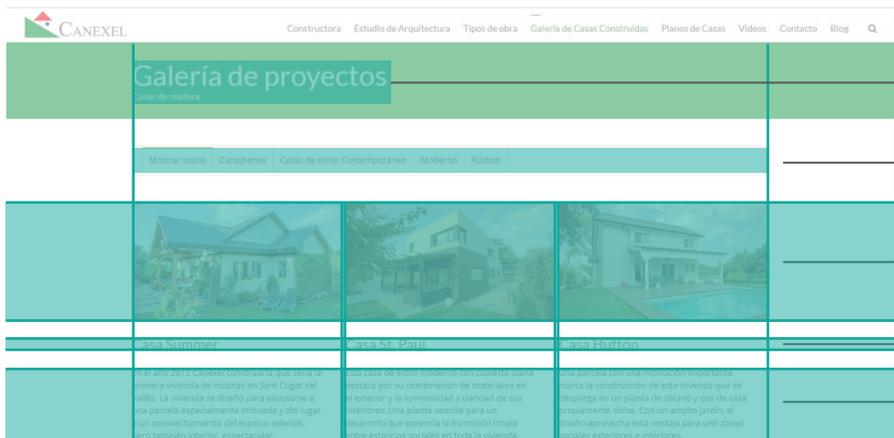
### GALERÍA

En esta sección se visualiza un inventario de proyectos en una galería, se visualizan con imágenes e información breve.



## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

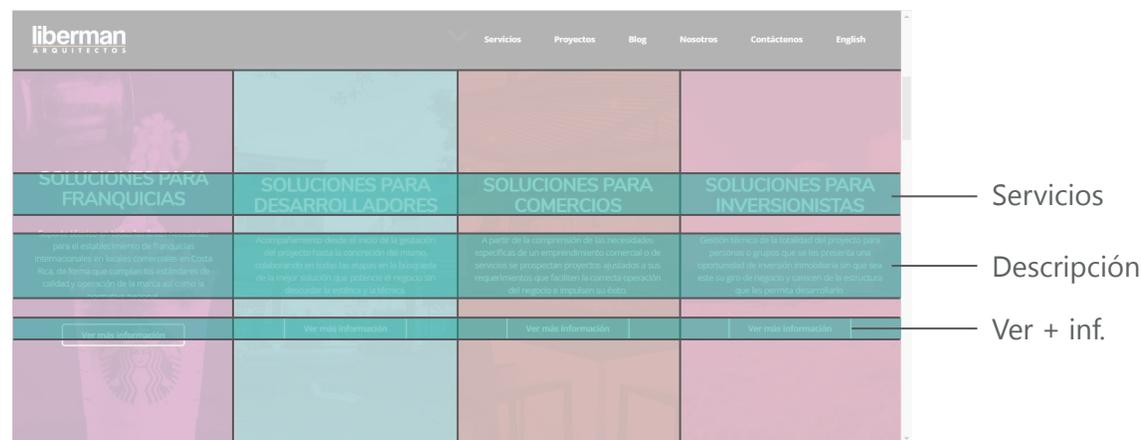
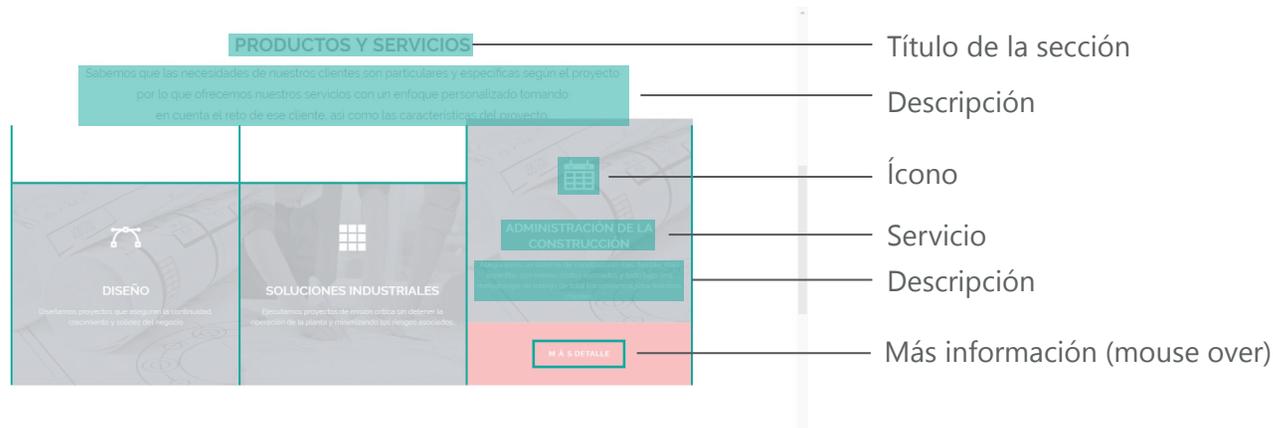
### GALERÍA



## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

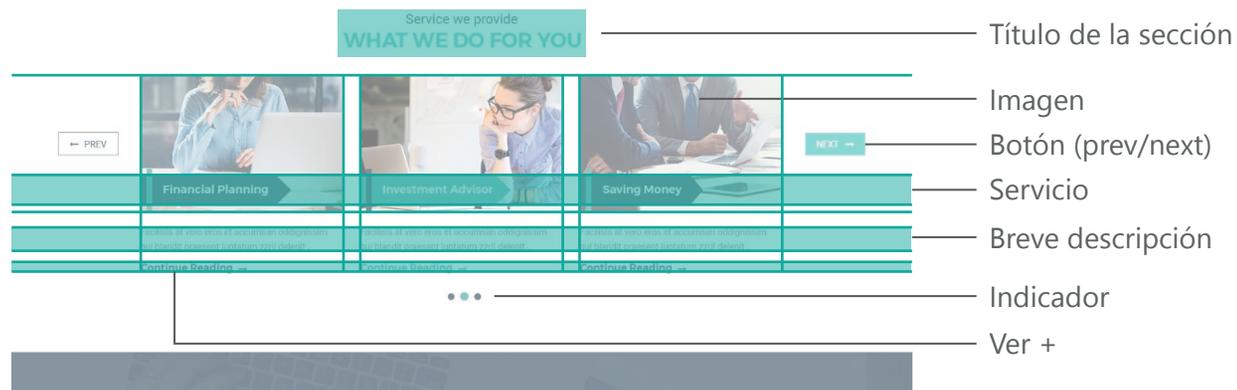
### SERVICIOS

En esta sección se visualizan los servicios que brinda la empresa (construcción, anteproyectos, financiamiento...).



## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

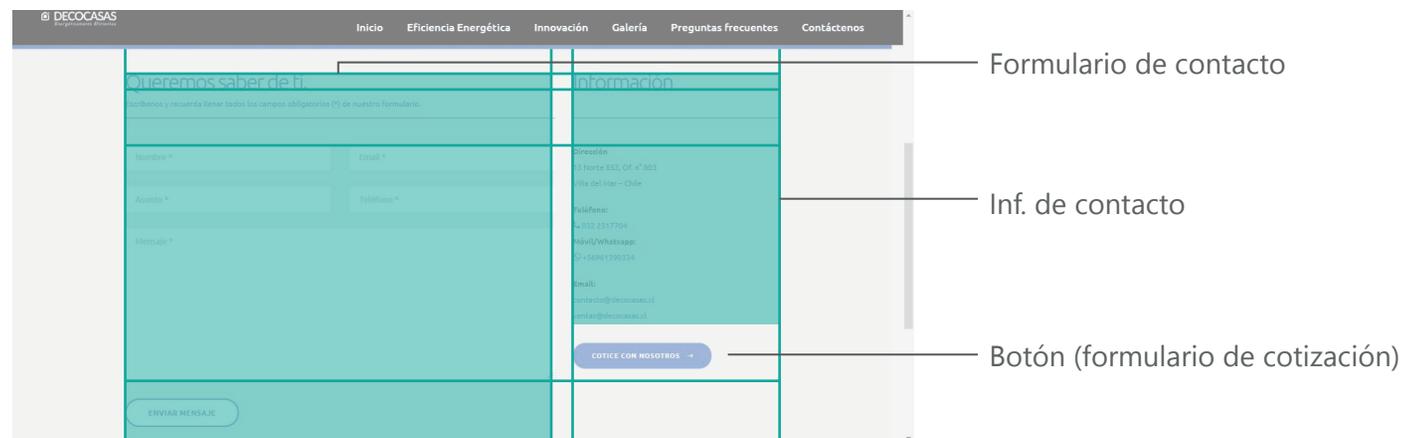
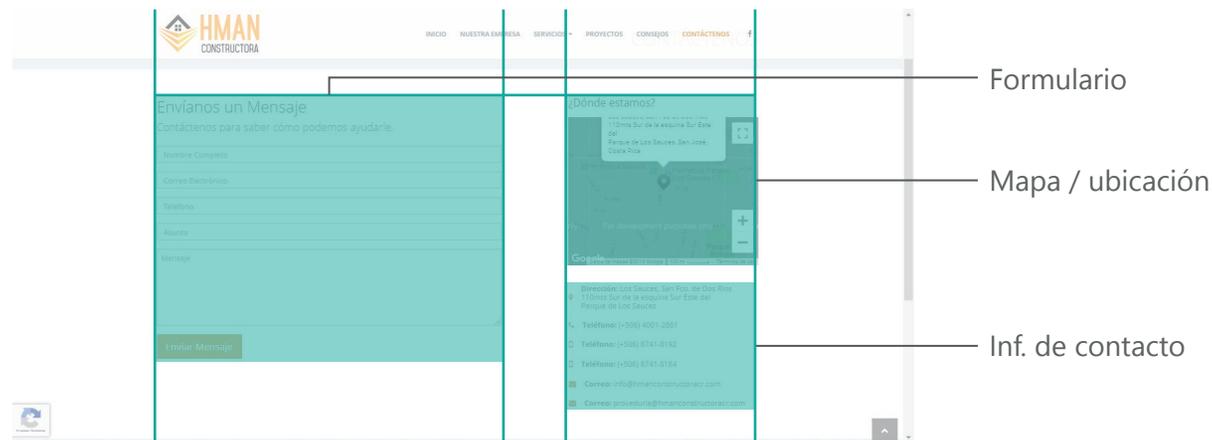
### SERVICIOS



## 2.2.3 ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

### CONTACTO

En esta sección se visualiza la información de contacto (correo, dirección, teléfono), además de un formulario de contacto.



## 2.3 | ANÁLISIS DE PERSONAS

Para el análisis de personas se definieron tres tipos de usuarios. Al ser una herramienta nueva, se establecieron los usuarios potenciales según su nivel de conocimiento del tema y el tipo de proyecto que podrían cotizar, de esta forma se pueden determinar las distintas necesidades que estos tienen en el momento de utilizar la herramienta.

## 2.3 ANÁLISIS DE PERSONAS



KARLA | INEXPERTA

### Karla Solano:

“Deseo construir mi proyecto de vivienda pero no tengo conocimientos del tema”

### Escenario

- Karla ya sabe como desea su casa, cuenta con algunos planos y datos exactos (dimensiones, cantidad de estancias...).
- Antes de cotizar, desea ver algunos de los proyectos de la empresa (esto le genera mayor confianza hacia la empresa).
- Es la primera vez que Karla construye, por esta razón no está informada acerca del tema, le gustaría recibir un asesoramiento durante el proceso, con el fin de tomar la mejor decisión.

### Objetivos y motivaciones:

- Conocer acerca de la empresa, sus antecedentes, facilidades...
- Al no poseer conocimientos sobre el tema, Karla está interesada en recibir un asesoramiento en cada etapa.

### NECESIDADES

Visualizar servicios

Ver inf. de la empresa

Visualiz. proyectos

Buscar proyectos (filtros)

Ingresar la inf. del proyecto

Crear mi lista de acabados

Ver inf. detallada de acabados

Cotizar proyecto propio

Visualizar costos de acabados

Ver resumen de la cotización

Guardar cotización en el sitio

Descargar cotización

Recibir orientación

Cotización guiada

Ayuda / Preg. frecuentes

Contactar

Consultar por chat

Ver inf. de contacto

Enviar formulario

## 2.3 ANÁLISIS DE PERSONAS



**SERGIO** | **DESENTENDIDO**

### Sergio Adams:

“Sueño con tener mi departamento, pero mi trabajo y la falta de tiempo me lo han impedido”.

### Escenario

- Jorge desea ver ejemplos de proyectos para elegir el que más se adapte a sus necesidades.
- Ha decidido contactar a una empresa para recibir orientación y que esta se encargue de todo el proceso.
- Desea recibir una cotización, pero antes le gustaría modificar algunos detalles del proyecto elegido.

### Objetivos y motivaciones:

- Conocer acerca de la empresa, sus antecedentes, facilidades...
- Conocer “mis responsabilidades” como cliente.
- Obtener la mejor relación costo, tiempo y calidad.

### NECESIDADES

Visualizar servicios

Ver inf. de la empresa

Visualiz. proyectos

Buscar proyectos (filtros)

Cotizar proyecto modelo

Seleccionar proyecto modelo

Elegir un tipo de paquete

Ver inf. detallada de acabados

Ver resumen de la cotización

Enviar cotización al correo

Descargar cotización

Recibir orientación

Cotización guiada

Ayuda / Preg. frecuentes

Contactar

Ver inf. de contacto

Enviar formulario

## 2.3 ANÁLISIS DE PERSONAS



**JORGE** | EXPERTO

### Sergio Adams:

“Me fascinan las construcciones y remodelaciones, conozco todo el proceso, deseo construir una nueva casa”.

### Escenario

- Jorge posee toda la información de su proyecto (planos, dimensiones, estancias...), tiene una idea de lo que podría costar el proyecto pero desea obtener un presupuesto detallado con distintos acabados.
- Jorge decide realizar una cotización para tener un presupuesto preliminar de su proyecto y posteriormente contactar con la empresa para llevar a cabo el proyecto.

### Objetivos y motivaciones:

- Contactar a una empresa que le brinde la mayor confianza
- Conocer acerca de la empresa, sus antecedentes, facilidades...
- Obtener la mejor relación calidad - precio y costo – beneficio

### NECESIDADES

Visualizar servicios

Ver inf. de la empresa

Visualiz. proyectos

Cotizar proyecto propio

Ingresar la inf. del proyecto

Crear mi lista de acabados

Visualizar costos de acabados

Ver resumen de la cotización

Enviar cotización al correo

Descargar cotización

Recibir orientación

Cotización guiada

Contactar

Ver inf. de contacto

\*Configurar parámetros avanzados: acabados, materiales...

## 2.3 ANÁLISIS DE NECESIDADES



KARLA | INEXPERTA



SERGIO | DESENTENDIO



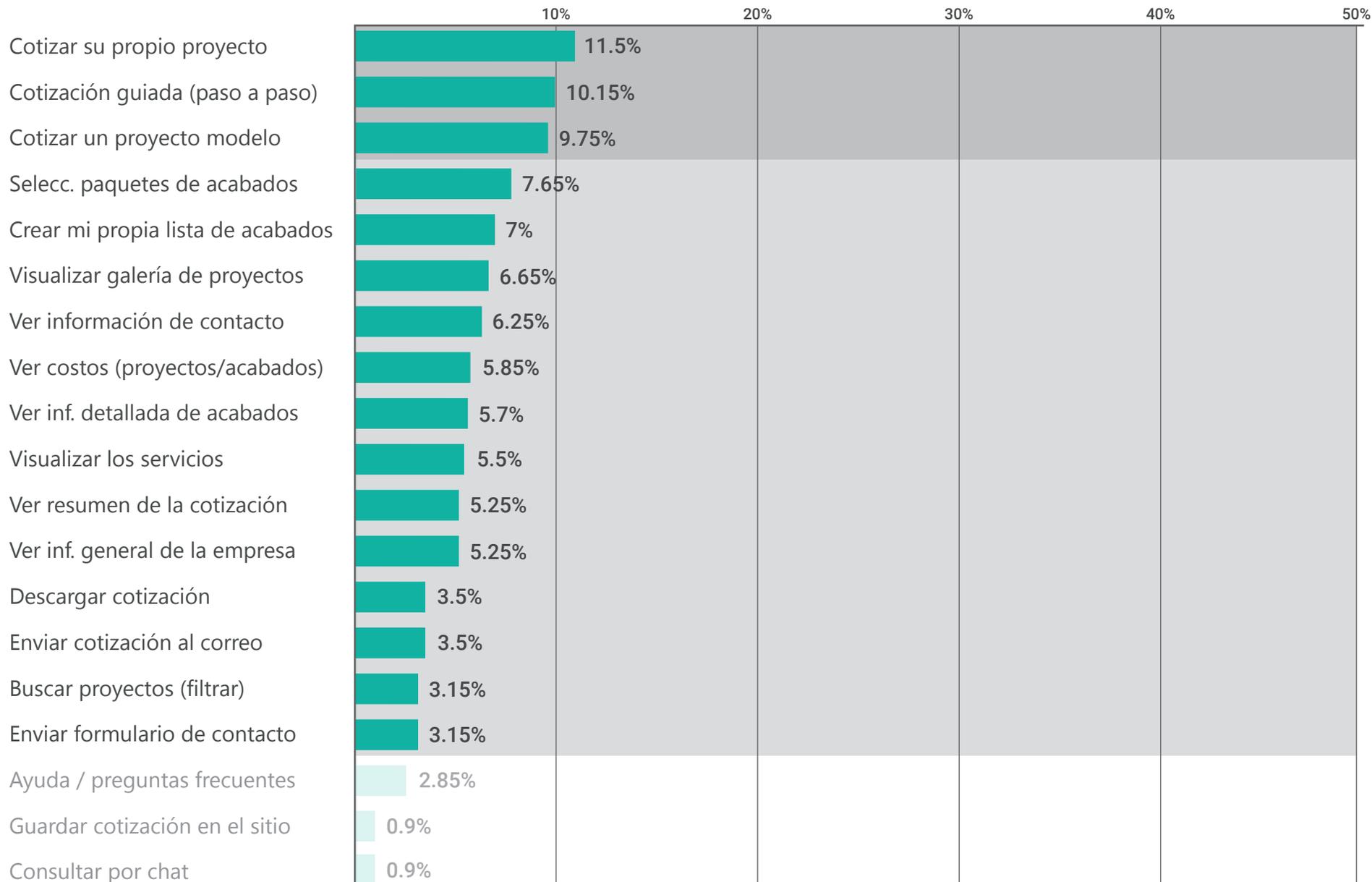
JORGE | EXPERTO

	KARLA   INEXPERTA	SERGIO   DESENTENDIO	JORGE   EXPERTO
Visualizar los servicios	●	●	●
Ver información general de la empresa	●	●	●
Visualizar galería de proyectos	●	●	●
Buscar proyectos (filtrar)	●	●	○
Ver información de contacto	●	●	●
Cotizar su propio proyecto	●	○	●
Cotizar un proyecto modelo (estándar)	○	●	○
Cotización guiada (paso a paso)	●	●	●
Seleccionar paquetes de acabados	○	●	○
Crear mi propia lista de acabados	●	○	●
Ver costos de proyectos y acabados	●	○	●
Ver resumen de la cotización	●	●	●
Ver información detallada de acabados	●	●	○
Guardar cotización en el sitio	●	○	○
Descargar cotización	●	○	●
Enviar cotización al correo	○	●	●
Consultar por chat	●	○	○
Ayuda / preguntas frecuentes	●	●	○
Enviar formulario de contacto	●	●	○

## 2.3 ESTIMACIÓN DE TRÁFICO

	 <b>KARLA   INEXPERTA   30%</b>	 <b>SERGIO   DESENTENDIO   45%</b>	 <b>JORGE   EXPERTO   25%</b>	<b>TOTAL</b>
Visualizar los servicios	1.5%	2.25%	1.75%	5.5%
Ver información general de la empresa	1.5%	2.25%	1.5%	5.25
Visualizar galería de proyectos	3.6%	5.4%	2%	7%
Buscar proyectos (filtrar)	0.9%	2.25%	-	3.15%
Ver información de contacto	1.5%	2.25%	2.5%	6.25%
Cotizar su propio proyecto	4.5%	-	5%	11.5%
Cotizar un proyecto modelo (estándar)	-	6.75%	-	9.75%
Cotización guiada (paso a paso)	0.3%	3.6%	6.25%	10.15%
Seleccionar paquetes de acabados	-	7.65%	-	7.65%
Crear mi propia lista de acabados	3.9%	-	3.75%	6.65%
Ver costos de proyectos y acabados	2.1%	-	3.75%	5.85%
Ver resumen de la cotización	1.5%	2.25%	1.5%	5.25%
Ver información detallada de acabados	2.1%	3.6%	-	5.7%
Guardar cotización en el sitio	0.9%	-	-	0.9%
Descargar cotización	0.6%	-	0.75%	3.5%
Enviar cotización al correo	-	2.25%	1.25%	3.5%
Consultar por chat	0.9%	-	-	0.9%
Ayuda / preguntas frecuentes	0.6%	2.25%	-	2.85%
Enviar formulario de contacto	0.9%	2.25%	-	3.15%

## 2.3 ESTIMACIÓN DE TRÁFICO



## 2.3 | ESTIMACIÓN DEL TRÁFICO

Con la estimación del tráfico se obtienen las necesidades más importantes a satisfacer (aproximadamente el 85%), sin embargo algunas necesidades como "filtrar los proyectos", "enviar cotización al correo" y "enviar el formulario de contacto" son de gran importancia tanto para la empresa como para los usuarios, por esta razón se decide incluir estas necesidades para las siguientes etapas. Por lo tanto, las necesidades de "ayuda / preguntas frecuentes", "guardar cotización en el sitio" y "consultar por chat" serán descartadas.

## 3 | PROPUESTA

Finalizada la etapa de investigación y la definición de los usuarios, se procede a desarrollar la propuesta, cuyo resultado final es una maqueta funcional (mockup) con el diseño del sitio web de la empresa. La primera etapa a desarrollar es la arquitectura alfa, donde se plantea la primer estructura del sitio web.

## 3.1 | ARQUITECTURA ALFA

La primera arquitectura de la información se define con los tres análisis realizados anteriormente: análisis de personas, análisis de necesidades y el análisis de tráfico, además de los supuestos y requerimientos.

Para desarrollar la arquitectura se establecieron las secciones correspondientes a un **Sitio Web Corporativo**:

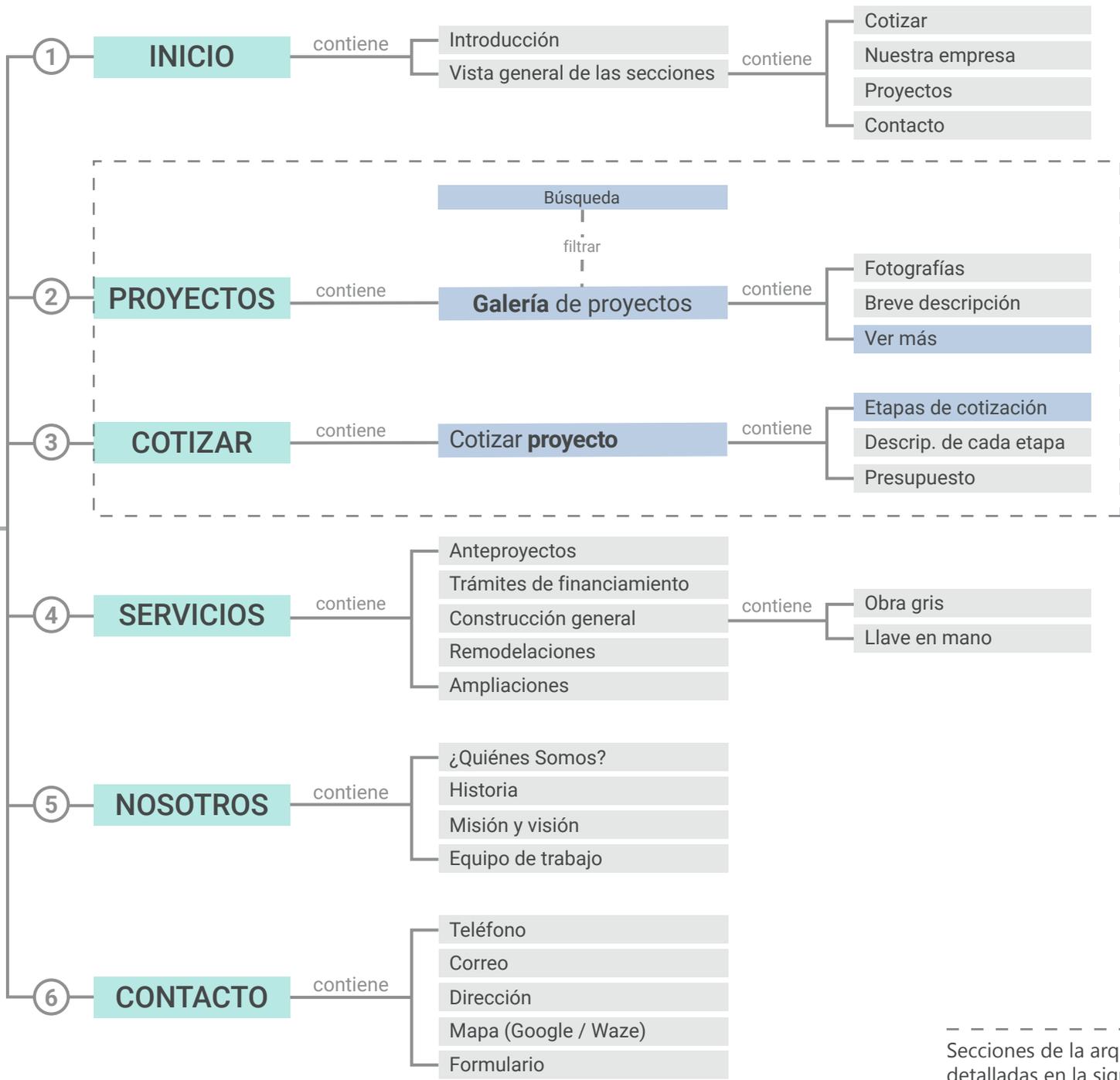
- **Inicio**: introducción del sitio web, onboarding y vista general de las secciones.
- **Nosotros**: información general de la empresa.
- **Proyectos**: galería de proyectos realizados por la empresa.
- **Servicios**: lista de los servicios que brinda la empresa.
- **Contacto**: información de contacto (teléfono, correo...).

Además, se estableció la sección de "**Cotizar**", donde el usuario puede obtener una cotización preliminar y en tiempo real. Esta cotización se realiza por medio de una herramienta interactiva conformada por distintas etapas según el tipo de proyecto:

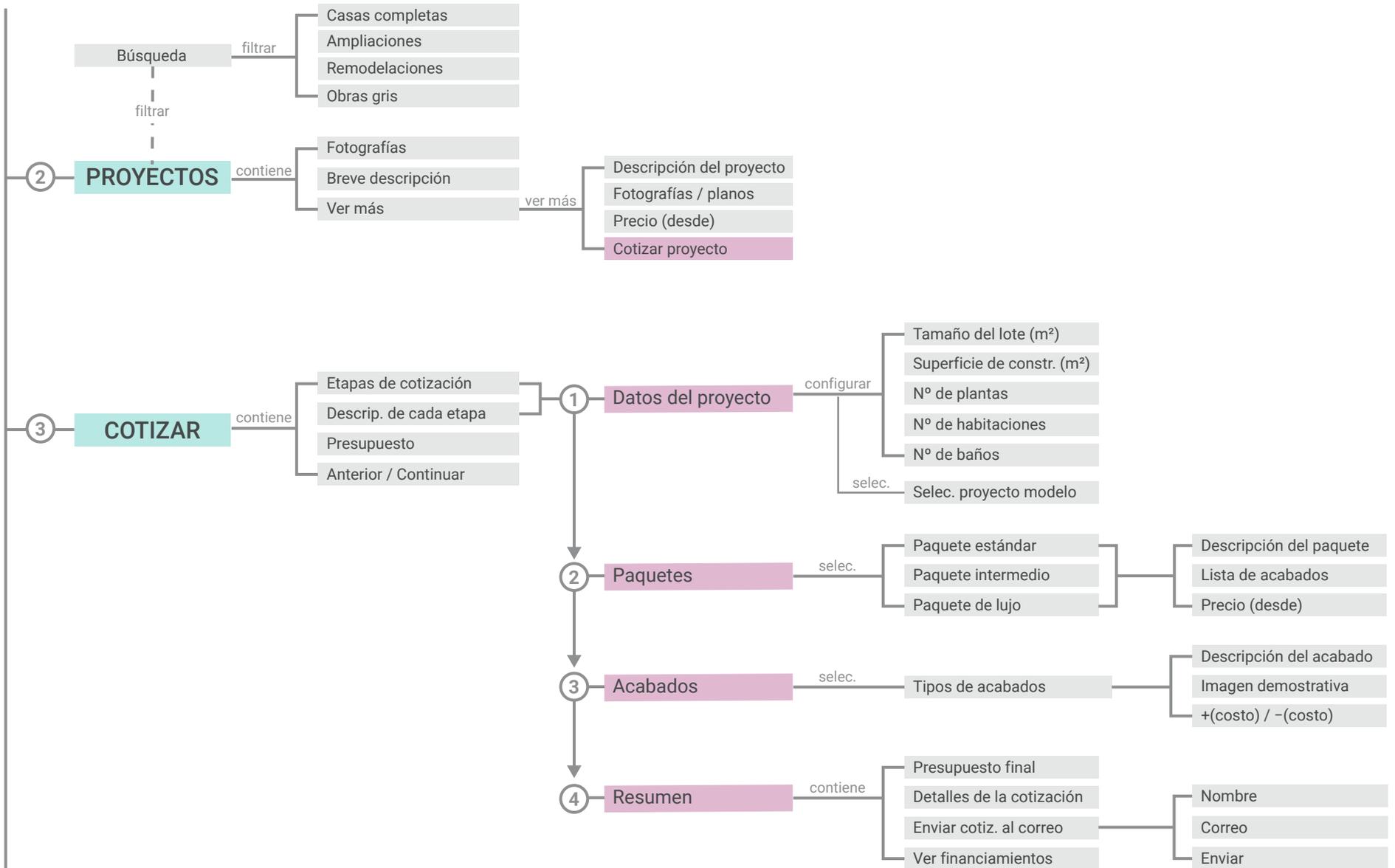
- **Proyecto propio**: se definen todos los datos de la vivienda.
- **Proyecto modelo**: se elige un proyecto modelo de la galería y se cotiza a partir de sus características.

Posteriormente, se realizan las mismas etapas de cotización: se elige el paquete de acabados (estándar, intermedio o de lujo) y de igual forma se pueden seleccionar, cambiar o descartar algún tipo de acabado de la lista.

# SITIO WEB



Secciones de la arquitectura alfa detalladas en la siguiente página



## 3.2 | CARDSORTING

### METODOLOGÍA

El cardsorting tiene como objetivo validar la **nomenclatura de los conceptos y la estructura** establecidos en la arquitectura, ya que se logra visualizar en un **dendograma** las categorías y grupos organizados por los tester.

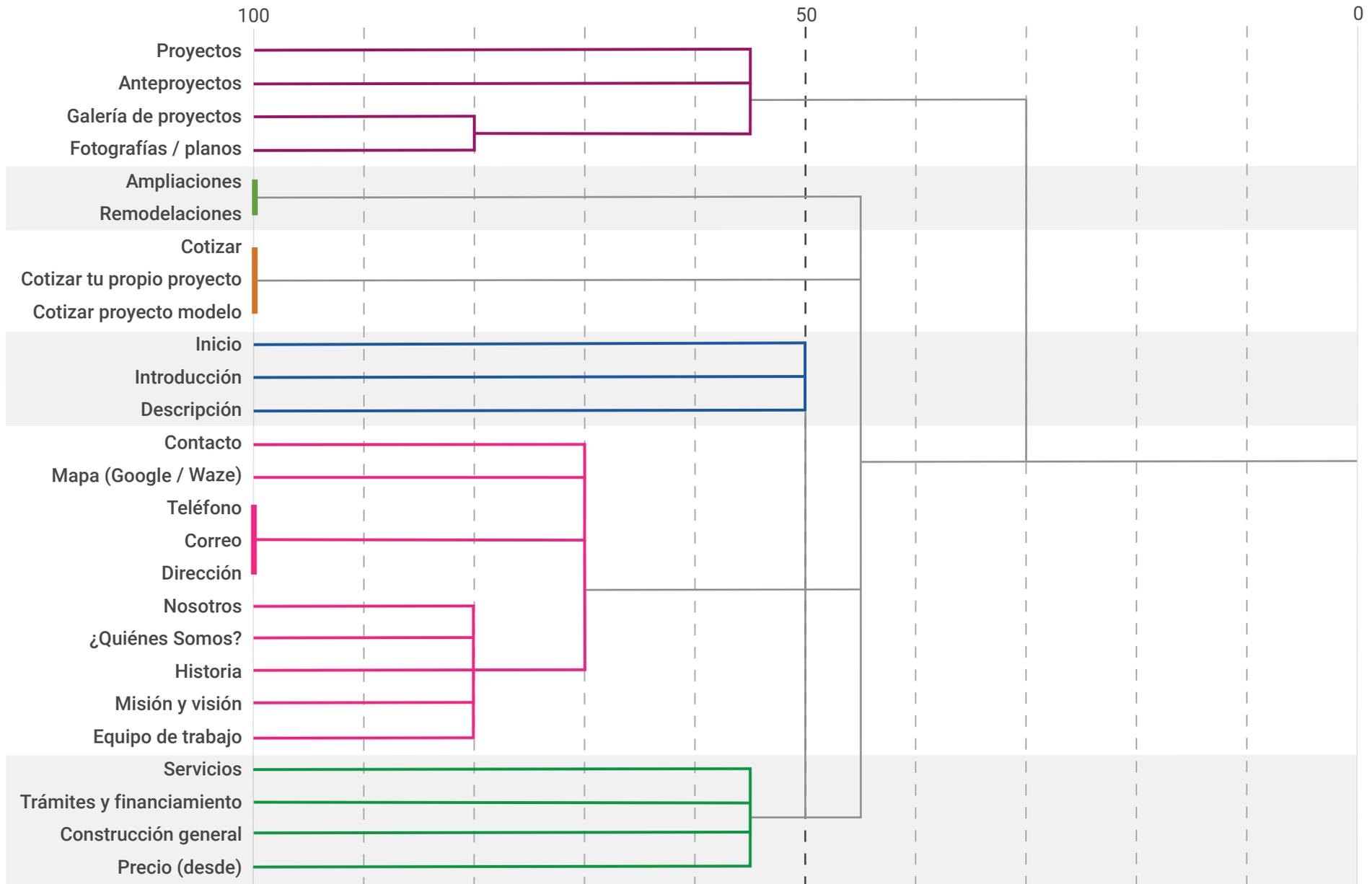
Se realizaron dos cardsorting, cada uno fue aplicado a **9 tester (3 por cada tipo de usuario)**. Además, fueron "cardsorting abiertos", de esta forma se puede verificar si los nombres de las secciones o de los grupos están correctamente definidos.

### OBSERVACIONES

- En el primer cardsorting se pusieron a prueba las secciones principales, esto con el fin de verificar la nomenclatura de los conceptos principales (Inicio, Cotizar, Proyectos, Nosotros y Contacto), cabe destacar que las secciones de "Inicio", "Nosotros" y "Contacto" son secciones de carácter informativo (propias de una página web corporativa).
- En el segundo cardsortig se pusieron a prueba las secciones de "Cotizar" y "Proyectos", estas secciones son de gran importancia para los usuarios. Además, estas dos secciones poseen más elementos de interacción con el usuario, por lo que es importante su análisis detallado.

Botón de cerrar, permite regresar a la página principal.

## 3.2 | CARDSORTING



## 3.2 | CARDSORTING

### COMENTARIOS

En el momento de realizar el cardsorting, los tester comentaron detalles acerca de los conceptos y su estructura:

"Dentro de "galería de proyectos" colocaría los siguientes terminos: una fotografía o plano, una descripción del proyecto con sus características, el precio del proyecto y la opción de que me envíe a cotizar ese proyecto".

"Cotizar" creo que es importante que esté fuera porque sería para lo principal que ingresaría a la página".

### RESULTADOS

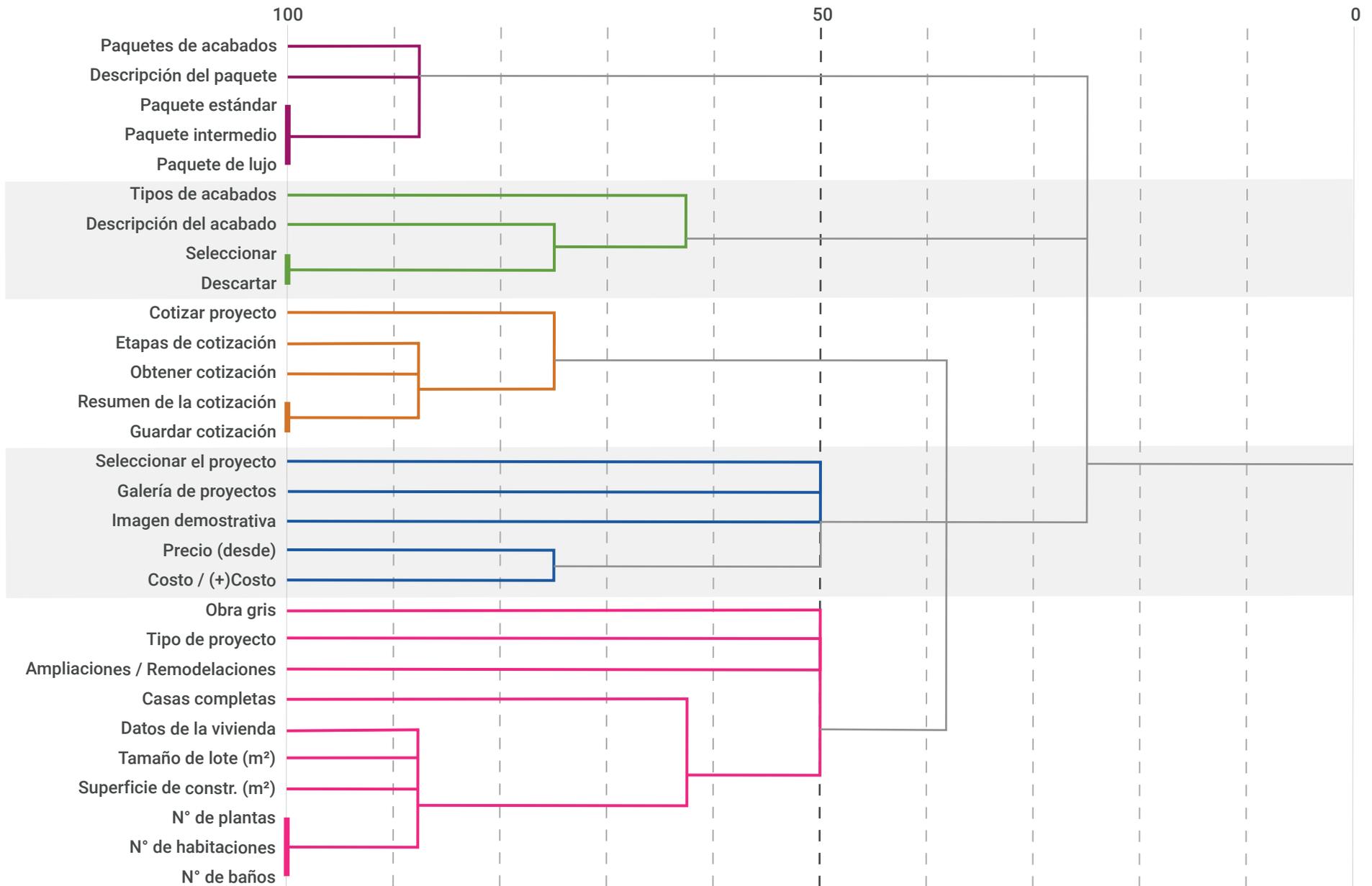
- La mayoría de los tester no conocen el concepto "Anteproyectos", al final de la prueba se mencionó que "Anteproyectos" se trata de "Diseño y Planos" previos a la construcción, por lo que prefieren este concepto.
- La mayoría de tester nombraron la sección "Nosotros" con el concepto de "Empresa", por esta razón se debe modificar.
- El 70% de los tester agruparon las secciones de "Contacto" y "Nosotros" en un solo grupo.

### LISTA DE CONCEPTOS Y SU REDEFINICIÓN

Con el cardsorting realizado se encontraron problemas de nomenclatura, los tester no entendieron varios conceptos de la lista. Además, nombraron diferente algunas secciones principales. Por esta razón, los nombres usados para estos conceptos se deben modificar.

Proyectos	Mapa (Google / Waze)
<del>Anteproyectos</del> Diseño y planos	Teléfono
Galería de proyectos	Correo
Fotografías / planos	Dirección
Ampliaciones	<del>Nosotros</del> Empresa
Remodelaciones	¿Quiénes Somos?
Cotizar	Historia
Cotizar tu propio proyecto	Misión y visión
Cotizar proyecto modelo	Equipo de trabajo
Inicio	Servicios
Introducción	Trámites y financiamiento
<del>Descripción</del> Descripción del proyecto	Construcción general
Contacto	Precio (desde)

## 3.2 CARDSORTING



## 3.2 | CARDSORTING

### COMENTARIOS

En el momento de realizar el cardsorting, los tester comentaron detalles acerca de los conceptos y su estructura:

“Las cotizaciones las dividí en dos grupos, lo interpreté como cotizaciones con datos muy específicos de lo que yo quiero y otra cotizaciones de construcciones ya existentes”.

“Tuve confusión en clasificar los que tenían que ver con cotización, como cotizar proyecto propio y cotizar proyecto modelo, siento que es mejor como un filtro para realizar la cotización según el tipo de proyecto o cotización, también agregaría una tarjeta de acabados y de paquetes”.

### RESULTADOS

- El 100% de los tester nombraron la etapa “Tipos de acabados” como “Acabados”.
- El 90% de los tester agruparon correctamente las etapas de “Paquetes de acabados” y “Datos de la vivienda”.
- Los tester nombraron la etapa “Paquetes de acabados” correctamente o la sustituyeron solamente por “Paquetes”.
- El 100% de los tester agruparon “Cambiar acabado” y “Descartar acabado”.

### LISTA DE CONCEPTOS Y SU REDEFINICIÓN

Con el cardsorting realizado se encontraron problemas de nomenclatura, los tester no entendieron varios conceptos de la lista (estos conceptos se deben modificar).

<del>Paquetes de acabados</del> Paquetes	Galería de proyectos
Descripción del paquete	Imagen demostrativa
<del>Paquete estándar</del> Estándar	Precio (desde)
<del>Paquete intermedio</del> Intermedio	Costo / (+)Costo
<del>Paquete de lujo</del> De lujo	Obra gris
<del>Tipos de acabados</del> Acabados	Tipo de proyecto
Descripción del acabado	Ampliaciones / Remodelaciones
Cotizar proyecto modelo	Casas completas
Cotizar proyecto propio	Datos de la vivienda
Etapas de cotización	Tamaño de lote (m <sup>2</sup> )
Resumen de la cotización	Superficie de constr. (m <sup>2</sup> )
Guardar cotización	N° de plantas
Seleccionar el proyecto	N° de habitaciones

## 3.3 | NAVIGATION PATHS

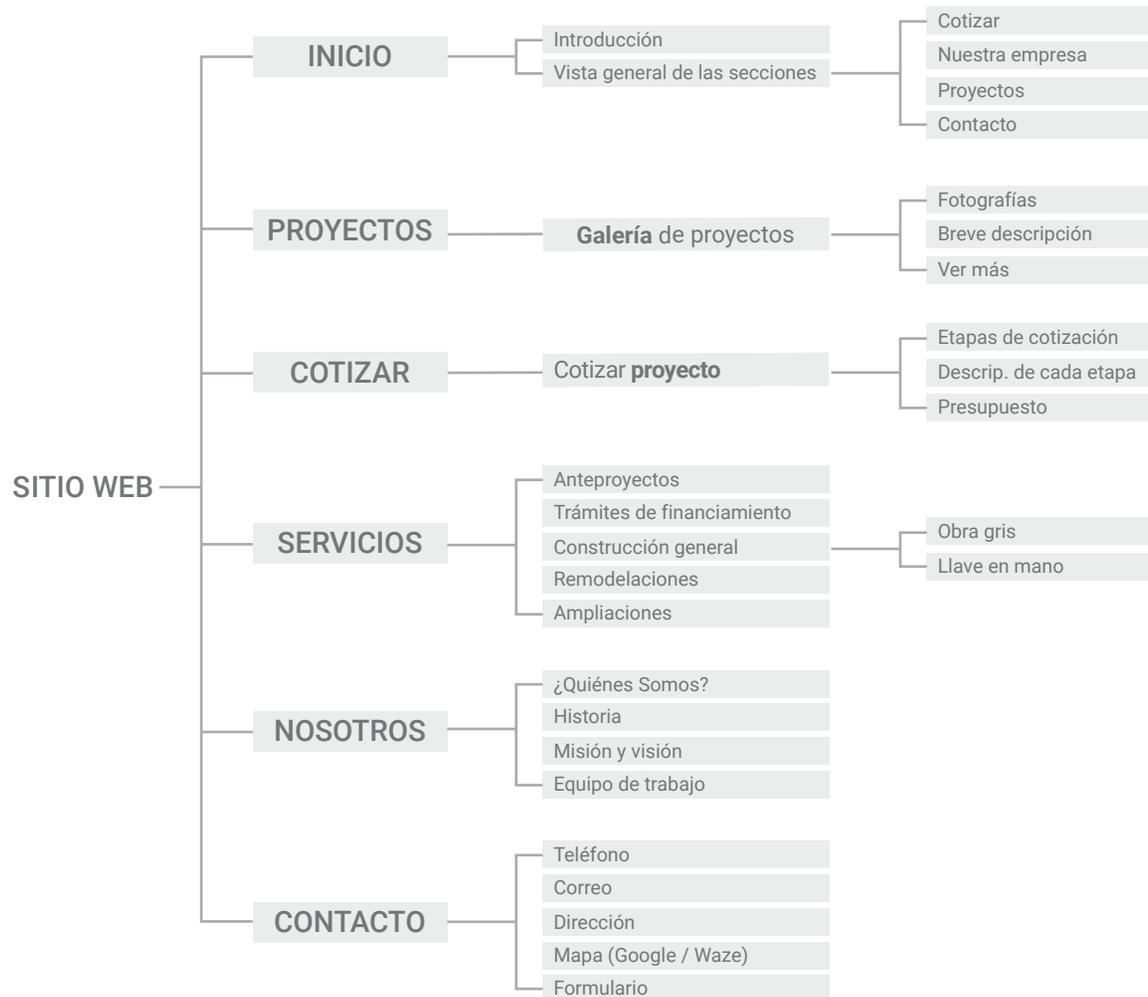
Con la información obtenida en el cardsorting se rediseña la arquitectura alfa y se realizan los navigation-paths, estos son los caminos o pasos necesarios que deben realizar los usuarios para llevar a cabo distintas tareas.

Para realizar los navigation-paths se establecieron distintas tareas, tomando como referencia las necesidades principales.

## 3.3 NAVIGATION PATHS

Comentario:

Acceder a las secciones principales se realiza con un solo click, debido a que todas se encuentran en el menú principal.



# 3.3 NAVIGATION PATHS

## TAREA:

1. Ver en la galería de proyectos las casas completas

Comentario: disminuir la búsqueda del tipo de proyecto a 2 pasos

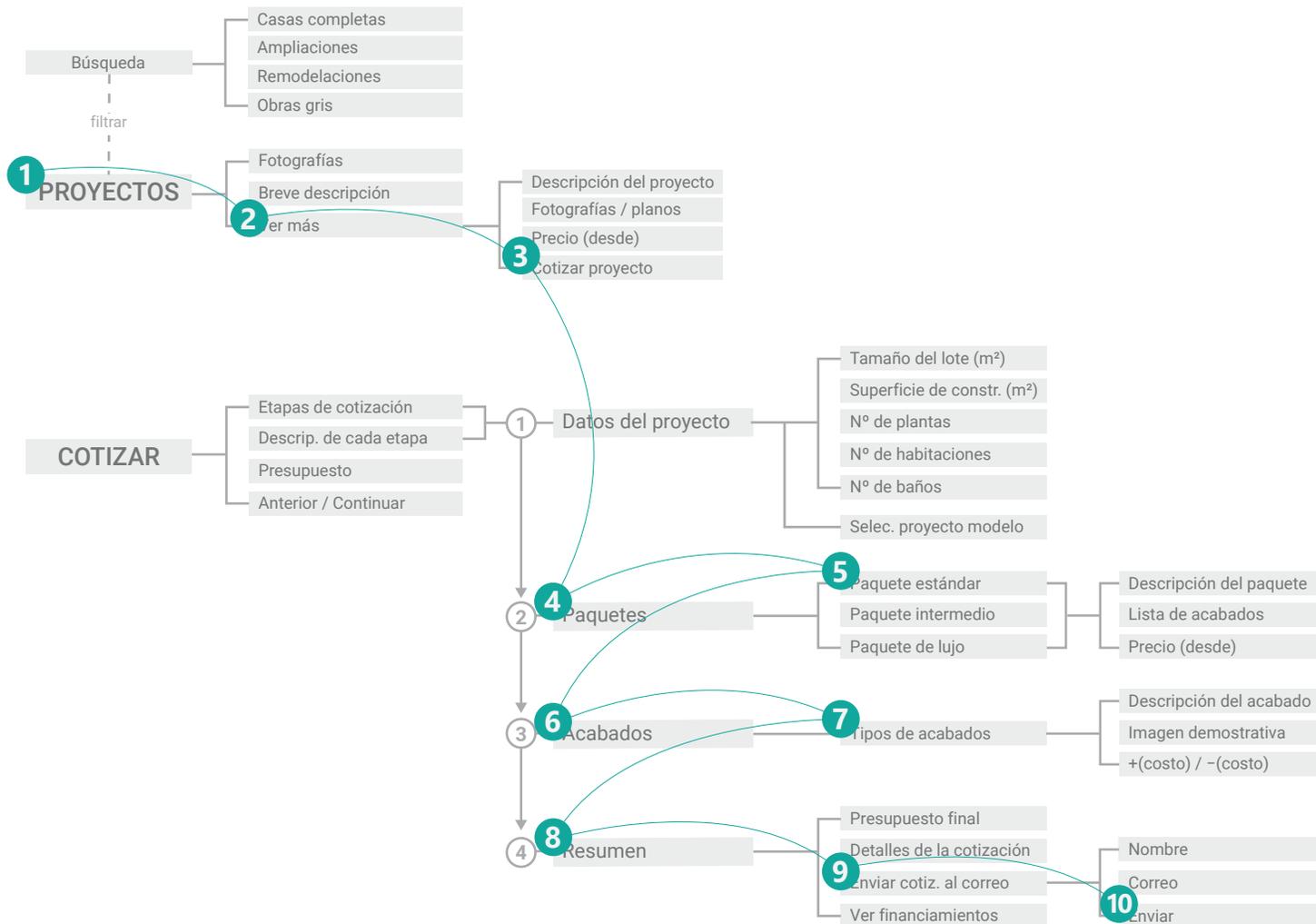


# 3.3 NAVIGATION PATHS

## TAREA:

1. Ver los proyectos de la galería y cotizar alguno

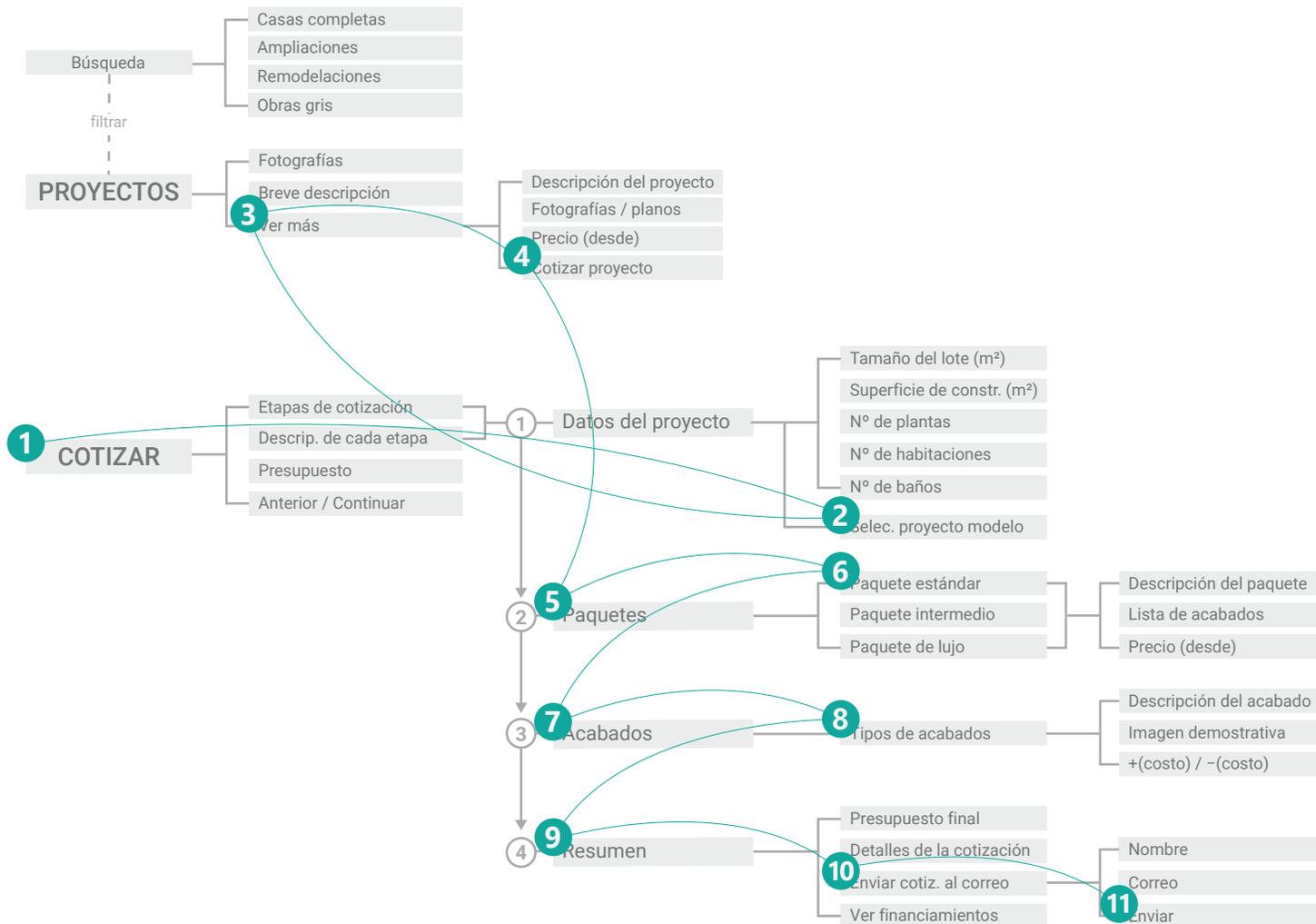
Comentario: botón de cotizar afuera y adentro de cada proyecto



# 3.3 NAVIGATION PATHS

## TAREA:

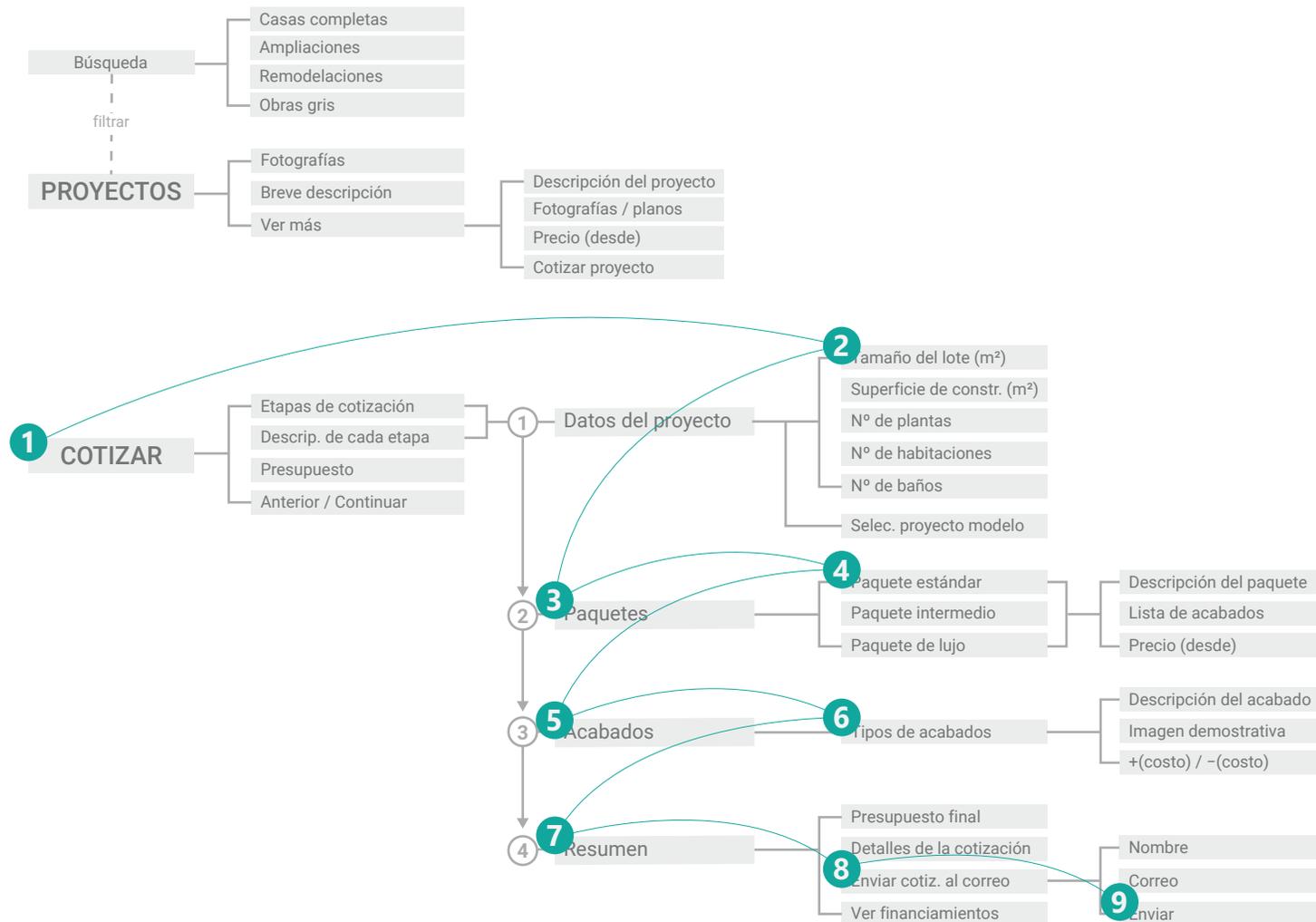
- 1. Ir a la herramienta de cotizaciones y cotizar un proyecto modelo  
Comentario: botón de cotizar afuera y adentro de cada proyecto



# 3.3 NAVIGATION PATHS

## TAREA:

1. Ir a la herramienta de cotizaciones y cotizar un proyecto propio



## 3.4 | WIREFRAMES

Los wireframes se realizan para analizar la estructura general del sitio (distribución de elementos en los diferentes escenarios de cada interfaz), estos son diagramaciones sin color ni detalle gráfico, debido a que realizan para verificar el diseño de la jerarquía de los escenarios y sus elementos, junto con los patrones de diseño.

# 3.4 | WIREFRAMES

## INICIO

English Français

COTIZAR PROYECTOS SERVICIOS EMPRESA CONTACTO

### BIENVENIDO A

Nos encargamos de construir su sueño.  
¡Obtenga una cotización previa de su Proyecto!

COTIZAR

### COTIZAR

Etapas para realizar la cotización de su proyecto

- 1. DATOS DEL PROYECTO**  
Brinde los datos de su proyecto o seleccione un proyecto modelo de nuestra galería.
- 2. PAQUETES**  
Seleccione el tipo de paquete de acabados que desee: Estándar, Intermedio y de Lujo.
- 3. ACABADOS**  
Seleccione a detalle los acabados (puede elegir acabados de otros paquetes).
- 3. RESUMEN**  
Repase el resumen de su cotización, facilite un correo y le enviaremos su cotización.

### ¿QUIÉNES SOMOS?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue

aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue

SABER MÁS

### PROYECTOS

Visita nuestra galería de proyectos

- CASAS COMPLETAS**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod  
VER PROYECTOS
- AMPLIACIONES**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod  
VER PROYECTOS
- REMODELACIONES**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod  
VER PROYECTOS
- OBRAS GRIS**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod  
VER PROYECTOS

### CONTACTO

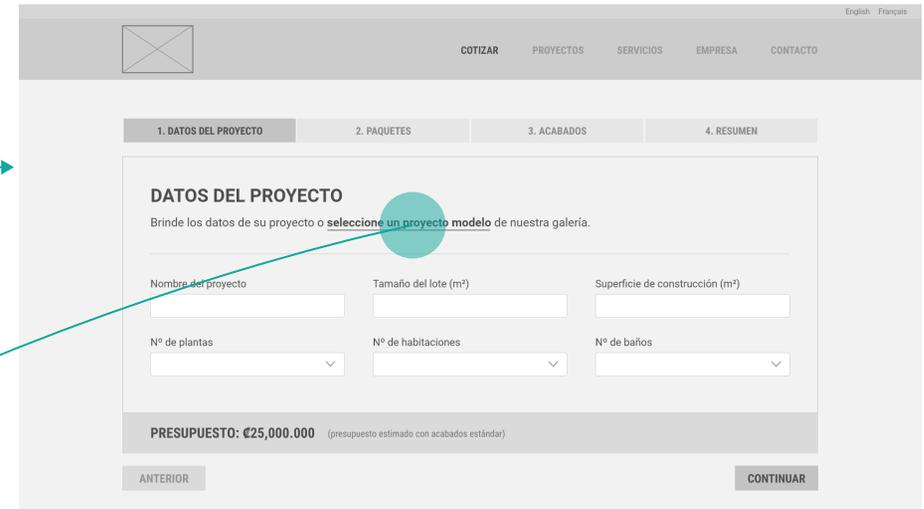
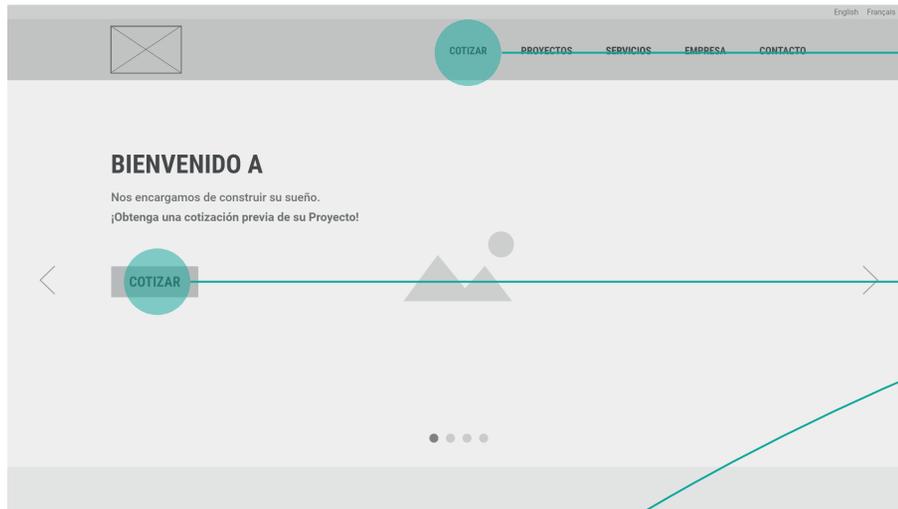
**PUEDA LLAMAR O ESCRIBIR:**  
Teléfono: 914-135-288  
E-mail: info@misitio.com

**OFICINA:**  
Dirección: Av. Los Rosales 122, 28021, Madrid.

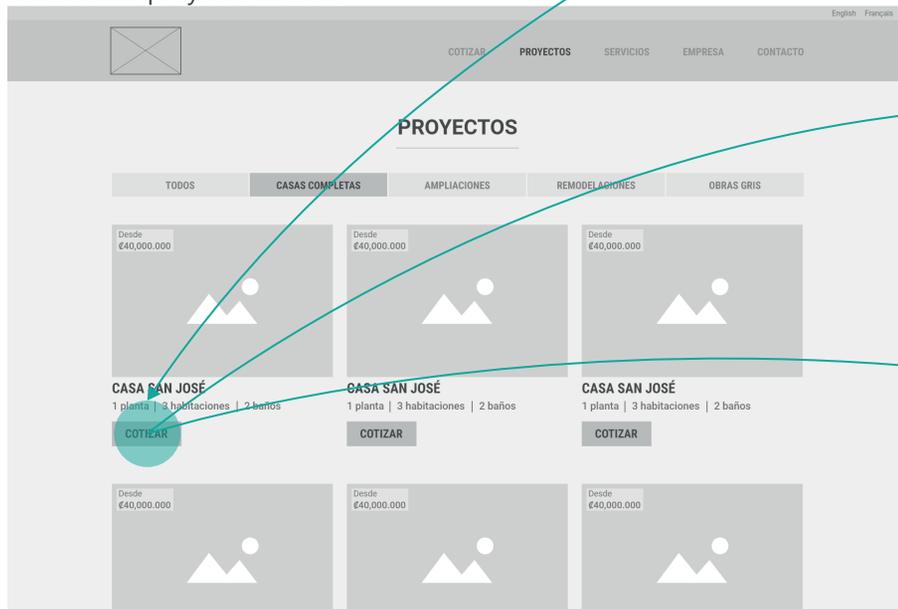
Para todo tipo de preguntas, comentarios e inquietudes.

# 3.4 | WIREFRAMES

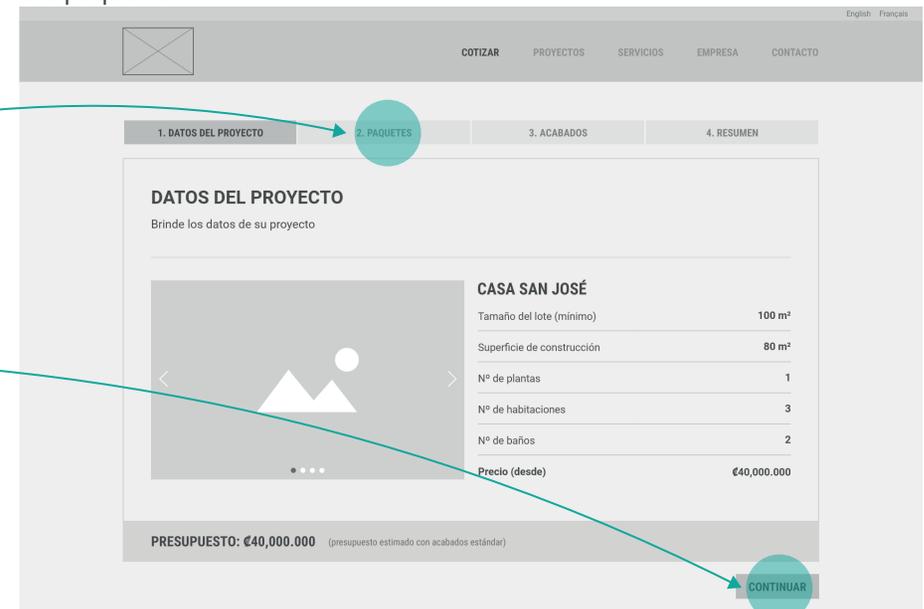
## COTIZAR



## Seleccionar proyecto modelo

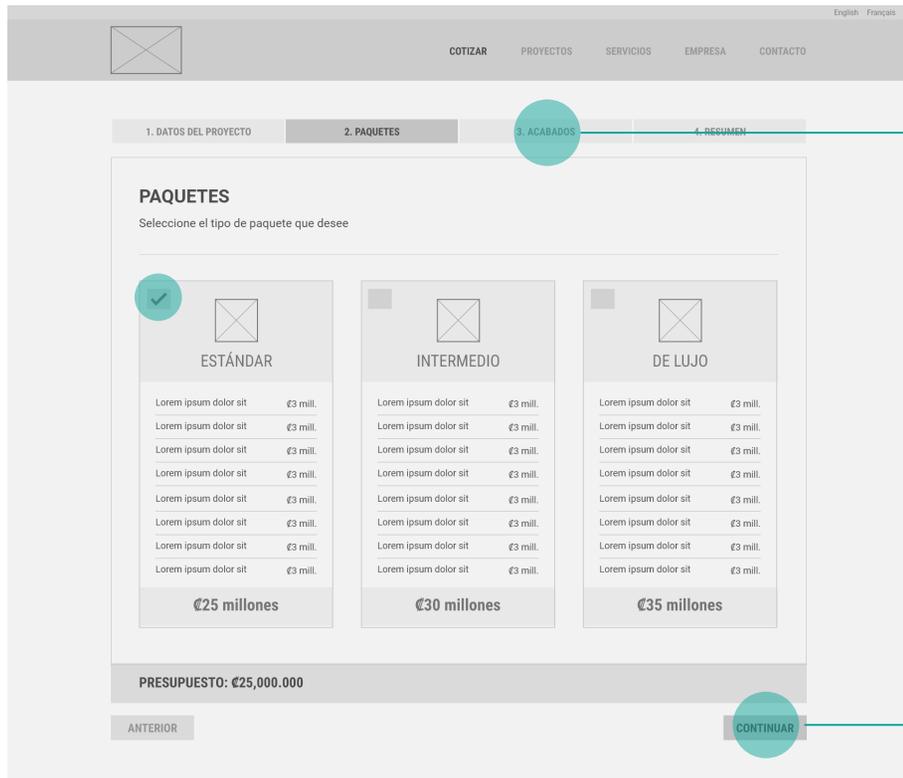


## Ir a paquetes

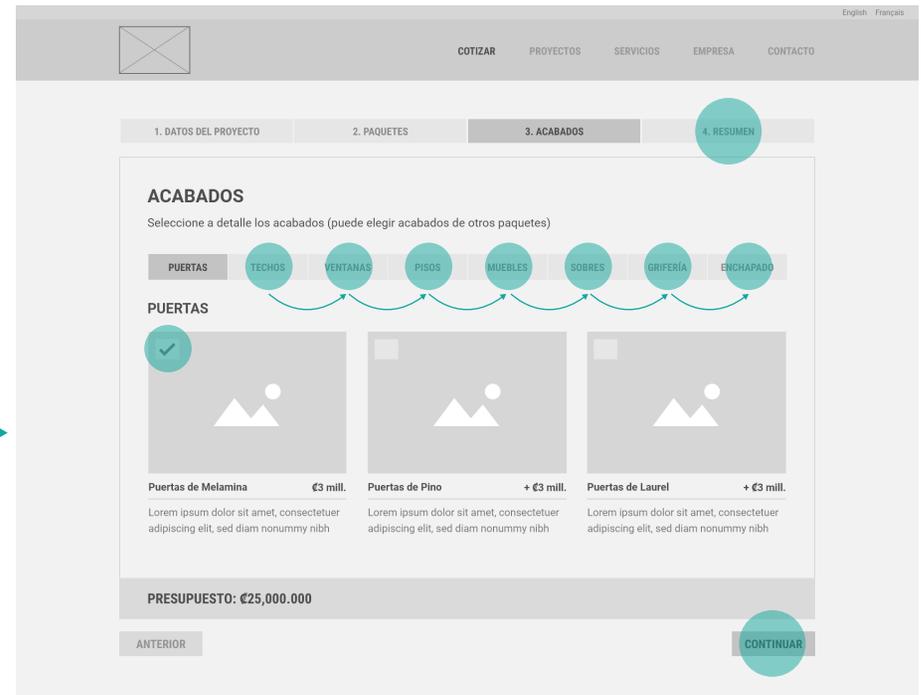


# 3.4 | WIREFRAMES

## COTIZAR



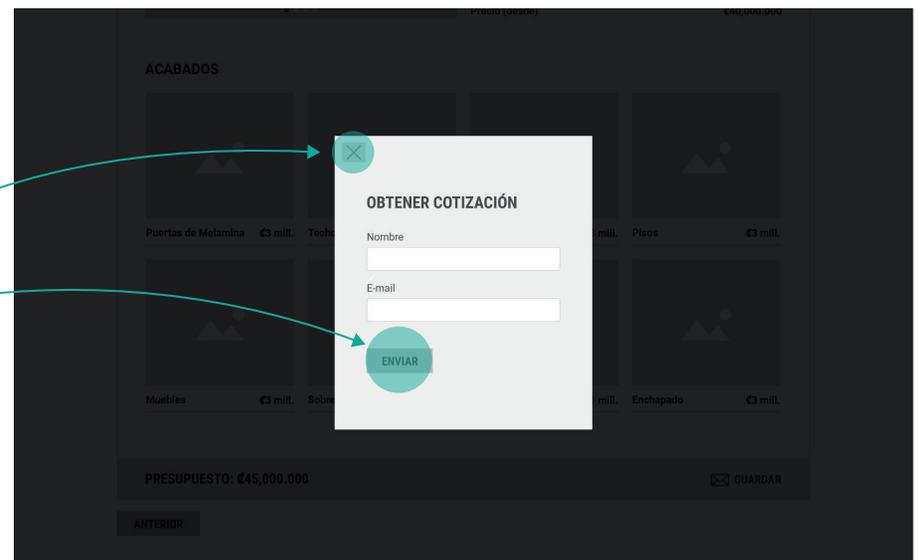
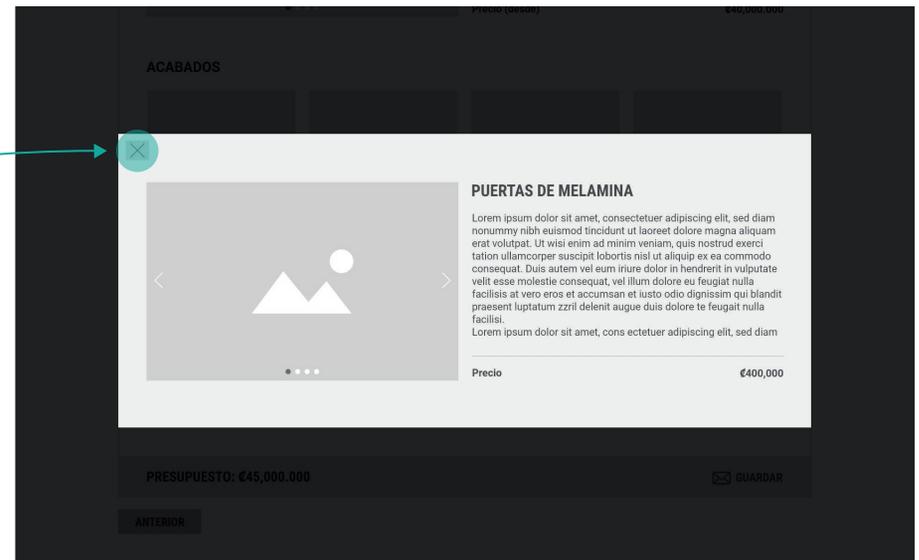
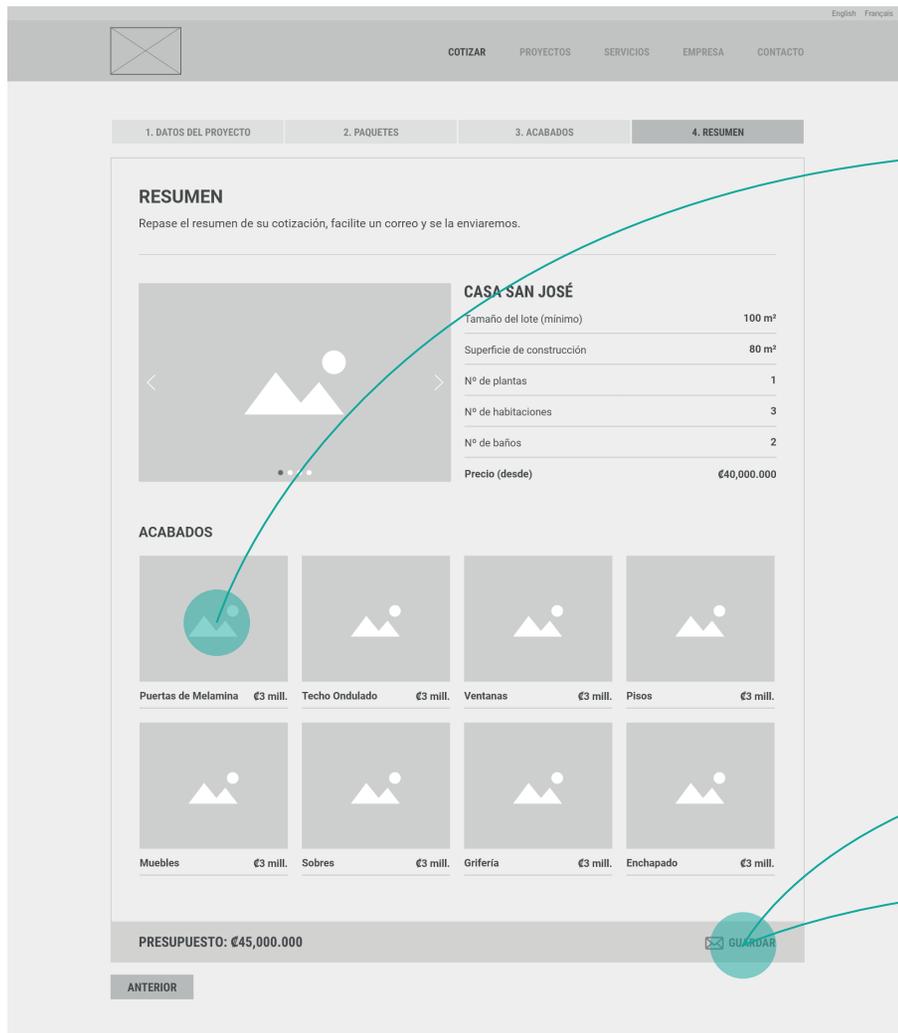
Seleccionar un paquete



Seleccionar tipos de acabados

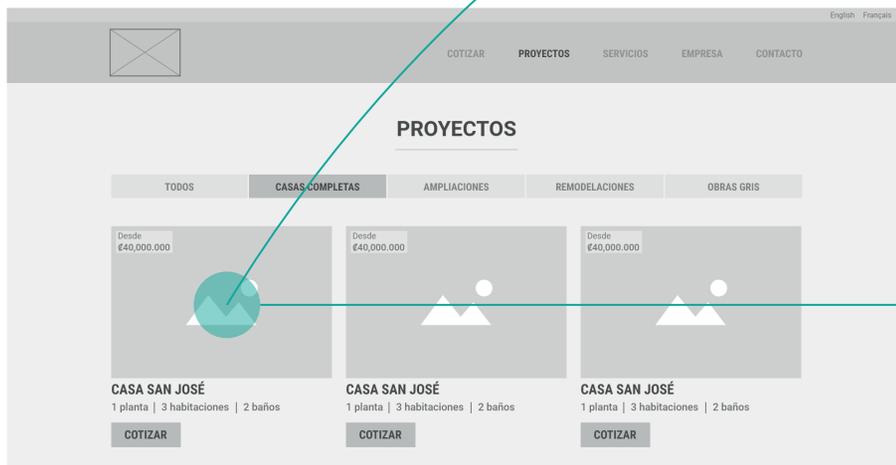
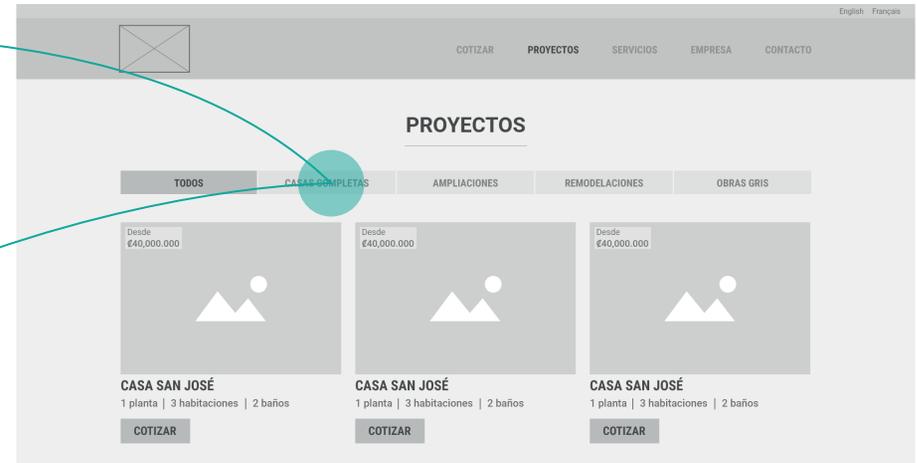
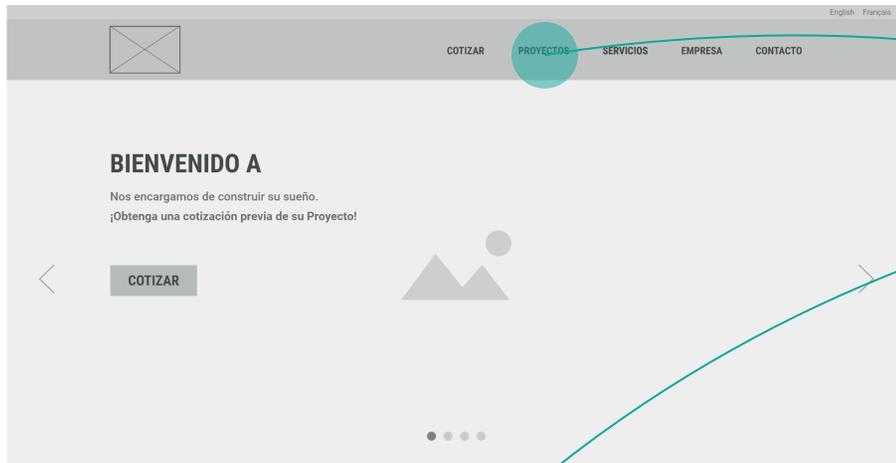
# 3.4 | WIREFRAMES

## COTIZAR



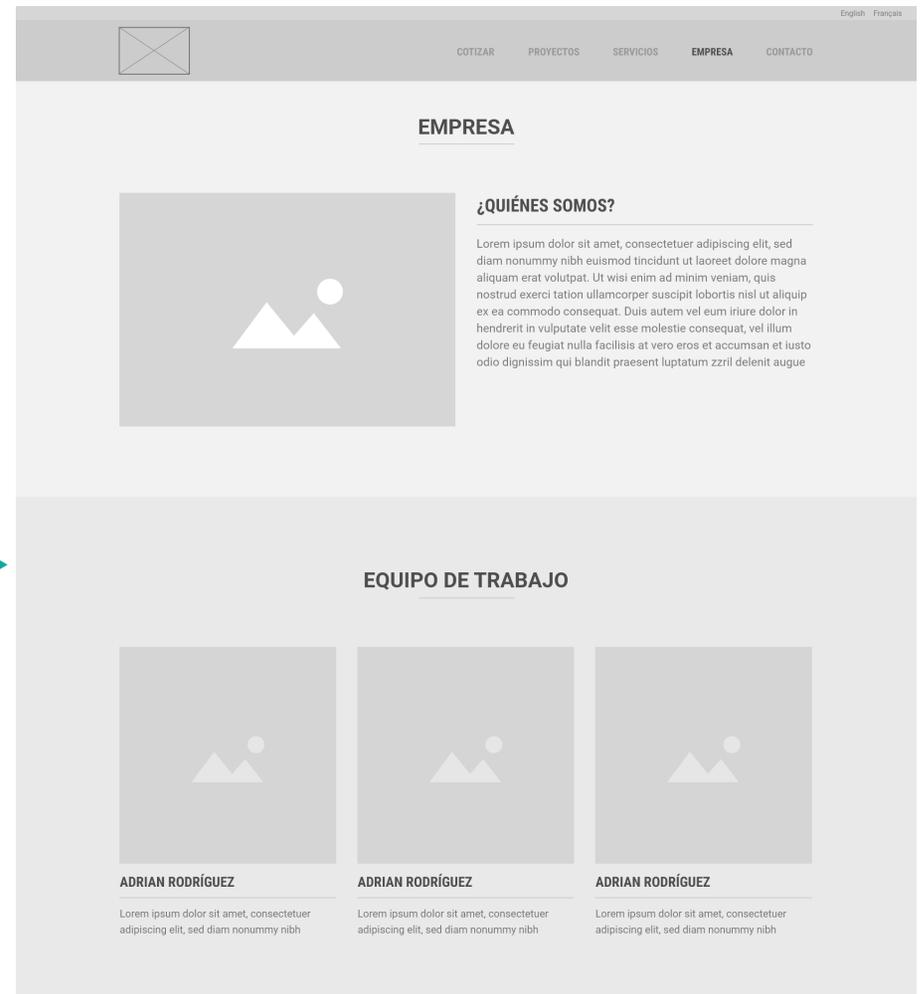
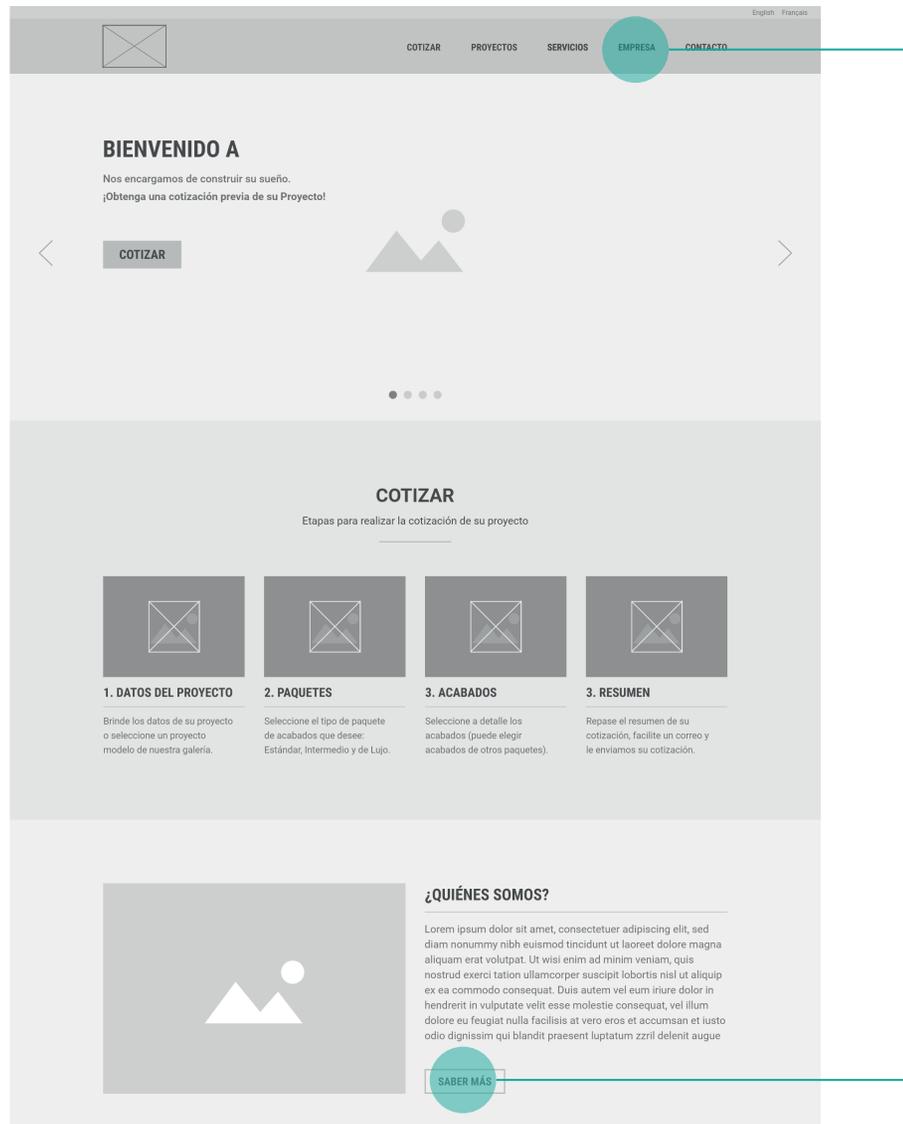
# 3.4 | WIREFRAMES

## PROYECTOS



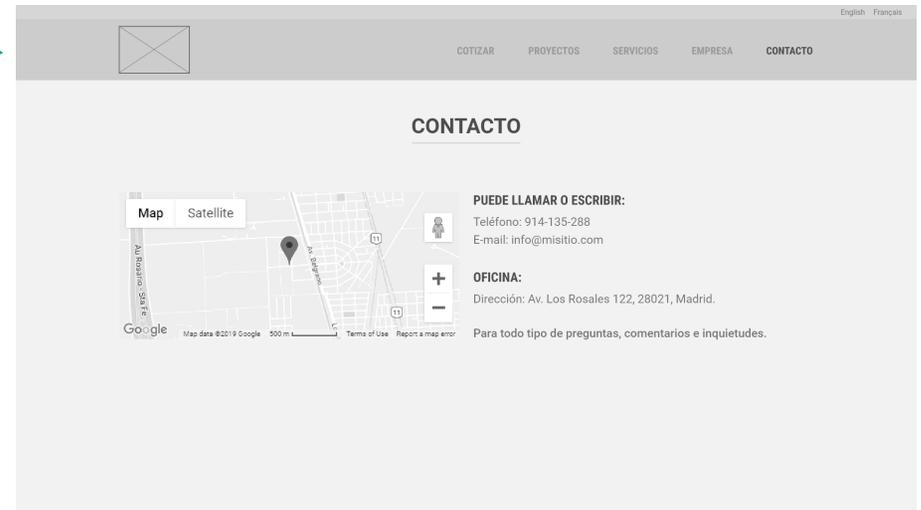
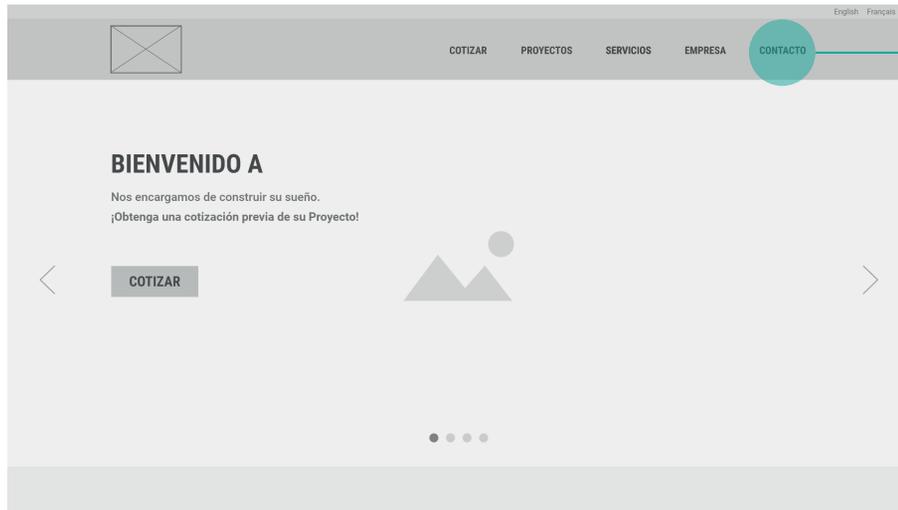
# 3.4 | WIREFRAMES

## EMPRESA



# 3.4 | WIREFRAMES

## CONTACTO



## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### **METODOLOGÍA**

El paper prototyping es una herramienta donde se construye una maqueta de la interfaz, con esta maqueta se ponen a prueba los usuarios por medio de una serie de tareas o escenarios. El objetivo principal, es probar la navegación, la arquitectura alfa, los patrones de diseño, la jerarquía y secuencia de lectura de los elementos de la interface.

Esta prueba fue aplicada a 6 tester (2 por cada tipo de usuario) por medio de una herramienta digital con diferentes pantallas, botones y escenarios.

## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 1

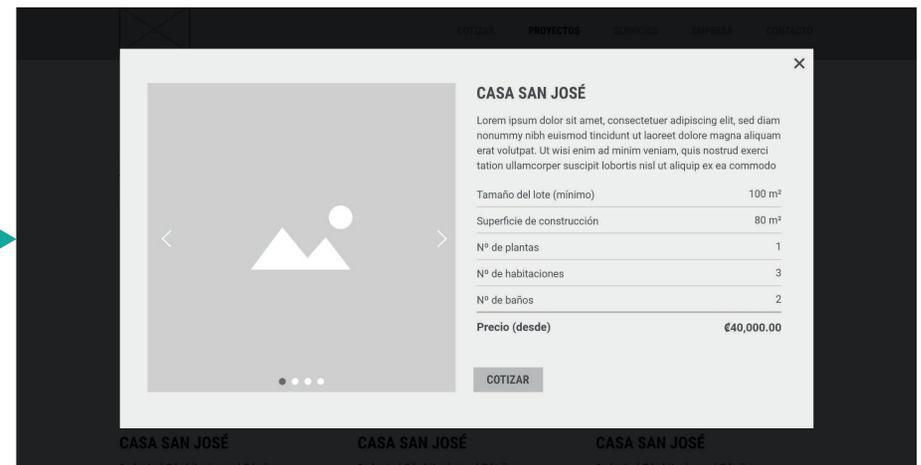
#### Objetivo:

Ver los proyectos de la empresa en detalle, especialmente las casas completas.

#### Observaciones:

Los usuarios sabían dónde encontrar los proyectos de la empresa y buscar el tipo de proyecto de "Casas completas", sin embargo se les dificultó o no sabían a donde hacer click para ver más información de cada proyecto.

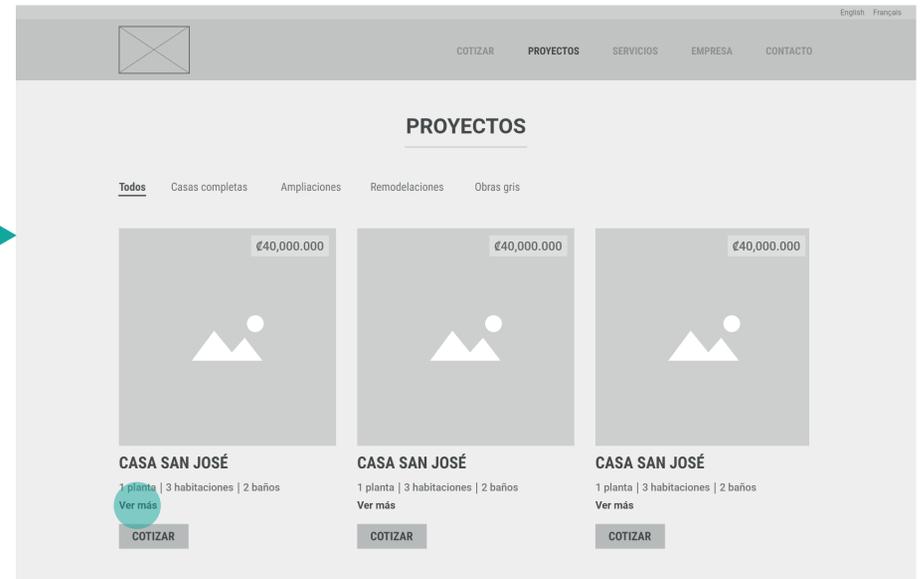
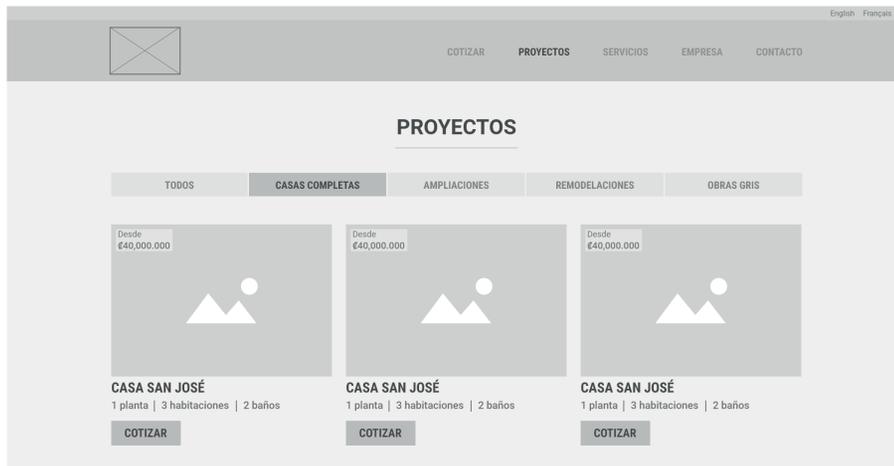
**Cambio:** desplegar la información de cada proyecto en un "pop up" en lugar de una pantalla adicional.



## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 1

**Cambio:** agregar un botón de “Ver más” para visualizar más información de cada proyecto.



Se generaron otras modificaciones en las dimensiones de los elementos y el tipo de menú de búsqueda.

## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 2

#### **Objetivo:**

Cotizar su proyecto propio.

#### **Observaciones:**

Este tipo de tareas incluye una serie de etapas, la herramienta se encarga de orientar a la persona en cada uno.

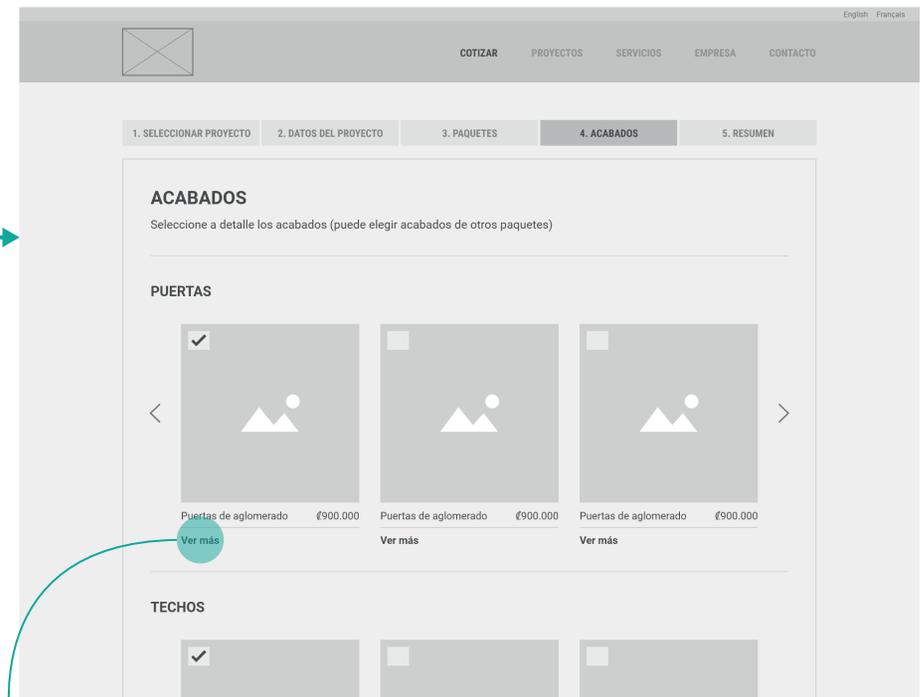
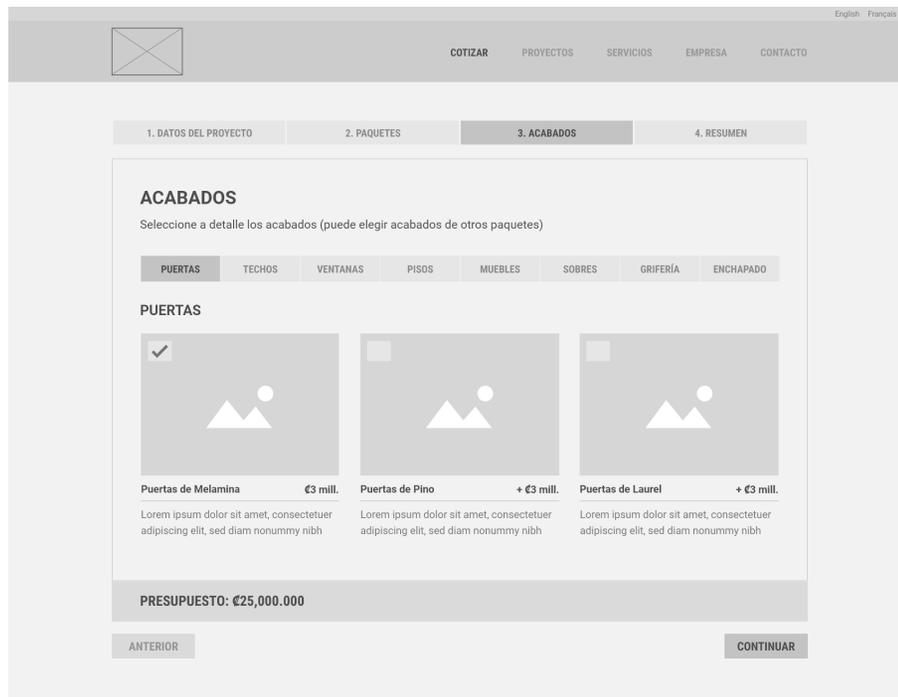
#### **Observaciones por etapa:**

1. Datos del proyecto: los usuarios comprendieron como brindar los datos del proyecto.
2. Paquetes: los usuarios seleccionaron correctamente los paquetes.
3. Acabados: los usuarios seleccionaron correctamente los acabados, sin embargo no comprendían el submenú de acabados; además no sabían a donde hacer click para ver más información de cada acabado.
4. Resumen: los usuarios entendieron la etapa de "resumen" y como guardar la cotización. Sin embargo, no sabían a donde hacer click para ver más información de cada acabado (similar a la etapa anterior). Además, el aviso de financiamientos fue ignorado totalmente.

## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 2

**Cambio:** proponer otro tipo de menú para los acabados u otra forma de presentar esta información.

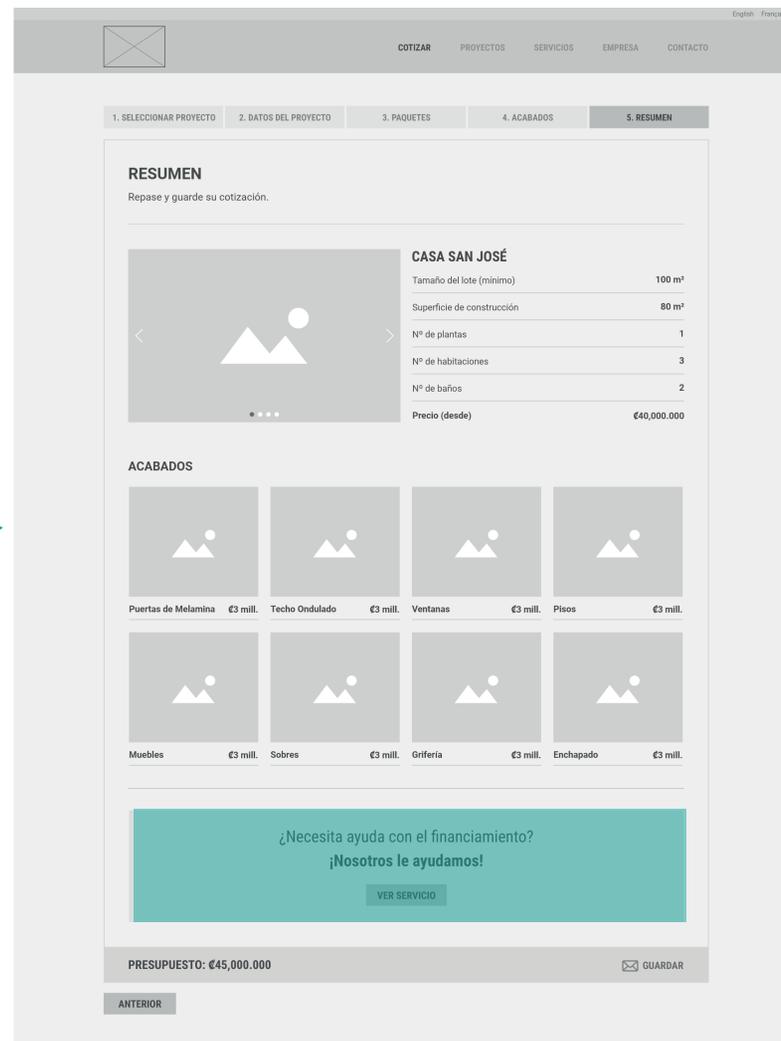
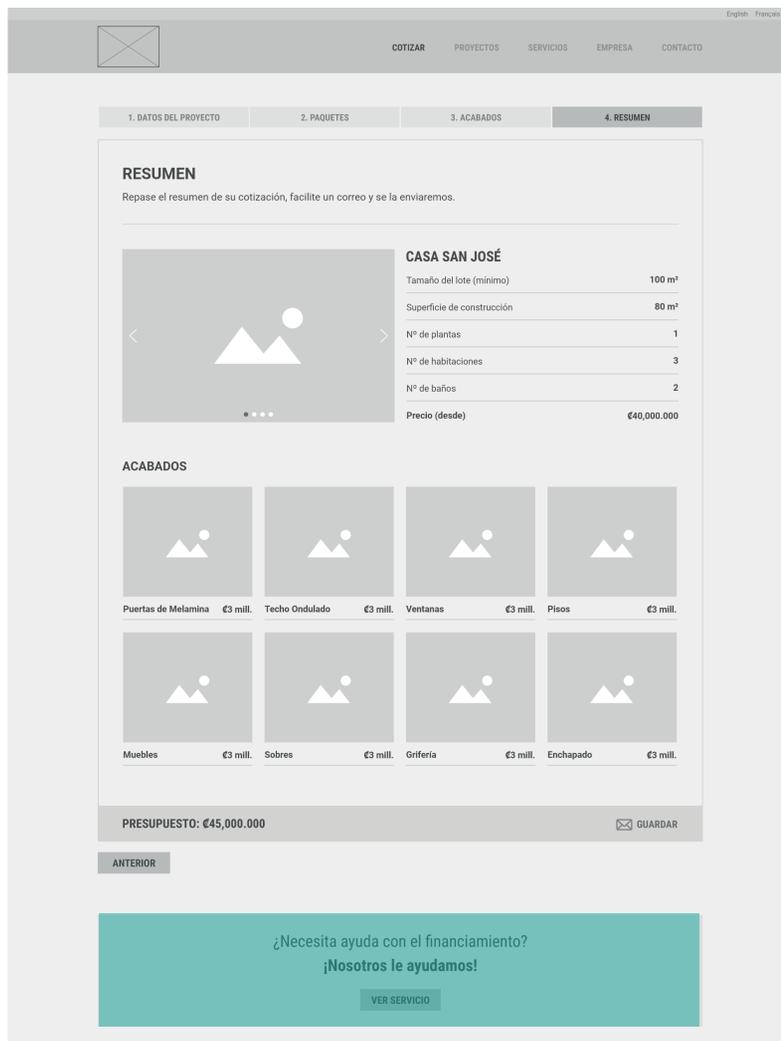


**Cambio:** agregar un botón de "Ver más" para visualizar más información de los acabados.

# 3.5 | PAPER PROTOTYPING

## TAREA 2

**Cambio:** cambiar de posición el aviso de financiamientos para que los usuarios lo tomen en cuenta.



## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 3

#### **Objetivo:**

Cotizar un proyecto de la empresa

#### **Observaciones:**

Este tipo de tareas incluye una serie de etapas, la herramienta se encarga de orientar a la persona en cada uno. En la tarea 2 y 3 se presentaron los mismos problemas en las etapas de "Paquetes", "Acabados" y "Resumen", sin embargo en la etapa inicial de "Datos del proyecto" se generó mayor confusión.

#### **Observaciones de la etapa "Datos del proyecto":**

- La mayoría de los usuarios no sabían cómo seleccionar un proyecto modelo (regresaron al inicio y se dirigían a "Proyectos").
- Los usuarios que sí comprendieron como seleccionar un proyecto desde la sección "Cotizar", les generó confusión que este botón los dirigiera a la sección de proyectos.
- Los usuarios recomendaron que desde la herramienta de cotizar se puedan ver y elegir los proyectos disponibles para cotizar, sin la necesidad de ir a la sección de "Proyectos").

## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 3

**Cambio:** agregar otra etapa donde el usuario seleccione el tipo de proyecto que desea realizar.

The image displays two wireframe screenshots of a web application interface, connected by a green arrow pointing from left to right, indicating a transition in the user flow.

**Left Screenshot (Current State):**

- Header:** Includes a logo placeholder (a square with an 'X') and navigation links: COTIZAR, PROYECTOS, SERVICIOS, EMPRESA, CONTACTO. Language options (English, Français) are in the top right.
- Progress Bar:** Shows four steps: 1. DATOS DEL PROYECTO (highlighted), 2. PAQUETES, 3. ACABADOS, 4. RESUMEN.
- Main Content:**
  - TITLE:** DATOS DEL PROYECTO
  - INSTRUCTION:** Brinde los datos de su proyecto o **seleccione un proyecto modelo** de nuestra galería.
  - Form Fields:**
    - Nombre del proyecto (text input)
    - Tamaño del lote (m²) (text input)
    - Superficie de construcción (m²) (text input)
    - Nº de plantas (dropdown menu)
    - Nº de habitaciones (dropdown menu)
    - Nº de baños (dropdown menu)
  - Summary:** PRESUPUESTO: €25,000.000 (presupuesto estimado con acabados estándar)
  - Navigation:** ANTERIOR (left) and CONTINUAR (right) buttons.

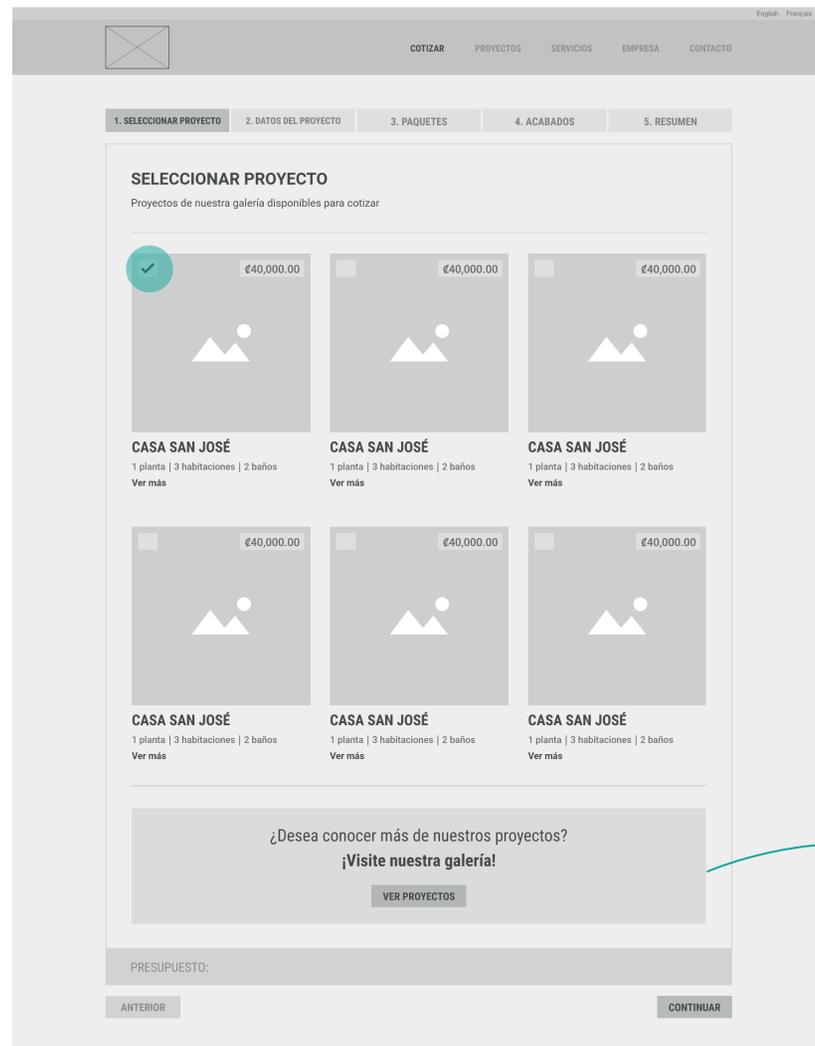
**Right Screenshot (Proposed Change):**

- Header:** Identical to the left screenshot.
- Progress Bar:** Shows five steps: 1. SELECCIONAR PROYECTO (highlighted), 2. DATOS DEL PROYECTO, 3. PAQUETES, 4. ACABADOS, 5. RESUMEN.
- Main Content:**
  - TITLE:** SELECCIONAR PROYECTO
  - INSTRUCTION:** Seleccione el tipo de proyecto que desea realizar: proyecto propio o proyecto modelo (de nuestra galería de proyectos).
  - Form Fields:** Two buttons: PROYECTO PROPIO and PROYECTO MODELO.
  - Summary:** PRESUPUESTO: (empty field)

## 3.5 | PAPER PROTOTYPING

### TAREA 3

**Cambio:** Seleccionar los proyectos desde la herramienta de cotizaciones (proyectos disponibles para cotizar).

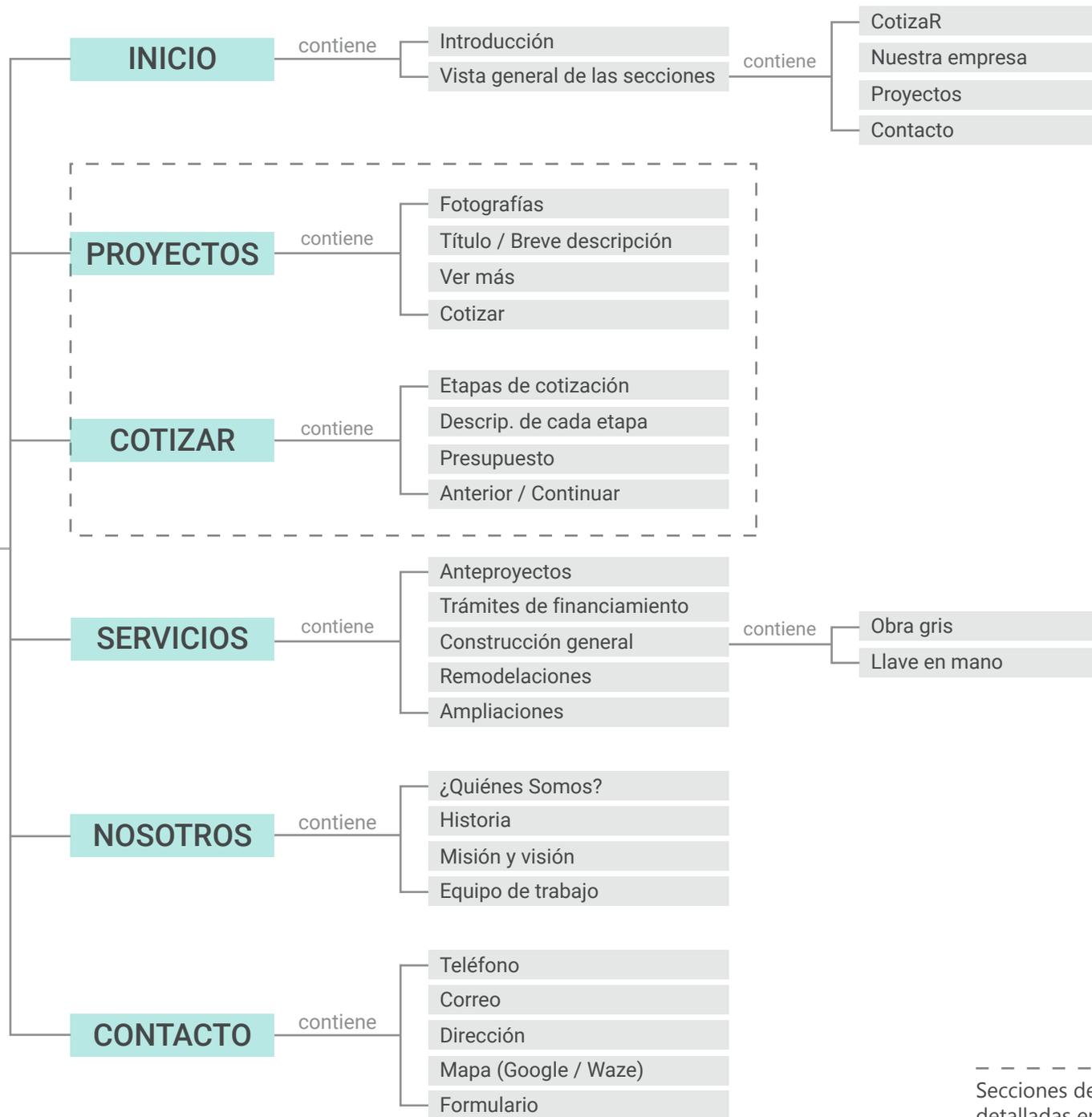


**Cambio:** agregar un botón que lo dirija a la sección de "Proyectos" (solamente si el usuario desea ver más proyectos).

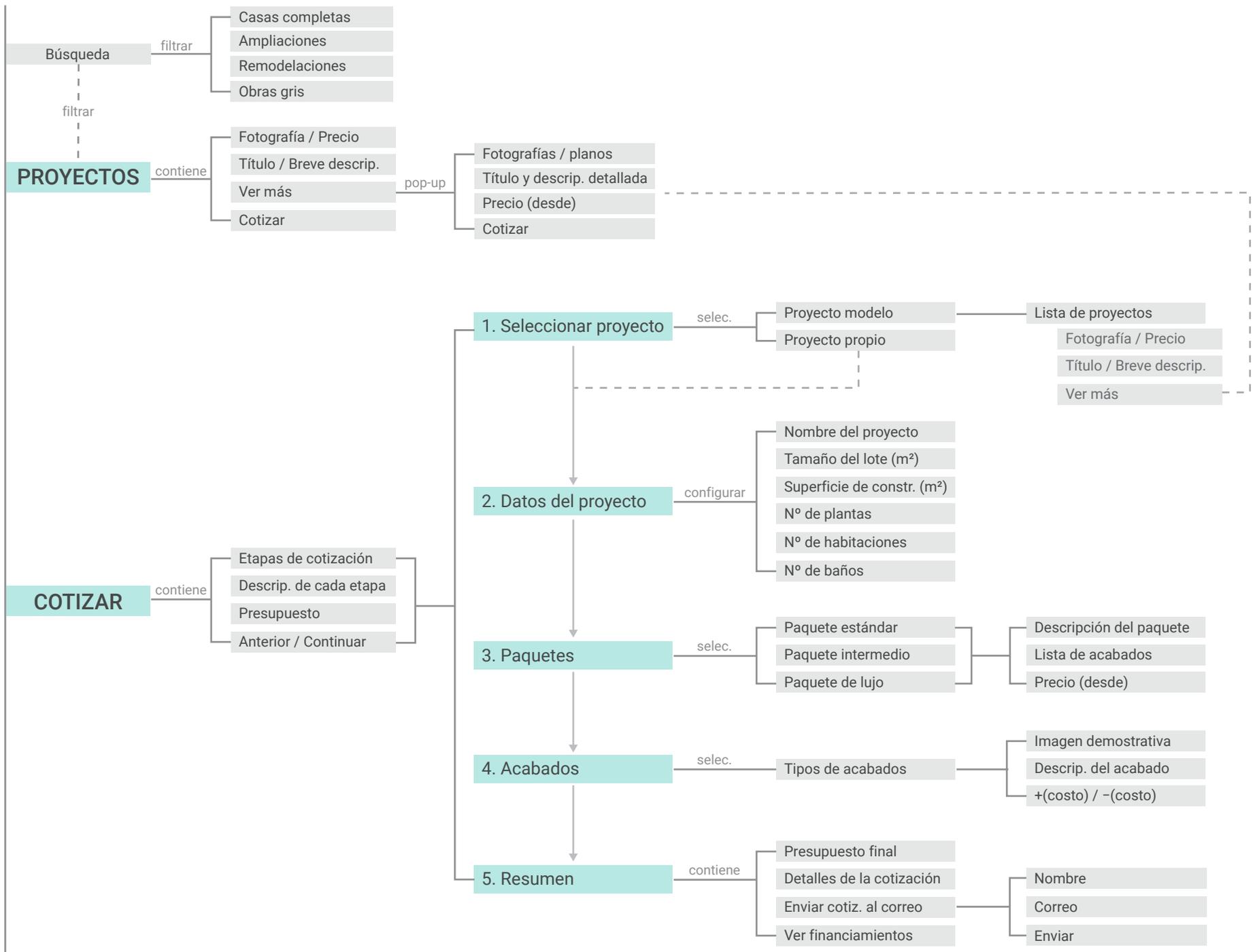
## 3.6 | ARQUITECTURA BETA

Con las pruebas y análisis realizados anteriormente, se genera una arquitectura beta (final). En esta arquitectura se incorporan todas las mejoras en la estructura, organización y terminología. El cambio más significativo se encuentra en la sección de "cotizar", donde se agregó otra etapa al principio del proceso.

# SITIO WEB



-----  
Secciones de la arquitectura beta  
detalladas en la siguiente página



## 3.7 | LOOK & FEEL

El look & feel es la **apariencia gráfica** de la interfaz, en esta etapa se desarrollan diferentes análisis para determinar la tipografía, cromática e iconografía del sitio web.

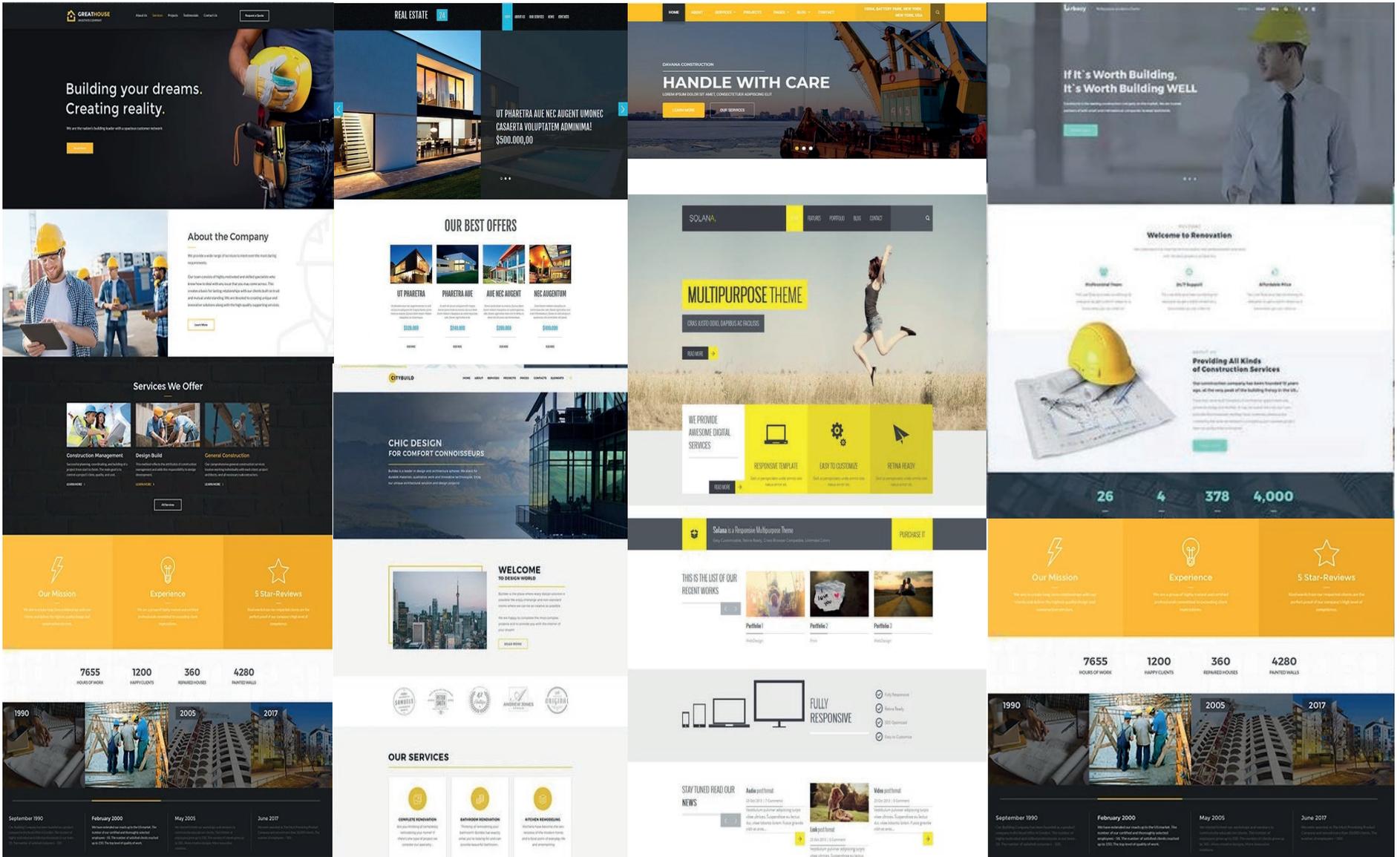
Para la **semántica** del sitio se realizó un brainstorming con los atributos deseados a incorporar:

- Modernidad
- Seriedad
- Profesionalismo
- Confianza

De igual forma, para la realización del moodboard general, se buscaron ejemplos de imágenes que cumplieran los atributos mencionados anteriormente. Además, se buscó que estos ejemplos estén relacionados con temas de construcción, arquitectura, inmobiliarias y bienes raíces.

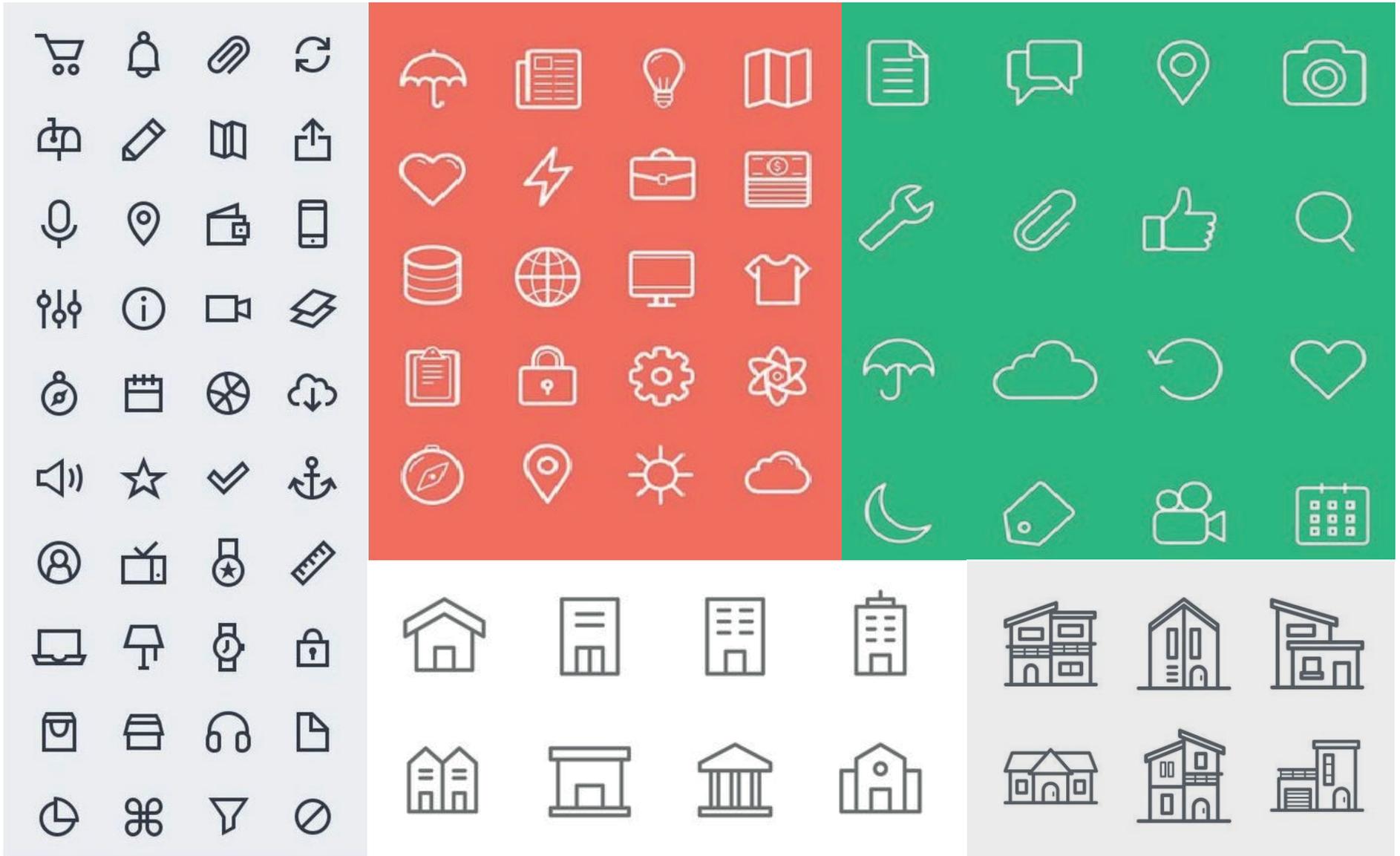
# 3.7 | LOOK & FEEL

## MOODBOARD GENERAL



# 3.7 | LOOK & FEEL

## MOODBOARD ICONOGRAFÍA



## 3.7 | LOOK & FEEL

### TOPOGRAFÍA

La tipografía es uno de los elementos tipológicos del diseño. Según el moodboard realizado y con respecto a los referenciales, se propone utilizar una tipografía **Sans Serif** (palo seco) con un peso regular en texto (oraciones largas y párrafos) y un peso mayor en títulos y palabras claves.

La tipografía seleccionada es **Roboto** (tipografía web safe: uso libre), esta tipografía posee distintas variantes lo cual permite utilizarla de forma flexible para destacar la información jerárquicamente; además, esta tipografía posee una alta **legibilidad y lecturabilidad** y corresponde correctamente a la **semántica** utilizada.

**BIENVENIDO A** ————— Roboto Bold: títulos

VER PROYECTOS ————— Roboto medium: botones

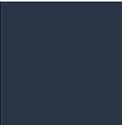
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit volutpat. Ut wisi ——— Roboto regular: texto  
enim ad minim veniam, quis nostrud

## 3.7 | LOOK & FEEL

### CROMÁTICA

Con el fin de establecer la cromática del sitio web, se analizó el moodboard realizado por medio de una matriz cromática y sus porcentajes de color.



-  **Gris claro | #F7F6F6 | 40%**  
Color predominante utilizado en el fondo (espacio negativo) con el fin de no sobrecargar la composición.
-  **Azul | #2D3C5E | 25%**  
Color utilizado en los elementos gráficos del sitio web, enfatizando la semántica.
-  **Gris oscuro | #323747 | 20%**  
Color utilizado en textos; su carga cognitiva en texto (bloques) es menor en comparación al color negro.
-  **Amarillo | #FCD721 | 15%**  
Color utilizado en elementos que necesitan alto contraste; además enfatiza la semántica del sitio web.

## 3.7 | LOOK & FEEL

### ICONOGRAFÍA

La iconografía es el tipo de iconos y elementos UI de la interfaz. Con base en el moodboard iconográfico, se generan una serie de íconos que puedan ser comprendidos por todos los usuarios. Además, se generan pictogramas con el propósito de reforzar los conceptos que se explican en el sitio web.

#### ACCIONES:



#### REDES SOCIALES:



#### SERVICIOS:



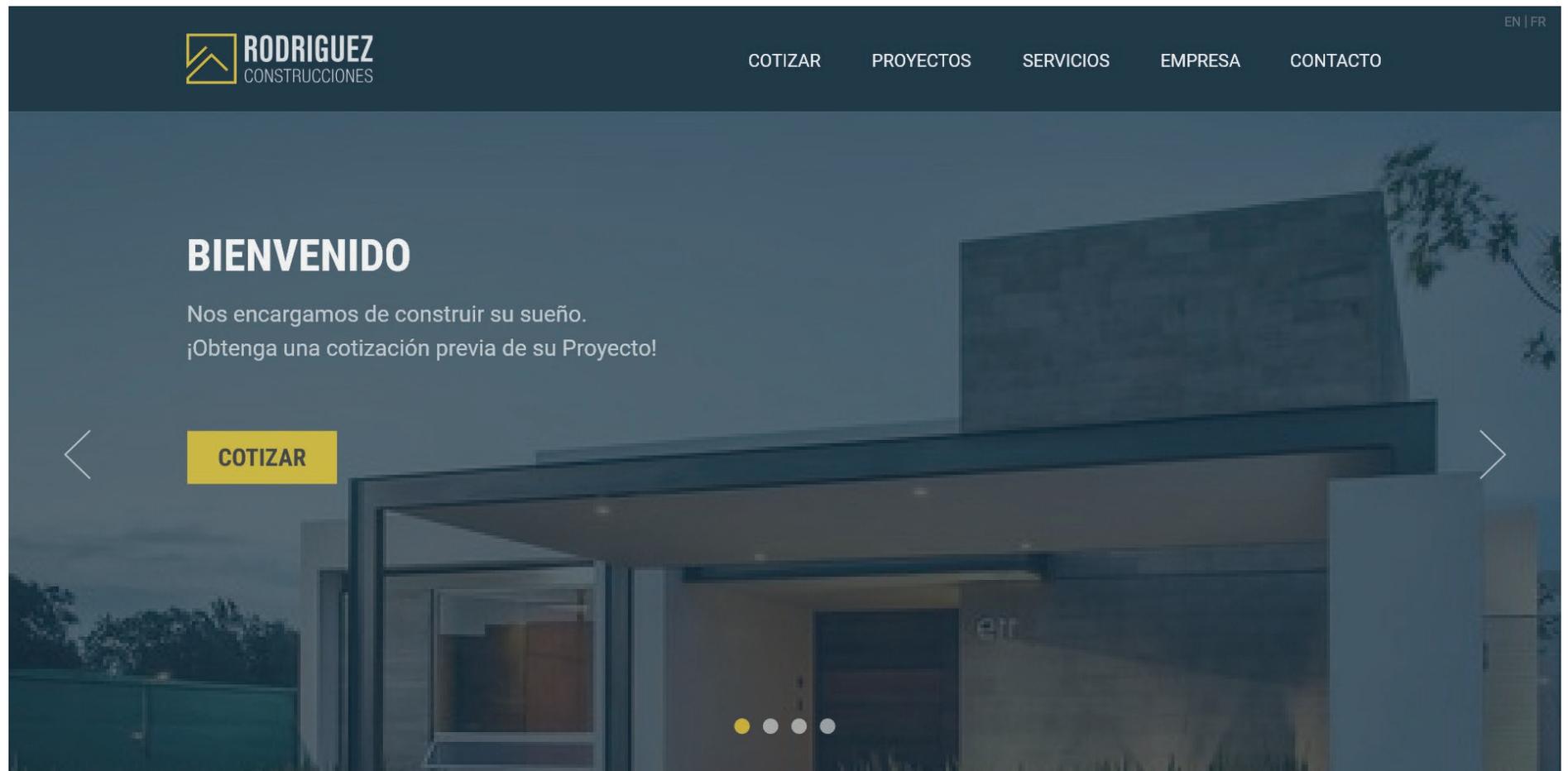
#### PAQUETES:



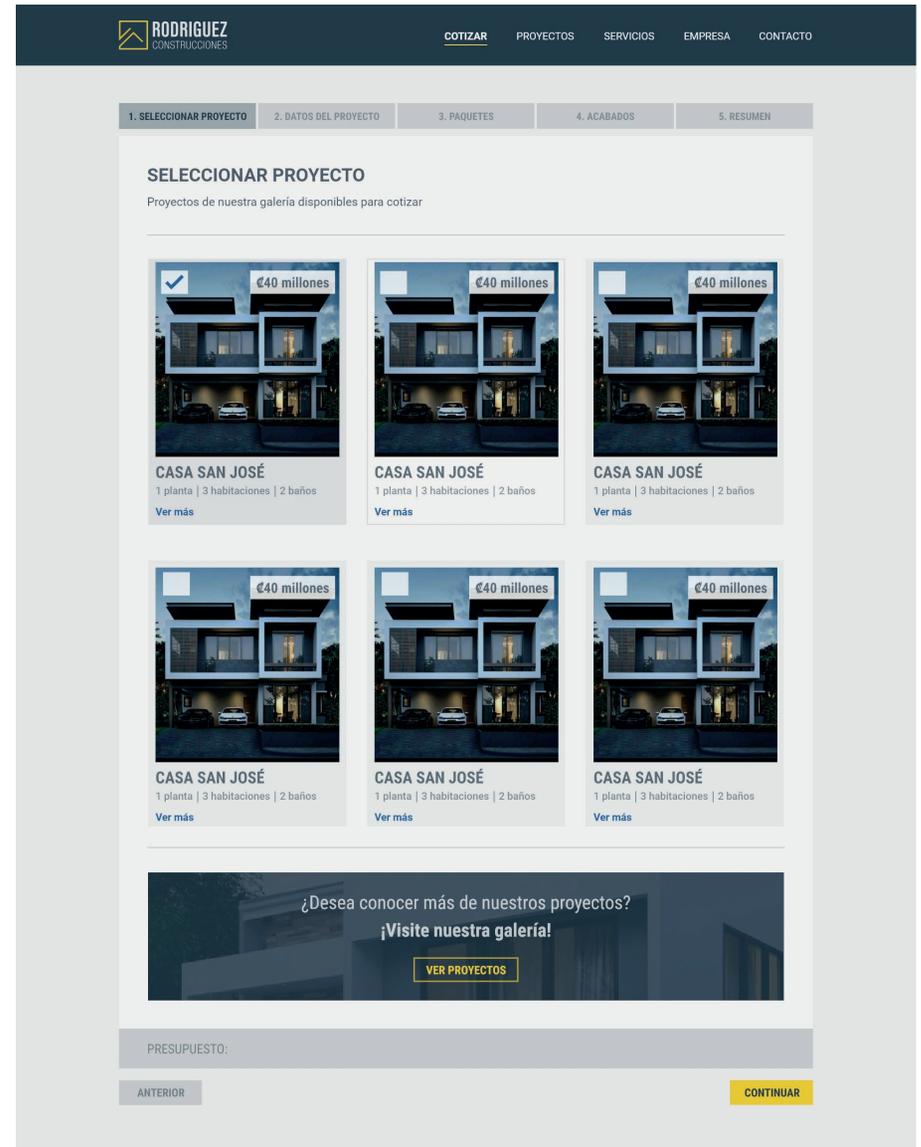
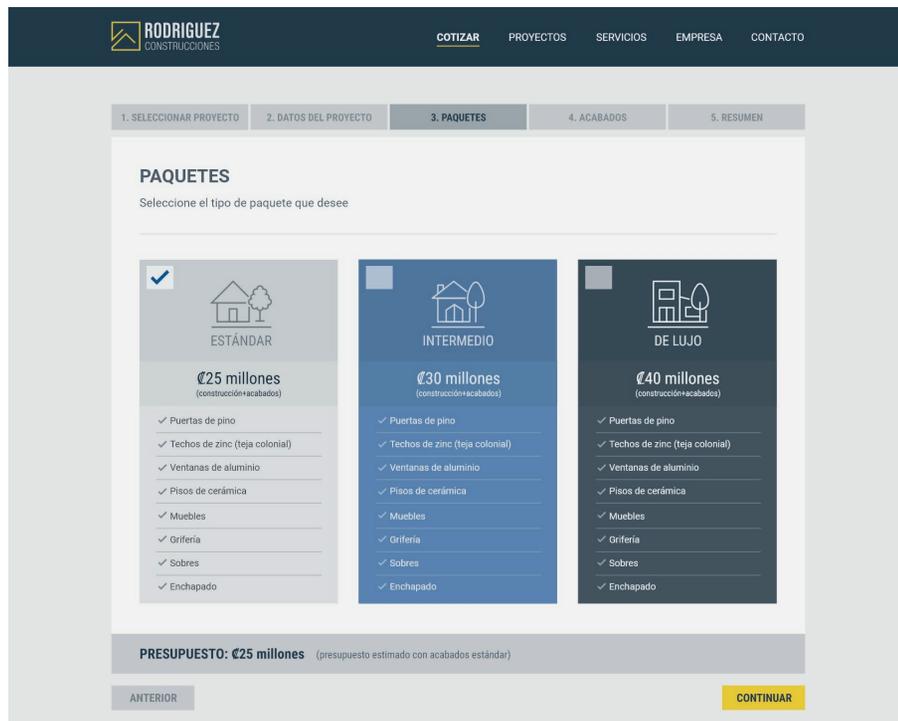
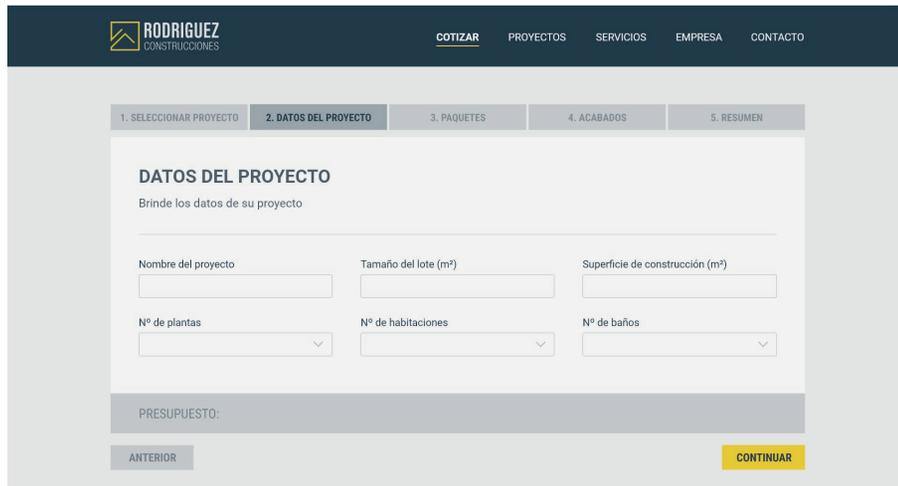
## 3.7 LOOK & FEEL

### APLICACIÓN DEL LOOK & FEEL

Una vez establecida la apariencia gráfica de la interfaz (cromática, iconografía y tipografía), se procede a emplearla en cada una de las pantallas (wireframes).



# 3.7 | LOOK & FEEL



## 3.8 | HEURÍSTICAS

Una vez aplicada la apariencia gráfica (look&feel) al sitio web, se procede con la realización de las pruebas heurísticas.

Las pruebas heurísticas se realizan a los usuarios por medio de tareas con el fin de aclarar dudas o consultas sobre el diseño, el look&feel, la jerarquía y la secuencia de lectura.

### **METODOLOGÍA**

Para las pruebas se utilizó la técnica "pensamiento en voz alta", esta técnica consiste en solicitar al tester que comente en voz alta lo que está pensando y lo que hace durante la prueba. El fin de esta técnica es recolectar las observaciones significativas y convertirlas en puntos de mejora o cambios en la interfaz.

## 3.8 | HEURÍSTICAS

### TAREA 1

#### Objetivo:

Cotizar su proyecto propio.

#### Observaciones:

Esta tarea conlleva una serie de etapas, la herramienta se encarga de orientar a la persona en cada una.

#### Observaciones por etapa:

1. Seleccionar proyecto: los usuarios comprendieron como seleccionar la opción de "Proyecto propio" según las necesidades que tenían.
2. Datos del proyecto: los usuarios ingresaron correctamente la información solicitada.
3. Paquetes: los usuarios seleccionaron correctamente el tipo de paquete que deseaban.
4. Acabados: los usuarios seleccionaron correctamente los acabados, sin embargo sugirieron **diferenciar más el acabado que está seleccionado**. Además sugirieron especificar que se está eligiendo los **tipos de acabados y materiales**, no el diseño de la imagen (imagen con fines ilustrativos).
5. Resumen: en el momento de guardar la cotización, los usuarios no estaban seguros si la acción se realizó correctamente; por esta razón, sugirieron un pop-up con un **mensaje de confirmación**.

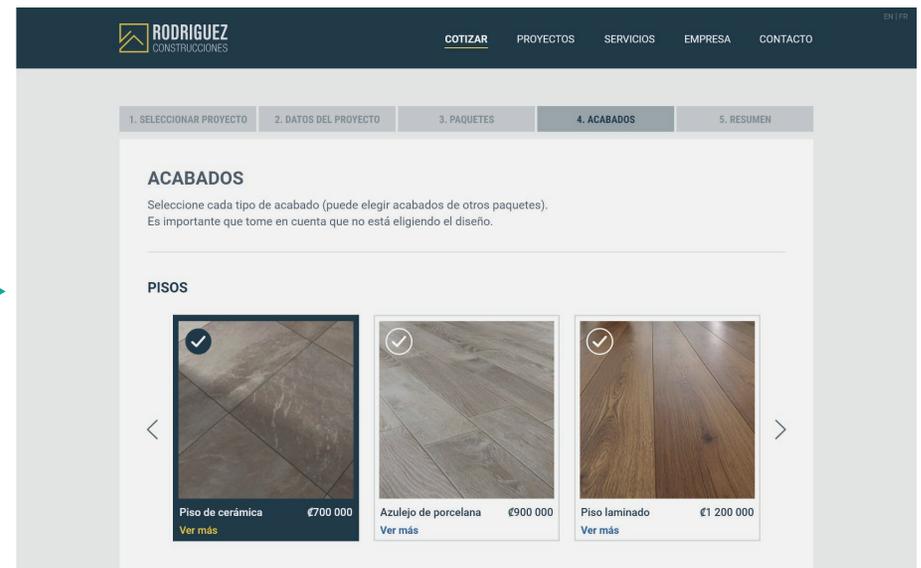
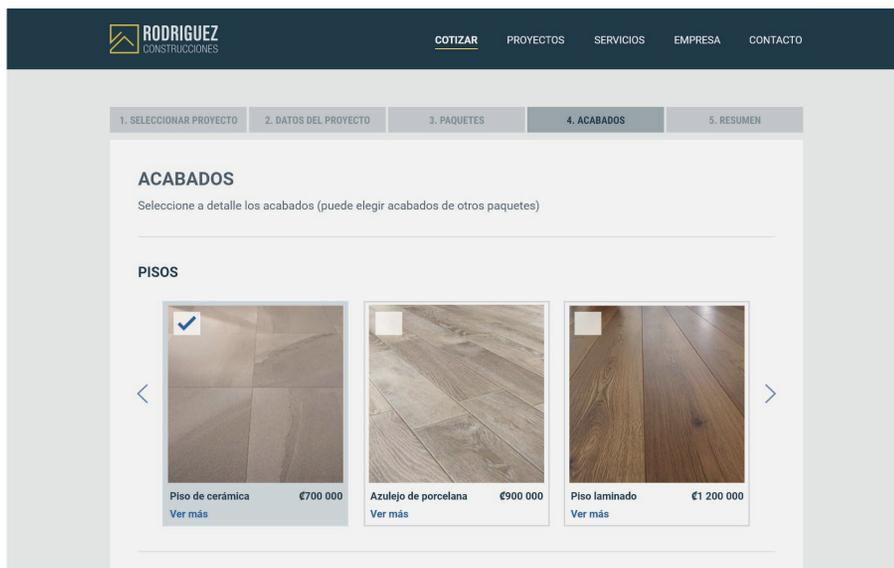
## 3.8 HEURÍSTICAS

### TAREA 1

**Cambio:** en la etapa de acabados, diferenciar más el acabado que esta seleccionado.

Para diferenciar más el acabado seleccionado, se decidió cambiar la cromática del recuadro y la tipografía. De igual forma, se realizó un cambio en la casilla de selección para generar un mayor contraste de formas.

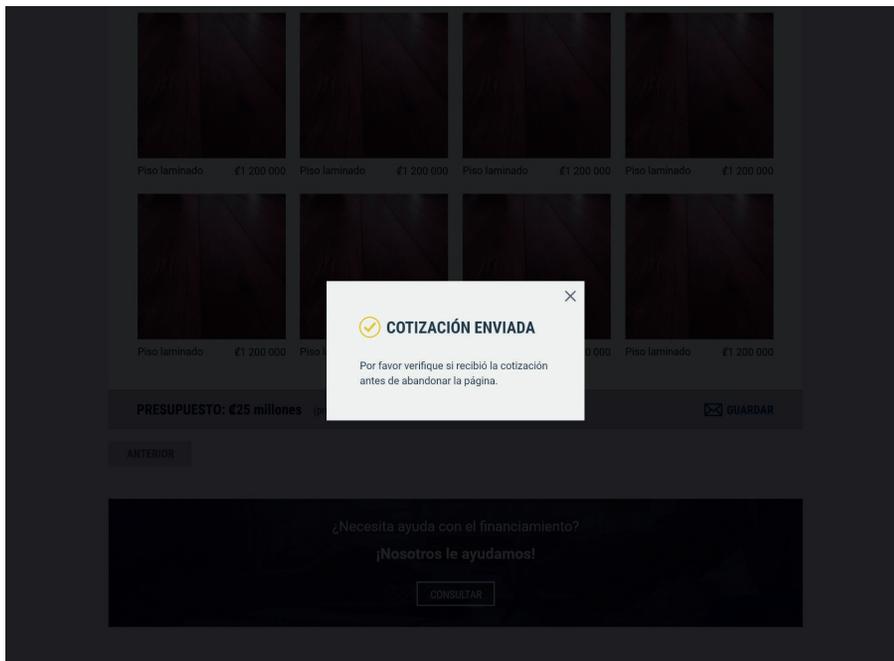
Por otro lado, se cambió la descripción de la etapa con el fin de dar una mejor especificación con respecto a que las imágenes tienen fines ilustrativos, por lo tanto no se está seleccionando el diseño del acabado.



## 3.8 HEURÍSTICAS

### TAREA 1

**Cambio:** generar un mensaje de confirmación en el momento de enviar la cotización al correo. Además, se realizó la recomendación de verificar si recibió la cotización antes de abandonar la página.



## 3.8 | HEURÍSTICAS

### TAREA 2

#### Objetivo:

Cotizar su proyecto propio.

#### Observaciones:

Esta tarea se diferencia de la tarea 1 en la primer y segunda etapa; por lo tanto, las observaciones en las etapas de "paquetes", "acabados" y "resumen" son las mismas.

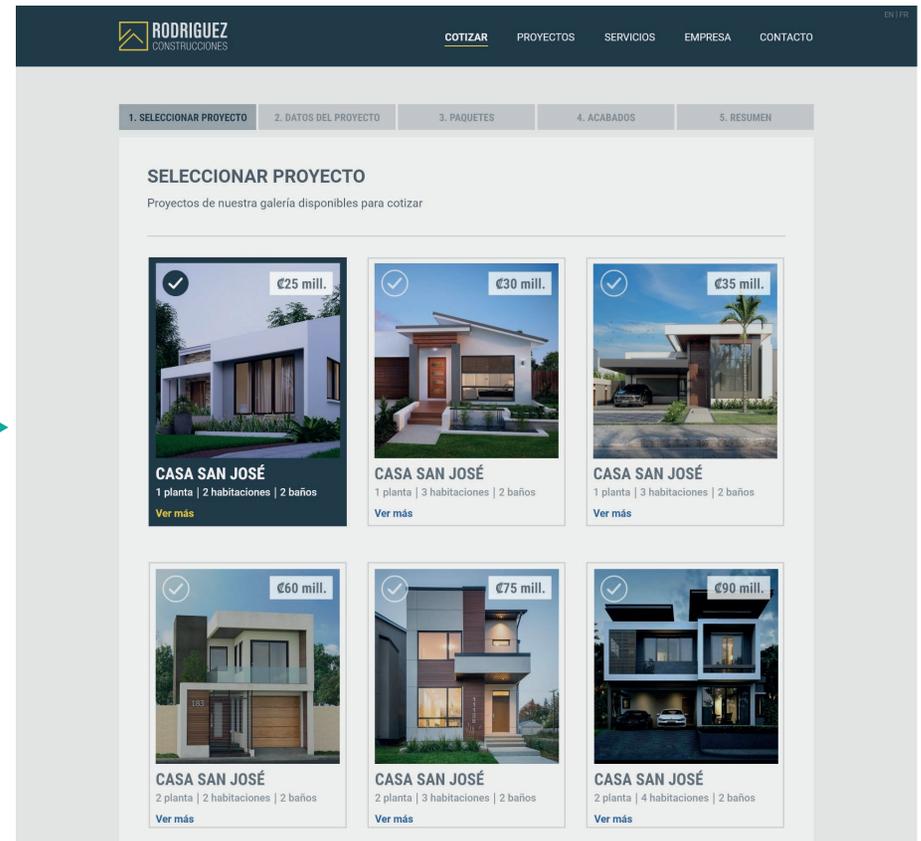
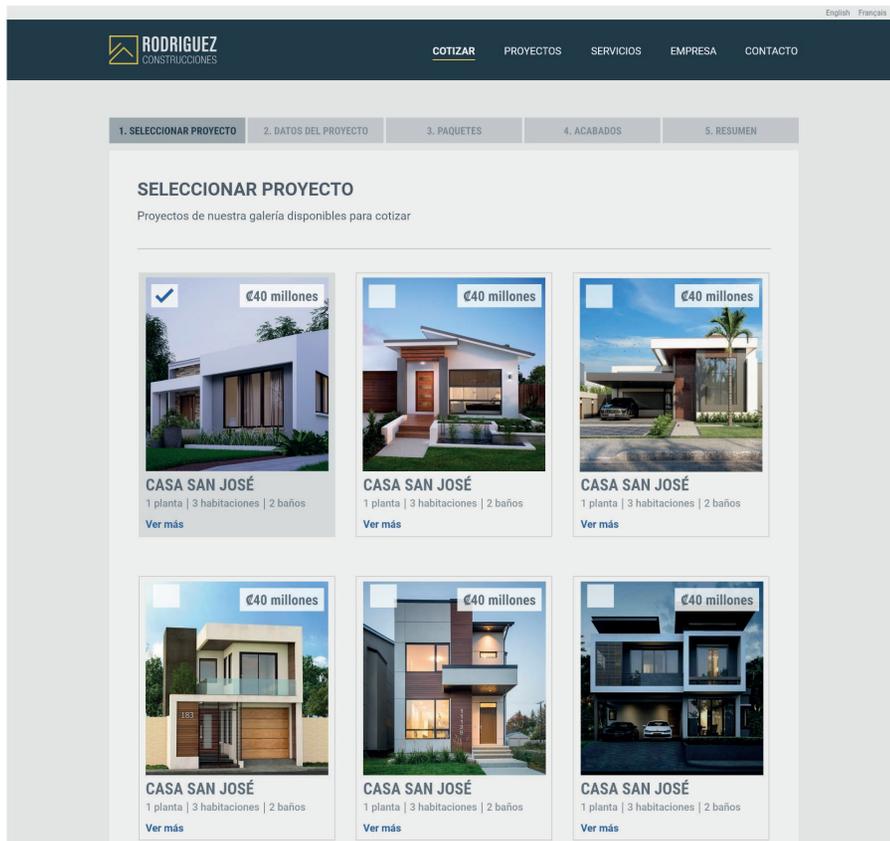
En la primer etapa, los usuarios comprendieron correctamente como seleccionar el tipo de proyecto, sin embargo sugirieron **diferenciar más el acabado que está seleccionado**. Además, el aviso de "ver proyectos" les generó confusión en el momento de continuar a la siguiente etapa.

Otra de las observaciones que realizaron los tester es acerca de los avisos en general ("ver proyectos" y "consultar financiamiento"), consideran que los avisos deberían estar en otra posición (al final del recuadro de cotizaciones), con el fin de evitar confusiones o interrumpir el flujo de la cotización.

# 3.8 HEURÍSTICAS

## TAREA 2

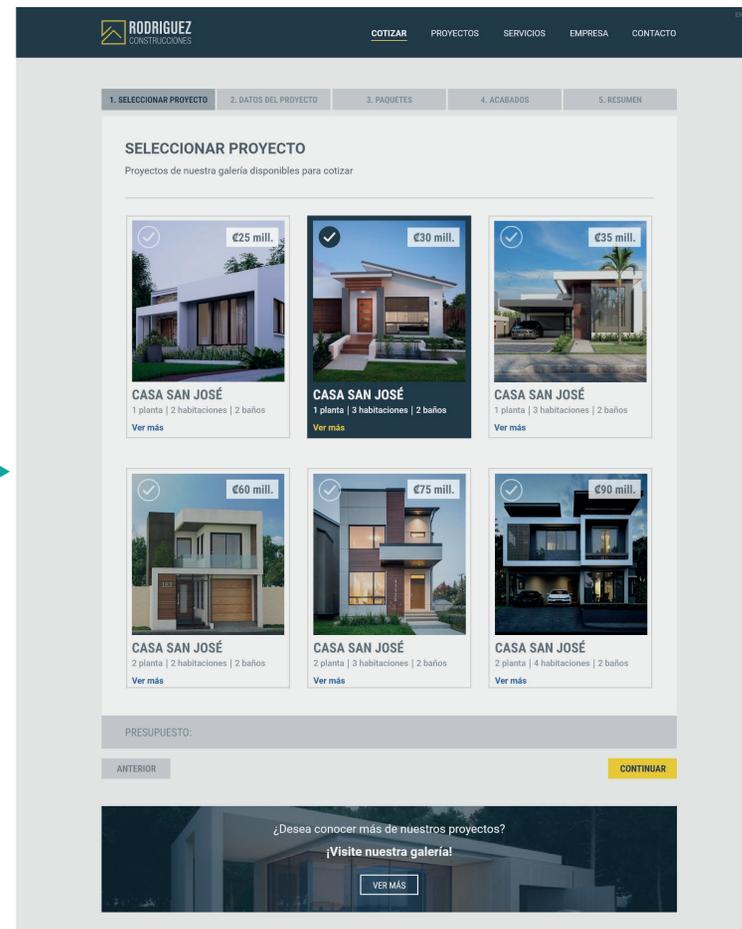
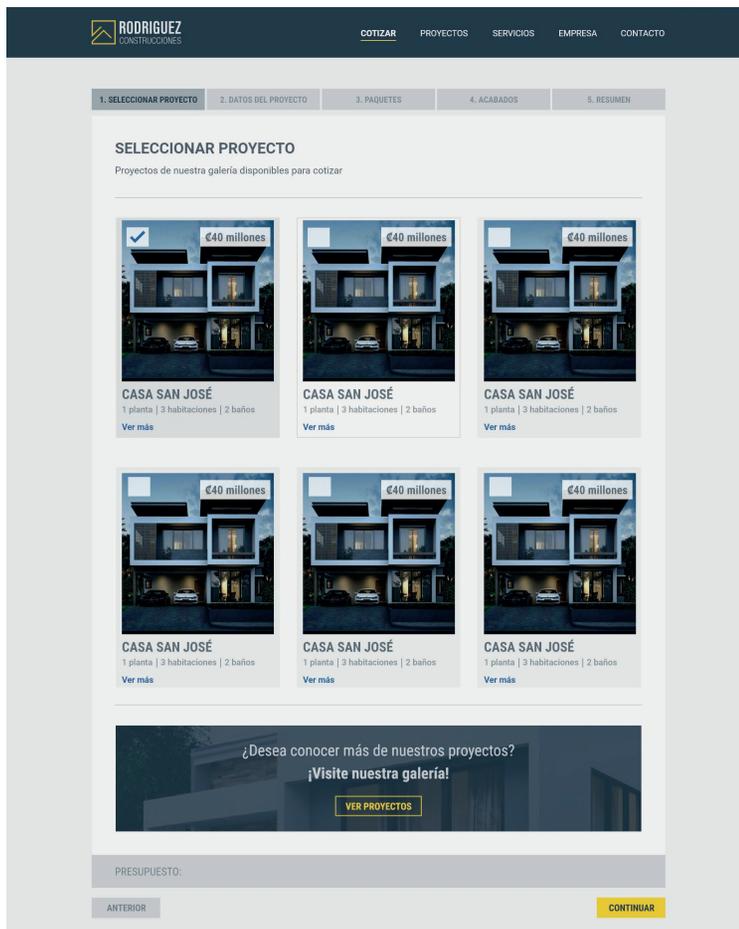
**Cambio:** en la etapa de selección del proyecto, diferenciar más el proyecto que esta seleccionado.



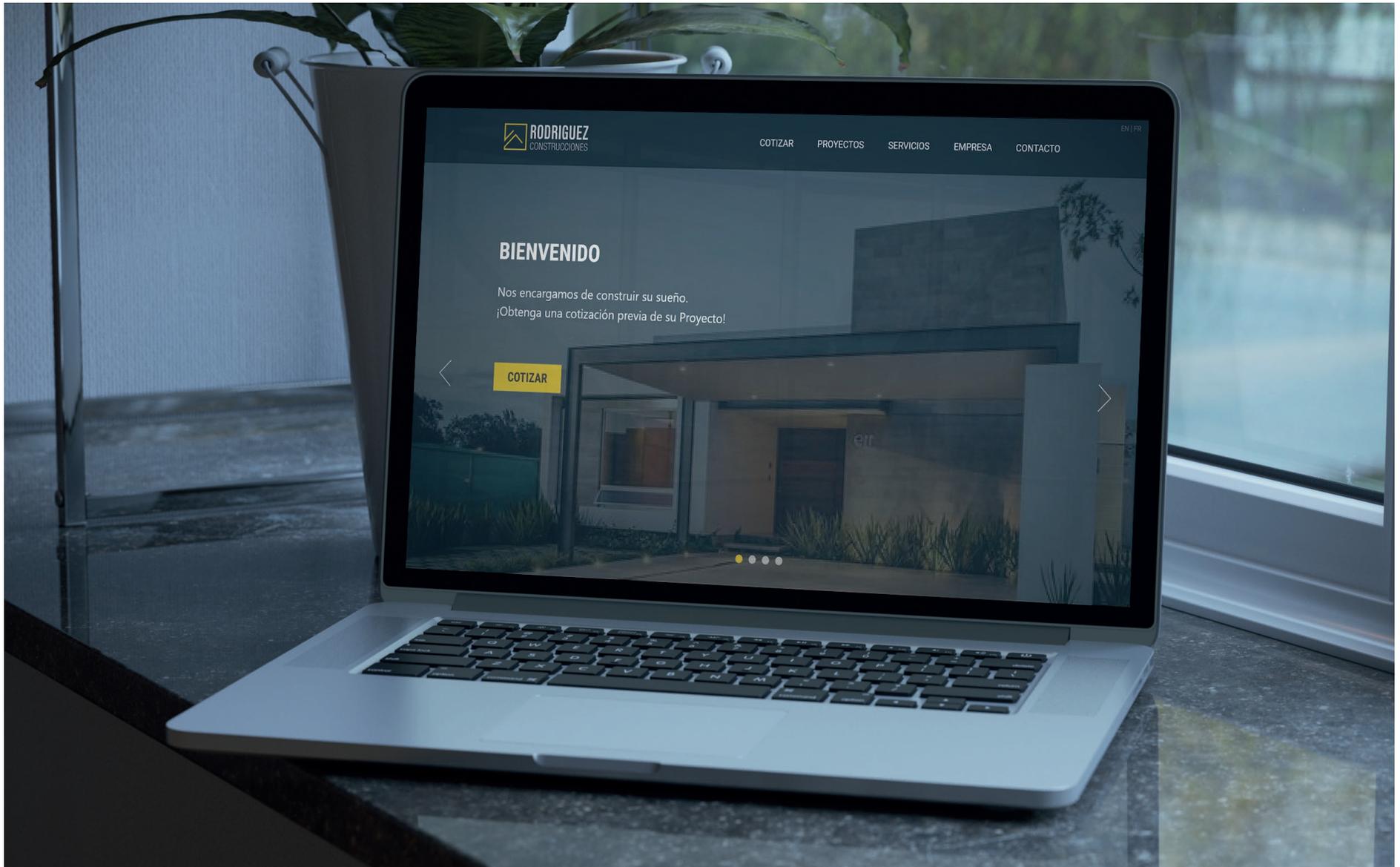
# 3.8 HEURÍSTICAS

## TAREA 2

**Cambio:** cambiar de posición los avisos en la etapa de proyectos y en el resumen final. Además, se cambiaron los colores y el tamaño de la tipografía, con el fin de generar menor contraste.



## 4 RESULTADO FINAL

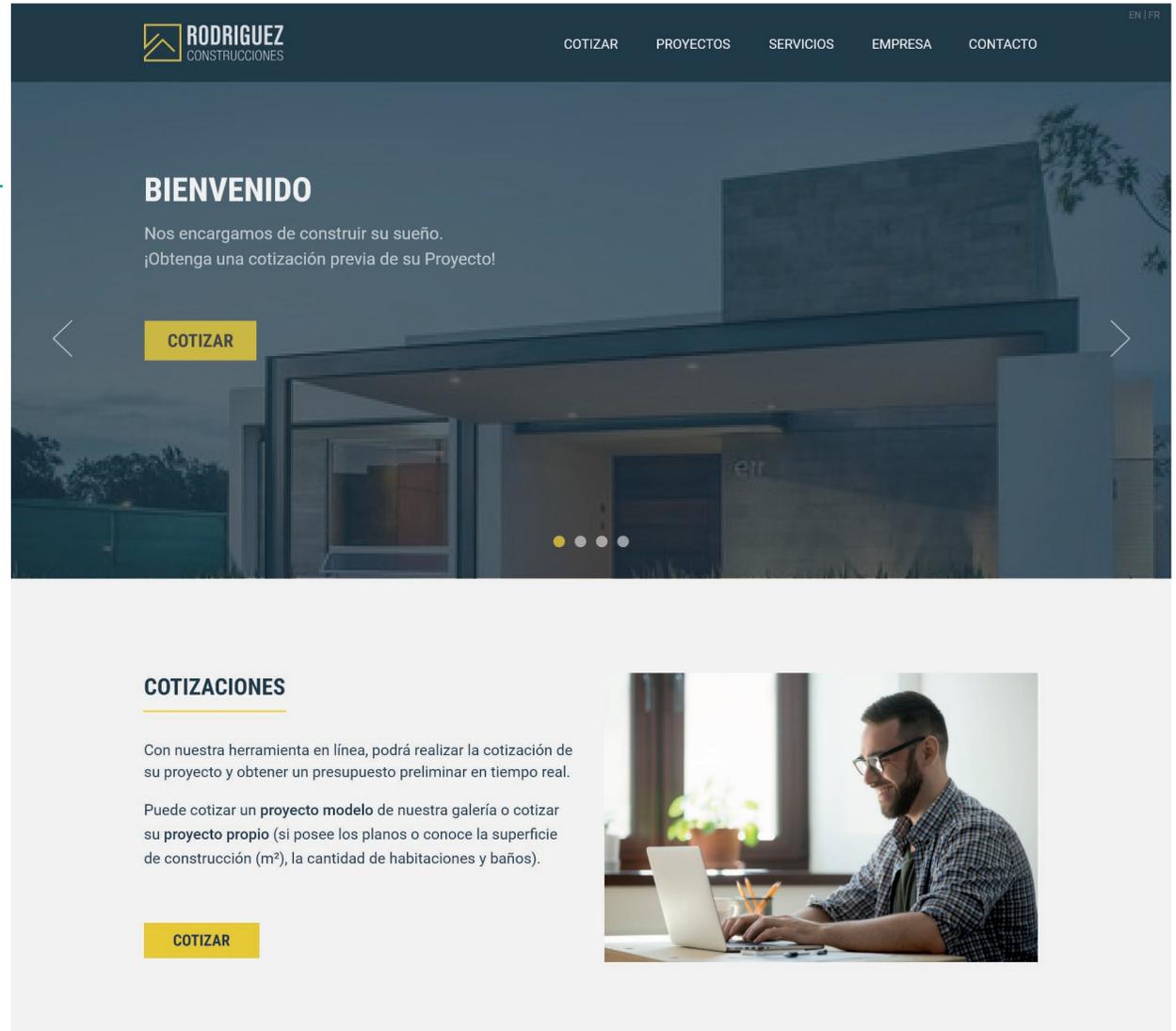
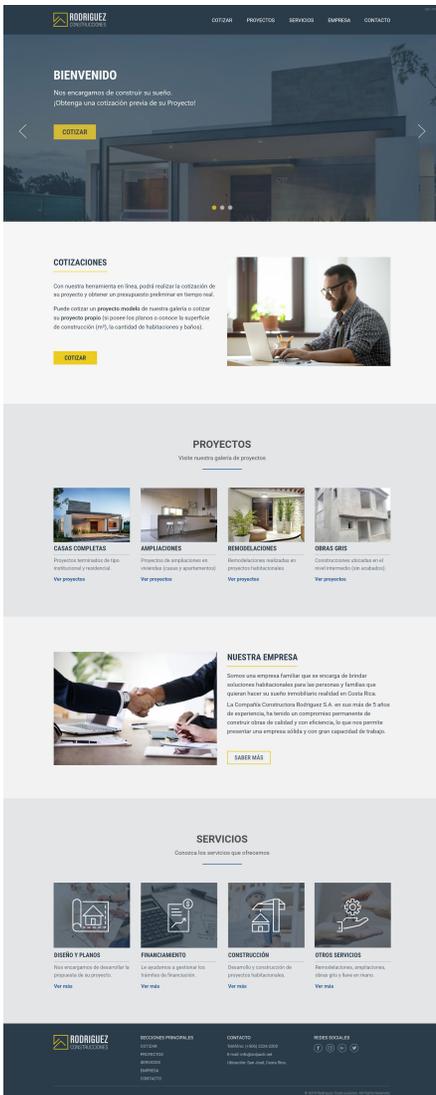


Prototipo: <https://xd.adobe.com/view/f8a178cf-49d1-40c7-5406-ea9623d73f8c-8e90/?fullscreen>

# 4 RESULTADO FINAL

## INICIO

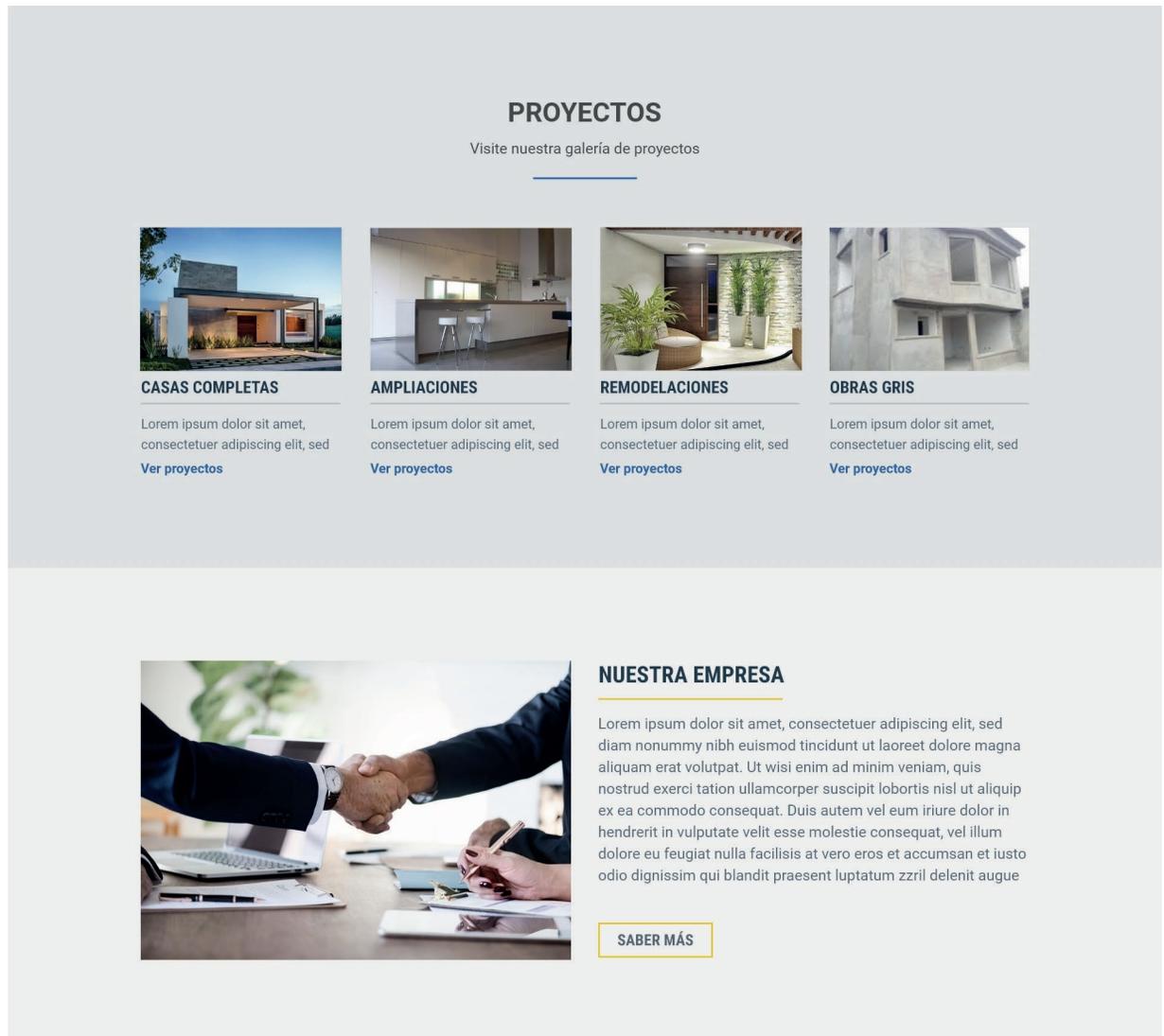
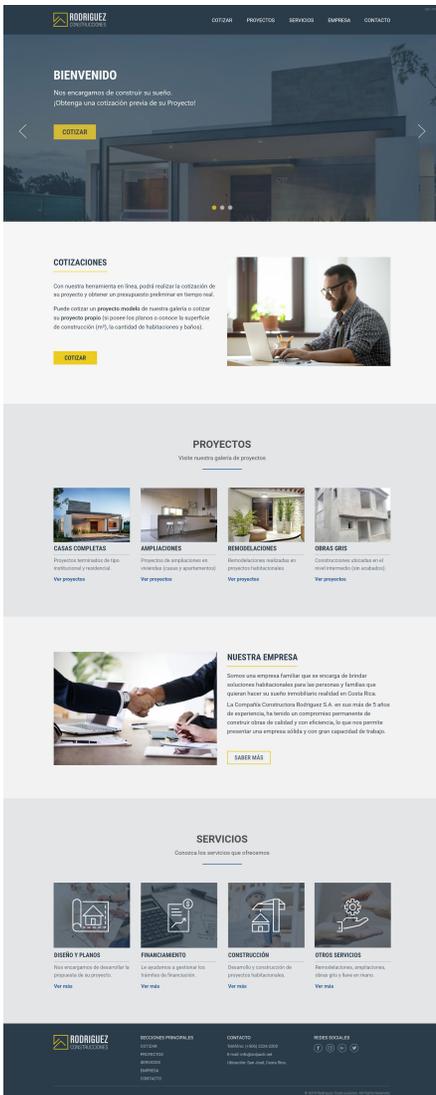
Menú, introducción y descripción de las cotizaciones.



# 4 RESULTADO FINAL

## INICIO

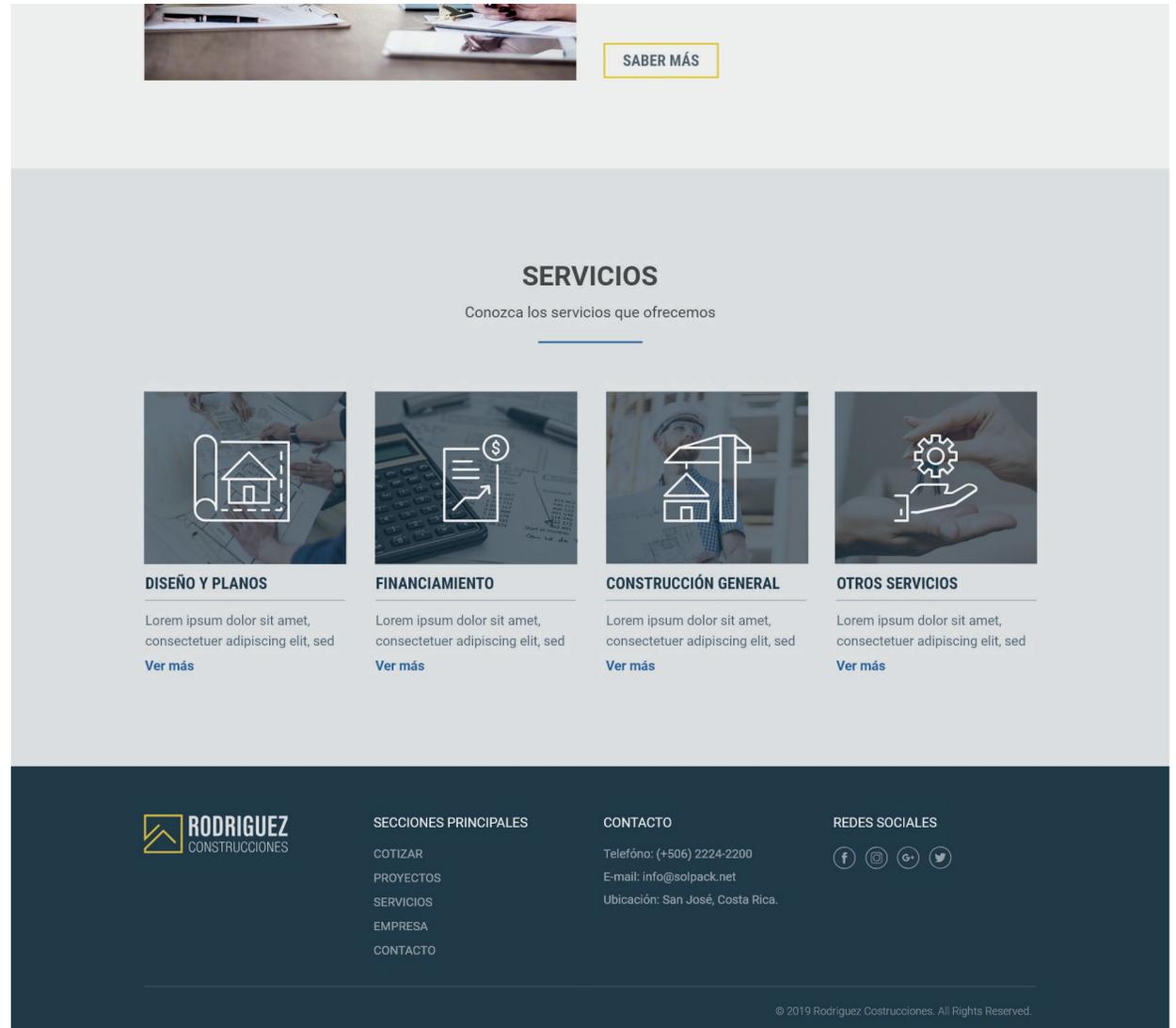
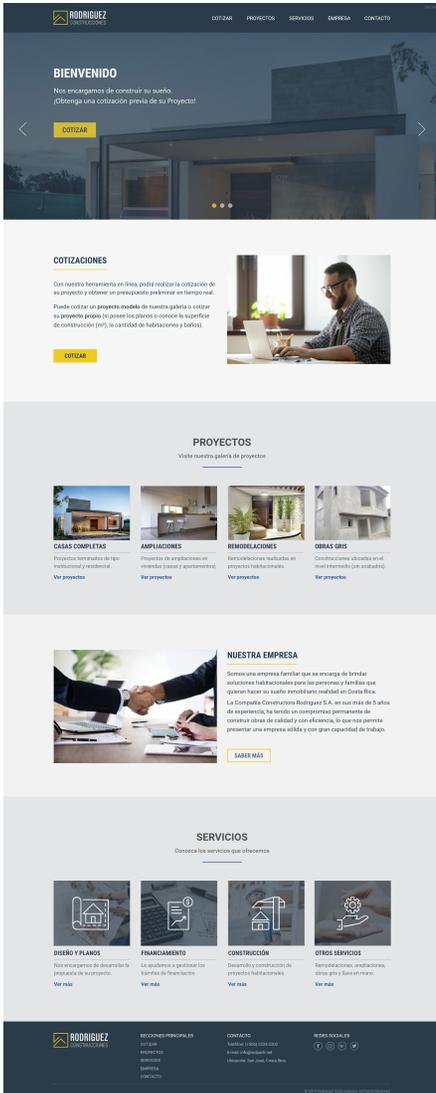
Vista general de la sección "cotizar" y "empresa".



# 4 RESULTADO FINAL

## INICIO

Footer y vista general de la sección "servicios".



# 4 RESULTADO FINAL

## COTIZAR

Etapas para realizar una cotización.

The screenshot shows the 'SELECCIONAR PROYECTO' step of the cotization process. The navigation bar at the top includes 'RODRIGUEZ CONSTRUCCIONES' and menu items: 'COTIZAR', 'PROYECTOS', 'SERVICIOS', 'EMPRESA', and 'CONTACTO'. Below the navigation bar, a progress indicator shows five steps: '1. SELECCIONAR PROYECTO', '2. DATOS DEL PROYECTO', '3. PAQUETES', '4. ACABADOS', and '5. RESUMEN'. The main content area is titled 'SELECCIONAR PROYECTO' and contains the instruction 'Seleccione el tipo de proyecto que desea cotizar:'. There are two buttons: 'PROYECTO PROPIO' and 'PROYECTO MODELO'. Below the buttons, there are two footnotes: '\* Si posee los planos o conoce la superficie de construcción (m²).' and '\* Proyectos de nuestra galería disponibles para cotizar.'. At the bottom, there is a 'PRESUPUESTO:' label.

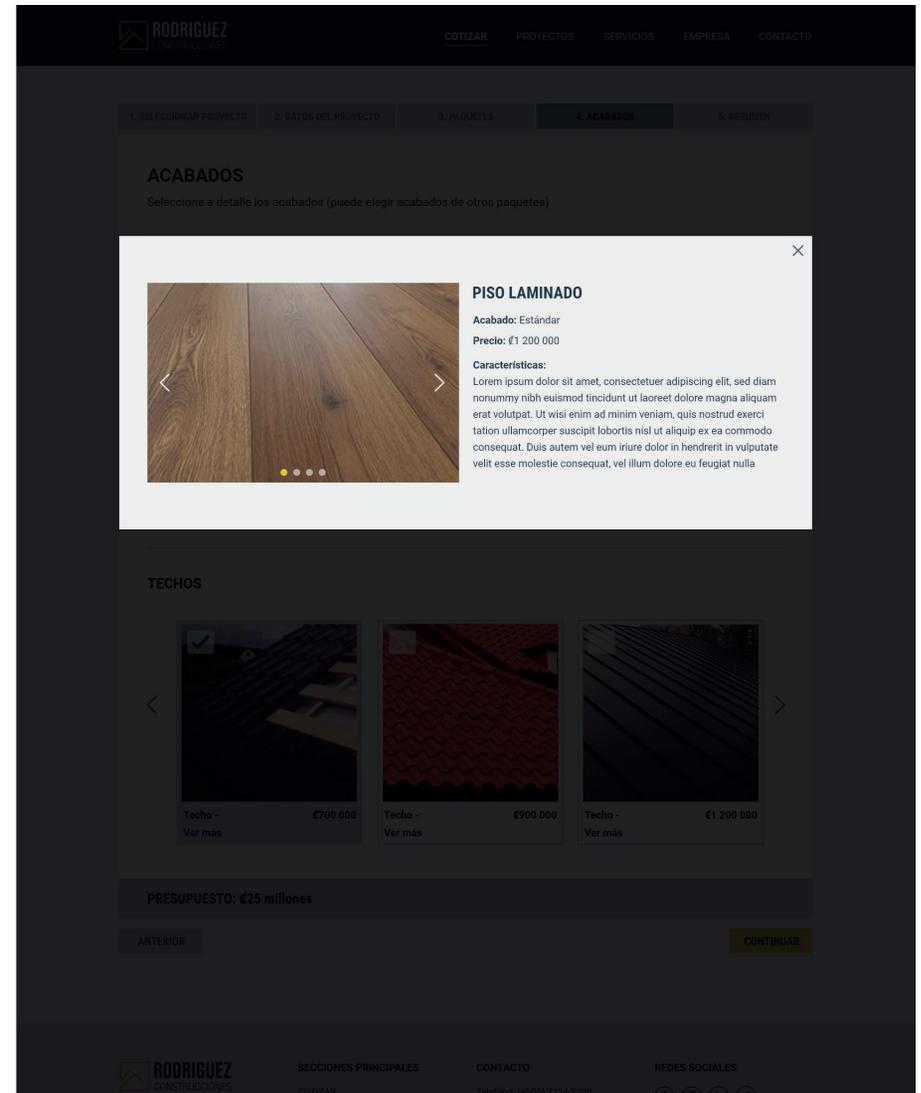
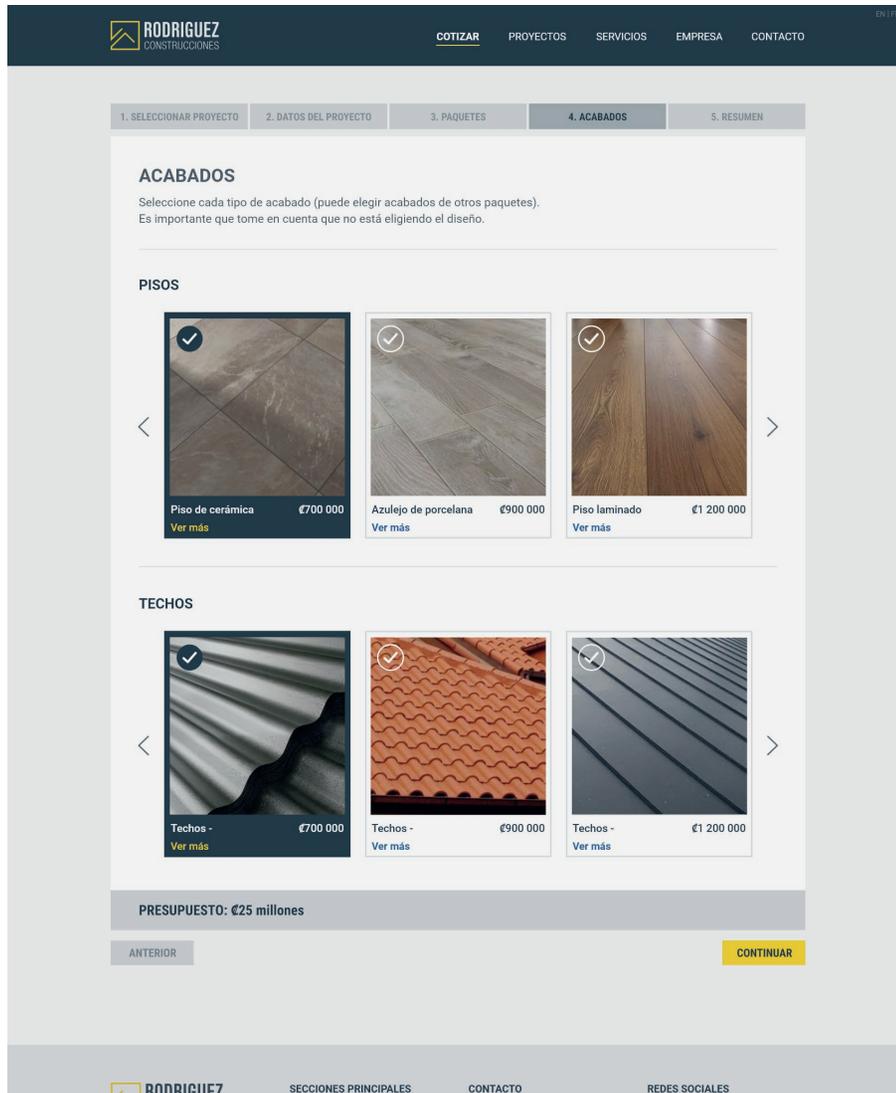
The screenshot shows the 'DATOS DEL PROYECTO' step of the cotization process. The navigation bar at the top includes 'RODRIGUEZ CONSTRUCCIONES' and menu items: 'COTIZAR', 'PROYECTOS', 'SERVICIOS', 'EMPRESA', and 'CONTACTO'. Below the navigation bar, a progress indicator shows five steps: '1. SELECCIONAR PROYECTO', '2. DATOS DEL PROYECTO', '3. PAQUETES', '4. ACABADOS', and '5. RESUMEN'. The main content area is titled 'DATOS DEL PROYECTO' and contains the instruction 'Brinde los datos de su proyecto'. There are six input fields: 'Nombre del proyecto' (text input with 'Proyecto Adams'), 'Tamaño del lote (m²)' (text input with '100'), 'Superficie de construcción (m²)' (text input with '75'), 'Nº de plantas' (dropdown menu with '1'), 'Nº de habitaciones' (dropdown menu with '1'), and 'Nº de baños' (dropdown menu with '1'). At the bottom, there is a 'PRESUPUESTO:' label, an 'ANTERIOR' button, and a 'CONTINUAR' button.

The screenshot shows the 'PAQUETES' step of the cotization process. The navigation bar at the top includes 'RODRIGUEZ CONSTRUCCIONES' and menu items: 'COTIZAR', 'PROYECTOS', 'SERVICIOS', 'EMPRESA', and 'CONTACTO'. Below the navigation bar, a progress indicator shows five steps: '1. SELECCIONAR PROYECTO', '2. DATOS DEL PROYECTO', '3. PAQUETES', '4. ACABADOS', and '5. RESUMEN'. The main content area is titled 'PAQUETES' and contains the instruction 'Seleccione el tipo de paquete que desea'. There are three package options: 'ESTÁNDAR' (€25 millones), 'INTERMEDIO' (€30 millones), and 'DE LUJO' (€40 millones). Each package has a list of features with checkmarks. The 'ESTÁNDAR' package is selected. At the bottom, there is a 'PRESUPUESTO: €25 millones (presupuesto estimado con acabados estándar)' label, an 'ANTERIOR' button, and a 'CONTINUAR' button.

# 4 RESULTADO FINAL

## COTIZAR

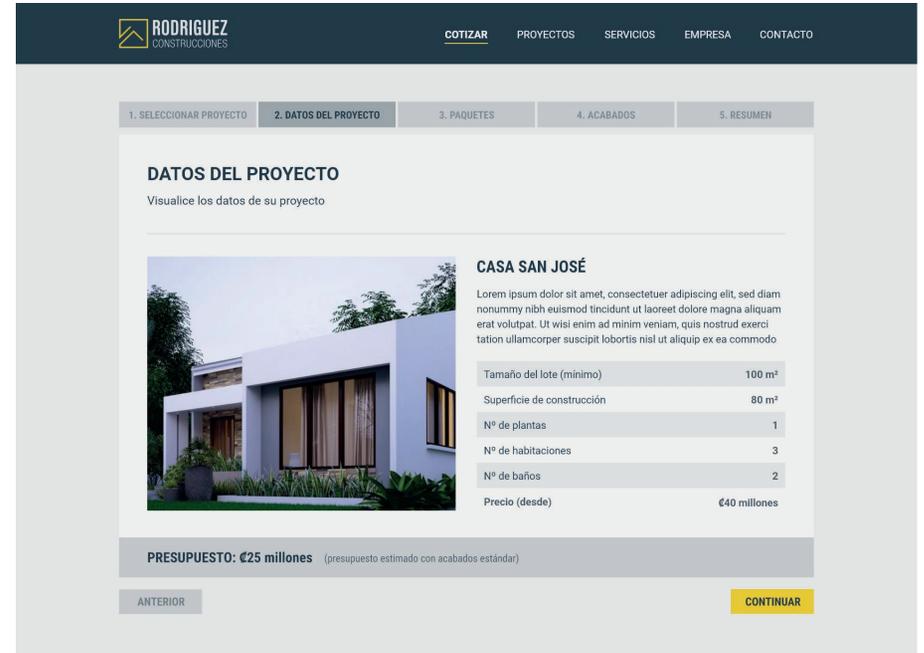
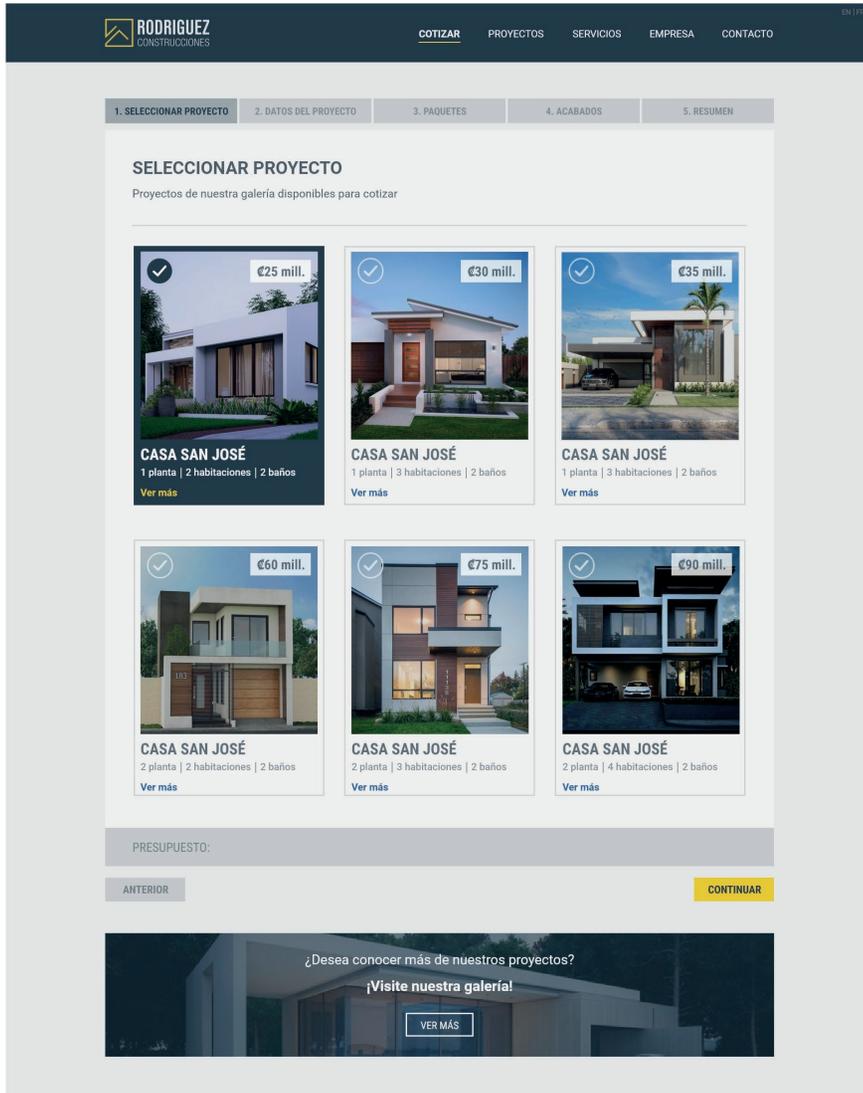
Etapas para realizar una cotización.



# 4 RESULTADO FINAL

## COTIZAR

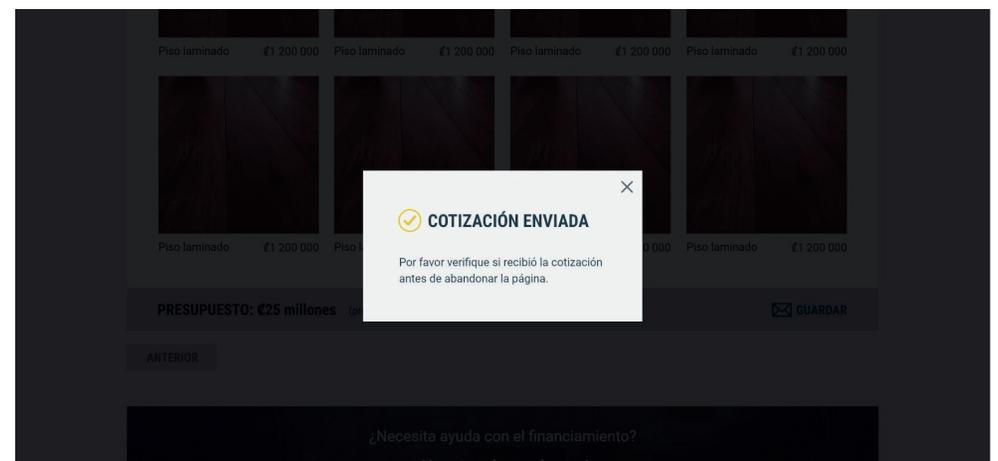
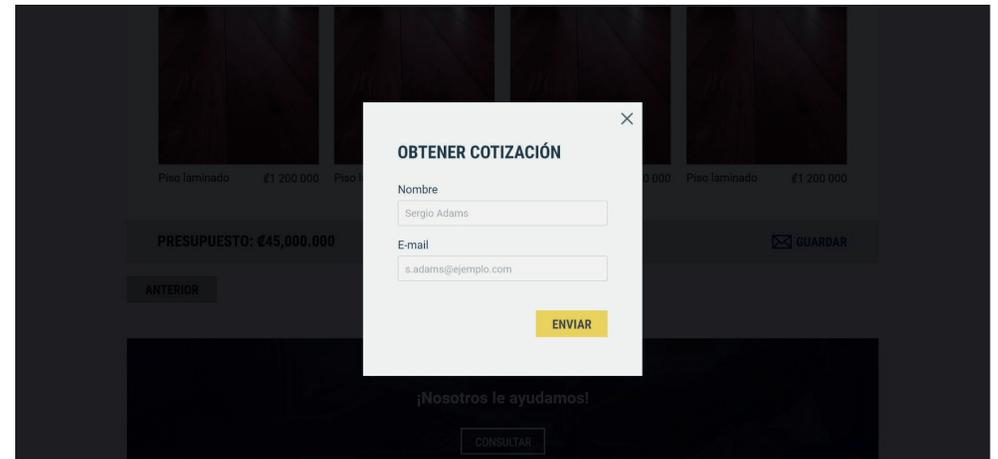
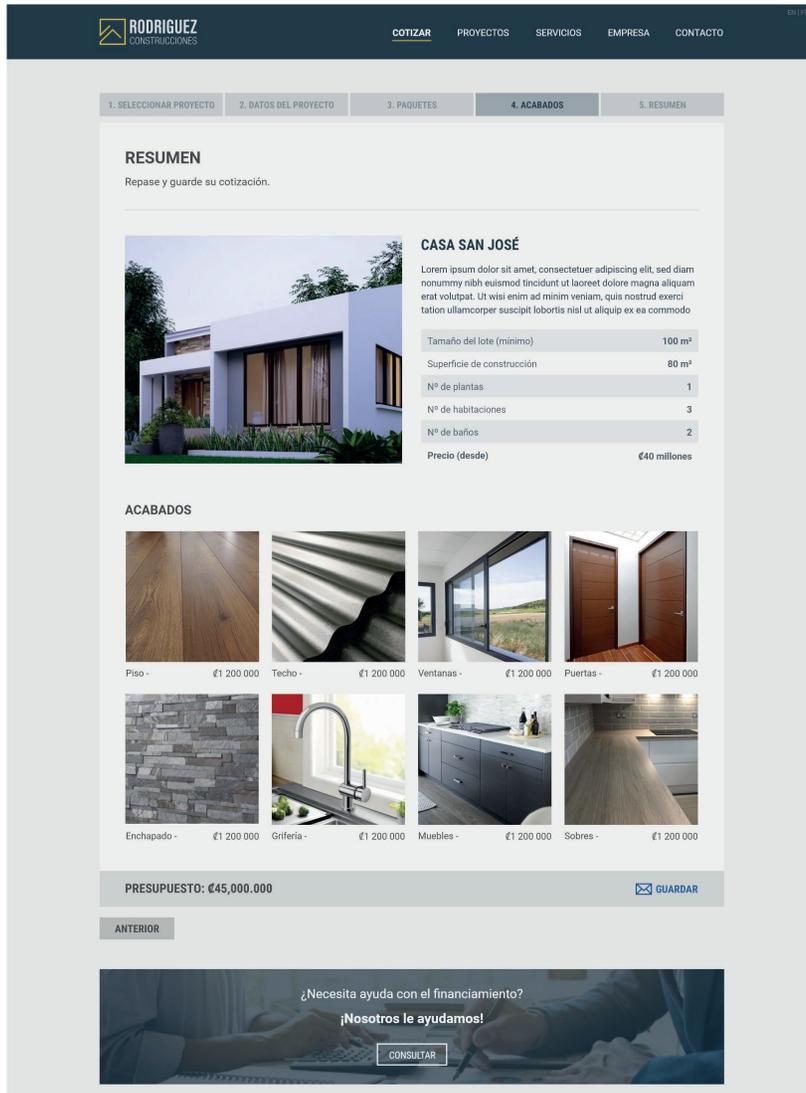
Etapas para realizar una cotización.



# 4 RESULTADO FINAL

## COTIZAR

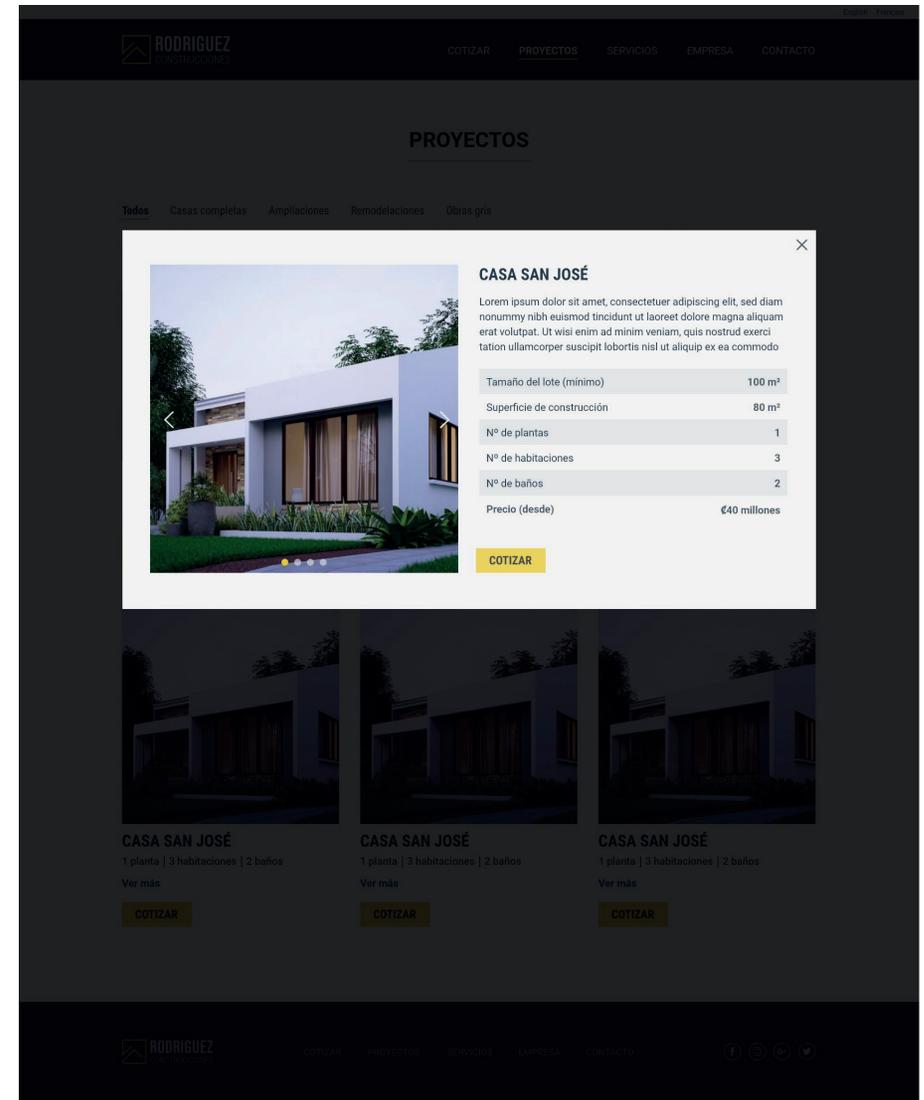
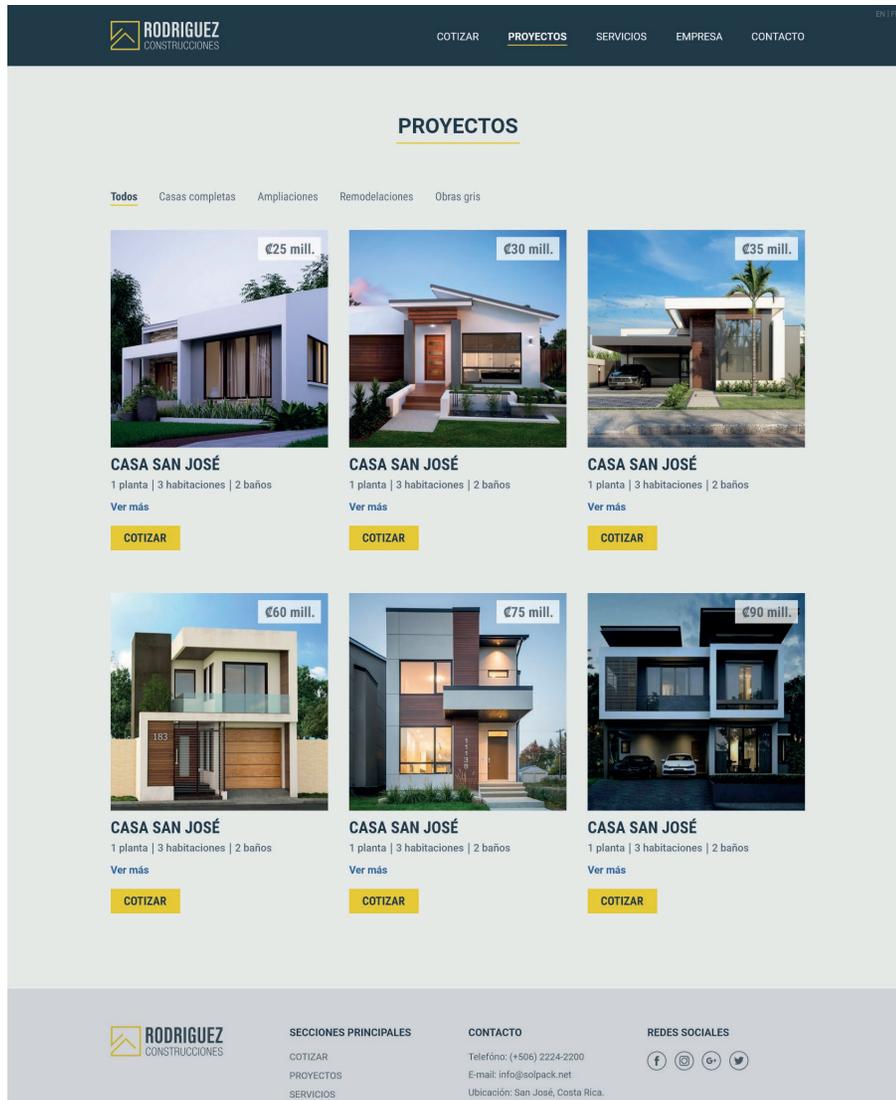
Etapas para realizar una cotización.



# 4 RESULTADO FINAL

## PROYECTOS

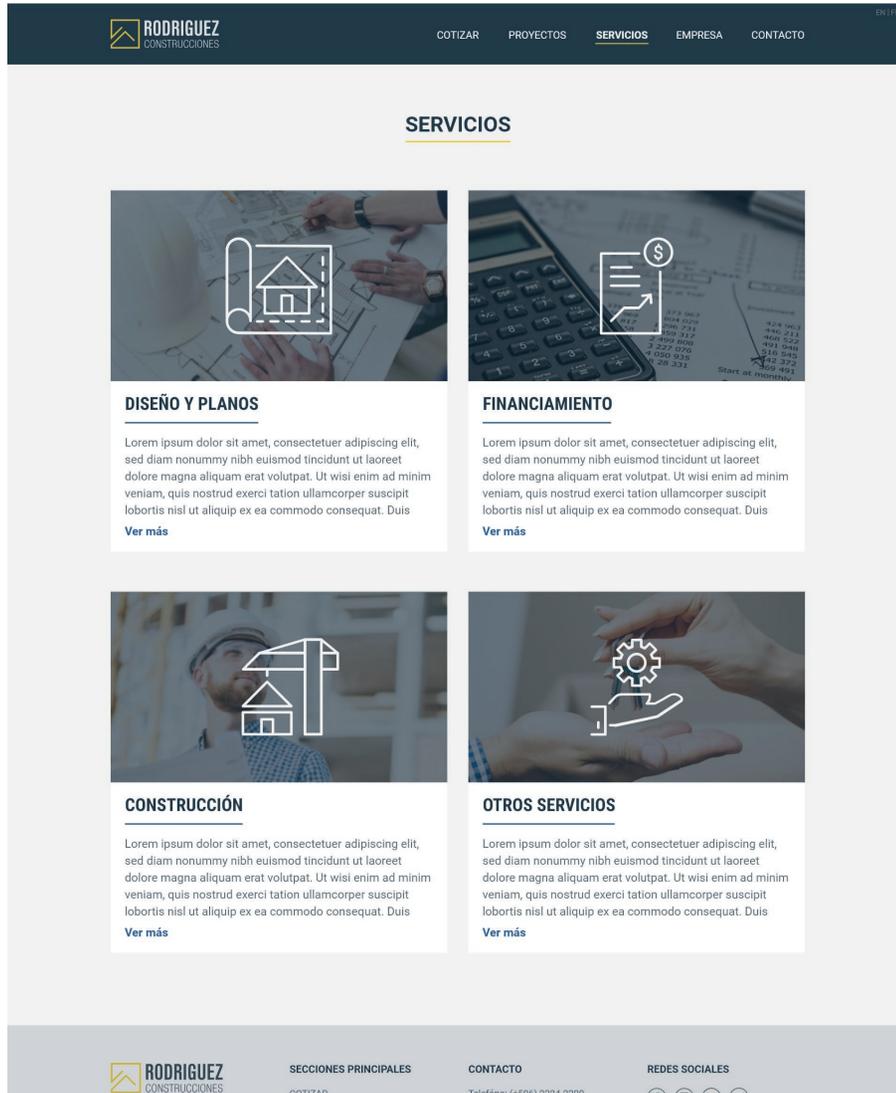
Galería de proyectos de la empresa.



# 4 RESULTADO FINAL

## SERVICIOS

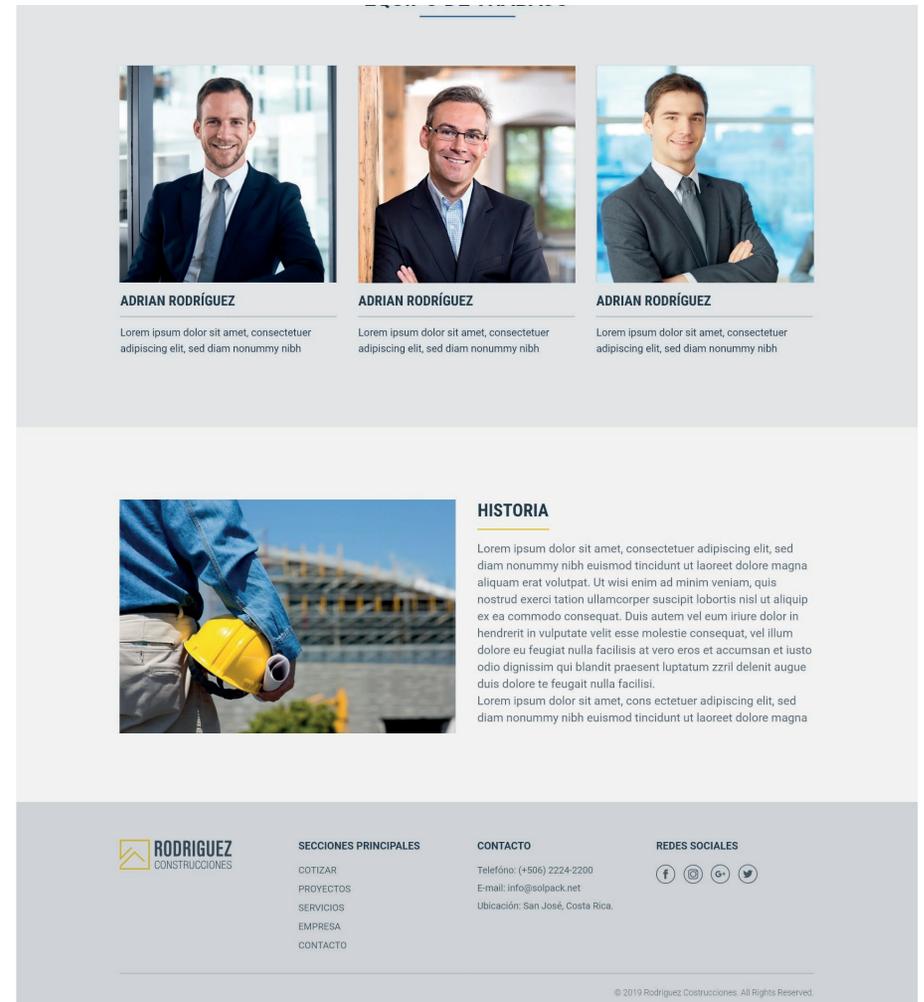
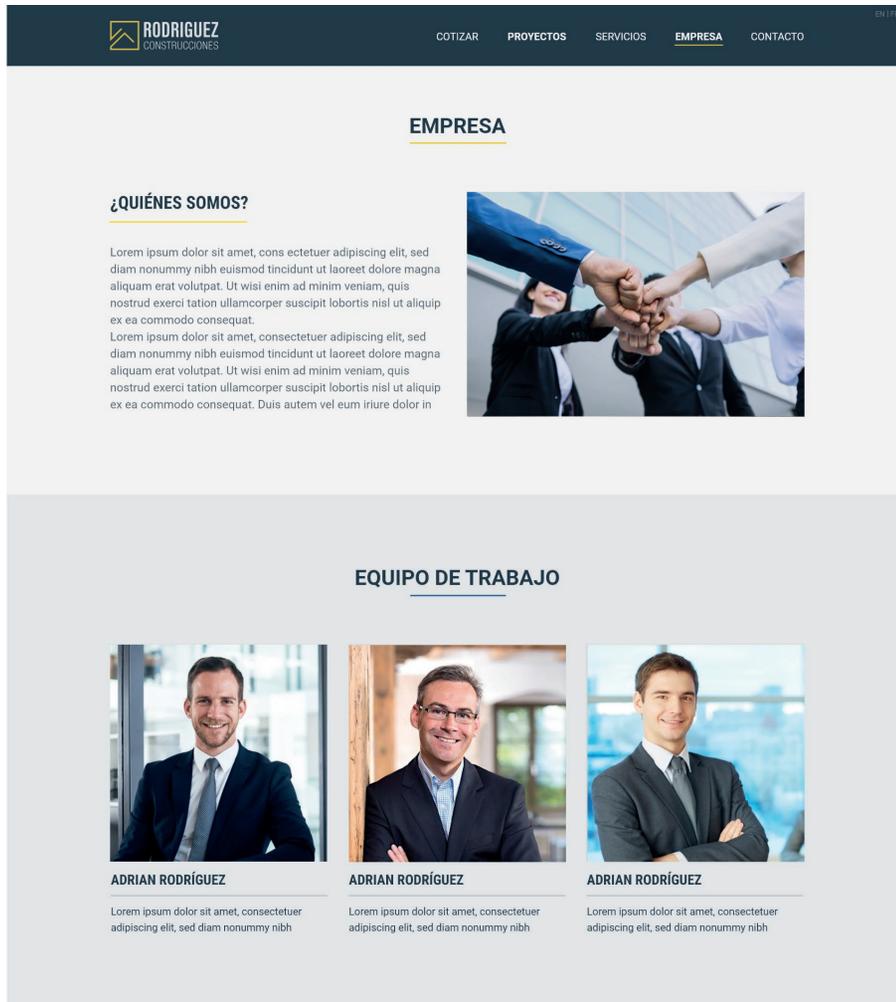
Sección de servicios que ofrece la empresa.



# 4 RESULTADO FINAL

## Empresa

Sección de información general de la empresa.



# 4 RESULTADO FINAL

## CONTACTO

Sección de información de contacto de la empresa.

The screenshot shows a website contact page for 'RODRIGUEZ CONSTRUCCIONES'. The page has a dark blue header with the company logo and navigation links: COTIZAR, PROYECTOS, SERVICIOS, EMPRESA, and CONTACTO. The main content area is light gray and features a 'CONTACTO' heading. On the left, there is a form titled 'ENVÍENOS UN MENSAJE' with fields for name (Sergio Adams), email (s.adams@ejemplo.com), phone (8790-4560), and a message box, followed by a yellow 'ENVIAR' button. On the right, an 'INFORMACIÓN' section provides contact details: Teléfono: (+506) 2224-2200, E-mail: info@solpack.net, and Ubicación: Curridabat, San José, Costa Rica. Below the text is a map of the Curridabat area. The footer is dark blue and contains the company logo, a list of 'SECCIONES PRINCIPALES' (COTIZAR, PROYECTOS, SERVICIOS, EMPRESA, CONTACTO), 'CONTACTO' information, 'REDES SOCIALES' icons, and a copyright notice: © 2019 Rodriguez Construcciones. All Rights Reserved.

## 4.2 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Conocer y analizar las necesidades de cada grupo de usuarios, le permite al diseñador responder de manera puntual y eficiente sus necesidades.
- Las herramientas nuevas se convierten en un reto para el diseñador y está relacionado directamente con la curva de aprendizaje a la hora de adoptar una nueva interfaz.
- El conocer el funcionamiento y áreas de enfoque de la empresa es de suma importancia para desarrollar un sitio web corporativo coherente con la misma.
- Las pruebas de usabilidad realizadas durante todo el proceso de investigación y durante generación de propuestas contribuyen a un producto final amigable con el usuario.
- Las recomendaciones durante la utilización de la herramienta evitan que el usuario cometa errores o se presenten confusiones en el momento de cotizar.

### RECOMENDACIONES

- Con el fin de brindar a los clientes la información más cercana a la realidad del mercado, es sumamente importante actualizar el contenido regularmente; en especial la galería de proyectos, los paquetes y acabados de cotización.

# 4 APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN PRIMER ENCUESTA

PREGUNTAS RESPUESTAS 42

42 respuestas

RESUMEN INDIVIDUAL

Se aceptan respuestas

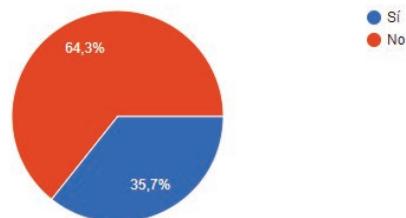
### Nombre

42 respuestas



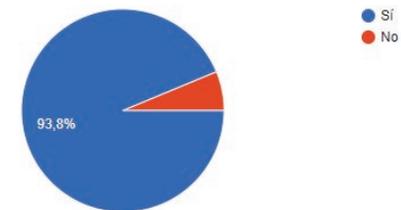
1. ¿Alguna vez ha contratado a una empresa o profesional en arquitectura, ingeniería o construcción para realizar una obra inmobiliaria (casa, departamento...)?

42 respuestas



5. ¿Solicitó cotizaciones/presupuestos antes de realizar la obra?

16 respuestas



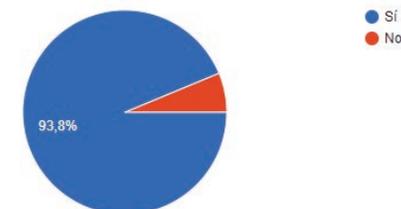
7. Al realizar la cotización, ¿Recibió un presupuesto (cálculo anticipado del coste de la obra)?

15 respuestas



10. En el momento de cotizar la obra, si existiera una herramienta digital para facilitar el trámite y recibir un presupuesto preliminar, ¿La utilizaría?

16 respuestas



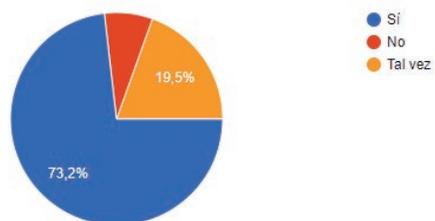
# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN PRIMER ENCUESTA

12. Si en el futuro necesita contratar alguno de estos servicios, ¿Le gustaría cotizar su obra desde el sitio web de la empresa?

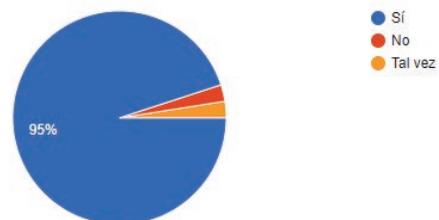


41 respuestas



13. Al contratar una obra inmobiliaria, ¿Le interesaría saber si la empresa ofrece financiamiento interno o externo?

40 respuestas



# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN SEGUNDA ENCUESTA

PREGUNTAS RESPUESTAS 95

95 respuestas

RESUMEN INDIVIDUAL

Se aceptan respuestas

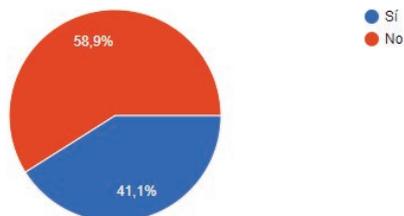
Nombre

95 respuestas

Paula
Daniela
Karla
Grace de la Cuesta
Rosa Angélica Aguilar
Hellen
Ariana
Daniela Aguilar
Darlier Vena

1. ¿Alguna vez ha contratado a un profesional para diseñar o construir una obra inmobiliaria (casa, departamento...)?

95 respuestas



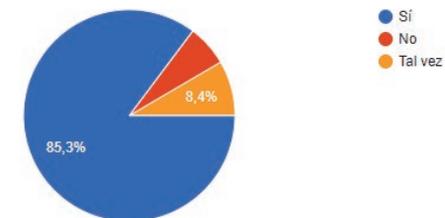
2. A continuación se describen 3 tipos de personas, ¿Con cuál se identifica mejor?

95 respuestas



4. ¿Le gustaría realizar una cotización preliminar (presupuesto aproximado) desde el sitio web de la empresa o profesional?

95 respuestas

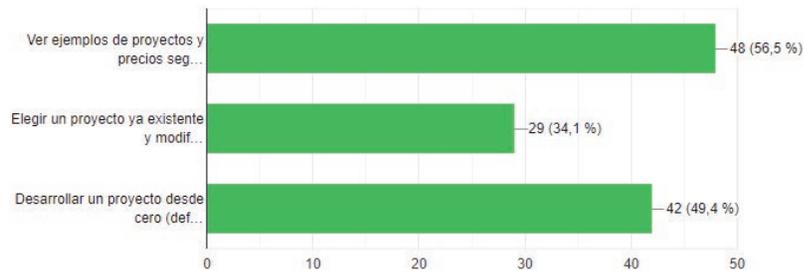


# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN SEGUNDA ENCUESTA

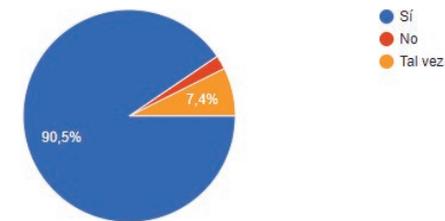
5. Si la respuesta anterior fue sí, ¿Qué opciones le gustaría?

85 respuestas



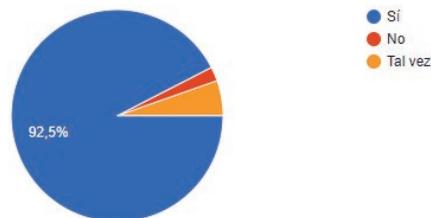
7. En el momento de construir un proyecto inmobiliario, ¿Desearía o necesitaría recibir algún tipo de asesoramiento por parte de un profesional?

95 respuestas



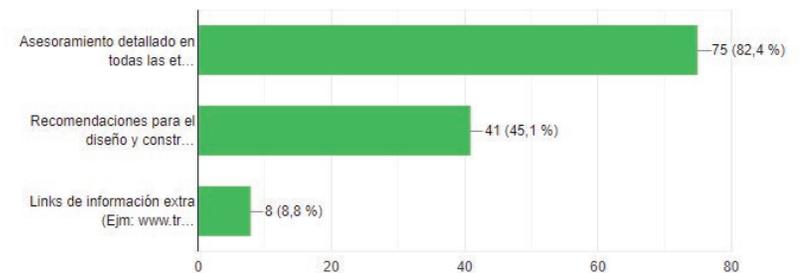
6. En el momento de realizar la cotización, ¿Le gustaría visualizar los costos del proyecto en detalle? (Ejm: precio de los acabados)

93 respuestas



8. Si la respuesta anterior fue sí, ¿Qué tipo de asesoría necesita?

91 respuestas



# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN DE CARSORTING

 Order more participants

0 Selected   Reload results using current selection   Apply   [Advanced filtering](#)

<input type="checkbox"/>	Participant	Time taken	Cards sorted	Categories created	Categories named	Comment	Include	
<input type="checkbox"/>	Participant 1	00:07:43	100%	8	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 2	00:12:11	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 3	00:06:07	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 4	00:29:18	100%	7	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 5	Abandoned	100%	4	0%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 6	00:17:51	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 7	00:04:49	100%	7	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 8	00:07:44	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 9	00:16:23	100%	8	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	

# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN DE CARSORTING

Consider information architectures (IAs) with

2 - 8 groups

Similar IAs: 7/9

6 groups submitted by participant #3

**cotizaciones**

Similar group labels  
Cotizaciones  
Cotizer  
unnamed category-3

Cotizar

Cotizar tu propio proyecto

Cotizar un proyecto modelo

Cotizar nueva obra

Cotizar remodelación

Cotización preliminar

Cotizar el proyecto

Cotizar ampliación

**Contacto**

Similar group labels  
unnamed category-1  
Usuario  
Quiénes somos?

Contacto

Teléfono

Similar IAs: 7/9

4 groups submitted by participant #5

**Cotizaciones**

Similar group labels  
cotizaciones  
Cotizer  
unnamed category-3

Cotizar

Cotizar tu propio proyecto

Cotizar un proyecto modelo

Cotizar nueva obra

Cotizar remodelación

Cotización preliminar

Precio

Cotizar el proyecto

Trámites de financiamiento

Ampliaciones y remodelaciones

Cotizar ampliación

**Contacto**

Similar group labels  
unnamed category-1

Similar IAs: 1/9

8 groups submitted by participant #1

**Contacto**

Similar group labels  
Usuario  
unnamed category-1

Teléfono

Correo

Dirección

**Trabajos realizados**

Similar group labels  
Proyectos  
unnamed category-2

Proyectos

Galería de proyectos

Fotografías/ilustraciones

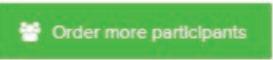
Anteproyectos

**Empresa**

Similar group labels  
Quiénes somos?  
empresa

# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN DE CARSORTING

 Order more participants

0 Selected   Reload results using current selection   Apply   Advanced filtering

<input type="checkbox"/>	Participant	Time taken	Cards sorted	Categories created	Categories named	Comment	Include	
<input type="checkbox"/>	Participant 4	00:06:00	100%	4	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 5	00:04:47	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 6	00:09:29	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 7	00:11:32	100%	7	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 8	00:46:11	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 9	00:26:54	100%	8	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 10	00:18:26	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 11	00:15:55	100%	7	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	

# 4 | APÉNDICE

## DOCUMENTACIÓN DE CARSORTING

Consider information architectures (IAs) with  2 - 8 groups

### Similar IAs: 5/8

8 groups submitted by participant #9

#### Paquetes

Similar group labels  
Paquetes predeterminados  
Paquetes de acabados  
Acabados

Paquetes de acabados

Paquete estándar

Paquete Intermedio

Paquete de lujo

Descripción del paquete

#### Acabados

Similar group labels  
ACABADOS

Tipos de acabados

Descripción del acabado

Cambiar acabado

Descartar acabado

#### Cotizaciones

Similar group labels

### Similar IAs: 1/8

5 groups submitted by participant #6

#### Paquetes

Similar group labels  
Paquetes predeterminados  
Paquetes de acabados  
Acabados

Paquetes de acabados

Paquete estándar

Paquete Intermedio

Paquete de lujo

Descripción del paquete

#### Acabados

Similar group labels

Descripción del acabado

Cambiar acabado

Descartar acabado

#### Cotización general

Similar group labels  
COTIZACIONES  
Cotizar

### Similar IAs: 1/8

6 groups submitted by participant #8

#### Paquetes

Similar group labels  
Paquetes predeterminados  
Paquetes de acabados  
Acabados

Paquetes de acabados

Paquete estándar

Paquete Intermedio

Paquete de lujo

Descripción del paquete

#### Cotizaciones

Similar group labels

Seleccionar el proyecto

Etapas de cotización

Descripción de cada etapa

Galería de proyectos

#### Obtener cotización

Similar group labels

# 6 | BIBLIOGRAFÍA

Celaya, J. (2000). La empresa en la Web 2.0. Ediciones Gestión 2000.

Hernández-Castro., F. (2016). Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (Usability Cookbook). Escuela de Diseño Industrial, Tecnológico de Costa Rica.

Solución Individual. Diseño Web y Marketing Digital. (2015). La importancia de las páginas Web para las empresas. Publicación de: Solución Individual.

Recuperado de:

<https://www.solucionindividual.com/solucionindividual/nuestro-blog/entry/importancia-webs-empresas.html>

Admetricks. (2013, 12 December 2013). ¿Qué es la usabilidad web?. [Weblog].

Recuperado de: <http://blog.admetricks.com/que-es-la-usabilidad/>

RAE. (2017). Diccionario de la Real Academia Española.

Recuperado de: <http://www.rae.es>

PMQuality . (2012). ¿Qué es el diseño UX?.

Recuperado de:

<https://pmqlinkedin.wordpress.com/about/que-es-el-diseno-ux/>

Brown D. (2007) Communicating Design: Developing Web Site Documentation for Design and Planning. Berkeley, CA.: New Riders

Macefield, R. (2012). UX Design Defined. setiembre 06, 2018, de UX Matters.

Recuperado de:

<https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/06/ux-design-defined.php>