

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE ARTES VISUALES



“APLICACIÓN MÓVIL PARA DIAGNÓSTICO Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS
DE DISEÑO GRÁFICO”

LIC. JAIME EMMANUEL SOLIS SILVA

MAESTRÍA EN DISEÑO GRÁFICO
CON ORIENTACIÓN EN DIRECCIÓN CREATIVA

FEBRERO 2025, MONTERREY, N.L., MÉXICO

**FACULTAD DE ARTES VISUALES
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**

ACTA DE APROBACIÓN DE PRODUCTO INTEGRADOR DE APRENDIZAJE

Proyecto:
“APP MÓVIL PARA DIAGNÓSTICO Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE
DISEÑO GRÁFICO”

Comité de evaluación del Producto Integrador del Aprendizaje:

Directora: Dra. Sandra Guadalupe Altamirano Galván _____

Secretario: _____

Vocal: _____

Monterrey, N.L. a XX de enero del 2025
“ALERE FLAMMAM VERITATIS”

Dr. Jesús Eduardo Oliva Abarca
Subdirector de Posgrado de la Facultad de Artes Visuales

Dedicatoria

Para mi sobrino Jerónimo, me cambiaste la vida por completo, gracias por haberme dejado tantas enseñanzas, te llevo conmigo a donde quiera que voy; este proyecto es para ti.

A mi familia, por ser el motor detrás de cada paso en mi camino. Su apoyo y fe en mis sueños han sido el clave en los momentos difíciles y la chispa en los momentos de duda. Este logro es también suyo, pues sin ustedes, nada de esto sería posible.

Agradecimientos

A mi asesora de tesis, la Dra. Sandra Altamirano, cuyo conocimiento, paciencia y guía fueron fundamentales para materializar este proyecto. Su confianza en mis capacidades y su orientación constante me motivaron a superar los retos y alcanzar nuevos horizontes. Gracias por cada momento dedicado, sin duda un apoyo clave para el proyecto.

A mis compañeros y profesores, que con sus ideas, tiempo y apoyo, enriquecieron cada etapa del desarrollo de *Brief Studio* durante los dos años de maestría. Gracias por creer en esta visión y por caminar juntos en este proceso, que hoy se convierte en un logro compartido.

Resumen

La tesis aborda el desarrollo de Brief Studio, una aplicación móvil creada para apoyar a los diseñadores gráficos, especialmente aquellos que están comenzando su carrera. La problemática identificada es la dificultad que enfrentan los diseñadores emergentes al realizar diagnósticos y cotizaciones de proyectos, debido a la falta de herramientas prácticas para guiar el proceso de entrevistas y estructuración de proyectos. En respuesta, se propone una solución digital que no solo actúe como una guía durante el diagnóstico, sino que también ofrezca recursos gráficos gratuitos y una red de colaboración profesional. La aplicación tiene como objetivo principal facilitar el proceso de briefing y diagnóstico, proporcionando cuestionarios especializados por áreas del diseño (branding, diseño web, editorial, etc.), así como un módulo para generar estimaciones de costos. Además, incluye funcionalidades para buscar colaboradores de otras especialidades, o bien, asesoría de los mismos.

La metodología de desarrollo sigue un enfoque centrado en el usuario, priorizando la efectividad, eficiencia y satisfacción en el uso del producto. Se llevaron a cabo pruebas de usabilidad mediante prototipos, los cuales permitieron identificar mejoras clave para optimizar la experiencia del usuario. Los resultados de estas pruebas mostraron que la aplicación es intuitiva y funcional, ayudando a los diseñadores a estructurar entrevistas y realizar diagnósticos precisos, lo que mejora la calidad y profesionalismo de las propuestas presentadas a los clientes.

En conclusión, Brief Studio llena un vacío en el mercado al ofrecer una herramienta especializada que facilita el diagnóstico y la cotización de proyectos de diseño gráfico, promoviendo la colaboración y mejorando la interacción entre diseñadores y clientes.

Palabras clave: diseño gráfico, diagnóstico de proyectos, cotización
herramientas digitales, aplicación móvil, usabilidad
colaboración, briefing, experiencia del usuario, recursos gráficos

Abstract

This thesis focuses on the development of Brief Studio, a mobile application designed to support graphic designers, particularly those at the beginning of their careers. The identified problem is the difficulty faced by emerging designers in conducting project diagnostics and preparing estimates due to a lack of practical tools to guide the interview process and project structuring. To address this gap, a digital solution is proposed that serves not only as a diagnostic guide but also provides free graphic resources and a network for professional collaboration and coaching.

The primary goal of the application is to streamline the briefing and diagnostic process by offering specialized questionnaires tailored to different areas of design (branding, web design, editorial design, etc.), along with a module for generating cost estimates. Additionally, the app features options to find collaborators from other specialties and a dark mode to enhance the user's visual experience.

The development methodology follows a user-centered approach, prioritizing effectiveness, efficiency, and user satisfaction. Usability tests were conducted using prototypes, which allowed for the identification of key improvements to optimize the user experience. The results from these tests indicated that the application is intuitive and functional, aiding designers in structuring interviews and conducting precise diagnostics, thus enhancing the quality and professionalism of the proposals presented to clients.

In conclusion, Brief Studio fills a gap in the market by providing a specialized tool that facilitates project diagnostics and cost estimation in graphic design, promoting collaboration and improving interactions between designers and clients.

Keywords: graphic design, project diagnostics, cost estimation, digital tools, mobile application, usability, collaboration, briefing, user experience, graphic resources

Índice de contenido

1. Descripción del tema	1
2. Problema a resolver	2
3. Alcances y limitantes	3
3.1 Alcances	3
3.2 Limitantes	3
4. Justificación	5
5. Objetivos	6
5.1 Generales	6
5.2 Específicos	6
6. Selección de metodología creativa	7
7. Cronograma del proyecto	9
8. Antecedentes	11
9. Contexto en el que se busca resolver la problemática	14
10. Evaluación comparativa / Benchmarking / Análisis visual	15
10.1 Conclusión del análisis comparativo	18
11. Modelo de negocio / determinación de usuario	20
11.1 Componentes del Modelo Canvas aplicado a Brief Studio	20
12. Determinación del usuario ideal	26
12.1 Importancia de los user personas en el desarrollo de Brief Studio	26
12.2 Usuarios identificados para Brief Studio	26
12.3 Definición del usuario ideal	28
12.4 Conclusión	28
13. Resultados de las encuestas	29
13.1 Interpretación y hallazgos	33
13.2 Conclusión	38
14. Solución creativa	39
14.1 Características de la solución	39
14.2 Beneficios para los usuarios	41
14.3 Conclusión	41
15. Evaluación de alternativas	43

15.1 Desventajas del manual impreso	43
15.2 Conclusión	44
16. Nombre de la aplicación	45
16.1 Evaluación de opciones	45
16.2 Nombre seleccionado	46
16.3 Conclusión	47
17. Desarrollo de identidad / branding	48
17.1 Construcción de marca	48
17.2 Concepto de marca	48
17.3 Logotipo	49
17.4 Construcción de símbolo	49
17.5 Paleta de colores	51
17.6 Tipografía	52
18. Estrategia de difusión de medios	54
18.1 Estrategia en redes sociales	54
18.2 Plan de publicidad pagada	57
18.3 Landing page	57
18.4 Estrategia SEO	59
18.5 Conclusión	59
19. Prototipos de proyecto	60
19.1 Construcción del prototipo	60
19.2 Objetivos del prototipo	60
19.3 Características del prototipo	61
19.4 Pruebas de usabilidad	61
19.5 Próximos pasos	62
20. Pruebas de usabilidad	63
20.1 Metodología	63
20.2 Determinación de resultados	63
20.3 Uso de bitácoras	64
20.4 Tareas solicitadas a los participantes	65
20.5 Resultados de las pruebas de usabilidad	66

21. Ajustes de prototipo	67
22. Pantallas de prototipo	71
23. Conclusiones	85
24. Referencias	87
25. Anexos	90
Anexo 1	88
Anexo 2	91
Anexo 3	91
Anexo 4	92
Anexo 5	93

Índice de figuras

Figura 1: Módulo de entrevistas para clientes de Atlassian	16
Figura 2: Compilación de herramienta Ntask	17
Figura 3: Réticula de trabajo de Trello a manera de tarjetas	18
Figura 4: Desarrollo de user persona 1	27
Figura 5: Desarrollo de user persona 2	27
Figura 6: Desarrollo de user persona 3	28
Figura 7: Ítem 1 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico ...	29
Figura 8: Ítem 2 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico ...	30
Figura 9: Ítem 3 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico ...	30
Figura 10: Ítem 4 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico--	31
Figura 11: Ítem 5 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico--	31
Figura 12: Ítem 6 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico..	32
Figura 13: Ítem 7 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico...	32
Figura 14: Elementos que conforman el símbolo de Brief Studio	50
Figura 15: Proceso de bocetaje de logotipo para Brief Studio	50
Figura 16: Logotipo de Brief Studio y sus versiones	51
Figura 17: Códigos de color para Brief Studio	52
Figura 18: Códigos de color para Brief Studio	52
Figura 19: Familia tipográfica de fuente Colaborate	53
Figura 20: Familia tipográfica de fuente Champagne & Limousines	53
Figura 21: Ejemplo de publicidad en plataforma Facebook	55
Figura 22: Ejemplo de publicidad en plataforma Instagram	56
Figura 23: Ejemplo de publicidad en plataforma TikTok	57
Figura 24: Pantalla de login	71
Figura 25: Pantalla de home	71
Figura 26: Pantalla de nuevo proyecto, seleccionar cuestionario	72
Figura 27: Pantalla de recomendaciones previas	72
Figura 28: Pantalla de nuevo proyecto, iniciar cuestionario	73
Figura 29: Pantalla de continuar proyecto	73
Figura 30: Pantalla de diagnóstico	74

Figura 31: Pantalla de consultar proyecto	74
Figura 32: Pantalla de biblioteca	75
Figura 33: Pantalla de cotización	75
Figura 34: Pantalla de encuentra un aliado	76
Figura 35: Pantalla de asesoría personalizada	76
Figura 36: Pantalla de asesoría personalizada	77
Figura 37: Pantalla de ajustes	77
Figura 38: Pantalla de login – modo oscuro	79
Figura 39: Pantalla de home – modo oscuro	79
Figura 40: Pantalla de nuevo proyecto, seleccionar cuestionario – modo oscuro	79
Figura 41: Pantalla de recomendaciones previas – modo oscuro	79
Figura 42: Pantalla de nuevo proyecto, iniciar cuestionario – modo oscuro	80
Figura 43: Pantalla de continuar proyecto – modo oscuro	80
Figura 44: Pantalla de diagnóstico – modo oscuro	81
Figura 45: Pantalla de consultar proyecto – modo oscuro	81
Figura 46: Pantalla de biblioteca – modo oscuro	82
Figura 47: Pantalla de cotización – modo oscuro	82
Figura 48: Pantalla de encuentra un aliado – modo oscuro	83
Figura 49: Pantalla de asesoría personalizada – modo oscuro	83
Figura 50: Pantalla de asesoría personalizada – modo oscuro	84
Figura 51: Pantalla de ajustes – modo oscuro	84
Figura 52: Código QR a video prototipo de aplicación Brief Studio	84

Índice de tablas

Tabla 1: Cronograma del proyecto	10
Tabla 2: Bitácora de pruebas de usabilidad	66

1. Descripción del tema

En la era tecnológica actual, herramientas de comunicación como redes sociales y aplicaciones móviles han transformado las estrategias publicitarias y, con ellas, las metodologías de diseño gráfico. Hoy en día, las empresas demandan cada vez más servicios de diseño gráfico adaptados a estas plataformas digitales. Sin embargo, para los recién egresados y nuevos profesionales del diseño, resulta complejo ingresar al mercado laboral y ejecutar proyectos de manera eficiente sin contar con una herramienta de apoyo. En este contexto, surge la necesidad de una aplicación digital que funcione como guía durante los procesos de diagnóstico y asesoramiento, facilitando una mejor experiencia tanto para el diseñador como para el cliente.

2. Problema a resolver

Un aspecto fundamental para el éxito de un proyecto de diseño es el entendimiento profundo de los objetivos y necesidades del cliente. Cuando se logra esta comprensión, se reducen los problemas de comunicación y las modificaciones en las propuestas, generando una experiencia de satisfacción y empatía para el cliente.

Para alcanzar este nivel de comprensión, es esencial hacer las preguntas correctas y organizar la información recabada en las primeras reuniones. Durante la formación académica en diseño, los estudiantes pueden participar en simulaciones de entrevistas, pero no siempre se adquieren las habilidades necesarias para gestionar un proyecto real, tales como la profundización en el diagnóstico de necesidades, el seguimiento etapa por etapa y la gestión del proyecto en general. Estas habilidades suelen desarrollarse con el tiempo y la experiencia profesional.

Además, a menudo los diseñadores emergentes carecen de herramientas específicas, recursos gráficos accesibles y redes de apoyo colaborativo, elementos esenciales para llevar a cabo proyectos reales con eficiencia. Actualmente, no existe una aplicación digital que facilite al diseñador el diagnóstico, la administración y el seguimiento de sus proyectos, ni que ofrezca una comunidad colaborativa con acceso a recursos gráficos gratuitos.

Por lo tanto, es necesario desarrollar una herramienta digital que permita a los profesionales del diseño gestionar de manera integral sus proyectos, proporcionando apoyo en el diagnóstico, la administración y el seguimiento, y que además facilite una red colaborativa entre diseñadores con una biblioteca de recursos gráficos gratuitos.

3. Alcances y limitantes

3.1 Alcances

Este proyecto está diseñado para ofrecer a los profesionales y estudiantes de diseño una herramienta que los respalde en el proceso de diagnóstico y seguimiento de proyectos. A continuación, se detallan los principales alcances:

- **Funcionalidad de diagnóstico guiado**

La aplicación incluirá cuestionarios base segmentados por diferentes áreas de diseño (por ejemplo, diseño gráfico, diseño web, branding, entre otros). Estos cuestionarios servirán como una guía para realizar preguntas clave y estructurar la información obtenida, con el fin de desarrollar propuestas personalizadas y bien fundamentadas para los clientes.

- **Red de colaboración y recursos**

Además del diagnóstico, la herramienta ofrecerá una red de apoyo entre diseñadores, permitiendo el intercambio de recursos gráficos gratuitos, tales como íconos, tipografías, plantillas, y otros elementos esenciales para el diseño. Esto permitirá a los usuarios ahorrar tiempo y mejorar la calidad de sus proyectos, además de facilitar la colaboración en proyectos conjuntos.

- **Seguimiento de proyectos**

La aplicación brindará una estructura de seguimiento para gestionar los avances de cada proyecto. Esto ayudará a los diseñadores a mantener un flujo de trabajo organizado, registrar revisiones de cliente, y facilitar la planificación de futuras fases de desarrollo.

3.2 Limitantes

Algunas limitantes que podrían afectar el desarrollo o funcionamiento del proyecto son

1. Recopilación de información

Para crear un diseño óptimo de la aplicación, es crucial obtener datos de primera mano a través de entrevistas con clientes y diseñadores. Sin embargo, estos datos dependen de la disposición y tiempo de los entrevistados, lo cual puede retrasar el proceso de diseño. La falta de respuestas oportunas podría afectar el cronograma y la estructura de la aplicación.

2. Etapas de prueba con usuarios limitados

En una primera fase, el acceso a la herramienta estará restringido a un grupo reducido de usuarios beta. Esto permitirá realizar pruebas e iteraciones para pulir la experiencia de usuario y detectar posibles fallos. Sin embargo, esta disponibilidad limitada implica que la aplicación no alcanzará de inmediato a todos los posibles usuarios interesados, lo cual podría retrasar la adopción masiva de la herramienta.

3. Dependencia de recursos financieros externos

La realización del proyecto requiere inversión externa para cubrir costos de desarrollo, operación y promoción. Esta dependencia significa que se debe trabajar dentro de un marco temporal definido para cumplir con los plazos acordados, lo cual podría limitar las mejoras y expansiones del proyecto en caso de contratiempos financieros.

4. Compatibilidad y actualización continua

La aplicación deberá ser compatible con diferentes dispositivos y sistemas operativos, cada uno con sus propios requisitos técnicos. Para evitar problemas de compatibilidad, se requiere un mantenimiento constante y actualizaciones periódicas, lo cual implica tiempo y recursos adicionales. Si la aplicación no se adapta a las nuevas versiones de los sistemas operativos, corre el riesgo de quedar obsoleta, limitando así su disponibilidad y alcance.

4. Justificación

La creación de esta aplicación responde a una necesidad clara en el campo del diseño gráfico, particularmente entre recién egresados y practicantes que inician sus primeros proyectos profesionales. Actualmente, no existe una herramienta que ofrezca un acompañamiento completo, desde el diagnóstico hasta el seguimiento de proyectos de diseño. Los *briefs* genéricos suelen ser limitantes, ya que no permiten un diagnóstico profundo de las necesidades específicas del cliente, lo que puede afectar la precisión y efectividad de las propuestas.

Además, un diseñador principiante puede enfrentar desafíos al momento de reunir recursos gráficos o acceder al apoyo de expertos en áreas afines, como el marketing y la publicidad, que son fundamentales para proyectos integrales. La falta de una red de colaboración y recursos especializados dificulta su capacidad de entregar soluciones completas y de alta calidad.

Este proyecto busca suplir estas carencias ofreciendo una herramienta que, no solo guíe al diseñador a través de distintos tipos de proyectos que podrían surgir en su práctica diaria, sino que también fomente la creación de una comunidad de diseñadores. Esta comunidad permitirá la colaboración en proyectos, el intercambio de asesorías, y la construcción conjunta de un banco de recursos y herramientas gratuitas, facilitando el trabajo profesional de los diseñadores. En conjunto, esta aplicación proporcionará a los nuevos profesionales las bases y el apoyo necesario para desenvolverse con mayor seguridad, eficacia y creatividad en el ámbito laboral.

5. Objetivos

5.1 Generales

1. Diseñar una aplicación móvil que funcione como guía y soporte para diseñadores gráficos, incorporando una metodología e instrumentos prácticos que faciliten el diagnóstico y el seguimiento de diversos tipos de proyectos de diseño.

5.2 Específicos

1. Investigar teorías y modelos relevantes sobre la gestión del diseño en entornos empresariales, con el fin de adaptar los principios más efectivos a la estructura de la aplicación.
2. Analizar metodologías existentes para el diagnóstico y seguimiento de proyectos de diseño gráfico, identificando aquellas que puedan integrarse de manera práctica en la herramienta.
3. Desarrollar una biblioteca de recursos gratuitos accesible dentro de la aplicación, que permita a los diseñadores encontrar elementos gráficos esenciales para sus proyectos, como plantillas, iconos, y tipografías.
4. Crear una red de colaboración donde diseñadores de distintas especialidades puedan conectarse, compartir conocimientos, y trabajar en proyectos conjuntos, fomentando una comunidad de apoyo y talento multidisciplinario.

6. Selección de metodología creativa

El desarrollo de una marca y sus herramientas requiere una metodología bien definida, que consiste en la sistematización de procedimientos y técnicas necesarias para alcanzar resultados eficaces y positivos.

“El uso de un método es el hilo conductor que nos permite fluir en el proceso creativo. El método ayuda al diseñador a obtener información valiosa para el trabajo, optimiza el tiempo y los recursos” (Bonsiepe, 1978, p. 978).

La metodología que se emplea es propuesta por el Centro de Arquitectura de Chicago, la cual se enfoca en la resolución de problemas, dividiendo proyectos complejos en pasos manejables. Profesionales de diversas disciplinas utilizan este proceso para aplicar soluciones innovadoras a desafíos del mundo real, aprovechando la creatividad y fomentando la colaboración.

La metodología seleccionada consta de los siguientes seis pasos (Morrison, 2016)

1. Definir el problema

Se inicia con una descripción clara del tema, identificando la problemática a resolver, la justificación del proyecto y sus objetivos. Esto servirá como base para entender a fondo las necesidades del usuario y el propósito de la aplicación.

2. Recolectar información

En esta fase, se obtienen datos de usuarios y clientes para desarrollar los contenidos de la aplicación. Se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva y se recopilará información de múltiples fuentes para construir un conocimiento sólido sobre el problema y su contexto.

3. Lluvia de ideas y análisis de datos

Se analizará y organizará toda la información obtenida para identificar patrones y posibles soluciones. La generación de ideas será clave para explorar enfoques creativos y plantear soluciones viables.

4. Desarrollo de soluciones

En esta etapa, se diseña la estructura de la aplicación, su identidad visual y se elabora un prototipo inicial. Este paso incluye tanto el aspecto funcional como el estético de la herramienta, asegurando que cumpla con los objetivos planteados.

5. Presentar ideas y recibir *feedback*

El prototipo de la aplicación será presentado a un grupo de expertos y usuarios meta para obtener retroalimentación. Se tomarán en cuenta las áreas de oportunidad y recomendaciones que surjan para realizar ajustes y mejoras necesarias.

6. Mejorar el proyecto

Finalmente, se implementarán las mejoras identificadas a partir de la retroalimentación recibida, optimizando la funcionalidad, usabilidad y diseño de la aplicación para ofrecer una experiencia de usuario de alta calidad.

7. Cronograma del proyecto

El propósito de la gestión de proyectos es planificar, organizar, dirigir y controlar los eventos asociados al proyecto, dentro de un escenario de tiempo, costo y calidad predeterminados. (Pastor, 2009)

En este apartado se detalla la planificación de las diferentes fases del proyecto. La información completa se encuentra representada en la imagen adjunta más adelante (Figura 1), lo que permite visualizar mejor el flujo y las fechas clave de cada actividad.

Etapa 1: Definir el problema

Durante esta etapa, el objetivo principal es establecer las bases y fundamentos necesarios para abordar el tema elegido. Esto incluye la definición de la problemática actual, así como una justificación que explique la relevancia e importancia de encontrar una solución. Además, se identificarán las posibles limitantes y alcances del proyecto, se establecerán los objetivos generales y específicos, y se seleccionará la metodología que guiará el desarrollo del trabajo.

Etapa 2: Recolectar información

En esta etapa se organiza e inicia la investigación para recolectar información fundamental. Se elabora un cronograma de trabajo dividido en sub-etapas, con tareas específicas y fechas límite para asegurar un flujo de trabajo eficiente. Se investigarán antecedentes relevantes para entender qué se ha hecho previamente, y se realizará una evaluación comparativa para identificar puntos de mejora y oportunidades. Esta investigación permitirá desarrollar un modelo de negocio que detalle al usuario objetivo, la propuesta de valor, canales de comunicación, recursos necesarios, costos e ingresos estimados.

Etapa 3: Lluvia de ideas y análisis

Con la información recolectada y analizada, se realizará una lluvia de ideas para definir soluciones creativas y viables. Se evaluarán diferentes alternativas, buscando aquella que mejor se ajuste a los recursos disponibles y a las necesidades de los usuarios. Una vez

seleccionada la solución, se definirá la identidad del proyecto, incluyendo su nombre y conceptos base.

Etapas 4: Desarrollo de soluciones

En esta fase, se trabajará en los primeros borradores de la aplicación, considerando aspectos esenciales de usabilidad y experiencia de usuario. Se diseñarán los flujos de navegación que guiarán al usuario y se creará la identidad visual. Asimismo, se definirá la estrategia de branding y publicidad.

Etapas 5: Presentación de ideas y obtención de *feedback*

Aquí se desarrollará un prototipo funcional de la aplicación para evaluar la experiencia de usuario y el cumplimiento de los objetivos. Se realizarán pruebas de usabilidad y se identificarán áreas de mejora.

Etapas 6: Mejora continua del proyecto

La mejora continua es clave para el éxito de cualquier herramienta digital. Esta etapa es la más extensa, ya que implicará iteraciones y actualizaciones constantes para optimizar la funcionalidad, la experiencia de usuario y el valor de la aplicación en el tiempo. Durante esta fase también se evaluarán los resultados iniciales, se plantearán conclusiones sobre el logro de los objetivos planteados y se identificarán nuevas áreas de oportunidad para futuros desarrollos.

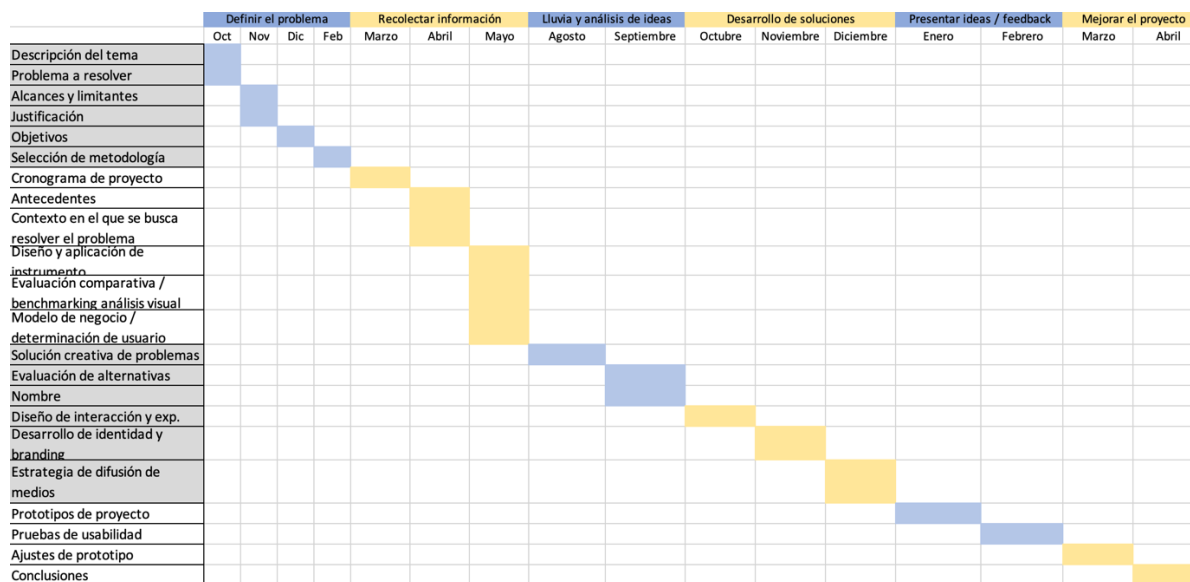


Tabla 1: Cronograma del proyecto

8. Antecedentes

El diagnóstico es un proceso esencial en la toma de decisiones dentro de una empresa, ya que permite transformar la incertidumbre en conocimiento, lo cual es clave para una adecuada gestión. Como menciona Valdez Rivera (1998, citado en Braidot, Formento, y Nicolini, 2003, p.4), “el diagnóstico es un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de incertidumbre a conocimiento, para lograr una adecuada gestión”, lo que refleja la importancia de contar con una herramienta precisa para evaluar situaciones y tomar decisiones informadas.

En el ámbito del diseño gráfico, el proceso de diagnóstico también juega un papel crucial. Un buen diagnóstico inicial permite que los diseñadores comprendan el contexto del cliente, sus necesidades y los alcances del proyecto. Herramientas como el brief, entrevistas y cuestionarios son fundamentales en esta fase, ya que permiten obtener la información necesaria para tomar decisiones fundamentadas.

Según Moyasevich (2007, p.7), “el diagnóstico empresarial tiene el objetivo general de lograr un conocimiento integral de la empresa en un momento dado, visualizando los síntomas, los problemas con sus causas, consecuencias y efectos”. De esta manera, el diagnóstico no solo identifica debilidades y fortalezas, sino que también ofrece recomendaciones estratégicas para proyectar la empresa hacia un estado ideal.

Fernández y Feijoo (2018) indican que el perfil de egreso de los estudiantes de publicidad incluye la capacidad de aplicar estrategias y tácticas para gestionar adecuadamente la comunicación con sus públicos a través de diferentes medios y soportes, especialmente el digital.

La aplicación de metodologías de diagnóstico ha demostrado ser de gran ayuda en proyectos relacionados con el diseño gráfico. Estas metodologías brindan a los diseñadores herramientas sistemáticas para obtener información clave y centrarse en las necesidades principales de cada proyecto, lo que resulta en soluciones más eficientes y acertadas.

Un ejemplo relevante de esta práctica es el trabajo de Ariza y Ramírez (2005) en Argentina, quienes desarrollaron una herramienta para mejorar la gestión del diseño en las PyMEs. La metodología que utilizaron se dividió en varias etapas: diagnóstico integral, asesoría, apoyo, seguimiento y evaluación. En el proceso de asesoría, se ofrecieron recomendaciones específicas basadas en el diagnóstico, y en la fase de seguimiento se midió el impacto de estas recomendaciones. El estudio, realizado en 23 empresas de Morón, mostró que, aunque todas las empresas estaban relacionadas con el diseño gráfico, muchas no contaban con personal especializado, lo que evidencia la necesidad de contar con apoyo externo en esta área.

Según Kotler (2013, p. 38), en el ámbito del marketing, el diagnóstico es clave para construir una imagen de marca sólida y establecer relaciones duraderas con los clientes, ya que el marketing empresarial se enfoca en crear relaciones con los clientes y aprovechar oportunidades del mercado para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

Aguirre (2008) en Colombia, diseñó un plan de marketing estratégico basado en un diagnóstico de empresas del sector de servicios temporales. Este plan identificó variables clave como calidad, precio, cobertura, marca, servicio, postventa y nivel tecnológico, fundamentales para el desarrollo de estrategias que generen una ventaja competitiva. El estudio también mostró que, al igual que en el caso anterior, muchas empresas carecen de personal interno especializado en áreas como marketing y diseño, lo que resalta la importancia de contar con herramientas de diagnóstico efectivas.

Naranjo y Pinto (2020) también contribuyen al campo con una metodología de diagnóstico de marca desde el diseño de la comunicación gráfica. Esta metodología se basa en una serie de pasos: indagación, tratamiento de datos, interpretación, verificación y formalización, permitiendo una evaluación completa del estado de la marca y su comunicación visual.

Para Skolos y Wedell (2012, p.f) “El briefing es clave para definir las oportunidades y las limitaciones del proyecto, ambas igualmente importantes a la hora de encontrar la mejor solución. El proceso comienza con la conversación inicial con el cliente.”

En resumen, existen diversas metodologías de diagnóstico que, cuando se aplican correctamente, ofrecen soluciones efectivas para proyectos de diseño. Estos enfoques no solo ayudan a los diseñadores a comprender mejor las necesidades de sus clientes, sino que también facilitan la implementación de estrategias de marketing y publicidad más alineadas con los objetivos del cliente, lo cual es fundamental para garantizar el éxito y la continuidad del negocio.

9. Contexto en el que se busca resolver la problemática

La aplicación se presenta como una herramienta clave en la etapa inicial de cualquier proyecto de diseño gráfico, específicamente en el proceso de diagnóstico, donde el diseñador debe establecer un primer contacto con el cliente para comprender el contexto y las necesidades del proyecto. Esta herramienta tiene como objetivo agilizar y optimizar el proceso de recolección de datos e información que servirán para ofrecer propuestas efectivas y ajustadas a las necesidades reales del cliente.

El uso de la aplicación está pensado para ser flexible y adaptable a diferentes modalidades de trabajo, ya sea en entornos presenciales o virtuales. En el caso de un encuentro cara a cara, el diseñador podrá utilizarla de manera inmediata para registrar la información durante la entrevista con el cliente. De igual manera, si el contacto es remoto, la aplicación permitirá a los diseñadores gestionar la información sin la necesidad de estar físicamente presentes.

El público objetivo de esta herramienta incluye a practicantes y profesionales recién egresados de diseño gráfico, así como a aquellos de áreas relacionadas, como marketing, publicidad, comunicación visual y otras disciplinas afines. Para todos estos profesionales, la aplicación será un apoyo fundamental para diagnosticar con precisión las necesidades del cliente, abarcando tanto el diseño gráfico como la mercadotecnia, y permitiendo un enfoque integral en los proyectos.

Además, la aplicación podrá adaptarse a una variedad de tipos de proyectos: desde branding, diseño de identidad corporativa y material publicitario, hasta proyectos digitales y de comunicación visual, lo cual la convierte en una herramienta versátil para diferentes especialidades del diseño gráfico. En este sentido, la herramienta tiene el potencial de ser una aliada estratégica para mejorar la eficiencia de los procesos de diagnóstico, facilitando el trabajo del diseñador y mejorando la calidad del servicio que se ofrece a los clientes.

10. Evaluación comparativa / Benchmarking / Análisis visual

En el mercado actual existen diversas herramientas que, aunque no están específicamente diseñadas para el diagnóstico en el campo del diseño gráfico, ofrecen funcionalidades de gestión de proyectos, seguimiento de clientes y entrevistas. Sin embargo, ninguna de estas herramientas se enfoca en las necesidades específicas de los diseñadores gráficos ni en la integración de un diagnóstico detallado de proyectos de diseño.

1. **Atlassian:** es una herramienta popular utilizada principalmente en la gestión de proyectos, con funciones como control de entrevistas con clientes y administración de calendarios. Sin embargo, aunque es eficiente para la organización y planificación de proyectos, no ofrece una funcionalidad especializada para el área del diseño gráfico o marketing. Esta plataforma es de pago, lo que puede limitar su accesibilidad para diseñadores independientes o pequeñas agencias. *(Ver Figura 2)*

Ventajas:

- Permite gestionar tareas y clientes de forma estructurada.
- Herramientas colaborativas en equipo.

Desventajas:

- Carece de funciones específicas para diagnósticos en el ámbito de diseño.
- Requiere suscripción de pago.

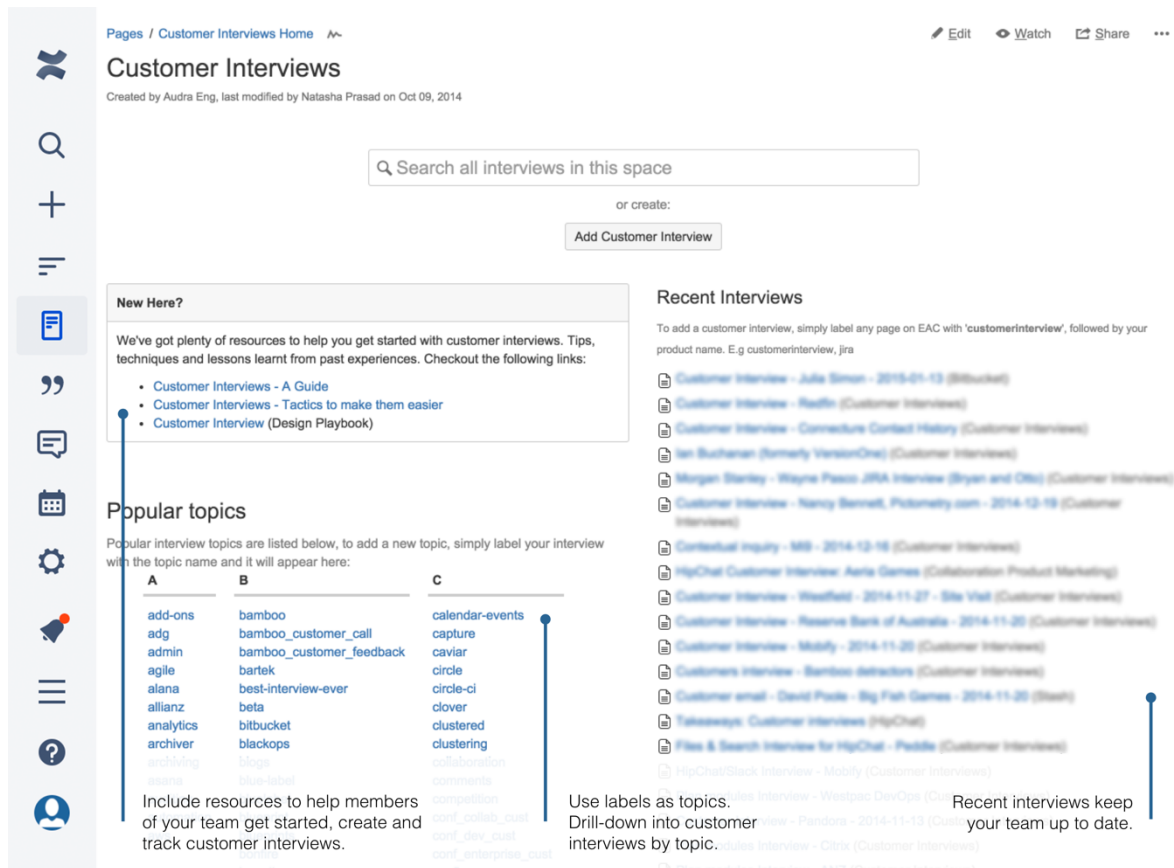


Figura 1: Módulo de entrevistas para clientes de Atlassian (<https://www.atlassian.com>) (Oct,2023).

2. **Ntask:** es un software de gestión de proyectos enfocado en equipos de trabajo. Ofrece funciones útiles como la planificación de proyectos, manejo de presupuestos y la asignación de recursos. Sin embargo, no incluye herramientas diseñadas para hacer un diagnóstico en proyectos de diseño gráfico ni para facilitar el trabajo en la fase inicial de un proyecto de diseño. Esta herramienta también es de pago, lo que la convierte en una opción más costosa para diseñadores independientes.

Ventajas:

- Ofrece funciones de planificación de proyectos y presupuesto.
- Buena herramienta para equipos de trabajo colaborativos.

Desventajas:

- No tiene herramientas específicas para el diagnóstico de necesidades de diseño gráfico.
- También es una herramienta de pago.

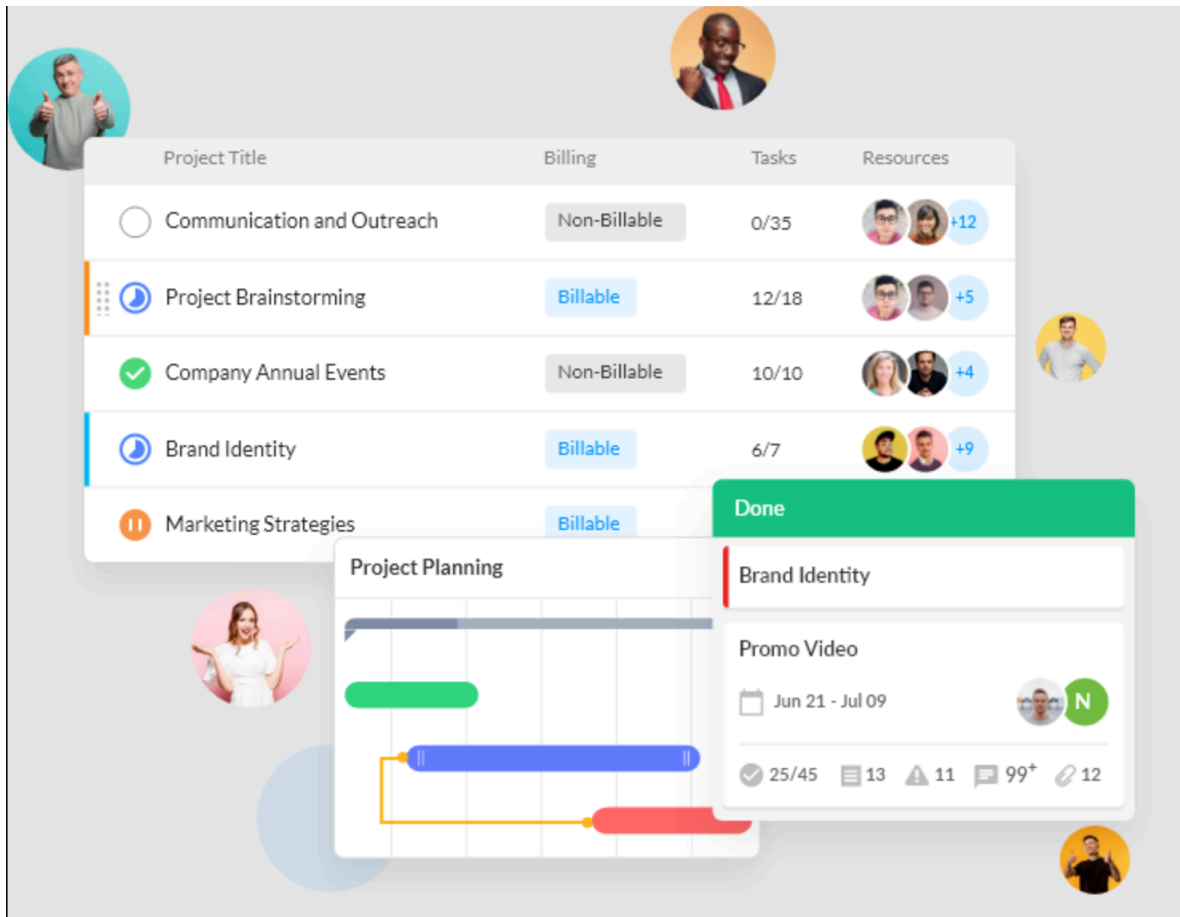


Figura 2: Compilación de herramienta Ntask (<https://www.ntaskmanager.com>) (Oct,2023).

3. **Trello:** es una plataforma basada en la web que simula tableros de trabajo, donde los usuarios pueden gestionar tareas y proyectos mediante tarjetas y listas. Aunque es muy útil para la organización de tareas, no tiene un módulo específico para el diagnóstico de clientes ni para el análisis de proyectos de diseño gráfico. Además, las extensiones avanzadas de pago tampoco incluyen herramientas específicas para los primeros pasos en el diagnóstico de necesidades de diseño.

Ventajas:

- Gran facilidad de uso para la gestión de tareas.
- Extensiones disponibles para personalizar el flujo de trabajo.

Desventajas:

- Falta de funcionalidad para diagnóstico en proyectos de diseño gráfico.
- Las funciones avanzadas son de pago

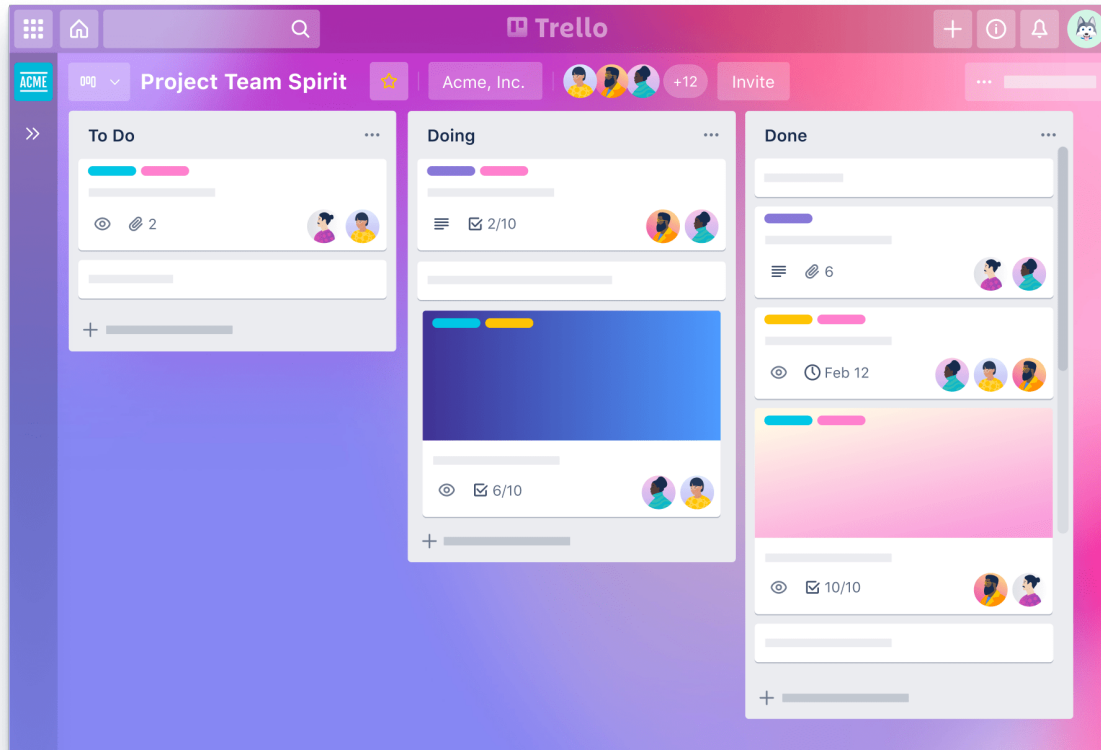


Figura 3: Reticula de trabajo de Trello a manera de tarjetas (<https://trello.com>) (Oct,2023).

10.1 Conclusión del análisis comparativo

Aunque las herramientas como **Atlassian**, **Ntask** y **Trello** son útiles para la gestión general de proyectos y el control de tareas, ninguna de ellas está específicamente orientada a resolver el desafío del diagnóstico en proyectos de diseño gráfico. Estas plataformas, si bien son eficaces para la organización de actividades y el manejo de recursos, no cuentan con módulos adaptados al proceso de recopilación y análisis de información en la etapa inicial de los proyectos de diseño.

A diferencia de estas herramientas, la propuesta de esta aplicación se centra en proporcionar un diagnóstico detallado, específicamente en el contexto de diseño gráfico y marketing, permitiendo a los diseñadores obtener la información precisa desde el inicio del proyecto y contar con una red de apoyo colaborativo. Este enfoque especializado es lo que diferencia la propuesta y responde a una necesidad no cubierta por las opciones existentes.

11. Modelo de negocio / determinación de usuario

El **modelo Canvas** es una herramienta estratégica utilizada para visualizar los componentes clave de un negocio. Este modelo permite a los emprendedores comprender y definir de manera clara todos los aspectos que afectan el desarrollo de la empresa, desde la propuesta de valor hasta los costos operativos. Al aplicar este modelo a la aplicación propuesta para diseñadores gráficos, es posible organizar de manera eficiente la información necesaria para llevar el proyecto de la conceptualización a la implementación.

11.1 Componentes del Modelo Canvas aplicado a Brief Studio

1. Socios clave

- **Profesionales de Marketing y Diseño gráfico**
Expertos que brindan información valiosa sobre la industria y las necesidades del cliente en el sector del diseño gráfico y marketing.
- **Clientes potenciales o existentes**
Empresas o individuos que se beneficiarán directamente de la herramienta, ayudando a definir los servicios y funcionalidades clave.
- **Usuarios que nos den retroalimentación de la aplicación**
Aquellos que interactúan con la aplicación y proporcionan comentarios para mejorar su funcionalidad y experiencia.

2. Actividades clave

- **Aplicar y obtener información de las encuestas**

Recopilar datos relevantes de profesionales y clientes para guiar el desarrollo de la herramienta de diagnóstico.

- **Generar un diagnóstico de diseño a las empresas**

Utilizar las encuestas y la información recopilada para crear diagnósticos detallados y personalizados para los clientes.

- **Publicar en tiendas de aplicaciones móviles**

Asegurar la publicación de la aplicación en plataformas como Google Play y App Store para facilitar su descarga y uso.

3. Propuesta de valor

- **Herramienta de diagnóstico para el diseño gráfico en las empresas**

Una solución digital para realizar diagnósticos rápidos y precisos sobre las necesidades de diseño gráfico en las empresas.

- **Guía para entrevistas y resultados para realizar estrategias pertinentes**

Proporciona un marco estructurado para entrevistas y ofrece resultados que ayudan a generar estrategias de diseño efectivas.

- **Registro y administración de entrevistas con clientes**

Funcionalidad para registrar todas las interacciones con los clientes y hacer un seguimiento de los diagnósticos generados.

- **Herramienta de consulta posterior al diagnóstico**

La aplicación proporciona acceso continuo al diagnóstico, lo que facilita la implementación de estrategias y su evaluación a largo plazo.

4. Relación con el Cliente

- **Empatía y eficiencia en lo que promete la aplicación**

La aplicación debe ser intuitiva, fácil de usar y cumplir con las expectativas de los usuarios.

- **Apoyo al cliente para generar un diagnóstico**

Asegurar un soporte efectivo, brindando asistencia tanto técnica como en el proceso de diagnóstico.

5. Segmentos de Clientes

- **Profesionales de Diseño gráfico o carreras afines**

Especialistas que necesitan una herramienta eficaz para realizar diagnósticos de diseño gráfico y ofrecer soluciones a sus clientes.

- **Pequeñas Agencias de diseño**

Equipos de diseñadores que necesitan un sistema organizado para realizar diagnósticos de diseño para sus clientes y optimizar su trabajo.

- **Estudiantes y recién egresados en Diseño**

Aquellos que están iniciando su carrera y necesitan una guía estructurada para realizar diagnósticos y tomar decisiones informadas.

6. Recursos clave

- **Encuestas a profesionales de Diseño**

Recolectar opiniones y necesidades específicas de los diseñadores gráficos para garantizar que la herramienta cumpla con sus expectativas.

- **Encuestas a clientes**

Obtener la perspectiva de las empresas y sus necesidades en cuanto a la evaluación de diseño, para que la herramienta sea útil y relevante.

- **Plataforma en la que se diseñará la aplicación**

Utilizar las mejores tecnologías para el desarrollo de la aplicación móvil, asegurando estabilidad y rendimiento.

- **Recursos humanos (Programadores, Diseñadores, etc.)**

El equipo clave de desarrolladores y diseñadores UX/UI para crear una experiencia fluida y funcional.

7. Canales

- **Redes sociales de diseño**

Utilizar plataformas como Instagram, LinkedIn y Dribbble para generar interés y atraer a los usuarios clave de la industria.

- **Eventos de diseño y marketing**

Participación en conferencias y seminarios de diseño y marketing para promocionar la aplicación y generar nuevas oportunidades de negocio.

- **Cursos afines**

Colaboraciones con instituciones educativas o plataformas de aprendizaje en línea, para llegar a estudiantes y recién graduados.

- **Publicidad**

Campañas pagadas a través de anuncios en redes sociales, Google Ads, y publicidad en sitios web de diseño gráfico y marketing.

8. Estructura de costes

- **Desarrollador de app**

\$50,000 MXN mensuales aproximadamente, para cubrir el desarrollo y mantenimiento de la aplicación.

- **Diseñador UX/UI**

\$30,000 MXN mensuales aproximadamente, para garantizar que la aplicación sea fácil de usar y visualmente atractiva.

- **Diseñador de identidad y branding**

\$30,000 MXN mensuales aproximadamente, para crear una identidad visual coherente y atractiva para la aplicación.

- **Estrategia de marketing**

\$30,000 MXN mensuales aproximadamente, para desarrollar y ejecutar una estrategia de marketing efectiva.

- **Campañas publicitarias en redes sociales**

\$2,000 MXN al mes aproximadamente, para cubrir los gastos en publicidad dirigida a la audiencia objetivo.

9. Estructura de ingresos

- **Descarga de la aplicación (precio fijo, pago único)**

Los usuarios pagan una tarifa única por descargar la aplicación desde las tiendas de aplicaciones (Google Play, App Store).

- **Patrocinios**

Ingresos generados a través de colaboraciones o acuerdos con marcas relacionadas con el diseño gráfico y marketing, que promuevan sus productos en la aplicación.

- **Publicidad**

Generación de ingresos por anuncios dentro de la aplicación, relacionados con el diseño gráfico, software, y otras herramientas útiles para los diseñadores.

12. Determinación del usuario ideal

En el desarrollo de Brief Studio, se empleó la técnica de user personas para definir al usuario ideal de la aplicación.

Los user personas son representaciones ficticias, basadas en datos reales, que describen a los diferentes tipos de usuarios que interactuarán con un producto. Estas representaciones permiten identificar sus necesidades, objetivos y comportamientos, lo que facilita diseñar soluciones centradas en el usuario.

12.1 Importancia de los user personas en el desarrollo de Brief Studio

El uso de user personas beneficia el proceso de diseño al:

1. **Comprender mejor al usuario final:** Se identifican sus expectativas, frustraciones y metas.
2. **Focalizar el diseño:** Ayudan a priorizar funcionalidades y experiencias que resuelvan los problemas reales del usuario.
3. **Validar decisiones de diseño:** Las características y flujo de la aplicación se alinean con escenarios realistas de uso.
4. **Comunicar ideas al equipo:** Un *user persona* sirve como referencia compartida para todos los involucrados en el proyecto.

12.2 Usuarios identificados para Brief Studio

Se definieron tres user personas clave, representando a los principales segmentos de usuarios de la aplicación:



Figura 4: Desarrollo de user persona 1.



Figura 5: Desarrollo de user persona 2.



Figura 6: Desarrollo de user persona 3.

12.3 Definición del usuario ideal

Con base en los user personas desarrollados, el usuario ideal de *Brief Studio* es aquel profesional del diseño gráfico, independiente o dentro de una agencia, que busca una herramienta intuitiva y eficiente para:

1. Realizar diagnósticos estructurados de proyectos.
2. Optimizar el proceso de entrevistas con clientes.
3. Mejorar la calidad de las propuestas mediante recursos adicionales y una gestión profesional de los proyectos.

Esto incluye a estudiantes, diseñadores novatos y profesionales con experiencia que deseen ahorrar tiempo y ofrecer un servicio más profesional a sus clientes.

12.4 Conclusión

El uso de *user personas* no solo orientó el diseño de la aplicación hacia las necesidades reales de los usuarios, sino que también permitió crear una herramienta versátil y efectiva que responde a los retos actuales en el diagnóstico y cotización de proyectos de diseño gráfico.

13. Resultados de las encuestas

Se realizó una encuesta a 75 profesionales y estudiantes de diseño con el fin de obtener información de valor respecto a la situación actual de los profesionales del diseño en el área de entrevistas y diagnóstico a clientes, así como las herramientas que pueden llegar a estar usando para dicha actividad; las áreas del diseño gráfico en las que se especializan; el costo que destinarían para una herramienta que les sirva de apoyo a la hora de realizar una sesión de briefing con el cliente.

Esta encuesta constó de 9 ítems, siete de ellos con una escala de Likert de 5 niveles en donde las respuestas son: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni en acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo; los otros dos ítems fueron preguntas abiertas. A continuación, se presentan los resultados obtenidos en estas encuestas:

Cuando recién egresé, me resultaba difícil entrevistar a un cliente potencial

73 responses

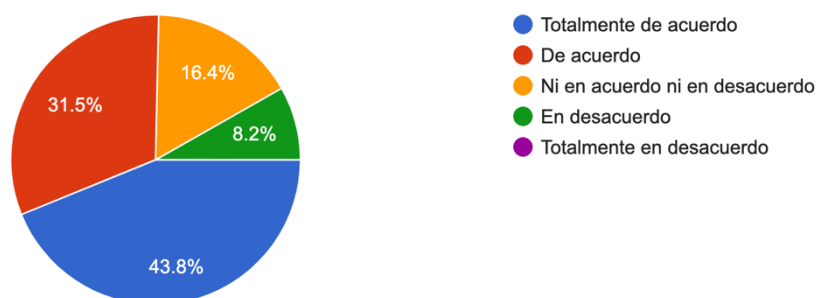


Figura 7: Ítem 1 de encuesta aplicada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 43.8% dijo estar totalmente de acuerdo en que le resultaba difícil entrevistar a un cliente cuando recién egresó, el 31.5% mencionó estar de acuerdo, mientras que el 16.4% menciona que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, y un 8.2% está en desacuerdo.

Actualmente tengo más habilidades para entrevistar a un cliente y realizar un diagnóstico sin ningún tipo de guía

73 responses

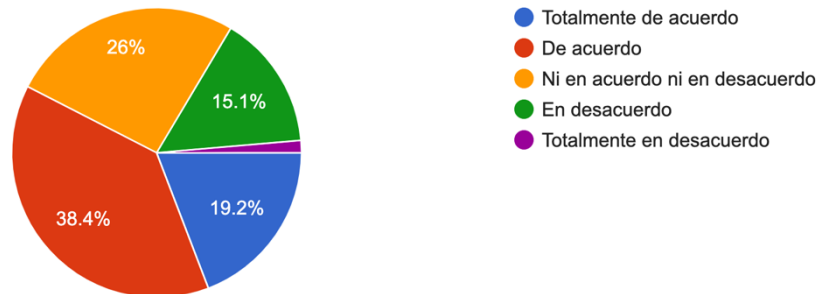


Figura 8: Ítem 2 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 38.4% dijo estar de acuerdo en que actualmente tiene más habilidades para entrevistar a un cliente y realizar un diagnóstico sin ningún tipo de guía, el 19.2% está totalmente de acuerdo, el 26% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 15.1% está en desacuerdo.

Actualmente ya utilizo una herramienta para el diagnóstico del diseño gráfico

72 responses

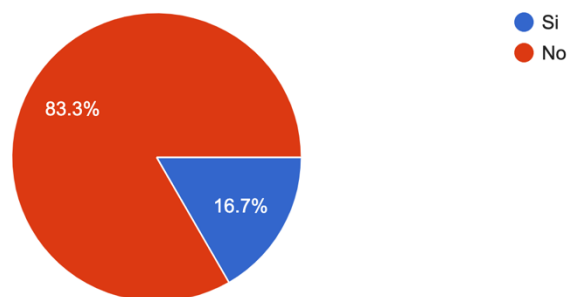


Figura 9: Ítem 3 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 83.3% mencionó que actualmente no utilizan ninguna herramienta para el diagnóstico del diseño gráfico, mientras que el resto 16.7% menciona que sí.

Al preguntar qué herramienta utilizan para el diagnóstico de diseño gráfico, se mencionan algunas que pueden ayudar para la administración de proyectos, pero no en el diagnóstico

en sí, tales como Microsoft teams, Google Forms, softwares de diseño, investigación, entre otras.

Me gustaría contar con una herramienta que me ayude a entrevistar y diagnosticar a un cliente potencial.

73 responses

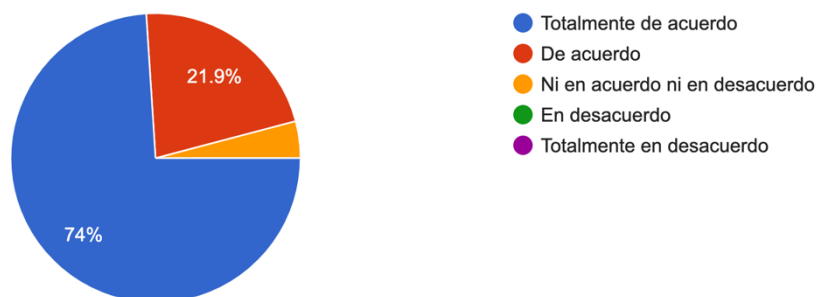


Figura 10: Ítem 4 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 74% está totalmente de acuerdo en que le gustaría contar con una herramienta que le ayude a entrevistar y diagnosticar a un cliente potencial, el 21.9% está de acuerdo y el 4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Si existiera una herramienta para la entrevista y el diagnóstico de un cliente potencial, la utilizaría.

73 responses

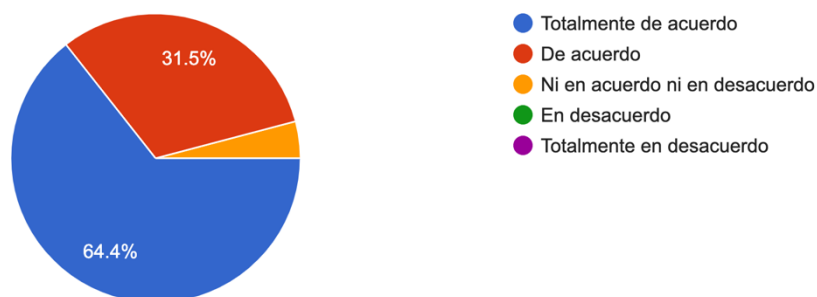


Figura 11: Ítem 5 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 64.4% está totalmente de acuerdo que, si existiera una herramienta para la entrevista y el diagnóstico de un cliente potencial, la utilizarían, el 31.5% está de acuerdo y el 4% menciona que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En caso de que la aplicación tuviera un costo, ¿cuánto estarías dispuesto a pagar por descargarla?
73 responses

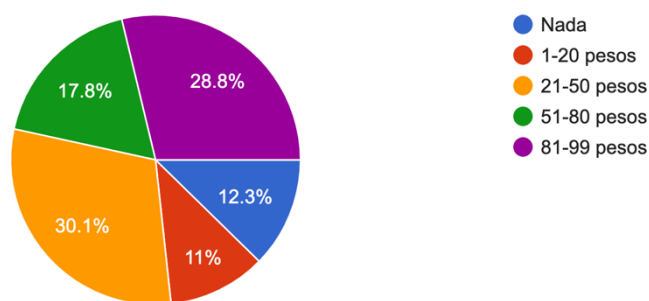


Figura 12: Ítem 6 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 30% estaría dispuesto a pagar entre 21-50 pesos por descargar la aplicación, el 28.8% estaría dispuesta a pagar entre 81-99 pesos, otro 17.8% estaría dispuesta a pagar entre 51-80 pesos, el 12.3% no estaría dispuesto a pagar por la aplicación y el 11% estaría dispuesta a pagar entre 1-20 pesos.

¿Te gustaría que la aplicación abarcara cuestionarios guía para cada una de las áreas del diseño gráfico o del diseño gráfico en general?
73 responses

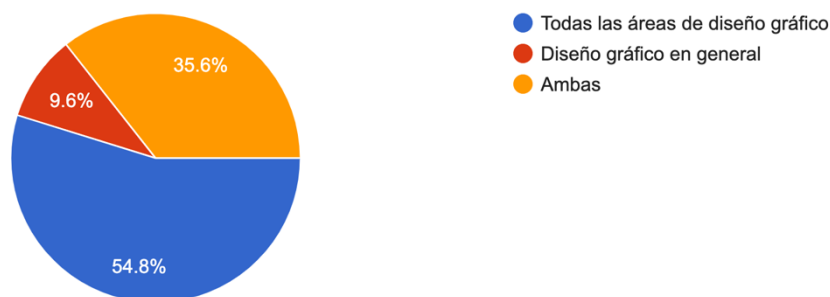


Figura 13: Ítem 7 de encuesta realizada a profesionales y estudiantes de diseño gráfico.

El 54.8% dice que le gustaría que la aplicación abarcara cuestionarios guía para cada una de las áreas del diseño gráfico, otro 35.6% dice que le gustaría que la aplicación abarcara un cuestionario guía para el diseño gráfico en general y también uno por cada área del diseño gráfico, mientras que a un 9.6% le gustaría que solamente se incluyera cuestionario para el diseño gráfico en general.

El ítem 8 consistió en realizar la pregunta abierta: **¿En qué área de diseño gráfico te especializas?**

Los encuestados respondieron:

- Diseño Web
- Branding y Editorial
- Diseño Publicitario

El ítem 9 consistió en realizar la pregunta abierta: **¿Cuáles serían tus recomendaciones para realizar una aplicación de diagnóstico del diseño gráfico?**

Los encuestados sugieren que la aplicación debe ser:

- Clara, intuitiva y funcional.
- Dividida por etapas del proyecto, facilitando su uso en cada fase del proceso de diseño gráfico.
- Enfocada en la experiencia del usuario (UX/UI), para garantizar que sea fácil de usar para todos los tipos de usuarios.
- Incluir la navegación adecuada y garantizar que cubra todas las etapas del proyecto de diseño gráfico.

13.1 Interpretación y hallazgos

Interpretación ítem 1: La mayoría de los encuestados indica que los diseñadores novatos tienen dificultades al momento de realizar entrevistas con clientes, lo que muestra una necesidad de apoyo en esta área.

Interpretación ítem 2: Aunque algunos se sienten más capacitados para realizar diagnósticos, aún existe una proporción significativa que no tiene confianza en hacerlo sin apoyo, lo que resalta la oportunidad para proporcionar una herramienta que guíe el proceso.

Interpretación ítem 3: Existe una gran necesidad de una herramienta específica para el diagnóstico de diseño gráfico, ya que la mayoría no usa ninguna herramienta especializada.

Interpretación ítem 4: Hay un fuerte interés en la creación de una herramienta especializada que ayude en las entrevistas y diagnósticos de diseño gráfico.

Interpretación ítem 5: La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a adoptar una herramienta de diagnóstico, lo que valida la viabilidad de la aplicación propuesta.

Interpretación ítem 6: La mayoría de los encuestados está dispuesta a pagar una cantidad razonable por la aplicación, lo que sugiere que hay un mercado dispuesto a invertir en una herramienta de este tipo.

Interpretación ítem 7: Hay un claro interés en que la herramienta cubra áreas específicas del diseño gráfico, lo que permite personalizar los diagnósticos según el tipo de proyecto o área de especialización.

Interpretación ítem 8: Estas áreas deberían ser prioritarias en el desarrollo de la herramienta, ya que son las más relevantes para los usuarios

Interpretación ítem 9: Estos comentarios deberán ser tomados en cuenta a la hora de realizar la interfaz y prototipo.

Los resultados obtenidos revelan una serie de patrones y necesidades claves que validan la propuesta de crear una herramienta de diagnóstico de diseño gráfico. A continuación, se describen los puntos clave de los datos obtenidos:

1. Existen desafíos en las entrevistas iniciales con clientes

- **Contexto:** Para un recién egresado, la dificultad al momento de entrevistar a un cliente es un desafío común entre los diseñadores. Esto se refleja en el hecho de que un alto porcentaje de los encuestados (43.8%) menciona que tenía dificultades al principio de su carrera. El desafío principal parece radicar en la falta de experiencia y las habilidades necesarias para comprender las expectativas del cliente de manera clara y eficaz.
- **Implica:** La necesidad de una herramienta que facilite la entrevista inicial, proporcionando una estructura guía que permita a los diseñadores novatos o con menos experiencia sentirse más seguros al interactuar con los clientes. Esto también beneficiaría a los diseñadores experimentados al agilizar el proceso.

2. Incremento de confianza con la experiencia

- **Contexto:** Un 38.4% de los encuestados indican que ahora tienen más confianza para realizar entrevistas y diagnósticos sin la necesidad de una guía. Sin embargo, una proporción considerable (26%) sigue sin estar completamente segura de sus habilidades, lo que sugiere que aún hay áreas de mejora en el proceso de diagnóstico de diseño.
- **Implica:** Aunque los diseñadores mejoran sus habilidades con el tiempo, una herramienta de apoyo facilitaría aún más este proceso y aseguraría un enfoque más sistemático y efectivo al diagnóstico. La herramienta no solo serviría para principiantes, sino también para aquellos diseñadores experimentados que prefieren contar con una referencia estructurada y profesional.

3. Ausencia de herramientas específicas para diagnóstico de diseño

- **Contexto:** El 83.3% de los encuestados revela que actualmente no utilizan ninguna herramienta especializada para el diagnóstico de diseño gráfico. Las herramientas que mencionan, como Google Forms o Microsoft Teams, son útiles para la organización de proyectos, pero no están específicamente diseñadas para ayudar en la toma de decisiones de diseño o en el análisis de las necesidades de los clientes.
- **Implica:** Esto resalta una gran oportunidad de mercado para una herramienta de diagnóstico dedicada al diseño gráfico. Los diseñadores parecen estar buscando una solución más específica y profesional que les ayude a estructurar el diagnóstico de sus clientes y dirigir las decisiones de diseño de forma más eficiente.

4. Interés en una herramienta de diagnóstico

- **Contexto:** Un porcentaje alto de los participantes (74%) está interesado en contar con una herramienta que les ayude a realizar entrevistas y diagnósticos a clientes potenciales. De igual forma, el 64.4% indicaron que estarían dispuestos a usar una aplicación de este tipo si estuviera disponible.
- **Implica:** La disposición a adoptar una nueva herramienta parece sólida. Existe un interés real por parte de los diseñadores en herramientas que faciliten el proceso de diagnóstico y las entrevistas, lo que justifica el desarrollo de una aplicación centrada en estas funcionalidades. Además, esto sugiere que los diseñadores están buscando formas de optimizar sus procesos y mejorar su relación con los clientes.

5. Disposición a pagar por la aplicación

- **Contexto:** La encuesta muestra que los encuestados están dispuestos a pagar por la herramienta, con el 30% dispuesto a pagar entre 21 y 50 pesos, y un 28.8% dispuesto a pagar entre 81 y 99 pesos. La mayoría parece abierta a una inversión moderada para adquirir una herramienta que facilite su trabajo diario.
- **Implica:** Existe un mercado dispuesto a pagar una tarifa accesible por una herramienta que ofrezca un valor significativo en la mejora de sus procesos de diagnóstico. Esto indica que una estrategia de precios accesibles podría ser efectiva,

especialmente si la herramienta ofrece soluciones prácticas y fáciles de implementar en su flujo de trabajo.

6. Preferencias en el tipo de contenido de la aplicación

- **Contexto:** La mayoría de los encuestados (54.8%) prefieren que la herramienta incluya cuestionarios específicos para cada área del diseño gráfico (como branding, diseño web, editorial, etc.). Otros prefieren una combinación de cuestionarios generales y específicos (35.6%), mientras que un pequeño porcentaje opta por una solución más sencilla.
- **Implica:** Los diseñadores valoran una herramienta personalizada que se ajuste a las diversas disciplinas dentro del diseño gráfico. Esto sugiere que la aplicación debe ser modular, permitiendo a los usuarios elegir entre diferentes cuestionarios según el área del proyecto en el que estén trabajando, con un enfoque en la personalización y la especialización.

7. Áreas del diseño gráfico más demandadas

- **Contexto:** Las áreas más mencionadas por los encuestados incluyen Diseño Web, Branding, y Diseño Editorial y Publicitario. Estas áreas son las más relevantes en el mercado actual y las que tienen un mayor enfoque dentro de la comunidad de diseñadores.
- **Implica:** La herramienta debe priorizar estas áreas clave del diseño gráfico, proporcionando cuestionarios y diagnósticos que sean relevantes para cada una. Además, debería facilitar la recopilación de información sobre necesidades y objetivos específicos en estas áreas, para asegurar que los diagnósticos sean aplicables y útiles para los diseñadores en estos campos.

8. Recomendaciones para el desarrollo de la aplicación

Los diseñadores recomiendan que la aplicación sea:

- **Clara, intuitiva y fácil de usar**, lo cual es esencial para que cualquier usuario, incluso aquellos con menos experiencia, pueda utilizarla eficazmente.
- **Dividida en etapas**, lo que sugiere que la herramienta debe adaptarse a las distintas fases del proceso de diseño (por ejemplo, análisis inicial, desarrollo de concepto, revisión con cliente, etc.).
- **Con enfoque en UX/UI**, lo que indica que la interfaz debe ser diseñada pensando en la facilidad de navegación y accesibilidad, lo cual es crucial para la adopción y uso continuo de la herramienta.
- La herramienta debe ofrecer **una experiencia de usuario excelente**, siendo funcional pero también accesible para diseñadores de diferentes niveles. La estructura dividida por etapas del proyecto y la atención al diseño de la interfaz son claves para asegurar que la herramienta sea útil y atractiva para su público objetivo.

13.2 Conclusión

En resumen, los resultados de la encuesta validan de manera contundente la necesidad de una herramienta de diagnóstico para diseñadores gráficos, que no solo ayude en las entrevistas con clientes, sino que también ofrezca una solución estructurada y especializada para diferentes áreas del diseño gráfico.

Los diseñadores buscan simplificar sus procesos, optimizar el tiempo dedicado a las entrevistas y diagnósticos, y mejorar la comunicación con los clientes mediante una herramienta intuitiva, accesible y útil.

El interés y disposición para pagar por dicha herramienta refuerzan la viabilidad de la idea, especialmente si se enfoca en áreas clave del diseño gráfico, personalización en el diagnóstico y una excelente experiencia de usuario.

La aplicación tiene el potencial de transformar la forma en que los diseñadores interactúan con sus clientes, mejorando tanto la eficiencia como la calidad del trabajo realizado.

14. Solución creativa

La solución creativa que se propone, basada en los resultados obtenidos de las encuestas, es el desarrollo de una aplicación móvil específicamente diseñada para facilitar y mejorar el proceso de diagnóstico en proyectos de diseño gráfico, especialmente en la fase inicial de la entrevista con clientes.

Esta aplicación tiene como objetivo proporcionar una herramienta clara, intuitiva y funcional que apoye a los diseñadores gráficos y estudiantes a realizar diagnósticos completos y estructurados para sus proyectos, permitiéndoles generar estrategias pertinentes para sus clientes.

14.1 Características de la solución

1. Cuestionarios específicos para cada área del diseño gráfico

La aplicación incluirá cuestionarios detallados para las principales áreas del diseño gráfico mencionadas en las encuestas, como:

- Diseño Web
- Branding
- Diseño Editorial
- Diseño Publicitario

Además, habrá un cuestionario general para proyectos que no se ajusten a ninguna de estas áreas específicas. De esta manera, la aplicación atenderá a una amplia gama de necesidades dentro del diseño gráfico.

2. Estructura dividida por etapas del proyecto

Para asegurarse de que los usuarios puedan seguir un proceso lógico y organizado, la aplicación estará dividida en etapas clave de un proyecto de diseño gráfico, tales como:

- Entrevista inicial
- Análisis y diagnóstico
- Desarrollo del concepto
- Revisión con cliente

Esta estructura ayudará a guiar al usuario a través de cada fase, asegurando que el diagnóstico cubra todos los aspectos relevantes del proyecto.

3. Interfaz centrada en el usuario (UX/UI)

Se priorizará el diseño de una interfaz sencilla, clara y fácil de usar, con una navegación que permita a los diseñadores, independientemente de su nivel de experiencia, realizar los diagnósticos de manera eficiente y sin complicaciones.

Diseño responsivo que se ajuste bien a diferentes dispositivos móviles, garantizando una experiencia fluida en cualquier plataforma.

4. Capacitación y apoyo en el diagnóstico

La aplicación no solo proporcionará cuestionarios, sino que también podrá guiar al diseñador durante el proceso de entrevista y diagnóstico, ofreciendo sugerencias o recomendaciones basadas en las respuestas dadas.

Esto se convierte en una herramienta de aprendizaje para los diseñadores, particularmente para los recién egresados o aquellos con menos experiencia, quienes pueden sentirse más seguros al contar con un marco de referencia que los apoye en cada fase del proyecto.

5. Accesibilidad y costo moderado

Con base en las respuestas de los encuestados, se ha identificado que un precio entre 81 y 99 pesos es el rango más aceptable para la descarga de la aplicación. Esto asegura que la aplicación sea asequible, pero también refleje el valor que proporcionará a los usuarios.

6. Integración con herramientas de productividad

- La aplicación podrá integrarse con otras herramientas de productividad, como Google Calendar, Trello, o Slack, para que los diseñadores puedan hacer un seguimiento del progreso de sus proyectos y gestionar la relación con los clientes de manera más efectiva.

14.2 Beneficios para los usuarios

- **Mejoras en la eficiencia** de las entrevistas y diagnósticos: Al tener una estructura clara, los diseñadores podrán realizar entrevistas más efectivas y obtener diagnósticos más completos.
- **Herramienta de apoyo para diseñadores novatos:** La aplicación proporcionará una guía útil para aquellos diseñadores recién egresados que aún no tienen mucha experiencia en entrevistas de clientes.
- **Personalización del diagnóstico:** Los diseñadores podrán adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente, gracias a los cuestionarios detallados por área.
- **Optimización del proceso de diseño:** Los diseñadores no solo recibirán información más detallada, sino que también tendrán las bases para crear estrategias más acertadas, alineadas con las expectativas del cliente.

14.3 Conclusión

El desarrollo de una aplicación móvil para el diagnóstico del diseño gráfico representa una solución innovadora y eficiente para resolver los problemas de los diseñadores gráficos al

momento de interactuar con clientes potenciales. La aplicación cubrirá una necesidad latente en el mercado, proporcionando una herramienta de diagnóstico práctica y especializada que facilitará la labor de los diseñadores, optimizando el proceso de entrevistas y la toma de decisiones dentro del proyecto. Este desarrollo, basado en la experiencia y la retroalimentación de los usuarios, promete transformar la manera en que los diseñadores abordan sus proyectos y la relación con sus clientes.

15. Evaluación de alternativas

Al analizar diversas opciones para abordar la problemática de diagnóstico en el diseño gráfico, se consideraron varias alternativas. Una de las opciones evaluadas fue la creación de un manual impreso que incluyera cuestionarios para las diferentes áreas del diseño gráfico y marketing, con un apartado de sugerencias de diagnóstico según las respuestas del cliente. Sin embargo, se descartó por varias razones, las cuales se describen a continuación.

15.1 Desventajas del manual impreso

1. Falta de interactividad

Un manual impreso no permite una interacción dinámica con el usuario. A diferencia de una aplicación digital, no se podría ofrecer retroalimentación inmediata, personalización o ajustes automáticos en función de las respuestas del cliente. Esto limita su utilidad y eficiencia.

2. Dificultad para actualizaciones

Un manual impreso no podría ser actualizado de manera constante y sencilla, lo cual es crucial en un contexto de diseño gráfico y marketing donde las herramientas, tendencias y mejores prácticas cambian con frecuencia. Con una aplicación digital, los cuestionarios y sugerencias pueden ser actualizados al instante, asegurando que el contenido siempre esté alineado con las necesidades actuales del mercado.

3. Acceso limitado

Un manual impreso depende de la disponibilidad física y de que el diseñador lo tenga a mano en todo momento. En comparación, una aplicación móvil ofrece un acceso inmediato desde cualquier lugar y en cualquier momento, facilitando su uso en diferentes contextos y situaciones.

4. Dificultad para recolección de datos

Mientras que en una aplicación digital se pueden recopilar datos de manera automática, un manual impreso requeriría que los resultados se recopilaran manualmente, lo cual es ineficiente y propenso a errores. Además, la recopilación de datos mediante una aplicación permite generar estadísticas y análisis en tiempo real, mejorando la toma de decisiones.

15.2 Conclusión

La opción del manual impreso fue descartada debido a sus limitaciones en cuanto a interactividad, facilidad de actualización, acceso y recolección de datos. La solución más efectiva y adaptable para abordar la problemática de diagnóstico en el diseño gráfico es el desarrollo de una aplicación móvil, ya que ofrece una experiencia más rica, interactiva y flexible, lo que facilita tanto el diagnóstico como la gestión del proyecto de diseño gráfico. La capacidad de actualizar la aplicación, personalizarla según las necesidades de los clientes y ofrecer una experiencia de usuario mucho más ágil hace de la aplicación móvil la opción más adecuada.

16. Nombre de la aplicación

Desde la perspectiva de marketing, podemos definir el nombre de marca como aquella parte de la marca que puede vocalizarse y pronunciarse (Román, 1998). Suele ser el primer elemento de la marca que se diseña y sólo cuando éste existe, empieza a pensarse en un logotipo, un símbolo, un color (Costa, 1987). Además, es el elemento de la marca más utilizado y duradero ya que está presente en la mayor parte de las interacciones que tenemos con una empresa o marca (Lite, 2005).

La creación del nombre de marca es un proceso que comienza con la definición del contenido que quiere comunicarse para, después, buscar la palabra o palabras que mejor lo expresen (Román, 1998).

Para determinar el nombre adecuado de la aplicación, se realizó un proceso creativo de lluvia de ideas que permitió generar varias opciones que pudieran estar alineadas con el propósito y el enfoque de la herramienta. El objetivo era encontrar un nombre claro, memorable y que reflejara la función principal de la aplicación: facilitar el diagnóstico y la gestión de proyectos de diseño gráfico. Las opciones consideradas fueron:

- Brief Studio
- Easy Project
- Graphic Expression
- Freelance Studio

16.1 Evaluación de Opciones

1. Brief Studio:

- **Ventajas:** El término "Brief" está estrechamente relacionado con el proceso de entrevistas y recopilación de información inicial, que es la función principal de la aplicación. "Studio" transmite una sensación profesional y creativa, asociada con el trabajo de diseñadores gráficos y agencias. Además, es un nombre sencillo y directo, fácil de recordar y pronunciar.
- **Desventajas:** No se encontraron

2. **Easy Project:**

- **Ventajas:** Indica facilidad en la gestión de proyectos, lo cual es atractivo, pero resulta menos específico en cuanto al enfoque en el diseño gráfico. Este nombre podría ser confuso para los usuarios que buscan una herramienta especializada en diagnóstico de diseño gráfico.
- **Desventajas:** No refleja con claridad la temática de diseño gráfico y marketing, lo que puede diluir el enfoque de la aplicación.

3. **Graphic Expression:**

- **Ventajas:** Transmite claramente la idea de creatividad y diseño gráfico. Sin embargo, el nombre es algo más abstracto y menos funcional para una herramienta enfocada en el diagnóstico de proyectos.
- **Desventajas:** Es un nombre algo amplio y podría no captar la esencia de la herramienta de diagnóstico de manera tan específica como "Brief Studio."

4. **Freelance Studio:**

- **Ventajas:** Enfatiza el enfoque hacia los freelancers, un segmento relevante para la aplicación. "Studio" da una sensación de profesionalismo.
- **Desventajas:** El término "Freelance" puede limitar el alcance de la aplicación, sugiriendo que solo está dirigida a diseñadores independientes, lo cual puede excluir a agencias o empresas que también necesitarían esta herramienta.

16.2 Nombre seleccionado

Brief Studio fue la opción ganadora debido a su **simplicidad** y **claridad**. El nombre refleja adecuadamente la función principal de la aplicación, que es ayudar a los diseñadores a realizar un "briefing" o diagnóstico inicial con sus clientes. Además, tiene una sonoridad profesional y accesible, lo que lo hace atractivo para una amplia audiencia de diseñadores y agencias de diseño gráfico.

16.3 Conclusión

El nombre **Brief Studio** encapsula de manera efectiva la esencia de la aplicación, y su simplicidad facilita su recordación, haciéndolo una opción ideal para el proyecto.

17. Desarrollo de identidad / branding

17.1 Construcción de marca

La construcción de la marca es un proceso clave para garantizar que la aplicación no solo tenga un propósito claro, sino también una presencia visual que conecte con su público objetivo. En este caso, la identidad visual de Brief Studio busca reflejar la esencia de la aplicación como una herramienta profesional, accesible y creativa para diseñadores gráficos.

Construcción de marca (Branding): Es el proceso de creación, construcción y desarrollo de marca, (Stalman, 2017).

La identidad corporativa es una de las raíces del diseño gráfico al encontrarse presente en diferentes áreas de la profesión; además, está inmersa en nuestro mundo globalizado. (Galván, 2022).

17.2 Concepto de marca

De Chernatony y Dall’Olmo (1998) hicieron un análisis de diferentes estudios publicados hasta esa fecha sobre el concepto de marca, identificando que ésta consta de doce elementos principales, en base a los cuales se han desarrollado las distintas definiciones del concepto. En primer grupo se encuentran aquellas interpretaciones que consideran la marca como un instrumento legal. Otro grupo entiende la marca como un logotipo. En ocasiones también se identifica marca con empresa, mientras que otras veces se considera como una abreviatura. Una quinta corriente se centra en la marca como un elemento reductor del riesgo. También se considera como un sistema de identidad. Otra corriente muy relacionada con el marketing, considera la marca como la imagen que se forma en la mente de los consumidores. En ocasiones se ve como un sistema de valores, se considera que tiene un elemento importante relacionado con la personalidad, se ve también como una relación

entre la empresa y el consumidor, como algo que añade valor o incluso como una entidad en evolución a lo largo del tiempo. (Gallart-Camahort & García, 2019).

Kotler (1992) definió la marca como un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de ellos, dirigidos a identificar los productos y servicios de un vendedor entre un grupo de vendedores y a diferenciarlos de los de la competencia. La marca identifica al vendedor o al fabricante, pero si una empresa gestiona la marca únicamente como un nombre, se pierde todo el sentido de la gestión de la marca (branding). El reto para una empresa, consiste en desarrollar un conjunto de significados profundos que se asocien a su marca (Kotler, 1994).

Kapferer (2004) concibe la marca como una estructura de identidad, compuesta por facetas culturales, de personalidad, de proyección, físicas, reflexivas y de relaciones.

El concepto principal detrás de Brief Studio es que funcione como una libreta digital para diseñadores, un espacio donde puedan **registrar de manera organizada toda la información** proveniente de las entrevistas y diagnósticos realizados con los clientes. La aplicación debe **facilitar la gestión del proyecto** desde la fase inicial, con una serie de cuestionarios guiados que ayuden a los diseñadores a obtener toda la información necesaria de cada cliente de manera eficiente.

17.3 Logotipo

El logotipo de Brief Studio se compone de un imagotipo que juega con la forma de la letra "B" para representar las aspas de una libreta. Este diseño visual hace referencia directa a la acción de escribir y tomar notas, algo fundamental en el proceso de entrevista con los clientes.

17.4 Construcción de símbolo

La letra "B" estilizada, con sus aspas abiertas, simboliza las hojas de una libreta o cuaderno, sugiriendo que la aplicación funciona como un espacio de anotaciones o recopilación de información, crucial para los diseñadores gráficos durante el diagnóstico.

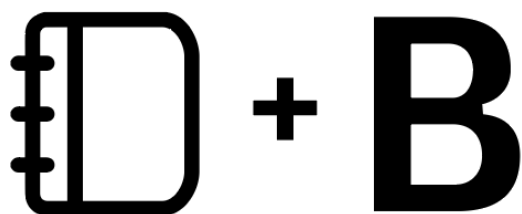


Figura 14: Elementos que conforman el símbolo de Brief Studio.

El diseño visual de la marca busca ser sencillo y atemporal, lo que significa que no se basa en tendencias que puedan quedar obsoletas rápidamente. Esto garantiza que la identidad visual de Brief Studio se mantenga vigente durante un largo período de tiempo, adaptándose a las evoluciones del mercado y las necesidades de los usuarios, pero sin perder su esencia original.

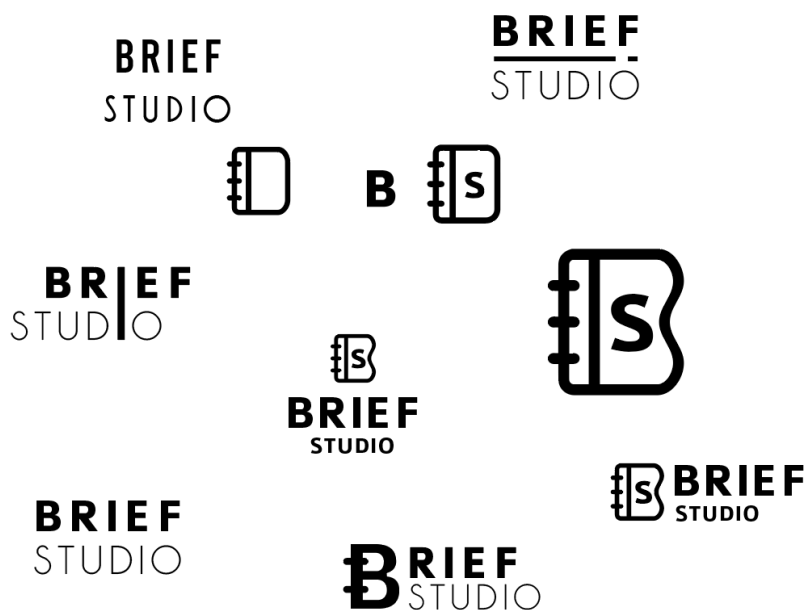


Figura 15: Proceso de bocetaje de logotipo para Brief Studio.

La identidad de Brief Studio está pensada para transmitir claridad, calma y profesionalismo a los usuarios, elementos que faciliten el uso de la aplicación como una herramienta confiable y eficiente para diseñadores gráficos. La elección del color turquesa, junto con una tipografía moderna y accesible, hace que el branding de Brief Studio se distinga de otras aplicaciones, asegurando que se mantenga relevante en el tiempo y conecte emocionalmente con sus usuarios.



Figura 16: Logotipo de Brief Studio y sus versiones. Fuente: Creación propia.

17.5 Paleta de colores

Los colores son un factor clave en la comunicación, es así como en el mundo de los medios, particularmente en las áreas de publicidad y marketing ⁷⁷ hacen uso de la psicología del color y lo que esta conlleva para “intentar anticiparse a las reacciones del público antes de transmitir el mensaje” (Forbes España, 2021).

1. Azul

El color azul aporta una sensación de profesionalismo y confiabilidad. Asociado con la inteligencia y la precisión, el azul refuerza la identidad de Brief Studio como una

herramienta confiable y enfocada en ayudar a los diseñadores a organizar su proceso de diagnóstico y cotización de manera eficaz.

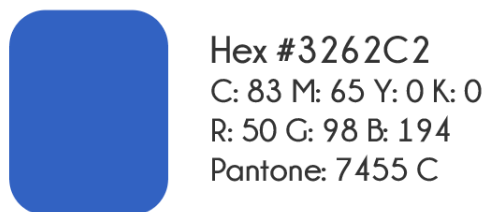


Figura 17: Códigos de color para Brief Studio.

2. Turquesa

El uso de un tono de turquesa está basado en la teoría del color de Eva Heller, quien menciona que este color transmite sensaciones de calma, tranquilidad y relajación. Estos atributos son ideales para un entorno de trabajo que debe facilitar la concentración y el análisis, algo que se alinea con el propósito de la aplicación: hacer que el proceso de diagnóstico sea más ordenado y efectivo, sin generar estrés.

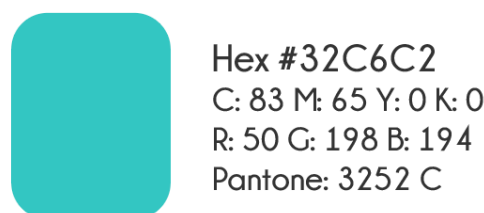


Figura 18: Códigos de color para Brief Studio.

17.6 Tipografía

Para la tipografía, se seleccionaron dos fuentes San Serif que trabajan en conjunto para crear una estética equilibrada y profesional:

1. Colaborate-Bold

Esta tipografía se utilizó para la palabra "Brief" en el logotipo, y se modificó ligeramente para añadir bordes redondeados. Este estilo de fuente tiene una

apariciencia moderna y amigable, que transmite una sensación de accesibilidad sin perder el toque profesional.

Colaborate

Colaborate Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Colaborate Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Figura 19: Familia tipográfica de fuente Colaborate.

2. Champagne & Limousines

Esta fuente se utilizó para la palabra "Studio", y se eligió por su contraste en peso con la fuente Colaborate-Bold, lo que ayuda a resaltar ambas palabras del nombre y crear una jerarquía visual clara. Además, el contraste entre las dos tipografías refuerza la idea de que la aplicación combina profesionalismo con creatividad.

Champagne & Limousines

Champagne & Limousines Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Champagne & Limousines Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

Figura 20: Familia tipográfica de fuente Champagne & Limousines.

18. Estrategia de difusión de medios

Una estrategia de difusión de medios sólida es esencial para garantizar que la aplicación Brief Studio llegue a su público objetivo de manera efectiva. En este caso, la estrategia se centrará en redes sociales y en una landing page bien estructurada, diseñada para convertir visitantes en usuarios activos. A continuación, se detallan los elementos clave de esta estrategia.

18.1 Estrategia en redes sociales

Las redes sociales son el canal ideal para conectar con la audiencia, especialmente porque muchas de las personas en el ámbito del diseño gráfico son activos en estas plataformas. Se utilizarán las siguientes redes sociales para difundir el producto:

- **Facebook**

Esta plataforma es eficaz para llegar a una audiencia más amplia, permitiendo segmentar el público por intereses y edad. Se crearán posts visuales que resalten las características y beneficios de Brief Studio, así como videos tutoriales o testimoniales de usuarios.

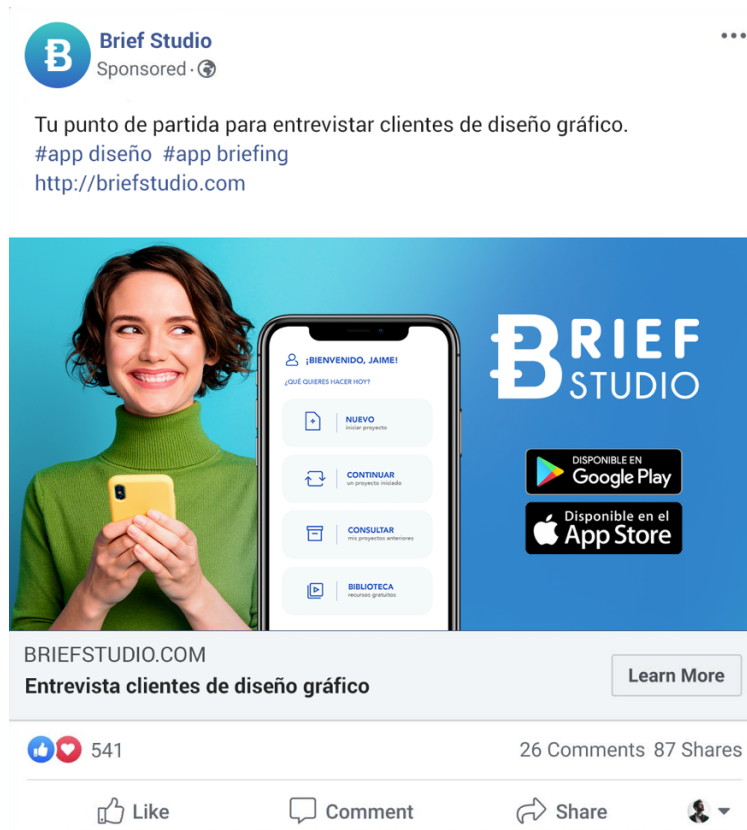


Figura 21: Ejemplo de publicidad en plataforma Facebook. Fuente: Creación propia.

- **Instagram**

Ideal para contenido visual, esta red social atraerá a diseñadores gráficos que valoran la estética y el diseño de las herramientas que utilizan. Se crearán publicaciones interactivas, *stories* destacando funcionalidades, y publicaciones de contenido generado por los usuarios (si es posible). También se usarán anuncios patrocinados para aumentar el alcance.

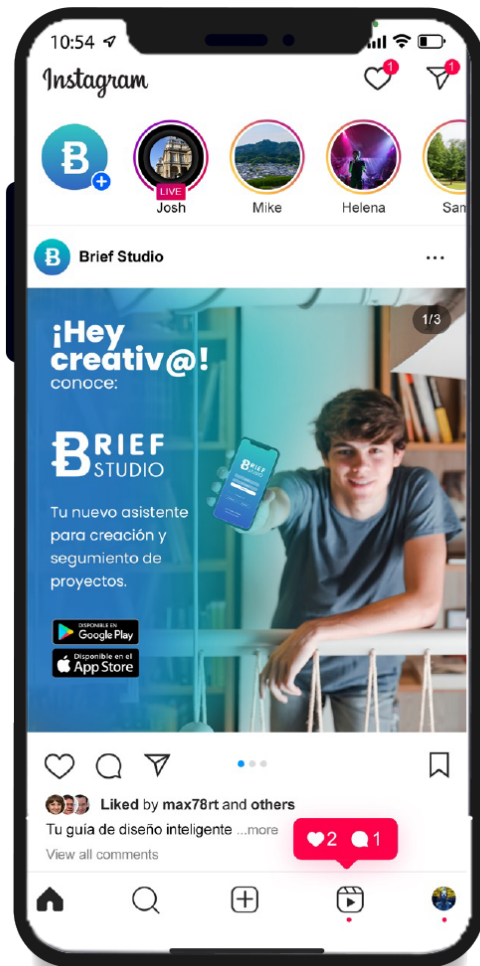


Figura 22: Ejemplo de publicidad en plataforma Instagram. Fuente: Creación propia.

- **TikTok**

Aprovechando el poder del contenido corto y visualmente atractivo, TikTok se utilizará para crear videos dinámicos que muestren cómo Brief Studio puede mejorar las entrevistas y diagnósticos de los diseñadores gráficos. Aquí se puede hacer uso de *trends*, tutoriales rápidos o desafíos de diseño.



Figura 23: Ejemplo de publicidad en plataforma TikTok. Fuente: Creación propia.

18.2 Plan de publicidad pagada

Se definirá un presupuesto mensual para cada plataforma. Gracias a las herramientas de segmentación avanzadas de estas redes sociales, se podrá llegar a los usuarios ideales de forma más eficiente. El presupuesto se dividirá teniendo en cuenta el rendimiento y la interacción que cada red social ofrece, priorizando aquellas que generen mejores resultados.

18.3 Landing Page

El sitio web seguirá el modelo jerárquico de organización de la información debido a la cantidad de contenido que se manejará. Esto asegurará que los usuarios puedan encontrar rápidamente lo que necesitan sin sentirse abrumados. La estructura será simple pero completa, con un enfoque en la usabilidad y experiencia de usuario (UX/UI).

- **Navegación clara**

La página tendrá un diseño simple y fácil de navegar.

- **Optimización para móviles**

Dado que la aplicación es para dispositivos móviles, la landing page también debe ser completamente responsiva y optimizada para móviles.

La landing page será la puerta de entrada a más detalles sobre Brief Studio. Estará diseñada para ser informativa y persuasiva, utilizando un diseño claro y atractivo que impulse a los usuarios a descargar la aplicación.

- **Objetivo**

Explicar las funciones y beneficios de la aplicación de manera concisa. El objetivo es atraer al usuario y convertirlo en un descargador.

- **Estructura de la Página:**

- **Encabezado atractivo:** Un título claro y llamativo que explique qué es Brief Studio.
- **Descripción breve de la aplicación:** Explicar cómo puede facilitar el proceso de diagnóstico y entrevista con clientes.
- **Botón de descarga:** Un *call to action* prominente que invite a la descarga de la aplicación.
- **Sección de Preguntas Frecuentes (FAQ):** Responder preguntas comunes para despejar dudas y generar confianza.

- **Formulario de contacto:** Ofrecer un canal directo para resolver problemas o recibir comentarios de usuarios.

18.4 Estrategia SEO

Se implementarán estrategias SEO (*Search Engine Optimization*) **para aumentar la visibilidad en los motores de búsqueda**. Para ello, se optimizarán los contenidos de la landing page con palabras clave relevantes, lo que permitirá que más usuarios encuentren la página al buscar soluciones relacionadas con el diagnóstico y entrevistas de diseño gráfico. Algunas palabras clave sugeridas para este proyecto son:

- App diseño
- App briefing
- Diseño gráfico
- Consultoría de diseño

Estas palabras clave pueden ayudar a mejorar el ranking de la página en los resultados de búsqueda relacionados con aplicaciones y herramientas para diseñadores gráficos.

18.5 Conclusión

La estrategia de difusión de Brief Studio combina las mejores prácticas de marketing digital y promoción en redes sociales para llegar a los diseñadores gráficos que más se beneficiarán de esta herramienta. Al combinar contenido visual atractivo con segmentación precisa en las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok, y al reforzar esta estrategia con una landing page optimizada y SEO bien gestionado, la aplicación podrá alcanzar su público objetivo de manera eficiente y efectiva.

19. Prototipos de proyecto

El **prototipo** de Brief Studio es una **herramienta clave** en el proceso de desarrollo, ya que permite visualizar cómo se llevará a cabo la interacción del usuario con la aplicación antes de la programación y diseño final. El prototipo ayuda no solo a **mejorar la usabilidad**, sino también a **entender mejor el flujo** de actividades dentro de la aplicación.

19.1 Construcción del Prototipo

Se optó por Adobe XD como la herramienta principal para la creación del prototipo debido a su accesibilidad y eficiencia para diseñar interfaces de usuario de manera interactiva.

Adobe XD es un software de la suite Adobe Creative Cloud que permite **crear prototipos visuales de alta calidad para aplicaciones móviles**. Este prototipo interactivo no solo simula la interfaz de la aplicación, sino que también permite crear un flujo de actividades, lo cual es esencial para validar la experiencia del usuario antes de la implementación final.

19.2 Objetivos del prototipo

1. Evaluar la usabilidad de la aplicación

A través del prototipo interactivo, es posible simular la navegación y la interacción del usuario con las distintas secciones de la aplicación, permitiendo ajustar cualquier detalle relacionado con la experiencia del usuario (UX).

2. Visualizar el flujo de actividades del usuario

El prototipo permite representar de manera clara y sencilla el proceso de uso de la aplicación. Este flujo ayuda a identificar posibles problemas o cuellos de botella en el diseño y en la estructura de la aplicación.

3. Obtener retroalimentación temprana

Antes de la fase de desarrollo, el prototipo será sometido a pruebas con usuarios clave (diseñadores gráficos, estudiantes de diseño, etc.) para recibir comentarios sobre la interfaz, la accesibilidad, y la funcionalidad, lo que facilitará la toma de decisiones en la fase de desarrollo.

4. Mejorar la comunicación dentro del equipo de desarrollo

Un prototipo visual sirve como una herramienta clara para comunicar la visión del producto y el flujo de trabajo, facilitando la alineación entre diseñadores, desarrolladores y otras partes interesadas.

19.3 Características del prototipo

- **Interactividad**

El prototipo de Adobe XD será completamente interactivo, permitiendo a los usuarios navegar por las diferentes pantallas de la aplicación y simular la experiencia real de uso.

- **Navegación fluida**

Se incluirán las funcionalidades principales de la aplicación, como los formularios de diagnóstico, la navegación entre secciones y las pantallas de resultados.

- **Diseño visual**

Aunque es un prototipo de baja fidelidad, se enfocará en reflejar el diseño visual del producto final, utilizando los colores, tipografía y logotipo definidos en el branding.

19.4 Pruebas de usabilidad

El prototipo será probado con usuarios para asegurar que el diseño sea intuitivo y fácil de usar. Algunos aspectos que se evaluarán durante las pruebas son:

- **Facilidad de navegación**

Los usuarios deben ser capaces de entender cómo interactuar con la aplicación desde el primer uso, sin confusión.

- **Claridad de los formularios**

Los cuestionarios de diagnóstico deben ser fáciles de completar, con instrucciones claras y accesibles.

- **Velocidad y fluidez**

Asegurarse de que el flujo entre pantallas sea rápido y sin demoras.

19.5 Próximos pasos

Con la retroalimentación del prototipo, se procederá a ajustar el diseño y las interacciones antes de pasar a la fase de desarrollo de la aplicación. La validación temprana de la usabilidad ayudará a garantizar que Brief Studio cumpla con las expectativas de los usuarios y sea una herramienta funcional y útil para diseñadores gráficos en su trabajo de diagnóstico y entrevistas con clientes.

El prototipo también servirá como base para presentar el proyecto a posibles inversionistas o socios estratégicos, mostrando cómo la aplicación resolverá una necesidad real en el mercado del diseño gráfico.

20. Pruebas de usabilidad

Las **pruebas de usabilidad** son **esenciales para evaluar** cómo los usuarios interactúan con un prototipo de la aplicación y cómo la interfaz responde a sus necesidades y expectativas.

De acuerdo con la norma ISO 9241-210:2019, la usabilidad se define como el grado con el que un producto puede ser usado por usuarios específicos para alcanzar objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado. ISO. (2019).

El objetivo de las pruebas realizadas **fue evaluar la efectividad, eficiencia y satisfacción** del usuario al interactuar con un prototipo funcional de la aplicación Brief Studio, con el fin de mejorar el diseño y la experiencia de usuario (UX) antes de la implementación final.

20.1 Metodología

Al momento de realizar pruebas de usabilidad, se deben establecer métodos claros para recopilar y analizar los datos obtenidos.

20.2 Determinación de resultados

Los resultados de las pruebas de usabilidad se obtienen a través de métodos observacionales y el uso de herramientas específicas que permiten evaluar la experiencia del usuario, tales como:

1. Observación directa

Durante la prueba, los facilitadores observan cómo los usuarios interactúan con el prototipo. Esto permite identificar problemas en tiempo real, como dificultades para encontrar una función o confusión en el uso de ciertos elementos de la interfaz.

2. Grabaciones de pantalla y sesiones

Utilizando herramientas de grabación de pantalla, se documenta todo el proceso de interacción del usuario. Esta grabación puede ser revisada posteriormente para analizar el comportamiento del usuario, detectar errores y evaluar la experiencia.

3. Análisis de datos cuantitativos y cualitativos

Se recopilan métricas de usabilidad, como el tiempo para completar tareas, número de clics, tasa de error y nivel de satisfacción, lo cual se analiza para obtener conclusiones significativas sobre el desempeño de la interfaz.

20.3 Uso de bitácoras

Para llevar un registro sistemático de lo observado durante las pruebas, es común que los evaluadores utilicen **bitácoras** o **diarios de campo**. Estos documentos permiten registrar:

- **Comportamiento del usuario:** Cómo navegan los usuarios por la interfaz, dónde hacen clic, y si siguen el flujo esperado.
- **Problemas identificados:** Cualquier obstáculo, error o confusión que experimenten los usuarios durante la prueba.
- **Comentarios y expresiones:** Las reacciones verbales y no verbales de los usuarios (frustración, satisfacción, sorpresa) pueden ser indicativos de problemas de usabilidad.

Se realizaron pruebas de usabilidad utilizando **el software Adobe XD**, presentando a los participantes un **prototipo interactivo** de la aplicación. Para obtener resultados completos, se seleccionaron **10 usuarios** potenciales con perfiles variados:

- **5 profesionales del diseño gráfico** con diferentes áreas de especialización (Diseño Web, Branding, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, etc.)
- **5 estudiantes de diseño gráfico** con conocimientos básicos o intermedios en diseño gráfico.

20.4 Tareas solicitadas a los participantes

Los participantes fueron guiados para realizar tres tareas clave en el prototipo de la aplicación:

1. Iniciar un nuevo proyecto

Esto incluye la creación de un proyecto desde cero, como si estuvieran iniciando una sesión de diagnóstico para un cliente.

2. Consultar un proyecto iniciado

Los participantes debían acceder a un proyecto previamente guardado, revisando su progreso o detalles.

3. Consultar la biblioteca de recursos

Los usuarios deberían acceder a una sección que incluye cuestionarios de diagnóstico, guías, y otros materiales relevantes para el diagnóstico de diseño gráfico.

20.5 Resultados de las pruebas de usabilidad

Fecha	Participante	Tarea	Comentario del usuario	Sugerencias de mejora
15/12/2021	Usuario 1	Iniciar proyecto	Intuitivo y fácil	Ninguna
15/12/2021	Usuario 2	Consultar proyecto	Diseño amigable	Posibilidad de colaborar
15/12/2021	Usuario 3	Recorrido general	Navegación intuitiva	Sugerencias de cotización
15/12/2021	Usuario 4	Consultar biblioteca	Herramienta con mucho valor	Colaboración entre profesionales
15/12/2021	Usuario 5	Diagnosticar proyecto	Se puede complementar aún más	Tutoría entre profesionales
18/12/2021	Usuario 6	Iniciar proyecto	Muy amigable	Ninguna
18/12/2021	Usuario 7	Recorrido general	Buen orden	Agregar modo oscuro
18/12/2021	Usuario 8	Consultar biblioteca	No es muy visible	Incluirle en el menú principal
18/12/2021	Usuario 9	Recorrido general	Más opciones de personalización	Agregar más cuestionarios
18/12/2021	Usuario 10	Diagnosticar proyecto	Agregar más funciones	Cómo cotizar el proyecto

Tabla 2: Bitácora de pruebas de usabilidad

1. Fluidez e intuición

- La aplicación fue intuitiva y fácil de usar para la mayoría de los participantes. El flujo de actividades, desde el inicio hasta la finalización de las tareas, fue claro y sin confusión.
- Los usuarios pudieron completar las tres tareas sin dificultad significativa, demostrando que la interfaz es comprensible incluso para los usuarios menos experimentados.

2. Eficiencia

- Los participantes completaron las tareas de forma eficiente, sin que el proceso se viera interrumpido por interfaces complejas o pasos innecesarios.
- El tiempo necesario para completar cada tarea fue adecuado, lo que sugiere que la aplicación está optimizada en términos de flujo de trabajo.

3. Satisfacción

- Los usuarios mostraron alta satisfacción en términos de la experiencia general, destacando la claridad y facilidad de navegación.
- Los diseñadores gráficos profesionales elogiaron la capacidad de personalización y las herramientas ofrecidas para el diagnóstico de clientes, mientras que los estudiantes apreciaron la simplicidad y la accesibilidad de la interfaz.

21. Ajustes de prototipo

Tras la evaluación del prototipo inicial de la aplicación Brief Studio, se identificaron varias áreas en las que se podrían hacer ajustes importantes para mejorar la experiencia del usuario (UX) y la funcionalidad general de la aplicación. A continuación, se detallan los ajustes propuestos:

1. Opción para buscar y conectar con colegas de otras áreas de especialidad

Una de las sugerencias más destacadas fue la incorporación de una opción para que los usuarios puedan buscar colegas de otras áreas de especialidad dentro del campo del diseño gráfico (por ejemplo, diseño web, branding, diseño editorial, etc.). Esta funcionalidad permitiría a los diseñadores crear alianzas y colaborar con otros profesionales en sus proyectos, lo que contribuiría a construir una red de talento freelance.

2. Implementación de modo oscuro (*Dark Mode*)

En respuesta a los comentarios de los usuarios, se propuso incluir un modo oscuro en la interfaz de la aplicación. Este modo invertiría los colores de la interfaz para ofrecer una experiencia visual más cómoda.

Ventajas del modo oscuro:

- **Reducción de la fatiga visual:** El fondo oscuro y los textos claros pueden ser menos estresantes para los ojos, especialmente en sesiones largas de trabajo.
- **Mejora de la navegación:** Algunos usuarios prefieren la estética del modo oscuro, lo que mejora la satisfacción general con la aplicación.
- **Ahorro de batería:** El uso de colores oscuros en pantallas OLED puede reducir el consumo de energía, lo que beneficia a los usuarios que usen la aplicación en dispositivos móviles.

3. Mejora de la navegación del menú con íconos

Se sugirió hacer el menú más intuitivo y accesible al agregar íconos junto a los títulos de las secciones, en lugar de depender solo del texto. Los íconos ayudarían a que los usuarios comprendan rápidamente la función de cada sección y navegaran de manera más eficiente.

4. Incorporación de un módulo de asesoría personalizada

Otro ajuste propuesto fue el desarrollo de un módulo de asesoría personalizada que permita a los diseñadores solicitar asesoría o coaching de otros profesionales del diseño. Este módulo podría ofrecer sesiones de asesoría específicas según las necesidades del proyecto, como ayuda con el diagnóstico del cliente o sugerencias sobre cómo estructurar un proyecto de diseño.

5. Módulo de cotización de proyecto

Dado que la propuesta económica o cotización de un proyecto puede resultar complicada para los diseñadores, especialmente para aquellos recién egresados, se sugirió agregar un módulo de cotización. Este módulo proporcionaría una posible cotización en base al tamaño del cliente, el tipo de proyecto y el tiempo estimado que tomaría completarlo. Esto ayudaría a los diseñadores a establecer precios más precisos y apropiados para sus proyectos.

6. Agregar un botón para exportar los cuestionarios

Se identificó la necesidad de ofrecer una opción para exportar los cuestionarios en formatos imprimibles (PDF o DOCX). Esto cubriría la necesidad de aquellos usuarios que prefieren trabajar en papel o que no están tan familiarizados con la tecnología. Además, esta funcionalidad permitiría compartir fácilmente los cuestionarios con clientes que prefieren formatos físicos o digitales editables fuera de la aplicación.

7. Agregar recomendaciones previas al inicio de un proyecto

Se sugirió incluir una sección con consejos y mejores prácticas para que el diseñador se prepare antes de la entrevista con el cliente. Estas recomendaciones podrían incluir:

- Investigación previa sobre el cliente y su industria.
- Definición de términos técnicos clave y su explicación de manera sencilla.
- Consejos sobre comunicación efectiva y escucha activa.
- Recomendaciones sobre vestimenta y presentación personal para generar confianza.

La implementación de esta funcionalidad brindaría una guía más completa para los diseñadores, ayudándolos a estructurar mejor sus entrevistas y mejorar su relación con los clientes.

8. Agregar un rol para cliente

Se identificó la oportunidad de incluir un rol específico para los clientes dentro de la aplicación, permitiéndoles acceder a un panel donde puedan visualizar las etapas en las que se encuentra su proyecto. Este módulo permitiría:

- Monitorear el estado del proyecto en tiempo real.
- Aprobar o rechazar avances en diferentes fases del proceso.
- Enviar retroalimentación o solicitar ajustes directamente desde la plataforma.
- Mantener una comunicación más fluida con el diseñador, reduciendo tiempos de espera e incertidumbre.

Esta funcionalidad fortalecería la relación diseñador-cliente y mejoraría la transparencia en la gestión de proyectos.

9. Implementación de inteligencia artificial para escenarios y recomendaciones

Se propuso integrar inteligencia artificial en la aplicación para mejorar la toma de decisiones y la personalización del proceso de diagnóstico. Con base en las respuestas a los cuestionarios, la IA podría:

- Analizar patrones en las respuestas del cliente y sugerir posibles escenarios.
- Recomendar estrategias de diseño específicas según las necesidades detectadas.
- Ofrecer ejemplos de soluciones aplicadas en proyectos similares.
- Optimizar tiempos al generar automáticamente reportes con sugerencias y pasos a seguir.

Estos ajustes no solo mejorarían la usabilidad de la aplicación, sino que también ampliarían sus funcionalidades y valor, haciendo que Brief Studio se convierta en una herramienta más completa y atractiva para los diseñadores gráficos.

22. Pantallas de prototipo

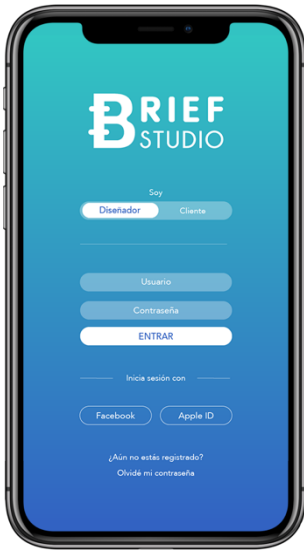


Figura 24: Pantalla de login.

La pantalla de inicio de sesión incluye el logotipo de la aplicación sobre un fondo degradado en los colores establecidos para la identidad de Brief Studio. Presenta los campos de usuario y contraseña, además de la opción de iniciar sesión a través de redes sociales. En la parte inferior, se encuentran los enlaces "Olvidé mi contraseña" y "¿Aún no estás registrado?" para mejorar la accesibilidad.



Figura 25: Pantalla de home.

La pantalla de inicio (*Home*) proporciona accesos rápidos para facilitar el flujo de trabajo del usuario, permitiéndole comenzar, continuar o consultar un proyecto, así como acceder a la biblioteca de recursos. En la parte inferior, un menú de navegación fijo permite acceder a los módulos principales desde cualquier pantalla de la aplicación.

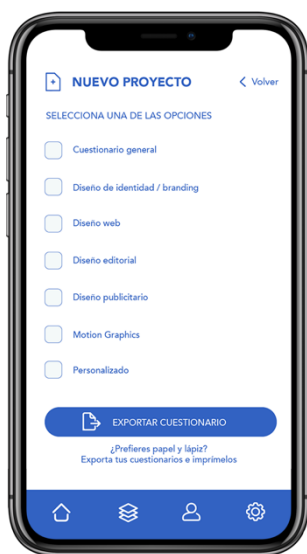


Figura 26: Pantalla de nuevo proyecto, seleccionar cuestionario.

Al iniciar un nuevo proyecto, esta pantalla permite al usuario seleccionar entre diversos cuestionarios categorizados según áreas de especialidad en diseño.



Figura 27: Pantalla de recomendaciones previas.

Estas recomendaciones brindan una guía más completa para los diseñadores, ayudándolos a estructurar mejor sus entrevistas y mejorar su relación con los clientes.

NUEVO PROYECTO < Volver

DISEÑO DE IDENTIDAD/BRANDING

Cliente

Nombre del proyecto

1. ¿Actualmente cuentan con algún logotipo o identificador visual?

☐ Si ☐ No ☐ No lo sé

2. ¿Actualmente llevan una estrategia de marca para su negocio?

☐ Si ☐ No ☐ No lo sé

3. ¿Identificas a tu público o mercado meta?

☐ Si ☐ No ☐ No lo sé

4. ¿Tiene identificada a su competencia?

☐ Si ☐ No ☐ No lo sé

GUARDAR PROYECTO

DIAGNOSTICAR AHORA

Figura 28: Pantalla de nuevo proyecto, iniciar cuestionario.

Cada cuestionario ofrece una guía estructurada con preguntas de opción múltiple y abiertas para obtener claridad sobre el proyecto. Incluye un botón de “Guardar” en la parte inferior, lo que permite al usuario almacenar el progreso sin necesidad de completar el cuestionario en una sola sesión. Una vez finalizado, el usuario puede seleccionar “Diagnosticar ahora” para ver un resumen del proyecto y recomendaciones previas al inicio.

CONTINUAR PROYECTO < Volver

DISEÑO DE IDENTIDAD/BRANDING

Pastelería Blue

50 aniversario

1. ¿Actualmente cuentan con algún logotipo o identificador visual?

☒ Si ☐ No ☐ No lo sé

2. ¿Actualmente llevan una estrategia de marca para su negocio?

☐ Si ☒ No ☐ No lo sé

3. ¿Identificas a tu público o mercado meta?

☒ Si ☐ No ☐ No lo sé

4. ¿Tiene identificada a su competencia?

☒ Si ☐ No ☐ No lo sé

GUARDAR PROYECTO

DIAGNOSTICAR AHORA

Figura 29: Pantalla de continuar proyecto.

Esta pantalla permite reanudar un cuestionario incompleto, conservando los datos previamente ingresados, de modo que el usuario pueda continuar sin perder información.



Figura 30: Pantalla de diagnóstico.

Tras completar el cuestionario, el usuario accede a la pantalla de diagnóstico, donde se presentan escenarios y recomendaciones para facilitar la planificación del proyecto. En la parte inferior, se ofrecen tres opciones: estimar una posible cotización, colaborar con otros profesionales, o recibir asesoría de expertos en diseño.

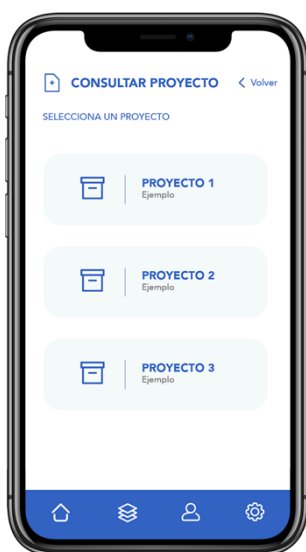


Figura 31: Pantalla de consultar proyecto.

Desde el menú principal, esta pantalla permite acceder a proyectos guardados, ya sean concluidos o en curso, para tener siempre a disposición la información recopilada.

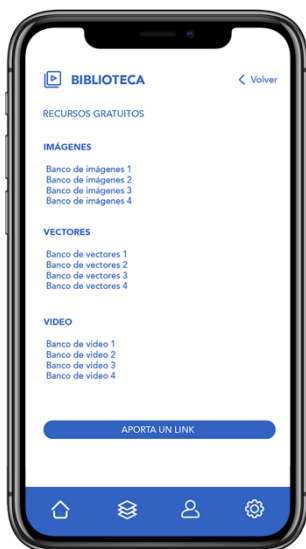


Figura 32: Pantalla de biblioteca.

El módulo de biblioteca contiene recursos gratuitos de interés, como bancos de imágenes, vectores y videos. Los usuarios pueden añadir enlaces, creando una base de recursos gráficos gratuitos accesible para toda la comunidad.



Figura 33: Pantalla de cotización.

Esta pantalla ofrece una herramienta de estimación de costos en función de factores como el tamaño del negocio y la urgencia del proyecto, ayudando al usuario a calcular una posible cotización.



Figura 34: Pantalla de encuentra un aliado.

El módulo “Encuentra a un Aliado” permite a los usuarios describir sus proyectos y buscar colaboradores entre otros diseñadores. Un muro de proyectos disponibles facilita la comunicación y la creación de alianzas entre profesionales.



Figura 35: Pantalla de asesoría personalizada.

En este módulo, el usuario puede acceder a un directorio de profesionales de distintas especialidades dentro del diseño, con la opción de solicitar sesiones de coaching para proyectos específicos.



Figura 36: Pantalla de asesoría personalizada.

La sección de perfil permite al usuario editar su información personal, la cual se emplea para crear una base de datos de profesionales y sus áreas de especialidad.

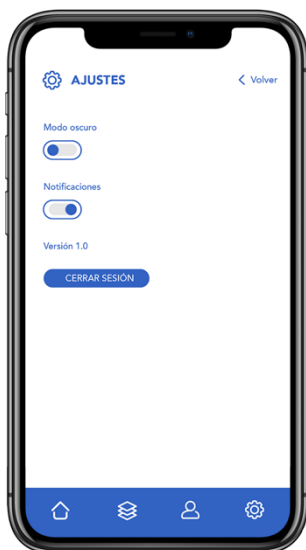


Figura 37: Pantalla de ajustes.

En esta pantalla, el usuario puede personalizar la experiencia de la app activando o desactivando el modo oscuro, así como habilitando o deshabilitando las notificaciones del sistema.

Pantallas modo oscuro

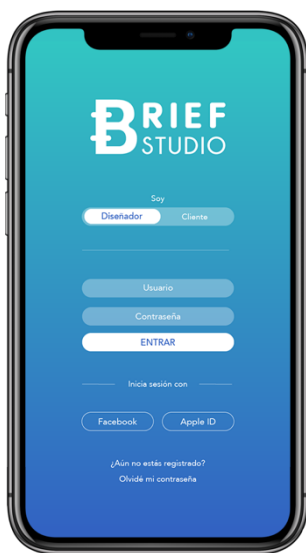


Figura 38: Pantalla de login – modo oscuro.



Figura 39: Pantalla de home – modo oscuro.



Figura 40: Pantalla de nuevo proyecto, seleccionar cuestionario – modo oscuro.



Figura 41: Pantalla de recomendaciones previas – modo oscuro.



Figura 42: Pantalla de nuevo proyecto, iniciar cuestionario – modo oscuro.



Figura 43: Pantalla de continuar proyecto – modo oscuro.



Figura 44: Pantalla de diagnóstico – modo oscuro.



Figura 45: Pantalla de consultar proyecto – modo oscuro.

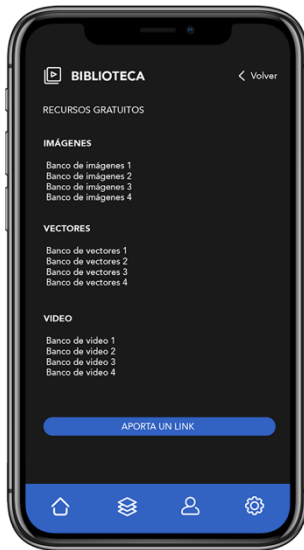


Figura 46: Pantalla de biblioteca – modo oscuro.



Figura 47: Pantalla de cotización – modo oscuro.



Figura 48: Pantalla de encuentra un aliado – modo oscuro.



Figura 49: Pantalla de asesoría personalizada – modo oscuro.

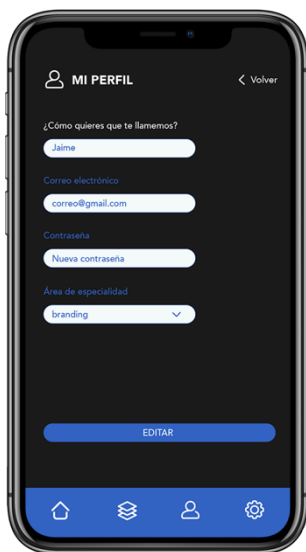


Figura 50: Pantalla de asesoría personalizada – modo oscuro.



Figura 51: Pantalla de ajustes – modo oscuro.



Figura 52: Código QR a video prototipo de aplicación Brief Studio.

23. Conclusiones

El proceso de briefing y diagnóstico con los clientes es una parte crucial del trabajo de un diseñador gráfico, y su complejidad varía significativamente según la experiencia del profesional. Para los diseñadores recién egresados, este proceso puede resultar particularmente desafiante, ya que, sin la experiencia necesaria, el diagnóstico preciso de las necesidades del cliente y la cotización adecuada de un proyecto pueden ser complicados. Este panorama revela una clara área de oportunidad para desarrollar una herramienta que acompañe a los diseñadores en estas fases clave de su trabajo, proporcionándoles recursos y apoyo para hacer frente a los obstáculos que enfrentan al comenzar en el mundo profesional.

Tras evaluar diversas alternativas para crear una herramienta que cumpla con los objetivos de acompañamiento, se concluyó que una aplicación digital sería la opción más adecuada. La elección de una aplicación se fundamenta en su accesibilidad, portabilidad y capacidad de actualización constante. Los diseñadores podrán llevarla consigo a cualquier lugar y beneficiarse de nuevas funcionalidades y mejoras que se implementen a lo largo del tiempo. Además, la posibilidad de actualizarla periódicamente garantiza que la herramienta se mantenga relevante y útil conforme evolucionan las necesidades del mercado y la profesión.

Las encuestas realizadas a diseñadores profesionales y estudiantes fueron fundamentales para guiar el desarrollo de la aplicación, tanto en su estructura como en la creación de su identidad visual. La información obtenida permitió diseñar una plataforma que no solo es fácil de usar, sino que también resulta amigable para el usuario, asegurando una experiencia intuitiva desde el primer contacto. Esta cercanía con las necesidades reales del usuario final fue crucial para garantizar que la aplicación cumpla con los objetivos establecidos en un inicio.

El demo presentado a varios usuarios fue un paso clave para validar las decisiones tomadas durante el proceso de desarrollo. Las pruebas de usabilidad revelaron que la aplicación efectivamente ayuda a los diseñadores gráficos a realizar un diagnóstico más certero y una

cotización precisa, elementos esenciales para cualquier proyecto. Al utilizar la aplicación, los diseñadores pueden ofrecer propuestas más completas y asertivas, mejorando la relación con sus clientes y optimizando sus procesos internos.

En resumen, el desarrollo de **Brief Studio** responde a una necesidad real del mercado: una herramienta accesible y especializada que permita a los diseñadores, especialmente a los recién egresados, superar los desafíos del diagnóstico y la cotización de proyectos. La aplicación no solo se posiciona como un apoyo fundamental en estas áreas, sino que también contribuye a la profesionalización del diseño gráfico al facilitar un enfoque más organizado y estructurado, potenciando la eficiencia y el éxito de los diseñadores en su día a día.

24. Referencias

Aguirre Gómez, F. (2008). *Diseño de un plan de marketing estratégico para empresas de servicios temporales "EST" basado en el diagnóstico de medianas y grandes empresas del sector comercial (caso Pereira - Dosquebradas)*.

Ariza, R., & Ramírez, R. (2007). Herramientas para mejorar la gestión del diseño en PyMEs. En *6º Jornadas de Innovación y Desarrollo*.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing* (13ª ed.). Pearson Educación.

Atlassian. (2020). Uso de entrevistas de clientes en el proceso de diseño. *Atlassian*.
<https://www.atlassian.com/es/agile/design/product-design-process-customer-interview>

Braidot, N., Formento, H., & Nicolini, J. (2007). *Desarrollo de una metodología de diagnóstico para empresas PyMEs industriales y de servicios: Enfoque basado en los sistemas de administración para la Calidad Total*. Universidad Nacional de General Sarmiento.

BrandInteligente. (2017). *Creación de marca: ¿Cómo crear una marca?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=x-BNdT7oJF0>

Costa, J. (1987). *Imagen global. Evolución del diseño de identidad*. Ediciones CEAC.

De Chernatony, L., & Dall'Olmo, F. (1998). Defining a Brand: beyond the literature with experts' interpretations. *Journal of Marketing Management*, 5, 417-443.

DGTIC, P. D. (2011). Panoramas generales de la metodología en el diseño gráfico. *Multidisciplina*, (2). <https://revistas.unam.mx/index.php/multidisciplina/article/view/27694>

Fernández, E., & Feijoo, B. (2022). Análisis de los estudios universitarios en Publicidad en España. *Profesional de la información*, 31(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.16>

Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 23(107). <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Gallart-Camahort, V., Fiol, L. C., & García, J. S. (2019). Concepto de marca y sus perspectivas de análisis: una revisión de la literatura. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 23(1), 41-56.

Galván, S. G. A. (2022). Propuesta de rúbrica para la evaluación del diseño de identidad corporativa. *Designio: Investigación en diseño gráfico y estudio de la imagen*, 4(2), 3.

González-del-Río, J., Ampuero-Canellas, O., Jordá-Albiñana, B., & Magal-Royo, T. (2011). El nombre de marca: interrelación de factores lingüísticos y corporativos. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 6, 181-194.

ISO International Standard. (1998). *ISO 9241-11: Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs.) - Part 11: Guidance on usability*.

Kapferer, J. N. (2004). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page.

Kotler, P. (1992). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall International.

Lite, M. (2005). En el nombre de la marca. *Allbrand: Reflexiones y novedades sobre branding*, 8, 3.

Morrison (2016). *Defining the Design Process*. (<https://charleswilliammorrison.wordpress.com/2016/02/22/defining-the-design-process/>)

Moyasevich, D. (2007). *Información sobre el modelo CIPOD*. http://perso.wanadoo.es/idmb/index_cipod.html

nTask. (2021, enero 15). *Free Online Task & Project Management Software for Teams*.
<https://www.ntaskmanager.com/>

Nombela, C. G. (2021, mayo 12). Psicología del color: qué es y qué provoca en tu mente. *Forbes España*. <https://forbes.es/empresas/44550/psicologia-del-color-que-es-y-que-provoca-en-tu-mente/>

Pastor, R. A. T. (2009). Modelo conceptual para la gestión de proyectos. *Perspectivas*, (24), 165-188.

Pinto Díaz, A., & Naranjo Soto, C. (2020). *Diagnóstico de marca desde el diseño de la comunicación gráfica para la empresa Distribuidora Farallones de Cali, Colombia (1989-2018)*. Universidad Autónoma de Occidente.

Román, D. (1998). Aspectos lingüísticos de la marca publicitaria. *Onomazein*, 3, 111-131.

Stalman, A. (2017). *Pasos para hacer Branding de una marca, con Andy Stalman* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=QMRGi7Ex_e4&t=414s

Trello. (2021). *Trello*. <https://trello.com/>

25. Anexos

Anexo 1: Idea descartada de solución para el proyecto versión impresa



Anexo 2: Algunas respuestas de usuarios a preguntas abiertas de la encuesta

¿Cuáles serían tus recomendaciones para realizar una aplicación de diagnóstico del diseño gráfico?

10 responses

Que contemple las diferentes etapas que abarca un proyecto de diseño gráfico

Preguntas por etapas para el proyecto en curso

Que fuera muy clara, sencilla de usar y con información real de la disciplina y la gestión.

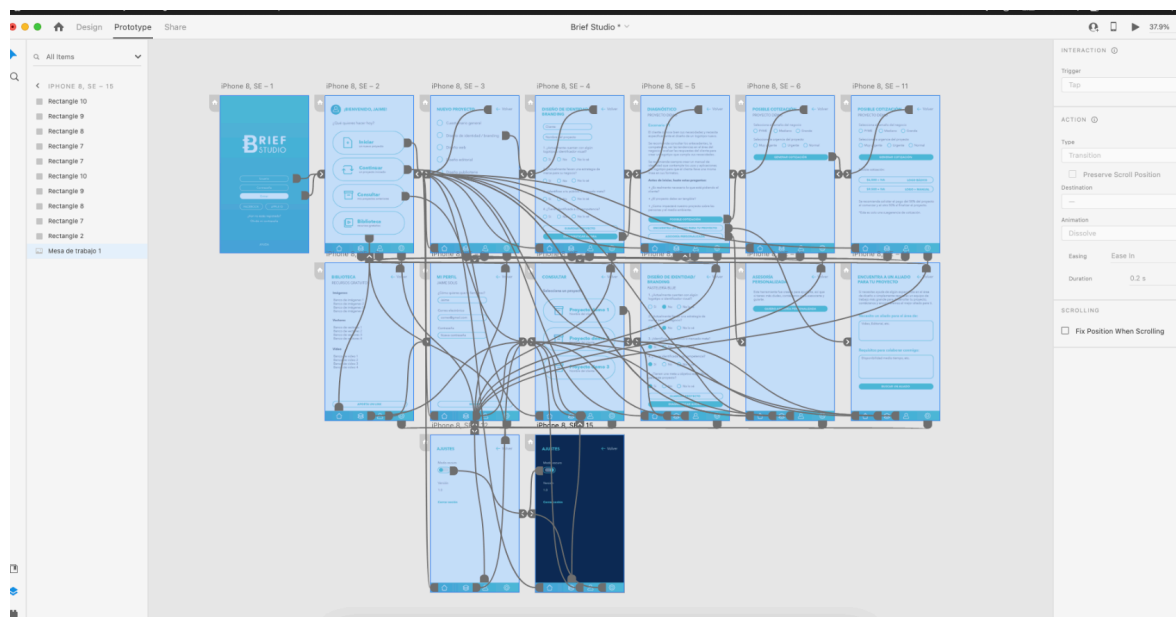
que sea fácil de entender para el diseñador y el cliente, si es que también va dirigido para que el lo pueda usar

Que sea intuitiva

Análisis del cliente y sus necesidades

medir el nivel, creatividad, funcionalidad del diseño

Anexo 3: Wireframes de pantallas en Adobe XD



Anexo 4: Recolección de información para cuestionarios

Cuestionario

Para web

GENERALES

¿Ya tienes un sitio Web o es un proyecto desde cero?

- ¿A quién va dirigida la página?
- ¿Cuál es el propósito de la página?
- ¿Qué diferencia a tu negocio del resto?
- ¿Cómo quieres que se vea tu página Web? da ejemplo
- ¿Tu empresa tiene algún esquema de color definido?
- ¿Te gusta el diseño/funcionalidad de alguna página Web?
- ¿Qué incluirías de ese diseño en la tuya/qué no incluirías?
- ¿Quién estará involucrado en el proyecto? (otros diseñadores, programadores o técnicos de algún tipo.)
- ¿Tienes algún presupuesto máximo?

- ¿Cuentas con un dominio?
- ¿Tu empresa tiene logo?
- ¿Tienes pensada una estructura para su sitio?
- ¿Tienes el contenido para su sitio?
- ¿El contenido debe ser importado desde otro sitio? ¿Desde dónde?
- ¿Necesitas entrenamiento para el uso de tu página Web, creación y publicación de contenido, etc.?
- ¿Cuentas con galería de imágenes y fotos?
- ¿Tu sitio debe incluir algún video?
- ¿Deseas instalar un sistema de chat en el sitio web?
- ¿Cuentas con algún otro formato de contenido que desee incluir en su sitio? (PDF, etc.)
- ¿Necesitas que tu sitio soporte distintos idiomas?
- ¿Tienes alguna preferencia por CMS (sistemas de gestión de contenidos, como WordPress)?
- ¿Necesitas distintos niveles de acceso?
- ¿Deseas incluir un blog o un foro?
- ¿Los usuarios se registrarán en su página?
- ¿Necesitas funcionalidades para compartir contenido en redes sociales?
- ¿Necesitas formularios de contacto? ¿Cuántos? ¿Con que fin?
- ¿Necesitas integrar alguna aplicación a su sitio Web?
- ¿Qué información debe estar siempre visible?
- ¿Qué información debe ser enfatizada?
- ¿Necesitas un buscador interno?
- ¿Ofrecerás publicidad? ¿Qué espacios necesitan ser creados?
- ¿Para cuándo necesitas tu sitio terminado?

Si ya tienen una página existente

- ¿Quieres trabajar sobre lo que está, o buscas algo totalmente nuevo?
- ¿Se requiere la migración de la página? ¿De un dominio a otro? ¿De servidor?
- ¿Qué te gusta de tu página actual que desearías conservar?
- ¿Qué te disgusta de tu página actual y quieres que desaparezca?
- ¿Puedes darme acceso al servidor y al panel de administración?
- ¿Estás satisfecho con el funcionamiento de tu página? (técnico)
- ¿Necesitas servicios de optimización para búsquedas?
- ¿Necesitas integrar Google Analytics?

Anexo 5: Esquema de modelo Canvas en etapa temprana del proyecto

MODELO CANVAS

Socios Clave -Profesionales de Marketing y de Diseño gráfico. -Clientes potenciales o existentes. -Usuarios que nos den retroalimentación de la app.	Actividades Clave -Aplicar y obtener información de las encuestas. -Generar un diagnóstico de diseño a las empresas a través de profesionales de marketing, diseño y áreas afines. -Publicar en tiendas de aplicaciones móviles.	Propuesta de Valor -Herramienta de diagnóstico para el diseño gráfico en las empresas. -Guía a la hora de entrevistar y resultados para realizar estrategias pertinentes. -Registro y administración de entrevistas con clientes. -Herramienta de consulta posterior al diagnóstico.	Relación con el Cliente -Empatía y eficiencia en lo que promete la aplicación. -Apoyo al cliente para generar un diagnóstico.	Segmentos de Clientes -Profesionales de diseño gráfico o carreras afines que necesiten u opten por obtener una herramienta de diagnóstico para un cliente respecto al diseño gráfico.
	Recursos Clave -Encuestas a profesionales de diseño que nos den insights para realizar la herramienta de diagnóstico. -Encuestas hacia clientes que nos den insights sobre sus principales expectativas a la hora de recibir un diagnóstico de diseño. -Plataforma en la que se diseñará la aplicación. -Recursos humanos como programadores, que ayuden a hacer práctica la aplicación.		Canales -Redes sociales de diseño -Eventos de diseño y marketing -Cursos afines -Publicidad -Etc	
Estructura de Costes -Desarrollador de app (\$50,000 mxn aprox.) -Diseñador UX/UI (\$30,000 mxn aprox.) -Diseñador de Identidad y Branding (\$30,000 mxn aprox.) -Estrategia de Marketing (\$30,000 mxn aprox.) -Campañas publicidades redes sociales (2,000 al mes aprox)			Estructura de Ingresos -Descarga de la aplicación precio fijo, pago una sola vez. -Patrocinios. -Publicidad.	