

Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial

*“Diseño de una interfaz de ecommerce para la muestra de soluciones
de empaque y realización de pedidos”*

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

Fabrizio Soto Chaves

Cartago, Junio 2019

Índice

1. Introducción.....	3
1.1 Antecedentes	4
1.2 Descripción de la empresa	4
1.3 Definición de problema	4
1.4 Objetivos	5
1.5 Alcance	5
1.6 Limitaciones	5
1.7 Análisis de involucrados.....	6
1.8 Árbol de problemas	7
1.9 Árbol de objetivos.....	8
2. Marco teórico	9
2.1 Diseño	10
2.2 Comercio.....	11
2.3 Publicidad o promoción.....	12
3. Metodología.....	13
3.1 Marco metodológico.....	14
3.2 Fase 0: Definición del problema.....	14
3.3 Fase 1: Investigación y análisis	14
3.4 Fase 2: Desarrollo estructural	14
3.5 Fase 3: Desarrollo de la interfaz	15
3.6 Fase Final:	15
3.7 Cronograma de trabajo.....	15
4. Desarrollo.....	16
4.1 Investigación previa	17
4.2 Análisis de referenciales.....	19
4.3 Análisis de usuarios	26
4.4 Análisis de tráfico.....	28
4.5 Arquitectura alfa	30
4.6 Card Sorting	31
4.7 Dendograma	32
4.8 Navigation Paths	34
4.9 Wireframes	35
4.11 Digital Prototyping	43
4.12 Arquitectura Beta.....	45
4.13 Look & Feel	46
4.14 Diseño previo.....	49
4.15 Pruebas Heurísticas.....	51
4.16 Aportes	52
5. Propuesta Final.....	53
5.1 Pagina principal	54
5.2 Landing de Publicidad	55
5.3 Menús desplegados.....	56
5.4 Menús desplegables.....	57
5.5 Panel de cotización y pedidos	58
5.6 Configuración	59
5.7 Órdenes anteriores	60
5.8 Empaques guardados	60
5.9 Carrito	61
5.10 Mi Cuenta.....	61
5.11 Contáctenos.....	62
5.12 Quiénes somos	63
5.13 Servicios.....	64
5.14 Versión Responsive	65
6.Conclusiones y R.	66
6.1 Conclusiones.....	67
6.2 Recomendaciones.....	68
7. Anexos	69
8. Bibliografía.....	75

Introducción

1. Introducción

En este informe se presenta una propuesta de diseño para un sitio web de ecommerce, que permita la realización de cotizaciones y pedidos, a base de un catálogo en línea de empaques. Este incluye todas las etapas del proceso de diseño llevado a cabo, de investigación, análisis, pruebas; hasta el diseño final de la interfaz, que será presentado por medio de una maqueta funcional.

1.1 Antecedentes

En la actualidad, ya son muy conocidas las plataformas de ecommerce o tiendas en línea, ya que les permiten a los clientes poder informarse, ver y comprar los productos o servicios que requieren, desde cualquier parte del mundo con acceso a internet; sin la necesidad de establecer un contacto directo con personal de la empresa para obtener la información o realizar las acciones necesarias para la adquisición de los productos.

Por lo que muchas empresas, han decidido tener una tienda o catálogo en línea que le permita dar a conocer satisfactoriamente las opciones de productos o servicios que ofrece, ya sea con imágenes, información de funcionalidad, dimensiones y presentación para potenciales clientes dentro y fuera de sus países; que además ofrezcan un sistema de pedidos en línea para optimizar el proceso.

1.2 Descripción de la empresa

Solpack Packaging Solutions es una empresa de 25 años de experiencia, que ofrece una amplia variedad de soluciones de embalaje, empaques y accesorios; de alta calidad para la industria en general, según lo que se requiera. Ofrece sus servicios en Costa Rica y en todo centroamérica, brindando soluciones a empresas grandes que requieren de gran cantidad de empaques para ventas en producción en masa; así como para pequeñas empresas en crecimiento, ofreciendo soluciones asequibles y eficientes para ellos, que les de la oportunidad de posicionar su marca.

1.3 Definición de problema

Solpack cuenta con una amplia gama de soluciones de empaques de alta calidad, sin embargo, no cuentan con un catálogo en línea satisfactorio; que pueda mostrar de una manera interactiva (visual e informativa) sobre las diferentes soluciones y opciones de empaque que pueden ofrecer; en cuanto a: dimensiones, materiales y presentaciones. Además, no cuentan con un sistema de cotización y pedidos, que agilice el proceso de encargos. Debido a esto empresas, dentro y fuera del país, no consiguen averiguar de manera apropiada, cual es la solución de empaque adecuada para sus productos (tanto en funcionalidad, como en apariencia), por lo que deben de realizar un contacto directo con personal de la empresa, para poder obtener la adecuada información y una muestra del empaque deseado. Ya que se dará una transformación digital, la imagen corporativa, no estará acorde con la página web ni adaptada a los nuevos medios digitales.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar una plataforma de ecommerce, que informe y permita la visualización de soluciones de empaque y la realización de pedidos.

1.4.2 Objetivos específicos

- Brindar un catálogo interactivo, que informe y facilite la selección de la mejor solución de empaque según los requerimientos de su producto.
- Proporcionar la personalización de los empaques, por medio de una herramienta intuitiva que facilite el acceso a la información por parte del cliente.
- Rediseñar la imagen de marca para que esté acorde con la página web y adecuada para los nuevos medios digitales.

1.5 Alcance

- Desarrollo de la plataforma de ecommerce, por medio de una maqueta funcional.
- Rediseño de la imagen de marca.
- Exportación del diseño para desarrolladores.

1.6 Limitaciones

- Durante el proyecto el sitio web no tendrá desarrollo en programación.
- La maqueta, tendrá funciones limitadas, en cuanto al sistema de cotización y pedidos que lleguen al sistema de la empresa.

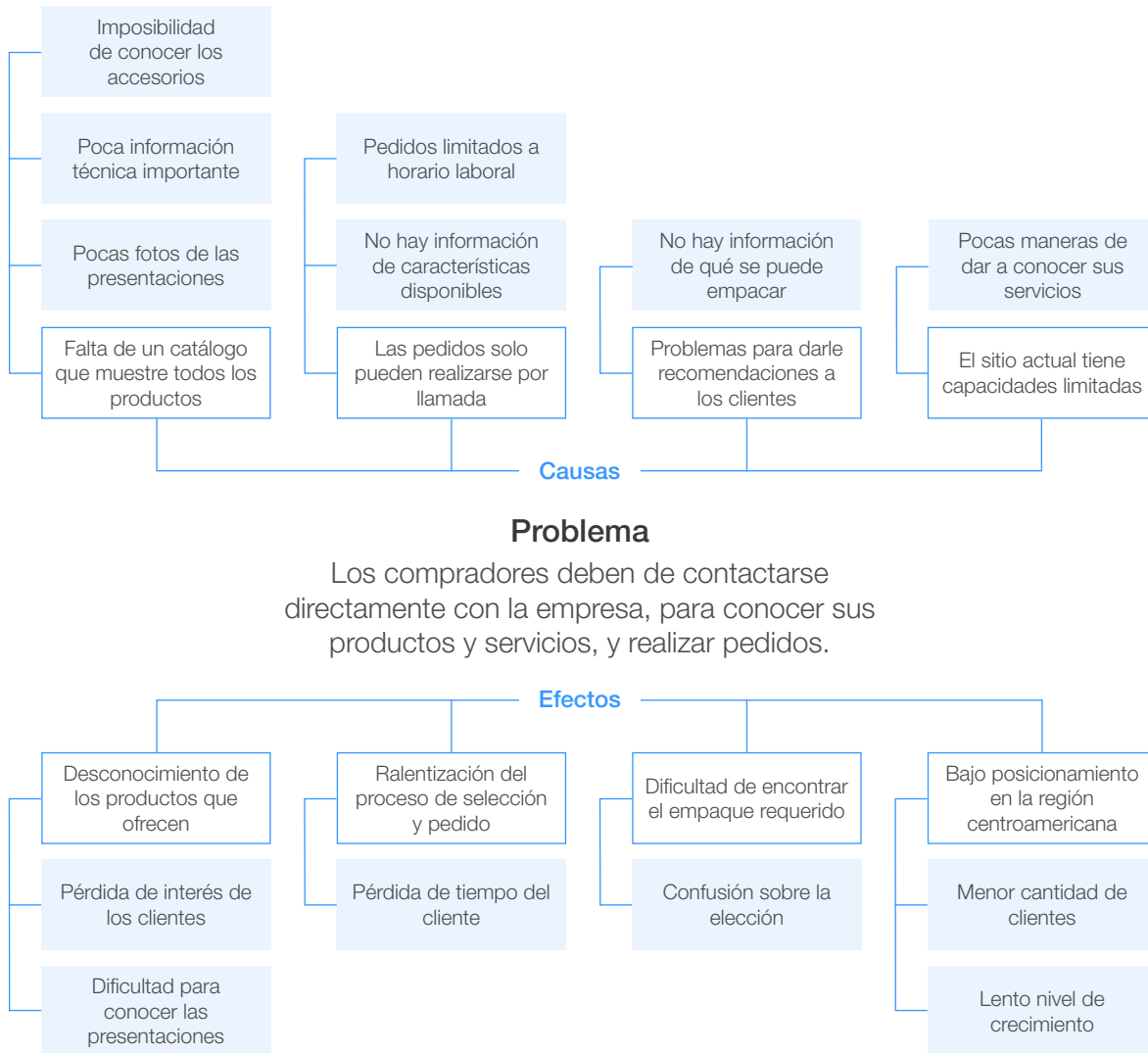
1.7 Análisis de involucrados

Involucrados	Intereses	Problemas percibidos
Stakeholder	<p>Dar a conocer el catálogo de productos que manejan.</p> <p>Darse a conocer (y posicionarse) a nivel de centroamérica y el caribe.</p> <p>Simplificar los procesos de cotización y compra.</p> <p>Brindar recomendaciones sobre el empaque adecuado.</p>	<p>Poca información acerca de las opciones de empaques que poseen.</p> <p>Las cotizaciones y compras, son limitadas a llamadas o correos en horas laborales.</p> <p>No poseen formas satisfactoras de promover sus servicios al país y al extranjero.</p>
Pequeño productor	<p>Conocer las presentaciones de empaques que ofrece la empresa.</p> <p>Conocer el empaque adecuado para su contenido.</p> <p>Encontrar soluciones de empaques dentro del presupuesto.</p> <p>Conocer sobre las funcionalidades de los accesorios disponibles.</p> <p>Configurar un empaque según sus requerimientos.</p> <p>Cotizar la configuración seleccionada, según la cantidad.</p> <p>Guardar la configuración seleccionada para posteriores pedidos.</p> <p>Realizar o repetir pedidos.</p>	<p>Limitado acceso a información de las soluciones de empaque que manejan.</p> <p>Las cotizaciones y compras, son limitadas a llamadas o correos en horas laborales.</p> <p>Limitaciones a la hora de dar con la empresa.</p> <p>Sin información acerca de recomendaciones de empaques.</p>
Gran productor	<p>Consultar si poseen el tipo de empaque y accesorios requeridos.</p> <p>Consultar las especificaciones o datos técnicos del empaque.</p> <p>Guardar la configuración seleccionada para posteriores pedidos.</p> <p>Realizar o repetir pedidos.</p>	<p>Limitado acceso a información de las soluciones de empaque que manejan.</p> <p>Limitaciones a la hora de dar con la empresa.</p> <p>Compras limitadas a llamadas o correos en horas laborales.</p>

Figura 1.1 Cuadro de involucrados.

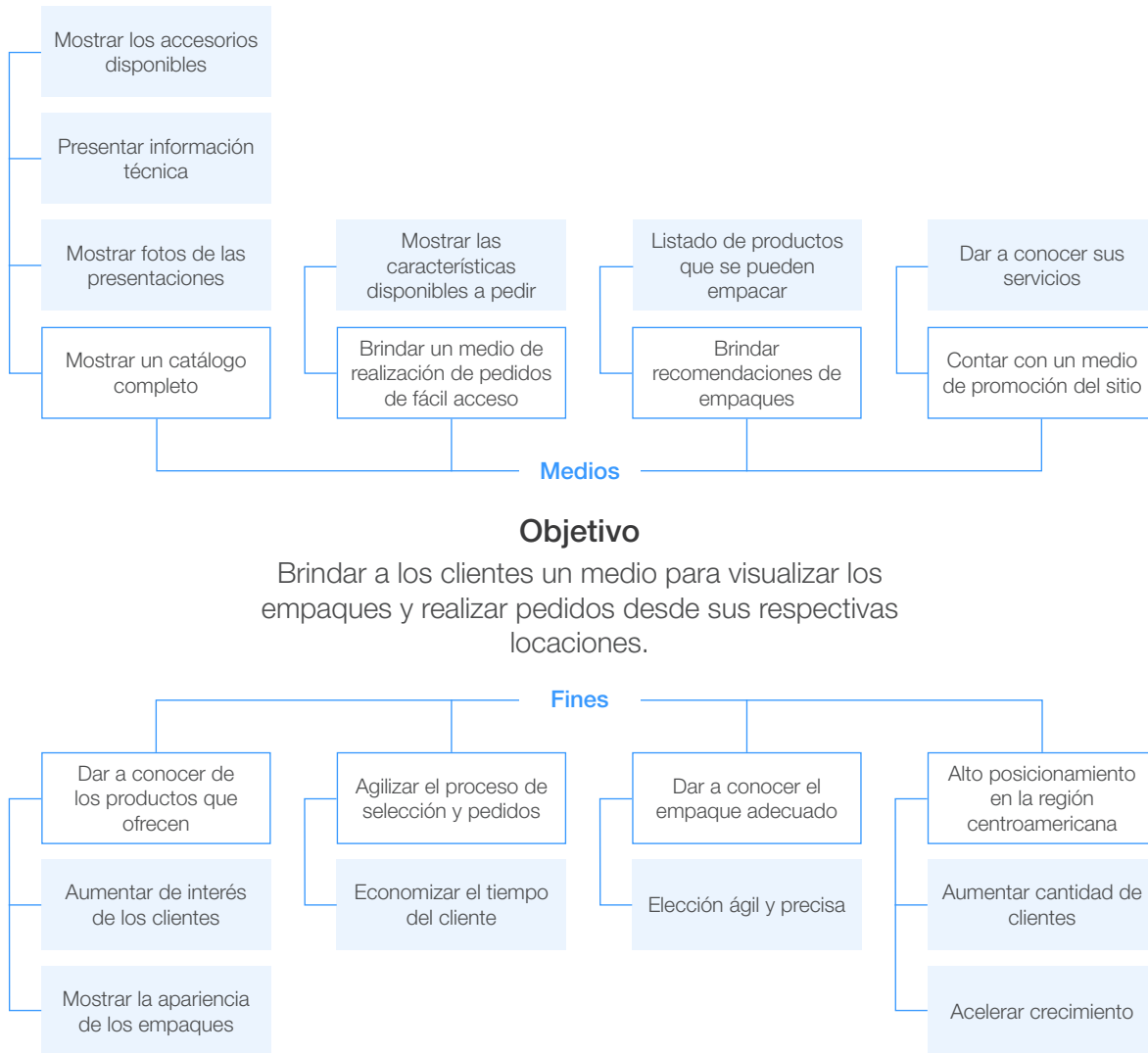
1.8 Árbol de problemas

Se realiza la definición del problema por el siguiente mapa:



1.9 Árbol de objetivos

Se realiza la definición del objetivo por el siguiente mapa:



Marco teórico

2. Marco teórico

2.1 Diseño

A la hora de realizar el diseño de interfaces y productos, deben conocerse y utilizarse los siguientes términos:

2.1.1 Diseño centrado en el usuario (DCU)

Según Garreta (s.f.) es una aproximación al diseño de productos y aplicaciones que sitúa al usuario en el centro de todo el proceso. Donde se da una investigación, análisis, diseño, evaluación e implementación y mejora continua, que debe realizarse, hasta que alcance el nivel de usabilidad requerido.

2.1.2 Interacción

Proceso de comunicación, entre un usuario y un sistema, por medio de estímulos, que según Norman (1988), podemos considerar la interacción como un proceso iterativo y cíclico.

2.1.3 Affordance

En el diseño de productos o aplicaciones, según Hassan (2015), son aquellas propiedades que le confieren un aspecto autoexplicativo, haciendo obvio y explícito cómo debe ser usado y con qué objetivos.

2.1.4 Usabilidad

Es un atributo de calidad de un producto que se refiere sencillamente a su facilidad de uso. (Hassan, 2015)

2.1.5 Accesibilidad

Según Hassan (2015), es un atributo del producto que se refiere a la posibilidad de que pueda ser usado sin problemas por el mayor número de personas posibles, independientemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso.

2.1.6 Arquitectura de la información

El arte, la ciencia y la práctica de diseñar espacios interactivos, comprensibles, que ofrezcan una experiencia de uso satisfactoria facilitando el encuentro entre las necesidades de los usuarios y los contenidos y/o funcionalidades del producto. (Hassan, 2015)

2.1.7 Rebranding

Estrategia de actualización o renovación de la identidad de la marca de una empresa, con el fin de reposicionar a la compañía, destacarse y conseguir un crecimiento de la misma. Que según Romero (2015), son cambios de logotipo, diseño, textos, tipografía, maneras de trabajar, etc.

2.1.8 Experiencia de usuario (UX)

Son todas aquellas, percepciones, emociones, sensaciones y comportamientos, que experimenta el usuario antes, durante y después de entrar en contacto con una página web. (More, 2015)

Su usabilidad, debe requerir del menor esfuerzo posible, para que el usuario pueda navegar y encontrar la información que necesite de una manera intuitiva; tomando en cuenta sus necesidades, expectativas, conocimiento y capacidades.

Por medio de una arquitectura de información, con una estructura lógica y optimizada para la navegación y la búsqueda de la información que el usuario necesita; que prevenga errores en su uso.

2.1.9 Interfaz de usuario (UI)

Según More (2015), es el conjunto de elementos de la pantalla que permiten al usuario interactuar con una página web.

Estas son capaces de ayudar con la navegación y de mostrar el contenido, de la manera más eficiente y funcional posible. Por medio de una correcta selección de formas, colores, tipografías e iconografía.

2.1.10 Diseño responsive

El también llamado diseño adaptativo, según Labrada y Salgado (2013), se describe como una técnica de diseño y desarrollo web que, mediante el uso de estructuras e imágenes fluidas, así como de media-queries en la hoja de estilo CSS, consigue adaptar el sitio web al entorno del usuario.

2.2 Comercio

Solpack como empresa intermediaria, encargada de la venta de empaques especializados para diversidad de industrias, se basa en un modelo de negocios **B2B** (business to business), que consiste en la venta de productos o servicios a otras empresas.

Sus **clientes** se encuentran en Costa Rica y a nivel de centroamérica y el caribe, por lo que actualmente son hispanohablantes.

Se desea obtener un mayor alcance; gracias a la implementación de un servicio de **ecommerce** que según Visa Empresarial (s.f.) consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

Sin embargo, aunque desean ofrecer sus servicios a través de este medio, las formas de pago en línea a través de la futura herramienta de ecommerce, no se llevarán a cabo, con el fin de no mostrar los precios. Actualmente la **forma de pago** se realiza por medio de solicitudes al correo, que son respondidas a los interesados con una proforma, que detallan el precio y forma de pago.

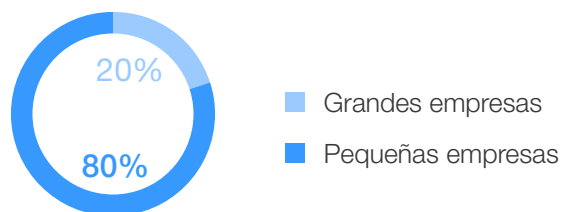
Ellos brindan servicios a diversidad de industrias, independientemente de sus

Que debe cumplir con:

- Cuadrículas o grillas flexibles **basadas en proporciones** o porcentajes.
- Utilización de **Media Queries**, para configurar el tamaño según la pantalla.
- Elementos flexibles **basados en porcentajes**, no en pixeles.
- Tipografías en **unidades EM²**, para valores relativos.

niveles de desarrollo, por lo que se destacan dos tipos de empresas, con diferentes necesidades.

Las empresas grandes que poseen amplia experiencia en el tema y son clientes frecuentes, así como de empresas pequeñas que recién están formando parte de la clientela, quienes no poseen tanto conocimiento como la anterior.



Debido a las diferentes necesidades que presentan, se destacan dos procesos:

Cotización: proceso donde clientes nuevos o que hayan lanzado un producto nuevo, están en la búsqueda de la solución de empaque que requieren y desean conocer el costo según las cantidades que se necesitan, con el fin de comparar precios entre empresas competidoras o bien valorar la adquisición según el presupuesto actual. Luego de este proceso, el 83% de los que cotizan, deciden efectuar la compra con ellos.

Pedidos: proceso donde ya se conoce el precio y se desea efectuar la compra. Para efecto de clientes frecuentes, la orden se repite sin necesidad de volver a pasar por el proceso de cotización.

Según Rodríguez, el proceso de cotizaciones y pedidos, se realiza como en la siguiente figura (M. Rodríguez, comunicación telefónica, 26 de Marzo de 2019):

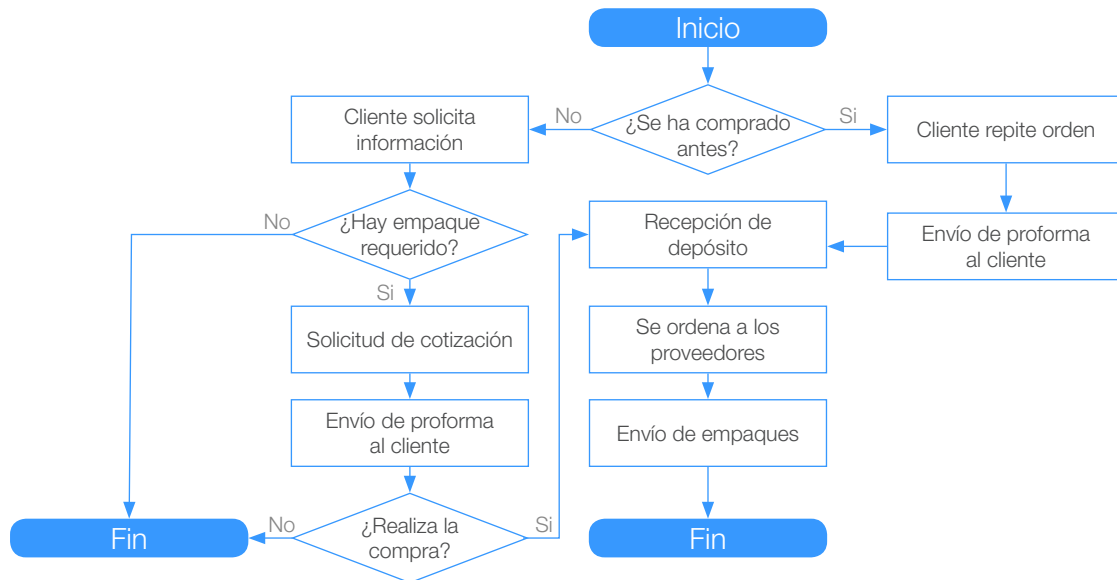


Figura 2.1 Flujograma del proceso de cotización y pedidos.

2.3 Publicidad o promoción

Como todo ecommerce, que su negocio y mercado está establecido en línea, también la promoción de sus productos o servicios, deben de estar en el mismo ámbito. En áreas como:

2.3.1 Redes sociales

Debido a la frecuencia de uso y a la gran cantidad de usuarios, es común la utilización de anuncios a través de estas plataformas. Por ejemplo:

- Facebook
- Youtube
- Pinterest
- Instagram
- LinkedIn (para mercados B2B)

2.3.2 Anuncios por internet

Como banners de YouTube o Google Adwords, que según Grupo Graphic (2019), existen de tipo:

1. Rectangular
2. Robapáginas
3. Rascacioelos
4. Intersticial

2.3.3 Sistema de cobro

Que según Destino Negocio (s.f.) existen:

CPC (costo por clic): cobro por cada clic dado en el anuncio.

CPM (costo por mil impresiones): cobros de anuncios por cada mil vistas.

Metodología

3. Metodología

3.1 Marco metodológico

La metodología seguida en este proyecto, está dada bajo los lineamientos del Usability Cookbook de Ph.D. Franklin Hernández-Castro.

3.2 Fase 0: Definición del problema

Definición del problema a resolver por medio de:

Cuadro de involucrados

Se realizan entrevistas a los interesados (stakeholders) y potenciales usuarios, para determinar los intereses e identificar los problemas que tienen.

Árbol de problemas

Con los problemas listados, se realiza un árbol que muestre los problemas y subproblemas, con el fin de identificar el problema principal a resolver.

3.3 Fase 1: Investigación y análisis

Se lleva a cabo una recopilación de información, acerca de las necesidades a satisfacer, de soluciones actuales a las necesidades y de los potenciales usuarios. Se realiza lo siguiente:

Investigación previa

Realización de un inventario del contenido de la herramienta existente (si es que la hay), y determinar las necesidades que satisface.

Supuestos y requerimientos

Por medio de entrevistas a los stakeholders y potenciales usuarios, se hace un listado

de las necesidades de estos y que resuma la manera en que se van a satisfacer.

Análisis de referencia

Se analizan herramientas que satisfagan necesidades similares, con el fin analizar tanto lo positivo como lo negativo, de cómo se solventaron.

Análisis de usuarios

Definición de usuarios arquetípicos, que resuman las características y necesidades de estos con la herramienta, dando prioridad a las necesidades más frecuentes.

3.4 Fase 2: Desarrollo estructural

Se analizan, interpretan y consolidan las necesidades y requerimientos, y se estructura el contenido de la herramienta, para satisfacerlos. Se realiza lo siguiente:

Arquitectura Alfa

Estructuración de los contenidos de la herramienta, ordenada de una forma lógica de encontrar la información.

Card Sorting

Prueba a usuarios potenciales, para la validación o corrección de la estructura, y nomenclatura de los contenidos, de una manera que les resulte lógica.

Navigation Paths

Análisis de los caminos que debe de realizar un usuario para realizar las tareas más frecuentes. Se reorganiza la estructura para disminuir la cantidad de pasos a esas tareas.

Wireframes

Diseño sin color y ni detalle, de las pantallas del sitio, determinando los espacios de los contenidos; basado en la arquitectura.

Paper Prototyping

Prueba de navegación de los usuarios dentro de la herramienta, haciendo uso de una maqueta de la interfaz en wireframes.

Arquitectura Beta

Incorporación de mejoras en la arquitectura, a base de problemas observados en la prueba anterior; que resulten en una mejor navegación.

3.5 Fase 3: Desarrollo de la interfaz

Se realiza el diseño de la interfaz (como se va a ver) y se realiza una maqueta funcional para una validación. Se realiza:

Look & Feel

Etapas donde se determina la interfaz, tomando en cuenta la usabilidad y la comunicación visual; por medio de un moodboard, donde se establece la:

- cromática
- tipografía
- iconografía

Mockup

Realización de una maqueta funcional, que cuenta con la interfaz visual; donde se realizan las últimas pruebas de navegación de la herramienta.

3.6 Fase Final:

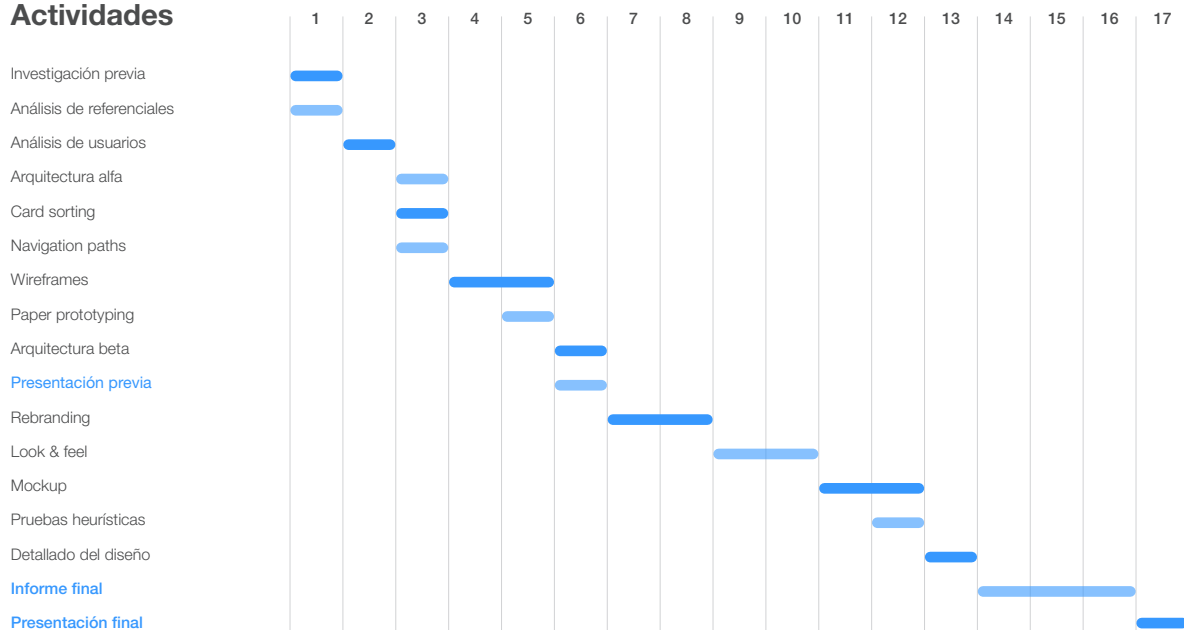
Desarrollo

El diseño final se exporta a un software intermediario, para facilitar la comunicación entre el diseñador y el desarrollador (o programador); con la finalidad de mantener el diseño tal cual se realizó. En este caso se utilizaría **Zeplin** como intermediario.

El software brinda los elementos gráficos, colores (hex), posición (x, y) y tipografías utilizadas con sus tamaños.

3.7 Cronograma de trabajo

Actividades



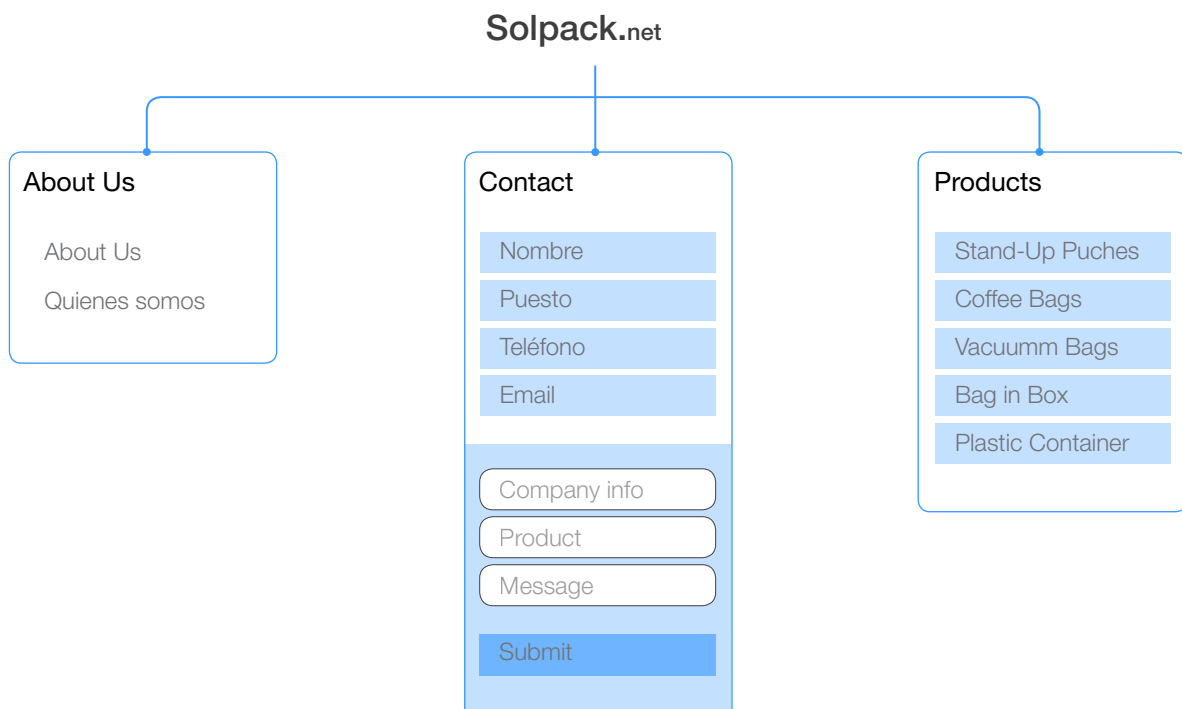
Desarrollo

4. Desarrollo

4.1 Investigación previa

Inventario de contenidos

Se analiza el sitio web actual, para encontrar la información que contiene.



Se determina la existencia de:

- Información de la empresa
- Contacto
- Productos

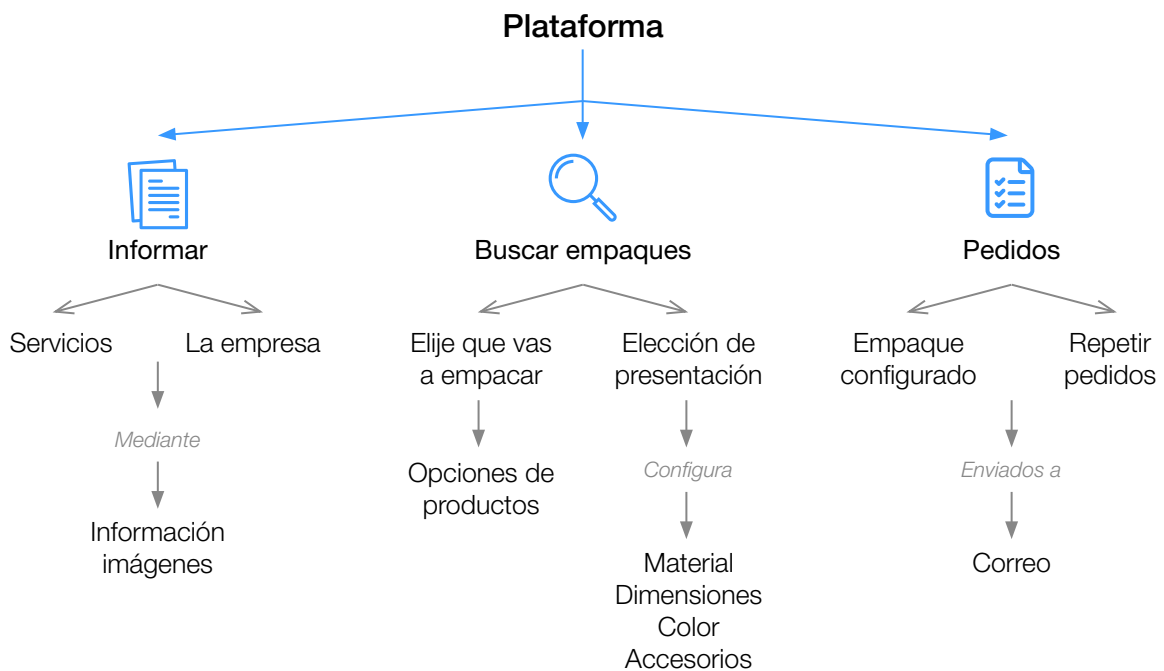
4.1.1 Supuestos y requerimientos

Al realizar entrevistas a los stakeholders y potenciales usuarios, se determinan las necesidades de cada uno de ellos.

Stakeholders	Potenciales usuarios
<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el catálogo de empaques que ofrecen. • Dar a conocer los servicios que ofrecen. • Recomendar empaques según el contenido del mismo. • Ofrecer un sistema de configuración de empaques, para realizar cotizaciones y pedidos. • Ofrecer un sistema de órdenes directas para clientes frecuentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los empaques con los que cuenta la empresa. • Encontrar el empaque requerido. • Ordenar empaques con impresión. • Conocer los servicios que brinda la empresa. • Solicitar cotizaciones de un empaque en específico. • Comunicarse con encargados de la empresa

Figura 3.1 Tabla de mínimos comunes.

Después de analizar las necesidades, se realiza un consolidado de estas, donde se resume la forma en la que se van a resolver.



4.2 Análisis de referenciales

¿Cómo otras herramientas de ecommerce de empaques, satisfacen las necesidades de los usuarios?

roastar.com

Empresa de venta de empaques flexibles, con accesorios.

The screenshot shows the Roastar website interface. At the top, there are four images of different bag designs. Below this is a navigation bar with the Roastar logo and links for 'WHAT ARE YOU BAGGING?', 'PRODUCTS', 'MAKE YOUR BAGS', and 'ABOUT'. A search bar and a shopping cart icon are also present. The main content area is divided into two columns. The left column contains a 'What size bag do you want?' section with a list of sizes (6.25 x 3, 3 x 3.75, 3 x 5, 4.82 x 6.24, Custom Size) and a 'Select your bag material' section with a dropdown menu. The right column features a large product image of a bag, a section for 'Estimated Price' with a quantity input field set to 500, and a 'Choose your bag options' section with several yes/no questions. A 'Help' button is visible on the right side of the product image. A 'Leave a message' button is at the bottom right. Labels on the right side of the image point to various elements: 'Presentación' (top images), 'Buscador Carrito y cuenta' (navigation bar), 'Imagen del Producto' (product image), 'Entrada de cantidad' (quantity input), and 'Precio según selección' (price display). A label 'Configuración de pedido' points to the entire configuration area.

Presentación

Buscador
Carrito y cuenta

Imagen del
Producto

Entrada de
cantidad

Precio según
selección

Configuración de
pedido

+ Pros

- Muestra del precio unitario.
- Buen orden de selección.
- Recomienda empaques según el producto a almacenar.
- Cuenta con búsqueda.

- Contras

- Selectores e información fuera de pantalla.
- Alta carga cognitiva, debido a la cantidad de elementos presentes.
- Imagen no adaptable a los cambios.

packlane.com

Empresa vendedora de cajas con impresión personalizada.

Presentación

Vistas

Perfil

Resumen de configuración

Precios unitario y total

Guardar

Configuración de pedido

Configuración de pedido

+ Pros

- Aspecto moderno.
- Imagen adaptable a cambios.
- Todos los elementos están en la misma pantalla.
- Buen orden de selección.
- Muestra el empaque en diferentes posiciones.

- Contras

- Información repetida.
- No hay recomendaciones según el producto a empacar.
- Alta carga cognitiva, debido a la cantidad de elementos presentes.

packhelp.com

Empresa vendedora de cajas, con panel de personalización total.

The screenshot displays the Packhelp website interface. At the top, there are three product cards: 'Classic Product Box' (€ 0.35 /a piece), 'Wine Boxes' (€ 0.53 /a piece), and 'Two Piece Product Box' (€ 0.48 /a piece). Below these is a navigation bar with 'SHOP', 'INSPIRATIONS', 'HELP', 'LOGIN', and a shopping cart icon. The main content area shows the 'Classic Product Box' product page. It features a large image of the product, a 'Size' dropdown menu set to 'P43 (18 x 3 x 22 cm)', and a 'Amount' slider set to 500. The price is € 365.00, with a delivery date of Friday, 8 February. Below the price, there are two material color options: 'White from € 0.73/piece' and 'Natural kraft from € 0.76/piece'. There is also an 'Add-ons' section with 'Color Inside + € 0.42/piece'. At the bottom of the product page, there are 'DESIGN YOURS' and 'LEARN MORE' buttons. A chat icon is visible in the bottom right corner. On the right side of the screenshot, there are several labels with lines pointing to specific elements: 'Presentación' points to the product cards; 'Cuenta' and 'Carrito' point to the navigation bar; 'Imagen del Producto' points to the main product image; 'Selección cant. deslizable' points to the amount slider; 'Selección de material' points to the material color options; and 'Diseño en línea' points to the 'DESIGN YOURS' button. At the bottom of the screenshot, there is a label 'Imagen' pointing to the main product image area.

+ Pros

- Sencillo orden de selección.
- Baja carga cognitiva.
- Imagen adaptable a cambios.

- Contras

- Las selecciones se encuentran mayoritariamente ocultas.
- Selección de especificaciones en dos pantallas distintas.

companybox.com

Venta de cajas para transporte de productos específicos.

Presentación

Pasos de configuración

Cuenta y carrito

Imagen del Producto

Información y recomendaciones

Otros servicios

Configuración y precios

+ Pros

- Imagen adaptable a cambios.
- Da recomendaciones de uso.
- Muestra precios según selecciones.
- Brinda servicio de diseño online.

- Contras

- Alta carga cognitiva, debido a la cantidad de elementos presentes.
- Muchos pasos para el pedido.
- Algunos elementos quedan fuera de la pantalla.

pacificbag.com

Empresa de ventas de amplia variedad de empaques empaques flexibles.

113 ITEMS

Stock Products Custom Printing Degassing Valves Biotré What Are You Packaging? On Sale Now

2 oz Copper Side Gusseted Bag No Valve

Item #: 300-110N
\$304.00

SOLD BY THE CASE OF: 2000

SIZE: 2 oz VALVE: No Valve

COLOR: COPPER

CASE QUANTITY	PRICING
Qty 0-3	\$304.00
Qty 4-7	\$290.00
Qty 8-11	\$274.00
Qty 12-19	\$258.00
Qty 20+	\$244.00

Imagen

Configuración de empaque

Descripción

Presentación

Catálogo desplegable

Menú desplegable

Diseño en línea

Agregar al carrito

+ Pros

- Información técnica del empaque.
- Selectores visibles en un sola pantalla.
- Precio total instantáneo.

- Contras

- Descripción no visible completamente.
- Imagen no adaptable a cambios.
- Ayudas visuales poco claras.
- Sin información acerca de los accesorios.

fantastapack.com

Venta de cajas para transporte de productos específicos.

The image shows a screenshot of the Fantastapack website. At the top, there are three product listings: 'One Piece Folder' (5 reviews), 'Straight Tuck End (STE)' (3 reviews), and 'Shoe Box' (4 reviews). Below this is a navigation bar with 'log in', 'cart (0)', and a search bar. The main content area features a large image of the 'Straight Tuck End (STE)' box, with a vertical label 'Imagen' on the left. To the right of the image, there are several configuration options: 'Calificaciones' (3 reviews), 'Price: \$601.31 (\$1.51/box)', 'Dimensions (Box Interior)' (6 x 3 x 3), 'Material' (Standard White, Premium White, Premium White with Gloss, Kraft), 'Print Options' (Print - Outside, Print - Inside, Print - Outside & Inside, No Print - Plain), and 'Quantity' (400). At the bottom right, there are buttons for 'DESIGN ONLINE', 'ADD TO CART', and a cart icon. A vertical label 'Configurar' is on the right side of the configuration options. At the bottom left, there are tabs for 'Description & Dimensions', 'Materials', 'How to order', 'Production & Shipping', and 'Buy a Sample'. A vertical label 'Descripción' is on the left side of the description area.

Presentación

Buscador

Buscador

Calificaciones

Selección por entrada

Selección por marcado

Selección por marcado

Selección por marcado

Selección por marcado

Agregar al carrito

Imagen

Descripción

Configurar

+ Pros

- Da recomendaciones de uso.
- Información técnica del empaque.
- Calificaciones de los productos.
- Cuenta con búsqueda.
- Posee servicio de diseño online.
- Precio total y unitario al instante.

- Contras

- Imagen no adaptable a cambios.
- Alta carga cognitiva, debido a la cantidad de elementos e información presentes.

4.2.1 Mínimos comunes

En esta tabla se listan las partes y comportamientos de los diferentes sitios analizados, en cuanto al catálogo, sistema de configuración y pedidos, así como del sitio en general.

	Roostar	Packlane	Packhelp	Co. Box	Pacific B.	Fantasta
Catálogo	●	●	●	●	●	●
Precios	●	●	●	●	●	●
Perfil	●	●	●	●	●	●
Información del producto	●	●	●	●	●	●
Agregar al carrito	●	●	●	●	●	●
Imágenes	●	●	●	●	●	●
Chat de asist. desplegable	●	●	●	●	●	●
Menú desplegable	●	●	●	●	●	●
Selección por números	●	●	●	●	●	●
Contacto	●	●	○	●	●	●
Recomendaciones	●	○	○	●	●	●
Sobre nosotros	●	●	○	●	○	●
Imagen variable	○	●	●	○	○	●
Guardar personalización	○	○	●	○	○	●
Servicio de diseño gráfico	○	○	●	●	○	●
Búsqueda por texto	●	○	○	○	●	●
Formulario de contacto	●	●	○	○	●	○
Formulario de suscripción	○	●	●	○	○	●
Ayudas visuales	○	●	●	○	○	●
Info de proceso de pedido	●	○	○	○	○	●
Calificaciones	○	○	○	○	○	●
Indicador de prod. nuevos	○	○	○	○	●	○

Figura 3.2 Tabla de mínimos comunes.

Con el análisis se identificó que:

- Un **catálogo ilustrado** de las opciones de empaque, facilitan al usuario la elección.
- Las **recomendaciones facilitan la escogencia** del mejor empaque, según el contenido, para aquellos compradores inexpertos.
- Una imagen de gran importancia, ayuda a darse la idea de la presentación final que tendrá su producto.
- Los menús desplegables, son **accesos directos** al sistema de cotización y pedidos y optimizan el proceso.
- La información del producto, ayuda al comprador a asegurarse de comprar el empaque requerido.
- Guardar la configuración de un empaque, facilita al comprador repetir órdenes, sin volver a configurar.
- Un perfil facilita la adquisición de pedidos, al guardar los datos del comprador.
- Una imagen variable demuestra el aspecto final del producto.

- Agregar al carrito **facilita la adquisición** de los productos en compras múltiples.
- Para configurar un empaque, se usan menús y menús desplegados, para seleccionar predeterminados, así como el marcado de casillas; y se utilizan las entradas de números para entrar medidas o cantidades exactas.

4.3 Análisis de usuarios

4.3.1 Personas

Se determinaron dos tipos de usuarios, el “pequeño productor” y el “gran productor”, quienes son los clientes potenciales, a los que va dirigida la herramienta. El grande, sabe lo que necesita y solamente realiza los pedidos de manera frecuente y el pequeño, aún no sabe que es lo que requiere.

Según datos de la empresa interesada en la herramienta, el 80% de los clientes son de empresas pequeñas en crecimiento y un 20% son clientes de empresas grandes y posicionadas.



Pequeño productor

“Deseo conocer cuál es empaque adecuado para mi producto.”

Características

- Poca experiencia en el empaque de sus productos.
- Empresa con baja capacidad económica.

Motivaciones

Encontrar el empaque adecuado para sus productos, que le ayuden a posicionar su marca por medio de una nueva presentación.

Necesidades

- Conocer el mejor empaque para su producto.
- Cotizar la configuración de empaque seleccionado.
- Conseguir pequeñas cantidades de empaques, de manera económica.
- Mantener su producto en buen estado.

Escenarios

Pedro desea posicionar su producto, por lo que desea entrar al sitio web y conseguir un nuevo y profesional empaque, que le brinde más categoría, y que esté adaptado al uso que se le vaya a dar.

Debido a preocupaciones, Pedro requiere un empaque que mantenga en buen estado por más tiempo sus semillas, por lo que busca algún empaque en el sitio, que sea especial para mantener secas las semillas que producen.



Gerente de un gran productor

"Pretendo siempre proteger mi producto correctamente hasta su destino."

Características

- Amplia experiencia en tema.
- Gran capacidad económica para la adquisición de empaques para su producción en masa.

Motivaciones

Conocer sobre cuál es el empaque que mejor protegerá sus productos hasta su destino, que sea atractivo, de calidad y económico.

Necesidades

- Mantener su producto en buen estado, hasta su destino.
- Conocer los servicios de la empresa y su contacto.
- Realización de pedidos en masa rápidamente, al mejor precio, de la presentación seleccionada.

Escenarios

La empresa de Marta lanzó un nuevo tipo de producto derivado del café, por lo que debe de encontrar un empaque que mantenga el producto fresco y bien presentado en mercados internacionales.

Se desea realizar una cotización del tipo de empaque seleccionado para compararlo con otras empresas y seleccionar el mejor precio.

Debido a que requieren nuevamente de empaques, regresa al sitio web y en su cuenta, repite la orden anterior, sin necesitar configurar todo otra vez.

4.3.2 Necesidades

En la siguiente figura se puede observar un resumen de las necesidades de los usuarios con la herramienta.

Se puede observar que el pequeño productor (quien conforma la mayoría de los clientes), hace uso de prácticamente todas las herramientas del sitio, mientras el gran productor hace uso de ciertas herramientas.

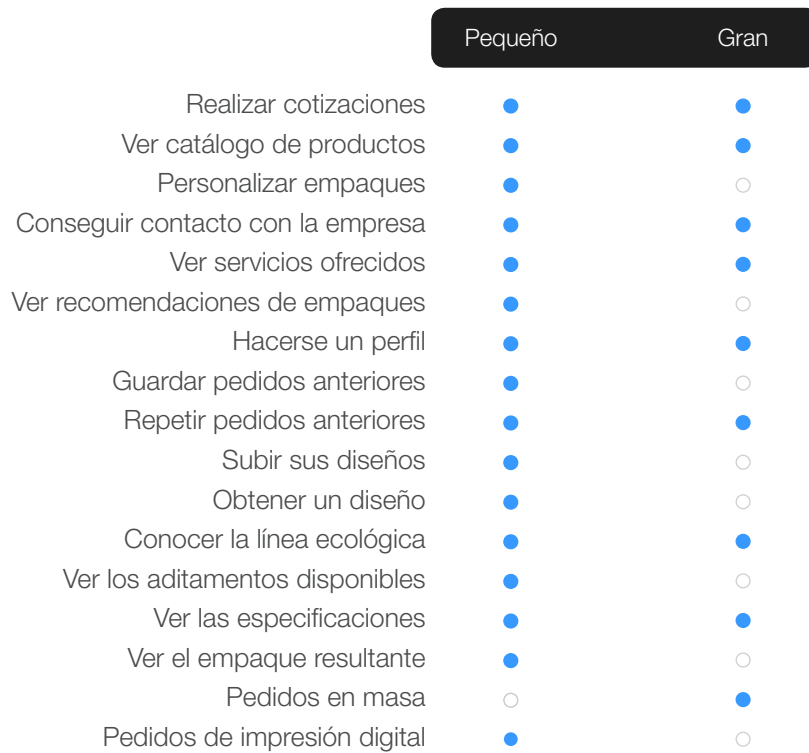


Figura 3.3 Necesidades de los usuarios.

4.4 Análisis de tráfico

En la siguiente figura están consolidadas las necesidades de los usuarios, donde las que acaparen el 80% del tráfico, tendrán prioridad en el diseño de la arquitectura, para satisfacer las principales necesidades.



Figura 3.4 Tráfico de las necesidades.

4.4.1 Diagrama de Pareto

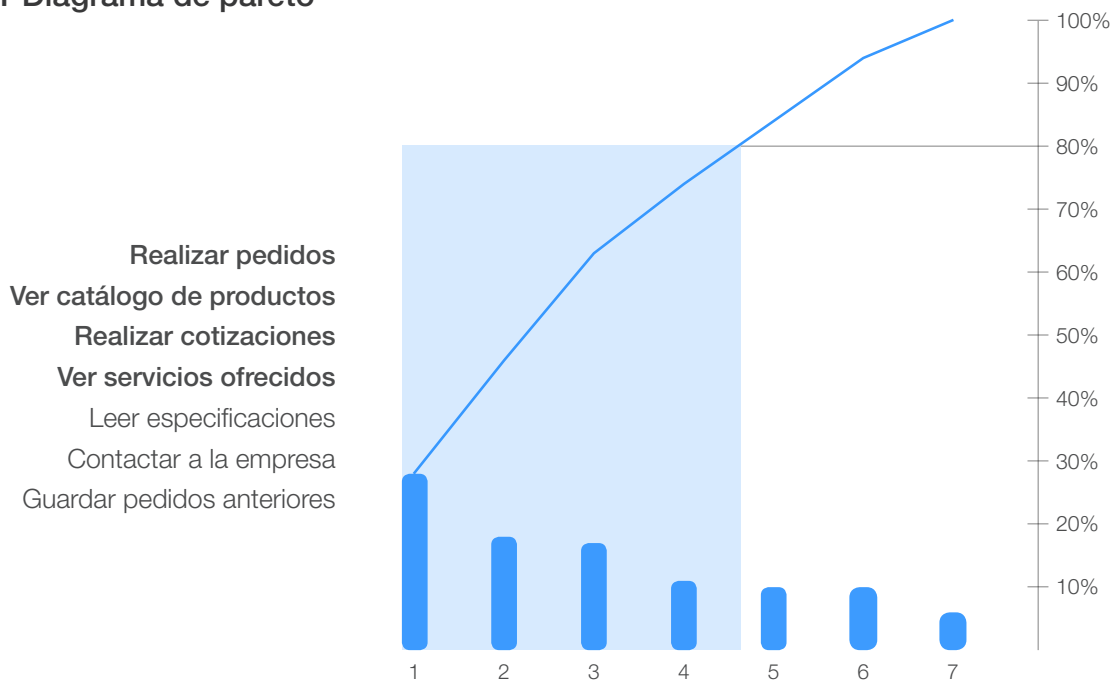


Figura 3.5 Diagrama de Pareto.

Síntesis

Se puede observar que las primeras 4 necesidades (marcadas en negrita), acaparan el 80% del tráfico de la futura plataforma, por lo que se les dará especial prioridad a la hora de realizar los wireframes, para que se puedan satisfacer de una manera optimizada.

“Realizar pedidos” está en el primer lugar, debido a que los clientes frecuentes de la empresa, requieren de los suministros de forma periódica y en órdenes múltiples, para la variedad de productos que poseen.

“Ver catálogo de productos” y “Ver servicios” también se encuentran dentro de los primeros lugares, debido a que es el método de los clientes poder informarse, si la empresa realiza los servicios y posee los productos que requieren.

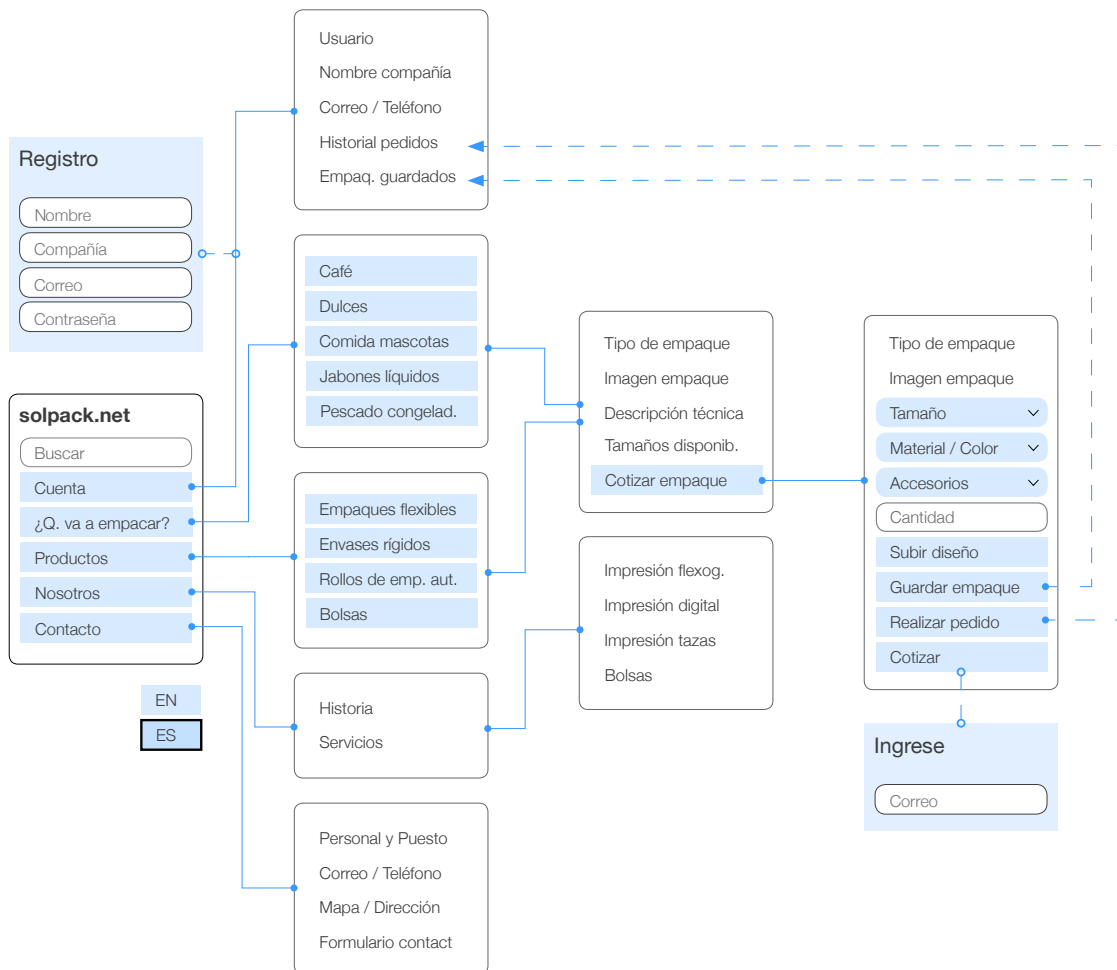
“Realizar cotizaciones” es el paso siguiente al conocer que la empresa posee el empaque que requiere y se realiza una única vez. El 83% de los potenciales clientes que realizan la cotización, deciden realizar la orden.

4.5 Arquitectura alfa

Gracias a las necesidades que se determinaron y a la prioridad que se le debe de dar a cada una, se construye un mapa conceptual con todas las secciones y contenido que contendrá el sitio web; con el fin de jerarquizar, estructurar y relacionar

toda la información, tomando en cuenta la satisfacción de dichas necesidades.

Se puede observar un sitio web con cinco secciones principales y las diferentes páginas que se despliegan de ellas.



- - - - ○ Pedido de información
- - - - ➔ Movimiento de información
- - - - ● Enlaces Web

4.6 Card Sorting

Con el fin de validar la nomenclatura de los términos y la estructura de la arquitectura alfa, se realiza un card sorting con 25 términos extraídos del mapa conceptual.

4.6.1 La prueba

1. Se hicieron sesiones individuales, de aplicación mixta: presenciales y en línea.
2. Cada sesión se realizó con un máximo de 10 minutos.
3. Se contó con tarjetas con conceptos, tarjetas en blanco, cámara y un lapicero.
4. La prueba en línea, se hizo en Optimal Workshop.

Tarjetas

¿Qué va a empacar?	Dirección de la empresa
Café	Realizar pedido
Bebidas	Empaques
Jabones líquidos	Tamaños de empaque disponibles
Rollos de empacado automático	Materiales de empaque disponibles
Impresión flexográfica	Empaques flexibles
Impresión digital	Envases rígidos
Etiquetado	Cotizar empaque
Formulario de contacto	Pedir cotización
Contacto	Historial de pedidos
Nosotros	Cuenta
Nuestros servicios	Empaques guardados
Historia de la empresa	

4.7 Dendograma

Se realiza un dendograma para observar el promedio de las agrupaciones realizadas por los potenciales usuarios.

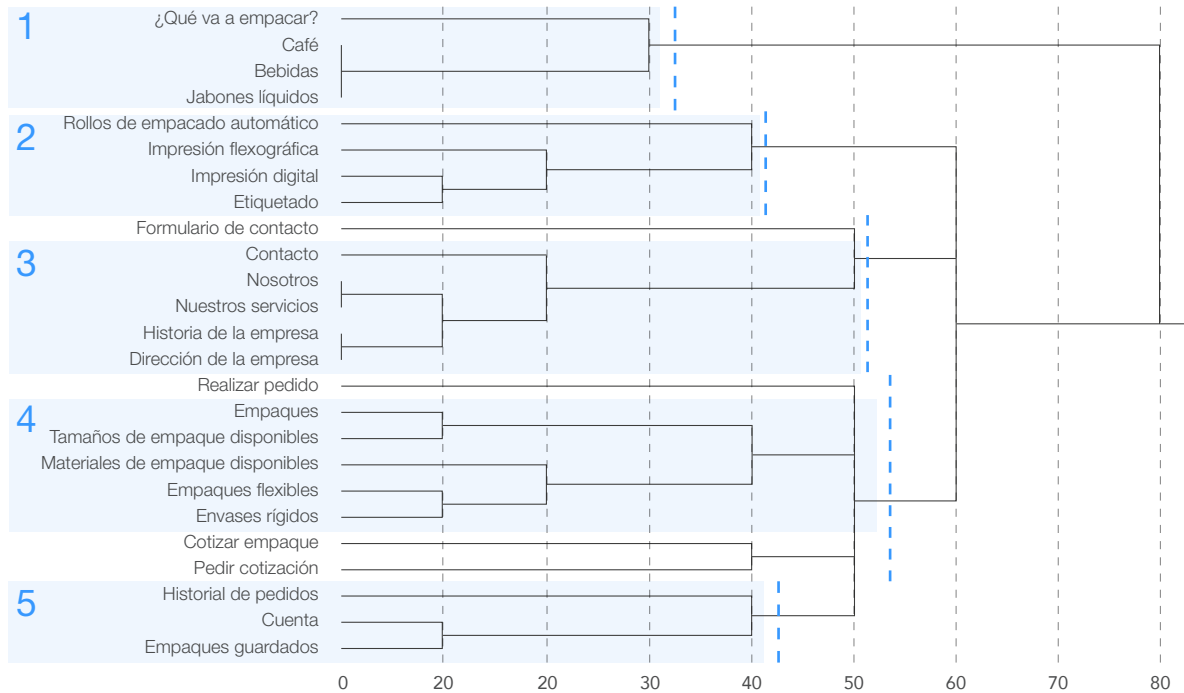


Figura 3.6 Dendograma.

Se determinaron los siguientes grupos:

1. ¿Qué va a empaclar? (recomendaciones)
2. Servicios.
3. Acerca de la empresa.
4. Panel de cotizaciones y pedidos.
5. Mi Cuenta.

Los términos que quedaron fuera de los grupos o recuadros de color, no fueron relacionados correctamente; por lo que se concluye que poseen problemas de nomenclatura y deben de cambiarse, por unos que favorezcan su entendimiento.

4.7.1 Términos cambiados

	→	
Cuenta		Mi Cuenta
Historial de pedidos		Historial de órdenes
Empaques guardadas		Mis órdenes guardadas
¿Qué va a empacar?		¿Qué necesita empacar?
Productos		Empaques
Empaques		Empaques flexibles
Nosotros		Quiénes somos
Nuestros servicios		Servicios
Contacto		Contáctenos
Cotizar empaque		Empaque seleccionado
Cotizar empaque seleccionado		Solicitar cotización
Formulario de Contacto		Escríbanos
Pedir cotización		Obtén una cotización
Realizar pedidos		Ordenar empaque

Cambios

La nomenclatura de algunos de los términos se cambió por unos más explícitos.

Algunos términos fueron cambiados para evitar la ambigüedad e invitar al usuario a realizar ciertas acciones, por ejemplo: “Contáctenos” y “Escríbanos”.

“Productos” fue cambiado a “Empaques”, ya que se generaba confusión debido a que la palabra anterior sugería cualquier objeto y no precisamente a empaques.

Síntesis

Es recomendable la utilización de terminología más explícita, que evite la ambigüedad de estos, para no causar confusiones y dudas acerca de su relación y significado.

Los servicios deben de encontrarse tanto en la sección de “Quiénes somos”, ya que se habla acerca de la empresa en general, así como en una sección a parte que contenga la información de estos más completa.

La utilización de palabras o términos como llamados a la acción, pueden facilitar el entendimiento concreto su significado.

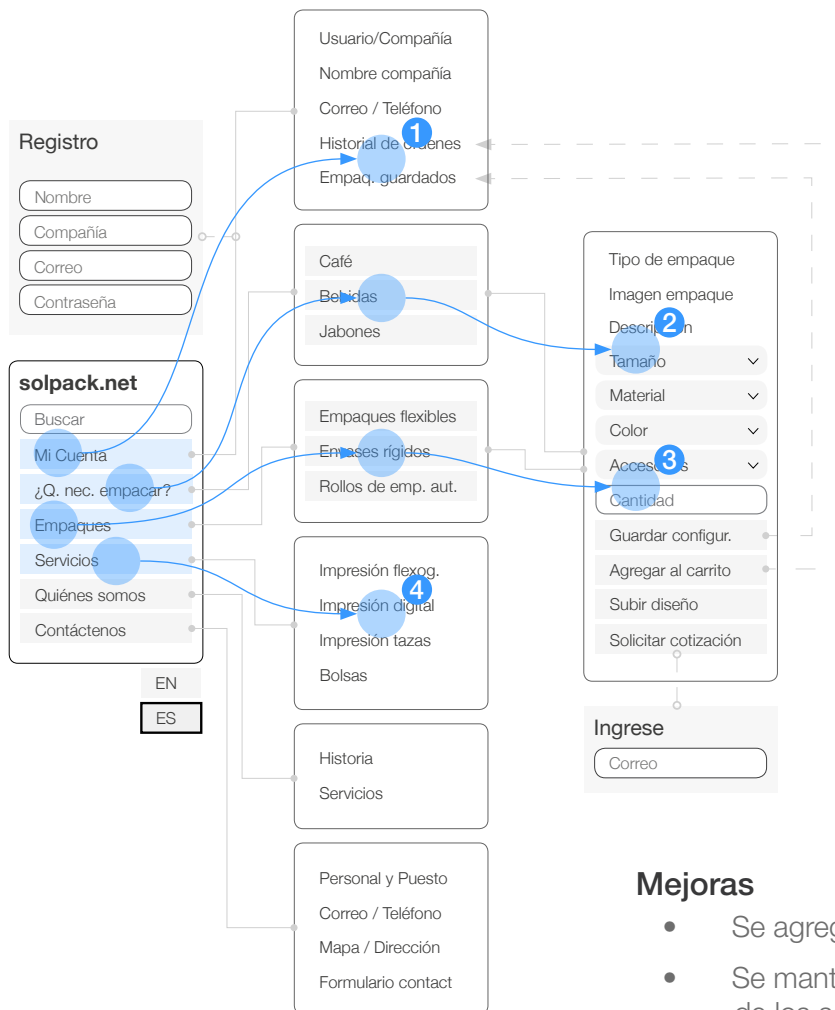
4.8 Navigation Paths

Se aplican los cambios en la nomenclatura de los términos, donde se reorganiza la arquitectura alfa, en función del promedio de las agrupaciones resultantes de las pruebas.

Se determina que debe de realizarse la menor catidad de pasos (clicks) posibles para satisfacer las necesidades, con el fin de facilitar y optimizar su uso.

Por lo que se disminuye un paso para llegar al panel de personalización y cotizar o pedir.

La información acerca de los servicios se incluyó tanto la página de “Quiénes somos” como un resumen, así como poseer una página propia donde se puede encontrar información más detallada.



Caminos

- 1 Reordenar empaques.
- 2 Cotizar u ordenar, según producto a empacar.
- 3 Ver empaques disponibles y cotizar u ordenar.
- 4 Ver servicios ofrecidos.

Mejoras

- Se agrega la página de “Servicios”.
- Se mantiene una sección resumida de los servicios en “Quiénes Somos”
- Se disminuye un paso para entrar al panel de cotización y pedidos.
- Se cambia “Productos” por “Empaques”.

- - - - ○ Pedido de información
- - - - ➔ Movimiento de información
- - - - ● Enlaces Web

4.9 Wireframes

Página principal

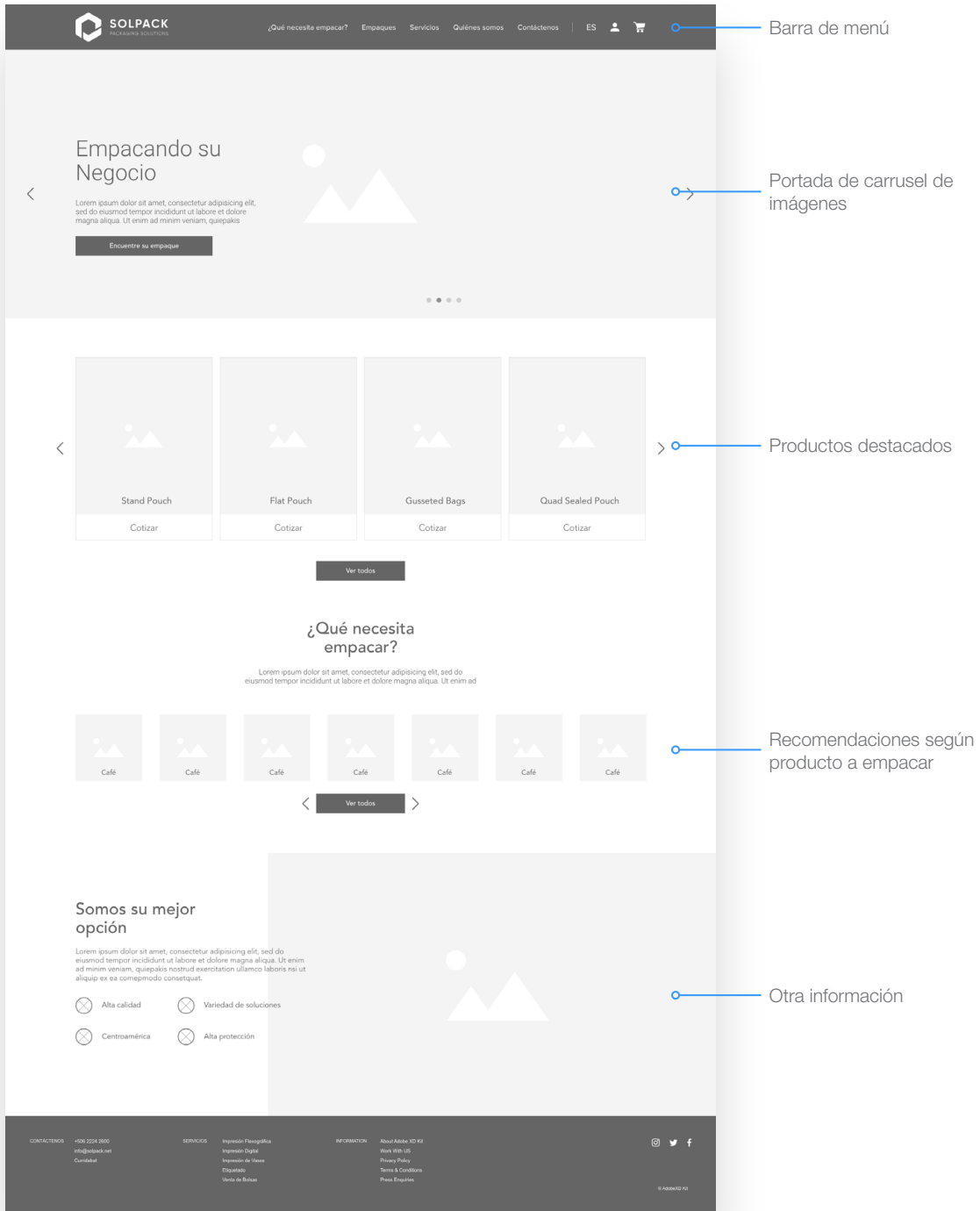


Figura 3.7 Página principal

4.9.1 Panel de cotizaciones

Es un panel para configurar los materiales, colores, accesorios y demás, para realizar los pedidos, según la cantidad seleccionada.

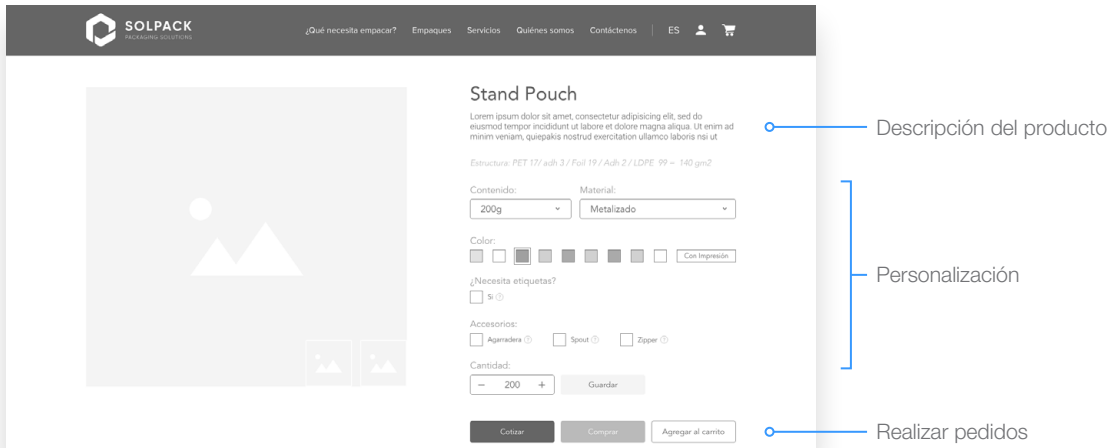


Figura 3.8 Panel de cotizaciones

4.9.2 Mi Cuenta (Guardados)

Dentro de la cuenta se encuentra un listado de los empaques personalizados que han sido guardados, por ser de pedido frecuente. Evita tener que configurar cada vez que se pide.

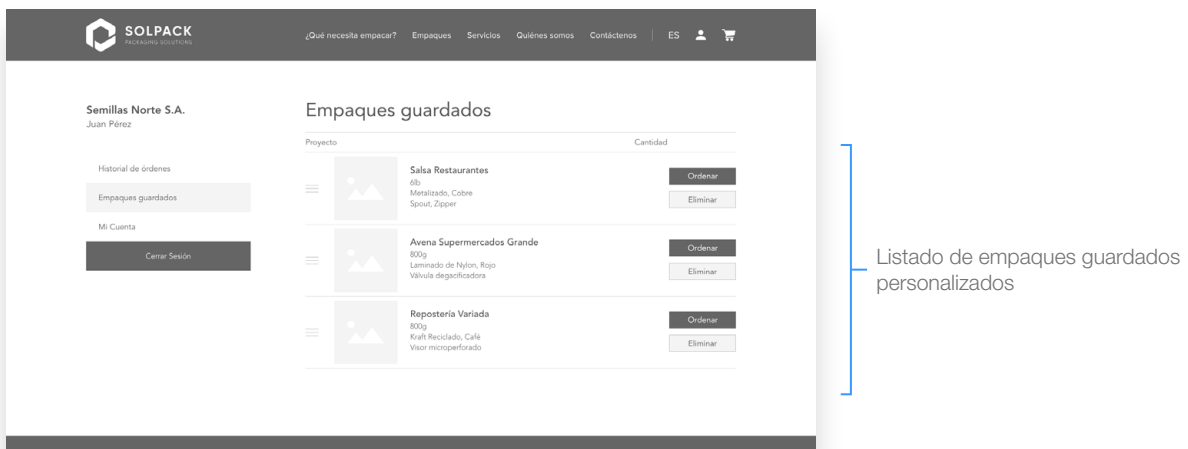


Figura 3.9 Empaques guardados

4.9.3 Historial de órdenes

Listado de órdenes anteriores con fecha, para llevar un control y repetir pedidos.

Empaque	Accesorios	Cantidad	Fecha	
Stand Pouch 250g Metalizado Cobres	Spout Zipper	9100	09/02/2019	Reordenar
Gusseted Bags 1000g Laminado de Nylon Rojo	Válvula desgasificadora Tin Tie	7250	21/01/2019	Reordenar
Paper Bags 6lb Kraft Reciclado Cafe	Visor microperforado Tin Tie	4350	08/11/2018	Reordenar

Listado de empaque pedidos

Figura 3.10 Listado de pedidos anteriores.

4.9.4 ¿Qué necesita empaacar?

Recomendaciones según producto a empaacar.

Restaurants y sodas	Snacks	Carnes	Lácteos	Pastas
Pulpas y Jugos	Chocolates y Dulces	Pescado congelado	Quesos	Pastas secas
Huevo líquido	Snacks horneados	Carnes procesadas	Natilla	Pasta precocidades
Bases de Yogurt y Helado	Galletas	Cortes de carne	Leche en polvo	
Salsa de pizza			Dulce de leche	
Aceite vegetal				
Salsas	Bebidas	Frutas y Vegetales	Productos de limpieza	Otros
Tomate con Vegetales	Bebidas deshidratadas	Vegetales al vacío	Desinfectante	Avenas, Cebada, Quinoa.
Aderezos y Mayonesa	Café	Frutas y Vegetales	Aromatizante	Mermelada
Ketchup	Té			Pan

Figura 3.11 Menú desplegable de ¿Qué necesita empaacar?

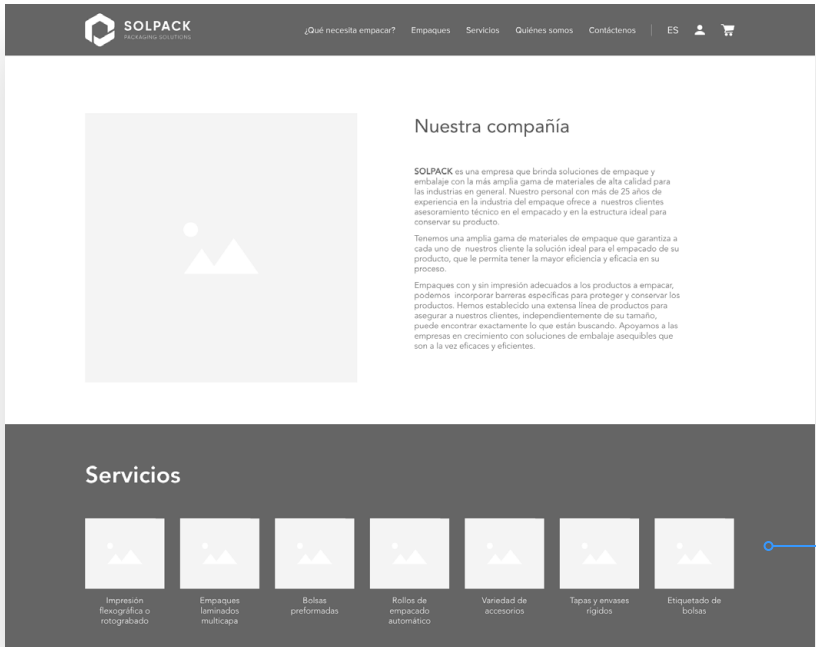
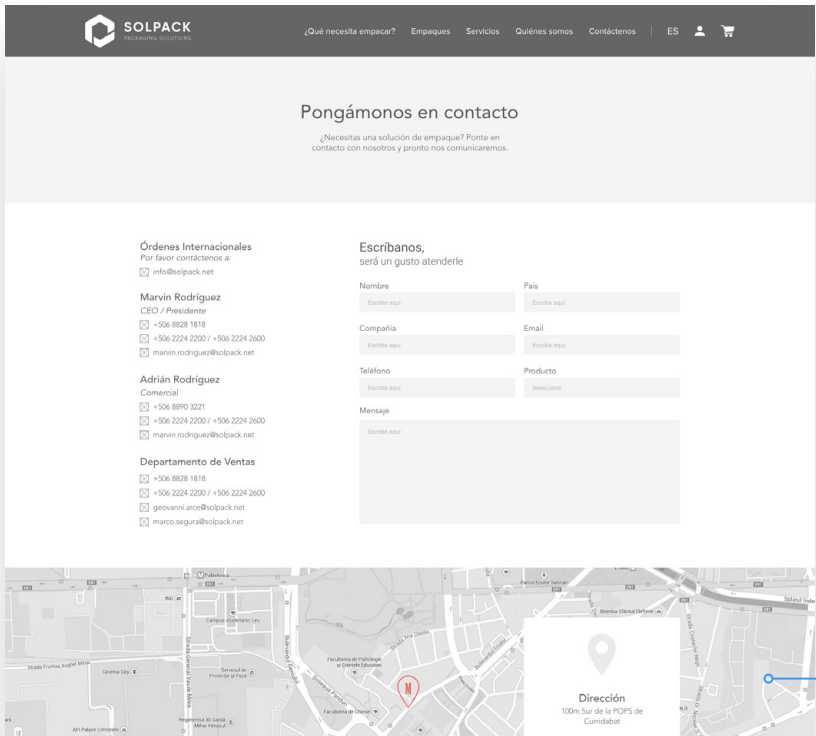


Figura 3.12 Página de Quiénes Somos

4.9.6 Contáctenos



Resumen de servicios

Información y formulario de contacto

Mapa

4.9.7 Landing de publicidad

Página que será accesada únicamente a través de anuncios por internet o redes sociales, para dar a conocer de manera previa, las soluciones que ofrecen.

The image shows a landing page for SOLPACK Packaging Solutions. The page features a dark header with the company logo and navigation links. The main content area includes a carousel of three placeholder images, a product section for 'Flat Pouch' with a call-to-action button, a section titled 'Somos su mejor opción' with a list of benefits, and a registration form with a '¡Regístrese ya!' call-to-action. The footer contains contact information, services, and social media links.

Annotations on the right side of the page:

- Carrusel de imágenes de empaques
- Llamada a la acción para cotizar
- Otra información
- Llamada a la acción para registrarse

Figura 3.14 Landing

4.10 Rebranding



Figura 3.15 Logo antiguo.

4.10.2 Logo actual

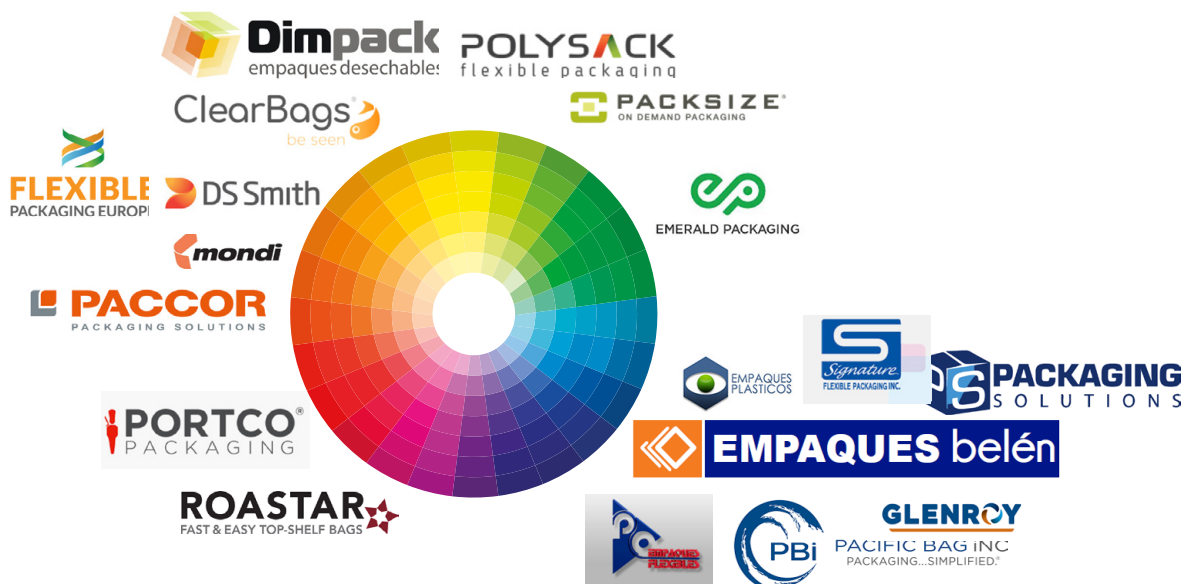
Debido a la renovación del sitio web, se vió necesario un rebranding de la marca, para que ambos cuenten con un estilo gráfico actual. Se brindó la libertad del concepto de diseño.

4.10.1 Cromática

Se analizan marcas similares o competencia, para determinar “huecos de color”, que sirvan como medio estratégico que permita la escogencia de un color “diferenciador”.

Existen “huecos de color” en la parte inferior y en la parte derecha del círculo cromático. Sin embargo los colores cercanos al violeta no representan ningún valor a la marca.

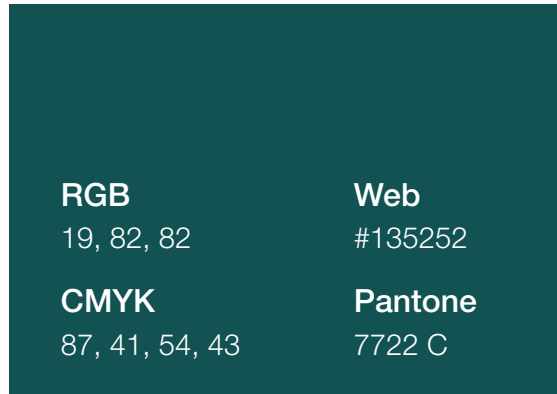
No se escogen colores como las variedades de naranja y azul, debido a la alta frecuencia de “logos” existentes con dichos colores.



4.10.3 Color corporativo

La cromática debe representar a la marca, como moderna, seria, organizada y con cierta conciencia medio ambiental; debido a los intereses cada vez más fuertes, de la sociedad en pro de la naturaleza.

Por lo que se ha escogido el color **azul verdoso** ya que es la fusión del color azul, que transmite la seriedad, seguridad e integridad y el color verde para representar el respeto al medio ambiente, que quería rescatar la empresa.



4.10.4 Elección tipográfica

La tipografía debe representar a una marca organizada, seria y moderna. Por lo que se eligió una tipografía Sans Serif geométrica.

Nombre

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnp
qrstuvwxyz

Gilroy Bold

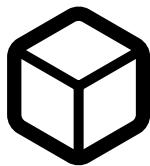
Tagline

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnp
qrstuvwxyz

Gilroy Light

4.10.5 Construcción de isotipo

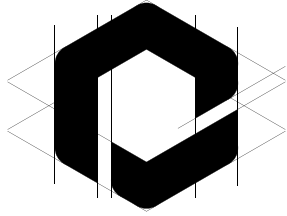
Se diseñó un isotipo por medio de la fusión de 2 elementos que representan a la marca.



Un cubo (hexágono), representa la unión, una caja o empaque, que encierra y protege un producto.



Un signo de “check” representa la calidad y la excelencia de la marca.



Imagotipo diseñado



SOLPACK
PACKAGING SOLUTIONS

4.11 Digital Prototyping

Se desarrolla un prototipo digital, utilizando el programa Adobe XD; que es una plataforma de diseño gráfico para páginas web o aplicaciones móviles, y su herramienta de prototipado llamado Preview.

Este programa permite crear un prototipado sencillo, que logra una experiencia de uso muy similar al de un sitio web real. Se realiza una prueba de uso a 6 personas (3 por cada tipo de usuario).

Tarea 1

Usted necesita **comprar** un empaque de tipo “Stand Pouch”, de:

- 350g
- Color blanco
- Con etiqueta
- Agarradera
- 7500 unidades

Además debe de **guardar** la configuración del empaque. No olvide comprarlo.

Tarea 2

Usted necesita **volver a ordenar** el empaque que **guardó**, sin necesidad de volverlo a configurar. ¿Cómo lo haría?

Tarea 3

Usted necesita empaacar natilla, pero no sabe con que tipo empaque. Por lo que desea **averiguar** cuál le **recomienda** la página y realizar una **cotización** de este.

Tarea 4

Usted necesita editar el correo electrónico de su cuenta. ¿Donde iría?

Tarea 5

Usted desea consultar el historial de órdenes, para reordenar un pedido anterior.



Bien lograda.



Lograda con un error menor.



No lograda correctamente.

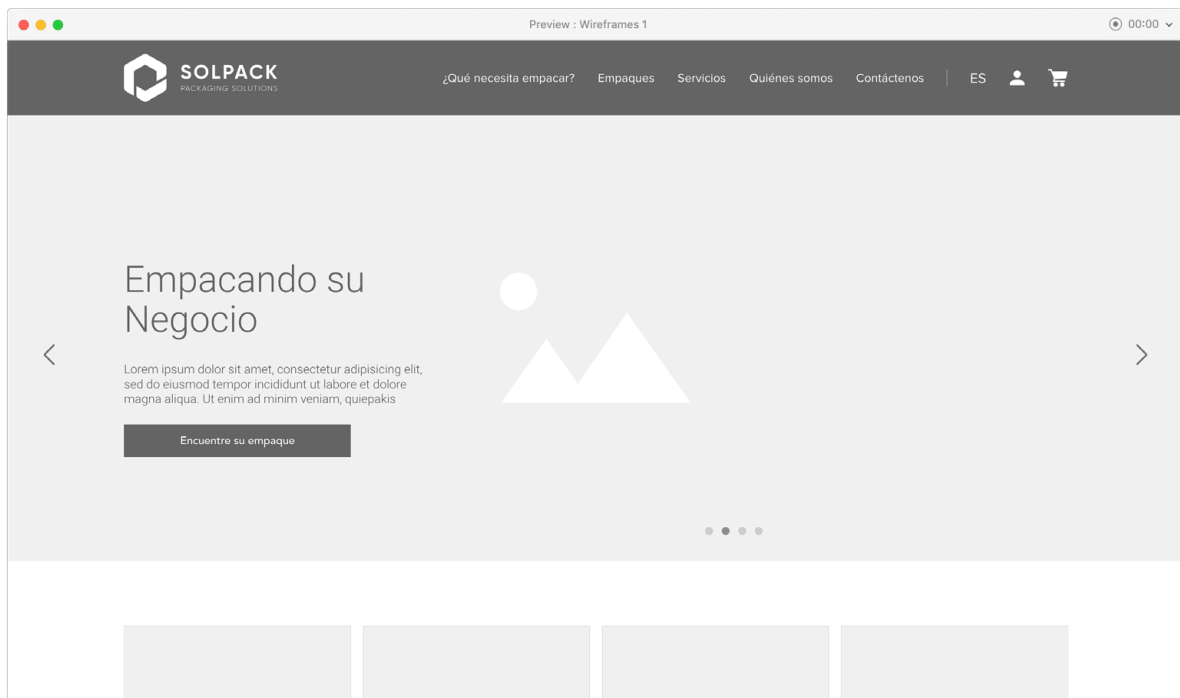


Figura 3.14 Ventana de Preview

La mayoría de las tareas fueron logradas exitosamente, sin embargo, algunas de ellas tuvieron errores menores o pequeñas dificultades de uso, que serán corregidas.

En la primera tarea se tuvo dificultad para encontrar el botón de guardar, por lo que se utilizará un botón más vistoso con iconografía.

Así como la tarea 2, que tuvo pocas dificultades para ser encontrada rápidamente y se complementará con la iconografía de la primer tarea, para que sugiera donde se guardan las configuraciones.

Las tareas 3 y 4, se mantendrán de esa manera, ya que fueron logradas correctamente.

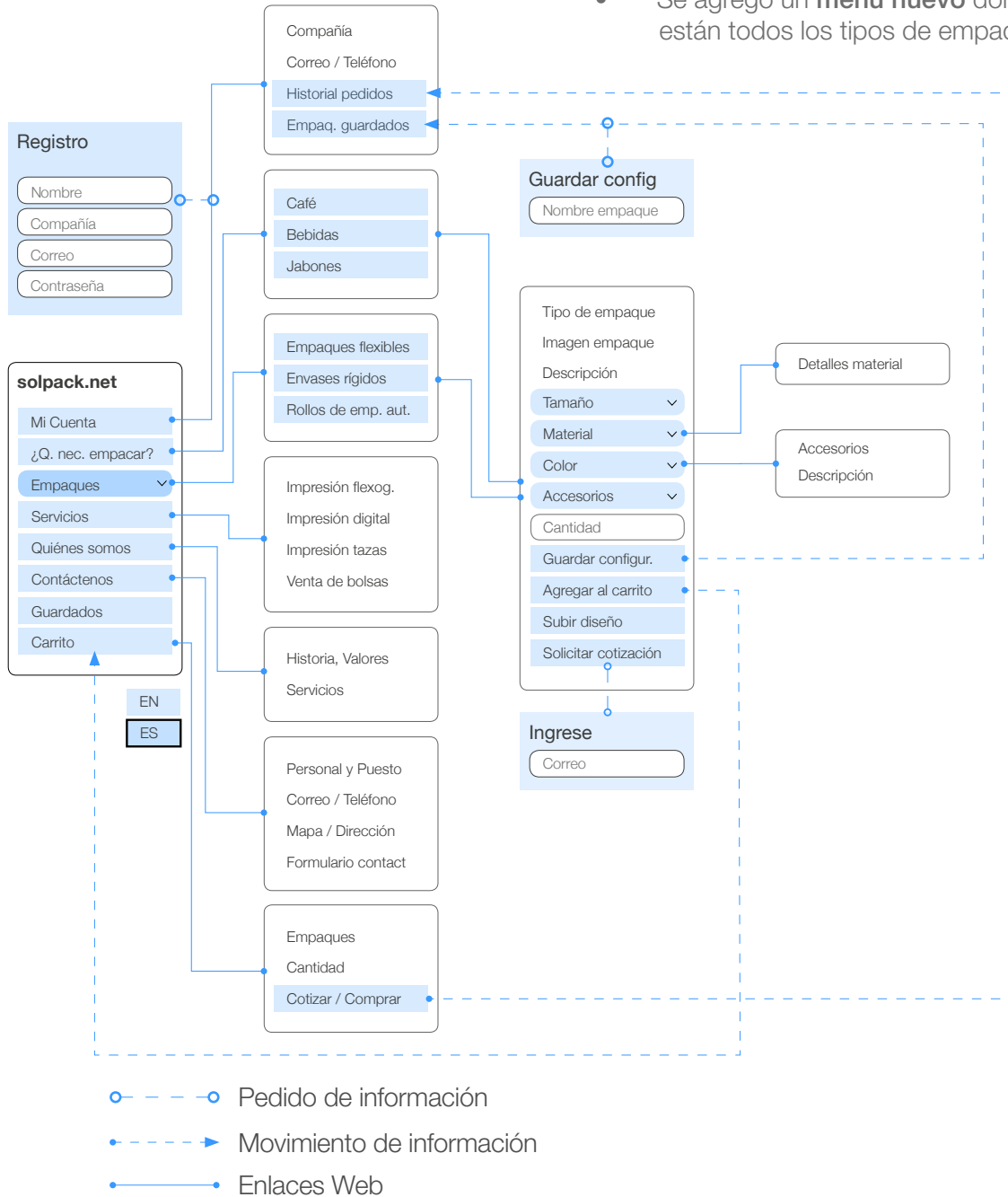
En el caso de la tarea 5 no fue lograda en la mayoría de los casos, debido a la alta dificultad para encontrar dicha sección; que se debe de hacer más vistosa (utilizando cromática) y utilizar iconografía.

4.12 Arquitectura Beta

Al realizar las observaciones del prototipado y las pruebas anteriores, se realiza una nueva arquitectura final, que incorpora todas las mejoras.

Mejoras

- Cambio de “Guardar empaque” a “Guardar configuración”.
- Agregado enlace directo a “Guardados”.
- Es agregado el “Carrito”.
- Agregados pop ups.
- Se agregó un **menú nuevo** donde están todos los tipos de empaques.

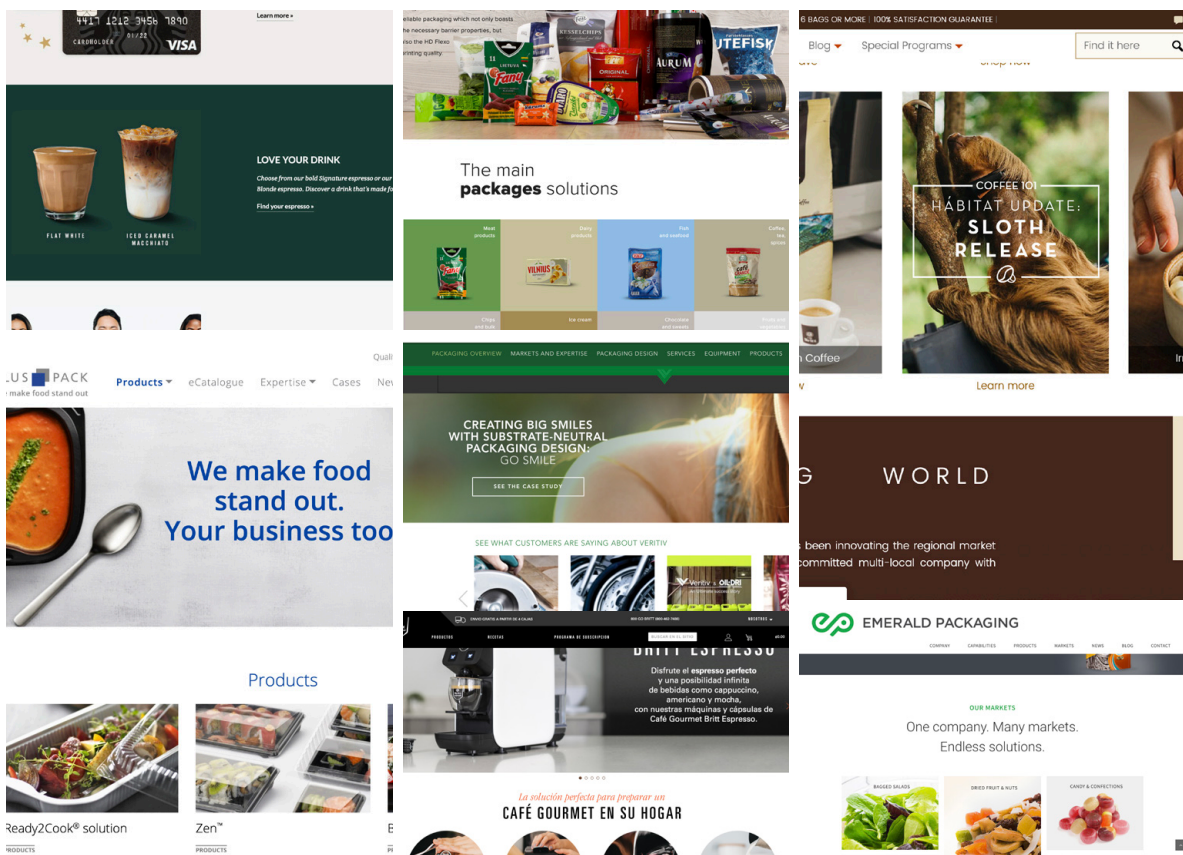


4.13 Look & Feel

4.13.1 Moodboard

En un moodboard, se realiza un compendio de imágenes de sitios web existentes, con el estilo **moderno - formal**, en los cuales se observa la tendencia a utilizar colores planos de pocos matices, elementos bien ordenados en cuadrícula, imágenes representativas y presencia de fondos

blancos. Con el fin de definir, guiar y demostrar el estilo gráfico que va a ser utilizado en el la plataforma.

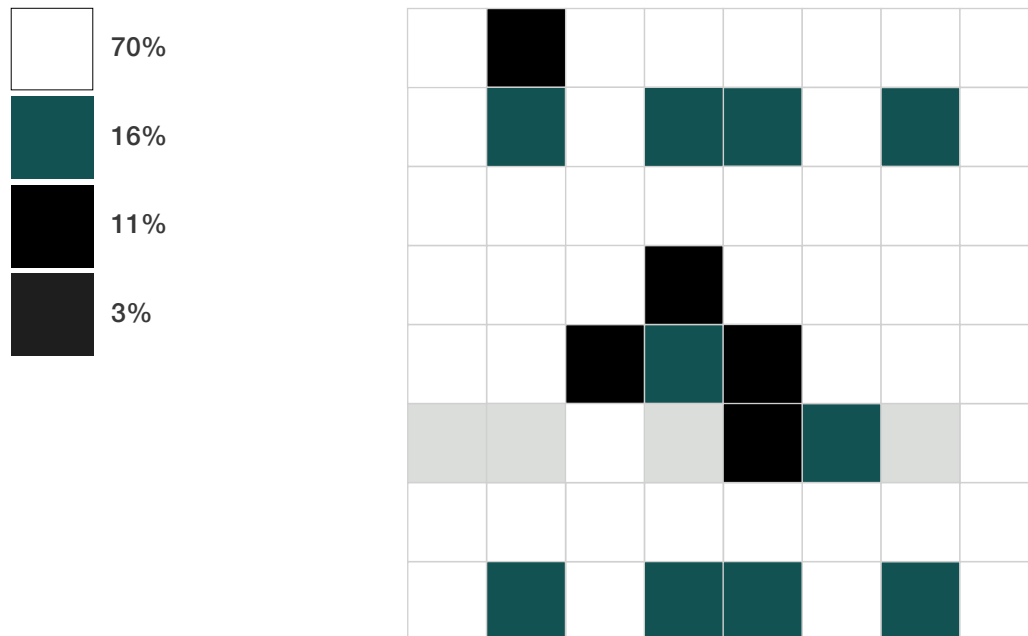


4.13.2 Cromática

Se parte del color definido en el rebranding, en este caso el azul versoso, que será utilizado como color principal y de acentuación, así como de la utilización de colores neutros (negro y gris), para los demás elementos.

muestra las cantidades de los colores que utilizados y las asociaciones aproximadas entre estos.

Se define una matriz cromática que



Tipografía

Las tipografías son definidas bajo un estilo formal y moderno, en este caso las **sans serif** de tipo “web safe”, que son especiales para la utilización en entornos digitales, gracias a la legibilidad y lecturabilidad que ofrecen.

Además de la alta compatibilidad en pantallas, navegadores y de la posibilidad de utilizarlos gratuitamente gracias a Google Fonts.

Título

Montserrat

Regular - 50pt

Subtítulos

Open Sans

Regular - 35pt

Texto

Open Sans

Regular - 18pt

Menús

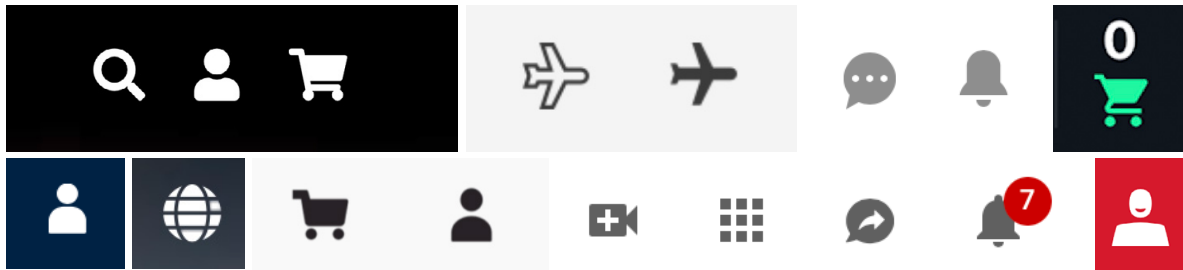
Open Sans

Regular - 19pt

4.13.3 Iconografía

Utilizando un moodboard, se definen los íconos, de manera geométrica y rellenos de un color sólido y en algunos casos solo en

líneas (para demostrar activo o inactivo) o una acción.



Íconos

Guardados



Mi Perfil



Carrito



Cargar



Órdenes A.



4.14 Diseño previo

Página principal

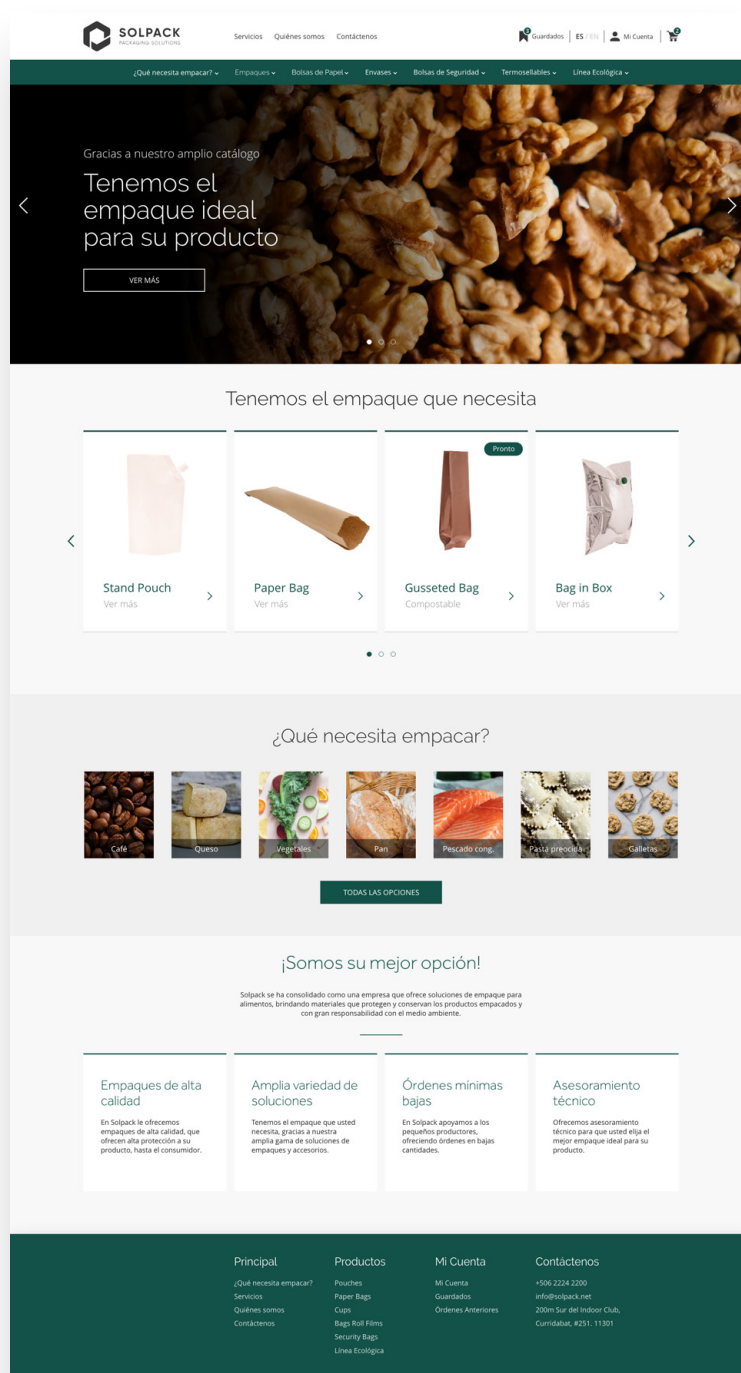




Figura 3.15 Página Principal

Panel de cotizaciones y órdenes




[Servicios](#) | [Quiénes somos](#) | [Contáctenos](#)

Guardados | ES | EN | Mi Cuenta | 

¿Qué necesita empaquetar? | [Empaques](#) | [Bolsas de Papel](#) | [Envases](#) | [Bolsas de Seguridad](#) | [Termosellables](#) | [Línea Ecológica](#)

[Principal](#) / [Empaques](#) / [Pouches](#) / **Gusseted Bag**



Gusseted Bag

Código: BF1300-AD-1

Contenido: 200g

Material: Laminado Brillante

Color:

Impresión: No (Subir archivo)

Accesorios: Válvula degasificadora (i)
 Tin Tie (i)

Cantidad:

[Guardar](#)

[Agregar al Carrito](#)

[Obtenga una Cotización](#)

Visualice su empaque final, cargando un PNG del diseño frontal.

[Vista Previa](#) (i)

Descripción

Nuestras bolsas de alta barrera le dan a su producto una extraordinaria protección y conservación, además de ser un empaque elegante con gran estabilidad y exposición de marca en el anaquel.


Esta bolsa se utiliza para empaquetar, café, té, bocadillos, especias, condimentos, dulces, chocolate, vitaminas y suplementos, alimentos para mascotas entre otros.

Ofrecemos esta bolsa en acabado brillante o mate, así como con o sin válvula degasificadora. Ofrecemos bolsas genéricas o impresas con su diseño personalizado en pequeñas cantidades.


Especificaciones

Estructura	PET 17gm ² / adh 3gm ² /Foil 19gm ² / Adh 2gm ² /LDPE 99gm ² +140gm ²
Ancho	80mm
Largo	255mm
Fuelle abierto	30mm
Fuerza Sello	>2050 g/cm
Rango Sellado	130 - 180C
OTR cm ³ /m ² 24h	No mensurable.
WTR gm ³ 24 h	No mensurable.


Tenemos el empaque que necesita




Stand Pouch
[Ver más](#)



Paper Bag
[Ver más](#)



Gusseted Bag
Compostable



Bag in Box
[Ver más](#)

Página

- [¿Qué necesita empaquetar?](#)
- [Servicios](#)
- [Quiénes somos](#)
- [Contáctenos](#)

Productos

- [Pouches](#)
- [Paper Bags](#)
- [Cups](#)
- [Bags Roll Films](#)
- [Security Bags](#)
- [Línea Ecológica](#)

Mi Cuenta

- [Mi Cuenta](#)
- [Guardados](#)
- [Órdenes Anteriores](#)

Contáctenos

- +56 2224 2200
- info@solpack.net
- 230m Sur del Indoor Club,
- Curimaduit, #251 - 11301

Figura 3.16 Panel de cotizaciones y pedidos

4.15 Pruebas Heurísticas

Se aplican las pruebas utilizando el programa Adobe XD con su herramienta Preview para visualizarlo como un mockup funcional, con la implementación de la cromática, iconografía y tipografía seleccionadas, así como las fotografías de los empaques.

✓ Bien lograda.

✓ Lograda con un error menor.

Tarea 1

Usted necesita **comprar** un empaque de tipo “Stand Pouch”, de:

- 350g
- Color blanco
- Con etiqueta
- Agarradera
- 7500 unidades

Además debe de **guardar** la configuración del empaque. No olvide comprarlo.

Tarea 2

Usted necesita **volver a ordenar** el empaque que **guardó**, sin necesidad de volverlo a configurar. ¿Cómo lo haría?

Tarea 3

Usted necesita empaçar natilla, pero no sabe con que tipo empaque. Por lo que desea **averiguar** cuál le **recomienda** la página y realizar una **cotización** de este.

Tarea 4

Usted necesita editar el correo electrónico de su cuenta. ¿Donde iría?

Tarea 5

Usted desea consultar el historial de órdenes, para reordenar un pedido anterior.

Las tareas se lograron en todos los casos, sin embargo algunas de ellas tuvieron errores menores que deben de corregirse de manera gráfica.

Como en el caso de la tarea 1, que el botón de guardado debe de ser ubicado después de la configuración, para que

quede en un orden secuencial descendente y sea más vistoso.

Además en la tarea 5, debe de cambiarse la gráfica del sub menú lateral de “Mi Cuenta” para que sea más visible.

4.16 Aportes

El desarrollo de esta plataforma de ecommerce:

- Optimiza el proceso de cotización, al brindar toda la información que el potencial cliente necesita, sin necesidad de contactar a un asesor para recibirla y evitando tener que visitar la empresa con tal de conocer los empaques que ofrecen.
- Optimiza el proceso de compra, al ofrecer un sistema de guardado de empaques personalizados, que facilite repetir la compra de estos, sin contactar a la empresa ni reconfigurar el empaque.

- Amplía el alcance a nuevos clientes, gracias a que puede ser encontrada y accesada desde cualquier parte del mundo; ya que internet es el primer medio para buscar algo.

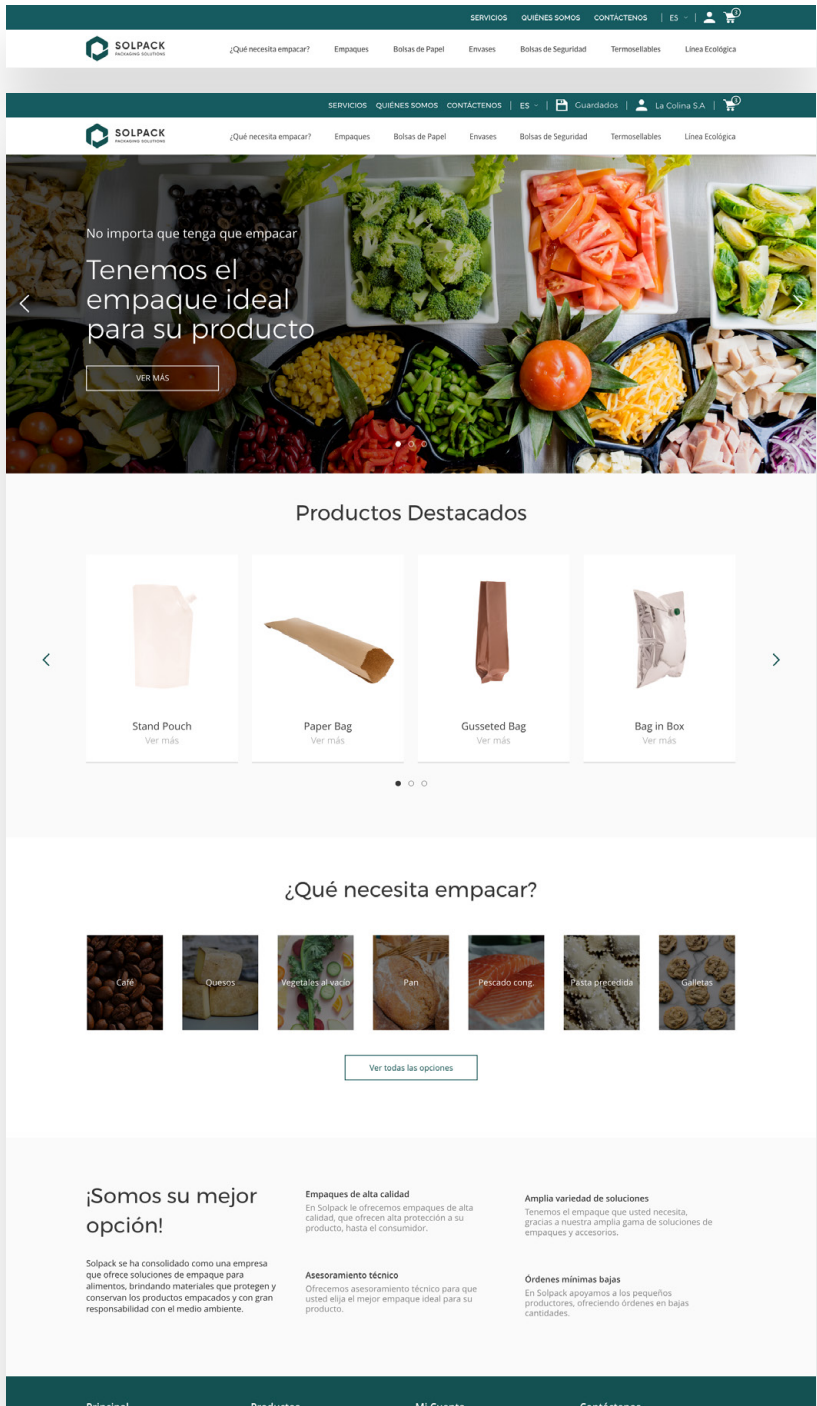
El rebranding de la empresa:

- Permite refrescar la imagen de esta, para que pueda competir en los medios digitales.

Propuesta Final

5. Propuesta Final

5.1 Pagina principal



Menú Sin Registro

Menú superior

Menú inferior (empaques)

Productos destacados (popularidad)

Recomendaciones sobre producto a empacar

5.2 Landing de Publicidad

The screenshot shows a website landing page for Solpack. At the top, there is a navigation bar with the Solpack logo and menu items: 'SERVICIOS', 'QUIENES SOMOS', 'CONTACTÉNDOS', 'ES', 'Guardados', 'La Colina S.A.', and a shopping cart icon. Below the navigation bar, there is a secondary menu with links: '¿Qué necesita empaacar?', 'Empaques', 'Bolsas de Papel', 'Envases', 'Bolsas de Seguridad', 'Termosellables', and 'Linea Ecológica'. The main content area features a carousel of three images: a white pouch, a brown paper bag, and a white security bag. The central image is a brown paper bag, labeled 'Cusseted Bag' with a '¡Cotíze aquí!' button below it. Below the carousel is a dark green contact form section with the heading 'Escríbanos, Será un gusto atenderle'. The form includes fields for 'Nombre', 'Compañía', 'Escriba su mensaje aquí...', 'País', 'Email', 'Teléfono', and 'Producto', along with an 'Enviar' button. At the bottom, there is a footer with four columns of links: 'Página' (¿Qué necesita empaacar?, Servicios, Quiénes somos, Contáctenos), 'Productos' (Pouches, Paper Bags, Cups, Bags Roll Films, Security Bags, Linea Ecológica), 'Mi Cuenta' (Mi Cuenta, Guardados, Órdenes Anteriores), and 'Contáctenos' (+506 2224 2200, info@solpack.net, 200m Sur del Indoor Club, Curridabat, #251, 11301). A copyright notice at the bottom left reads '© 2019 Solpack Packaging Solutions. Todos los derechos reservados.'

— Carrusel de imágenes

— Formulario de contacto

5.3 Menús desplegables

SERVICIOS | QUIENES SOMOS | CONTACTÉNDOS | ES - | Guardados | La Colina S.A |

SOLPACK solpack.com | ¿Qué necesita empaacar? | Empaques | Bolsas de Papel | Envases | Bolsas de Seguridad | Termosellables | Línea Ecológica

Restaurantes	Snacks	Carnes	Lácteos	Pastas
Pulpas y Jugos Huevo líquido Bases de Yogurt y Helado Salsa de pizza Aceite vegetal	Chocolates y Dulces Snacks horneados Galletas	Pescado congelado Carnes procesadas Cortes de carne	Quesos Natilla Leche en polvo Dulce de leche Crema láctea	Pastas secas Pastas precocidas
Salsas	Bebidas	Frutas y Vegetales	Productos de limpieza	Otros
Tomate con Vegetales Aderezos y Mayonesa Ketchup	Bebidas deshidratadas Café Té	Vegetales al vacío Frutas y Vegetales	Desinfectante Aromatizante	Avenas, Cebada, Quinoa... Mermelada Pan

— ¿Qué necesita empaacar?

2 Sides Seal Flat Pouch	3 Sides Seal Flat Pouch	Gusseted Bags	Stand Up Pouch	Stand Pouch Hexagon
Stand Up Folded Bottom	Bag in Box	Box Pouch	Quad Seal Pouch	Gallon Pack

— Empaques

Bolsa para Baguette	Bolsa de Papel Pequeña	Bolsa de Papel
---------------------	------------------------	----------------

— Bolsas de papel

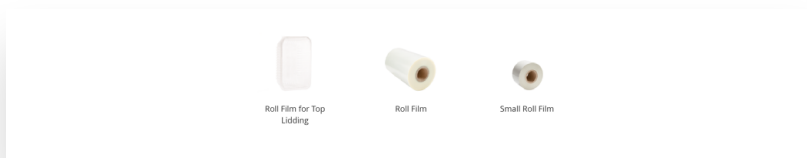
Tazas de Café	Coffee Cup ISO	Drinking Cup	Taza pequeña	Tarrito de Helados
---------------	----------------	--------------	--------------	--------------------

— Envases

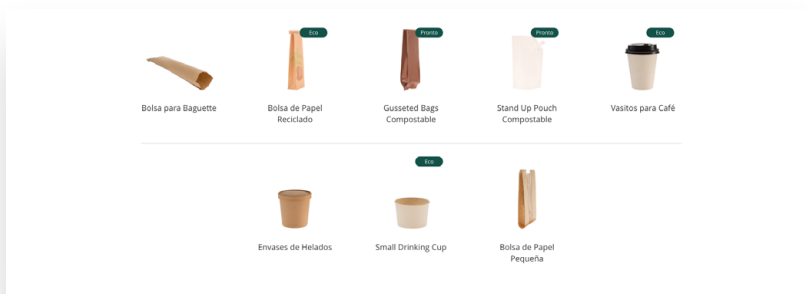
5.4 Menús desplegables



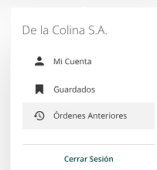
— Bolsas de Seguridad



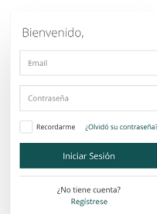
— Termosellables



— Línea Ecológica



— Mi Cuenta




— No Registrado

5.5 Panel de cotización y pedidos

SERVICIOS QUIÉNES SOMOS CONTACTÉNDOS | ES - Guardados | La Colina S.A. |

¿Qué necesita empaquetar? [Empaques](#) [Bolsas de Papel](#) [Envases](#) [Bolsas de Seguridad](#) [Termosellables](#) [Línea Ecológica](#)

Principal / [Empaques](#) / [Pouches](#) / **Gusseted Bag**



[Vista Previa](#)

Visualiza la empaque final, cargando un PNG del diseño frontal.

Gusseted Bag

Código: BFL300-AD-1

Contenido: 300g

Material: Laminado mate

Impresión: No

Color:

Accesorios: Válvula desgasificadora Tin-Tie

Cantidad: 1 [Guardar](#)

[Agregar al Carrito](#)

[Obtenga una Cotización](#)

Descripción

Nuestras bolsas de alta barrera le dan a su producto una extraordinaria protección y conservación, además de ser un empaque elegante con gran estabilidad y exposición de marca en el anaquele.


Esta bolsa se utiliza para empaquetar: café, té, bocadillos, especias, condimentos, dulces, chocolate, vitaminas y suplementos, alimentos para mascotas entre otros.

Ofrecemos esta bolsa en acabado brillante o mate, así como con o sin válvula desgasificadora. Ofrecemos bolsas genéricas o impresas


Especificaciones

Estructura	PET 17g/m ² /adh 3g/m ² /Foil 19g/m ² / Adh-2g/m ² /LDPE 99g/m ² -140g/m ²
Ancho	80mm
Largo	255mm
Fuelle abierto	30mm
Fuerza Sello	>2050 g/cm
Rango Sellado	130 - 180C
OTR cm ³ /m ² 24h	No mensurable.
WVTR g/m ² 24 h	No mensurable.


Productos Destacados




Stand Pouch
[Ver más](#)



Paper Bag
[Ver más](#)



Gusseted Bag
[Ver más](#)



Bag in Box
[Ver más](#)

• • •

Panel de configuración

Información

Productos destacados (populares)

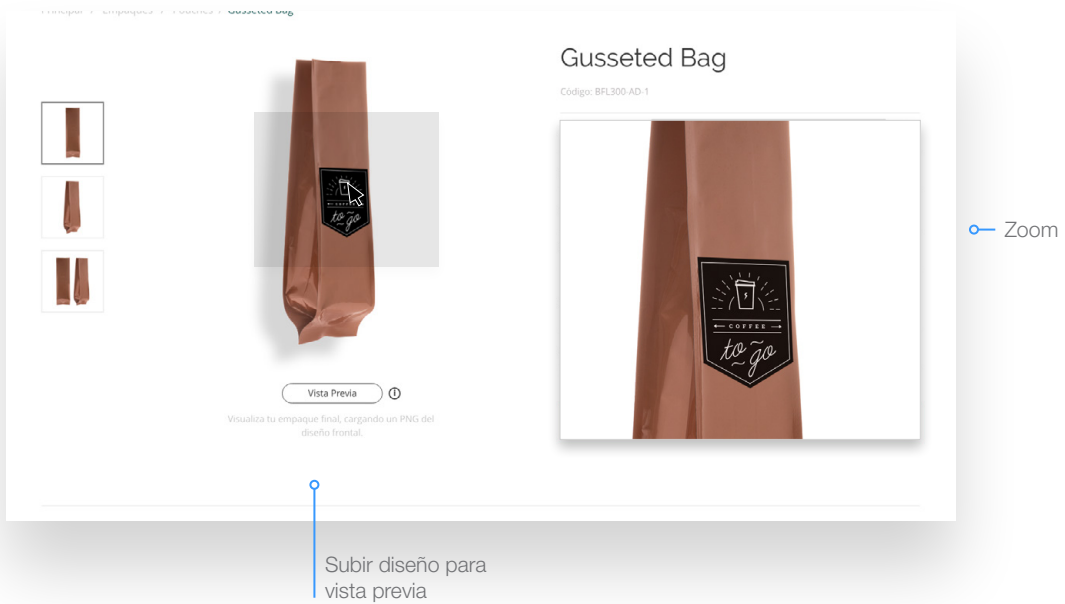
Anexo 9. Hacer la vista previa

5.6 Configuración

Empaque > Empaque > Empaque > Gusseted Bag

Gusseted Bag

Código: BFL300-AD-1



Subir diseño para vista previa

Vista previa



Ajuste de tamaño

Sube o baja

Vista Previa

image: Freepik.com

5.7 Órdenes anteriores

SERVICIOS QUIENES SOMOS CONTACTENOS | ES - Guardados | La Colina S.A.

¿Qué necesita empaquetar? Empaques Bolsas de Papel Envases Bolsas de Seguridad Termosellables Línea Ecológica




Principal / Mi Cuenta / Órdenes Anteriores

De la Colina S.A.

- Mi Cuenta
- Guardados
- Órdenes Anteriores

Órdenes Anteriores

Revise aquí las órdenes que ha realizado antes.

Empaque	Fecha	
 Stand Pouch 250g Metalizado, Cobre Spout, Zipper	09/02/2019	Agregar al Carrito
 Gusseted Bag 1000g Laminado de Nylon, Rojo Válvula desgasificadora, Tin Tie	21/01/2019	Agregar al Carrito
 Paper Bag 6lb Kraft Reciclado, Café Visor microperforado, Tin Tie	08/11/2018	Agregar al Carrito

Panel de configuración

5.8 Empaques guardados

SERVICIOS QUIENES SOMOS CONTACTENOS | ES - Guardados | La Colina S.A.

¿Qué necesita empaquetar? Empaques Bolsas de Papel Envases Bolsas de Seguridad Termosellables Línea Ecológica




Principal / Mi Cuenta / Guardados

De la Colina S.A.

- Mi Cuenta
- Guardados
- Órdenes Anteriores

Guardados

Aquí se encuentran los empaques que se han personalizado y se han guardado. Se puede eliminar o se puede agregar al carrito.

- **Café de exportación**
1000g
Metalizado, Cobre
Válvula desgasificadora, Tin Tie
[Agregar al Carrito](#) [Eliminar](#)
- **Natilla**
250g
Laminado de Nylon, Blanco
Zipper, Spout
[Agregar al Carrito](#) [Eliminar](#)
- **Granola**
6lb
Kraft Reciclado, Café
Visor microperforado, Tin Tie
[Agregar al Carrito](#) [Eliminar](#)

Productos destacados (populares)

5.9 Carrito

The screenshot shows the SOLPACK website's shopping cart. The header includes navigation links for 'SERVICIOS', 'QUIÉNES SOMOS', 'CONTACTÉNDOS', 'ES', 'Guardados', 'La Colina S.A.', and a shopping cart icon. The main content area is titled 'Carrito' and contains a table with three items:

Empaque	Accesorios	Cantidad		
Stand Pouch 250g Metalizado, Cobre	Spot Zipper	<input type="text" value="7500"/>		
Gusseted Bag 1000g Laminado de Nylon, Rojo	Válvula desgasificadora Tin Tie	<input type="text" value="7250"/>		
Paper Bag 6lb Kraft Reciclado, Café	Visor microperforado Tin Tie	<input type="text" value="4350"/>		

Below the table, there is a note: 'Al realizar la orden se enviará una solicitud al Departamento de Ventas. Las cantidades mínimas son negociables.' To the right, a 'Selección total:' box shows 'Empaques: 3' and two buttons: 'Cotizar' and 'Ordenar'.

The footer contains four columns of navigation links: 'Principal', 'Productos', 'Mi Cuenta', and 'Contáctenos'.

Productos destacados (populares)

5.10 Mi Cuenta

The screenshot shows the SOLPACK website's 'Mi Cuenta' page. The header is identical to the previous page. The main content area is titled 'Mi Cuenta' and features a sidebar with a user profile icon and links for 'Mi Cuenta', 'Guardados', and 'Órdenes Anteriores'. The main form contains the following fields:

Nombre	Compañía
<input type="text" value="Pedro Monge"/>	<input type="text" value="De la Colina S.A."/>
Cédula pública o RUC	País
<input type="text" value="196-0043-90087"/>	<input type="text" value="Costa Rica"/>
Email	Teléfono
<input type="text" value="monge@delacolina.com"/>	<input type="text" value="506 1234 5678"/>

At the bottom of the form are three buttons: 'Cambiar contraseña', 'Cancelar', and 'Guardar'.

The footer is identical to the previous page, with navigation links for 'Principal', 'Productos', 'Mi Cuenta', and 'Contáctenos'.

Productos destacados (populares)

5.11 Contáctenos

SERVICIOS QUIÉNES SOMOS CONTÁCTENOS | ES - Guardados | La Colina S.A. |

¿Qué necesita empaquetar? Empaques Bolsas de Papel Envases Bolsas de Seguridad Termosellables Línea Ecológica

¡Pongámonos en contacto!

¿Necesita una solución de empaque?
Ponte en contacto con nosotros.

Información de contacto

Escribanos aquí

Órdenes internacionales:
Por favor contáctenos a:
info@solpack.net

Departamento de Ventas
[+506 8828 1818](tel:+50688281818)
[+506 2224 2200](tel:+50622242200) / [+506 2224 2600](tel:+50622242600)
josuarin.aron@solpack.net
marco.segura@solpack.net

Marvin Rodríguez
Presidente
[+506 8828 1818](tel:+50688281818)
[+506 2224 2200](tel:+50622242200) / [+506 2224 2600](tel:+50622242600)
marvin.rodriguez@solpack.net

Adrián Rodríguez
Director Comercial
[+506 8890 3221](tel:+50688903221)
[+506 2224 2200](tel:+50622242200) / [+506 2224 2600](tel:+50622242600)
adrian.rodriguez@solpack.net

Escribanos,

Será un gusto atenderle

Nombre Compañía Escriba su mensaje aquí...
País Email
Teléfono Producto

Oficinas Centrales

Dirección: 200m Sur del Indoor Club, Curridabat, 251-11301

Horario de atención
Lunes a Viernes: 8:00am - 5:00pm

Página
[¿Qué necesita empaquetar?](#)
[Servicios](#)
[Quiénes somos](#)
[Contáctenos](#)

Productos
[Pouches](#)
[Paper Bags](#)
[Cups](#)
[Bags Roll Films](#)
[Security Bags](#)
[Línea Ecológica](#)

Mi Cuenta
[Mi Cuenta](#)
[Guardados](#)
[Órdenes Anteriores](#)

Contáctenos
[+506 2224 2200](tel:+50622242200)
info@solpack.net
200m Sur del Indoor Club,
Curridabat, #251-11301

2019 Solpack Packaging Solutions. Todos los derechos reservados.

— Datos de contacto

— Formulario de contacto

— Ubicación

5.12 Quiénes somos

SERVICIOS QUIÉNES SOMOS CONTACTÉNDOS | ES - | Guardados | La Colina S.A |

¿Qué necesita empaquetar? Empaques Bolsas de Papel Envases Bolsas de Seguridad Termosellables Línea Ecológica

Acerca de Nuestra compañía

CONTACTÉNDOS

Solpack Packaging Solutions

Ver nuestros servicios

SOLPACK es una empresa que brinda soluciones de empaque y embalaje con la más amplia gama de materiales de alta calidad para las industrias en general. Nuestro personal con más de 25 años de experiencia en la industria del empaque ofrece a nuestros clientes asesoramiento técnico en el empaquetado y en la estructura ideal para conservar su producto.

Tenemos una amplia gama de materiales de empaque que garantiza a cada uno de nuestros clientes la solución ideal para el empaquetado de su producto, que le permita tener la mayor eficiencia y eficacia en su proceso.

Empaques con y sin impresión adecuados a los productos a empaquetar, podemos incorporar barreras específicas para proteger y conservar los productos. Hemos establecido una extensa línea de productos para asegurar a nuestros clientes, independientemente de su tamaño, puede encontrar exactamente lo que están buscando. Apoyamos a las empresas en crecimiento con soluciones de embalaje asequibles que son a la vez eficaces y eficientes.

Servicios

- Impresión flexográfica y digital
- Empaques laminados
- Servicio de etiquetado
- Rollos de empaquetado automático
- Variación de accesorios
- Tapas y envases rígidos

MÁS INFORMACIÓN

Valores

Continuamos invirtiendo para generar más empleo y seguir nuestro proceso de crecimiento basado en los valores que nos han permitido alcanzar el éxito:

Seguridad	Trabajo en equipo
Responsabilidad social	Orientación al cliente
Orientación al cliente	Integridad

Escríbanos,

Será un gusto atenderle

Nombre Compañía Escriba su mensaje aquí...

País Email

Teléfono Producto Enviar

Página
¿Qué necesita empaquetar?
Servicios
Quiénes somos
Contáctenos

Productos
Pouches
Paper Bags
Cups
Bags Roll Films
Security Bags
Línea Ecológica

Mi Cuenta
Mi Cuenta
Guardados
Órdenes Anteriores

Contáctenos
+506 2224 2200
info@solpack.net
200m Sur del Indoor Club,
Curridabat, #251-11301

2019 Solpack Packaging Solutions. Todos los derechos reservados.

— Información de la empresa

— Servicios

— Valores

5.13 Servicios

SERVICIOS QUIÉNES SOMOS CONTACTÉNDOS ES Guardados La Colina S.A. La Colina S.A.

¿Qué necesita empaacar? Empaques Bolsas de Papel Envases Bolsas de Seguridad Termosellables Línea Ecológica

¡Le ofrecemos lo que necesite!

Servicios

En SOLPACK ofrecemos la más amplia gama de empaques flexibles y servicios diseñados para satisfacer las necesidades específicas de cada uno de

- Impresión flexográfica y digital
- Empaques laminados
- Servicio de etiquetado
- Rollos de empaque automático
- Accesorios
- Tapas y envases rígidos

Escríbanos, Será un gusto atenderle

Nombre Compañía Escriba su mensaje aquí...

País Email

Teléfono Producto Enviar

Página
¿Qué necesita empaacar?
Servicios
Quiénes somos
Contáctenos

Productos
Pouches
Paper Bags
Cups
Bags Roll Films
Security Bags
Línea Ecológica

Mi Cuenta
Mi Cuenta
Guardados
Órdenes Anteriores

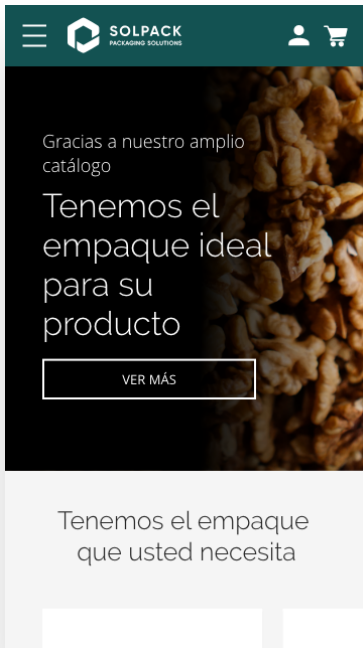
Contáctenos
+506 2224 2200
info@solpack.net
200m Sur del Indoor Club,
Curridabat, #251-11301

2019 Solpack Packaging Solutions. Todos los derechos reservados.

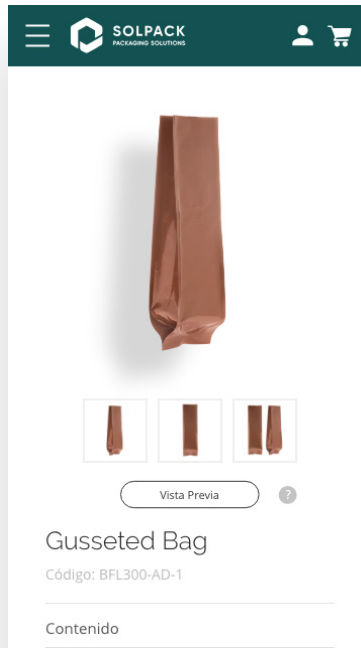
— Servicios

— Formulario de contacto

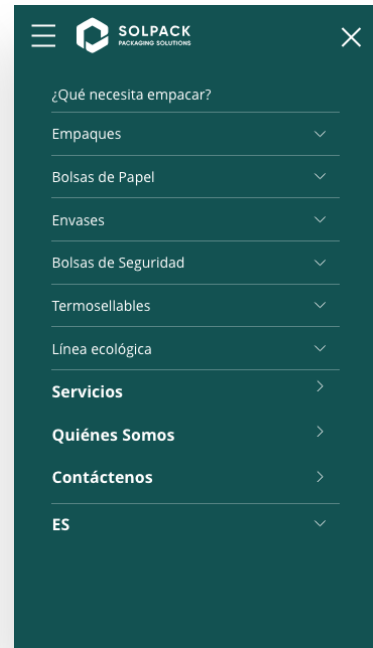
5.14 Versión Responsive



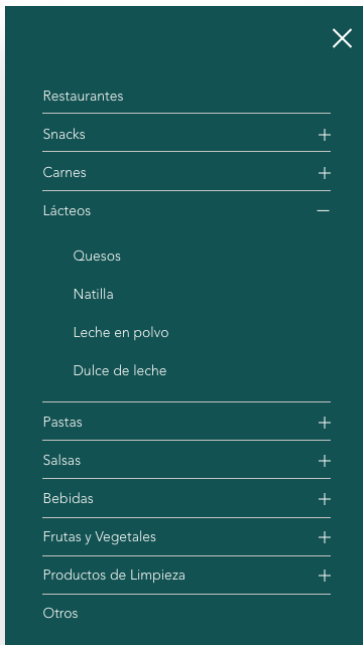
Principal



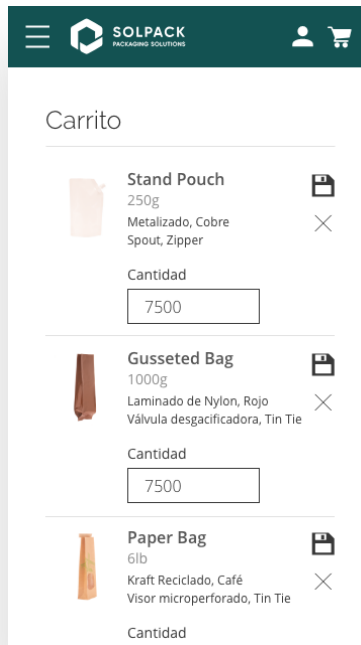
Panel de cotización y pedidos



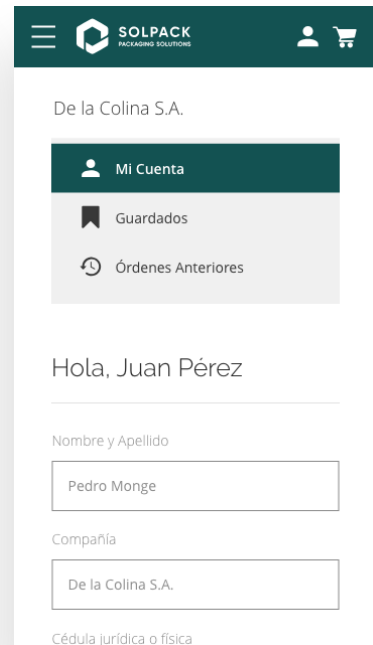
Menú principal



¿Qué necesita empaacar?



Carrito



Mi Cuenta

Conclusiones y Recomendaciones

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

Con el diseño de una plataforma de ecommerce, se puede resaltar que:

1. Dentro de un mundo tan digitalizado, es muy importante para una empresa, la implementación de plataformas en línea, que le permita llegar hasta los potenciales clientes, y darse a conocer dentro y fuera del país, logrando así aumentar su alcance. Permitiendo además brindar acceso a información acerca de quiénes son y que productos y servicios ofrecen al mercado.
2. Brindar un catálogo en línea interactivo, logra facilitar al potencial cliente, la selección de la solución de empaque que se necesita, gracias a los recursos gráficos utilizados (en esta caso imágenes) e información técnica, para mostrar las opciones disponibles.
3. Brindar recomendaciones (sobre el producto a empacar), facilita al potencial cliente, la búsqueda y selección de la solución de empaque que requiere, sin necesidad de leer toda la información de cada uno y sin incurrir en una llamada telefónica o visita directa a la compañía.
4. Se logra agilizar el proceso de compra, al haberse implementado un panel, que permita al cliente informarse acerca de las opciones de configuración del empaque, que además brinde la posibilidad de cotizar u ordenar la configuración requerida y además de permitir guardar la selección para futuras compras.
5. Aún con poca experiencia en el tema, un potencial cliente, podrá elegir y configurar el empaque adecuado para su producto, gracias a toda la información descriptiva, técnica y de ayudas, brindada en todas las secciones del sitio web.
6. Se diseñó una interfaz intuitiva, del panel de cotizaciones y pedidos, gracias a una selección secuencial y similar a las páginas de ecommerce más conocidas, para que tanto personas con o sin experiencia puedan entenderla fácilmente.
7. Al no existir una aplicación móvil, es importante que el sitio web sea responsive, para que pueda ser legible en cualquier dispositivo y favorezca la navegación en el mismo.
8. La importancia de tener un sistema de vista previa de la etiqueta, que permita al usuario mover o escalarla, brinda la posibilidad de encontrar o visualizar la posición o tamaño más apropiado para la presentación del empaque.

6.2 Recomendaciones

Para la mejora de esta plataforma, se recomienda:

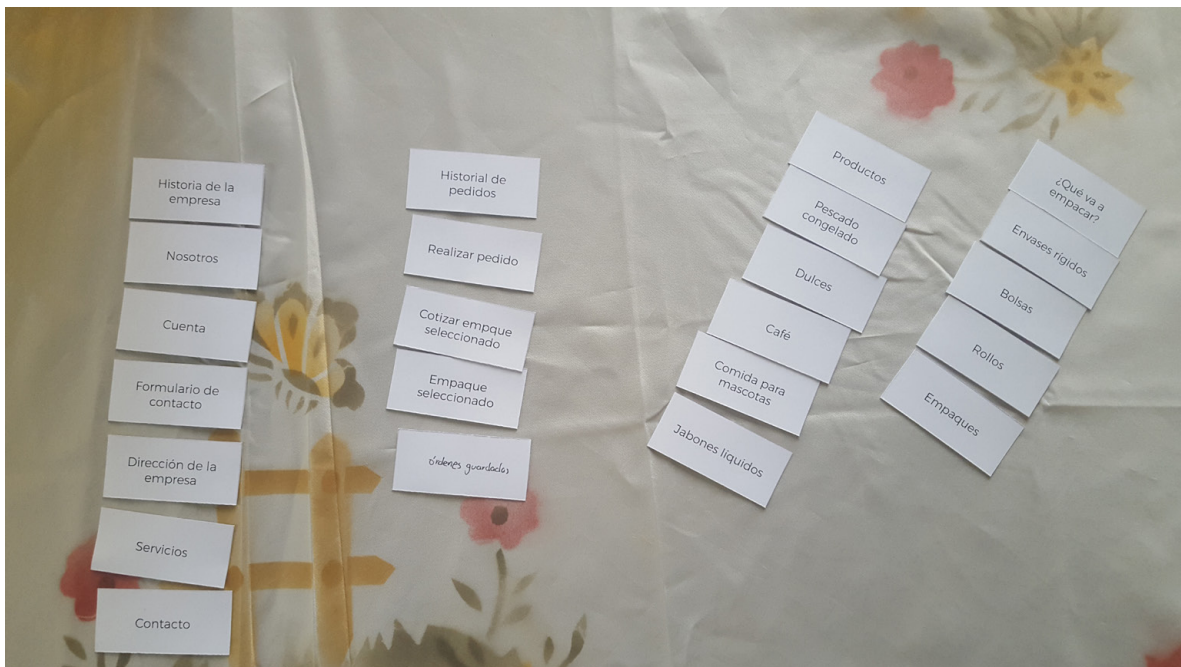
1. Agregar más fotografías de empaques en sus entornos de uso y de productos de clientes de la empresa, que ilustren la gama de posibilidades que brindan.
2. Aumentar la cantidad de alternativas de empaques, en las recomendaciones, ya que solo se muestra una. Debido que es importante brindar al cliente la posibilidad de escoger la presentación que mejor le parezca; según el presupuesto, al manejar empaques con costos bajos, intermedios o altos.
3. Incluir una herramienta en línea que permita el diseño de etiquetas simples, para quienes no poseen medios para contratar a diseñadores.
4. Que el sitio web se desarrolle como responsive, por medio programación; permitiendo una adaptación a los diferentes dispositivos, gracias a elementos flexibles.

Anexos

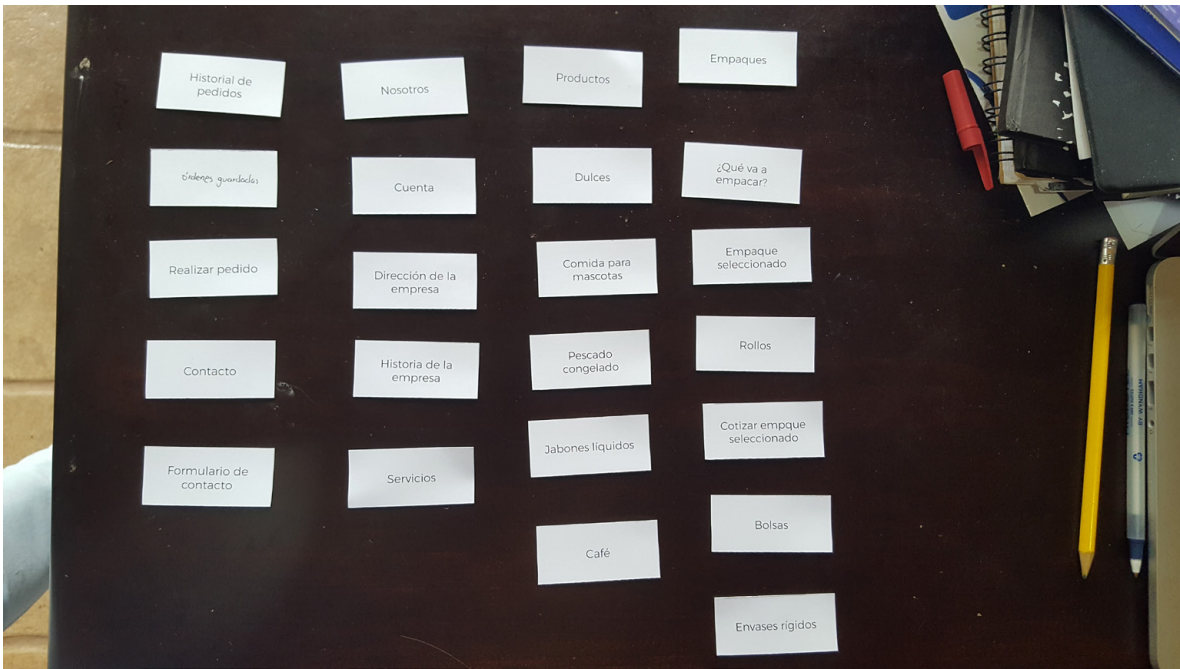
7. Anexos

<input type="checkbox"/>	Participant	URL token	Time taken	Cards sorted	Categories created	Categories named	Comment	Include	
<input type="checkbox"/>	Participant 2		00:06:47	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 3		00:05:19	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 4		Abandoned	100%	6	0%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 5		00:05:22	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 6		00:07:05	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 8		00:05:28	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 9		00:12:20	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 10		00:05:20	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 12	lwAR27zUsEL8HAn7...	00:15:50	100%	5	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Participant 13		00:10:58	100%	6	100%		<input checked="" type="checkbox"/>	

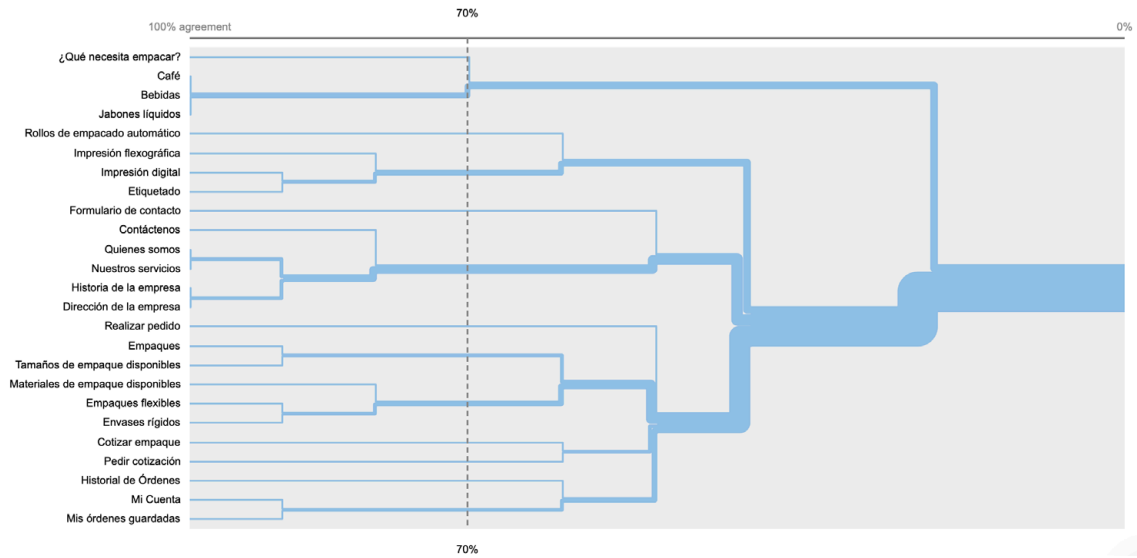
Anexo 1. Tabla de participaciones de Optima Workshop



Anexo 2. Paper prototyping



Anexo 3. Paper prototyping



Anexo 4. Dendograma de Optimal Workshop

Acerca de nosotros

5

Historia de la empresa

Quiénes somos

Dirección de la empresa

Nuestros servicios

Contáctenos

Empaques

3

Materiales de empaque disponibles

Envases rígidos

Empaques flexibles

Inicio

4

Mi Cuenta

Historial de Órdenes

Mis órdenes guardadas

Formulario de contacto

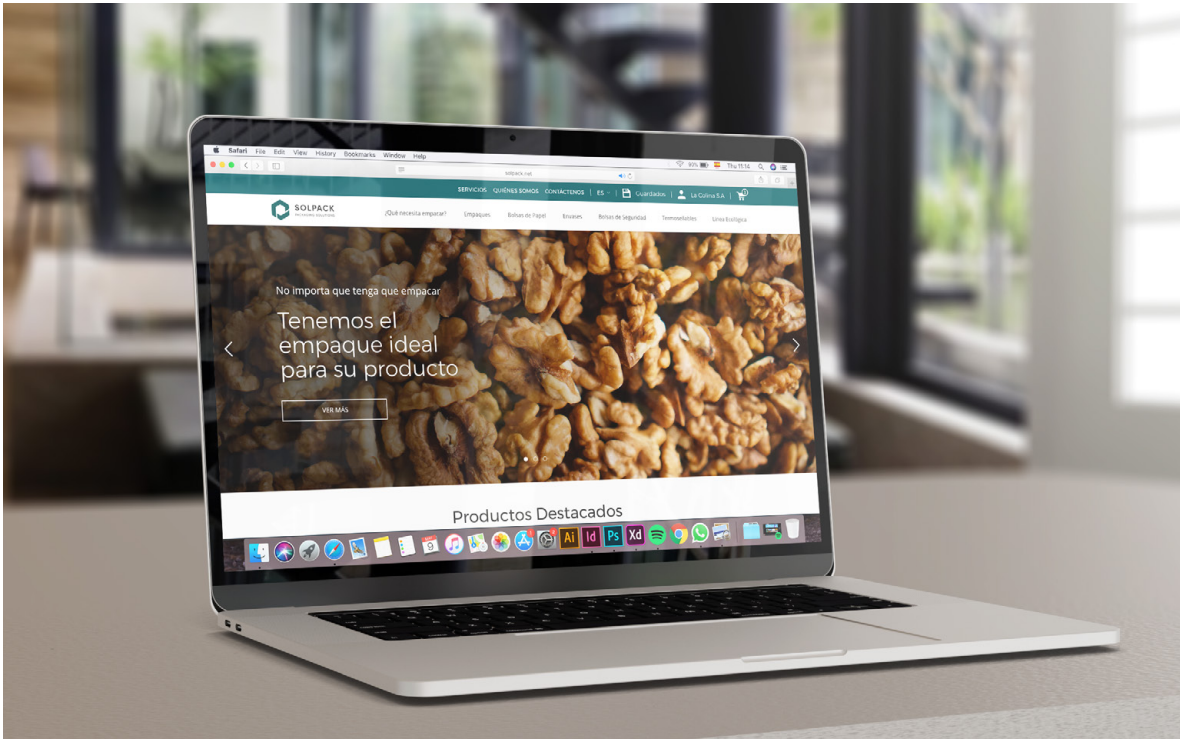
Opciones de empaques

3

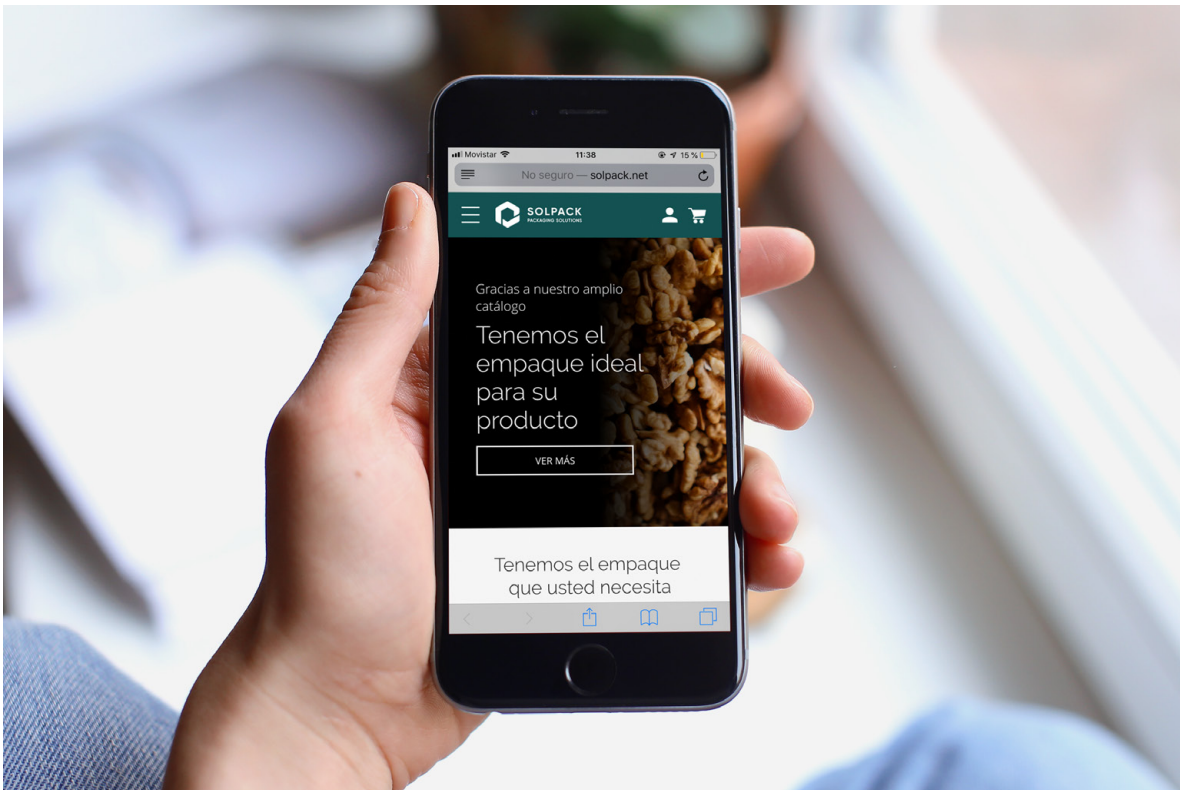
Tamaños de empaque disponibles

Cotizar empaque

Empaques



Anexo 6. Mockup en Laptop



Anexo 7. Mockup en Smartphone



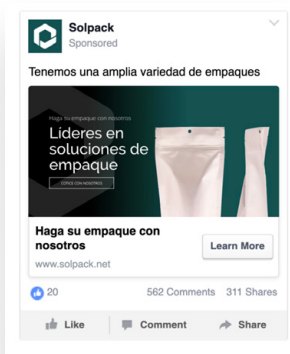
Anexo 8. Anuncio para Web tipo Half Banner

Escritorio

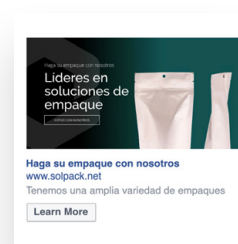


Adparlor.com

Móvil

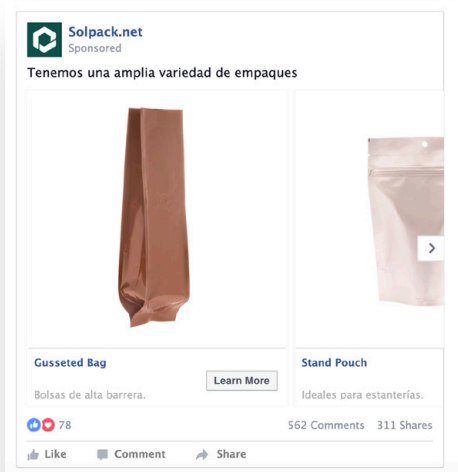


Costado lateral

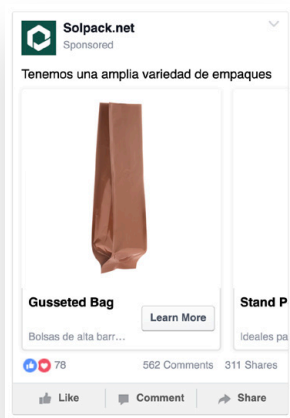


Anexo 9. Anuncio en feed en Facebook

Escritorio



Móvil



Adparlor.com

Anexo 10. Anuncio de facebook tipo "carrusel"

Bibliografía

8. Bibliografía

Boada, N. (2019). Publicidad en redes sociales: qué es, ventajas y beneficios. Tomado de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/publicidad-en-redes-sociales-que-es-ventajas-y-beneficios>

Corchado, B. (2018). ¿Qué es la experiencia de usuario y como se diferencia de la usabilidad. Tomado de: <https://es.godaddy.com/blog/que-es-la-experiencia-de-usuario-y-como-se-diferencia-de-la-usabilidad/>

Destino Negocio. (s.f). Entiende la lógica del cobro de publicidad en redes sociales. Tomado de: https://destinonegocio.com/cr/negocio-por-internet-es_cr/marketing-digital-es_cr-cr/entiende-la-logica-del-cobro-de-publicidad-en-redes-sociales/

Diligent Team. (s.f). En el diseño y desarrollo de páginas web ¿qué es ux y que es ui?. Tomado de: <https://www.diligent.es/en-el-diseno-y-desarrollo-de-paginas-web-que-es-ux-y-que-es-ui/#>

Facchin, J. (2019). Guía completa de Facebook Ads 2019: ¿cómo hacer publicidad en Facebook?. Tomado de: <https://josefacchin.com/guia-de-facebook-ads/>

Garreta, M; Mor, E. (s.f.). Diseño centrado en el usuario. Tomado de: [https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_\(Modulo_3\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_(Modulo_3).pdf)

González, D. y Marcos, M. Responsive web design: diseño multidispositivo para mejorar la experiencia de usuario. Recuperado de: <http://bid.ub.edu/pdf/31/es/gonzalez2.pdf>

Grupo Graphic. (2014). Tipos de banners en internet. Tomado de: <https://grupographic.com/tipos-de-banners-en-internet/>

Hassan, Y. (2015). Experiencia de usuario: Principios y métodos. Tomado de: http://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf

Hernández-Castro, F. (2016). Usability Cookbook. Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial, Tecnológico de Costa Rica. Cartago, Costa Rica. Tomado de: <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/6776>

Heller, E., (2008). *Psicología del Color*, Munich, Alemania, Editorial Gustavo Gili.

La Cultura del Marketing. (2019). Que es el e-commerce en marketing digital. Tomado de: <https://laculturadelmarketing.com/que-es-e-commerce/>

Labrada, E. y Salgado, C. (1 de enero, 2013). Diseño web adaptativo o responsivo. Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num1/art07/art07.pdf>

Lal, R., (2013). *Digital Design Essentials*. Massachusetts, EE. UU, Rockport Publishers.

More, M. (2015). ¿Qué es la UX y la UI?. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-la-ux-y-la-ui-analitica-usabilidad/>

Neo Attack. (s.f.). Publicidad en redes sociales. Tomado de: <https://neoattack.com/publicidad-en-redes-sociales/>

NewsMDirector. (2016). 25 ejemplos increíbles de banners creativos. <https://www.mdirector.com/marketing-digital/ejemplos-banners-creativos.html>

Norman, D.A. (1988). The Psychology of Everyday Things. Basic Books

Ramírez, J. (s.f.). El ABC del ecommerce. Tomado de: <https://www.entrepreneur.com/article/268503>

Romero, D. (2015). ¿Qué es el rebranding y cómo utilizarlo para tu imagen de marca?. Tomado de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/rebranding-que-es-como-utilizarlo>

Visa Empresarial. (s.f.). ¿Qué es e-commerce o Comercio Electrónico?. Tomado de: https://visaempresarial.com/cr/noticias/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico_197