

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN

## Rediseño de plataforma web Puntos Bee que facilita a pequeñas y medianas empresas programas de lealtad en Costa Rica

Instituto Tecnológico de Costa Rica  
Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial

ESTUDIANTE

Marycruz Yong Tencio

ASESOR ACADÉMICO

Leonardo Montero Pizarro

II semestre 2022

Tecnológico de Costa Rica  
Escuela de Diseño Industrial  
Trabajo Final de Graduación\_Bachillerato | II Semestre 2022

Trabajo Final de Graduación\_Proyecto  
Bachillerato Ingeniería en Diseño Industrial

Constancia de la Defensa

El Trabajo Final de Graduación presentado por el estudiante Marycruz Yong Tencio, carné 2017101674 para optar por el Título de Ingeniería en Diseño Industrial con grado académico Bachiller Universitario del Instituto Tecnológico de Costa Rica, titulado:

*“Rediseño de la plataforma web “puntos bee” que facilite a pequeñas y medianas empresas programas de lealtad en Costa Rica.*

ha sido defendido el día 28 de Noviembre del año 2022 ante el Tribunal Evaluador y su Profesor Asesor.

LEONARDO ENRIQUE MONTERO PIZARRO (FIRMA)  
PERSONA FISICA, CPF-01-0934-0402.  
Fecha declarada: 28/11/2022 07:13:23 PM  
Esta representación visual no es fuente  
de confianza. Valide siempre la firma.

-----  
MSc. Leonardo Montero Pizarro.  
Profesor Asesor



Firmado digitalmente por  
DONALD GRANADOS GOMEZ  
(FIRMA)  
Fecha: 2022.11.28 17:53:34 -06'00'

-----  
MSc. Donald Granados Gómez.  
Tribunal Evaluador 1

LUIS CARLOS ARAYA ROJAS (FIRMA)  
PERSONA FISICA, CPF-02-0631-0456.  
Fecha declarada: 28/11/2022 12:51:18 PM  
Esta representación visual no es fuente  
de confianza. Valide siempre la firma.

-----  
MSc. Luis Carlos Araya Rojas.  
Tribunal Evaluador 2

Noviembre , 2022

Este proyecto es requisito para la obtención del grado académico de Bachillerato en Ingeniería en Diseño Industrial del Tecnológico de Costa Rica.

El objetivo es rediseñar la plataforma de administración de planes de lealtad Puntos Bee. Esta es una plataforma desarrollada por la empresa Nw-Ideas que brindan soluciones de marketing. Las funciones principales de la plataforma son administrar premios, obtener base de datos de los clientes y tener comunicación directa con los clientes reales del comercio.

La metodología utilizada para el desarrollo de este proyecto fue la “Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (usability cookbook)” propuesta por el Ph.D. Franklin Hernández-Castro. Metodología recomendada para analizar y diseñar de herramientas de software.

El alcance principal es realizar la arquitectura de información, la interfaz gráfica y una maqueta funcional de la plataforma.

### ***Palabras clave***

diseño industrial, usabilidad, experiencia de usuario, arquitectura de información, interfaz gráfica, planes de lealtad.

## ABSTRACT

This project is a requirement to obtain the academic degree of Bachelor of Engineering in Industrial Design from Tecnológico de Costa Rica.

The goal is to redesign Puntos Bee a loyalty plans management platform. This platform is developed by Nw-Ideas a company that provides marketing solutions. The main functions of the platform are managing prizes, obtain customer database and have direct communication with the real customers of the business.

The methodology used for the development of this project was the "Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (usability cookbook)" proposed by the Ph.D. Franklin Hernandez-Castro. Recommended methodology for analyzing and designing software tools.

The scope is to carry out the information architecture, the graphical interface and a functional model of the platform.

### ***Keywords***

industrial design, usability, user experience, information architecture, graphic interface, loyalty plans.

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>05</b>
1.1 Antecedentes .....	06
1.2 Justificación .....	08
1.3 Problema .....	09
1.4 Objetivos.....	10
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
2.1 Programas de fidelización .....	12
2.2 Programas de fidelización en Costa Rica .....	13
2.3 Programas de fidelización en Latinoamérica.....	14
<b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>15</b>
3.1 Metodología .....	16
3.2 Cronograma .....	17
<b>4. DESARROLLO DEL PROYECTO</b> .....	<b>18</b>
4.1 Inventario de contenidos.....	19
4.2 Supuestos y Requerimientos .....	20
4.3 Análisis de Referenciales .....	21
4.4 Análisis de Usuarios .....	26
4.5 Arquitectura Alpha .....	33
4.6 Card Sorting .....	34
4.7 Navigation Paths.....	43
4.8 Wireframes .....	44
4.9 Paper Prototyping .....	64
4.10 Arquitectura Beta .....	71
4.11 Look and Feel .....	72
4.12 Mockup.....	75
4.13 Pruebas Heurísticas .....	83
<b>5. PROPUESTA FINAL</b> .....	<b>86</b>
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>102</b>
6.1 Recomendaciones .....	106
6.2 Conclusiones .....	107
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>108</b>

# Introducción

CAPÍTULO UNO

## 1.1 Antecedentes

### Modernización de los negocios

Actualmente en estos tiempos donde la tecnología va en incremento, las plataformas digitales son cada vez más comunes en las actividades del día a día tanto para los negocios como para los clientes.

En el tema de los negocios las empresas y comercios tradicionales ajenos al entorno digital deben crear técnicas para atraer nuevos clientes. Existen muchos negocios tradicionales que no son naturalmente digitales, como las tiendas, los bufetes de abogados, lavacoches, salones de belleza, o profesionales como dentistas, médicos, entre otros. En estas empresas no existe una forma eficiente y moderna de atraer nuevos clientes, ya que para ello no se utiliza el medio digital. Y otro punto importante es que estos negocios no suelen realizar recolección y análisis de datos, que son fundamentales para identificar posibles problemas y puntos de atención en su servicio.

El mercadeo digital es un tema cada vez más popular, actualmente muchos de los negocios se dan a conocer por redes sociales con anuncios, publicaciones, videos. Por otro lado hay comercios que buscan aplicaciones para sus clientes en las que se les informa de noticias acerca del comercio, horarios, descuentos y eventos, todo con el objetivo final que es atraer más clientes, y también recopilar datos demográficos, analizar el desempeño de las ventas, conocer cuánto dinero aporta al negocio cada cliente, con el objetivo de comprender quién es el cliente.

Con múltiples funcionalidades, las apps y plataformas webs representan un nuevo segmento de actuación para quien está dispuesto a innovar en marketing digital. Sin embargo, no todas las empresas tienen el perfil adecuado para la creación de un producto digital propio ya sea debido al ramo en que actúan, por los servicios que prestan, por el público objetivo, e incluso por el impedimento económico que conlleva crear un producto digital personalizado propio.

Ante la alta demanda de estos servicios han surgido en el país muchas agencias digitales que ofrecen desde mercadeo digital y redes sociales, hasta desarrollo web móvil. Donde la creación de un producto digital puede llegar a costar \$25,000USD - \$40,000USD, y los servicios de una agencia para crear campañas digitales puede costar \$100USD - \$1,000 USD.

### Pymes en Costa Rica

Alrededor del 98% de las empresas productivas de Costa Rica cuentan con menos de 100 empleados, lo que las define como micro, pequeñas y medianas empresas. Por esta misma razón no todas pueden darse el lujo de contratar servicios en agencias o modernizar su negocio.

En Costa Rica el fomento de las pymes es prioritario por la eminencia que tienen en el sector productivo. Apoyar a las pymes significa diversidad en la actividad económica y el crecimiento del empleo pero más competitividad entre comercios.

### **Combatir la competitividad**

Un programa de fidelización es un club o membresía que las empresas ofrecen a sus clientes para que éstos puedan optar a diferentes recompensas si realizan compras de forma regular.

Un programa de fidelización puede ayudar a mantener la relación con los clientes y atraer nuevos clientes. Según algunos estudios, cuesta mucho más adquirir nuevos clientes que retener a los existentes y gasta mucho más un consumidor actual que uno nuevo.

### **Sobre Nw-Ideas y Puntos Bee**

Nw-Ideas es una empresa costarricense ubicada en San José, Costa Rica. La empresa está compuesta por un grupo de profesionales que brindan soluciones de marketing para redes sociales, optimización de motores de búsqueda (SEO), marketing viral, marketing por correo electrónico, monitoreo y promoción de marcas con publicidad de pago por clic en Facebook, Google Adwords y servicios completos de marketing de contenido. En el 2019 fue la agencia catalogada como Empresa Joven 2019 en Costa Rica.

Luego de ver la oportunidad de negocio NW-Ideas desarrolló una serie de productos digitales para la fidelización de clientes llamada Puntos Bee con el objetivo de brindarles a las pymes una nueva estrategia para aumentar las ventas.

## 1.2 Justificación

La lealtad de los clientes es una pieza clave para el rendimiento de estas empresas. Ofrecer un producto o servicio innovador o de buena calidad, no es suficiente para conseguir clientes fieles. Su lealtad se hace mediante estrategias de fidelización efectiva. El principal resultado esperado en los planes de fidelización es que los clientes se mantengan fieles a la empresa, también mejora la relación con la marca y aumenta la confianza, además, los clientes pueden recomendar la tienda a otras personas, lo que genera una divulgación muy importante para que el negocio crezca.

Actualmente con la alta competitividad los negocios buscan innovar para mantener a sus clientes y atraer nuevos. El desarrollo de la aplicación es una oportunidad para comercios que buscan ampliar su clientela y además premiar a sus clientes regulares.

En lugar de pagar un precio alto por el desarrollo de un sistema de afiliación como ya se mencionó, Puntos Bee va a brindar una plataforma que les va permitir a los PYMES en Costa Rica suscribirse y así premiar a sus clientes, incrementar ventas, elevar los ingresos, mejorar reconocimiento de marca/reputación, por último aportar información valiosa sobre los clientes y el comportamiento de compra.

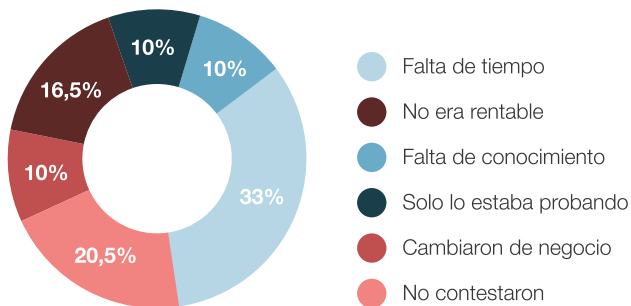
Con la plataforma los comercios también tendrán una comunicación más directa con clientes reales y podrán comunicar nuevos productos, promociones, descuentos, cierres. Cosa que no pueden realizar con las redes sociales por el alcance limitado que tienen.

## 1.3 Problema

La plataforma actual no contempla las necesidades de los comercios, estos no entienden cómo proceder, o cómo configurar la plataforma, por lo que presenta problemas de usabilidad. Lo que hace que el usuario fije premios o muy fáciles de obtener que terminan siendo no rentables para el negocio, o premios muy difíciles de ganar que generan desmotivación por parte de los clientes.

Para una pyme configurar y utilizar un plan de lealtad correctamente requiere de mucho conocimiento para que sea efectivo y rentable.

Las razones por las cuales los comercios se desafilian según el estudio realizado son:



Es por ello que el presente desarrollo pretende optimizar el registro de la herramienta para que sea más fácil y rápido, simplificar el proceso de agregar y administrar premios, crear una forma de ayudar a los negocios a generar premios rentables para este, y en general mejorar el contenido que se muestra para que sea fácil de entender.

### Problema planteado

***¿Cómo diseñar una plataforma que permita a los comercios crear planes de lealtad de forma fácil rápida y de forma rentable?***

## 1.4 Objetivos

### Objetivo General

Rediseñar una herramienta de planes de lealtad, que garantice a los PYMES recomendaciones rentables, que sea fácil de usar y configurar para lograr la permanencia de los comercios.

### Objetivos Específicos

- Identificar las necesidades de los usuarios para mejorar la navegación en la plataforma.
- Mejorar la experiencia de usuario con recomendaciones para generar una plataforma rentable.
- Brindar una plataforma más amigable y sencilla que facilite la comprensión del contenido de la plataforma.

### Alcances

Se plantea la entrega de la siguiente documentación dadas las limitaciones de tiempo, y las características del proyecto:

- Informe final que recopila el proceso de rediseño, con hallazgos.
- Maqueta funcional con las secciones más utilizadas, y con al menos 9 casos de uso.

### Limitaciones

Las restricciones están relacionadas con los testers, ya son personas que suelen pasar muy ocupadas atendiendo su negocio propio, y que en algunos casos no van a estar dispuestos a compartir información sobre su empresa.



# Marco Teórico

CAPÍTULO DOS

## 2.1 Programas de fidelización

### ¿Qué son?

Un programa de fidelización (también llamado programa de lealtad) es una alternativa a los descuentos normales, donde los participantes del programa ganan y acumulan puntos o sellos para gastarlos en su próxima compra o para tener ofertas personalizadas, siendo su objetivo principal incrementar las ventas e incrementar la cantidad de clientes.

### Tipos de Programa de Lealtad

Existen diferentes tipos de programas de fidelización:

a) *Programas basados en puntos*: Otorga puntos redimibles a cada cliente en cada transacción, este aumenta sustancialmente la posibilidad de que el cliente repita la transacción.

b) *Programas de recompensas basados en alianzas*: Se establecen asociaciones y alianzas con las marcas asociadas para trazar un programa de beneficios en conjunto para el cliente.

c) *Sistemas de membresía de lealtad escalonada*: Clasifica a los clientes según su comportamiento, historial de compras, patrones de compra y más. Basándose en estos parámetros, cada cliente es colocado en un rango o nivel.

d) *Programa de lealtad pagado*: El cliente necesita pagar una cierta cantidad básica para tener derecho a descuentos exclusivos, productos, ventas o servicios.

e) *Programas basados en el valor*: La empresa dona un cierto porcentaje del monto de la compra a programas de caridad o bienestar.

f) *Programas de gamificación*: Se ofrecen juegos atractivos para aumentar la retención y la lealtad de los clientes.

f) *Programas de gamificación*: Se ofrecen juegos atractivos para aumentar la retención y la lealtad de los clientes.

### ¿Por qué enfocarse en un programa de fidelización de clientes?

Según Bain & Company, una compañía global de consultoría estratégica, si el porcentaje de clientes retenidos aumenta en un 5%, esto resulta en el aumento de un 25% de ingresos para la empresa, ya que los clientes regulares consumen más y gastan más que los clientes nuevos.

### Son incentivos progresivos

Cuanto más dinero gasta el cliente en el comercio, más puntos se acumulan en el programa. Esto permite probar diferentes estrategias que sirven para retener a los clientes y crear las condiciones en las cuales preferirán a un negocio sobre otro por los beneficios. El principio es muy simple: para obtener más beneficios hay que involucrarse más y gastar más.

Un programa de fidelización implementado puede ayudar a conocer mejor las preferencias y necesidades de los clientes. Conocer el comportamiento de compra puede ayudar a entender en qué se basan los clientes cuando toman decisiones sobre sus compras, optimizar la estrategia, crear mejores premios, y descuentos.

## 2.2 Programas de fidelización en Costa Rica

En nuestro país actualmente existen diferentes tipos de programas de lealtad en algunos casos aún se utiliza el sistema físico de sellos, en donde se van acumulando con una tarjeta física, sin embargo muchos comercios han optado por productos digitales, la mayoría de las empresas son grandes como Mcdonalds, KFC, Subway, Quiznos, estos cuentan con sus propias aplicaciones donde sus clientes pueden descargarla, registrarse y empezar a acumular sellos o puntos por cada compra.

Hay empresas medianas como Pets Market, Moyo (Figura 1), Ferretería Gigante, Momentum que han optado por cotizar con empresas como lealto que es una plataforma de creación de planes de lealtad donde se obtiene una app propia de la marca.

Otras empresas como Fresh Market, AMPM, Súper Salón, Crispy Churros, entre otros. han formado parte de Tapp (Figura 2) que es una plataforma que tiene un concepto de cartera de tarjetas de clientes frecuentes en donde en una sola aplicación se encuentra una amplia selección de negocios y comercios, en donde el usuario puede ver los descuentos y acumular puntos.

Este mismo concepto se ve en aplicaciones como Yollty (Figura 3), que si se enfoca en diferentes tipos de empresa incluyendo las pequeñas. En donde se ofrecen pruebas gratis, y diferentes planes con amplios rangos de precios dependiendo del tipo del tamaño de la empresa.

Uno de los problemas observados en crear una aplicación propia de la marca es que no ofrecen un beneficio para los consumidores que justifique el hecho de bajar una aplicación que quita espacio en el teléfono, registrarse y tener que presentarla cada vez que se realiza una compra.

### ¿Qué tipo de estrategia sigue Puntos Bee?

Dado que Puntos Bee va a ser una plataforma posicionada como económica para brindar el servicio a Pymes. Adquiere un concepto similar al de Tapp y al de Yollty donde en una aplicación se pueden encontrar las tarjetas de muchos comercios, esto además le va a funcionar a los negocios a promocionarse, similar a lo que hacen algunos restaurantes de comidas en plataformas como Uber Eats dándoles la oportunidad de tener más visibilidad.

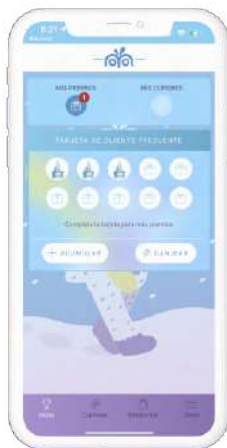


Figura 1. Aplicación Moyo desarrollada por lealto



Figura 2. Aplicación Tapp, Cartera de tarjetas

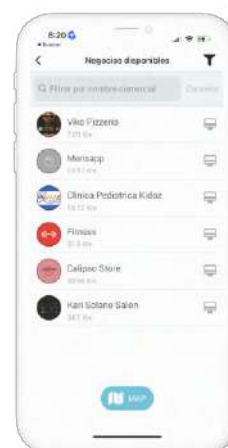


Figura 3. Aplicación Yollty, Cartera de tarjetas

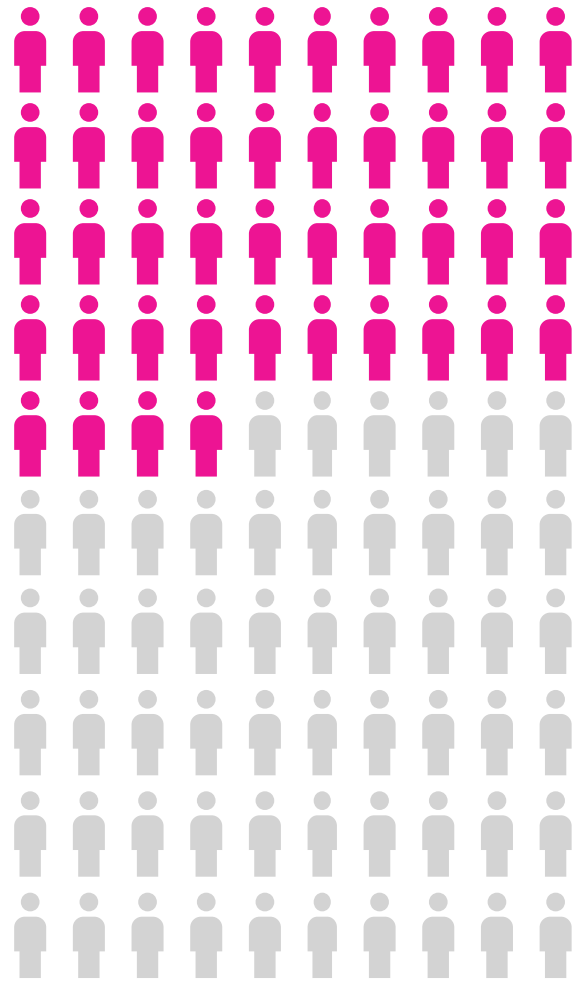
## 2.3 Programas de fidelización en Latinoamérica

Los programas de lealtad pueden ayudar a lograr más visitantes y un mayor volumen de compra. Así lo indica un estudio realizado por Estudio Global sobre Programas de Lealtad, donde 44% de los latinoamericanos forma parte de al menos un programa de lealtad. Sin embargo, un 56% de los consumidores declara no formar parte de ninguno, lo que indica una baja penetración de dichos programas, en comparación con otras regiones como Asia, Europa y Estados Unidos, donde se encuentran mejor posicionados este tipo de estrategias.

En Latinoamérica, los consumidores en Brasil son quienes reportan una mayor participación en estos programas, donde 17% afirma participar en uno, 33% entre 2 y 5, 2% entre 6 y 10 y 1% reporta contar con más de 11.

Mientras los mexicanos, argentinos y venezolanos son los que pertenecen a una menor cantidad de programas, 67% de los mexicanos no participa de ningún programa, 16% pertenece a uno, 15% entre 2 y 5 y sólo 1% a más de 5.

Con respecto a los tipos de planes los programas que regresan dinero son los más populares en América Latina, con un 48% de preferencias, seguidos de los descuentos (47%) y productos gratis (40%).



**44%**

forman parte de al menos un programa de lealtad

**56%**

no forma parte de ninguno

The background features a whiteboard with several hand-drawn wireframe sketches. At the top left, there is a grid of four squares, each with an 'X' inside. To the right of this grid is a larger rectangle with an 'X' and a horizontal bar above it. Below the grid, there is a larger rectangle containing a horizontal bar at the top, followed by several horizontal lines representing text, and two squares with 'X's on the right side. To the right of this is another rectangle with horizontal lines and a triangle at the bottom. At the bottom, there is a small box containing the text 'Place to from hor window'. A hand holding a marker is visible in the center-right, appearing to be in the process of drawing or pointing at the sketches. The entire scene is overlaid with a semi-transparent orange filter.

# Marco Metodológico

CAPÍTULO TRES

## 3.1 Metodología

Para el desarrollo del proyecto de graduación se sigue como metodología el Usability Cookbook del Phd. Franklin Hernández-Castro, cuyas herramientas de aproximación se detallan a continuación:

### Inventario de Contenidos

El inventario de contenidos se realiza cuando ya hay una herramienta existente. Es un diagrama (tipo mapa conceptual) que resume todo el contenido de la herramienta, su estructura y su jerarquía. El objetivo de este análisis es listar todas las necesidades que satisface la herramienta, y entender toda la estructura actual de la herramienta.

### Supuestos y requerimientos

Se realiza cuando se diseña una herramienta nueva, y el objetivo es entrevistar a algunos potenciales usuarios para tener una idea más acertada, de cuáles son sus necesidades y cómo les podría ayudar una herramienta.

### Análisis de referenciales o benchmarking

El benchmarking, se trata de buscar proyectos parecidos, que satisfacen necesidades similares, para analizar cómo se resolvieron esas necesidades y aprender tanto de lo positivo, como de lo negativo.

### Análisis de usuarios

a) El análisis de personas: identificar los tipos de usuarios.

b) El análisis de necesidades: definir en forma global qué necesidades satisface la herramienta y para que “personas”.

c) El análisis de tráfico: Seguidamente se realiza un análisis del tráfico, es decir la relación porcentual necesidad/ persona.

### Arquitectura Alfa

Se genera a partir de las conclusiones de las herramientas anteriores y permite realizar una primera propuesta de navegación.

### Card Sorting

Mediante la agrupación de términos se prueba la usabilidad y navegación de la aplicación.

### Wireframes

Diagramaciones sin color, en las que se experimentan los escenarios de uso.

### Paper prototyping

Se construye una maqueta de papel de la interfaz para realizar pruebas de navegación. Que en este caso para adelantar trabajo y no gastar papel se va a realizar de forma digital.

### Arquitectura beta

Se realizan cambios, de ser necesarios, después de haber realizado todas las pruebas anteriores.

### Look & feel

Se define el estilo gráfico con el que se va a trabajar.

### Mockup

Se realiza una maqueta funcional de la aplicación, para poder probar la usabilidad y validar el look & feel.

### Pruebas heurísticas

Se realizan una serie de pruebas para validar la maqueta funcional y comprobar que el estilo gráfico no afectará la navegación.

## 3.2 Cronograma

Como se puede observar en la Figura 4, el proyecto está pensado para realizarse en un total de 18 semanas.

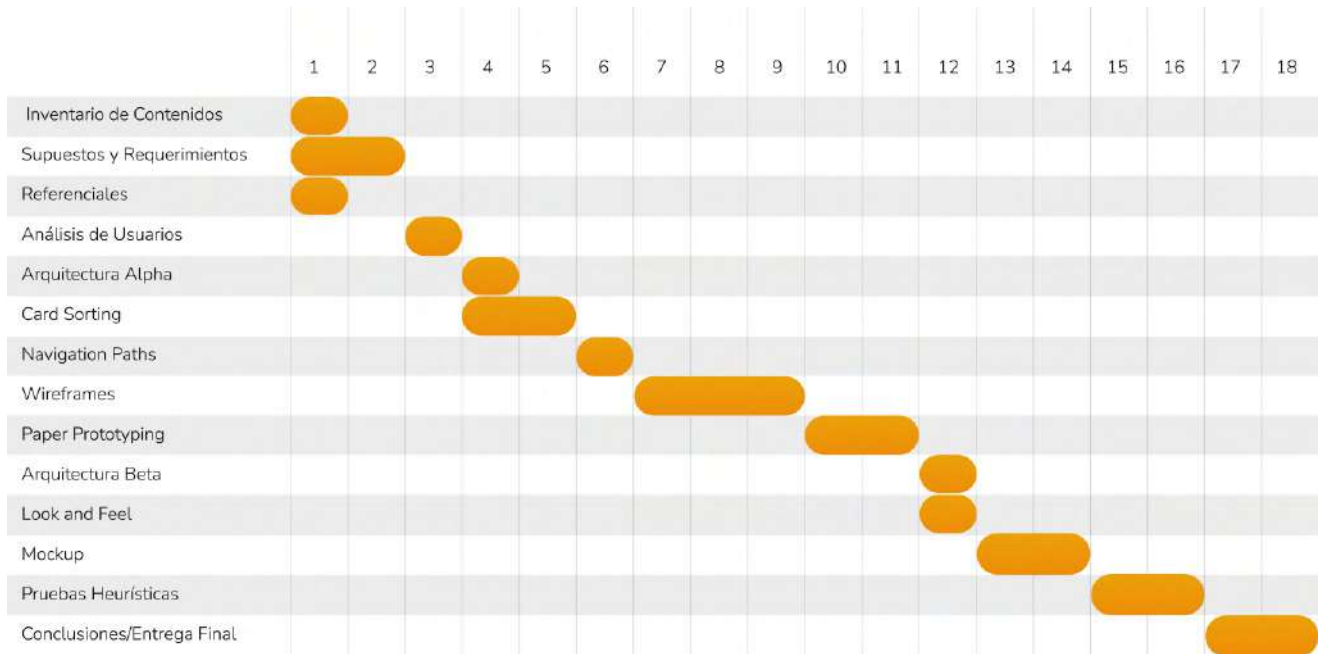


Figura 4. Cronograma por semanas



# Desarrollo del proyecto

CAPÍTULO CUATRO

## 4.1 Inventario de contenidos

Se analizó la herramienta ya existente de Puntos Bee que estaba disponible y estaba generando problemas de usabilidad. Se puede observar que la estructura (Figura 5) está formada por 7 secciones diferentes, Negocio, Estadísticas, Clientes, Premios, Cupones, Equipo de trabajo, y Notificaciones.

Algunas de las necesidades observadas en la herramienta son las siguientes:

### Foto Negocio (Perfil)

- Configurar la información del comercio (horario, ubicación, logo, etc)
- Historial de facturación y pagos

### Estadísticas

- Conocer información de consumo del cliente
- Conocer endimimiento de la empresa, através de gráficos y datos

### Clientes

- Agregar nuevos miembros o usuarios (clientes)

### Premios

- Administrar (agregar, editar, eliminar) premios
- Historial de premios

### Cupones

- Administrar (agregar, editar, eliminar) cupones
- Historial de cupones

### Equipo de trabajo

- Agregar al equipo de trabajo para que estos puedan canjear y dar puntos a los clientes

### Notificaciones

- Enviar comunicaciones y promociones clientes específicos
- Historial de mensajes y comunicaciones enviadas anteriormente

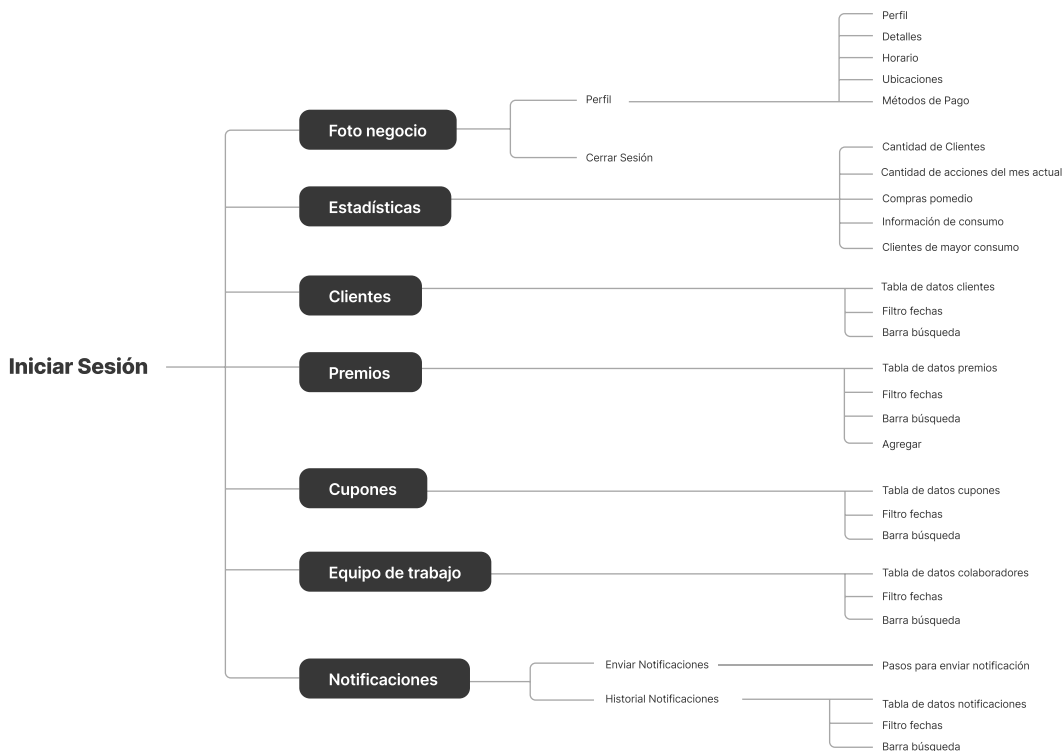


Figura 5. Inventario de contenidos

## 4.2 Supuestos y Requerimientos

Esta no es una herramienta que se está realizando desde cero, sin embargo no hay registro de entrevistas o investigaciones realizadas referente a las necesidades de los comercios. Por lo que se considera importante realizar entrevistas para conocer mejor a los usuario dueños de comercios y la visión de los stakeholders.

Se realizan entrevistas a los negocios target (restaurantes, gimnasios, carwash, salones de belleza, barberías), a clientes frecuentes que utilicen programas de fidelización y los stakeholders.

Se obtuvieron las siguientes necesidades a partir de las entrevistas realizadas:

### 4.2.a Datos/Estadísticas

- Resumen estadístico del mes
- Alcance en redes sociales
- Información de consumo y comportamiento de compra
- Premios más utilizados
- Descuentos/cupones más guardados o populares

### 4.2.b Notificaciones/Comunicados

- Enviar comunicados a clientes específicos
- Notificaciones automáticas (cumpleaños)

### 4.2.c Colaboradores

- Rendimiento de colaboradores

### 4.2.d Clientes

- Base datos clientes
- Agregar nuevos clientes

### 4.2.e Herramienta Lectora

- Dar sellos por las compras
- Buscar cliente por número de ccédula para dar sellos
- Verificar canjea de premios

### 4.2.f Negocio

- Información del comercio (horario, ubicación, logo, redes sociales)
- Opiniones mi negocio de clientes reales
- Videos cortos (tiktok o reels) del comercio, o fotos del lugar y lo que ofrecen

### 4.2.g Ayuda

- Preguntas frecuentes
- Whatsapp para recibir ayuda

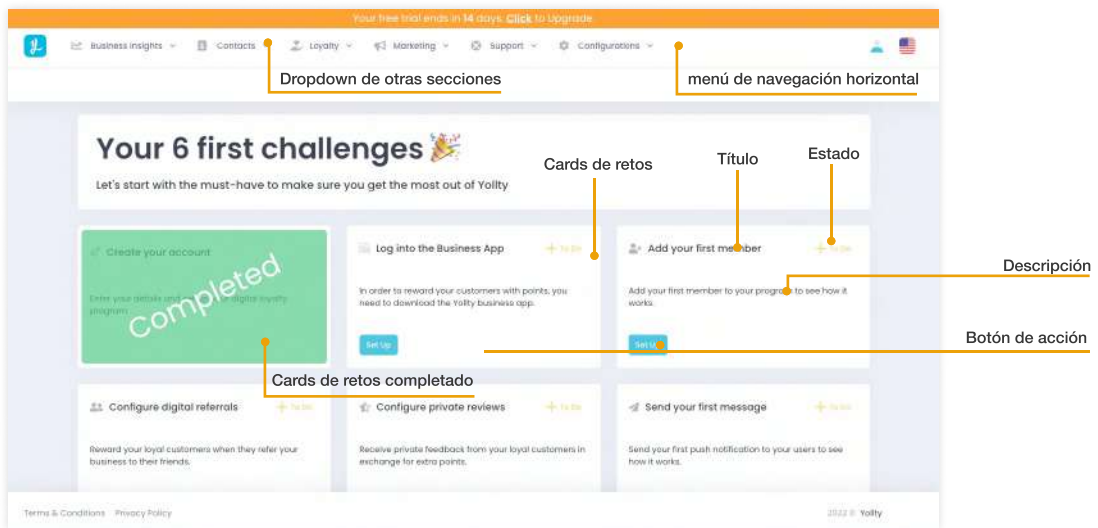
## 4.3 Análisis de Referenciales

Se analizaron tres plataformas de administración de planes de fidelización Yollty, Stamp Me y Loopy Loyalty. Estas plataformas normalmente están diseñadas únicamente para web y para ser utilizadas en un computador de escritorio o laptop, no en un celular. Por lo que se va analizar únicamente plataformas web.

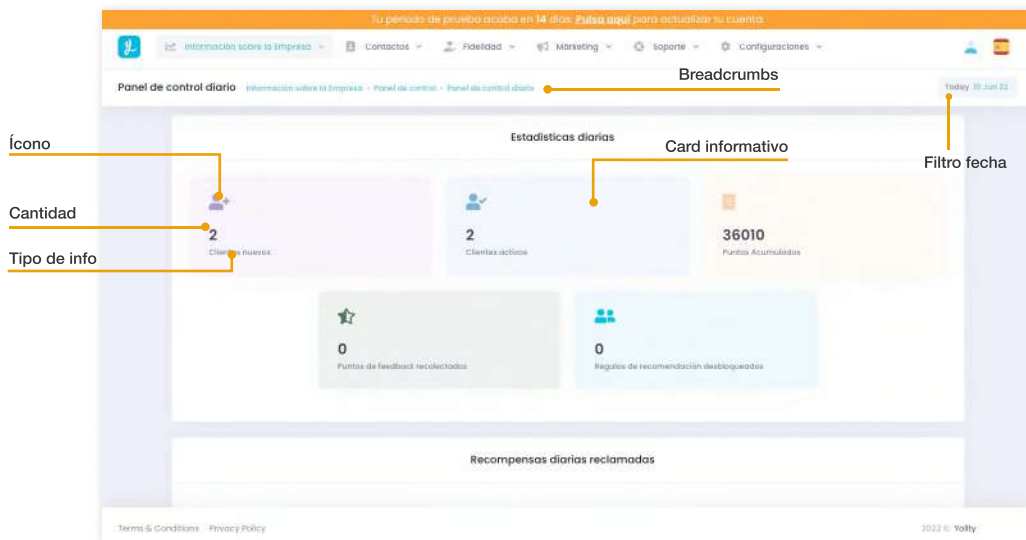
### Yollty

<https://business.yollty.com>

Yollty es una herramienta de marketing diseñada pensando en pequeñas y medianas empresas. Que además está enfocada en usuarios con poco conocimiento en tecnología, negocios, marketing. Yollty permite comenzar a ejecutar un programa de fidelización en menos de 5 minutos, tiene la opción de elegir el tipo de plan (puntos o sellos). Cuenta con una prueba gratis de 14 días.



Yollty: Pantalla Retos luego de iniciar sesión por primera vez



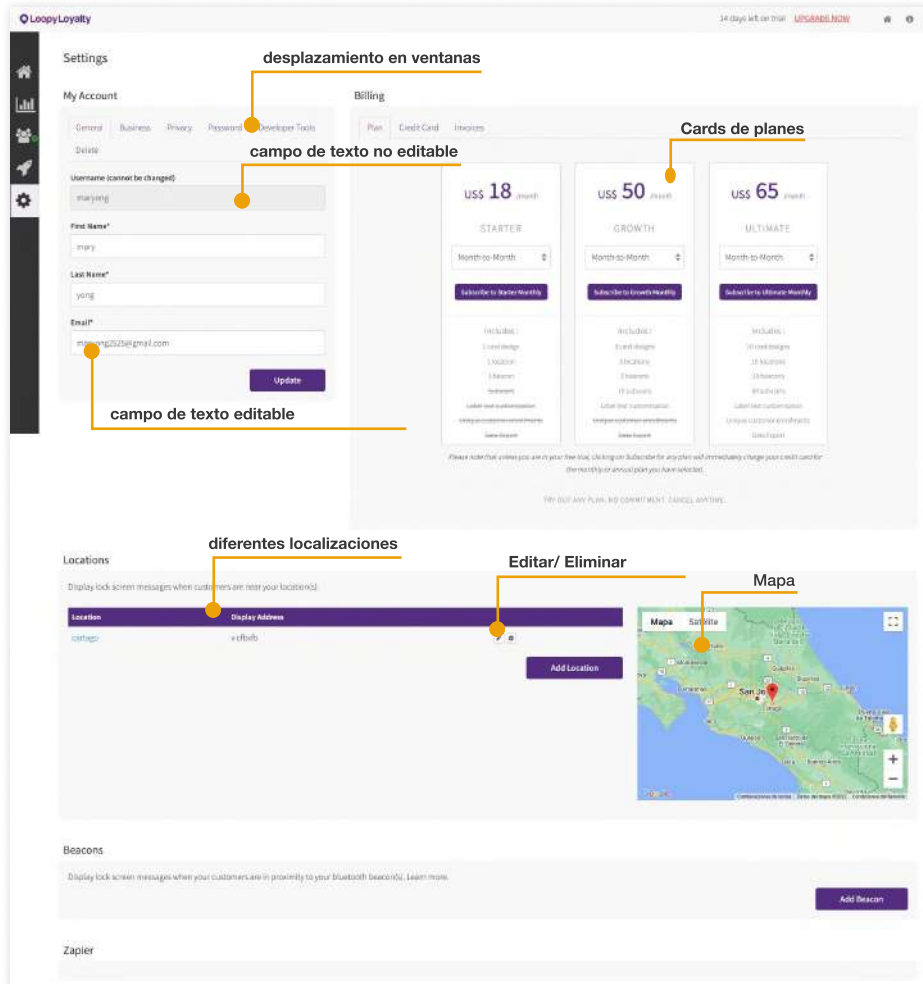
Yollty: Control diario/Panel de control



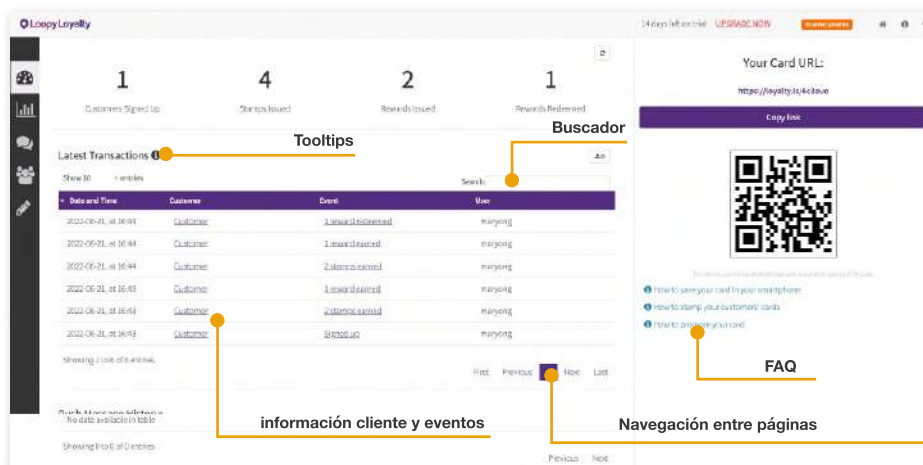
## Loopy Loyalty

<https://loopyloyalty.com/?ref=brunocarvalho34>

Loopy Loyalty es una aplicación web para crear y gestionar tarjetas de sello digitales para Apple Wallet y Google Pay. Permite diseñar tarjetas en línea, enviar mensajes de inserción a los clientes, capturar el historial de transacciones y ver los comentarios de los clientes.



Loopy Loyalty: Configuración



Loopy Loyalty: Dashboard

## Mínimos comunes

Se recopilan las características en común de los referenciales, que son útiles para el diseño de la nueva herramienta y se desarrolla esta tabla comparativa de consolidado.

	Yolty	Stamp Me	Loop Loyalty	
<b>REGISTRO</b>				
Muestra progreso	✓	✓		2/3
Previsualización de la app	✓	✓		2/3
Establecer premios	✓	✓		2/3
Establecer cantidad de estampas	✓	✓		2/3
Ingresar tarjeta crédito	✓	✓		2/3
Más de 1 sistema de lealtad	✓			2/3
<b>OTROS</b>				
Chatbox	✓	✓	✓	3/3
Días restantes de free trial	✓	✓	✓	3/3
Tutoriales/ FAQ	✓	✓	✓	3/3
Configuración	✓	✓	✓	3/3
Ver planes	✓		✓	2/3
Menú horizontal		✓	✓	2/3
<b>DASHBOARD</b>				
Graficos estadísticos	✓	✓	✓	3/3
Números estadísticos	✓	✓	✓	3/3
Recompensas reclamadas	✓	✓	✓	3/3
Cambio de día	✓	✓		2/3
Tabla de datos recientes		✓	✓	2/3
Descargar datos		✓	✓	2/3
Desplazamiento entre páginas		✓	✓	2/3
<b>SECCIÓN CLIENTES</b>				
Número de transacciones	✓	✓	✓	3/3
Fecha de registro	✓	✓	✓	3/3
Navegación entre páginas	✓	✓	✓	3/3
Números estadísticos	✓	✓		2/3
Email	✓		✓	2/3
<b>MENSAJES (NO AUTOMÁTICOS)</b>				
Selección de audiencia	✓	✓	✓	3/3
Diferentes tipos de mensajes	✓	✓		2/3

### Conclusiones Análisis referenciales

- Todas la plataformas analizadas cuentan con 6 secciones fundamentales:
  - Dashboard/Overview
  - Clientes/Miembros
  - Mensajes/Comunicación
  - FAQ/Soporte
  - Configuraciones
  - Reclamar recompensas
- Según lo analizado referente al registro se piden únicamente los datos necesarios para iniciar sesión, y luego de ingresar a la aplicación por medio de retos se puede terminar de configurar el negocio, esto motiva al usuario del comercio ya que los seres humanos estamos impulsados a tener metas, y cuando se termina una tarea el cerebro libera cantidades masivas de endorfinas que generan sentimientos de euforia y bienestar general.
- Como estas plataformas únicamente están disponibles en la web y son utilizadas en laptops y computadoras de escritorio se aprovecha el espacio y se utilizan muchas tablas de datos, y gráficos estadísticos para que la información sea más fáciles de leer y entender.
- Todas las secciones con tablas cuentan con filtros, organizar por o barras de búsqueda ya que en una tabla de datos puede ser difícil buscar cuando hay mucha información.
- Por último todos los referenciales contaban con una sección de ayuda algo que actualmente no tiene Puntos Bee, esta sección cuenta con videos cortos, recursos, preguntas frecuentes, contactos, material descargable, entre otros.

## 4.4 Análisis de Usuarios

Como ya se mencionó, Puntos Bee solo se va a enfocar en 4 comercios por lo que el análisis de personas se realizó a partir de:

1. Lavacar
2. 2.Restaurantes
3. 3. Salones/Barberías
4. 4. Gimnasios).

### Lavacar

Un lavacar es una servicio que ahora exceden del simple lavado, ya que se integra encerado, pulido y hasta limpieza del interior. Este suele contar con varrios colaboradores, que son los encargados de realizar el servicio. Y este servicio suele ser contratado cada 2 o 3 meses.



#### Motivaciones

---

- Le motiva que sus clientes luego de un lavado les den buenos comentarios.
- Conocer mejor a sus clientes y sus autos para darles siempre el mejor servicio.

#### Necesidades

---

- Una manera de comunicarse con sus clientes actuales reales para dar a conocer descuentos.
- Ideas de como potenciar su negocio y sus redes sociales.
- Premiar a sus clientes más leales.
- Conocer mejor la competencia para ver qué estrategias sigue

#### Preocupaciones

---

- Le preocupa no llegar al público adecuado en sus redes sociales.
- No cumplir con las expectativas de sus clientes al realizar algún servicio.
- No tener tiempo suficiente para dedicarse a investigar e informarse en como mejorar sus negocio.

## Gimnasios

Los gimnasios son espacios de entrenamiento físico, se pueden observar diferentes tipos de gimnasios, como de Acondicionamiento físico, Instalaciones de CrossFit, Academias de pole dance, Centros de yoga, Gimnasio tradicional, entre otros. Estos suelen tener planes mensuales.



### Motivaciones

---

- Le motiva que las personas que se unen al gimnasio comparten su progreso en redes sociales.
- Conocer qué tipo de limitaciones físicas tienen sus clientes para darles siempre el mejor servicio.

### Necesidades

---

- Una manera de comunicarse con sus clientes actuales reales.
- Conocer enfermedades, lesiones de sus clientes además de otros datos que les ayude a mejorar el negocio.
- Saber cuáles usuarios no han vuelto al gimnasio para conocer la razón, o si hubo un problema.

### Preocupaciones

---

- Que un cliente no vuelva al gimnasio después de 2 semanas.
- No tener el alcance correcto cuando publica algún comunicado, por ejemplo los cierres del gimnasio.
- Recibir malos comentarios acerca del trato en su gimnasio especialmente acerca de las mujeres.

## Restaurantes

Los restaurantes son establecimientos en el que se preparan y sirven comidas. Pueden encontrarse diferentes tipos de restaurantes, como de comidas rápidas, mexicana, saludable, cafetería, entre otros. Suelen ser más frecuentados, por lo menos 1 vez a la semana.



### Motivaciones

---

- Le motiva recibir opiniones sobre su negocio ya que la ayuda a mejorar.
- Les gusta premiar a los clientes frecuentes por su fidelidad.
- Conocer mejor a sus clientes para darles siempre el mejor servicio.

### Necesidades

---

- Una manera de comunicarse con sus clientes actuales reales para comunicar promociones o eventos.
- Conocer data de quienes son sus clientes.
- Ideas de como potenciar su negocio y sus redes sociales.
- Conocer fechas de eventos o celebraciones próximos para tener actividades programadas.

### Preocupaciones

---

- Le preocupa no tener ideas para alimentar las redes sociales del negocio.
- Les preocupa el servicio que les dan los colaboradores a los clientes, ya que influencia en la experiencia de los clientes.
- No tener tiempo suficiente para dedicarse a investigar e informarse en como mejorar sus negocio e investigar competencia.

## Salones/Barberías

Un salón de belleza, estética es un establecimiento comercial que ofrece a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, conservación e higiene de la piel. En el caso de los hombres la barbería es un establecimiento donde se afeita, se corta y arregla el pelo, la barba o el bigote. Suelen ser frecuentados cada 2-6 meses.



### Motivaciones

---

- Le motiva recibir opiniones sobre su negocio ya que la ayuda a mejorar.
- Le gusta ver que no solo recibe clientes nuevos en su negocio sino que hay clientes frecuentes y leales.
- Conocer últimos tratamientos del cliente o condiciones para darles siempre el mejor servicio a sus clientes.

### Necesidades

---

- Una manera de comunicarse descuentos o promociones a sus clientes actuales reales .
- Poder confirmar cita de los clientes.
- Organizar las tareas que sus colaboradores deben realizar, clientes que deben atender.
- Conocer nuevas tendencias de contenido o ideas para sus redes sociales.

### Preocupaciones

---

- Le preocupa no tener ideas para alimentar las redes sociales del negocio.
- No tener el alcance correcto cuando publica algún comunicado.
- No tener tiempo suficiente para dedicarse a investigar e informarse en como mejorar sus negocio.

## Lista de Necesidades

Luego de conversar con los posibles usuarios de la aplicación, se segmentan los 4 tipos de comercios y se establecen las necesidades que observamos en la lista que se muestra a continuación.

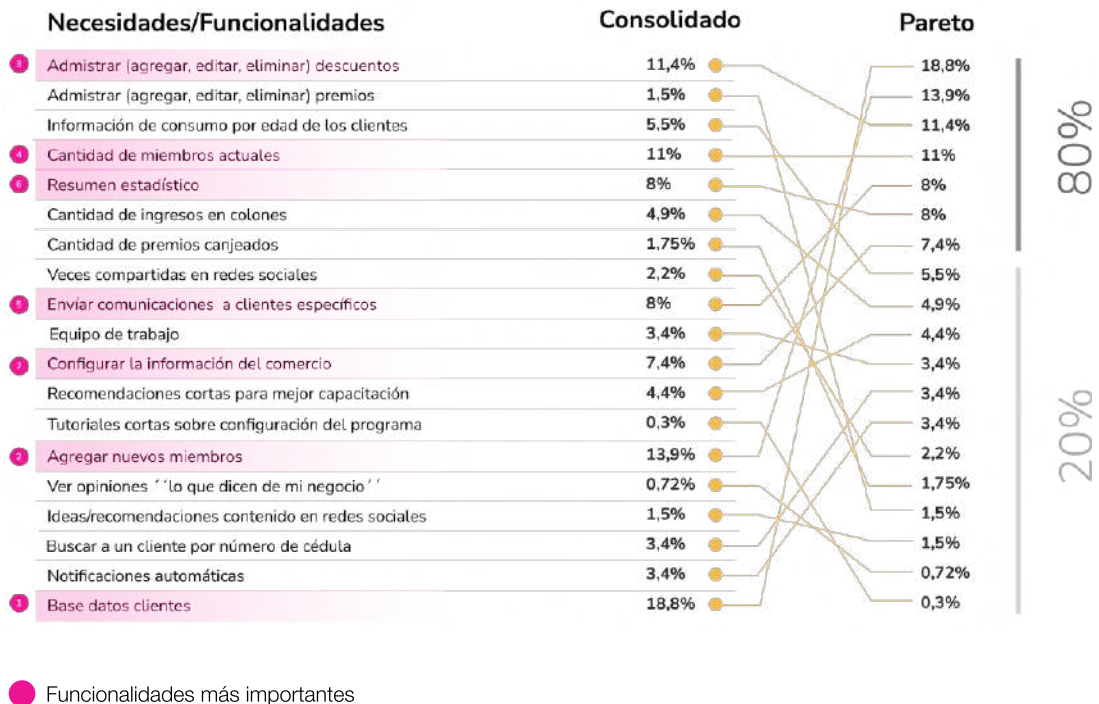
	Lavacar	Gimnasio	Restaurante	Salón
<b>NECESIDADES</b>				
Ver opiniones acerca del negocio/servicio	●	●	●	●
Enviar comunicados a los clientes específicos	●	●	●	●
Recomendaciones para potenciar su negocio	●	●	●	●
Ideas para contenido en redes sociales	●	●	●	●
Dar puntos a los clientes	●	●	●	●
Conocer tipo de auto que tiene el clientes	●			
Conocer expectativas del servicio de sus clientes	●			
Conocer limitaciones físicas de sus clientes		●		
Que los clientes compartan su progreso		●		
Conocer cuando un cliente lleva tiempo sin asistir para conocer situación por la que falta		●		
Conocer desempeño de su equipo de trabajo			●	
Conocer fechas eventos o celebraciones para tener actividades programadas			●	
Facilitar un horario de tareas a su equipo de trabajo				●
Confirmar citas de los clientes				●
Conocer último tratamiento del cliente				●

## Tráfico 80/20

Con la estimación de tráfico se definen las necesidades prioritarias que se deben satisfacer en el diseño de la aplicación. Puntos Bee realizó una investigación para obtener la clasificación por segmentos. De los segmentos que utilizan la plataforma los Restaurantes cuentan con la mayoría de usuarios afiliados (25), con estos resultados se define el porcentaje de uso:



Tomando en cuenta el porcentaje de uso de cada uno de los segmentos se obtiene un consolidado de necesidades, a partir de entrevistas, test u observaciones, se obtiene a proporción en las que éstas usan la herramienta y la importancia de cada una de las necesidades. Se define este diagrama de pareto, y se determinan cuáles son las funciones a las que hay que dar prioridad.



## Conclusiones Análisis de Usuarios

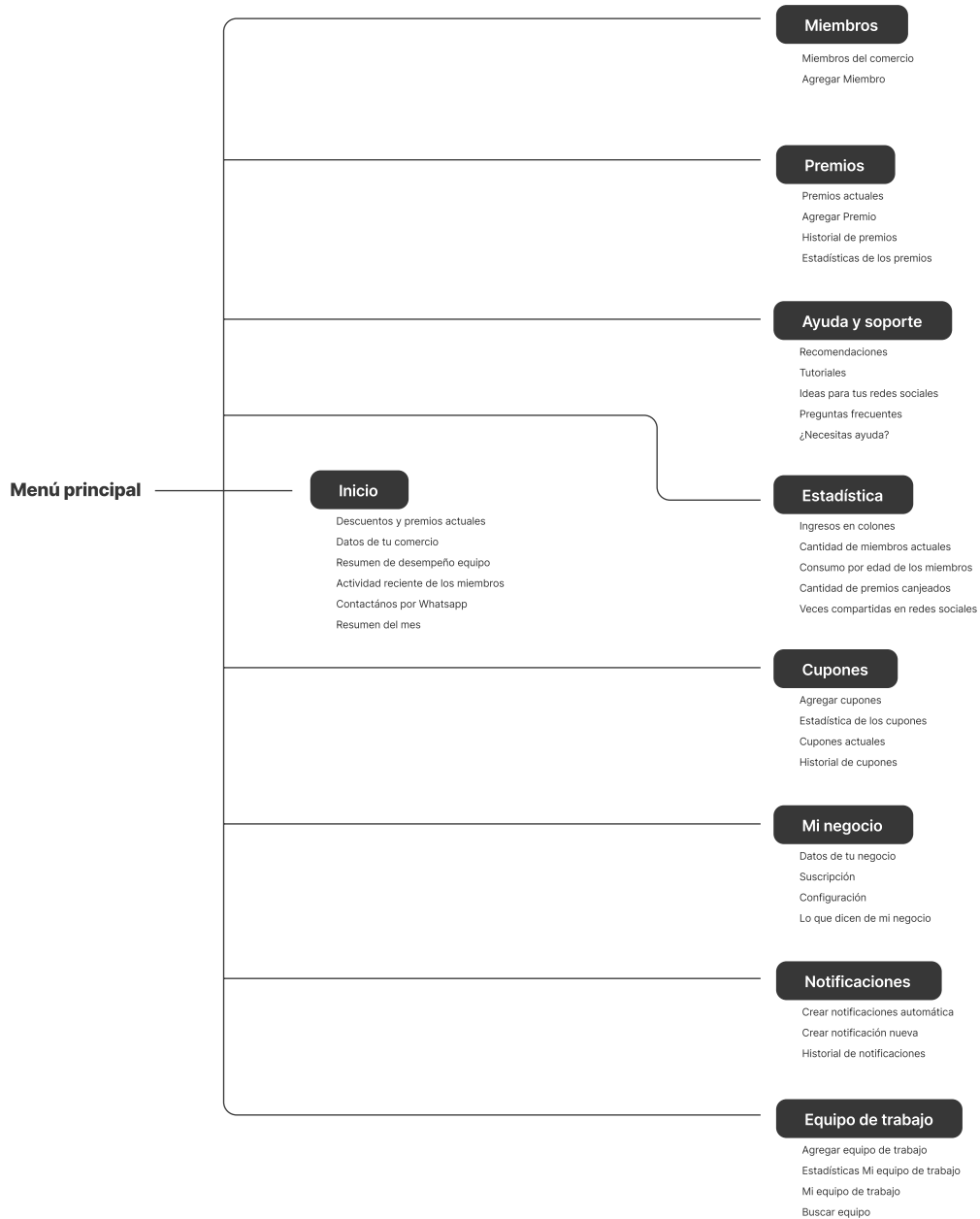
Se puede observar que los comercios si tienen necesidades muy específicas que únicamente aplican para su tipo de negocio, pero también tienen varias necesidades en común como:

- Ver opiniones acerca del negocio/servicio
- Enviar comunicados a los clientes específicos
- Recomendaciones para potenciar su negocio
- Ideas para contenido en redes sociales
- Dar puntos a los clientes

Por lo que se concluye que estas son algunas de las funciones que sí debe tener la aplicación para que pueda ser utilizada por los 4 tipos de comercios.

## 4.5 Arquitectura Alpha

En este caso para crear la arquitectura se utilizó la nomenclatura que se usa en la primera versión (Notificaciones, Miembros, Estadísticas) para evaluarla con los comercios en la prueba del cardsorting y validar la terminología, estructura, y grupos realizados.



## 4.6 Card Sorting

El objetivo de esta prueba es validar la nomenclatura y la estructura que se proponen en la arquitectura alpha.

Se realizó un card sorting abierto de este modo el tester es el que decide cómo acomodar las clases o elementos libremente en el número de conjuntos que crea necesario, la idea de realizarlo de esta forma era evaluar las partes evitando dar ´ pistas´.

Para validar la estructura del sitio se realizan 4 pruebas a dueños de comercios, inicialmente se brinda una contextualización en donde se mencionan los objetivos de la prueba.

### Dinámica de la prueba

Se le explica a los usuarios la mecánica de la actividad, estos deberán agrupar las tarjetas según la pertenencia y relación que encuentren, se les indica que una tarjeta tiene que ser título, y las columnas deben ser de máximo 7 tarjetas, por otro lado también se les menciona que puede agregar cualquier término que consideren necesario y puede dejar términos sin categorizar. Las sesiones son individuales y de máximo 25 minutos.

Para realizar la prueba se utilizó un documento Fig Jam desde la aplicación del iPad de Figma.



### Términos propuestos

Buscar miembros o equipo de trabajo  
 Datos de tu Negocio  
 Agregar Miembro  
 Agregar premio  
 Inicio  
 Contactáenos por Whatsapp  
 Preguntas Frecuentes  
 Estadísticas Mi equipo de trabajo  
 Resumen de desempeño de tu equipo  
 Resumen del mes  
 Agregar cupones  
 Cantidad de miembros actuales  
 Cantidad de premios canjeados  
 Miembros del comercio  
 Actividad reciente de los miembros  
 Descuentos y premios actuales  
 Tutoriales  
 Consumo por edad de los miembros  
 Buscar miembros  
 Recomendaciones  
 ¿Necesitás ayuda?  
 Estadísticas de los premios  
 Estadísticas de los cupones  
 Equipo de Trabajo

Suscripción  
 Ingresos en colones  
 Premios Actuales  
 Ayuda y Soporte  
 Cupones Actuales  
 Historial de premios  
 Historial de cupones  
 Agregar equipo de trabajo  
 Mi equipo de trabajo  
 Buscar equipo  
 Miembros  
 Cupones  
 Notificaciones  
 Historial de notificaciones  
 Configurar notificaciones automáticas  
 Premios  
 Mi negocio  
 Crear notificación nueva  
 Ideas para tus redes sociales  
 Veces compartidas en redes sociales  
 Configuración  
 Estadística  
 Lo que dicen de mi negocio

### Participante #1

Se observa que este participante crea 7 categorías, considera que es importante que se encuentre en el “Inicio” las opciones de “Agregar premios” y “Agregar cupones”, y los historiales de estos. Crea categorías similares a las planteadas, sin embargo une premios y cupones como una sola categoría, no genera una categoría de “Ayuda y soporte”, ni de “Miembros”.

#### Inicio

- Agregar cupones
- Agregar premio
- Historial de cupones
- Historial de premios
- Preguntas Frecuentes

#### Estadística

- Estadísticas de los cupones
- Estadísticas de los premios
- Cantidad de miembros actuales
- Consumo por edad de los miembros
- Actividad reciente de los miembros
- Estadísticas del Negocio

#### Recomendaciones

- Contactáanos por Whatsapp
- Tutoriales
- Suscripción
- ¿Necesitás ayuda?
- Buscar miembros
- Lo que dicen de mi negocio

#### Mi negocio

- Ingresos en colones
- Datos de tu Negocio
- Resumen del mes
- Miembros del comercio
- Miembros

#### Premios

- Descuentos y premios actuales
- Cupones
- Cupones Actuales
- Veces compartidas en redes sociales
- Cantidad de premios canjeados
- Premios Actuales

#### Historial de notificaciones

- Configurar notificaciones automáticas
- Ideas para tus redes sociales
- Crear notificación nueva
- Configuración
- Ayuda y Soporte
- Recordatorios

#### Mi equipo de trabajo

- Estadísticas Mi equipo de trabajo
- Resumen de desempeño de tu equipo
- Agregar equipo de trabajo
- Equipo de Trabajo
- Buscar equipo

### Participante #2

Este participante creó varias categorías que no estaban pensadas como la de “Ideas para redes sociales”, y suscripción, además creó una categoría “Estadísticas” con subsecciones “Cupones y Premios”.

#### Inicio

- Mi negocio
- Datos de tu Negocio
- Estadísticas del Negocio
- Descuentos y premios actuales
- Ingresos en colones

#### Equipo de trabajo

- Mi equipo de trabajo
- Estadísticas Mi equipo de trabajo
- Resumen de desempeño de tu equipo
- Agregar equipo de trabajo
- Buscar equipo

#### Miembros

- Miembros del comercio
- Cantidad de miembros actuales
- Consumo por edad de los miembros
- Actividad reciente de los miembros
- Buscar miembros
- Agregar Miembro

#### Ayuda y Soporte

- Preguntas Frecuentes
- ¿Necesitás ayuda?
- Configuración

#### Notificaciones

- Crear notificación nueva
- Configurar notificaciones automáticas
- Historial de notificaciones
- Resumen del mes

#### Estadísticas

##### Cupones

- Estadísticas de los cupones
- Historial de cupones
- Cupones Actuales
- Agregar cupones

#### Ideas para tus redes sociales

- Veces compartidas en redes sociales
- Lo que dicen de mi negocio

##### Premios

- Estadísticas de los premios
- Historial de premios
- Premios Actuales
- Agregar premio
- Cantidad de premios canjeados

#### Recomendaciones

- Tutoriales

#### Suscripción

- Suscripción
- Contactános por Whatsapp

### Participante #3

Este usuario también creó una categoría de “Ideas para tus redes sociales”, y unió “Cupones” con “Premios”. Por otro lado, se generó un nuevo término que se llama “Comunicación”. Y no creó las categorías de “Ayuda y soporte”, “Inicio” y “Miembros”.

#### Estadísticas del Negocio

- Datos de tu Negocio
- Consumo por edad de los miembros
- Estadísticas Mi equipo de trabajo
- Estadísticas de los cupones
- Estadísticas de los premios
- Configuración

#### Ideas para tus redes soaciales

- Recomendaciones
- Agregar cupones
- Descuentos y premios actuales
- ¿Necesitás ayuda?
- Configurar notificaciones automáticas

#### Resumen del mes

- Veces compartidas en redes sociales
- Ayuda y Soporte
- Estadística
- Actividad Ingresos en colones de los miembros
- Crear notificación nueva

#### Lo que dicen de mi negocio

- Miembros del comercio
- Datos de tu comercio
- Actividad reciente de los miembros
- Inicio

#### Mi negocio

- Buscar miembros
- Suscripción
- Agregar Miembro
- Resumen de desempeño de tu equipo
- Cantidad de miembros actuales
- Historial de notificaciones

#### Comunicación

- Contactános por Whatsapp
- Preguntas Frecuentes
- Premios Actuales
- Contactános por Whatsapp

#### Equipo de trabajo

- Equipo de Trabajo
- Mi equipo de trabajo
- Buscar equipo
- Agregar equipo de trabajo
- Tutoriales

### Participante #4

Por último este usuario al igual que otros creó una nueva categoría llamada “Ideas para redes sociales”. Por otro lado eliminó el término de “Inicio” y fue el único que no creó una categoría de “Estadísticas”.

#### Cupones

- Estadísticas de los cupones
- Cupones Actuales
- Agregar cupones
- Suscripción
- Estadísticas de los premios

#### Ayuda y soporte

- Contactáanos por Whatsapp
- Preguntas Frecuentes
- Configurar notificaciones automáticas
- ¿Necesitás ayuda?
- Historial de notificaciones

#### Premios

- Agregar premio
- Premios Actuales
- Historial de premios
- Cantidad de premios canjeados
- Historial de cupones

#### Ideas para tus redes sociales

- Veces compartidas en redes sociales
- Lo que dicen de mi negocio
- Tutoriales
- Recomendaciones
- Descuentos y premios actuales

#### Mi negocio

- Datos de tu comercio
- Estadísticas del Negocio
- Ingresos en colones
- Resumen del mes
- Agregar equipo de trabajo

#### Miembros

- Buscar miembros
- Consumo por edad de los miembros
- Actividad reciente de los miembros
- Agregar Miembro
- Miembros del comercio
- Cantidad de miembros actuales

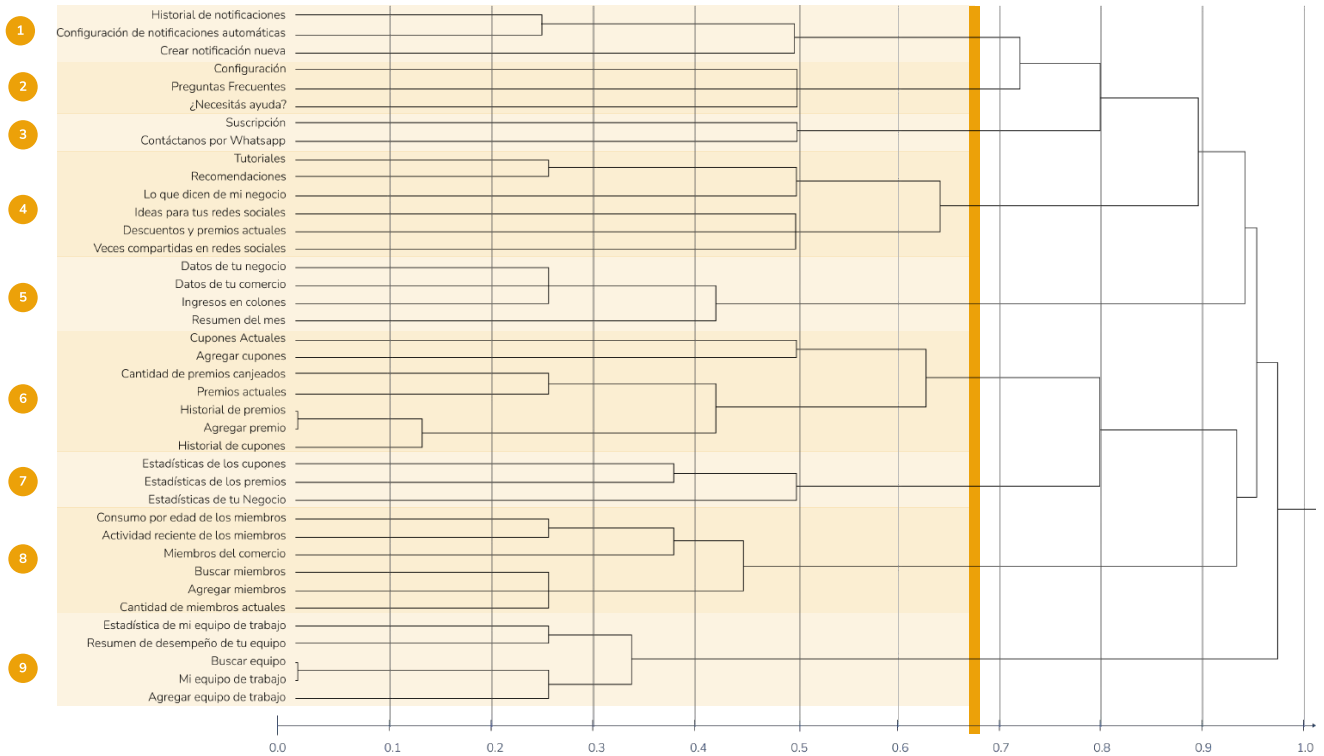
#### Equipo de trabajo

- Buscar miembros o equipo de trabajo
- Estadística
- Estadísticas Mi equipo de trabajo
- Mi equipo de trabajo
- Buscar equipo
- Resumen de desempeño de tu equipo

### Dendograma

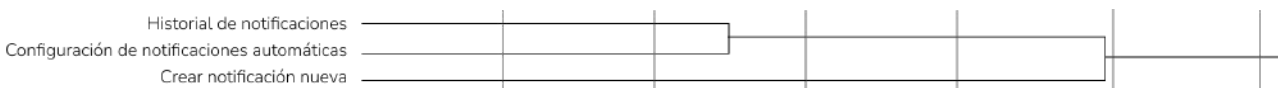
Se utiliza un dendrograma para ver cómo se forman los conglomerados en cada paso y para evaluar los niveles de similitud de los conglomerados que se forman.

Según el 68% de los tester los términos se acomodan en 9 grupos diferentes.

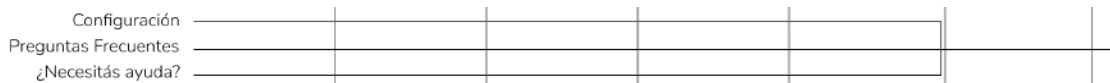


### Análisis Dendograma

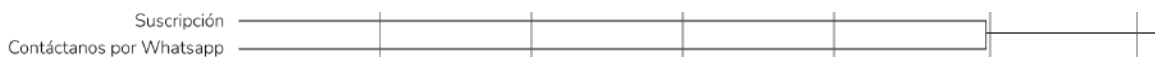
1 Los testers agrupan estas secciones como se propuso en la primera arquitectura



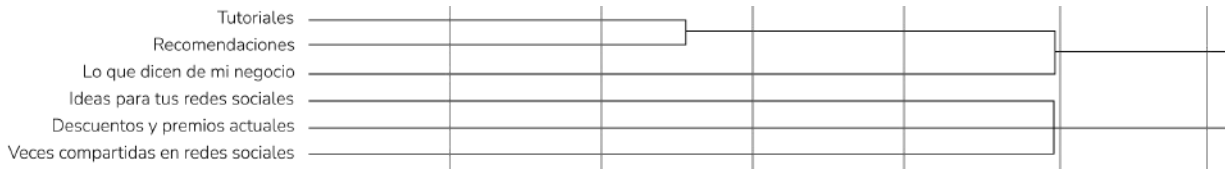
2 Los testers consideran que se debe agrupar la información referente a preguntas, ayuda y configuración en una sección.



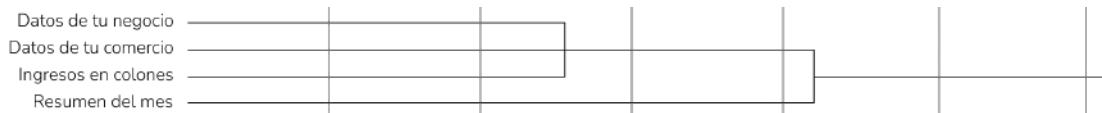
3 El término "Suscripción" era parte de la sección de "Mi negocio" sin embargo los usuarios no lo agrupan en esta sección.



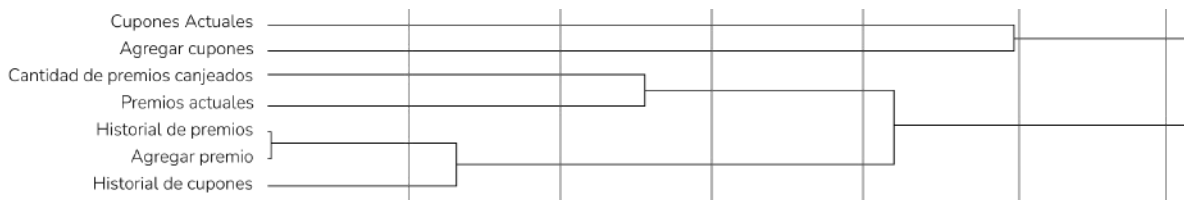
- 4 Los usuarios separan algunos términos y crean una nueva sección con “Tutoriales”, “Recomendaciones”, “Ideas para redes sociales”, entre otros.



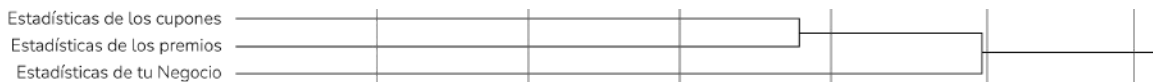
- 5 Los testers si consideran que el “Resumen del mes” debe estar en una sección principal junto con los “Datos del negocio”.



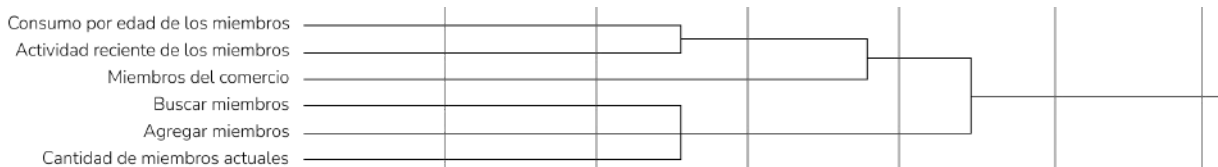
- 6 Los “Premios” y “Cupones” se consideran que tienen relación, por lo que se propone juntar estas dos secciones.



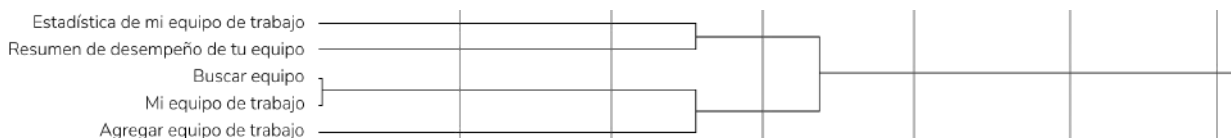
- 7 Los testers agrupan los términos relacionados con estadísticas en secciones diferentes a las propuestas, sin embargo igual consideran que debería haber una sección específica solo de datos estadísticos.



- 8 Los testers agrupan estas secciones como se propuso en la primera arquitectura, sin embargo hay algunos términos que fueron propuestos en la sección de “Estadística”.



- 9 Igual que con la sección de “Miembros” los testers agrupan estas secciones como se propuso en la primera arquitectura, sin embargo hay algunos términos que fueron propuestos en la sección de “Estadística”.



### Resultado nomenclatura

- Los términos “Notificaciones” y “Miembros” fueron implementados en la prueba ya que son los que se encuentran actualmente propuestos en la página, la idea era evaluarlos. El resultado obtenido fue negativo por parte de los testers.
- Los testers expresaron que no entendían a que se refería con “Miembros”, ya que lo relacionaban con los socios del comercio o personas que están suscritas al servicio. Algunas de las sugerencias para el cambio fue “Clientes” o “Clientes x”(nombre del comercio).
- “Notificaciones” cambia a ser “Comunicación”, el término sugerido por los comercios era “Mensajes”, o “Recordatorio”.

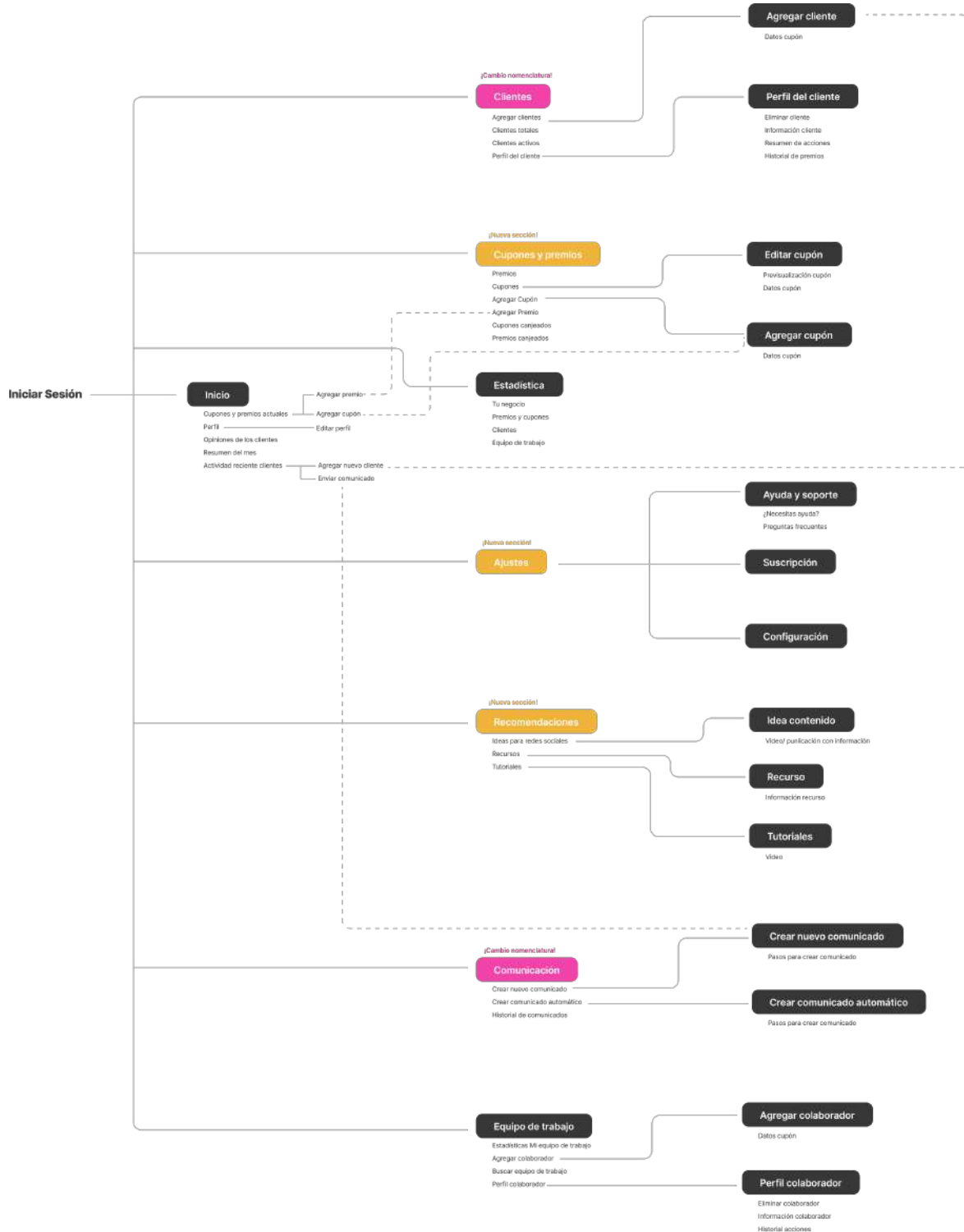
### Conclusiones

- Como se observó en el dendrograma muchos de los comercios combinaban los términos de premios y cupones, ya que los relacionan con recompensas en general. Por esa razón estas dos secciones van a ser solo una.
- De los cuatro comercios tres crearon un nuevo grupo o sección llamado “Recomendaciones” donde sentían que podían encontrar las “Ideas de contenido para redes sociales” y los “Tutoriales”, por esa razón se decidió crear una nueva sección.
- “Estadísticas” es una sección que en tres de las cuatro pruebas se utilizó como título por esta razón es importante mantenerlo como sección aparte.
- Los términos relacionados con “Configuración”, “Suscripción”, “Ayuda y Soporte”, tuvo resultados diversos en las pruebas por esa razón va a haber una sección que se llame “Ajustes”.

### Cambios realizados en la arquitectura

Con los cambios de nomenclatura propuestos en el Card Sorting y la tendencia de los usuarios por agrupar de manera diferente los términos, se realizan los siguientes cambios en la arquitectura.

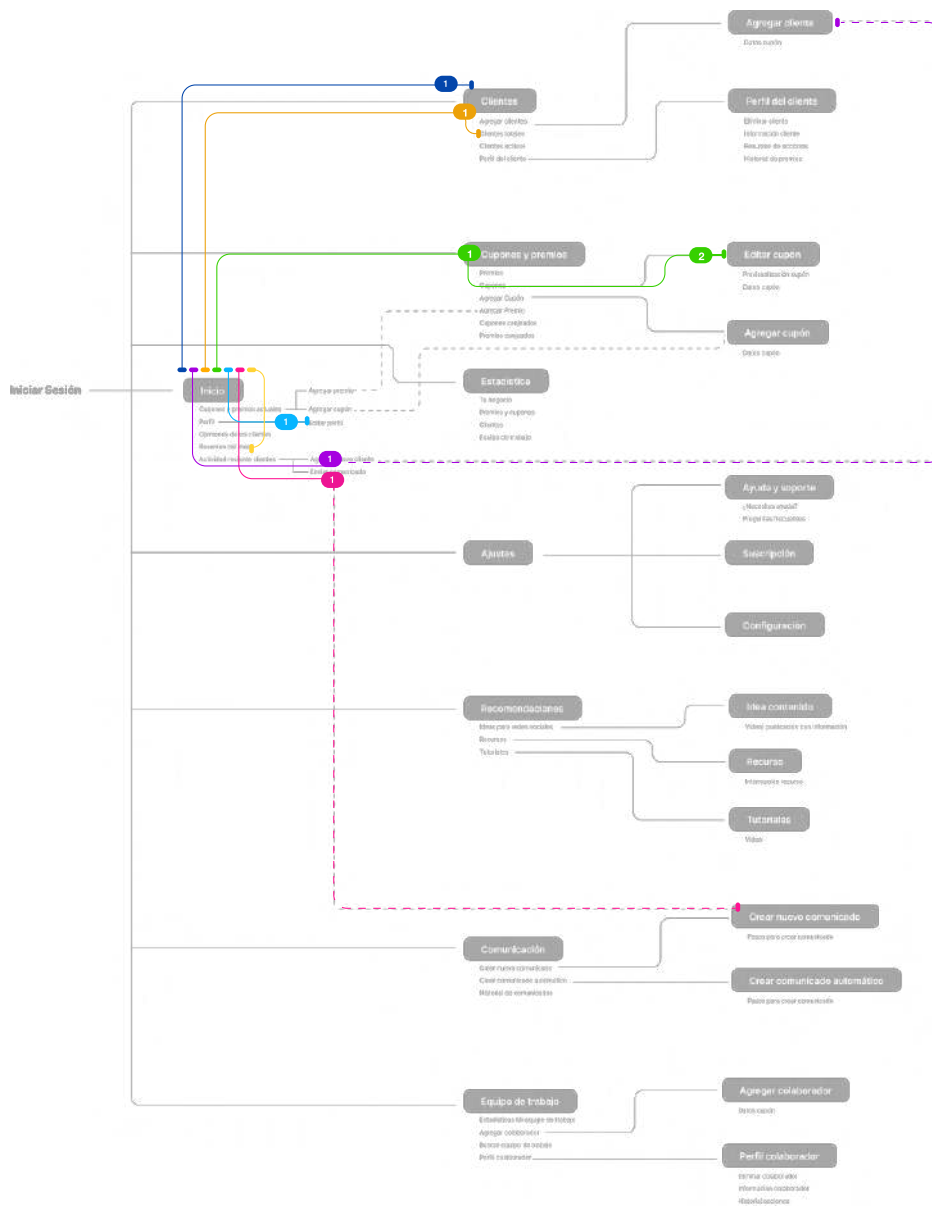
- Como ya se había mencionado hubieron cambios en la nomenclatura y ahora están los términos "Clientes" y "Comunicación".
- Hay 3 secciones nuevas que fueron observadas gracias a los resultados del dendograma, "Cupones y premios", "Ajustes" y "Recomendaciones".



## 4.7 Navigation Paths

Para el desarrollo de las tareas se supondrá que el usuario ya registró su cuenta. Las necesidades que se pondrán a prueba serán las definidas prioridad en el tráfico 80/20:

- 1. Base datos clientes
- 2. Agregar nuevos miembros
- 3. Cantidad de clientes actuales
- 4. Administrar (agregar, editar, eliminar) cupones
- 5. Configurar la información del comercio
- 6. Enviar comunicaciones a clientes específicos
- 7. Resumen estadístico del mes



En conclusión hay varios “shortcuts” en la página principal que ayuda al usuario a tomar caminos más cortos y rápidos y los “clicks” de cada uno de los caminos son entre 1 y 2 clicks.

## 4.8 Wireframes

Los wireframes son diagramaciones, sin color, ni detalle gráfico, en los que se experimentan por primera vez los escenarios.

Hay diferentes tipos según el grado de detalle

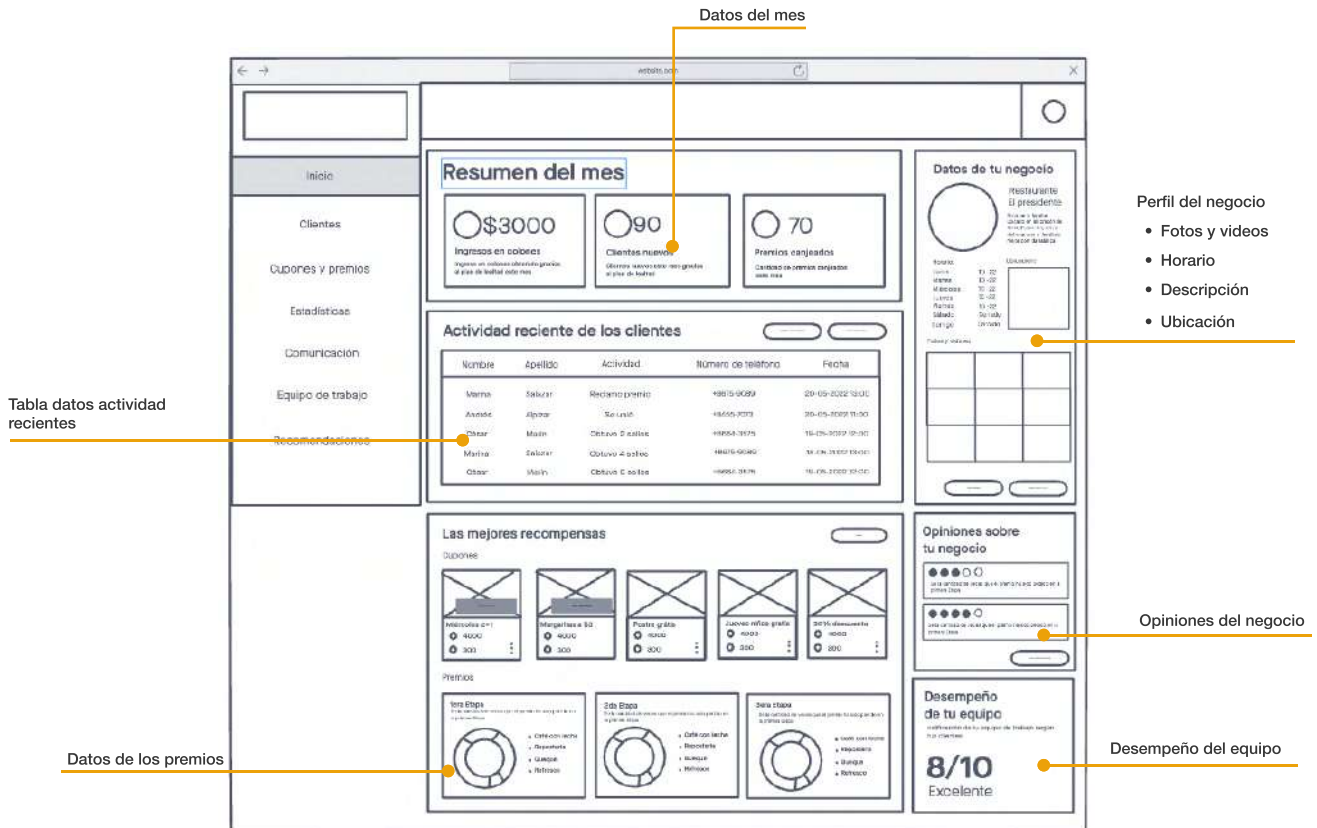
- Wireframes Lo-Fi (Baja Fidelidad)
- Wireframes Mi-Fi (Media Fidelidad)

El nivel de fidelidad se relaciona con lo cerca que estará el wireframe del producto o servicio digital ya terminado.

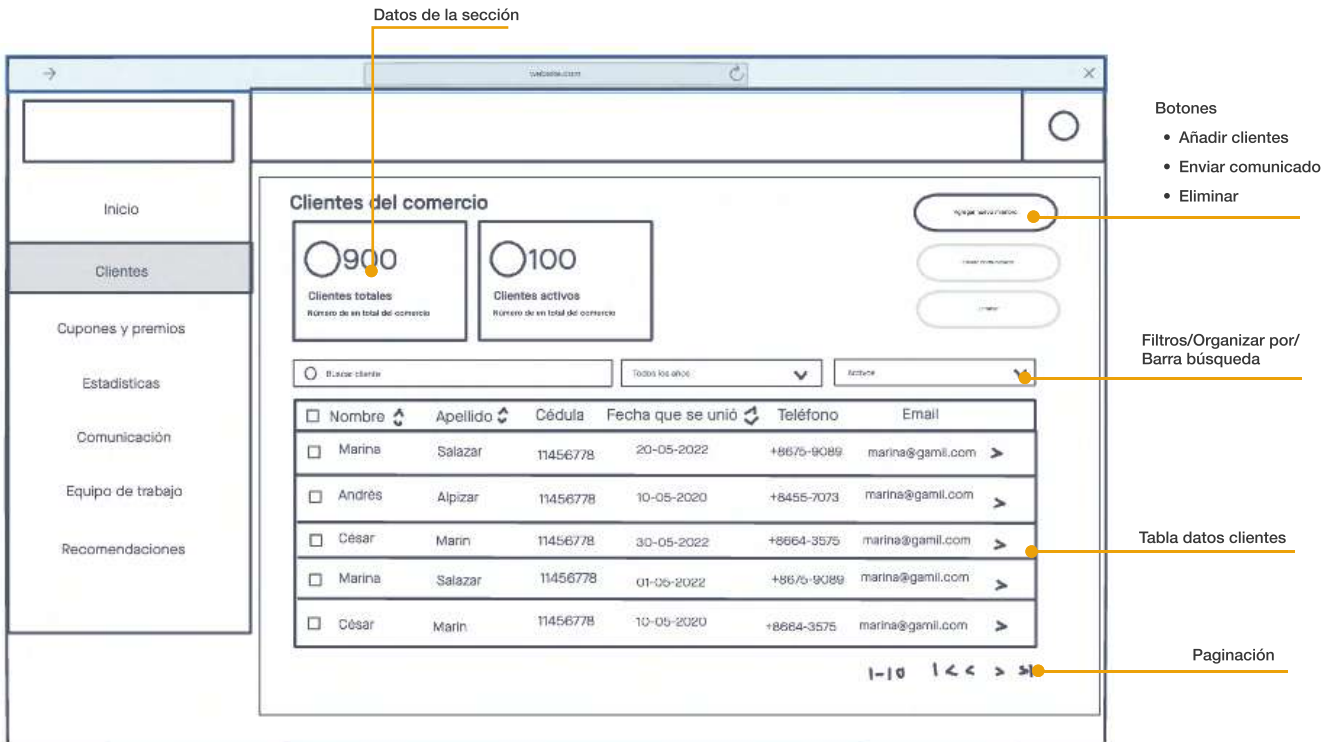
### Wireframes Lo-Fi

Este paso fue importante para tener mejor idea de diseño de cada sección ya que estos no especifican ni texto, ni imágenes, ni estilos, tan sólo representan la estructura de una manera muy sencilla y para idear o definir los primeros flujos de navegación que tendrá el diseño.

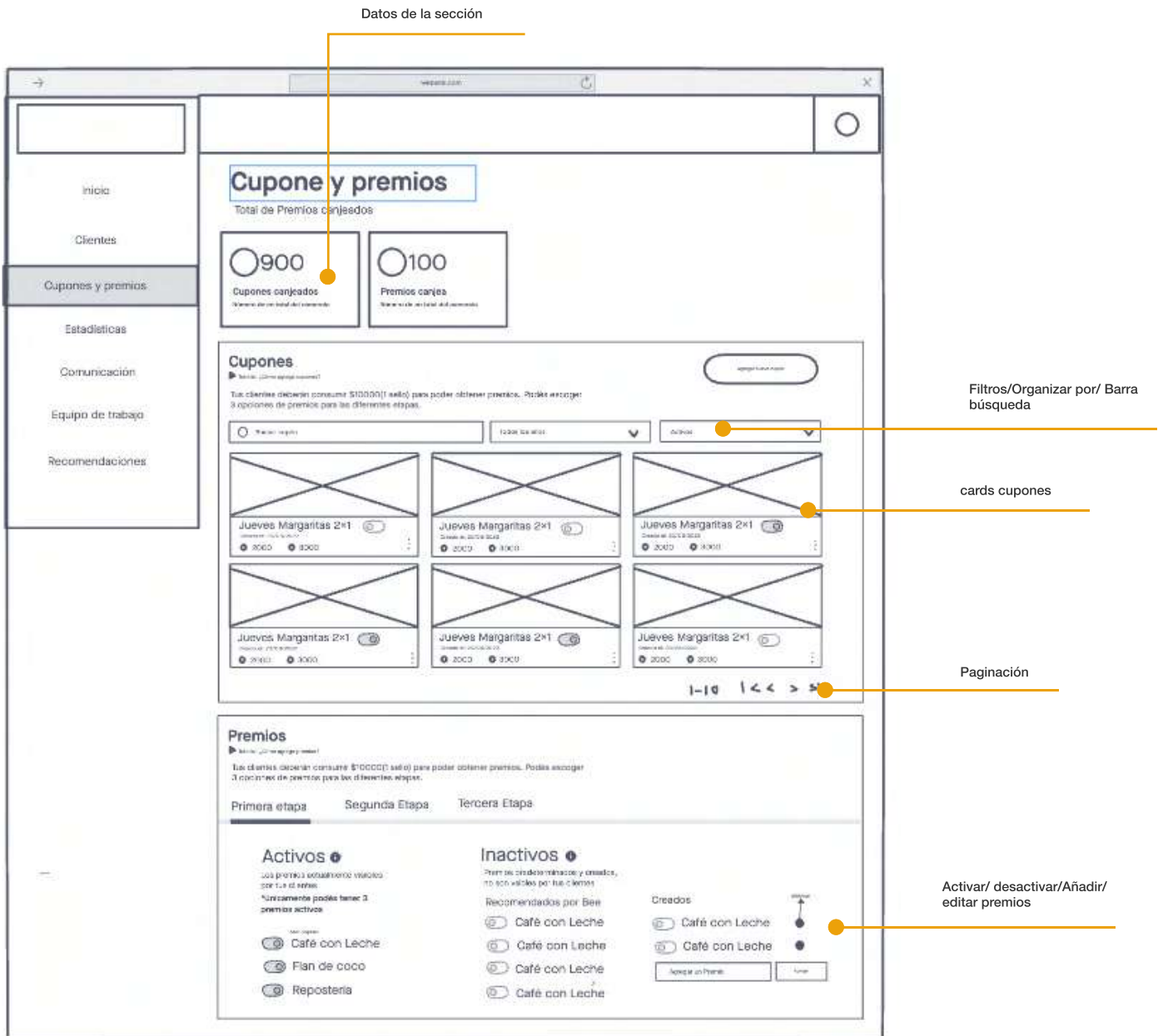
1. Inicio: El inicio tiene el objetivo de ser una sección resumen, con algunas de las funcionalidades más importantes. Por eso la sección de “Inicio” va a contar con el “Perfil del negocio” y con botones como “Agregar clientes”, “Enviar comunicado”, “Agregar cupones” y “Agregar premios” para tener accesos más rápidos (shortcuts).



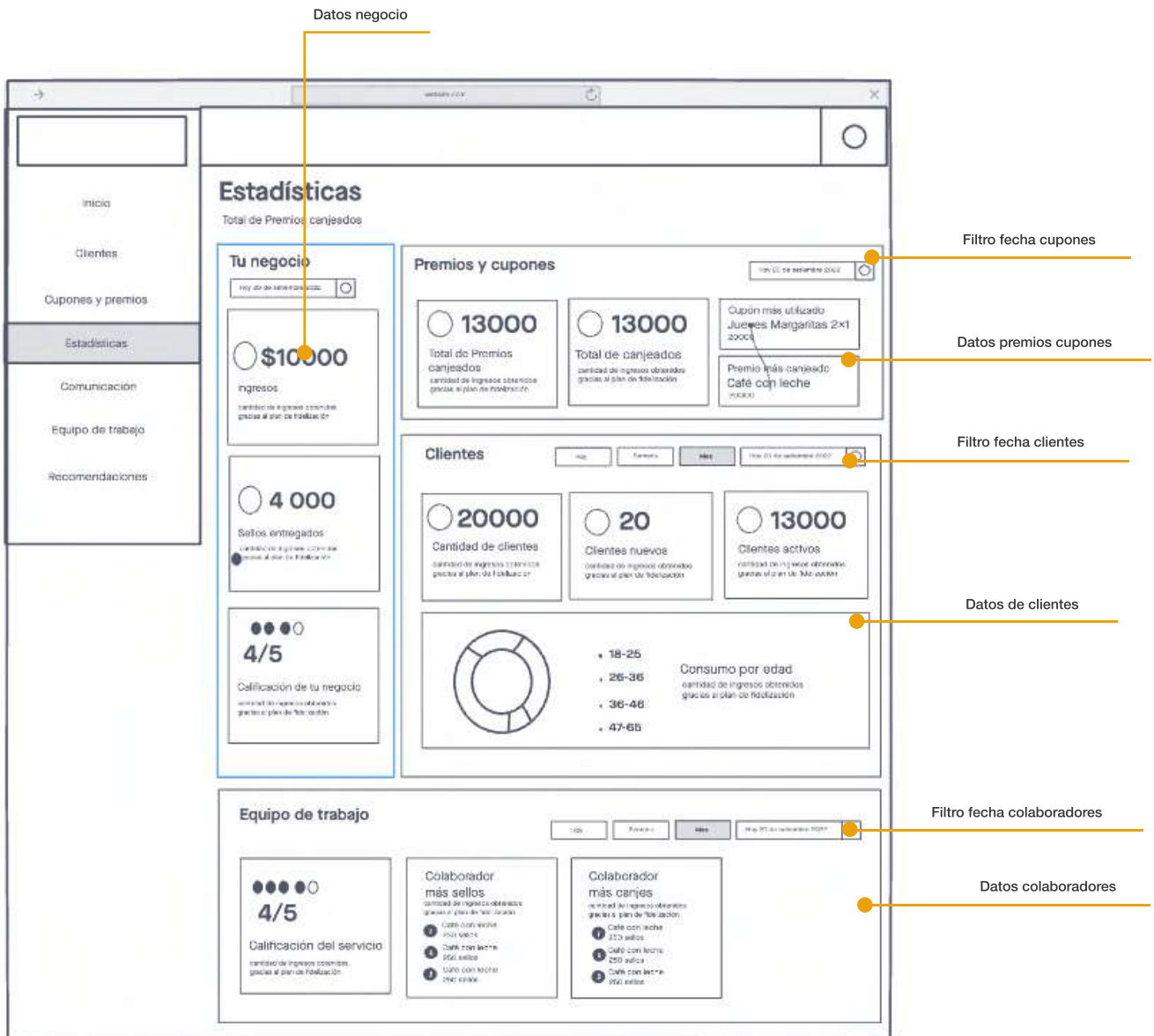
2. Clientes: En esta sección los usuarios dueños de los comercios pueden encontrar la base de datos de sus clientes organizado en una tabla, donde pueden organizar por y agregar filtros dependiendo de lo que están buscando. Además pueden encontrar datos como los “Clientes en totales” y los “Clientes activos o reales”.



3. Premios y cupones: En la sección de “Premios y Cupones” se encuentran todos los cupones y premios activos en la aplicación, los cupones se van a mostrar en forma de cards donde la foto del cupón es lo que más llama la atención esto para que el usuario pueda identificar fácil y rápidamente los cupones.



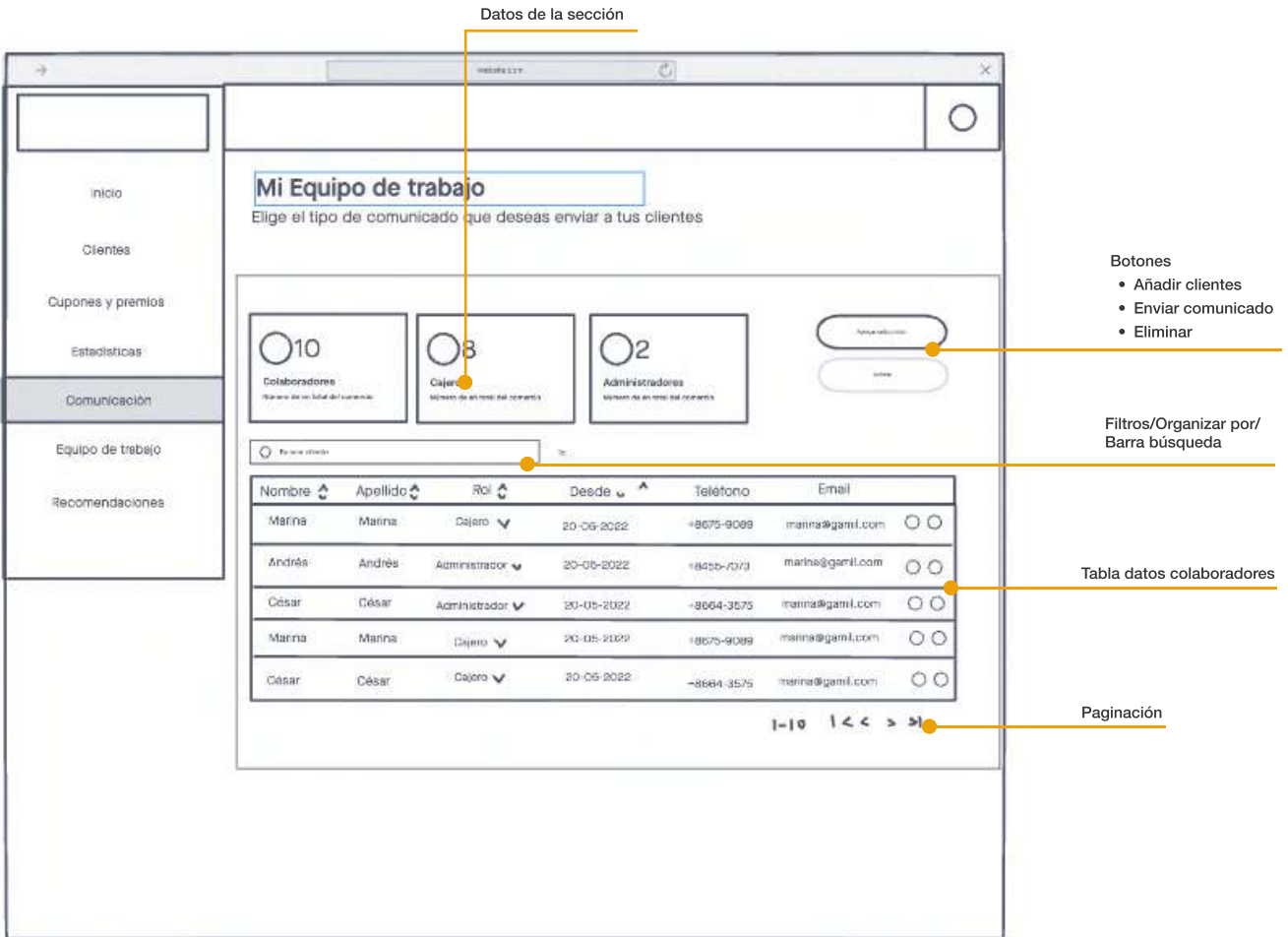
4. Estadísticas: Esta sección tiene como objetivo mostrar datos resumidos sobre el rendimiento en general de los cupones, premios, clientes, negocio, y colaboradores. Se proponen diferentes cards con datos, y gráficos que muestren información clave sobre el comportamiento de compra, mejores cupones, mejores colaboradores, entre otros. Para que el comercio pueda decidir cómo mejorar sus estrategia en el futuro. Estos también van a contar con un filtro de organización por fecha para poder comparar mejor los resultados dependiendo del tiempo.



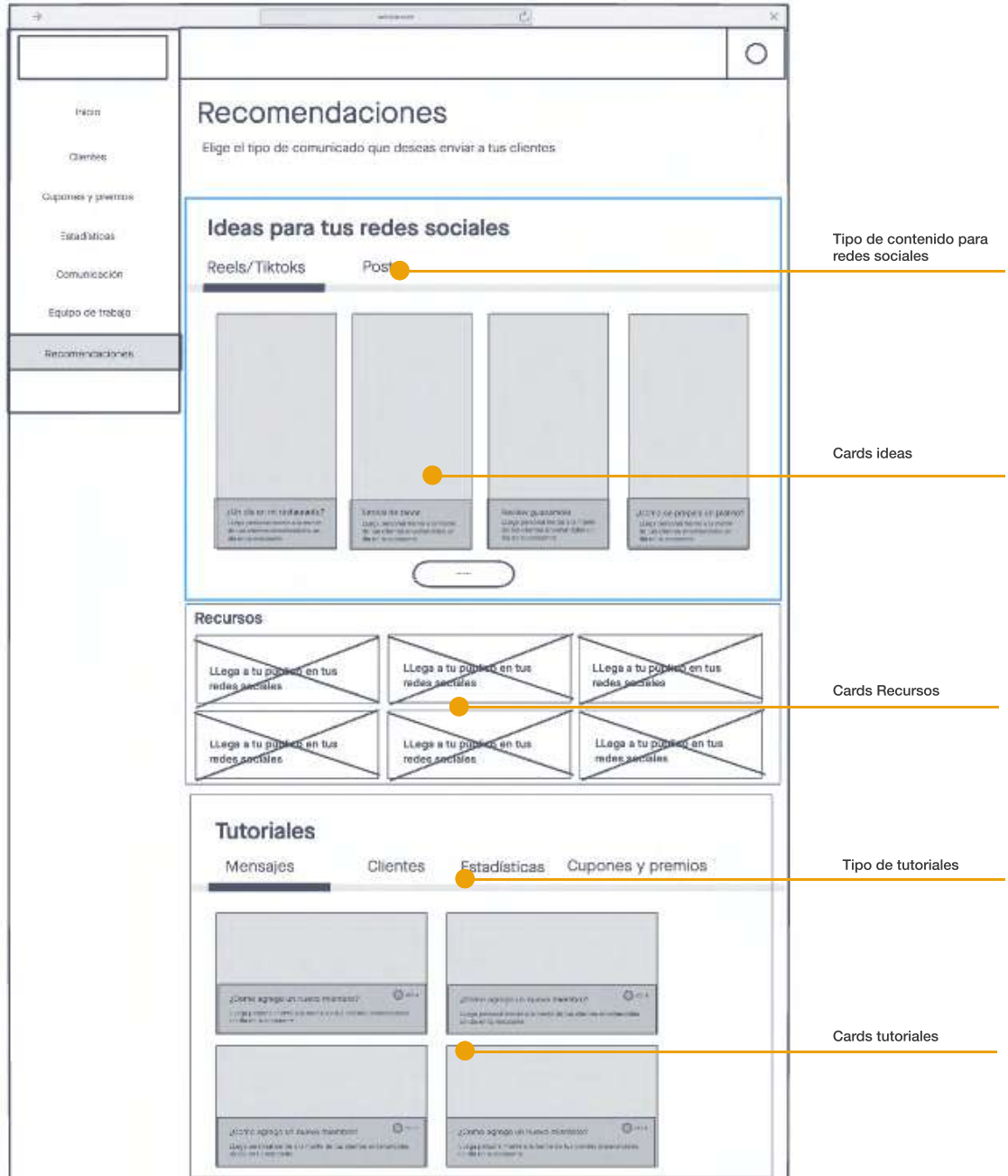
5. Comunicación: En esta sección se encuentran dos opciones dependiendo del tipo de comunicado que quiera enviar el usuario, y un historial de comunicados organizado en una tabla de datos.



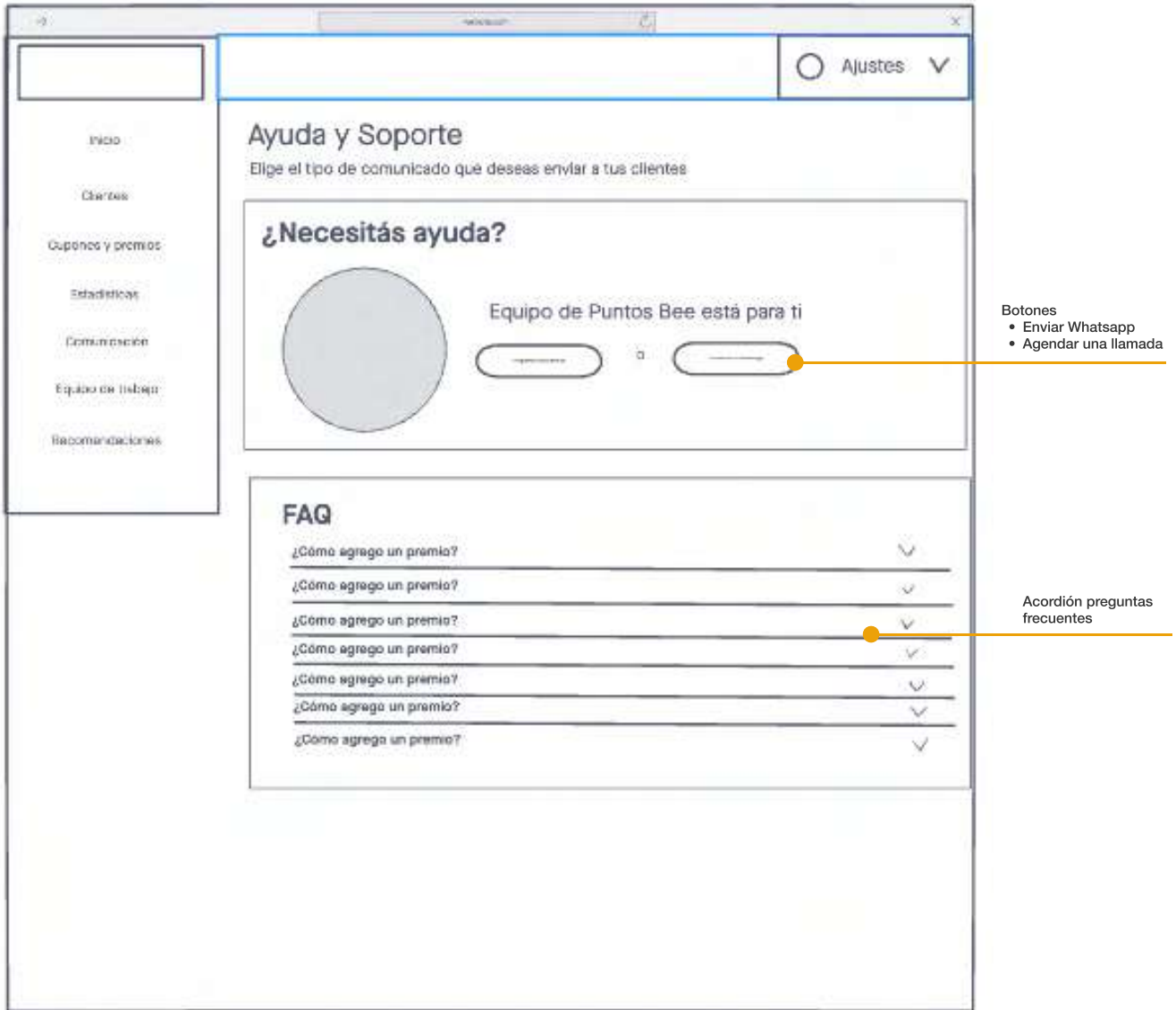
6. Equipo de trabajo: En la sección “Equipo de trabajo” encontramos al igual que en otras secciones datos generales de la sección como la cantidad de colaboradores administradores y cajeros. Y una tabla de datos con todos los colaboradores.



7. Recomendaciones: Luego se encuentra la sección de “Recomendaciones” donde podemos ver las ideas de contenido para redes sociales, recursos para mejorar el negocio, y tutoriales para conocer cómo mejorar el uso de la plataforma Puntos Bee.



8. Ajustes: Por último la sección de “Ajustes” que al seleccionar el dropdown podemos entrar a la sección de “Ayuda y soporte” donde se encuentran las “Preguntas frecuentes” y otra sección para un contacto más directo y personal con un agente de ventas que puede ayudar al usuario con preguntas más específicas, el contacto se puede hacer desde Whatsapp o se puede agendar una llamada.

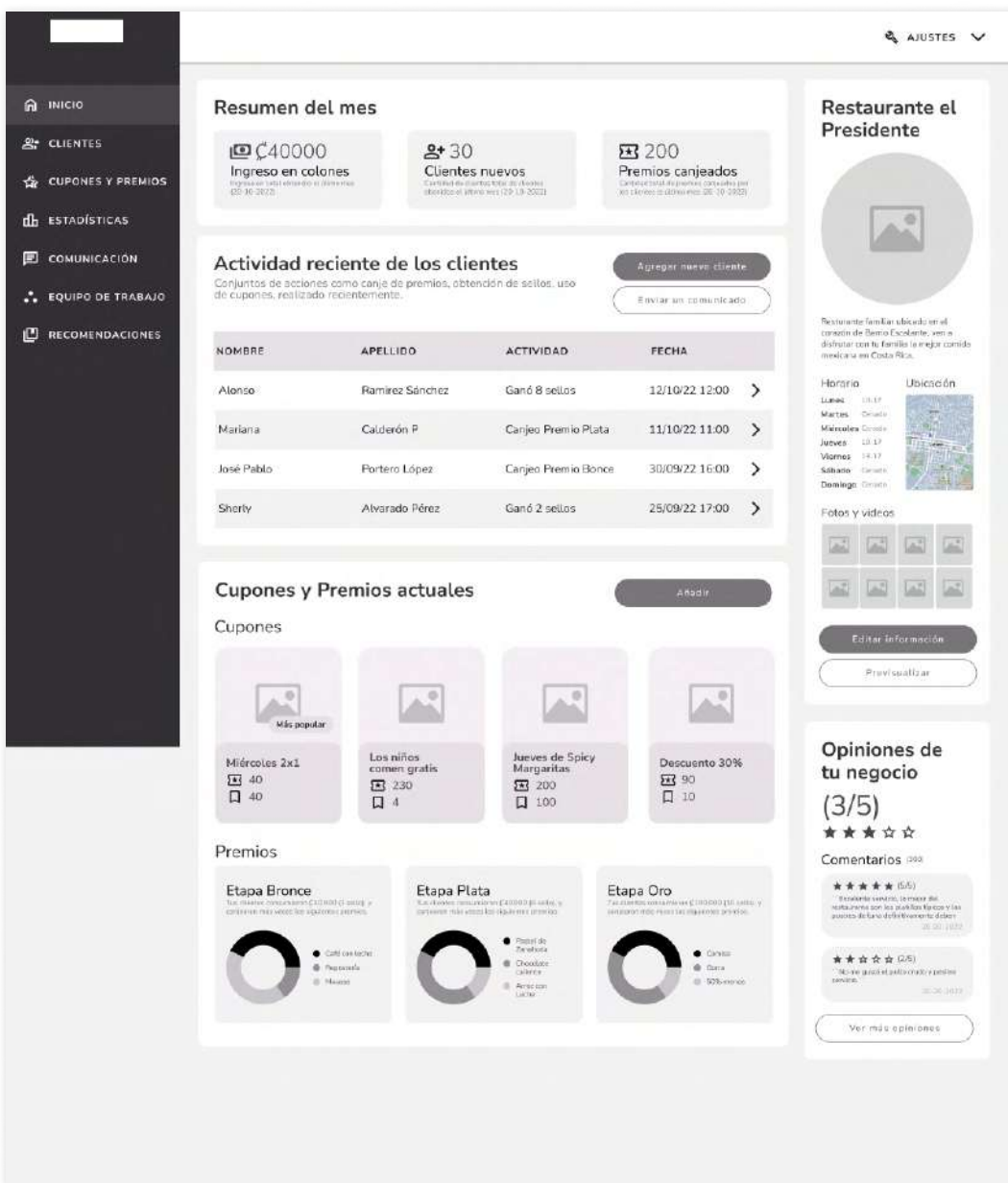


### Wireframes Mi-Fi

A partir de los Wireframes Lo-Fi se crean los Wireframes Mi-Fi, que son estructuras de fidelidad media en una paleta monocromática o en escala de grises. Estos wireframes se crearon para poder realizar pruebas y realizar prototipos con los usuarios de los comercios, y se crean con alguna herramienta digital como Figma.

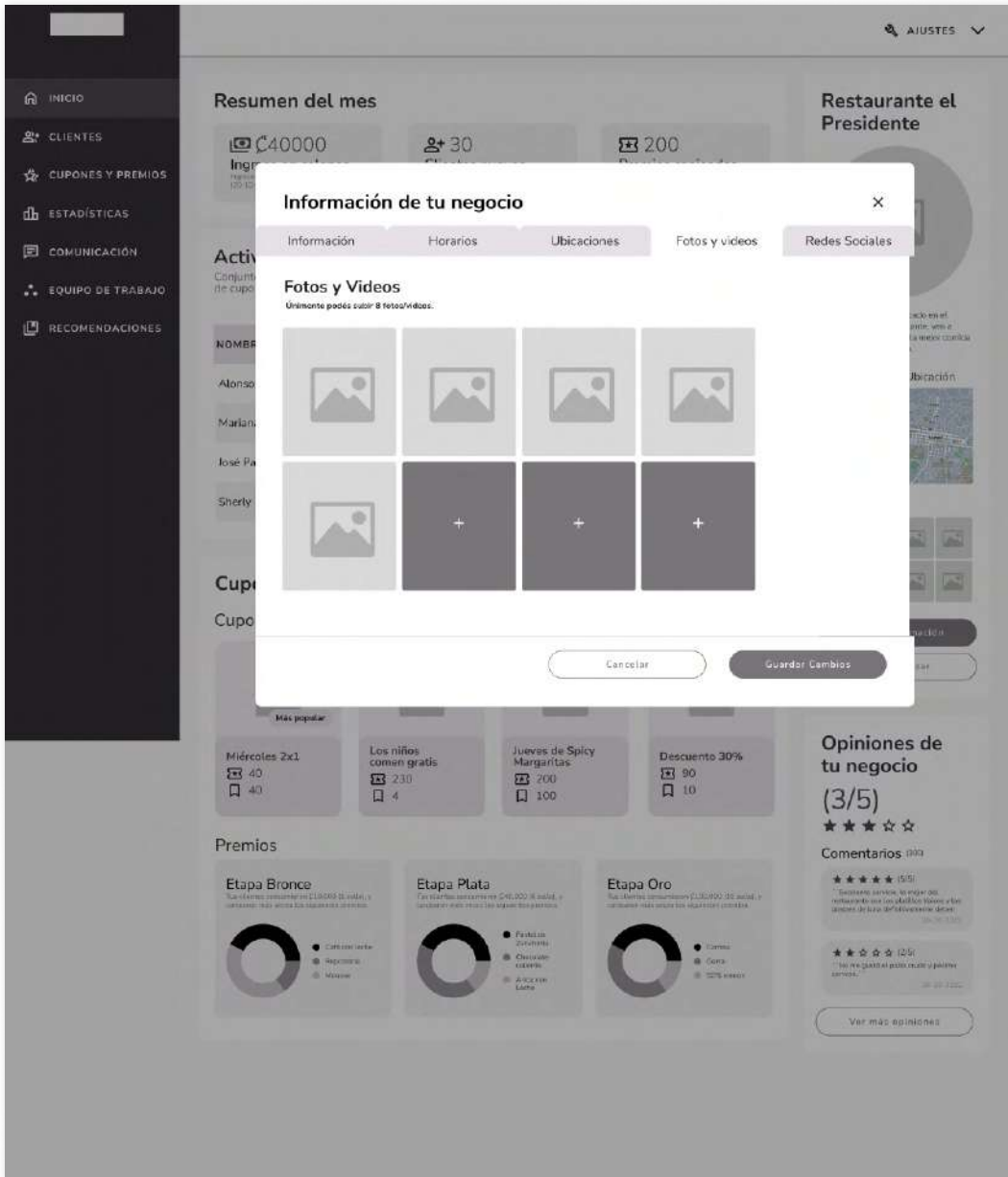
### Inicio

Ya se puede observar mejor la estructura de la página de inicio, y el contenido que va a tener. Se muestran algunos gráficos referentes a los premios, los cupones más importantes. Una puntuación del negocio con opiniones y comentarios de clientes reales o verificados. El perfil del negocio, con horario, descripción, ubicación, fotos y videos. “Actividad reciente de los clientes” como sellos ganados, premio canjeados, cupón utilizado. Y como ya se había mencionado, estadística del mes.



### Editar perfil

Para editar el perfil se abre un diálogos, donde la información está distribuida en ventanas, “Información”, “Horarios”, “Ubicaciones”, “Fotos y videos”, y “Redes sociales”.



### Cientes

En la tabla de los datos de clientes se puede observar información importante como nombre, apellido, número de cédula, fecha de unión y email.



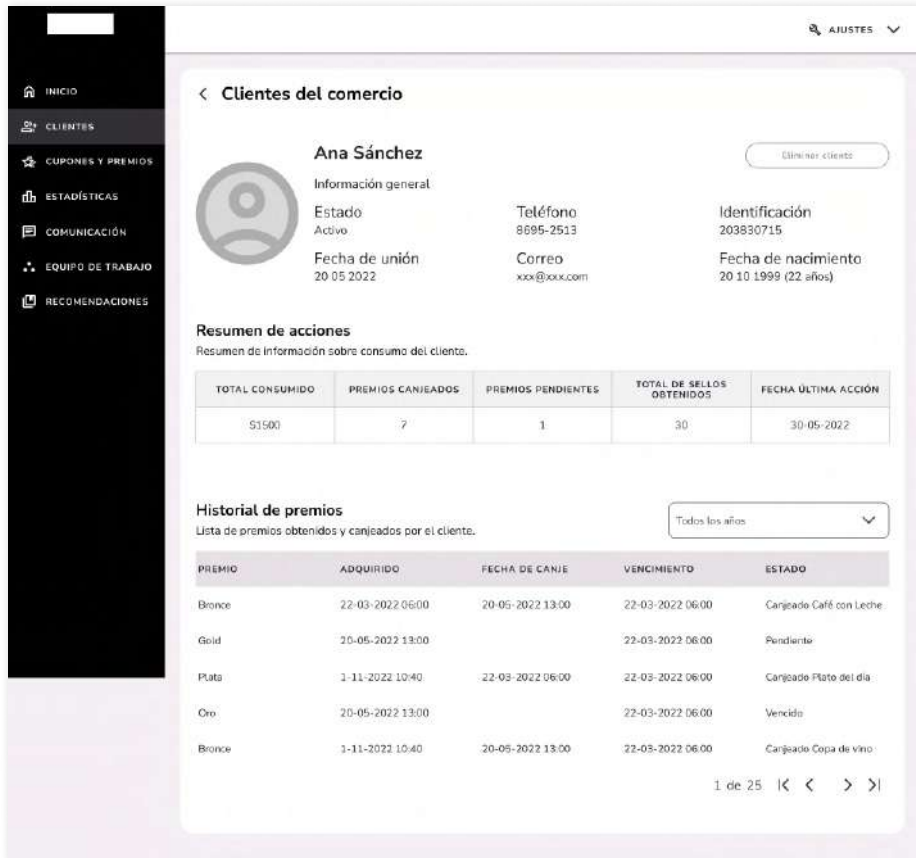
### Agregar nuevo cliente

Algunos de los datos que se van a solicitar son nombre, apellido, cédula, correo electrónico y número de teléfono, estos son los únicos datos que se van a pedir para evitar pedir a los clientes datos sensibles e intrusivos.



### Perfil del cliente

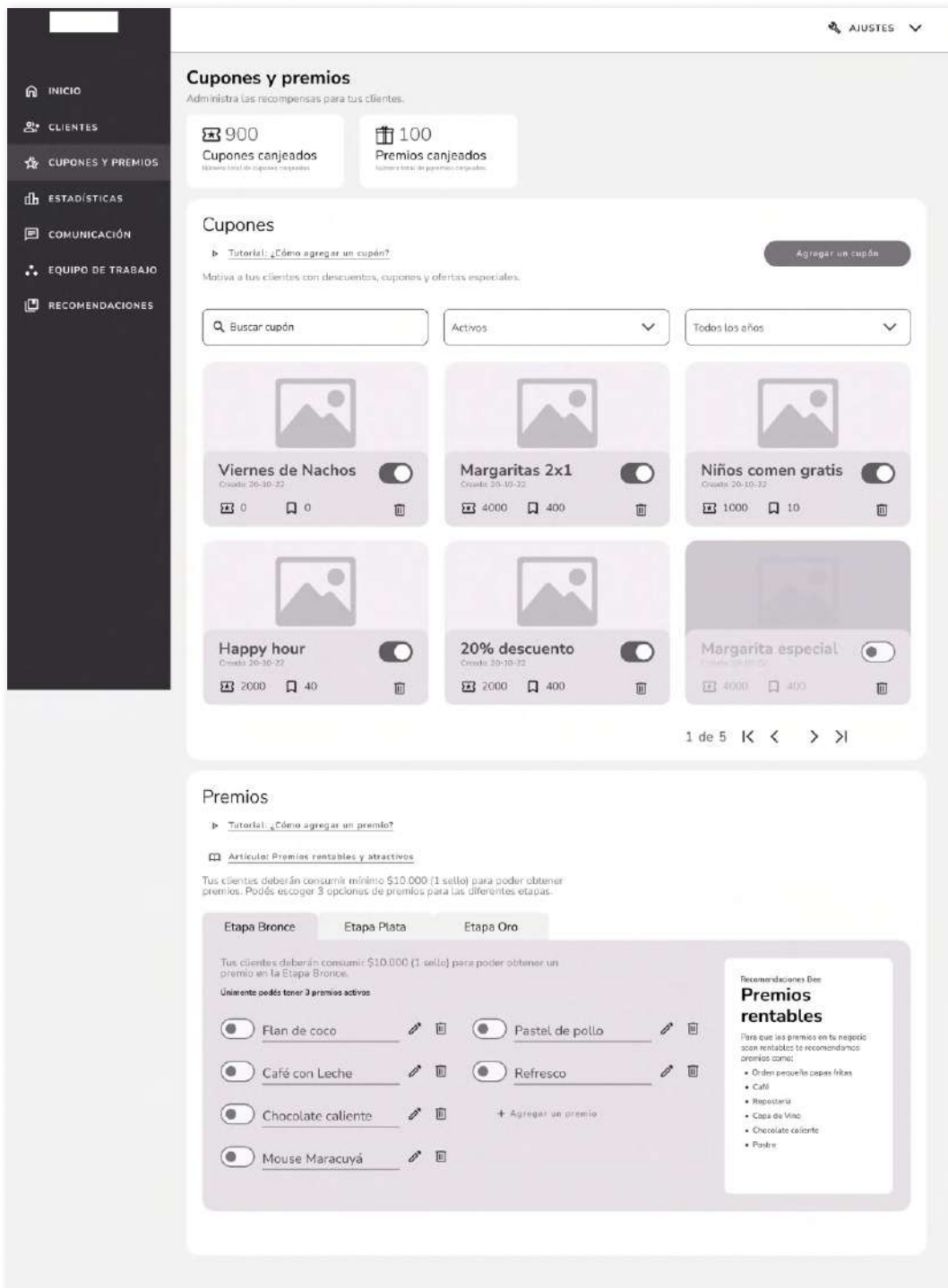
Cuando abrimos el perfil del cliente observamos más información como el un resumen de acciones, cantidad de premios canjeados, total consumido, premios pendientes, sellos obtenidos. Esto para tener una mejor idea de la fidelidad de cada uno de los clientes. Y un historial de premios con la fecha que fue adquirido, fecha de canje, vencimiento, estado, esto con objetivo de llevar un mejor control de los canjes de los premios.



## Premios y cupones

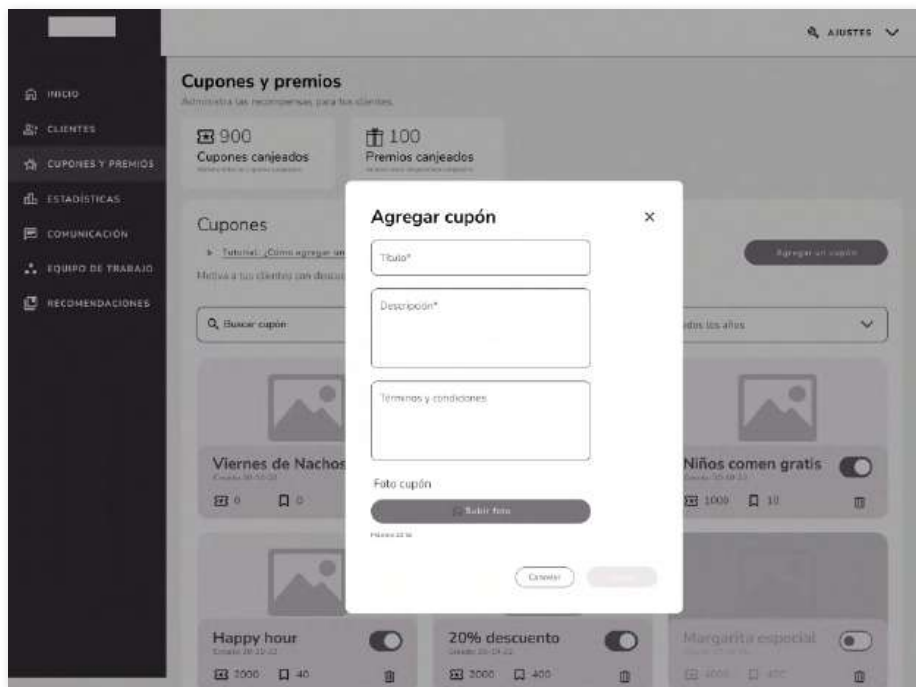
En esta sección como ya se había mencionado los cupones se van a mostrar tipo cards, donde la imagen llama la atención y hay un switch que le permite al usuario activar o desactivar el cupón fácilmente.

Esto mismo pasa con los premios donde hay un switch y un campo de texto en el caso de que el usuario quiera activar o desactivar un premio.



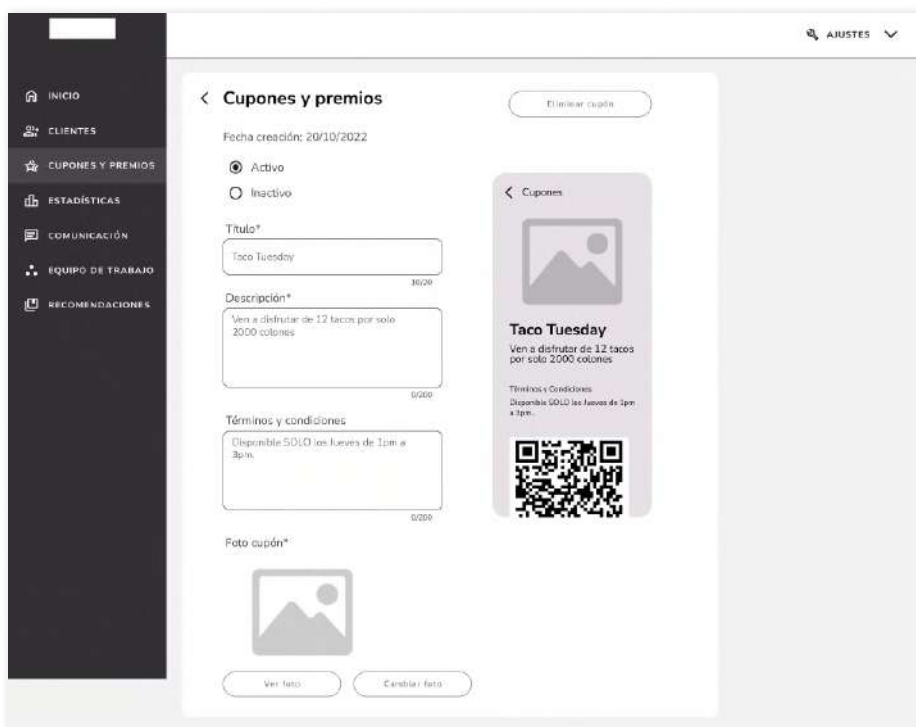
### Agregar cupón

Por otro lado se puede observar el diálogo para crear un cupón donde se pide información como título, descripción, términos y condiciones y foto del cupón.



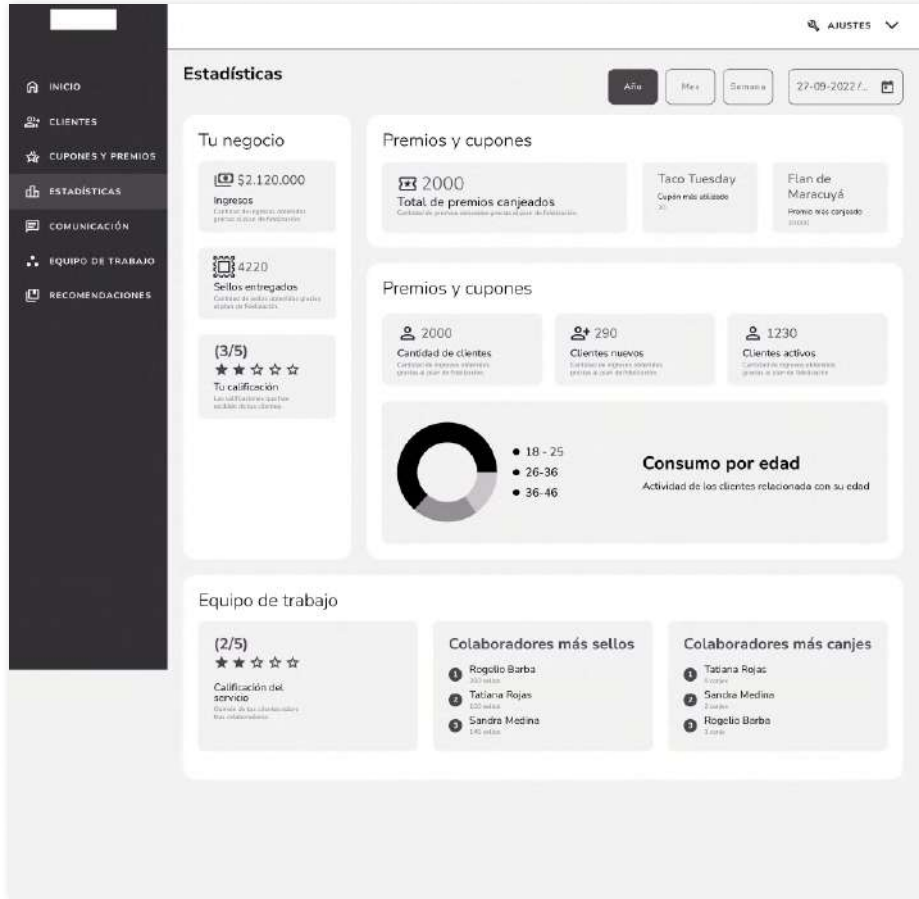
### Editar cupón

La pantalla para editar un cupón muestra una previsualización del cupón, y los diferentes campos de texto.



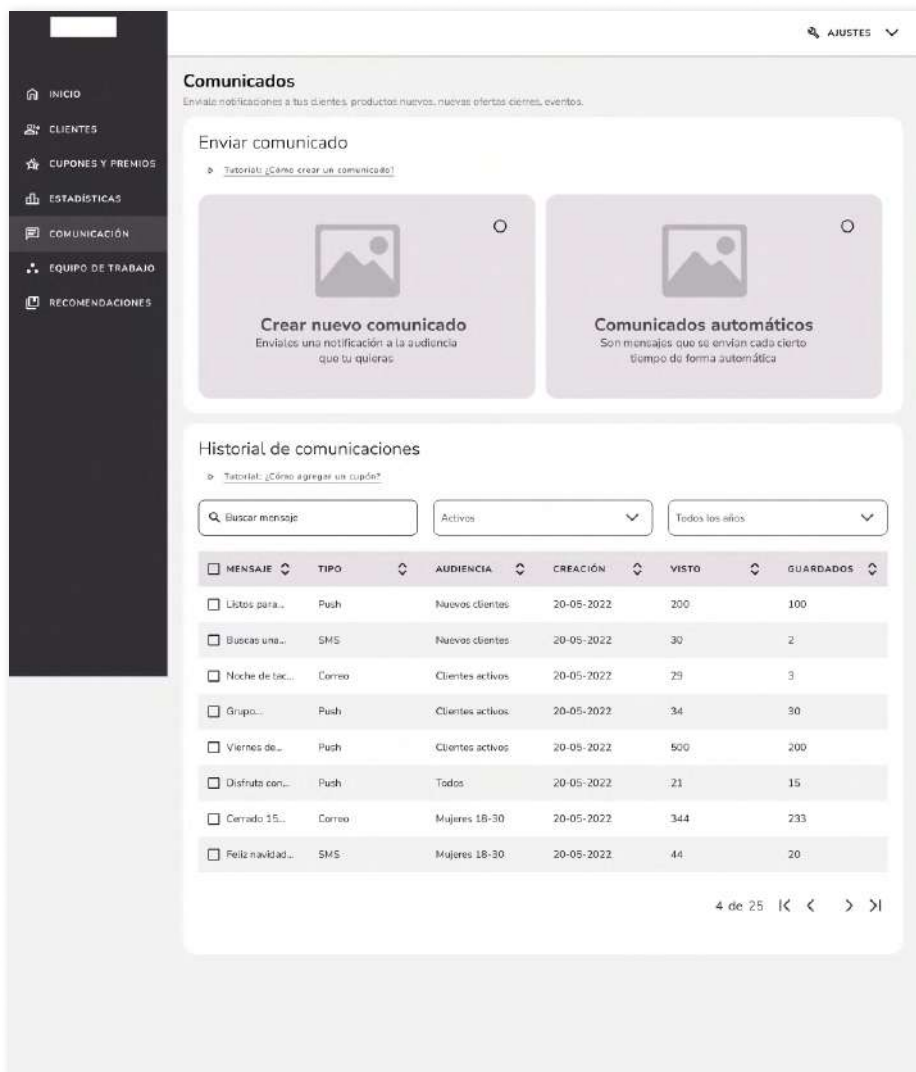
### Estadísticas

En estadística como ya se había mencionado se iban a dividir los datos por secciones, acá podemos ver mejor como se muestra la información. Y los filtros que van a estar disponibles en esta sección.



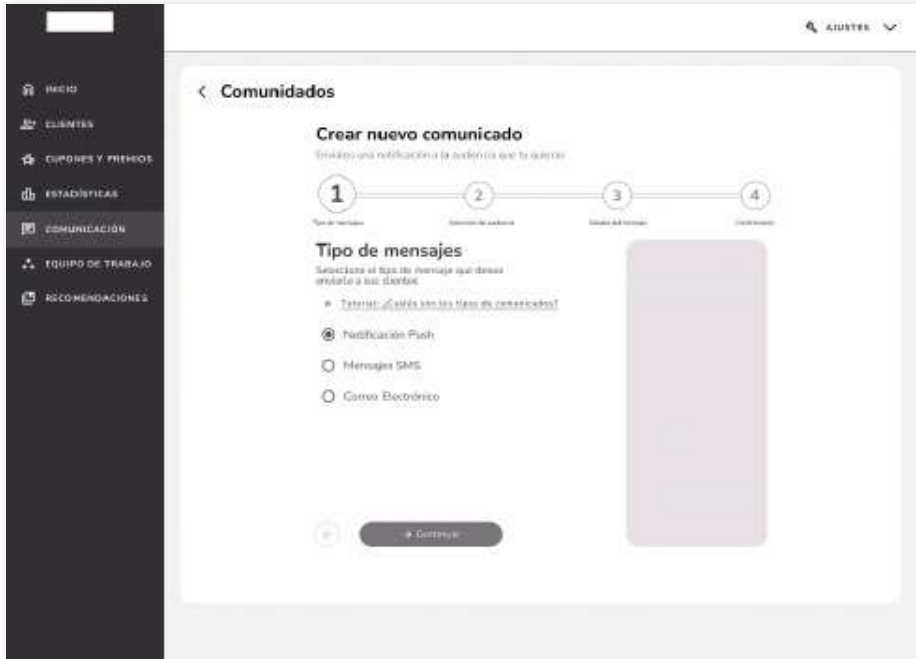
## Comunicación

En comunicación se puede observar que algunos de los datos que se consideran importantes son el mensaje, el tipo de mensaje, audiencia, fecha de creación, veces visto, veces guardado.



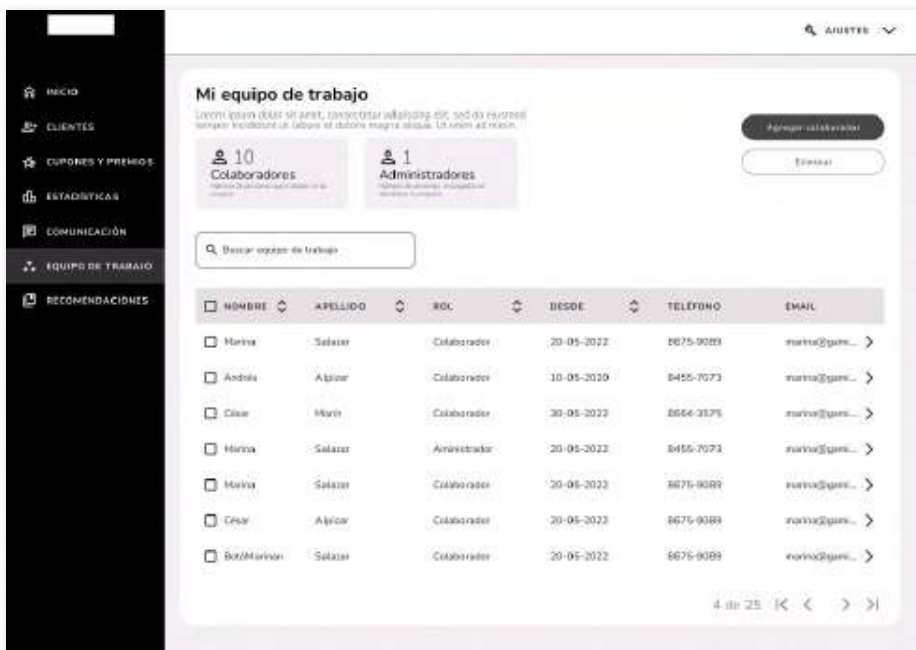
### Pasos enviar comunicado

Los pasos se dividen por wizards para facilitar la tarea, se muestra una previsualización de los mensajes y como se ven desde el punto de vista de los clientes para darle un mejor contexto al comercio de lo que está creando.



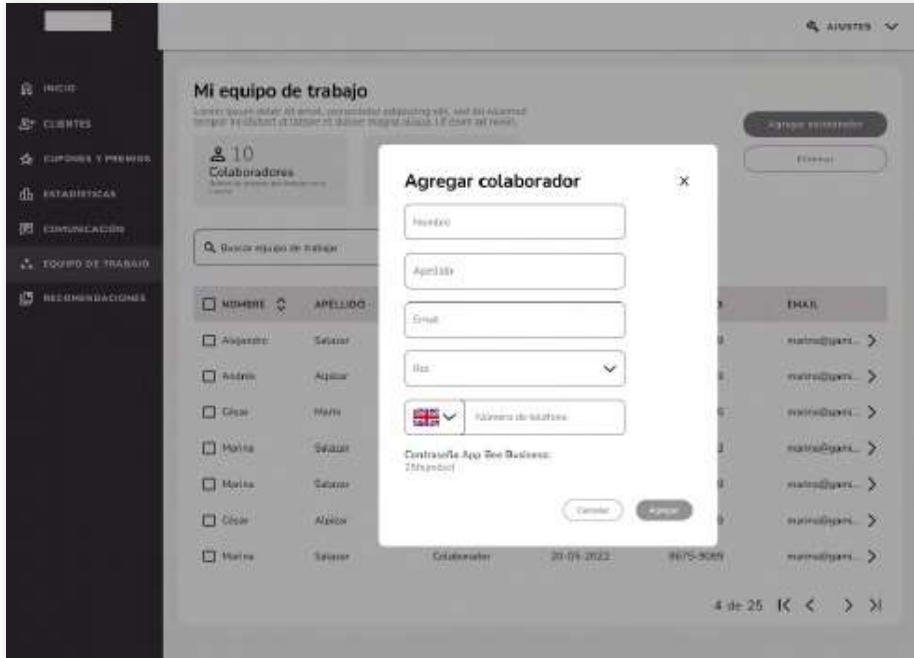
### Mi equipo de trabajo

En esta sección los datos que se van a mostrar en la tabla son Apellidos, nombre, rol, fecha unión, teléfono, email.



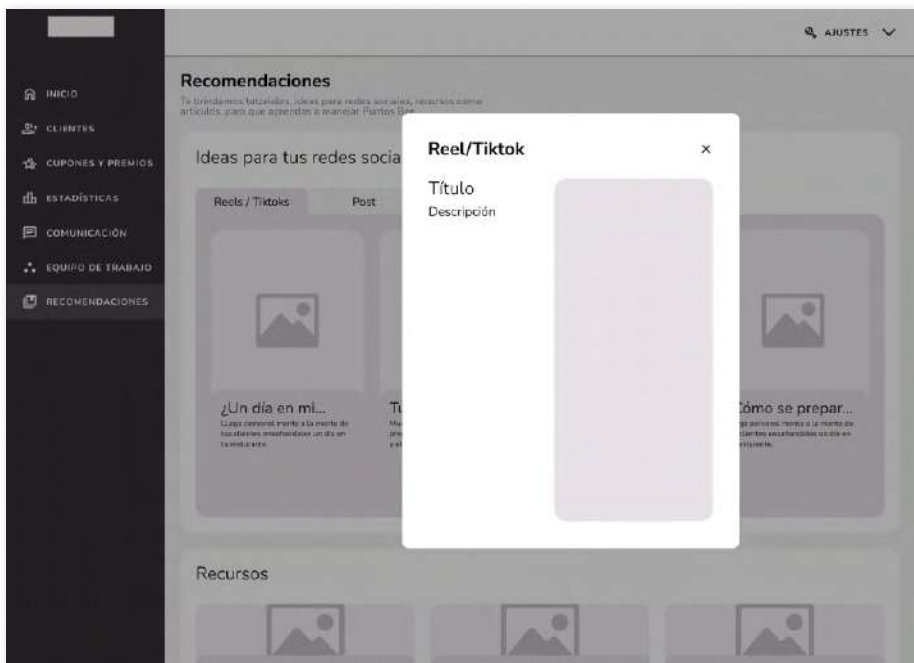
### Agregar colaborador

Al igual que en otras secciones se abre un dialogo con campos de texto para agregar un colaborador. Es importante añadir a los colaboradores para darles acceso a la aplicación de Puntos Bee Business, los datos que se piden son nombre, apellido, email, número de teléfono, rol, y por último se muestra la contraseña de acceso.



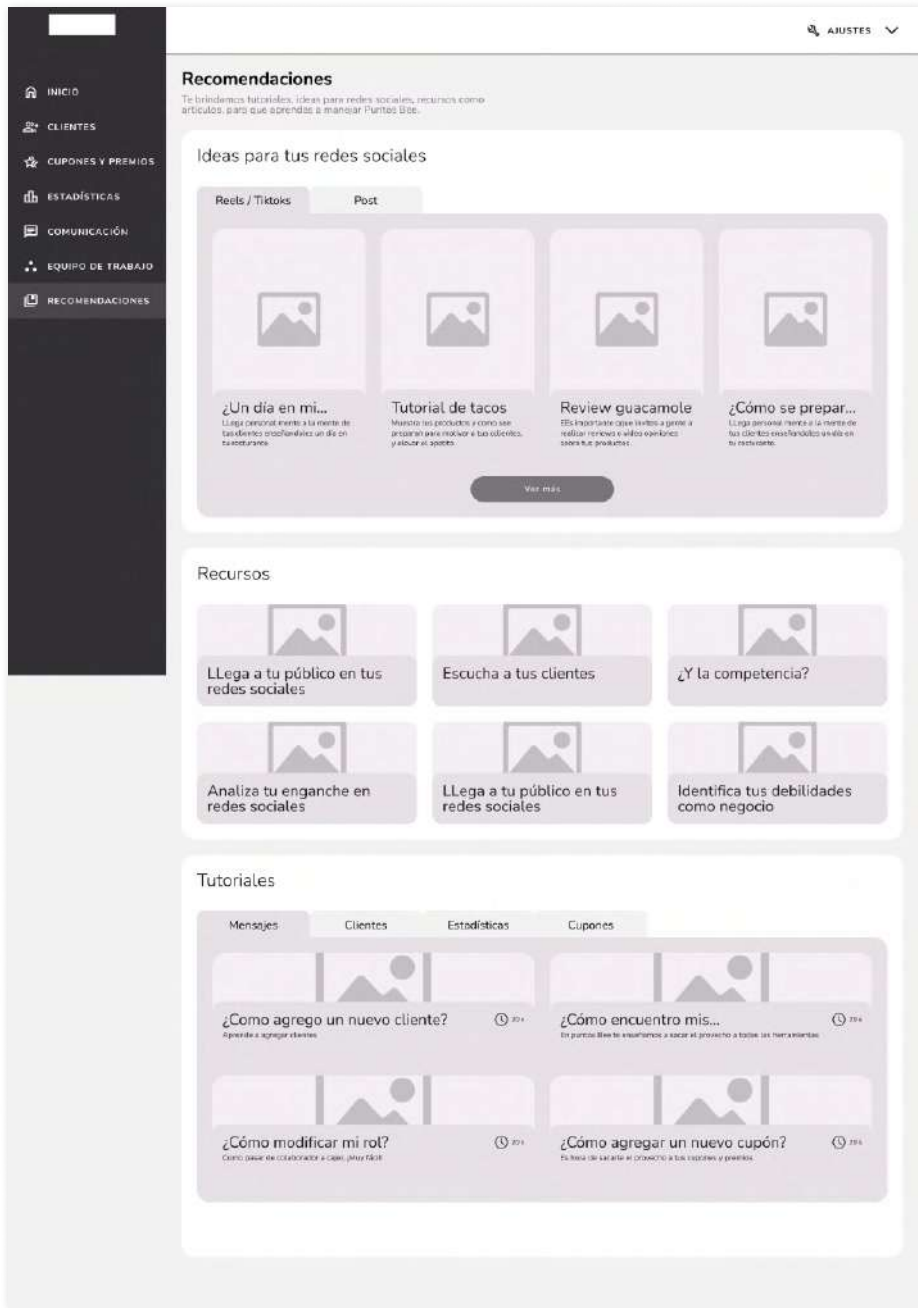
### Ver idea de contenido

Los tutoriales, recomendaciones y tutoriales se muestran en formas de cards que al dar click se abre un diálogo con la información.



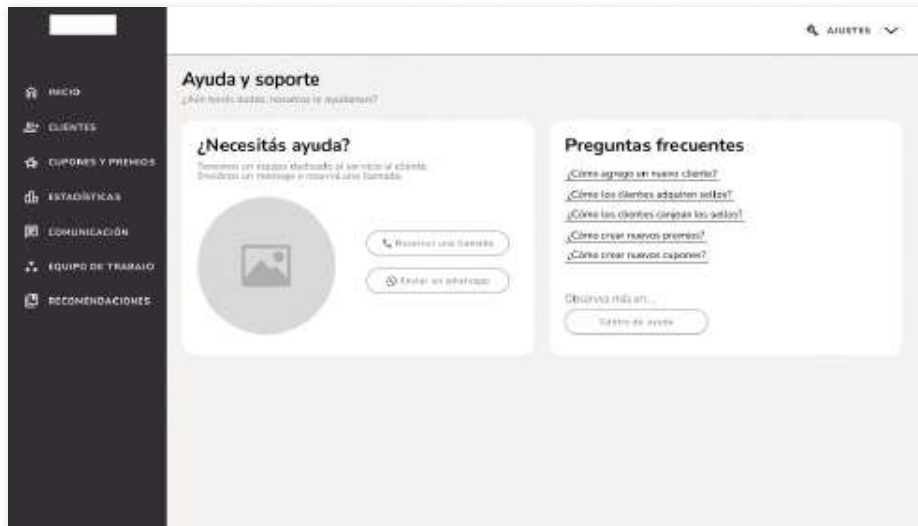
### Recomendaciones

En esta sección las ideas y tutoriales se acomodan en ventanas dependiendo del contenido, esto para categorizar mejor la información según lo que el comercio le interesa conocer.



## Ajustes

Por último se observa la sección de "Ayuda y soporte" en donde como ya se mencionó se encuentran las preguntas frecuentes y otra sección para un contacto más directo y personal con un agente de ventas.



## 4.9 Paper Prototyping

El paper prototyping es una prueba en la que se construye una maqueta de papel de la interfaz y con esta se hacen pruebas.

En este caso se va a utilizar los wireframes creados en Figma para crear un prototipo más completo y funcional, con este se aplicarán las pruebas.

El objetivo es probar la navegación, la arquitectura alfa, los patrones de diseño y la jerarquía y secuencia de lectura de los elementos de la interfaz.

### Escenarios

Para hacer el paper prototyping se definen primero algunas tareas que los usuarios intentarán realizar, se trata de probar hipótesis de diseño. Cada una de estas tareas se acompaña de un escenario que es como una introducción para el tester, de modo que él sepa en qué situación está y qué debe de tratar de realizar. Estas son los escenarios planteados y su objetivo:

El objetivo es probar el proceso de registro, de forma que sea fácil y rápido de hacer. Además también se va a evaluar por dónde deciden registrarse los testers, y cómo estos configuran los premios.

Con este escenario se probó que los usuarios pudieran encontrar la sección de clientes, entendieran la tabla de datos y que logaran encontrar la barra de búsqueda para encontrar a un cliente en específico.

### ESCENARIO 1

**Regístrate por primera vez** en Puntos Bee.

En los premios cambia Flan de coco por Flan de Maracuyá.

### ESCENARIO 2

Usted desea ver si su cliente de la mañana Ana Sanchez reclamó su premio. **¿Cómo buscaría a Ana?**

Se quería probar que los testers encontrarán el botón de “Agregar miembros”, y confirmar que la información que se ingresa no sea “invasiva o sensible”.

El objetivo es evaluar si los testers entendían cómo encontrar los cupones y también evaluar si entendían la forma de activar y desactivar los cards de los cupones. Por otro lado, al final se les mostró dos opciones de cómo se podría visualizar esta sección y cómo lo preferirían.

El objetivo era analizar si los testers entendían cómo utilizar los “organizar por” que se encuentran en las tablas de datos.

Ahora lo que se quería evaluar era si los testers entendían que para encontrar una cantidad lo debían hacer en estadísticas y no necesariamente en clientes. Además se quería probar el filtro con calendario para evaluar que fuera intuitivo.

### ESCENARIO 3

Hoy llegó un nuevo cliente y se vio muy interesado por el sistema de sellos, pero no traía carga en su celular para descargar e ingresar en la aplicación. **¿Cómo agregaría este cliente al sistema?**

### ESCENARIO 4

Usted ha notado que el descuento de Tuesday Tacos no ha sido un cupón muy popular por lo que decide eliminarlo. Y agregar uno que se llama Viernes de nachos. **¿Cómo haría esto?**

### ESCENARIO 5

Ahora le gustaría conocer quiénes son los clientes que se unieron recientemente a su negocio. **¿Cómo encontraría esta información?**

### ESCENARIO 6

Ahora usted quiere conocer cuál fue la cantidad de clientes del 4 de julio al 20 de agosto . **¿Cómo encontraría esta información?**

Probar el proceso de enviar un comunicado además entender que los testers comprenden el tipo de mensaje que están enviando.

### ESCENARIO 7

Usted quiere enviarles un mensaje de bienvenida a los clientes nuevos.  
**Envíeles un mensaje.**

Probar que los testers encontrarán la sección estadísticas y además pudieran entender la información que esta tiene.

### ESCENARIO 8

**Consulte cómo ha sido el rendimiento** de su empresa, equipo y cupones el último mes.

Evaluar que los testers entendieran dónde pueden encontrar el perfil de su negocio, además que entendieran cómo cambiar un día de abierto a cerrado.

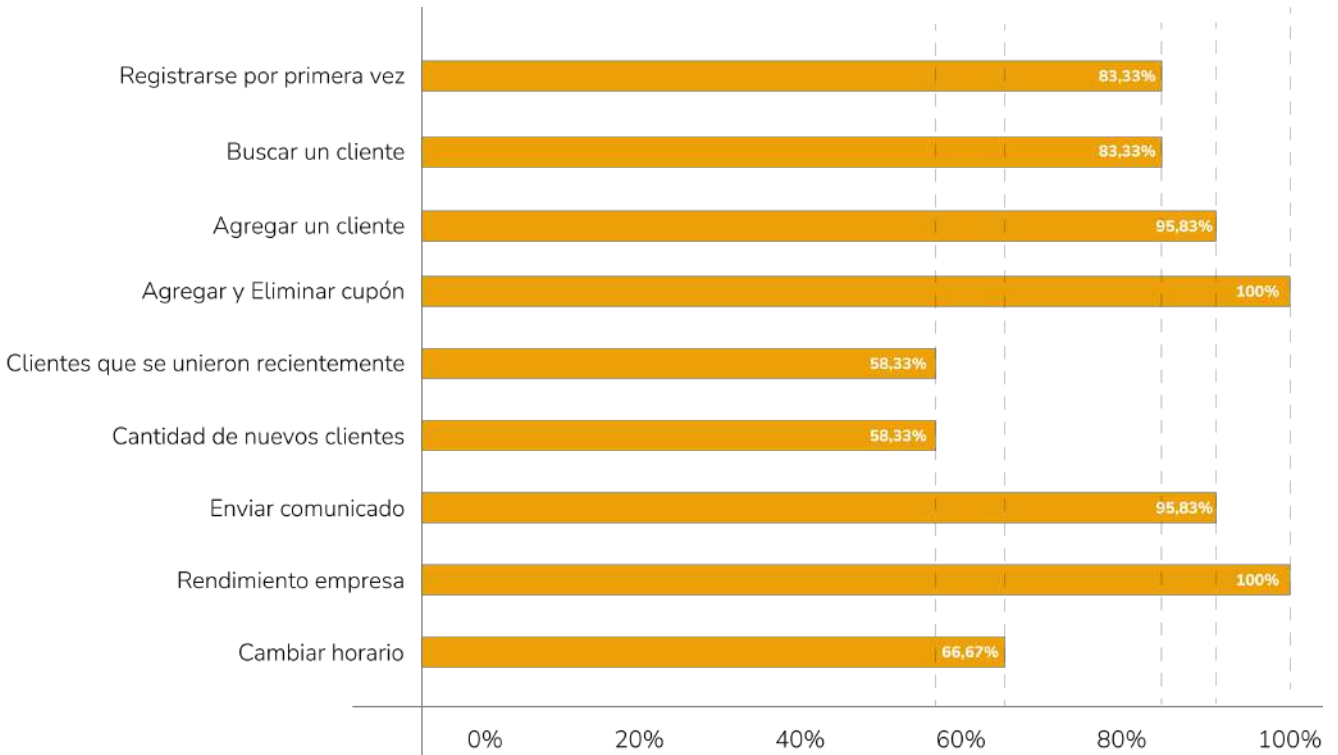
### ESCENARIO 9

Este mes decidió cambiar su horario de atención **¿Cómo lo cambiaría?**

### Resultados de las pruebas

Las pruebas fueron realizadas a un total de 4 personas, de las cuáles 2 eran dueños de restaurantes y 2 de gimnasios.

De las 9 tareas, 6 lograron ser completadas por todos los testers. Solo 3 (Clientes que se unieron recientemente, Cantidad de nuevos clientes, Cambiar horario) fueron completadas solo por la mitad de los testers.

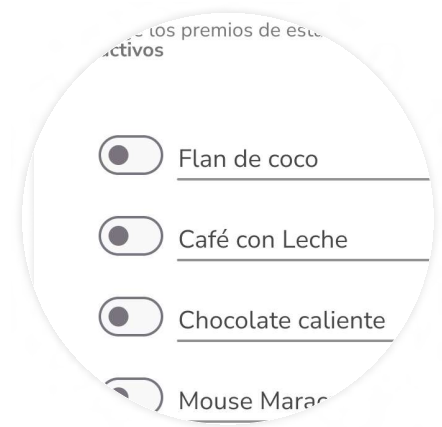


**Cambios realizados apartir de las pruebas:**

**Switches registro**

El problema principal en esta sección fue que los usuarios no entendían cómo funcionaban los switches cuando todos estaban desactivados, ya que como no hay color creían que eran viñetas, luego se realizó la prueba con 3 activados y estos entendieron mejor. Por esa razón ahora se van a mostrar mínimo premios activos.

Antes



Después



**Snackbar al añadir más de 3 premios**

Algunos testers leían la instrucción de "Únicamente podés tener 3 premios activos" y aún así activaban más de 3 premios, por eso es importante dar un advertencia o mensaje de error cuando se quiere activar más de 3 premios.



**Mejores instrucciones**

Se amplió la instrucción en la etapa para que quede más claro lo que el usuario debe hacer. Y se eliminó las "Recomendaciones de premios" ya que los testers no leían esta sección.



### Checkbox

Al seleccionar los checkbox de las tablas de datos antes solo se activaba la opción de eliminar, sin embargo los usuarios no lo notaban, no entendían para que funcionaban los checkboxes. Ahora se propone que al seleccionar el checkbox haya un tipo de contador que muestre la cantidad de checkboxes seleccionado y un dropdown con diferentes opciones.

Antes

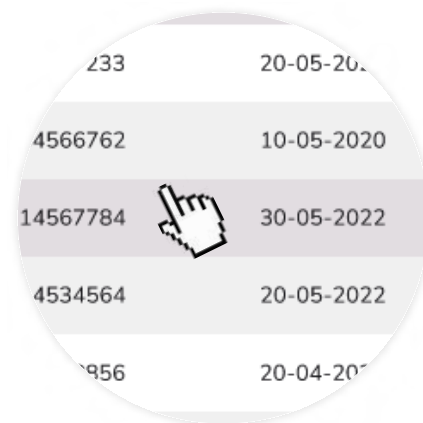


Después



### Toda la fila cliente clickeable

Los testers que buscaron a los clientes manualmente en la tabla, seleccionaban el checkbox para el abrir el perfil, entonces se propone hacer que toda la fila cambie de estado al hacer hover para que los usuarios entiendan que debe hacer click en la fila y no el checkbox .



### Paginación más llamativa

Algunos testers nunca vieron que habían más páginas ya que la paginación era muy simple. Por eso se propone otro tipo de paginación donde resalta más la página en la que se encuentra el usuario.

Antes

1 de 25 |< < > >|

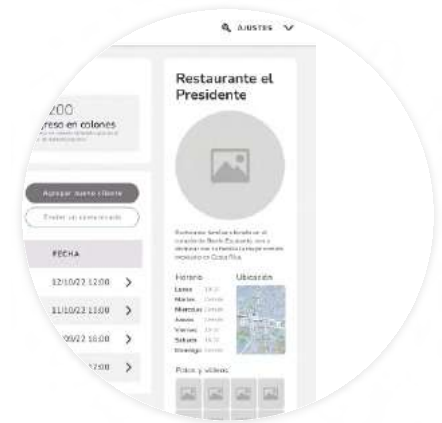
Después

1 2 3 ... 7 >

### Card perfil más llamativo

A los usuarios les costó completar esta tarea, y un tester del todo no encontró dónde editar la información de negocio, por eso se propone cambiar la ubicación, el color, y la diagramación de la información del perfil.

Antes



Después



### Conclusión

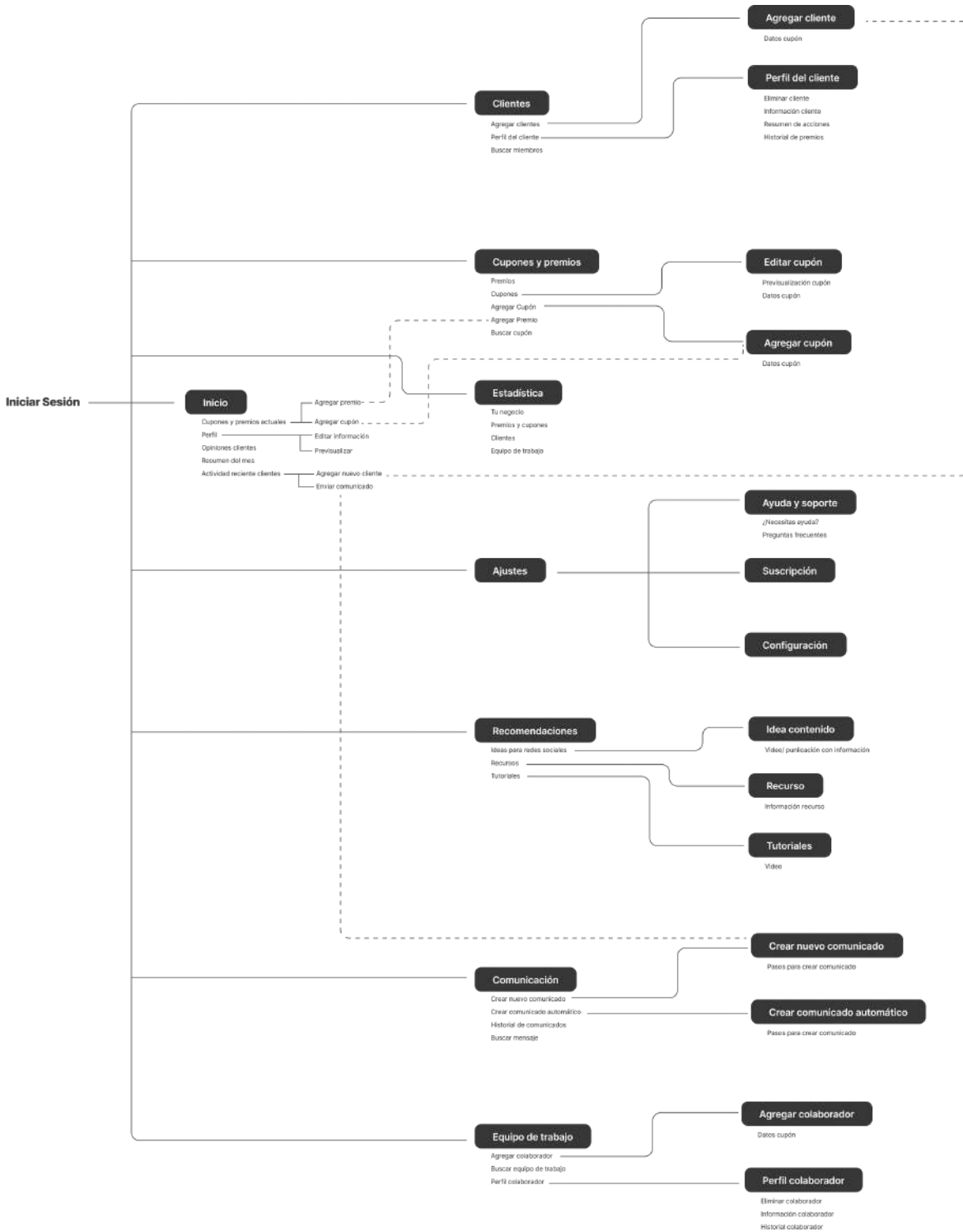
Se realizarán algunos cambios más específicos en el diseño de componentes y redacción para obtener un mejor resultado.

Sin embargo los resultados obtenidos fueron buenos y los comentarios de los usuarios también ya que muchos lo relacionan con otras plataformas que han utilizado antes. Y por esta razón sienten que es fácil de utilizar.

## 4.10 Arquitectura Beta

Después del paper prototyping, se define la segunda arquitectura o la arquitectura  $\beta$  con las correcciones de los resultados. En esta se incorporaron todas las mejoras que se encontraron en estas etapas anteriores.

Con respecto a la estructura durante las pruebas no se encontraron problemas. Por lo que la arquitectura se mantiene igual.

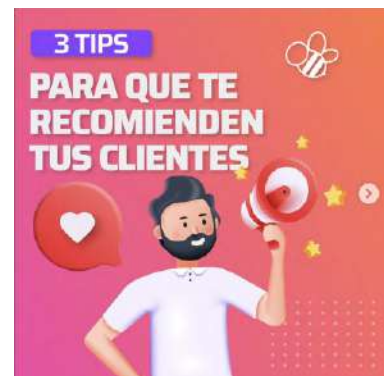


## 4.11 Look & Feel

Para este momento no ha sido planteado el look & feel, es decir, sobre lo que podríamos llamar: el diseño gráfico de la herramienta, para esto se realizan cuatro actividades y después se validan con la maqueta funcional o mockup:

- moodboard
- tipografía
- cromática
- iconografía

Puntos Bee ya tiene una marca definida por eso la cromática y tipografía se va a mantener igual para mantener consistencia con la página web y las redes sociales de la marca.



### Moodboard

Puntos Bee es una marca que quiere dar una imagen de:

- Amigable (Fácil de usar)
- Joven
- Moderno



## Tipografía

<https://fonts.google.com/specimen/Nunito+Sans>

Nunito es excelente para proyectos más complejos como interfaces. Es una fuente sans-serif moderna y bien equilibrada disponible en muchos pesos. Da un aspecto moderno y limpio. Los caracteres tienen anchos de trazo delgados y uniformes que funcionan bien tanto para el cuerpo como para los copys .

ABCDEFGHIJKLM  
ÑŃOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ññoqrstuvwxyz  
1234567890

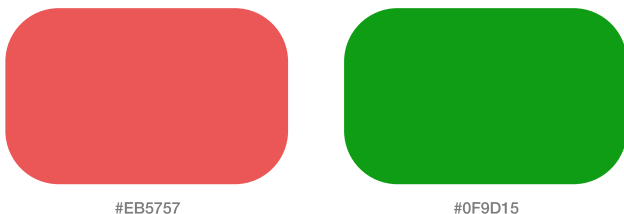
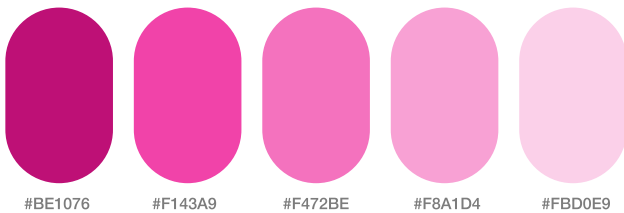
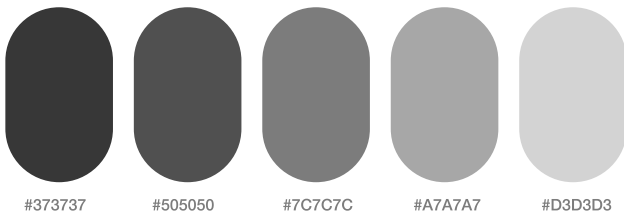
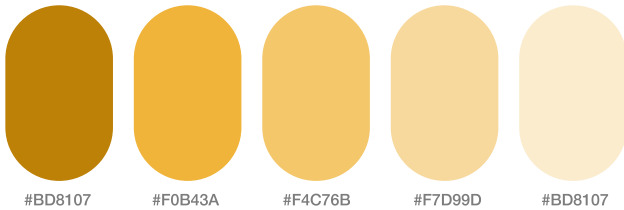
ABCDEFGHIJKLM  
ÑŃOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ññoqrstuvwxyz  
1234567890

ABCDEFGHIJKLM  
ÑŃOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
ññoqrstuvwxyz  
1234567890

**ABCDEFGHIJKLM**  
**ÑŃOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklm**  
**ññoqrstuvwxyz**  
**1234567890**

## Cromática

La cromática ya está definida por la marca:



### Color Principal

Es el color que se muestra con mayor frecuencia en las pantallas y los componentes de la plataforma.

### Color Neutro

Utilizado en fondo, base de los cards, iconografía y tipografía.

### Color Secundario

Un color secundario proporciona más formas de acentuar y distinguir su producto. Debe aplicarse con moderación para acentuar partes seleccionadas de la interfaz.

### Colores semánticos

Los colores semánticos denotan estados de valor estándar (como bueno, malo o advertencia). Cada color tiene el mismo significado básico en todos los contextos.

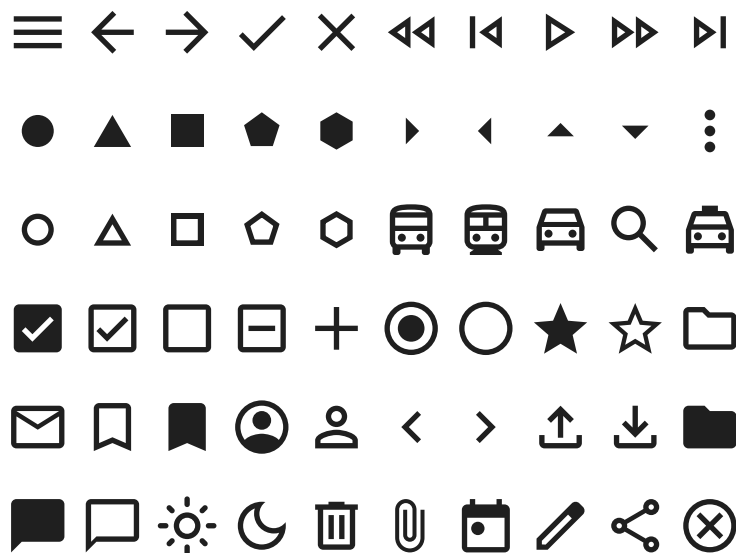
## Iconografía

<https://fonts.google.com/icons>

En este caso se va a aprovechar la biblioteca ya creada por Material Symbols, esto ya que tiene la ventaja de que:

- Los íconos del sistema de Material Design son simples, modernos, amigables. Cada ícono se crea siguiendo lineamientos de diseño para representar de formas simples y mínimas los conceptos universales que se usan comúnmente.
- Además garantiza la legibilidad y claridad en tamaños grandes y pequeños, con íconos optimizados a fin de lograr una visualización atractiva en todas las plataformas y resoluciones de pantalla comunes.

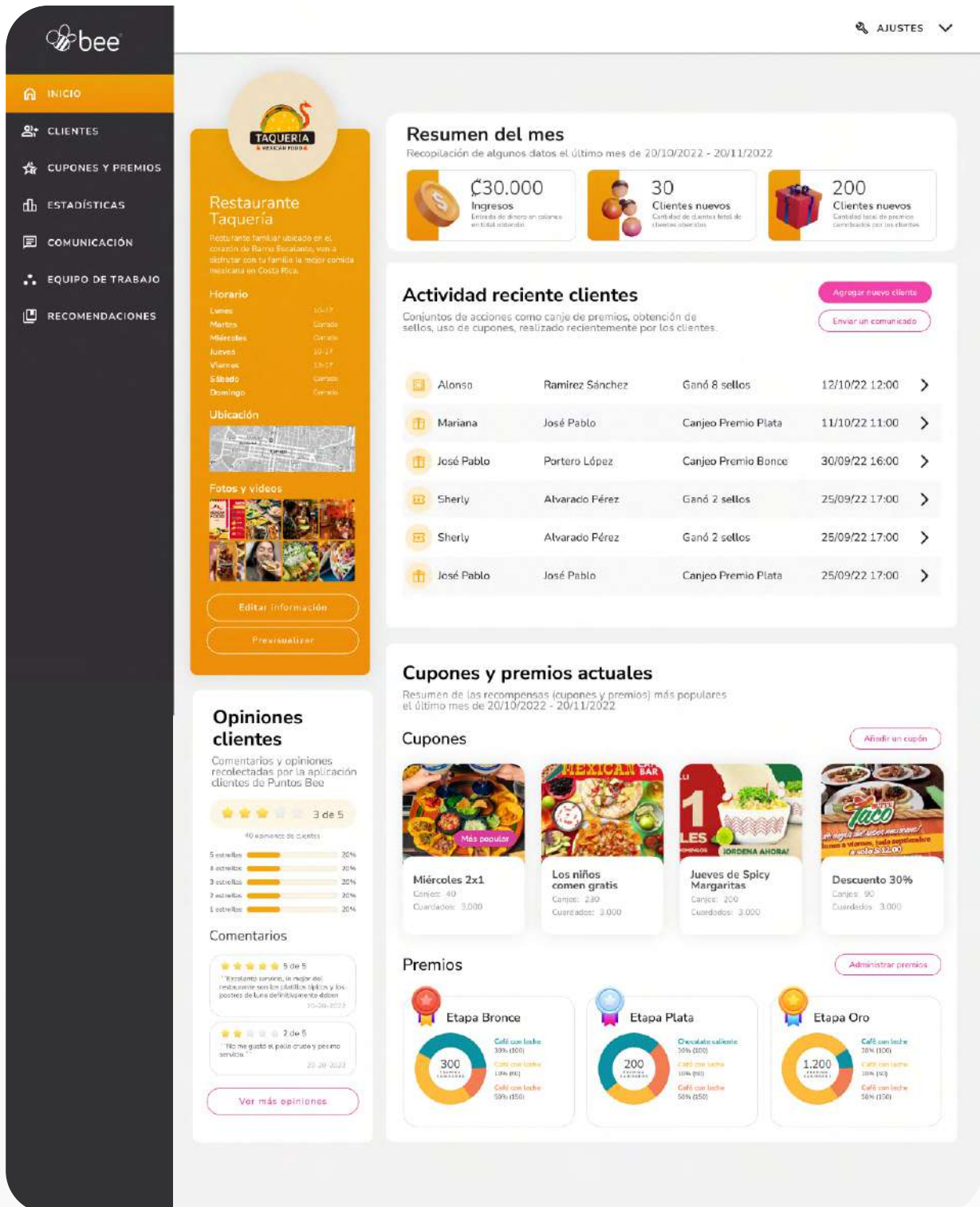
En algunos casos si se van a crear ilustraciones o íconos diferentes o muy específicos de la plataforma y la marca.



## 4.12 Mockup

Maqueta de la aplicación para validar proceso de diseño y look and feel.

# Inicio



# Cientes

**bee**

INICIO

**CLIENTES**

CUPONES Y PREMIOS

ESTADÍSTICAS

COMUNICACIÓN

EQUIPO DE TRABAJO

RECOMENDACIONES

AJUSTES

### Clientes

Se muestran las personas que se unieron a tu restaurante desde la aplicación Bee, no necesariamente son clientes activos o frecuentes.

Buscar cliente


Seleccionada Organizar por

Tiempo: Todos los años 27-09-2022 /...

<input type="checkbox"/>	NOMBRE	APELLIDO	CÉDULA	FECHA UNION	TELÉFONO	EMAIL
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar Pineda	11456778	20-05-2022	8675-9089	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Andrés	Alpizar Sanabria	11456778	10-05-2020	8455-7073	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	César	Marín R	11456778	30-05-2022	8664-3575	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Romeo	Alvarado	11456778	20-05-2022	8455-7073	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Raquel	Romeo	11456778	20-04-2022	8263-8575	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Armando	Fernández A	11456778	10-03-2020	8624-0475	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Marín R	Alvarado	11456778	30-05-2022	8634-3475	marina@gami... >

1 2 3 ... 7 >

# Cupones y premios


⚙️ AJUSTES ▾

INICIO

CLIENTES

CUPONES Y PREMIOS

ESTADÍSTICAS

COMUNICACIÓN

EQUIPO DE TRABAJO

RECOMENDACIONES

## Cupones y premios

Administra las recompensas para tus clientes.

### Cupones

Motiva a tus clientes con descuentos, cupones y ofertas especiales.


Agregar un cupón

[Tutorial: ¿Como agregar un cupón?](#)

Organizar por ▾

Tiempo  
 Todos los años ▾

27-09-2022 /...




**Tuesday Tacos**

Creado: 20-10-22

Cargos: 10 Guardados: 4

🗑️




**Margaritas 2x1**

Creado: 20-10-22

Cargos: 4000 Guardados: 400

🗑️




**Niños comen gratis**

Creado: 20-10-22

Cargos: 1000 Guardados: 10

🗑️




**Happy hour**

Creado: 20-10-22

Cargos: 2000 Guardados: 40

🗑️




**20% descuento**

Creado: 20-10-22

Cargos: 2000 Guardados: 400

🗑️



**Margarita especial**

Creado: 20-10-22

Cargos: 4000 Guardados: 400

🗑️

1
2
3
...
7
➤

### Premios

[Tutorial: ¿Como agregar un premio?](#)

Etapa Bronce
Etapa Plata
Etapa Oro

Tus clientes deberán consumir \$10.000 (1 sello) para poder obtener un premio en la Etapa Bronce.

Últimamente podés tener 3 premios activos:

Desayuno
✎ 🗑️

Pastel de pollo
✎ 🗑️

Copa de Vino
✎ 🗑️

Refresco
✎ 🗑️

Copa de Vino
✎ 🗑️

+
Agregar un premio

Mouse Maracuyá
✎ 🗑️


Recomendaciones Bee

**Premios rentables**

Para que los premios en tu negocio sean rentables te recomendamos premios como:

- Orden pequeña papas fritas
- Café
- Repostería
- Copa de Vino
- Chocolates calientes
- Pastie

# Estadísticas


⚙️ AJUSTES ▾

- 🏠 INICIO
- 👤 CLIENTES
- ★ CUPONES Y PREMIOS
- 📊 ESTADÍSTICAS
- 💬 COMUNICACIÓN
- 👥 EQUIPO DE TRABAJO
- 📄 RECOMENDACIONES

## Estadísticas


Recopilación de datos sobre el rendimiento de tu negocio.

Tiempo

Todos los años ▾

27-09-2022 /... 📅


### Tu negocio



₡3.120.000

Ingresos


Cantidad de ingresos utilizados con el plan de fidelización.



2.000

Total de premios canjeados

Cantidad de premios canjeados gracias al plan de fidelización.




Más popular

Cupón

Taco Tuesday

1.000 veces utilizado




Más popular

Premio

Fian de Coco

20.000 veces canjeado


### Clientes



2.000

Clientes total


Cantidad de clientes en total que se han unido al plan de fidelización.



290

Clientes nuevos


Cantidad de clientes se unieron recientemente al plan de fidelización.



1.230

Clientes reales

Clientes que han canjeado premios o recibido sellos en tu negocio.



18 - 25  
30% (200)

26 - 35  
20% (150)

36 - 46  
10% (30)

### Consumo por edad

Conocer el consumo por edad te ayuda a entender mejor el comportamiento de tus clientes, para brindar mejor servicio o introducir nuevos servicios y productos en tu negocio.

### Equipo de trabajo

(2/5)

90 opiniones de clientes

Calificación del servicio

Opinión de tus clientes reales sobre tus colaboradores.

#### Colaboradores más sellos

- 1

Rogelio Barba

250 sellos
- 2

Tatiana Rojas

100 sellos
- 3

Sandra Medina

145 sellos

#### Colaboradores más canjes

- 1

Tatiana Rojas

5 canjes
- 2

Sandra Medina

2 canjes
- 3

Rogelio Barba

1 canje

# Comunicación

The dashboard features a dark sidebar with navigation options: INICIO, CLIENTES, CUPONES Y PREMIOS, ESTADÍSTICAS, COMUNICACIÓN (highlighted), EQUIPO DE TRABAJO, and RECOMENDACIONES. The main content area is titled 'Comunicados' and includes a sub-section 'Enviar comunicado' with two cards: 'Crear nuevo comunicado' and 'Comunicados automáticos'. Below this is a 'Historial de comunicaciones' section with a search bar, filters, and a table of communication records.

**Comunicados**  
Envíale notificaciones a tus clientes, productos nuevos, nuevas ofertas, cierres, eventos:

**Enviar comunicado**  
Tutorial: ¿Cómo crear un comunicado?

**Crear nuevo comunicado**  
Son mensajes/notificaciones que se envían en el momento de forma manual

**Comunicados automáticos**  
Son mensajes/notificaciones que se envían cada cierto tiempo de forma automática (ejemplo mensaje cumpleaños)

**Historial de comunicaciones**  
Tutorial: ¿Cómo agregar un cupón?

Buscar mensaje

Selecionado Organizar por Tiempo: Todos los años 27-09-2022 /...

<input type="checkbox"/>	MENSAJE	TIPO	AUDIENCIA	CREACIÓN	VISTO	GUARDADOS	
<input type="checkbox"/>	Listos para...	Push	Nuevos clientes	20-05-2022	200	100	>
<input type="checkbox"/>	Buscas una...	SMS	Nuevos clientes	20-05-2022	30	2	>
<input type="checkbox"/>	Noche de tac...	Correo	Clientes activos	20-05-2022	29	3	>
<input type="checkbox"/>	Grupo...	Push	Clientes activos	20-05-2022	34	30	>
<input type="checkbox"/>	Viernes de...	Push	Clientes activos	20-05-2022	500	200	>
<input type="checkbox"/>	Disfruta con...	Push	Todos	20-05-2022	21	15	>
<input type="checkbox"/>	Cerrado 15...	Correo	Mujeres 18-30	20-05-2022	344	233	>
<input type="checkbox"/>	Feliz navidad...	SMS	Mujeres 18-30	20-05-2022	44	20	>

1 2 3 ... 7 >

# Equipo de trabajo

**bee**

INICIO

CLIENTES

CUPONES Y PREMIOS

ESTADÍSTICAS

COMUNICACIÓN

**EQUIPO DE TRABAJO**

RECOMENDACIONES

AJUSTES

## Mi equipo de trabajo

Adminitra los colaboradores y los administradores del negocio

Agregar colaborador

Buscar equipo de trabajo

Seleccionado Organizar por

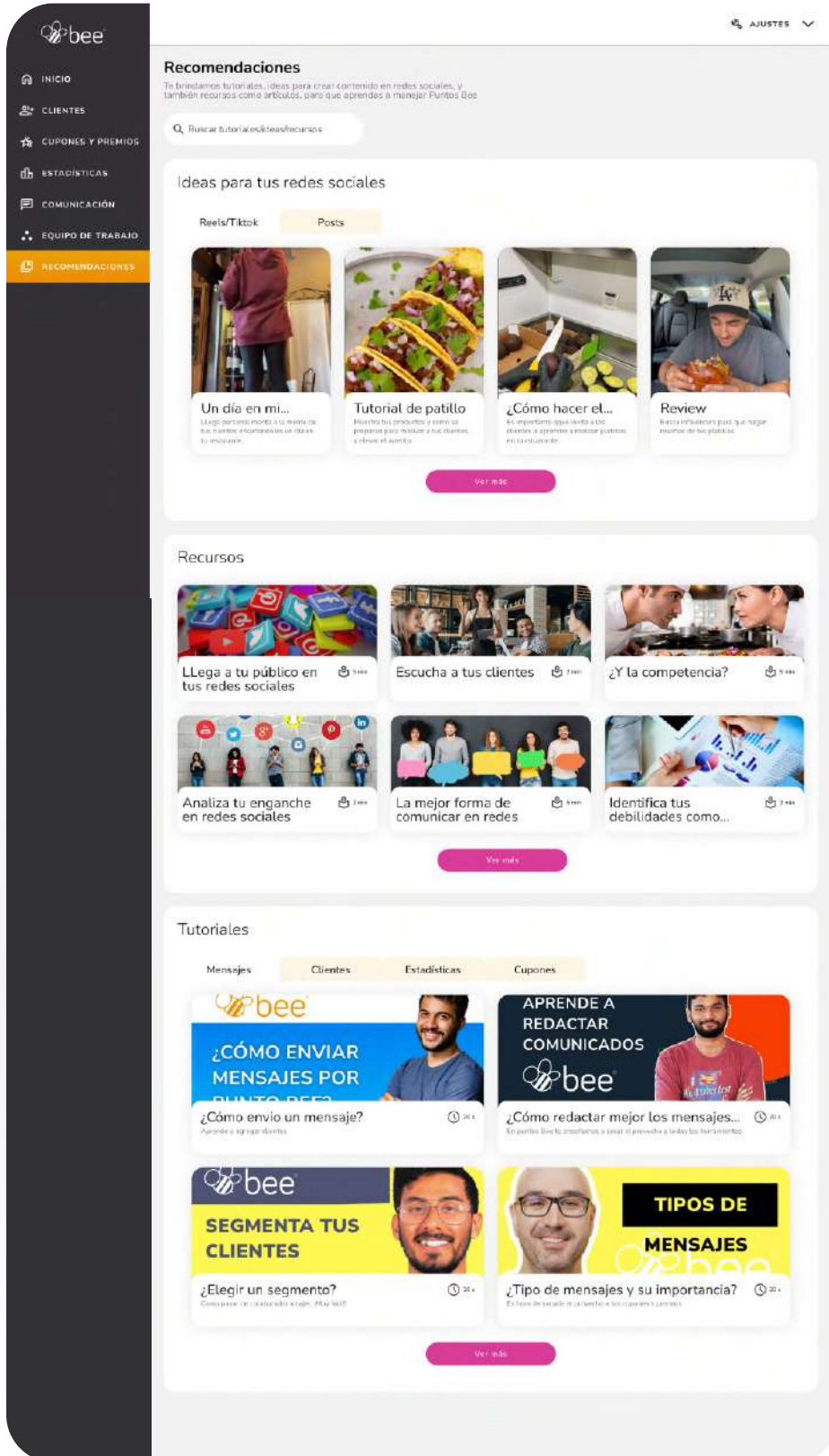
Tiempo  
Todos los años

27-09-2022 /...

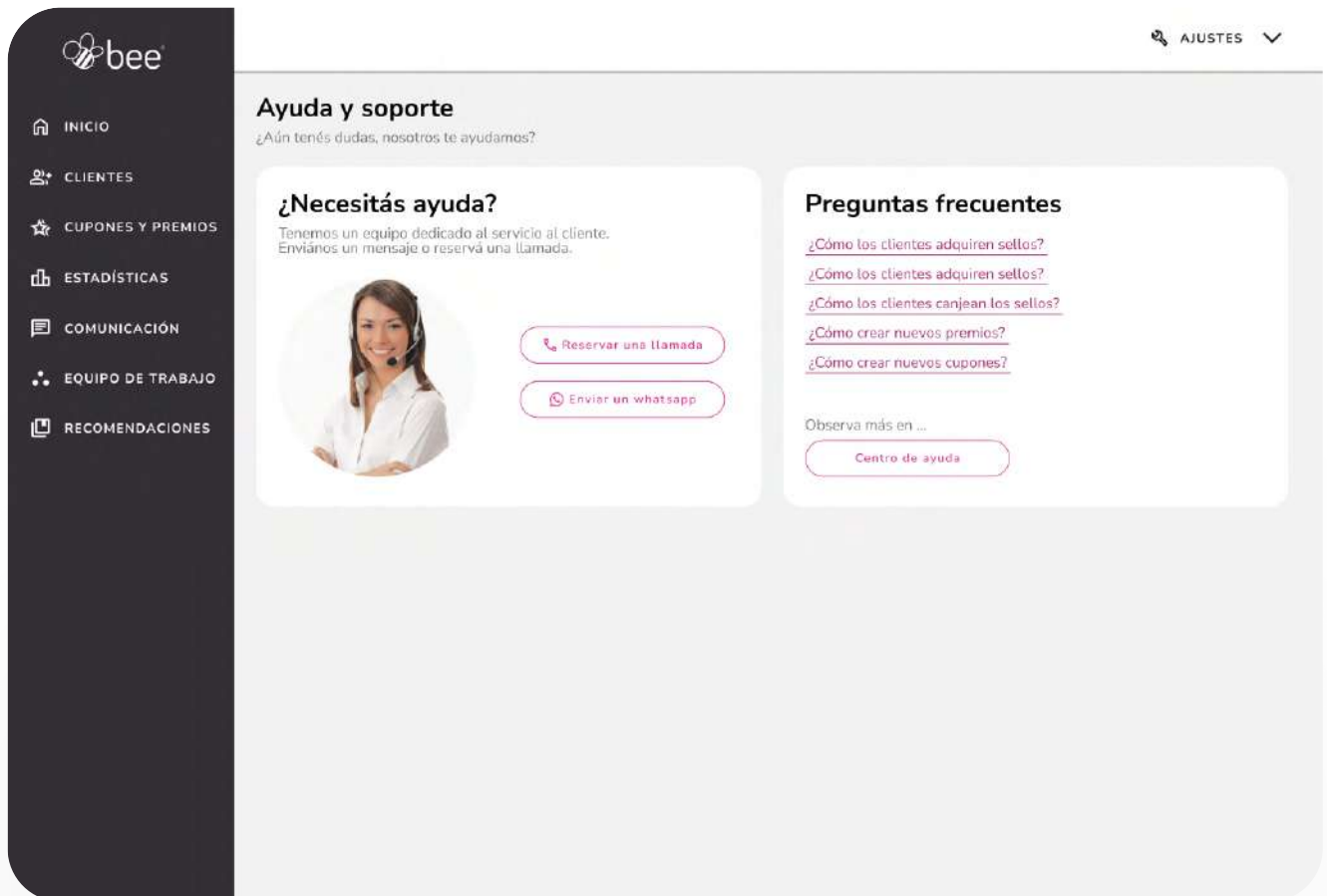
<input type="checkbox"/>	NOMBRE	APELLIDO	ROL	DESDE	TELÉFONO	EMAIL
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Andrés	Alpizar	Colaborador	10-05-2020	8455-7073	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	César	Marín	Colaborador	30-05-2022	8664-3575	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Aministrador	20-05-2022	8455-7073	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	César	Alpizar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gami... >
<input type="checkbox"/>	BotóMarinan	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gami... >

1 2 3 ... 7 >

# Recomendaciones



# Ayuda y soporte



## 4.13 Pruebas Heurísticas

El Diseño final de la aplicación se valida mediante las pruebas heurísticas aplicadas a 4 usuarios dueños de comercios, 2 usuarios eran diseños de restaurante, 1 de lavacar y 1 de salón de belleza. Al igual que en las pruebas de Paper prototyping se realiza una maqueta en Figma.

Se toman como escenarios las antes definidas en el paper prototyping que eran:

### ESCENARIO 1

**Regístrate por primera vez** en Puntos Bee. En los premios **cambia Flan de coco por Flan de Maracuyá**. Y **activa los premios** Flan de Maracuyá, Café con Leche y Chocolate caliente.

### ESCENARIO 4

Usted ha notado que el descuento de Tuesday Tacos no ha sido un cupón muy popular por lo que decide eliminarlo. Y agregar uno que se llama Viernes de nachos. **¿Cómo haría esto?**

### ESCENARIO 7

Usted quiere enviarles un mensaje de bienvenida a los clientes nuevos. **Envíeles un mensaje.**

### ESCENARIO 2

Usted desea ver si su cliente de la mañana Ana Sanchez reclamó su premio. **¿Cómo buscaría a Ana?**

### ESCENARIO 5

Ahora le gustaría conocer quiénes son los clientes que se unieron recientemente a su negocio. **¿Cómo encontraría esta información?**

### ESCENARIO 8

**Consulte cómo ha sido el rendimiento** de su empresa, equipo y cupones el último mes.

### ESCENARIO 3

Hoy llegó un nuevo cliente y se vio muy interesado por el sistema de sellos, pero no traía carga en su celular para descargar e ingresar en la aplicación. **¿Cómo agregaría este cliente al sistema?**

### ESCENARIO 6

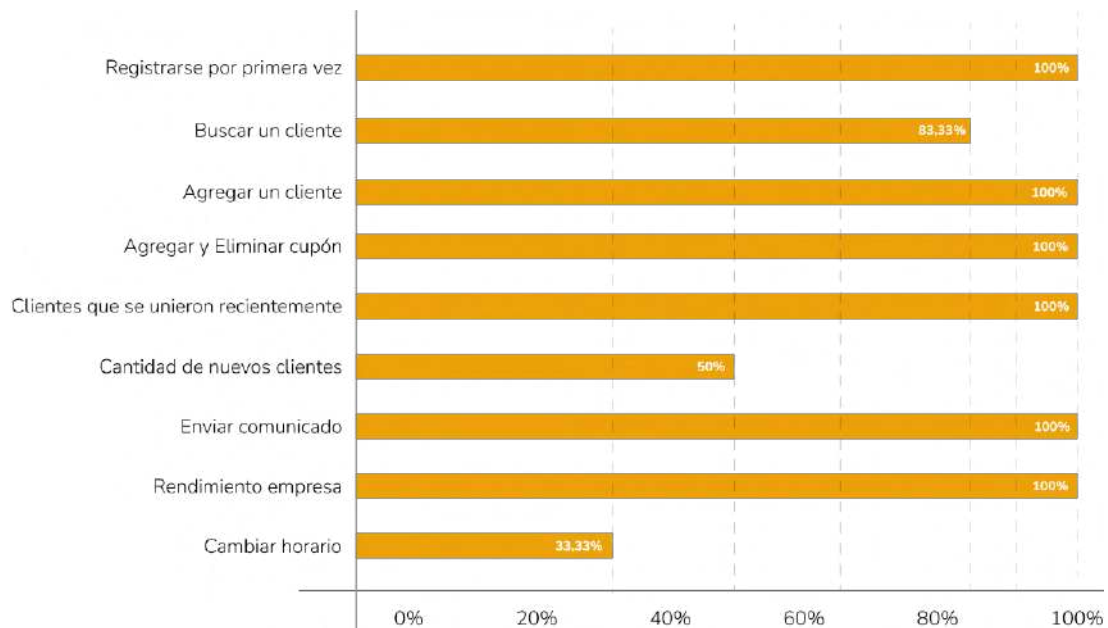
Ahora usted quiere conocer cuál fue la cantidad de clientes del 4 de julio al 20 de agosto. **¿Cómo encontraría esta información?**

### ESCENARIO 9

Este mes decidió cambiar su horario de atención **¿Cómo lo cambiaría?**

## Resultados

En este caso de las 9 tareas los usuarios pudieron completar 7. Solo hubieron 2 tareas que no pudieron ser completadas (Ver la cantidad de nuevos clientes y cambiar horario)



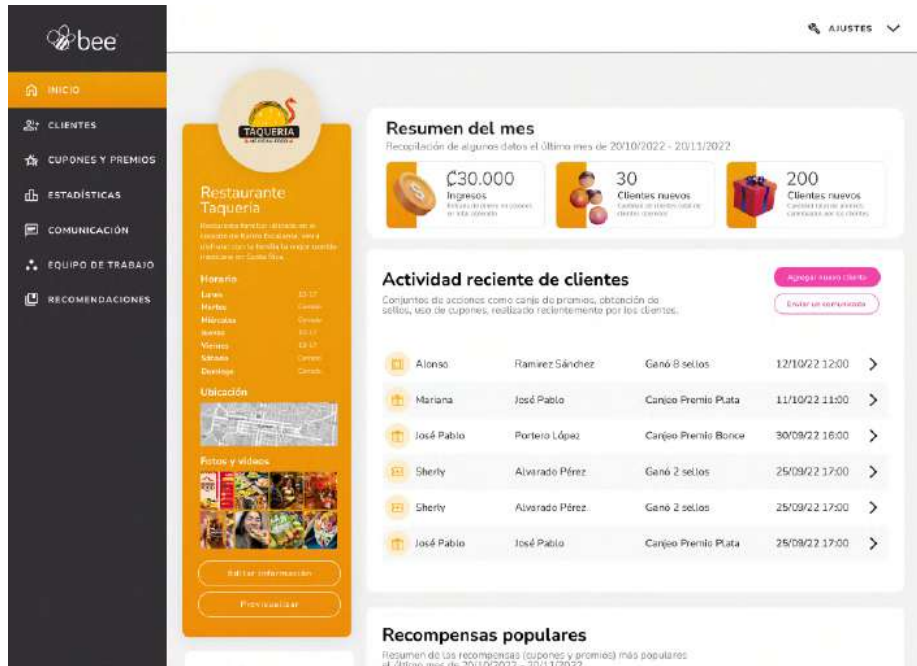
Los usuarios presentaron problemas el Escenario 6 (Cantidad de nuevos clientes) ya que esta vez no entendieron la instrucción y buscan quienes eran los clientes nuevos, no la cantidad.

Y en el Escenario 9 (Cambiar horario), los usuarios siguen sin encontrar el perfil del negocio. Y lo estarán buscando en la sección de "Ajustes".

Cambios realizados apartir de las pruebas:

Perfil más llamativo

Se hizo la sección del perfil en la pantalla de inicio más grande, y se cambió de orientación ya que el botón de 'Editar' solo era visible si se hace scroll. Además se eliminó la opción de 'Configuración' del dropdown 'Ajustes', ya que confunde a los testers, y por el momento es una sección vacía.



Antes



Después



# Propuesta Final

CAPÍTULO CINCO

Propuesta final luego de realizar cambios y mejoras apartir de las pruebas heurísticas.

# Landing page

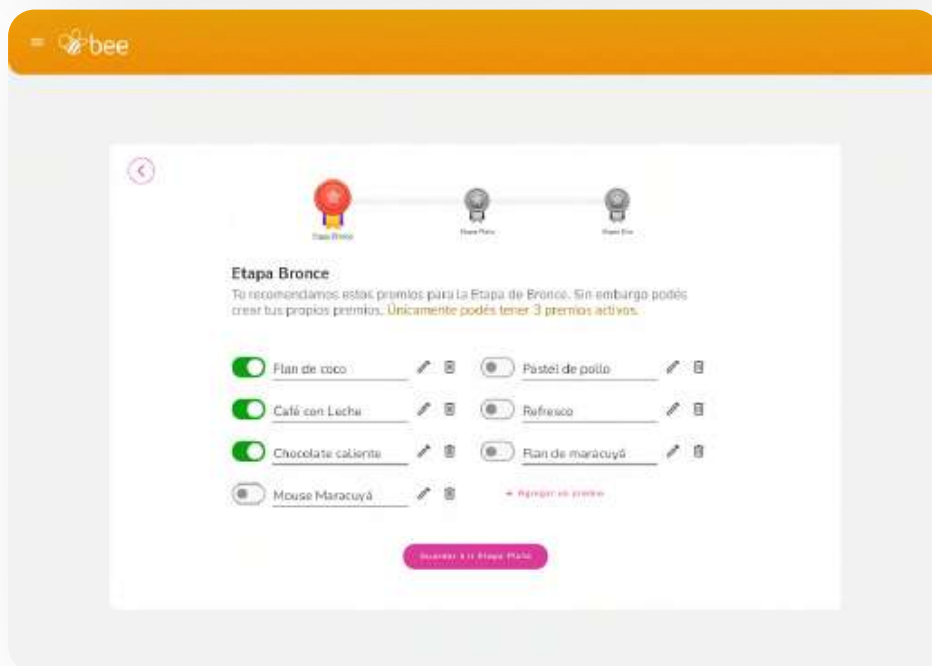
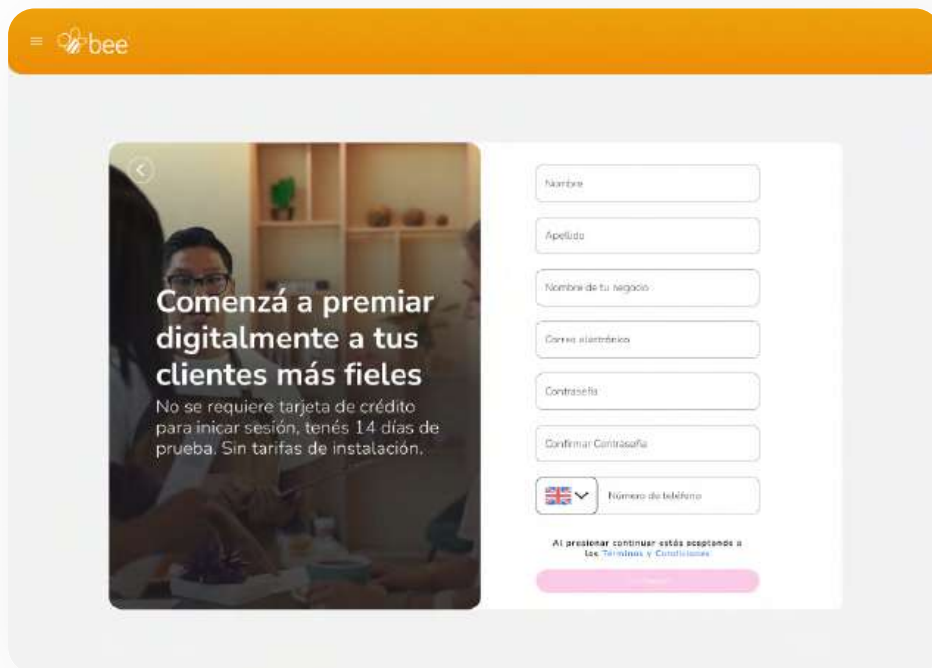


# Registro

The screenshot shows the registration page for 'Puntos Bee'. At the top left is the 'bee' logo. Below it is a circular profile picture of a man. The text reads: 'Soy Andrés del equipo de Puntos Bee ¿Ya tenés una cuenta?'. There are two radio button options: 'Si, ya tengo una cuenta' and 'No, no tengo cuenta'. A pink button is at the bottom.

The screenshot shows the business type selection page for 'Puntos Bee'. At the top left is the 'bee' logo. Below it is a circular profile picture of a man. The text reads: '¿Qué tipos de negocio tenés?'. There are five options with icons and radio buttons: 'Gimnasio' (dumbbell), 'Lavacar' (car), 'Salón Belleza/Barbería' (hair dryer), 'Restaurante' (bowl of food), and 'Otro' (suitcase). The 'Restaurante' option is selected. A pink button is at the bottom.

# Registro



# Inicio

**bee** AJUSTES

**Restaurante Taquería**  
Restaurante familiar ubicado en el corazón de Barrio Escalante, ven a disfrutar con tu familia la mejor comida mexicana en Costa Rica.

**Horario**  
Lunes: 10-17  
Martes: Cerrado  
Miércoles: Cerrado  
Jueves: 10-17  
Viernes: 13-17  
Sábado: Cerrado  
Domingo: Cerrado

**Fotos y videos**

**Ubicación**

**Resumen del mes**  
Res compilación de algunos datos el último mes de 20/10/2022 - 20/11/2022

- €30.000 Ingresos**  
Dinero obtenido en ventas en este mes
- 30 Clientes nuevos**  
Cantidad de clientes nuevos en este mes
- 200 Clientes nuevos**  
Cantidad de clientes nuevos en este mes

**Actividad reciente de clientes**  
Conjuntos de acciones como canjeo de premios, obtención de sellos, uso de cupones, realizado recientemente por los clientes.

Nombre	Apellido	Acción	Fecha y Hora
Alonso	Ramirez Sánchez	Ganó 8 sellos	12/10/22 12:00
Mariana	José Pablo	Canjeo Premio Plata	11/10/22 11:00
José Pablo	Pierro López	Canjeo Premio Bronce	30/09/22 16:00
Sherly	Alvarado Pérez	Ganó 2 sellos	25/09/22 17:00
Sherly	Alvarado Pérez	Ganó 2 sellos	25/09/22 17:00
José Pablo	José Pablo	Canjeo Premio Plata	25/09/22 17:00

**Opiniones de tu negocio**  
Comentarios y opiniones recientes por la aplicación clientes de Puntos Bee

3 de 5

**Comentarios**

- ★★★★★ 5 de 5  
"Excelente comida, la mejor del restaurante con los deliciosos sopes y los postres de leche y chocolate. ¡Muy bien!"  
20/10/2022
- ★★★★ 4 de 5  
"No me quedé el color azul y me lo enviaron."
- ★★★★ 4 de 5  
"Muy más comen, comen comen comen."
- ★★★★ 4 de 5  
"Excelente comida, la mejor del restaurante con los deliciosos sopes y los postres de leche y chocolate. ¡Muy bien!"  
20/10/2022

**Premios y cupones actuales**  
Resumen de los recompensas (cupones y premios) más populares el último mes de 20/10/2022 - 20/11/2022

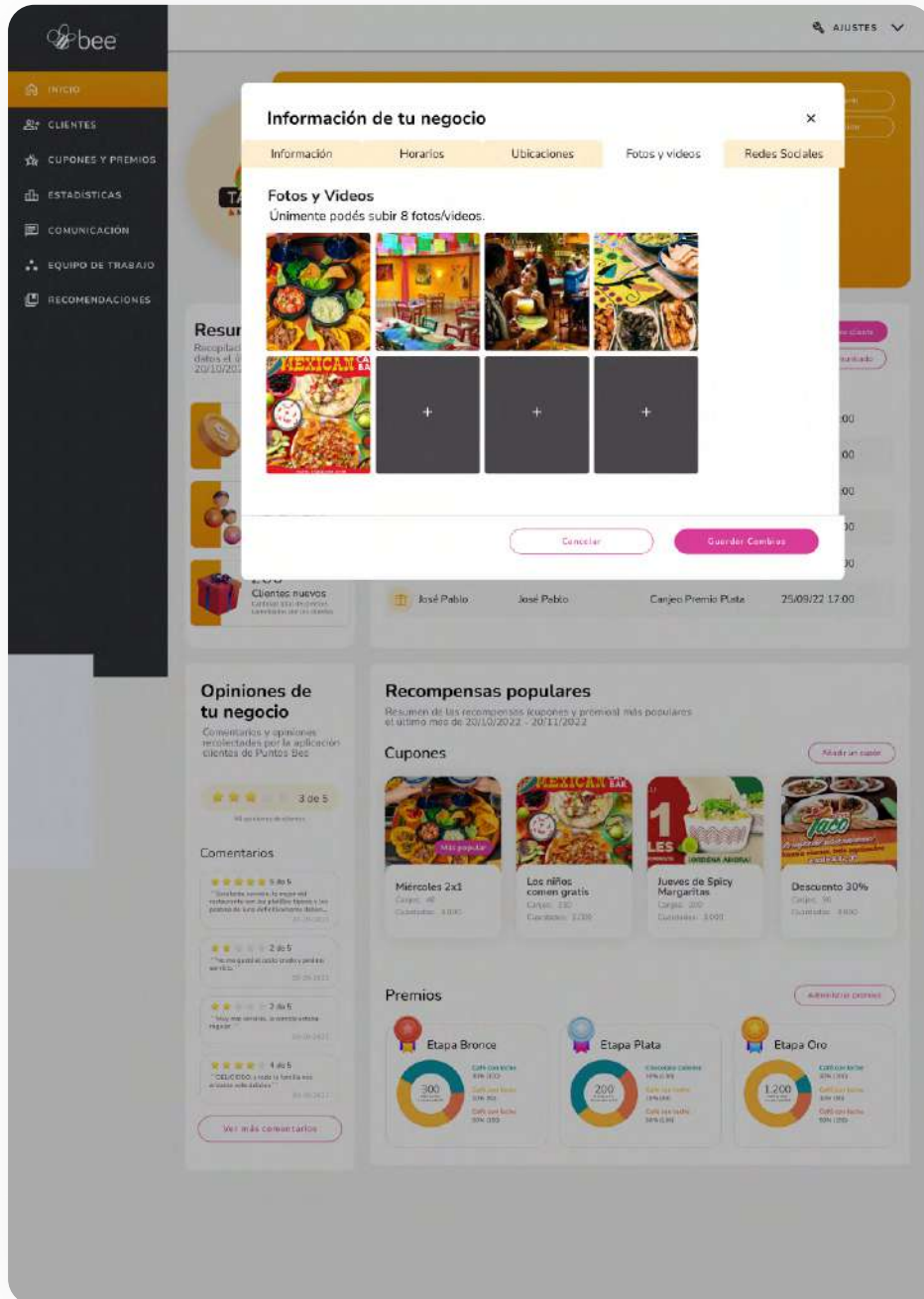
**Cupones**

- Miércoles 2x1**  
Cargos: 40  
Cantidad: 8.000
- Los niños comen gratis**  
Cargos: 750  
Cantidad: 3.200
- Jueves de Sply Margaritas**  
Cargos: 250  
Cantidad: 3.000
- Descuento 30%**  
Cargos: 20  
Cantidad: 8.000

**Premios**

- Etapas de Premio**
- Etapas Bronce**  
Carga con hecho: 400  
Carga con hecho: 200  
Carga con hecho: 200
- Etapas Plata**  
Carga con hecho: 200  
Carga con hecho: 100  
Carga con hecho: 100
- Etapas Oro**  
Carga con hecho: 1.200  
Carga con hecho: 600  
Carga con hecho: 600

# Editar perfil



# Cientes

**Clientes**

Se muestran las personas que se unieron a tu restaurante desde la aplicación 'bee', no necesariamente son clientes activos o frecuentes.

Buscar cliente

Seleccionado Organizar por

Tiempo: Todos los años 27-05-2022 /

<input type="checkbox"/>	NOMBRE	APELLIDO	CEDULA	FECHA UNION	TELÉFONO	EMAIL
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar Pineda	13456778	20-05-2022	8675-9089	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	Andrés	Alpizar Sanabria	13456778	10-05-2020	9455-7073	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	César	Marín R	13456778	30-05-2022	8664-3575	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	Romeo	Alvarado	13456778	20-05-2022	8455-7073	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	Raquel	Romeo	13456778	20-04-2022	8263-8575	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	Armando	Fernández A	13456778	10-03-2020	8624-0475	marina@gami...
<input type="checkbox"/>	Itanin R	Alvarado	13456778	30-05-2022	8630-3675	marina@gami...

Filas por página 07 1 2 3 7

**Clientes**

Eliminar cliente

**Ana Sánchez**  
Estado: Activo  
Fecha de unión: 20-05-2022

Teléfono: 8695-2513  
Correo: anasanchez2347@gmail.com

Identificación: 203830715  
Fecha de nacimiento: 20/10/1999 (22 años)

**Resumen de acciones**  
Resumen de información sobre consumo del cliente.

TOTAL CONSUMIDO	PREMIOS CANJEADOS	PREMIOS PENDIENTES	TOTAL DE SELLOS OBTENIDOS	FECHA ÚLTIMA ACCIÓN
\$1500	7	1	30	30-05-2022

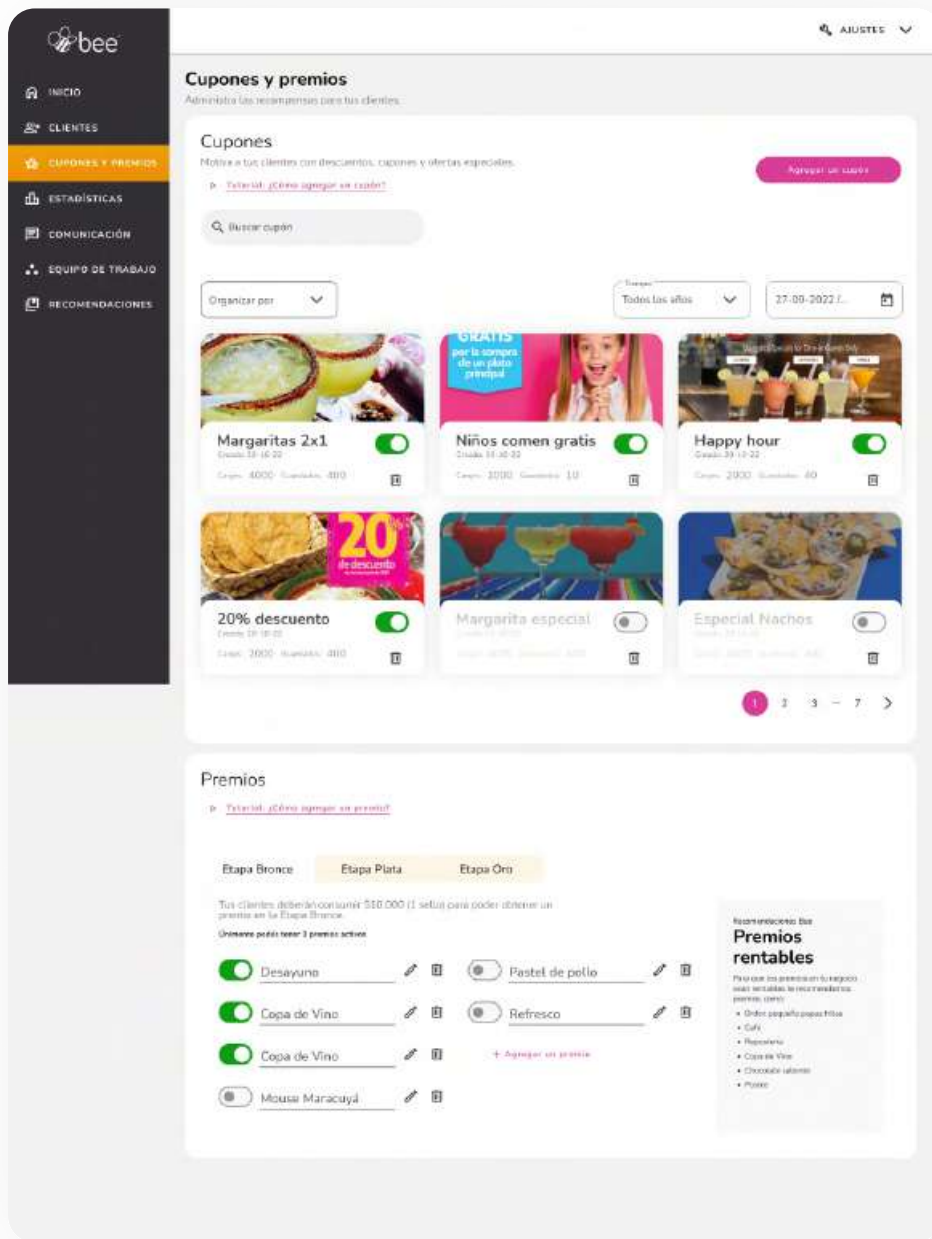
**Historial de premios**  
Lista de premios obtenidos y canjeados por el cliente.

Tiempo: Todos los años

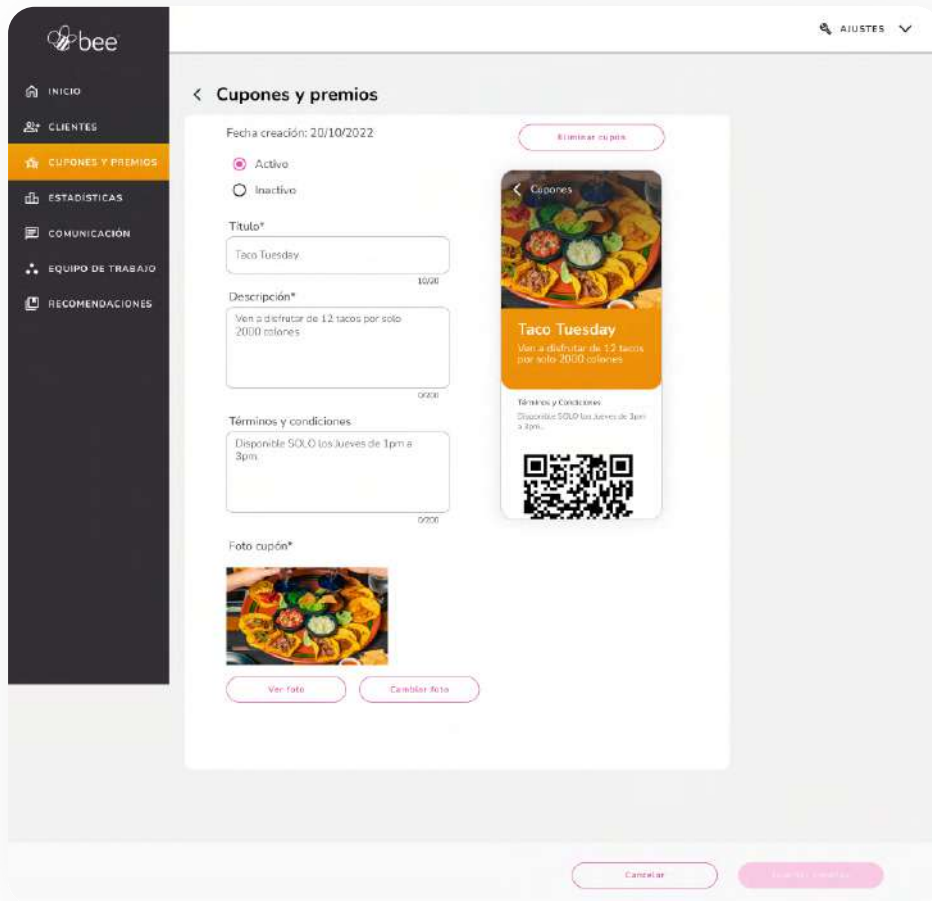
PREMIO	ADQUIRIDO	FECHA DE CANJE	VENCIMIENTO	ESTADO
Bronce	22-03-2022 06:00	20-05-2022 13:00	22-03-2022 06:00	Canjeado Café con Leche
Gold	20-05-2022 13:00		22-03-2022 06:00	Pendiente
Plata	1-11-2022 10:40	22-03-2022 06:00	22-03-2022 06:00	Canjeado Plato del día
Oro	20-05-2022 13:00		22-03-2022 06:00	Vencido
Bronce	1-11-2022 10:40	20-05-2022 13:00	22-03-2022 06:00	Canjeado Copa de vino

Filas por página 07 1 2 3 7

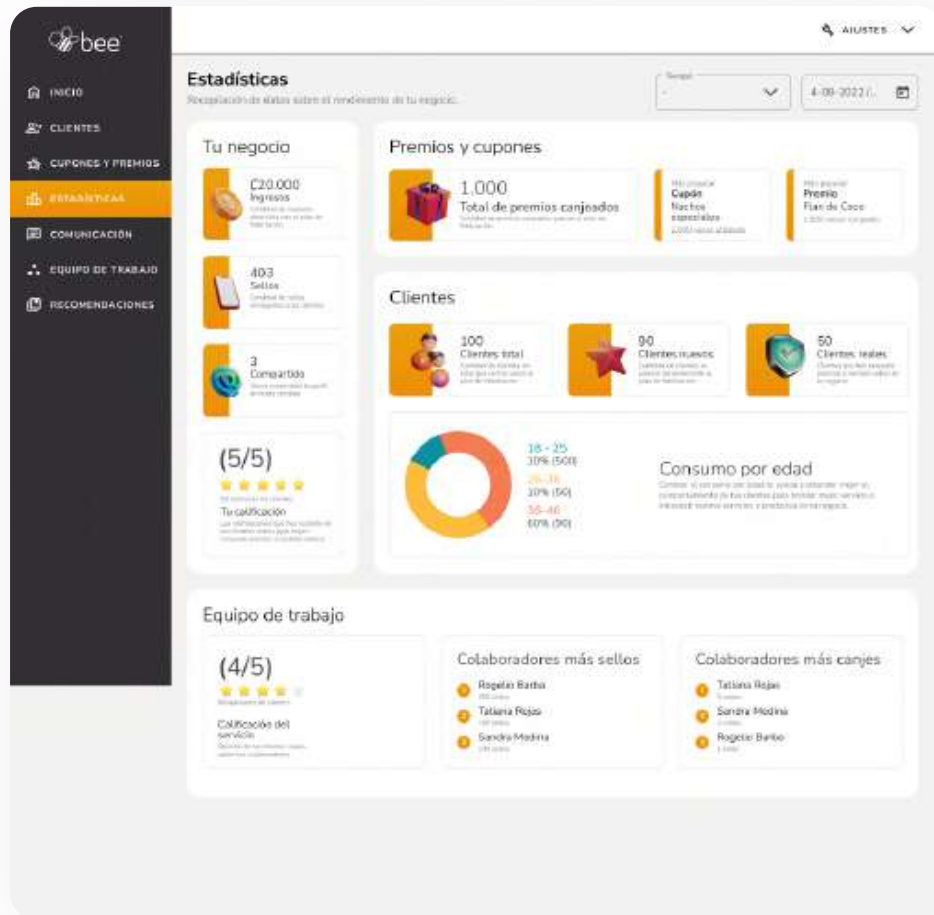
# Cupones y premios



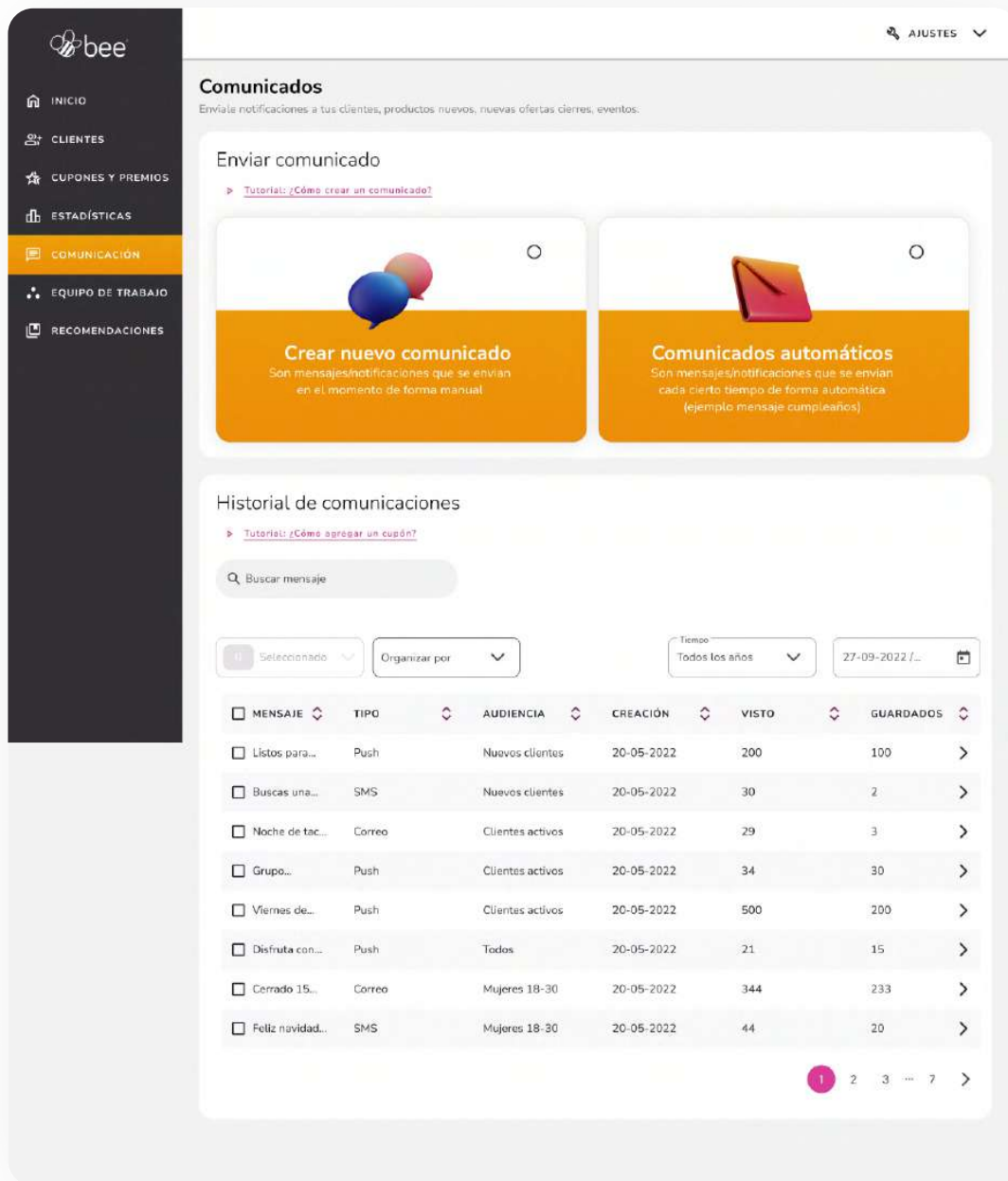
# Editar cupón



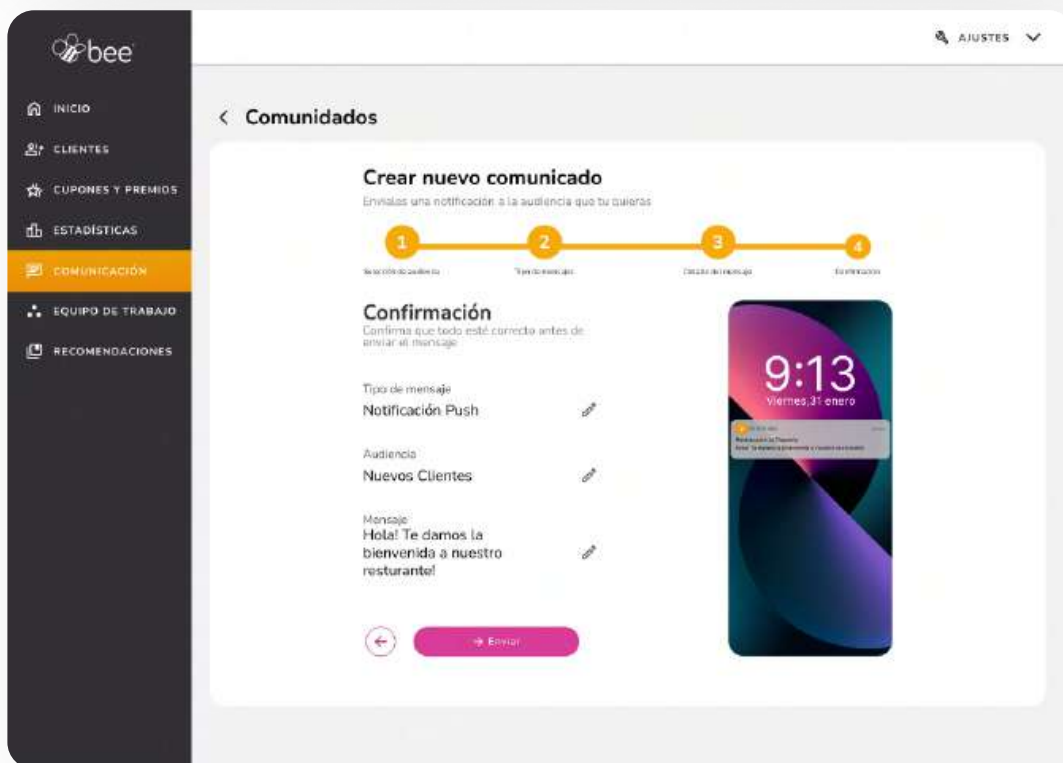
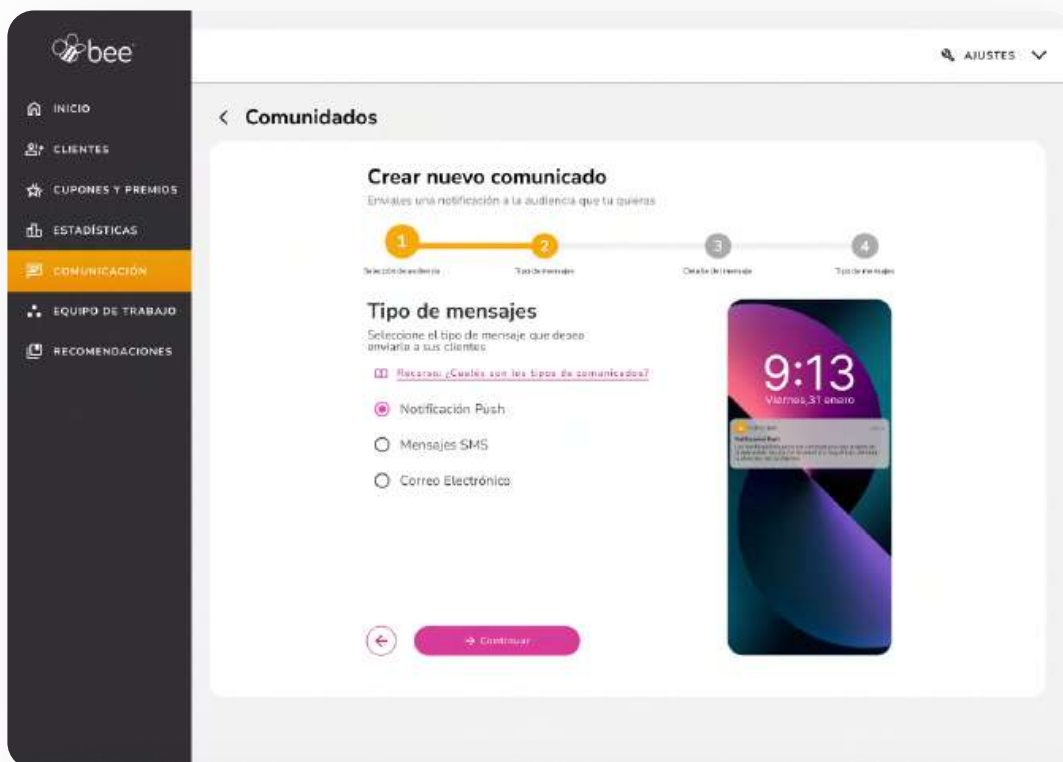
# Estadísticas



# Comunicación



# Crear comunicado



# Equipo de trabajo

**Equipo de trabajo**  
Administra los colaboradores y los administradores del negocio.

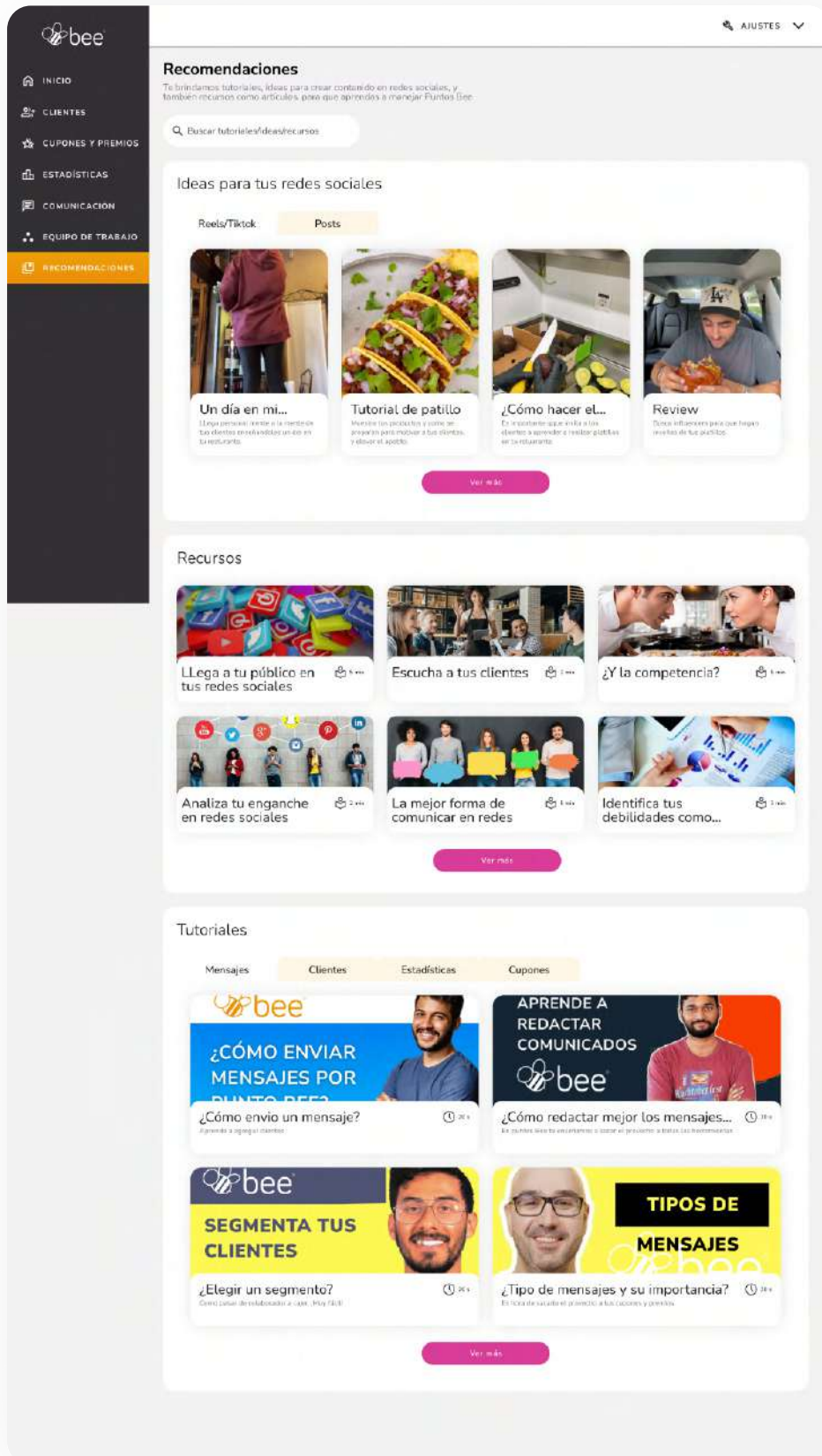
Buscar equipo de trabajo

Seleccionado Organizar por Tiempo: Todos los años 27-09-2022/...

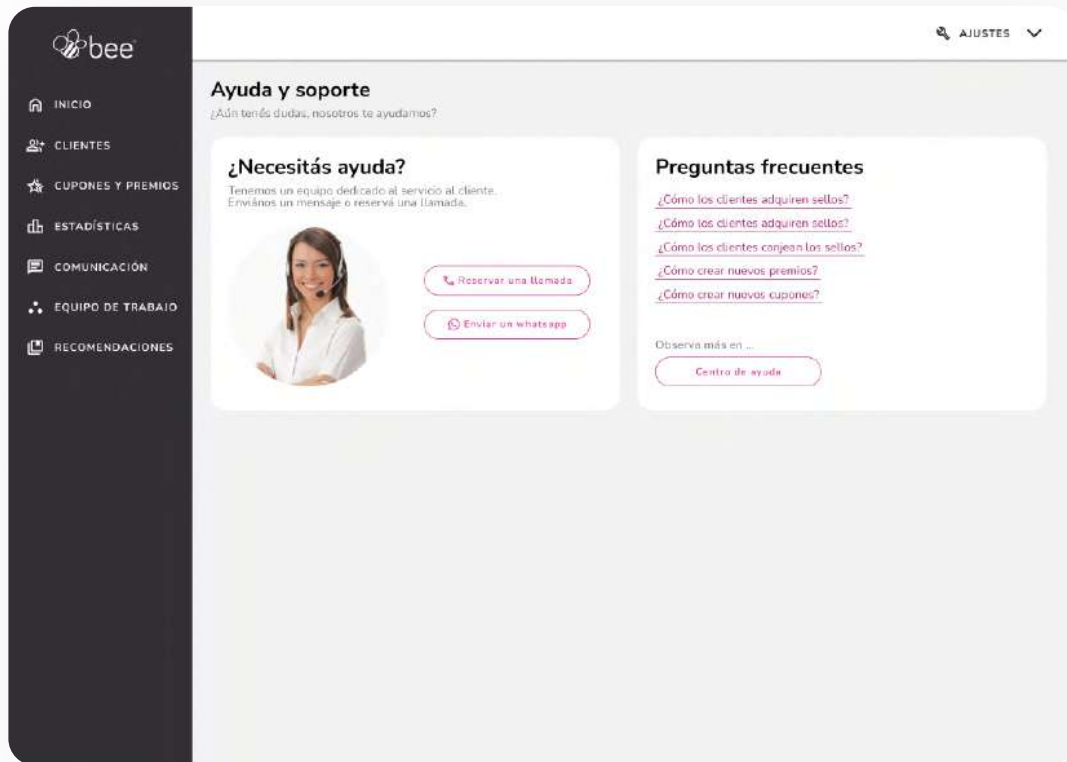
<input type="checkbox"/>	NOMBRE	APELLIDO	ROL	DESDE	TELÉFONO	EMAIL
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	Andrés	Alpizar	Colaborador	10-05-2020	8455-7073	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	César	Marín	Colaborador	30-05-2022	8664-3575	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Administrador	20-05-2022	8455-7073	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	Marina	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	César	Alpizar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gamiL. >
<input type="checkbox"/>	BotóMarinan	Salazar	Colaborador	20-05-2022	8675-9089	marina@gamiL. >

1 2 3 ... 7 >

# Recomendaciones



# Ajustes



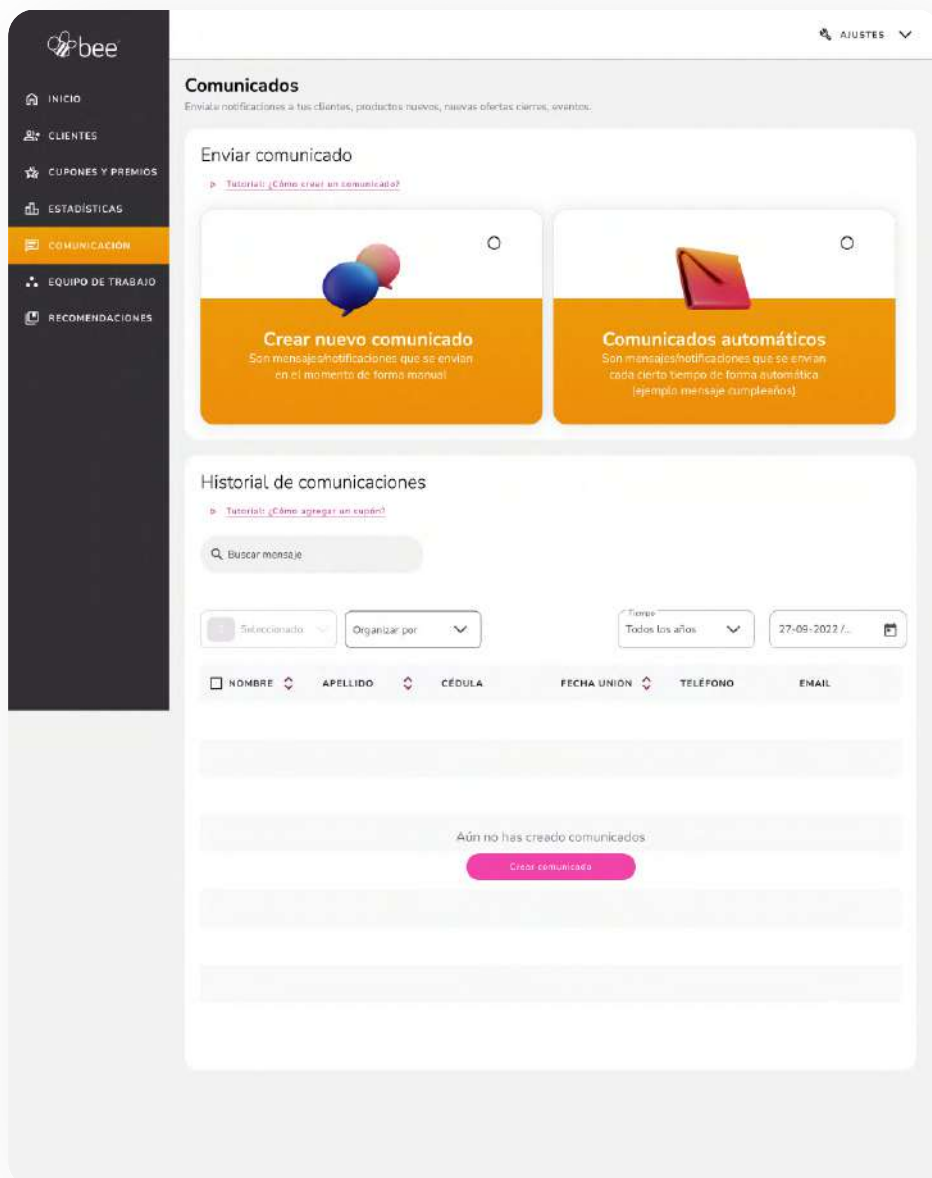
## Estados vacios

El diseño de pantallas de estado vacío bien pensadas y útiles puede ayudar a impulsar la participación del producto, y disminuye las posibilidades frustrar o perder a los comercios.

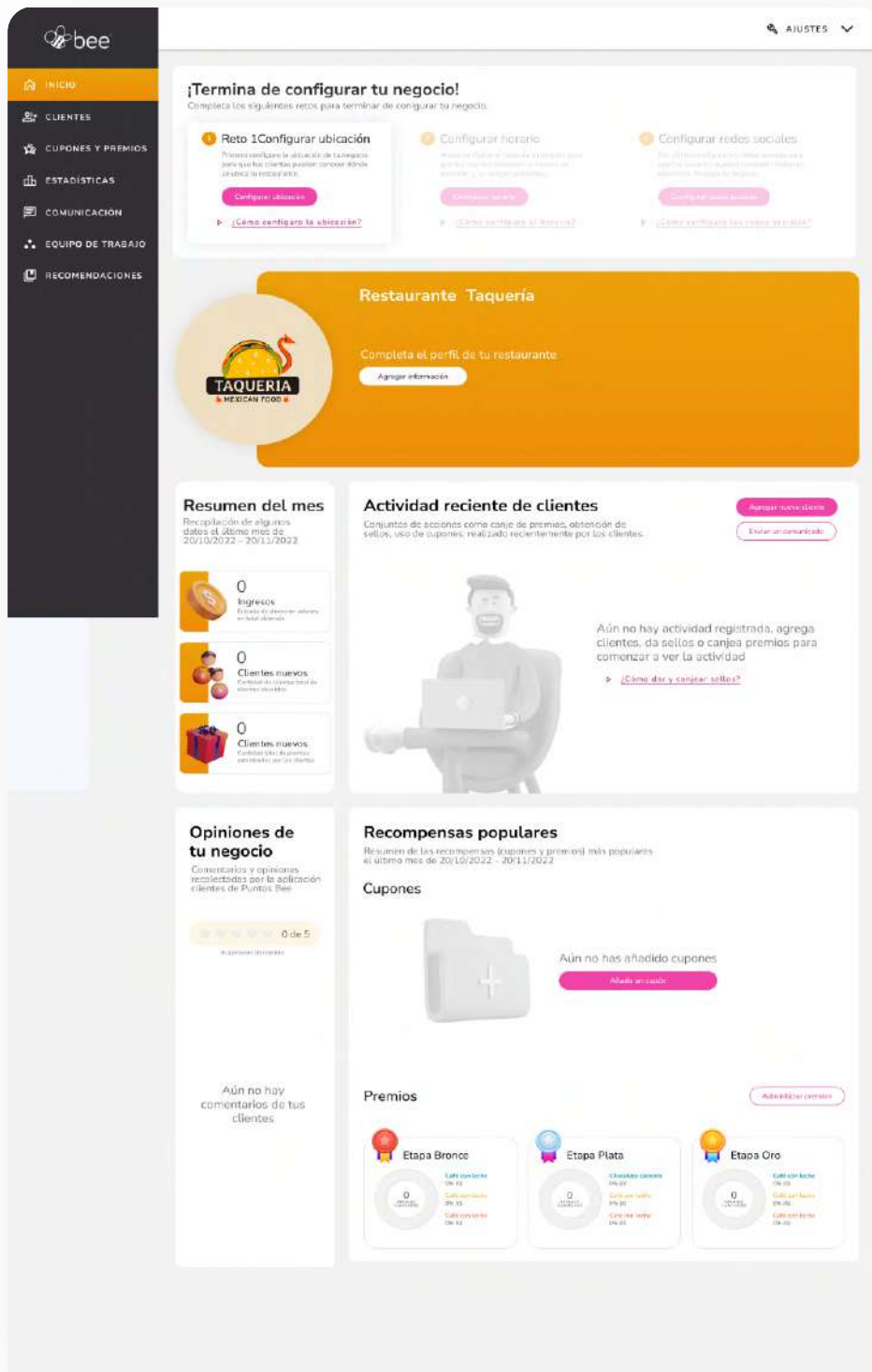
La idea es brindar un paso de acción, para brindar orientación, sin embargo, se trata de mantener las acciones al mínimo, ya que según la ley de Hick “el tiempo que lleva tomar una decisión aumenta con el número y la complejidad de las opciones”.

Estos son los estados vacios propuestos para la plataforma Puntos Bee:

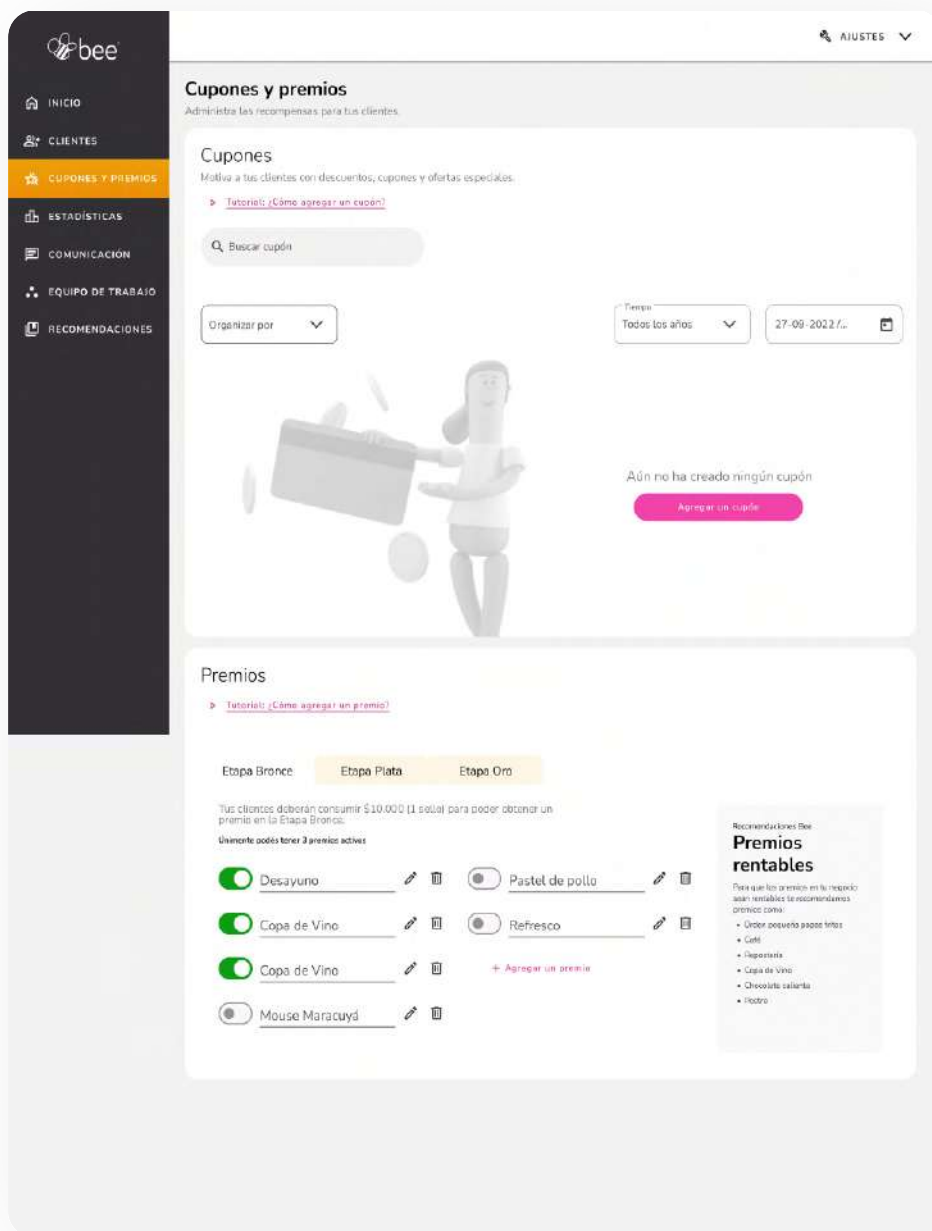
# Comunicación



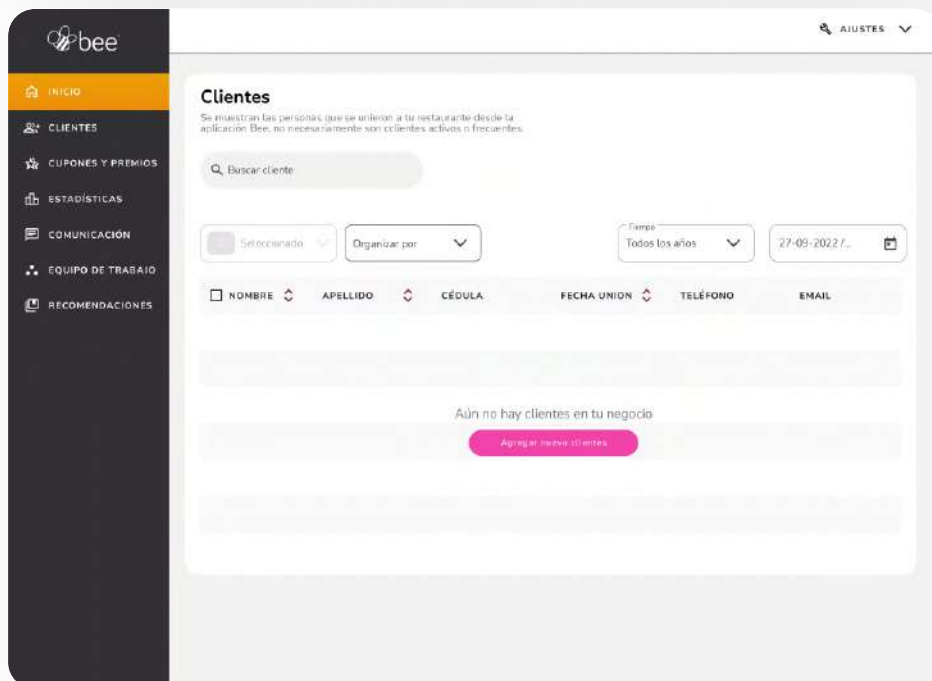
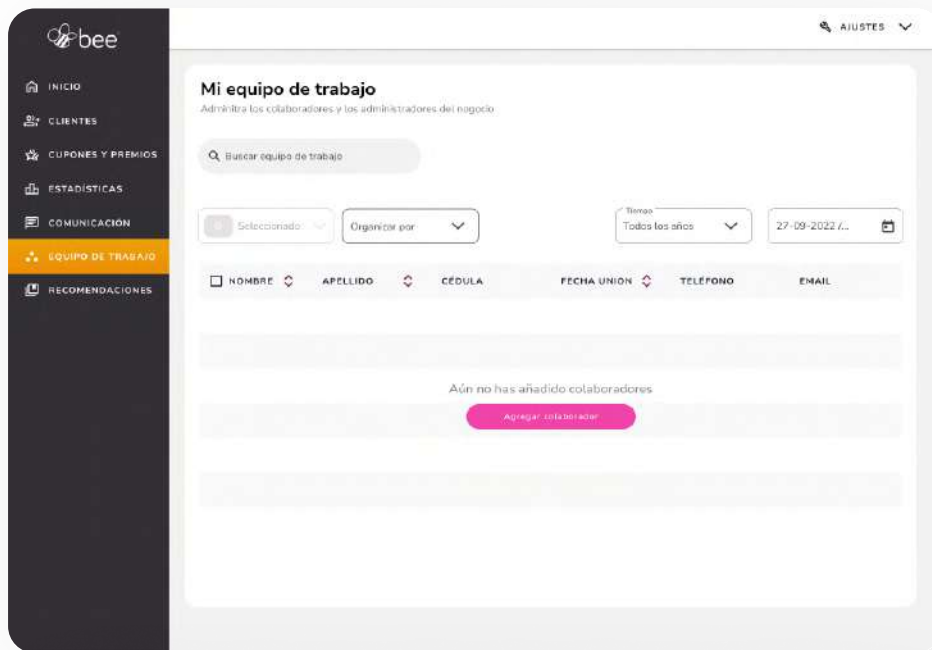
# Inicio



# Cupones y premios



# Comunicación





# Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO SEIS

## 6.1 Recomendaciones

Como recomendación al analizar el tipo de negocio, los tipos de premios, y los clientes, se recomienda que la plataforma solo esté enfocada en un negocio. En este caso el de los restaurantes por las siguientes razones:

- La frecuencia de ir al lavacar, al salón o pagar la mensualidad de un gimnasio no es tan frecuente como la de ir a un restaurante.
- Los negocios de gimnasios y salones la mayoría ya cuenta con otros programas especializados en la reserva de su espacio entonces ya tienen muchas de las funcionalidades que tiene Puntos Bee.
- Los restaurantes tienen más necesidades que los otros comercios, en los otros comercios son necesidades relacionadas con la base de datos, en cambio un restaurante tiene necesidades como conocer el desempeño de los trabajadores, para premiar a sus trabajadores y mejorar su negocio.

## 6.2 Conclusiones

Los objetivos planteados en el inicio fueron alcanzados mejorando la navegación, y la experiencia creando una plataforma amigable e intuitiva. Gracias a las pruebas realizadas con los usuarios se pudo rediseñar y mejorar las pantallas que presentaban problemas en la experiencia y usabilidad.

Se generan atajos y varios caminos para que los usuarios lleguen a su destino de formas diferentes esto ayuda a reducir el tiempo de ingreso y hace que las diferentes rutas sean fáciles de seguir y de navegar entre diferentes secciones.

En el prototipo se utilizan elementos de interacción estandarizados (como botones, íconos, campos de texto), los cuales son brindados por Material Design y facilitan la implementación a nivel de código por parte de los programadores.

Por otro lado es importante implementar microinteracciones para mejorar el flujo en las diferentes tareas y hacen que el producto sea más agradable e intuitivo.

Con las pruebas se demuestra que la plataforma es lo suficientemente intuitiva de usar por persona con niveles de educación bajo sin embargo de igual forma se muestran diferentes tutoriales para ayudar a los usuarios si ellos lo requieren.

Se concluye que lo más importante para los negocios es conocer al cliente por eso la funcionalidad más importante es la base de datos que se almacena sobre los clientes y las estadísticas sobre el comportamiento de compra que se tengan acerca de estos.



# Bibliografía

CAPÍTULO SIETE

- [1] Hernández Castro, F. Metodología para el análisis y diseño de aplicaciones (usability cookbook). Escuela de Diseño Industrial, Instituto Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica. (2016)
- [2] Redacción, "Cómo modernizar negocios tradicionales." "Música&Mercadeo". <https://musicaymercado.org/como-modernizar-negocios-tradicionales/> (Accesado el 01 Novimenbre 2022)
- [3] "Marketing digital: por qué es importante invertir en apps para tu empresa" "Negocio por internet Movistar". <https://negociosdigitalesmovistar.com/negocio-por-internet/marketing-digital-por-que-es-importante-invertir-en-apps-para-tu-empresa/> (Accesado el 01 Novimenbre 2022)
- [4] "Marketing digital: por qué es importante invertir en apps para tu empresa" "Negocio por internet Movistar". <https://negociosdigitalesmovistar.com/negocio-por-internet/marketing-digital-por-que-es-importante-invertir-en-apps-para-tu-empresa/> (Accesado el 01 Novimenbre 2022)
- [5] "Programas de fidelización: cómo retener a los clientes y aumentar las ventas recurrentes" "Simla.com". [https://www.simla.com/blog/programa-de-lealtad#:~:text=Un%20programa%20de%20fidelizaci%C3%B3n%20\(tambi%C3%A9n,de%20lealtad%20a%20tus%20clientes](https://www.simla.com/blog/programa-de-lealtad#:~:text=Un%20programa%20de%20fidelizaci%C3%B3n%20(tambi%C3%A9n,de%20lealtad%20a%20tus%20clientes) (Accesado el 01 Novimenbre 2022)
- [6] "Programas de Lealtad y la oportunidad de crecer en Latinoamérica." "Beneplus". <https://www.beneplus.cl/engagement-con-el-cliente/programas-de-lealtad-y-la-oportunidad-de-crecer-en-latino-america/> (Accesado el 01 Novimenbre 2022)