

En Temple!

CONFIANZA A TRAVES DE UNA PAGINA WEB COMO MEDIO DE REACTIVACIÓN
ECONÓMICA EN LO BARES DE LA CIUDAD DE RIOHACHA.

TATIANA PAOLA BOGALLO SUAREZ

200074443

D.I. EDGARD RINCON QUIJANO

PROYECTO DE GRADO
UNIVERSIDAD DEL NORTE
NOVIEMBRE 2021



TABLA DE CONTENIDO

1. PROBLEMÁTICA	5
PROBLEMA	7
PREGUNTA DE INVESTIGACION	8
MARCO DE REFERENCIA DE LA PROPUESTA	8
<i>Nivel local</i>	8
<i>Nivel nacional</i>	9
<i>Nivel internacional</i>	10
2. Marco conceptual	11
• <i>Página web</i>	11
3. Marco teórico	13
• <i>Diseño estratégico</i>	14
• <i>Metodología I+C</i>	15
• <i>Benchmarking</i>	16
• <i>Customer Journey Map (CJM)</i>	16
HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN – CREACIÓN	17
OBJETIVO GENERAL	17
OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA	18
METODOLOGIA	18

ALCANCES	20
RESULTADOS	20
IMPACTOS	21
CRONOGRAMA	22
CAPITULO 2	23
Experiencia creativa	23
• <i>Primer prototipo no funcional</i>	<i>23</i>
• <i>Primer prototipo funcional</i>	<i>24</i>
• <i>Segundo prototipo funcional.....</i>	<i>32</i>
CAPITULO 3	41
Interpretación.....	41
CONCLUSIONES	41
IMPLICACIONES TEORICAS	43
ANEXOS	50

RESUMEN

La aparición del Covid-19 ha generado desconfianza debido al miedo de la propagación del virus y las medidas restrictivas de bioseguridad implementadas, a pesar que la aparición de la vacuna ha permitido la reapertura de los establecimientos para iniciar un proceso de reactivación económica, el sector de establecimientos nocturnos se ha visto afectado debido a que las personas no tienen la confianza para ingresar de nuevo a espacios cerrados con una alta rotación de personas. Esta investigación tiene como objetivo comprobar si la confianza en el diseño de una página web puede aumentar la asistencia de los clientes a los bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de la Guajira. Utilizando el Método I+C que opera bajo la metodología cualitativa con un paradigma constructivista donde se hace uso de la practica personal directa con una técnica de experiencia reflexiva que entrelaza la teoría y la práctica. Dando como resultado la realización de un prototipo no funcional y dos prototipos funcionales que demostraron la importancia de mantener actualizada la información para ganarse la confianza de los clientes y así aumentar la asistencia. Cabe resaltar que es necesario evaluar siempre y no dejar de revisar las actualizaciones en el campo de la confianza electrónica para mantener el éxito de una plataforma web.

Palabras clave: Confianza, Diseño web, Experiencia creativa

ABSTRACT

The appearance of Covid-19 has generated distrust due to fear of the spread of the virus and the restrictive biosafety measures implemented, despite the fact that the appearance of the vaccine has allowed the reopening of establishments to start a process of economic reactivation, the sector of night establishments has been affected because people do not have the confidence to re-enter closed spaces with a high turnover of people. The objective of this research is to verify whether confidence in the design of a web page can increase customer attendance at bars in the city of Riohacha in the department of La Guajira. Using the I + C Method that operates under the qualitative methodology with a constructivist paradigm where direct personal practice is used with a reflective experience technique that intertwines theory and practice. Resulting in the realization of a non-functional prototype and two functional prototypes that demonstrated the importance of keeping the information updated to gain the trust of customers and thus increase assistance. It should be noted that it is necessary to always evaluate and not stop reviewing updates in the field of electronic trust to maintain the success of a web platform.

Keywords: Trust, Web design, Creative experience

CAPITULO 1

Propuesta investigativa

TEMA

•Diseño de página web basado en la confianza como estrategia para la reactivación económica en los bares.

PROBLEMÁTICA

La reactivación económica se ha vuelto una situación compleja para los bares debido a que a finales del 2019 el COVID-19 hizo su primera aparición convirtiéndose en una enfermedad infecciosa presente en la familia microscópica de los virus en la ciudad de Wuhan, China. Esta enfermedad se dio a conocer gracias a su facilidad de propagación, lo cual convirtió a esta situación en una pandemia global. Esto ocasiono que el gobierno tomara medidas preventivas como el confinamiento, distanciamiento las cuales ocasionaron los cierres de muchos sectores económicos.

Los bares y restaurantes han sido de los sectores más afectados, teniendo en cuenta que generaban un aporte al PIB nacional del 3.6%, antes del año 2020, y a su vez se registró que gracias a las riquezas culturales del país, y a la variedad de ofertas y recursos de cada departamento el sector gastronómico venia en crecimiento “el sector tuvo en promedio un crecimiento en todo el país superior a 22%, pero hay regiones como el Caribe que registraron un crecimiento mayor a 40%” (Ortegón, 2015). Sin embargo, este crecimiento se vio truncado ya que más del 20 % de los bares en Colombia tuvo que cerrar sus puertas.

El cambio que ha sufrido la sociedad actualmente nos ha llevado a replantear las condiciones y formas de como realizamos las actividades de nuestro día a día. El estrés por la nueva normalidad y las afectaciones por los efectos del confinamiento han hecho que los momentos de esparcimiento sean fundamentales. Sin embargo, este sector ha sido uno de los más afectados y debido a la incertidumbre las personas no se sienten seguras de salir a los establecimientos.

Actualmente, gracias a la llegada de las vacunas y la implementación del plan de vacunación se han reducido las medidas preventivas permitiendo a los establecimientos volver a la reapertura. Sin embargo, en el caso de la ciudad de Riohacha se han manifestado los siguientes problemas:

- Muchos dueños afirman que si bien tienen permitido reabrir sus bares no tienen los fondos suficientes para hacerlo.
- Los dueños afirman no tener el dinero suficiente para mantenerse abiertos con la mitad de sus ingresos debido a las restricciones para el número de personas que puede ingresar.
- La mayoría de los clientes tienen miedo de asistir a los establecimientos debido a la aparición de nuevas variantes del virus.
- Muchos dueños están presentando inconvenientes al momento de intentar llegar a acuerdos con sus arrendatarios, debido a que muchos están subiendo el valor de arrendamiento.
- La mayoría de los trabajadores de bares no tienen el dinero para transportarse diariamente a su lugar de trabajo

- Muchos dueños afirman que, aunque tengan la capacidad de abrir sus establecimientos el costo de la implementación de medidas de bioseguridad es demasiado alto para intentarlo.
- Algunos dicen no sentirse confiados de volver a abrir debido a la incertidumbre de volver a cerrar de nuevo.
- Siendo Riohacha un distrito turístico, la alcaldía teme disminuir las restricciones ya que puede ocasionar un nuevo brote.

Para concluir, se establece que, de los problemas encontrados, la mayoría giran en torno a los dueños de los bares, los cuales necesitan estrategias que les permitan superar dichos problemas y recuperarse de la crisis económica en la que se encuentran.

PROBLEMA

De los problemas expresados en la problemática se encontraron ocho relacionados con la reactivación económica en bares en la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira. Por lo tanto, se decidió que este proyecto se centrara en la inasistencia a los bares debido a la falta de confianza que tienen los usuarios.

Se ha identificado por medio del método de árbol de causas (Ver anexo #1: Identificación del problema) que de este problema deriva la mayoría de los problemas que tienen los dueños ya que, al brindarle la confianza a los usuarios, estos podrán asistir a los bares y se generarán los ingresos para continuar con los establecimientos abiertos.

PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Como un diseño de página web basado en la confianza puede contribuir a la reactivación económica de los bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira?

MARCO DE REFERENCIA DE LA PROPUESTA

El marco de referencia está descrito por las teorías que permitieran conseguir el desarrollo de estrategias para la creación de una página web que ayude con la reactivación económica en los bares, así como también las soluciones que se están implementando actualmente y los conceptos clave para esto.

1. Estado del arte

Se encontrarán las soluciones que se están implementando tanto a nivel local como a nivel nacional e internacional con respecto a dinámicas para los bares.

Nivel local

Se encontró que a nivel local las personas solucionaron mediante bonos que incentivarán otra compra y give away que se obtenían por medio del reconocimiento que el usuario le brindara al establecimiento por las redes sociales. (Ver anexo #2: Estado del arte). Sin embargo, se puede observar que si bien estas dinámicas generan mayor actividad en cuanto a seguidores en redes sociales esto no garantiza que las personas compraran en la misma medida que se generan seguidores en la red social. Así mismo, en muchos casos puede suceder que el público objetivo del establecimiento no tiene acceso a la información por medio de la cual se brindan las dinámicas.

Nivel nacional

- **Recetas virtuales enviando materiales en casa:** Algunos locales optaron por publicar sus recetas y crear kits con los ingredientes para la preparación con el fin que los clientes realicen de forma autónoma la preparación. (Grupo Bancolombia, 2020)
- **Platos para que las personas terminen en casa:** Similar a la solución anterior muchos establecimientos optaron por una experiencia interactiva donde el usuario debía concluir la preparación de su plato ya sea desde agregar un ingrediente o realizar un cambio en la temperatura del platillo. (Grupo Bancolombia, 2020)
- **Reservas exclusivas en el lugar:** Muchos lugares abrieron sus establecimientos con la condición de realizar una reserva previa, de esta manera se manejaba un control de la cantidad de personas en el establecimiento.
- **Concierto online en vivo:** Otra opción es la implementación de conciertos online llevados a cabo desde el establecimiento y transmitido por las plataformas de streaming que se seleccione de las que estén disponible. (Grupo Bancolombia, 2020)
- **Membresías compartidas:** Con esta opción utilizada en bares y restaurantes un grupo de amigos adquiere la posibilidad de que uno de los pertenecientes al grupo invite y al resto le llega el pedido a su hogar. (Grupo Bancolombia, 2020)

En el caso de las soluciones encontradas a nivel nacional encontramos que se encuentra más enfocada en crear una relación entre el usuario y los servicios ofrecidos por el establecimiento. Sin embargo, observamos que son estrategias enfocadas a llevarse a cabo en el hogar y aunque fueron acertadas durante el confinamiento en esta etapa de reapertura

sería ideal mantener las dinámicas, pero enfocadas en la asistencia de los usuarios a los establecimientos.

Nivel internacional

- **Chef en casa:** Con el fin de mantener un ingreso aquellas personas del sector culinario y bares crearon una plataforma llamada chef en casa, donde los usuarios podían agendar y de esta manera obtener cualquier preparación desde la cocina de su casa a la mesa.(*CÓMO FUNCIONA / Chef a Tu Casa*, n.d.)
- **Localivery:** permite a las personas pedir comestibles o comida a través de aplicaciones de mensajería que todos usamos: WhatsApp, Telegram o Messenger. Las personas no necesitan realizar un registro, pueden ponerse en contacto con tiendas y restaurantes cercanos a su ubicación.(Slik in Innovacion, 2020)
- **Cocinando con Pixar:** Pixar creó un canal de YouTube por medio del cual se pueden encontrar recetas inspiradas en sus filmes más famosos o preparar algunos otros platillos en compañía de los personajes animados creados por el estudio.(Mora, 2020)
- **Clases online con un bar tender:** Gracias a las ventajas de la virtualidad muchos establecimientos optaron por brindar clases online durante los periodos de cierre.(Grupo Bancolombia, 2020)
- **Micrashell:** Micrashell protege de virus transmitidos por vía aérea, fácil de controlar, de diseño actual y atractivo, desinfectable y fácil de poner. Y lo más importante, permite socializarse sin tener que estar físicamente separados.(Juste, 2020)

En el caso del nivel internacional encontramos que las soluciones implementadas en algunos casos pueden llegar a ser demasiados costosas y aunque brindan una cercanía entre el servicio y el cliente sería mucho mayor la inversión para implementarlas que el tiempo en el que se puede recuperar. Sin embargo, muchas de estas dinámicas se pueden adaptar para servir de alguna manera con la meta propuesta para este proyecto.

2. Marco conceptual

A continuación, en esta sección del apartado del marco de referencia se exponen los conceptos que se relacionaran por medio del planteamiento de estrategias con el fin de dar solución al problema planteado.

- **Página web**

Se conoce como página Web, página electrónica o página digital:

Un documento digital de carácter multimediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web y una conexión activa a Internet. Se trata del formato básico de contenidos en la red.

En Internet existen más de mil millones de páginas Web de diversa índole y diverso contenido, provenientes del mundo entero y en los principales idiomas hablados. Esto representa el principal archivo de información de la humanidad que existe actualmente, almacenado a lo largo de miles de servidores a lo largo del planeta, a los que es posible acceder velozmente gracias a un sistema de protocolos de comunicación (HTTP). (Equipo editorial, 2021)

- **Reactivación económica**

Se denomina reactivación económica el proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un país o de un lugar determinado tome buenos rumbos después de haberse sumergido en una crisis que afecta a la mayoría de la población.

En una depresión o una crisis económica, los índices nos muestran que la economía se encuentra de cierto modo “parada”; es decir, que no hay mucha actividad si ésta se compara con la de periodos precedentes. Lo anterior significa que, al estar detenida la economía, las producciones de las empresas se encuentran en niveles bajos, lo que hace que no se contraten trabajadores y, por lo tanto, el desempleo aumente y la gente tenga muy pocos ingresos con los cuales consumir. Al no existir una demanda de bienes y servicios, los precios de éstos bajan o permanecen estables, lo cual, en general, no trae buenos resultados para las personas, para las empresas, para el Estado, ni para la economía en general. (Red cultural del banco de la republica, n.d.)

- **Confianza**

La confianza se define como la conducta que permite creer en la reciprocidad del otro, es decir, al momento de esperar una acción se espera que esta sea igual o similar a la que se haya hecho por esa persona (Peterman, 1999) y en este caso para el proyecto se contextualiza la confianza como la base para la página web ya que se espera que el usuario confíe en ella en el mismo nivel en que el dueño del bar actualice la información dispuesta.

3. Marco teórico

En este apartado del marco de referencia se encontrarán aquellas teorías que servirán como base para el desarrollo del proyecto y así mismo que fundamentarán los conceptos expuestos en el marco conceptual.

- **Diseño de página web**

El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y vídeo. Se lo considera dentro del diseño multimedia. (Perez,2020)

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos, aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos, característica destacable del medio.

El diseño web ha visto amplia aplicación en los sectores comerciales de Internet. Así mismo, a menudo la web se utiliza como medio de expresión. Artistas y creadores hacen de las páginas en Internet un medio más para ofrecer sus producciones y utilizarlas como un canal más de difusión de su obra.

Para el diseño de páginas web se debe tener en cuenta tres etapas:

La primera, es el diseño visual de la información que se desea editar. En esta etapa se trabaja distribuyendo el texto, los gráficos, los vínculos a otros documentos y otros objetos

multimedia que se consideren pertinentes. Es importante que antes de trabajar sobre el computador se realice un boceto o prediseño sobre el papel. Esto facilitará tener un orden claro sobre el diseño.

La segunda, es la estructura y relación jerárquica de las páginas del sitio web, una vez que se tiene este boceto se pasa a 'escribir' la página web. Para esto, y fundamentalmente para manejar los vínculos entre documentos, se creó el lenguaje de marcación de hipertexto o HTML. Los enlaces que aparecen subrayados en este documento son ejemplos de hipertexto, puesto que al pulsar sobre ellos conducen a otras páginas con información relacionada. La importancia de la estructura web radica en que los visitantes no siempre entran por la página principal o inicial y en ese caso el sitio debe darle la respuesta a lo que busca rápido, además permitirle navegar por el sitio.

La tercera etapa consiste en el posicionamiento en buscadores. Ésta consiste en optimizar la estructura del contenido para mejorar la posición en que aparece la página en determinada búsqueda. (Pérez, 2020)

- **Diseño estratégico**

El diseño estratégico se centra en mejorar el conjunto de habilidades y la mentalidad del diseñador para ayudar a resolver los desafíos que enfrentan las organizaciones. Dentro de esto, se destacan tres habilidades específicas de los diseñadores estratégicos:

Integración: Debido a que los tomadores de decisiones a veces solo ven fragmentos y no la totalidad del problema en su conjunto, pueden verse cegados por las consecuencias no deseadas de sus elecciones. El enfoque naturalmente

integrador del diseño ayuda a iluminar la compleja red de relaciones, entre personas, organizaciones y cosas, para proporcionar un punto de vista holístico.

Visualización: El diseño es muy fuerte en la representación visual, y los profesionales del diseño estratégico usan esta habilidad como un medio importante e iterativo para comunicar relaciones complejas, incluso contradictorias, que sería difícil o imposible de explicar solo en texto y números.

Gestión: Encontrar buenas ideas es fácil, implementar las correctas no lo es. En los últimos años, el énfasis en Design Thinking ha demostrado contundentemente el valor de aplicar la creatividad en un contexto empresarial.

Pero el diseño exitoso no se trata sólo del pensamiento creativo. También implica implementar y garantizar que las ideas claves mantengan su integridad a lo largo de este proceso y siempre estén bien alineadas con las estrategias comerciales. (Team. m, 2020)

Consecuente con lo anterior, este proyecto hará uso del diseño estratégico para estudiar las estrategias existentes que se utilizan actualmente por los bares de la ciudad de Riohacha para aumentar sus ingresos y de esta manera plantear un diseño de página web que permita aumentar la confianza de los clientes para asistir a los establecimientos.

- **Metodología I+C**

Esta es una propuesta del docente Antonio Stalin García Ramos publicada en 2021, esta metodología busca llevar a cabo proyecto con proceso en donde se relación la investigación

y la creación o en otras palabras la teoría y la práctica. Esto con el fin de contrarrestar la información obtenida con la vivencia de la experiencia de la creación y viceversa.

Es así como se disponen lineamientos para consignar este tipo de investigación e igualmente como procesarla, dando como resultado un método cualitativo que opera bajo un paradigma constructivista, donde ontológicamente la realidad es una posibilidad, epistemológicamente el investigador posibilita esa realidad, mediante la práctica personal directa, y su técnica es la experiencia reflexiva que entrelaza la teoría y la práctica.

- **Benchmarking**

El benchmarking es un modelo utilizado para entender o aprender las prácticas ya sea en el caso interno o externo las técnicas, estrategias entre otros que han originado el éxito de un producto o servicio (Arias,2016).Es así como en este proyecto se hará uso de esta herramienta para evaluar páginas web que se encuentren dentro de la misma categoría de bares y hotelería para evaluar las estrategias o prácticas que han ocasionado su éxito y como estas se diferencian de los prototipos propuestos como resultado de este proyecto.

- **Customer Journey Map (CJM)**

El Customer Journey Map (CJM), es una herramienta de Design Thinking una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas para superar retos y satisfacer necesidades que hace posible dar forma en un mapa a cada una de las fases o etapas que recorre una persona; desde que le sobreviene una necesidad hasta que se convierte en cliente de una marca porque compra un producto o disfruta de un servicio. En este plano es importante dar lugar a la descripción de canales, herramientas y elementos

que interactúan con los clientes durante todo su proceso de información, decisión y compra, sin olvidar el servicio postventa. (Colombo,2019). En este proyecto se hará uso del Customer Journey Map para estudiar la experiencia del cliente y así mismo filtrar y seleccionar los apartados que debe contener nuestro prototipo.

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN – CREACIÓN

La confianza en el diseño de una página web que se enfoque en las reservas y revisión de aforo de los bares de la ciudad de Riohacha aumenta la asistencia de los clientes al establecimiento.

OBJETIVO GENERAL

Comprobar el diseño de una página web basado en la confianza como medio para el aumento de asistencia de los clientes a los bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las dinámicas de los clientes y dueños de bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira.
- Desarrollar una página web para tres bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira.
- Analizar la viabilidad de la página web con respecto a la reactivación económica de los bares de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira.

JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA

En este proyecto se plantea el diseño de una página web de manera que esta permita realizar reservas y revisar el aforo de los establecimientos antes de llegar a él. Esta página web puede llegar a potenciar la economía, logrando que los dueños de estos sectores específicamente de los bares que son el objeto de estudio de este proyecto puedan generar ingresos que le permitan superar la crisis por la que se atraviesa actualmente.

Para este caso se escogió una página web debido a que se tiene como objetivo plantear la viabilidad del uso de páginas web sobre las redes sociales o aplicaciones debido a que los dueños de los establecimientos y clientes afirman que ambas no dan resultados debido a problemas de conectividad y espacio en el almacenamiento del teléfono en el caso de las aplicaciones y para las redes sociales, los comentarios se centran en que estos canales solo se encargan de transmitir información sobre la venta de productos y no la forma en que se presta el servicio.(Ver anexo 3:Reporte de avances)

METODOLOGIA

Para el desarrollo de este proyecto se ha tomado como base la Metodología de I+C en donde se hace uso de la investigación teórica y de la experiencia creativa practica haciendo uso de un procedimiento que inicia con una pregunta investigativa y luego consta de ocho fases las cuales deben ser vivenciadas a través de una experiencia creativa sin dejar por fuera su debido registro en una bitácora. Es así como se han planteado tres etapas para la ejecución de este proyecto:

- **ETAPA 1: Primer acercamiento al desarrollo de una página web** (Ver anexo 3: Reporte de avances)

1. Investigar y seleccionar tres teorías sobre la confianza en los medios electrónicos que ayuden a corroborar la hipótesis establecida anteriormente
2. Corroborar las teorías por medio de entrevistas a 10 usuarios de bares que además permitan establecer la preferencia de los usuarios a las páginas web en lugar de las redes sociales y aplicaciones móviles.
3. Realizar un prototipo no funcional por medio de la herramienta Adobe Illustrator con los apartados que la autora de este proyecto considere se deben implementar.
4. Determinar por medio de la herramienta Benchmarking las prácticas de estrategias de diseño web que fortalecen a dos de las páginas web mejor posicionadas a nivel nacional.
5. Seleccionar a través de la evaluación de la experiencia del cliente por medio de un Customer Journey Map los apartados que debe contener la página web.

- **ETAPA 2: Desarrollo primer prototipo funcional**

1. Realizar por medio de la herramienta FIGMA un prototipo funcional que abarque los hallazgos encontrados en la primera etapa y las correcciones recibidas durante el corte de avance. (Ver anexo 4: Bitácora)
2. Con ayuda del prototipo evaluar las opiniones de expertos, dueños de bares y usuarios por medio de una entrevista. (Ver anexo 4: Bitácora)

- **ETAPA 3: Desarrollo segundo prototipo funcional**

1. Realizar por medio de la herramienta FIGMA un prototipo funcional que abarque los hallazgos encontrados en la primera y segunda etapa y las correcciones recibidas durante el corte de avance. (Ver anexo 4: Bitácora)
2. Realizar con ayuda del segundo prototipo funcional un video prototipo que ayude a ilustrar las mejoras realizadas. (Ver anexo 4: Bitácora)

ALCANCES

Desarrollo de una serie de 3 prototipos donde uno es de carácter no funcional y los dos restantes funcionales, los cuales fueron desarrollados por medio de un registro documentado clasificado dentro de una obra de carácter procesual.

RESULTADOS

Teniendo en cuenta el desarrollo y ejecución del proyecto a continuación se exponen los resultados obtenidos dentro del mismo:

- Se desarrolló un prototipo no funcional que permitió establecer con ayuda de herramientas como Benchmarking y Costumer Jornuey Map las prácticas y dinámicas que favorecen el diseño de una página web.
- Se desarrollaron dos prototipos funcionales que por medio de la realización de entrevistas permitieron dar a conocer cuáles son las preferencias y opiniones con respecto a cómo la constante actualización de una página web puede aumentar la asistencia a un establecimiento.
- Se estableció por medio del instrumento de entrevistas cuales son las preferencias con respecto al consumo tecnológico para la información de espacios de entretenimiento de los usuarios de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira.

IMPACTOS

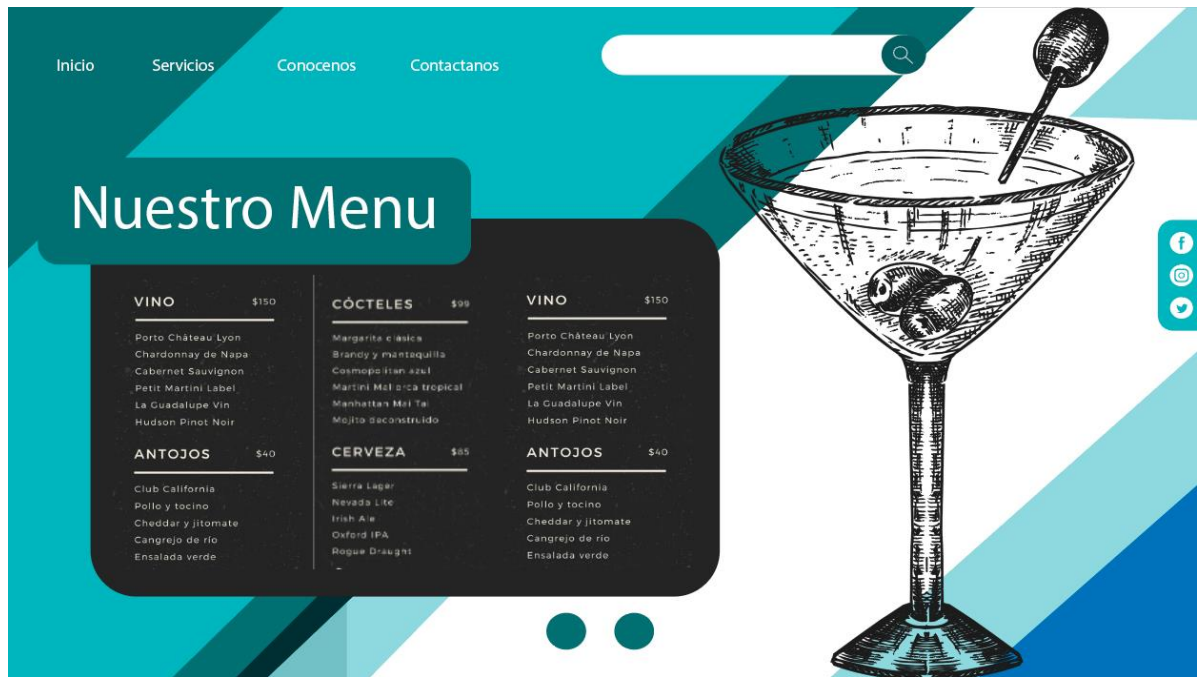
La realización de este proyecto generó impactos en el sector del comercio de la ciudad de Riohacha en el departamento de La Guajira específicamente en el sector de los bares en donde los dueños de estos establecimientos tienen la oportunidad de brindar información segura que otorga un lazo de confianza a sus clientes logrando aumentar la asistencia a los puntos físicos. Igualmente, por parte de los clientes de estos bares, los cuales ahora tienen la oportunidad de tener seguridad al momento de disfrutar de un espacio seguro y confiable de entretenimiento con información actualizada y a la mano.

CAPITULO 2

Experiencia creativa

- **Primer prototipo no funcional**

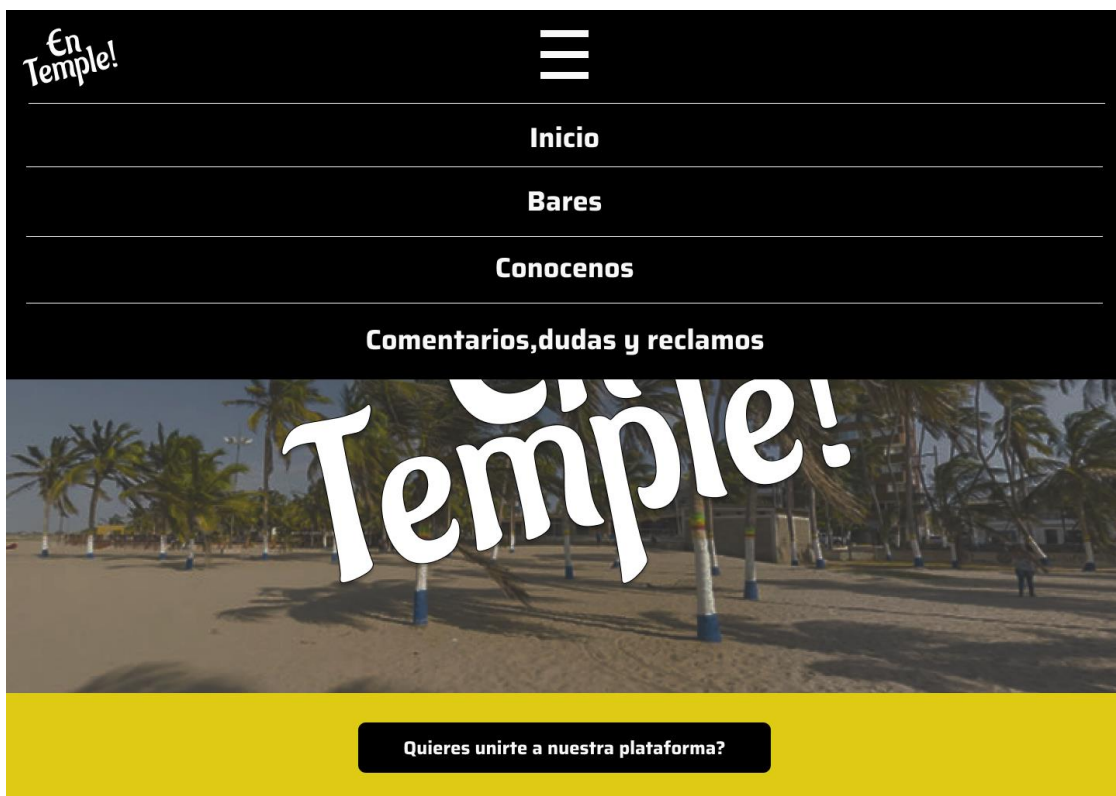







- **Primer prototipo funcional**



Cargando





Bienvenido!

Estamos encantados de que quieras unir tu bar a nuestra plataforma. Para ello necesitamos que llenes los siguientes datos:

- Nombre del establecimiento
- Nombre del dueño
- Dirección
- Teléfono
- Correo electrónico:
- Horario de atención del establecimiento
- Breve descripción del establecimiento

Finalmente le solicitamos anexar el RUT del establecimiento y su respectivo logo

Cualquier duda puedes comunicarte a nuestro correo entemple@gmail.com

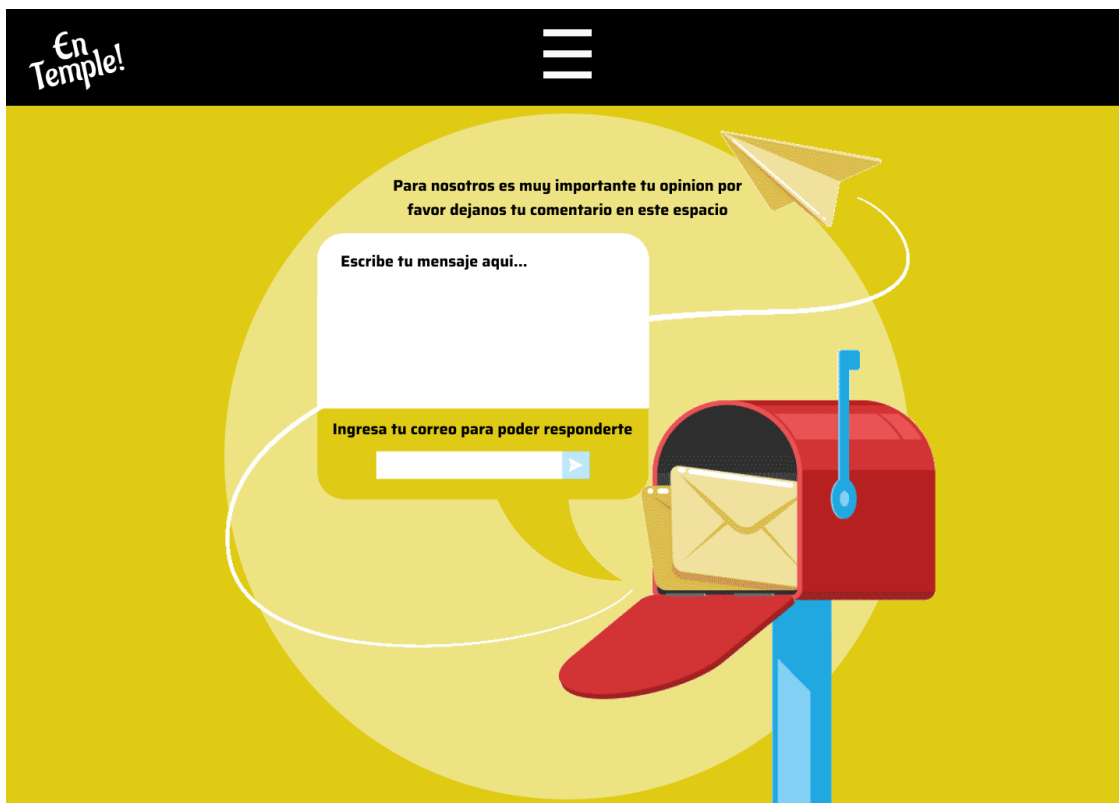
[Adjuntar archivo](#) [Enviar](#)




Muchas gracias!

Hemos recibido tu información
Debes esperar cinco días hábiles para recibir la respuesta de aceptación.


[Inicio](#)





En Temple! 

Hola!

Mi nombre es Tatiana Bogallo, creadora de En temple! una plataforma pensada para darle la oportunidad a los clientes de mejorar su experiencia al momento de ir a un bar. Para ello hemos creado una serie de servicios. Te invito a explorar la plataforma para que los conozcas.



En Temple! 



Ainhoa

No disponible
KB
Cocktails & Drinks

No disponible
CUBAGUA
CAFE BAR

No disponible
Metro
Cafe Bar

En Temple!

Ainhoa

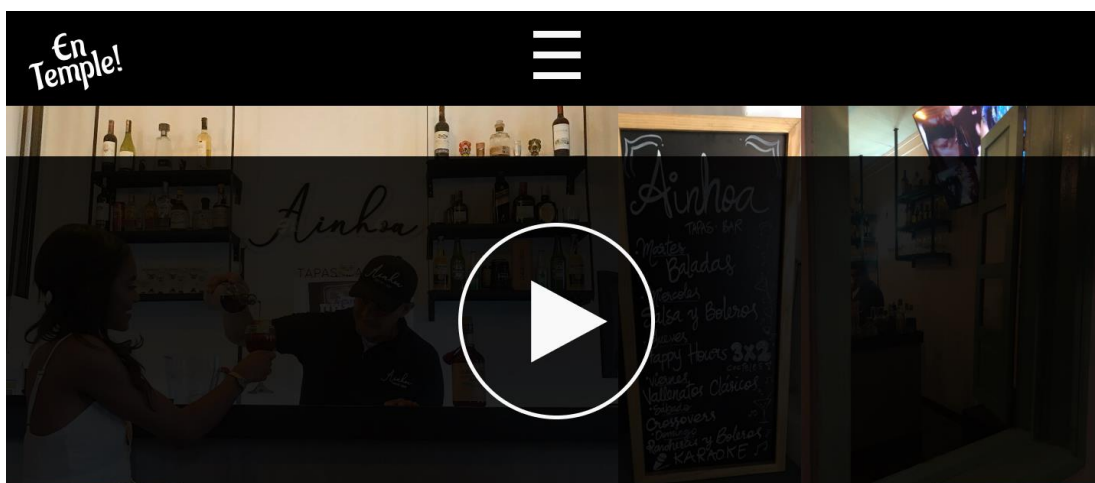
Cll 3, Cra 5 Esquina.
Segundo Piso

TENEMOS DISPONIBLES

- 6 Sillas En Barra
- 3 Mesas Para
- 5 Mesas Para

Actualizado Hace 5 Min.

RESERVAS MENU CONOCENOS



Ainhoa

Soy Felix Solano y he creado este espacio para la comunidad riohachera con el animo de motivar a mis clientes de vivir una experiencia que evoque lo antiguo. Traemos de vuelta tus antiguos recuerdos con la musica mas iconica de los años 70', 80', 90'.

Tambien te ofrecemos la oportunidad de cantar a todo pulmon estos clasicos con nuestro karaoke en vivo.

Te esperamos.



MENU

CERVEZAS

Narrativas e Importadas
(Micheladas adicionales \$ 2000)

Buchanan'S Master	\$ 290000
Buchanan'S 750ml	\$ 260000
Buchanan'S 375ml	\$ 170000
Old Fory 750ml	\$ 240000
Dobleu Black	\$ 290000
Sello Negro 750ml	\$ 240000
Sello Rojo 750ml	\$ 160000
Shot 12 Años	\$ 18000
Shot Sello Rojo	\$ 12000

TEQUILA

Antioqueño 750ml	\$ 160000
Antioqueño 500ml	\$ 90000
Shot	\$ 9000

COCTELES

Vino Tinto Reserva	\$ 120000
Vino Tinto Joven	\$ 75000
Vino Blanco Reserva	\$ 120000
Vino Blanco Joven	\$ 75000

OTRAS BEBIDAS

Adicionales
(Micheladas con Papas \$ 3000)
(Micheladas normales \$ 2000)

Chicharrones	\$ 21000
Montadillos mix	\$ 14000
(Jamón, Pavo, Pepperoni)	
Nachos	\$ 18000
Entremeses variados	\$ 21000
(Jamón Serrano, Chorizo Español)	
Pepperoni, Queso Suizo Y Pan De Ajo)	

PLATOS FUERTES

Aguila Light	\$ 5000
Club Colombia	\$ 6000
Budweiser 2.75ml	\$ 6000
Budweiser 3.15ml	\$ 7000
Coronita	\$ 6000
Corona	\$ 9000
Heineken	\$ 8000
Stella Artois	\$ 9000
B.B.C	\$ 9000
Beer Ainhoa	\$ 12000
Smirnoff	\$ 12000

WHISKY

Jose Cuervo 750ml	\$ 160000
Jose Cuervo 500ml	\$ 130000
1800 Cristalino	\$ 400000
Dan Julio	\$ 350000
Shot	\$ 14000

AGUARDIENTE

Beer Submarino	\$ 25000
Beer Margarita	\$ 22000
Bailey Ainhoa	\$ 18000
Ainhoa	\$ 18000
Special Del Dia	\$ 18000
Mojito De Frutas	\$ 17000
Piña Colada	\$ 16000
Daiquiri	\$ 16000
Sex On The Beach	\$ 16000
Tequila Sunrise	\$ 16000
Margarita	\$ 16000
Cosmopolitan	\$ 16000
Limo Azul	\$ 16000
Sangria	\$ 16000
Ron Punch	\$ 16000
Mojito	\$ 16000
Vodka Tonic	\$ 15000
Cuba Libre	\$ 15000
Tom Collins	\$ 15000
Aloha	\$ 15000
Coctel Sin Alcohol	\$ 13000
Fruit Punch	\$ 13000

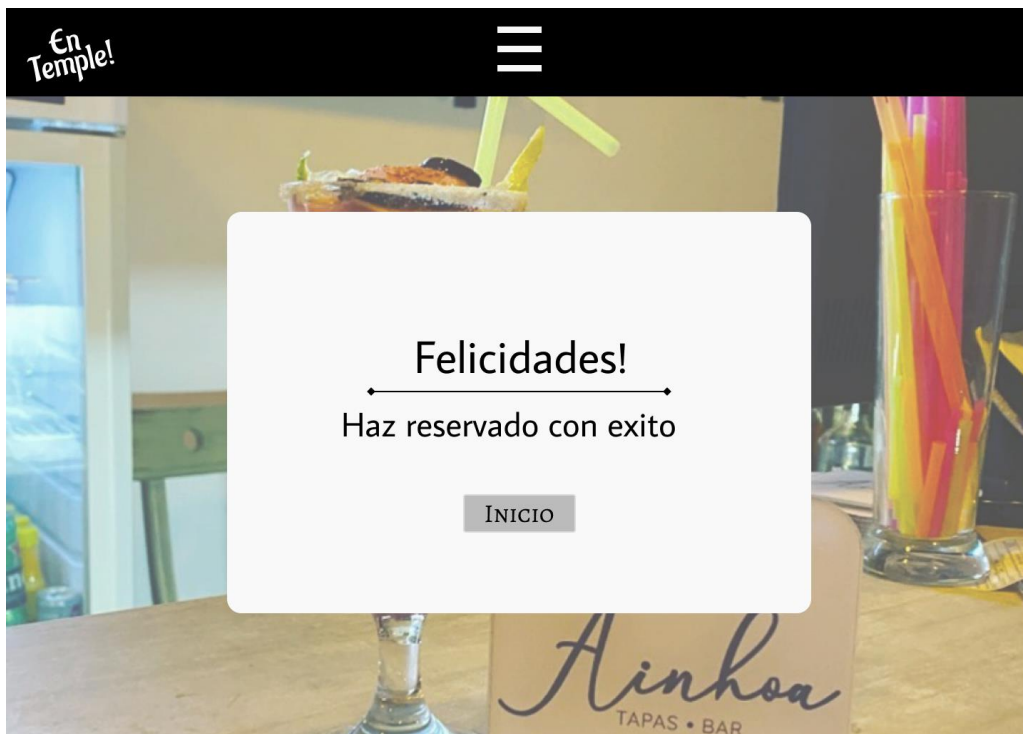
VINOS

Limonadas:	
Ainhoa	\$ 10000
Coca	\$ 10000
Cerezada	\$ 8000
Natural	\$ 7000
Jugos Naturales	\$ 7000
Botella De Agua	\$ 4000
Soda	\$ 5000
Ginger	\$ 6000
Gaseosa	\$ 4000
Bebida Energizante	\$ 8000
Jarra De Sangria	\$ 70000

ENTRADAS

Picada mixta ainhoa	\$ 32000
(Lomo Fino De Res, Pollo, Bullfarra, Chorizo Para Dos Personas)	
Picada mixta ainhoa	\$ 60000
(Lomo Fino De Res, Pollo, Bullfarra, Chorizo Para Cuatro Personas)	
Picada especial ainhoa	\$ 38000
American burger	\$ 20000
(Papas, Salsa Ainhoa)	

VOLVER

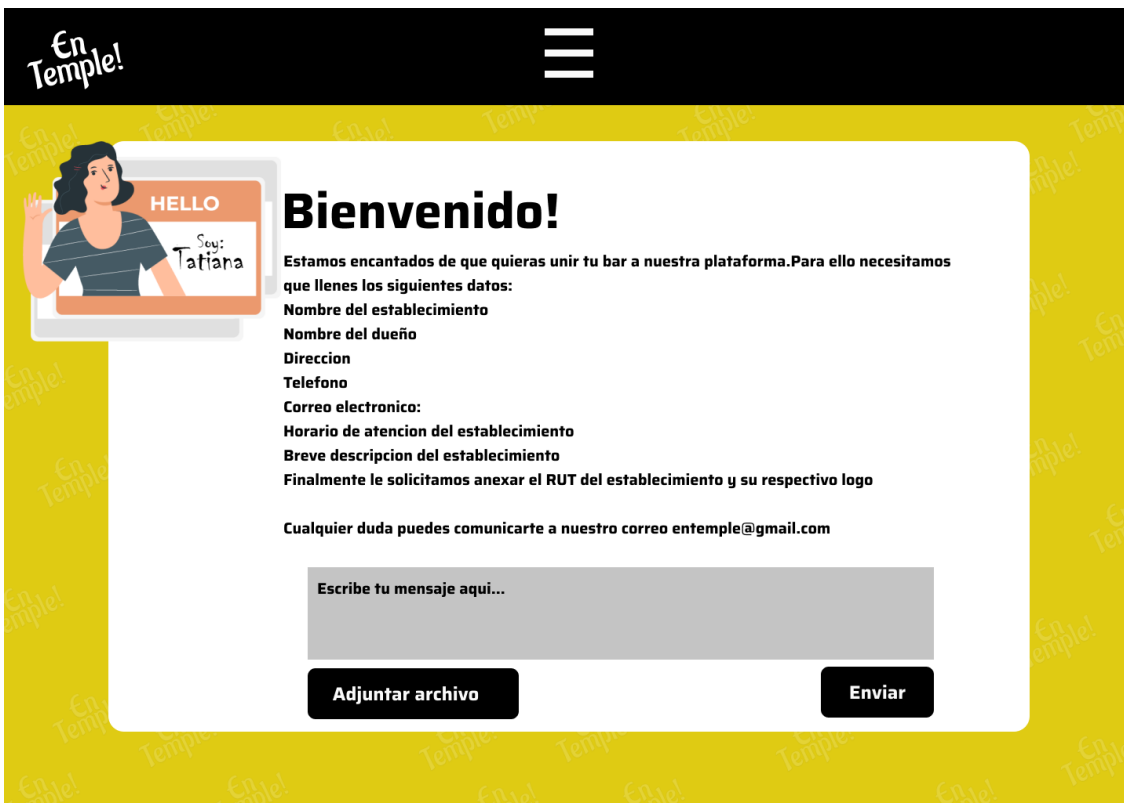
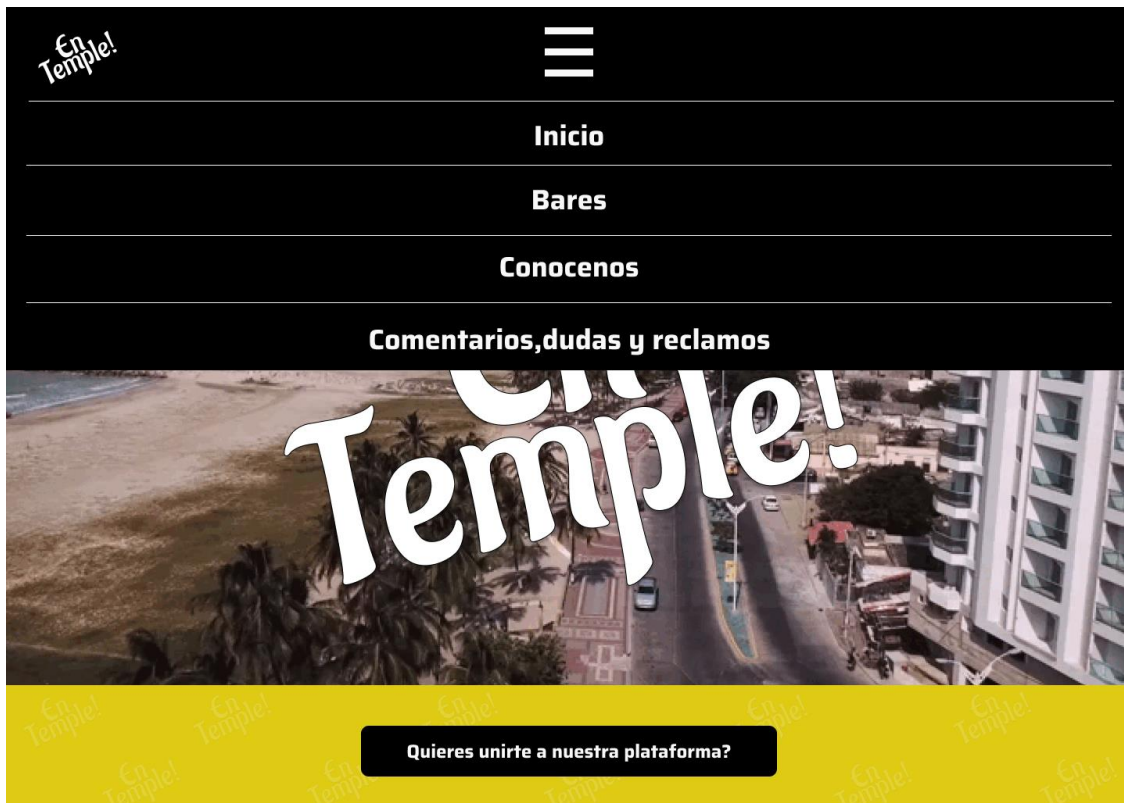


Enlace simulación:

<https://www.figma.com/proto/68YTpHBC1VDXpKAVmOlsNr/Segundo-prototipo?node-id=15%3A93&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=1%3A2>

- Segundo prototipo funcional







Muchas gracias!

Hemos recibido tu informacion
Debes esperar cinco dias habiles para recibir la respuesta de aceptacion.

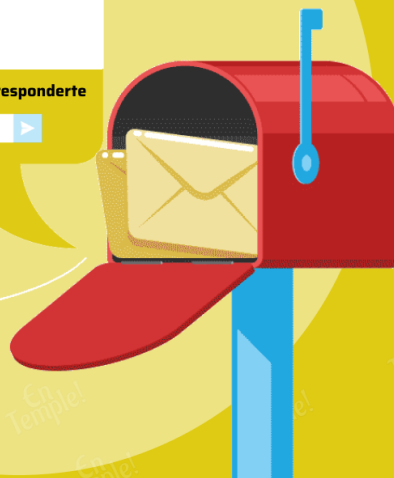
Inicio

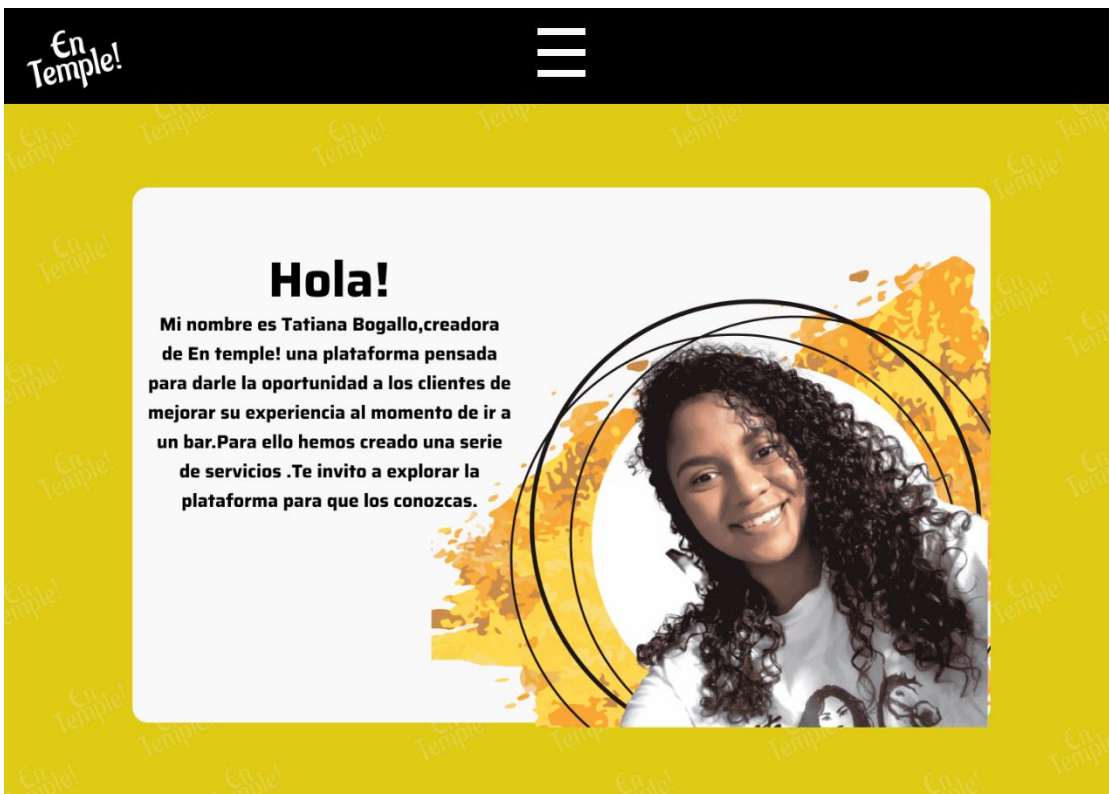
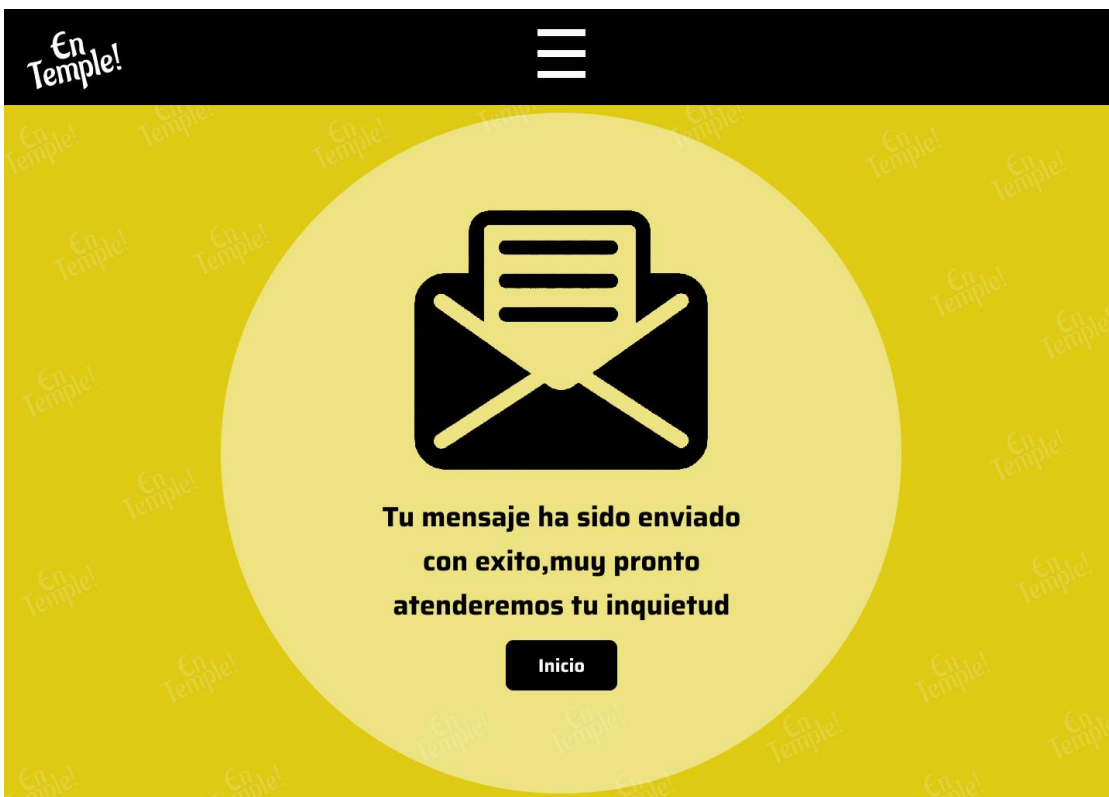



Para nosotros es muy importante tu opinion por
favor dejanos tu comentario en este espacio

Escribe tu mensaje aqui...


Ingresa tu correo para poder responderte





En Temple! 

Informacion Actualizada Cada 10 Minutos



Ainhoa

No disponible

CUBAGUA CAFE BAR
No disponible

No disponible

Estro CAFE-BAR
No disponible

En Temple! 

Disfruta de un 10% con este codigo #entemple ainhoa
Este codigo se actualiza cada 15 minutos



En Temple!

Informacion Actualizada Cada 10 Minutos

Ainhoa

TENEMOS DISPONIBLES

- 6 Sillas En Barra
- 3 Mesas Para
- 5 Mesas Para

RESERVAS MENU CONOCENOS

En Temple!

Disfruta de un 10% con este codigo #entemple ainhoa

Este codigo se actualiza cada 15 minutos



MENU

CERVEZAS

Naturales y 10 puntales.
(Microbrewerías \$ 7000)

Buchanan's Master	\$ 290000
Buchanan's 750ml	\$ 240000
Buchanan's 375ml	\$ 170000
Old Parr 750ml	\$ 240000
Doble Negro 750ml	\$ 290000
Sello Negro 750ml	\$ 240000
Sello Rojo 750ml	\$ 160000
Shot 12 Años	\$ 18000
Shot Sello Rojo	\$ 12000

TEQUILA

Antioqueño 750ml	\$ 160000
Antioqueño 500ml	\$ 90000
Shot	\$ 9000

COCTELES

Vino Tinto Reserva	\$ 120000
Vino Tinto Joven	\$ 75000
Vino Blanco Reserva	\$ 120000
Vino Blanco Joven	\$ 75000

OTRAS BEBIDAS

Adicional
(Miche, Jalepeños \$ 7000)
(Microbrewerías \$ 2000)

Chicharrones	\$ 21000
Montadillos mix	\$ 14000
(Jamón, Pavo, Pepperoni)	
Nachos	\$ 18000
Entremeses variados	\$ 21000
(Jamón Serrano, Chorizo Español, Pepperoni, Queso Sulza Y Pan De Ajo)	

PLATOS FUERTES

Aguila Light	\$ 5000
Club Colombia	\$ 6000
Budweiser 2.75ml	\$ 6000
Budweiser 3.15ml	\$ 7000
Coronita	\$ 6000
Corona	\$ 9000
Heineken	\$ 8000
Stella Artois	\$ 9000
B.B.C	\$ 9000
Beer Ainhoa	\$ 12000
Smirnoff	\$ 12000

WHISKY

Jose Cuervo 750ml	\$ 160000
Jose Cuervo 500ml	\$ 130000
1800 Cristalino	\$ 400000
Don Julio	\$ 350000
Shot	\$ 14000

AGUARDIENTE

Beer Submarino	\$ 25000
Beer Margarita	\$ 22000
Bailey Ainhoa	\$ 18000
Ainhoa	\$ 18000
Special Del Dia	\$ 18000
Mujito De Frutas	\$ 17000
Piña Colada	\$ 16000
Daiquiri	\$ 16000
Sea On The Beach	\$ 16000
Tequila Sunrise	\$ 16000
Margarita	\$ 16000
Cosmopolitan	\$ 16000
Luna Azul	\$ 16000
Sangria	\$ 16000
Ron Punch	\$ 16000
Mojito	\$ 16000
Vodka Tonic	\$ 15000
Cuba Libre	\$ 15000
Tom Collins	\$ 15000
Jalapa	\$ 15000
Cochel Sin Alcohol	\$ 13000
Fruit Punch	\$ 13000

VINOS

Limonadas:	
Ainhoa	\$ 10000
Coco	\$ 10000
Cerezada	\$ 8000
Natural	\$ 7000
Jugos Naturales	\$ 7000
Bolella De Agua	\$ 4000
Soda	\$ 5000
Ginger	\$ 6000
Gaseosa	\$ 4000
Bebida Energizante	\$ 8000
Jarro De Sangria	\$ 70000

ENTRADAS

Picada mixta ainhoa	\$ 32000
(Lomo Fino De Res, Pollo, Butifarra, Chorizo Para Dos Personas)	
Picada mixta ainhoa	\$ 60000
(Lomo Fino De Res, Pollo, Butifarra, Chorizo Para Cuatro Personas)	
Picada especial ainhoa	\$ 38000
American burger	\$ 20000
(Papas, Salsa Ainhoa)	

A continuación selecciona fecha y hora para tener el placer de atenderte

Hora
9:00 pm

Nombre para la reservacion

Para cuantas personas

Registra el certificado de vacunacion de los asistentes

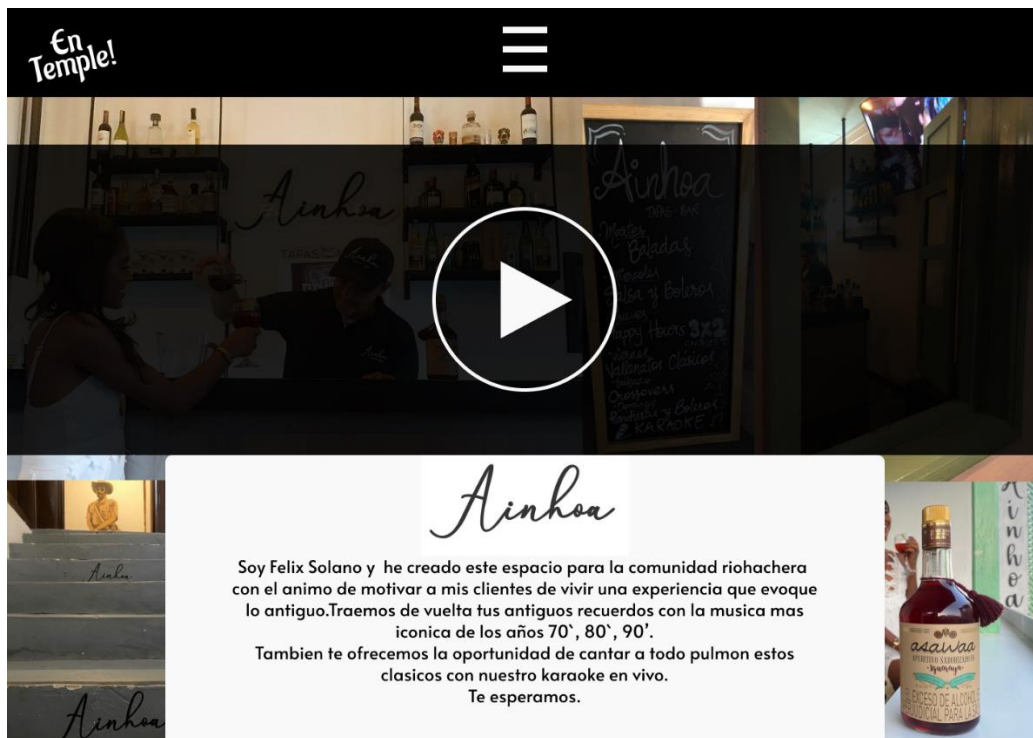
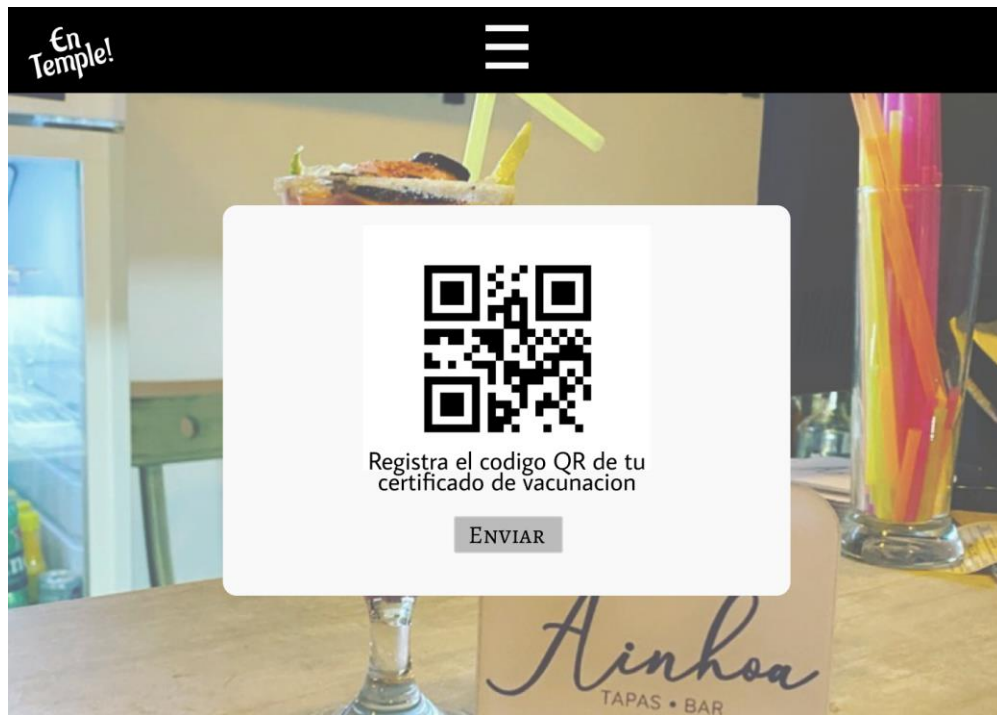
ENVIAR

S	M	T	W	T	F	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Felicidades!

Haz reservado con exito
Tu codigo de reserva es ME2345

INICIO



Enlace de simulación:

<https://www.figma.com/proto/LMFMQ24UIYeH94QrmgEOdG/Tercer-prototipo?node-id=3%3A5&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=3%3A5&show-prot-sidebar=1>

CAPITULO 3

Interpretación

CONCLUSIONES

Luego del desarrollo de este proyecto se tiene claro que este campo de la confianza en las páginas web tiene muchas oportunidades para intervenir y no solo desde el diseño sino desde la relación que se puede establecer con otras carreras como lo es la psicología, diseño web, diseño gráfico, ingeniería de sistema y programación. Igualmente es muy clara la aceptación que este tipo de ideas tiene en la comunidad sobre todo por el boom que ha dejado la tecnología a raíz del tiempo que estuvimos encerrados por la pandemia a causa del Covid -19. De esta manera y a raíz de los comentarios y conversaciones resultantes durante la ejecución del proyecto, se proponen las siguientes oportunidades que la autora de este proyecto considera puede tener la hipótesis planteada durante el capítulo 1:

- Como una intervención para dar a conocer las diferentes artesanías expuestas en las avenidas turísticas de la ciudad de Riohacha.
- Como una herramienta para la verificación de los certificados de vacunación, los cuales comenzaron a ser un requerimiento des el mes de noviembre del 2021
- Como un foro para dar visibilizarían a los bares y restaurantes de la ciudad de Riohacha por medio de la voz a voz y compartir la información y comentarios de la experiencia.
- Como un medio para recibir y despachar domicilios separando y llevando a un plano más formal esta actividad que desde siempre se ha encontrado ligada casi por obligación a redes sociales como WhatsApp.

Por otro lado, con respecto al aprendizaje que ha dejado la ejecución de este proyecto se puede decir que es prácticamente invaluable, tener la oportunidad en el último semestre de apropiarse por completo del desarrollo de un proyecto y contar con el docente como un asesor y no como quien fija las pautas para la elaboración ayuda a ver una perspectiva más clara y desde ese punto de vista pienso que los aspectos clave de aprendizaje son los siguientes:

- La organización es clave, sobretodo de las actividades operativas, tener un cronograma con actividades especificadas claramente, ayuda a desarrollar de forma óptima el proyecto.
- Tener en cuenta que las cosas no siempre salen como uno lo planea y ser capaz de adaptarse para obtener el mejor resultado.
- Registrar absolutamente toda la información obtenida, el éxito está en los detalles y contar con una bitácora donde más que verse bien se anoten los datos como se obtienen es importante para el éxito de cualquier proyecto.
- Ser capaz de mezclarse con la comunidad, es decir, perder la pena. Para lograr llegar a las necesidades de las personas debes confiar en ellas en lo que te dicen y para esto debes ver el mundo desde sus ojos con la percepción del diseñador y no juzgar lo que se obtiene o lo que se haya vivido.
- Tener en cuenta que todo es un proceso, nada es perfecto siempre hay mejoras siempre se puede arreglar algo y esto no debe ser motivo de frustración sino de saber que se están haciendo las cosas bien.
- Tener bases teóricas claras es importante para llevar a cabo la experiencia creativa.

Finalmente con respecto a los resultados de este proyecto, creo que los alcances planteados son satisfactorios, aunque se considera que sería bueno reprocesar toda la información recolectada y plantear un nuevo prototipo que se pueda poner a prueba con diferentes bares con su funcionamiento pleno por un mes donde se pueda ver el recibimiento que tienen los y los clientes con la página, en ese sentido los apartados deben ser los siguientes:

- Reservas
- Revisión de aforo
- Menú
- Contacto con el equipo administrativo del bar
- Espacio para realizar domicilios
- Espacio para la inscripción por parte de los dueños de los bares a la pagina
- Recomendaciones y puntuación de top 5 de bares más reconocidos
- Revisión del certificado de vacunación
- Comentarios, quejas y reclamos
- Espacio para dar a conocer las personas encargadas de la administración de la pagina

IMPLICACIONES TEORICAS

Teniendo en cuenta la información recolectada y los referentes teóricos utilizados para este proyecto se puede deducir lo siguiente:

- Los habitantes de la ciudad de Riohacha tienen preferencia por el uso de páginas web en lugar de las aplicaciones móviles y redes sociales. Teniendo en cuenta la

entrevista realizada a usuarios de bares en Riohacha estos manifestaron que desconfiaban de las redes sociales debido a que la información encontrada muchas veces se encuentra desactualizada y no se tiene una atención oportuna por parte de los establecimientos, con respecto a las aplicaciones móviles, las personas manifestaron con que no se sentían seguras de descargar una aplicación para ingresar sus datos solo para ir a un establecimiento, así que prefieren ignorarlo. Sin embargo, al momento de pensar en las páginas web las personas también manifestaron que no se sentían confiadas debido a que muchas veces la página deja de tener importancia para el establecimiento por lo cual la información se vuelve obsoleta y las personas pierden la confianza en la información. Esto lo corrobora el autor (Jarvenpaa, Tractinsky y Vitale, 2000) quien dice que la confianza se convierte en un mecanismo de control en las relaciones que están caracterizadas por la incertidumbre, la vulnerabilidad y la dependencia. De esta manera se estableció que es oportuno para la reactivación económica de los bares de Riohacha enfocarse en reforzar la confianza en los entornos virtuales, específicamente en las páginas web.

- Por otro lado, se establece que las dinámicas que mayor relevancia tienen entre los usuarios y los dueños de bares es la revisión de aforo, reservas y visibilización del entorno del establecimiento. Para evidenciar esto se realizó un Customer Journey Map en donde se estableció como resultado dentro de los puntos críticos que era necesario intervenir en el área de reservas y de ver la disponibilidad de las mesas ya que la inexistencia de estos medios ocasiona que las personas califiquen con mal servicio el establecimiento, igualmente también se encontró que es importante brindar información actualizada del establecimiento y sobre el personal que labora.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Riohacha. (2021). *Decreto distrito turístico*. https://www.riohacha-laguajira.gov.co/Transparencia/Normatividad/DECRETO%20NÚMERO%20075%20DE%2031%20DE%20MAYO%20DE%202021_0001.pdf
- Bar. (s. f.). Definición MX. <https://definicion.mx/bar/>
- Duque, L. S. (2021). *IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID -19 EN EL SECTOR DE RESTAURANTES DE GIRARDOT, CUNDINAMARCA*. Repositorio unipiloto. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10120/IMPACTO%20DE%20LA%20PANDEMIA%20COVID.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Enfoque cualitativo y cuantitativo, según Hernández Sampieri*. (2016, 17 febrero). Portafolio académico. <https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/>
- Equipo editorial, Etecé. (2021, 6 agosto). *Página Web - Concepto, tipos y para qué sirve*. Concepto. <https://concepto.de/pagina-web/>
- Espinosa, R. (2021, 30 abril). *Estrategias de Marketing. Concepto, tipos y ejemplos*. Roberto Espinosa. <https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/>
- Garibay, J. (2018, 26 septiembre). *Las 7 estrategias de marketing de Philip Kotler que urgen al conocimiento del mercadólogo*. Revista Merca2.0. <https://www.merca20.com/las-7-estrategias-de-marketing-de-philip-kotler-que-urgen-al-conocimiento-del-mercadologo/>

Grupo Bancolombia. (s. f.). *Ideas innovadoras para restaurantes y bares por pandemia.*

Bancolombia.

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/ideas-innovadoras-para-restaurantes-y-bares>

Murillo, J., & Martínez, C. (2010, 30 noviembre). *Investigación etnográfica. Métodos de Investigación Educativa en Ed. Especial.*

https://fundacionmerced.org/bibliotecadigital/wp-content/uploads/2017/12/I_Etnografica.pdf

Meneses, C. A. H. (2021, 25 mayo). *¿Qué están pidiendo sectores económicos con la reactivación en Bogotá?* Portafolio.co.

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/sectores-economicos-hablan-de-reactivacion-economica-en-bogota-anunciada-por-claudia-lopez-552286>

Pérez, M. F. (2020). *DISEÑO DE PORTAL WEB PARA FORTALECER LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN EL SECTOR HOTELERO PERUANO ASEGURANDO LA SALUD DE LOS HUÉSPEDES FRENTE A LA PANDEMIA DEL COVID 19.* PDF.

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10894/1/2020_Perez%20Chong.pdf

Poussery, L. (2020, 6 junio). *La lucha de miles de restaurantes por sobrevivir a la crisis por Covid-19 en Colombia.* France 24. <https://www.france24.com/es/20200606-lucha-restaurantes-crisis-covid19-colombia>

Red cultural del banco de la república. (s. f.). *Reactivación económica*. Enciclopedia

Banrepcultural.

https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Reactivaci%C3%B3n_econ%C3%B3mica

Santillán Marfetan, A. G., & Gusñay Cela, J. S. (2020). *Desarrollo de aplicación web de gestión y venta para restaurantes* (Bachelor's thesis).

Significado de Estudio de caso. (2017, 19 abril). Significados.

<https://www.significados.com/estudio-de-caso/>

Team, M. (2020, 9 marzo). *Diseño Estratégico: ¿Qué es y cuáles son las ventajas de esa metodología?* MJV Technology & Innovation.

<https://www.mjvinnovation.com/es/blog/disenio-estrategico-que-es-y-cuales-son-las-ventajas-de-esa-metodologia/>

TEORIA PARA EL DISEÑO DE PAGINAS WEB. (s. f.). Página Web Ricardo Rivera.

<https://sites.google.com/site/paginawebricardorivera/home/tema-1>

XAVIER, M. U. C. (2017). *MODELO DE SERVUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ENFOCADA EN PROMOCIONAR LOS SERVICIOS DE HOTELES, BARES & RESTAURANTES Y CENTROS RECREATIVOS DE LA CIUDAD DE CUENCA A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL Y PÁGINA WEB* (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE CUENCA).

CÓMO FUNCIONA | Chef a tu casa. (n.d.). Retrieved September 1, 2021, from

<https://chefatucasa.com.co/como-funciona/>

Definición de Bar - Qué es y Concepto. (n.d.). Retrieved September 2, 2021, from

<https://definicion.mx/bar/>

Grupo Bancolombia. (2020, July 7). *Ideas innovadoras para restaurantes y bares por pandemia.*

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/emprendimiento/ideas-innovadoras-para-restaurantes-y-bares>

Juste, M. (2020, May 6). *Micrashell, así es el traje “anticoronavirus” con el que saldrás de copas y a festivales (y no es broma) | Creadores.*

<https://www.elmundo.es/tecnologia/creadores/2020/05/06/5eb19bfafdddf7c398b45c4.html>

Mora, L. (2020, May 5). *Cocinando con Pixar: canal de recetas inspiradas en sus*

películas. <https://www.cinepremiere.com.mx/cocinando-con-pixar-canal-de-recetas-inspiradas-en-sus-peliculas.html>

Red cultural del banco de la republica. (n.d.). *Reactivación económica - Enciclopedia /*

Banrep cultural. Retrieved September 2, 2021, from

https://enciclopedia.banrep cultural.org/index.php?title=Reactivación_económica

Slik in Innovacion. (2020, May 13). *7 Productos Innovadores que surgieron por el*

COVID-19 | Slik. <https://slik.com.mx/7-productos-innovadores-por-covid19>

Universidad de los Andes. (n.d.). *La investigación y creación | Uniandes.* Retrieved

September 2, 2021, from

<https://investigacioncreacion.uniandes.edu.co/es/investigacion-y-creacion>

Cardona, A. C. O., & Hurtado, M. P. V. (2016, June). APROXIMACIONES A LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CONFIANZA Y SUS APORTES A LA EDUCACIÓN. In *III Jornadas de Investigadores en Educación*.

Córdoba-Cely, C., & Ascuntar Rivera, M. C. (2021). Investigación+ creación a través del territorio.

Arias, A. S. (2021, 22 marzo). *Benchmarking*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/benchmarking.html>

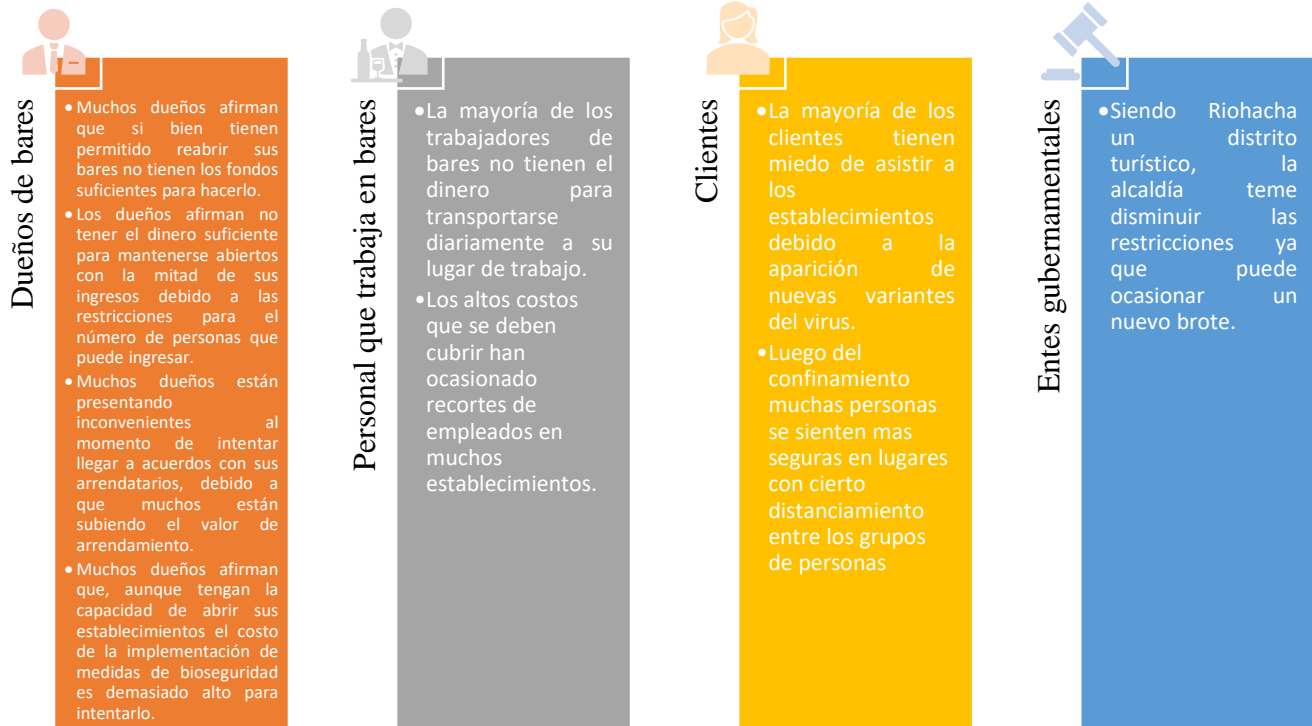
Colombo, A. (2019, 1 octubre). ¿Qué es el Customer Journey Map? QMATIC.

<https://www.qmatic.com/es-es/blog/que-es-el-customer-journey-map-y-para-que-sirve/>

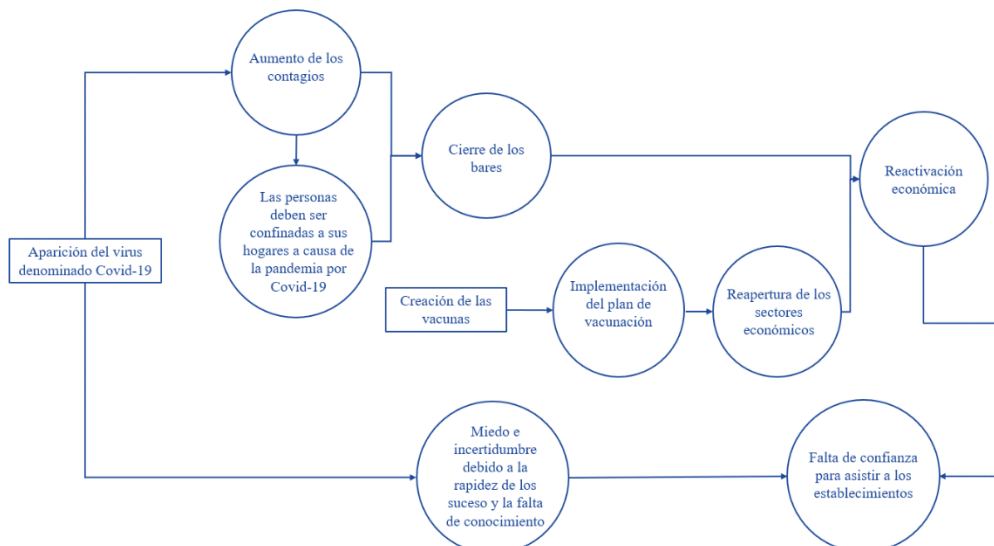
ANEXOS

- Anexo #1: Identificación del problema**

Primero se realizó una lluvia de ideas para observar los problemas que se relacionan con el tema escogido.



Luego, teniendo en cuenta cuáles son los problemas encontrados y cómo están categorizados se aplicó el método de árbol de causas para aclarar cuál es el problema del cual se desencadenan los encontrados en la lluvia de ideas.



- **Anexo #2: Estado del arte**

A continuación, encontraremos las soluciones que otros han tomado a nivel local, nacional e internacional para el problema que se ha planteado.

1. **Nivel local**

Bonos para incentivar la compra: Muchos establecimientos a raíz del cierre por el confinamiento comenzaron a vender bonos que serían redimibles cuando diera lugar la reapertura de los locales. De esta manera podían solventar parte de los gastos del establecimiento mientras estaban cerrados.

Ofrecer give away para compartir en redes sociales: Una de las maneras que encontraron los dueños de establecimientos fue realizar concursos por medio de las redes sociales con el fin de aumentar su alcance de visitas y de esta forma dar a conocer la marca.

2. **Nivel nacional**

Recetas virtuales enviando materiales en casa: Algunos locales optaron por publicar sus recetas y crear kits con los ingredientes para la preparación con el fin que los clientes realicen de forma autónoma la preparación. (Grupo Bancolombia, 2020)

Platos para que las personas terminen en casa: Similar a la solución anterior muchos establecimientos optaron por una experiencia interactiva donde el usuario debía concluir la preparación de su plato ya sea desde agregar un ingrediente o realizar un cambio en la temperatura del platillo. (Grupo Bancolombia, 2020)

Reservas exclusivas en el lugar: Muchos lugares abrieron sus establecimientos con la condición de realizar una reserva previa, de esta manera se manejaba un control de la cantidad de personas en el establecimiento.

Concierto online en vivo: Otra opción es la implementación de conciertos online llevados a cabo desde el establecimiento y transmitido por las plataformas de streaming que se seleccione de las que estén disponible.(Grupo Bancolombia, 2020)

Membresías compartidas: Con esta opción utilizada en bares y restaurantes un grupo de amigos adquiere la posibilidad de que uno de los pertenecientes al grupo invite y al resto les llega el pedido a su hogar.(Grupo Bancolombia, 2020)

3. Nivel internacional

Chef en casa: Con el fin de mantener un ingreso aquellas personas del sector culinario y bares crearon una plataforma llamada chef en casa, donde los usuarios podían agendar y de esta manera obtener cualquier preparación desde la cocina de su casa a la mesa.(*CÓMO FUNCIONA / Chef a Tu Casa*, n.d.)

Localivery: permite a las personas pedir comestibles o comida a través de aplicaciones de mensajería que todos usamos: WhatsApp, Telegram o Messenger. Las personas no necesitan realizar un registro, pueden ponerse en contacto con tiendas y restaurantes cercanos a su ubicación.(Slik in Innovacion, 2020)

Cocinando con Pixar: Pixar creó un canal de YouTube por medio del cual se pueden encontrar recetas inspiradas en sus filmes más famosos o preparar algunos otros platillos en compañía de los personajes animados creados por el estudio.(Mora, 2020)

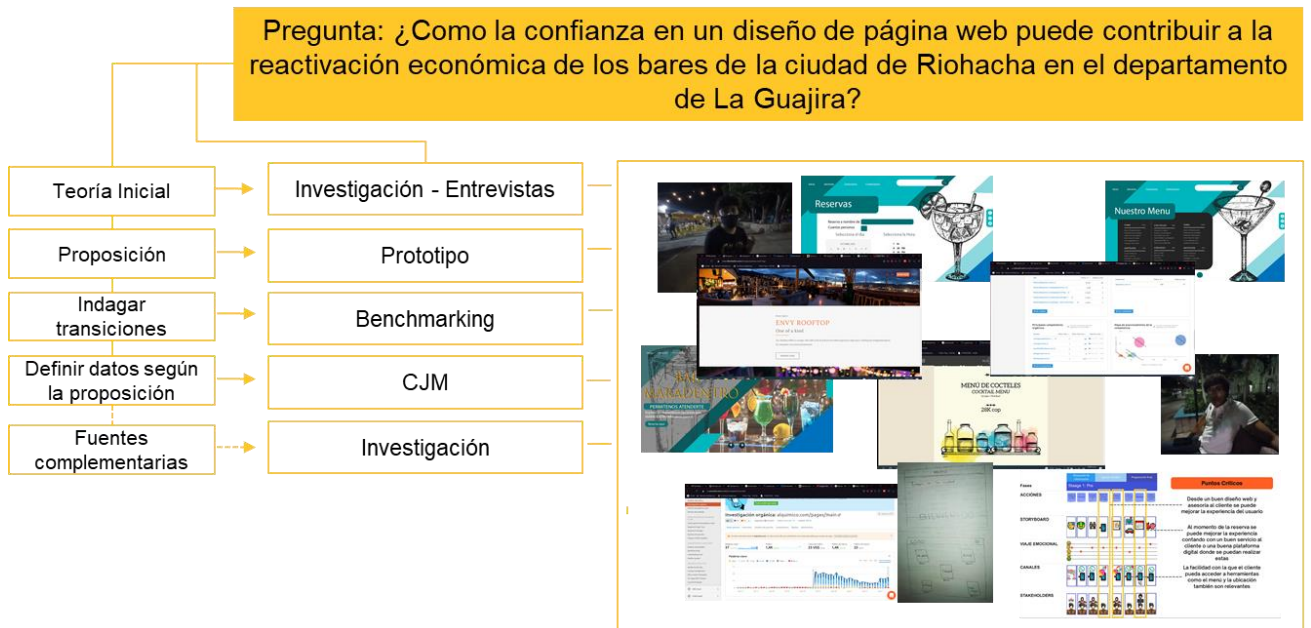
Clases online con un bar tender: Gracias a las ventajas de la virtualidad muchos establecimientos optaron por brindar clases online durante los periodos de cierre.(Grupo Bancolombia, 2020)

Micrashell: Micrashell protege de virus transmitidos por vía aérea, fácil de controlar, de diseño actual y atractivo, desinfectable y fácil de poner. Y lo más importante, permite socializarse sin tener que estar físicamente separados.(Juste, 2020)

- **Anexo 3: Reporte de avances**

Estado de avance de la metodología

A continuación, se muestra un esquema con un resumen de como se ha realizado la apropiación de la metodología I+C. Dicha metodología se propone ser aplicada en los prototipos esquemáticos que brindaran la retroalimentación para la realización del prototipo final. Actualmente el desarrollo de la metodología se encuentra en la etapa de bocetacion del segundo prototipo esquemático.



Primer prototipo: Ejecución de etapas de la metodología

1.1 Teoría inicial

- Definición de confianza según Luhmann citado por Vives 2015.

Para este autor, la confianza es la base de lo social (Luhmann, 1996), ya que para cualquier acto de interacción social es indispensable la credibilidad en los otros, pues la confianza disminuye la complejidad y la incertidumbre en las relaciones. La confianza se da

dentro de un marco de interacción que está influenciado tanto por las personalidades de los que participan en la interacción, así como por el sistema social. Por eso, su comprensión de la confianza se basa tanto en teorías psicológicas como sociológicas (sistema, entorno, función y complejidad). Este autor plantea que la confianza reduce la complejidad de lo social e incluye la aceptación del riesgo, es decir, de ser engañado al confiar. Los seres humanos vivimos en interacción, y en esa interacción, se da la complejidad del mundo social, para reducirla, debemos asumir el riesgo, lo que implica confiar en los otros. La confianza está relacionada con la familiaridad, la temporalidad, las leyes, las sanciones, los valores, la información que tenemos del otro o de lo otro, el aprendizaje, los complejos simbólicos, las expectativas y la autopresentación (confianza personal).

- Definición de confianza electrónica según autores.

En los estudios de Swaminathan, Lepkowska-White y Rao (1999) y Jarvenpaa et al. (1999), se exponen los factores que influyen en las transacciones electrónicas. En ambos puede observarse que la confianza en el vendedor se perfila como un factor primordial en la decisión de compra interactiva. Estudios de campo posteriores (Culnan y Armstrong, 1999; Red.es, 2007) también han puesto de manifiesto la desconfianza y las dudas que sienten los consumidores frente a los establecimientos virtuales. Podemos definir la confianza en los entornos virtuales como “la expectativa de una de las partes acerca de los motivos y comportamientos de la otra parte” (Jarvenpaa, Tractinsky y Vitale, 2000). Así, la confianza se convierte en un mecanismo de control en las relaciones que están caracterizadas por la incertidumbre, la vulnerabilidad y la dependencia. En este contexto, el comprador es la parte más vulnerable, mientras que el vendedor/fabricante es en quien se deposita la confianza y quien tiene la oportunidad de tomar ventaja sobre la vulnerabilidad de la otra

parte. La confianza solamente existirá si el consumidor piensa que el vendedor tiene la capacidad y la habilidad de entregarle los bienes y servicios con la calidad que espera (Jarvenpaa et al., 1999). De este modo, la confianza es determinada por la capacidad del vendedor para ser de confianza y la propensión del comprador a confiar en él (rasgo que poseen los compradores y que varía entre ellos). Este último factor es muy importante en Internet cuando el comprador no dispone de mucha información acerca del vendedor.

- Determinantes de la confianza en los entornos virtuales.

Los estudios realizados sobre la confianza la han identificado como un factor crítico en la estimulación de las compras por Internet (Quelch y Klein, 1996). La confianza ha sido utilizada como una variable mediadora en: el marketing relacional (Morgan y Hunt, 1994); entre reputación, deseo o intención de compra (Jarvenpaa, Tractinsky y Vitale, 2000); y entre reputación, privacidad y seguridad en las intenciones de compra on-line (Wetsch, 1999). Como ya se ha comentado, la mayoría de los consumidores no se fía lo suficiente en los vendedores a través de la web como para entablar relaciones de intercambio con ellos. Esta falta de confianza aumenta por la carencia de control, percibida por los consumidores, sobre el acceso que terceros tienen a su información personal durante el proceso de navegación (Hoffman, Novak y Peralta, 1999; Hoffman, Novak y Schlosser, 2000), ya que los clientes on-line dejan electrónicamente un mayor rastro al detallar sus comportamientos y preferencias. Además, sus hábitos de compra son fáciles de perfilar y pueden ser rápidamente compartidos con extraño.

- Hipótesis de los mercados eficientes (HME).

Hipótesis basada en la racionalidad de los inversionistas y los hogares, los que, al poseer la información necesaria sobre el futuro, deciden correctamente sobre el consumo y la inversión (Kaletsky, 2009; Greenspan, 1998), pues los mercados dan las señales fiables para la asignación de factores de acuerdo a la optimalidad paretiana. La HME aplicada a los mercados financieros significó la desregulación de los hedge funds y los derivados (Thaler, 2009) y es raíz del crecimiento del pib intensivo en energía y otros recursos naturales, la contaminación y el cambio climático.

En la HME el futuro está predeterminado, se revela en la información que genera el mercado y es integrable en los modelos de equilibrio general. Esta predeterminación elimina la constante interacción reflexiva entre los agentes que intervienen en el mercado (Davidson, 2012; Soros, 1998) e ignora los efectos de esa comunicación “lo que la gente piense hoy del mercado puede afectar y alterar su evolución futura” (Soros, 1998: p. 45. Traducción propia). Otros críticos ortodoxos (Akerlof & Shiller, 2009; Shiller, 2003) señalan que la HME es un error notable, pues los agentes económicos no son perfectamente racionales, sino que suelen tener momentos de optimismo conducentes a exuberancias irracionales seguidas de pesimismo y retiro del mercado, y actúan en tropel, dado que optimismo y pánico son contagiosos. En 2008, Greenspan señaló ante el Congreso esta hipótesis como la causa de la crisis, lo que ratifican Akerlof & Shiller (2015). El yerro de Greenspan y Bernanke, gestores de políticas públicas de impacto mundial, es haber rechazado incluso la posibilidad de una burbuja inmobiliaria y afirmar que, de existir, no explotaría pues el mercado la desinflaría oportunamente.

Simultáneamente a la búsqueda de las teorías expuestas anteriormente se realizaron siete entrevistas con el fin de contrarrestar las respuestas con las teorías iniciales. Las preguntas de estas entrevistas fueron:

1. ¿Cuáles páginas de establecimientos de alimentos y bebidas a consultado en este año 2021?
2. ¿Cuál es su opinión con respecto al uso de las páginas web?
3. ¿Siente confianza frente a la información brindada en las páginas web? ¿Por qué?
4. ¿Por qué prefiere las páginas web a diferencia de las redes sociales o una aplicación móvil?
5. ¿En qué momento prefiere realizar consultas en páginas web? ¿Por qué?



Se destaca que a cada participante se le pido firmar el siguiente consentimiento informado:

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por TATIANA PAOLA BOGALLO SUAREZ, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: Identificar las características que permiten la reactivación económica a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cuente con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Ronda Guillermo Salazar
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-21
Fecha

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Ronda Sosa Ana Gomez
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-2021
Fecha

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Nay Jairo
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15/10/21
Fecha

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Olivero Esteban
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-2021
Fecha

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Mario Sosa
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-2021
Fecha

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Donatello Hernandez Lobo
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-2021
Fecha

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOCALLO SUAREZ**, estudiante de la Universidad del Norte ubicada en Barranquilla, Colombia. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reconciliación espontánea a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esta tendrá aproximadamente 20 minutos de su tiempo. La que conversaremos durante esta entrevista en general, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cierre con su autorización.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoge será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sin embargo, si la entrevista sería calificada usando un número de identificación, y por lo tanto, sería anónima. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirar del proyecto en cualquier momento sin que esto perjudique en ninguna forma. Si alguno de los proyectos durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlos saber al investigador o de no responderlos.

Deudo ya le agradecemos su participación.

Angel Luis Diaz
Nombre del Participante
[Firma]
Firma del Participante
15-10-2021
Fecha

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

Concedido con Confianza

Como conclusión a esta etapa se pudo observar que según lo que las teorías manifiestan se puede deducir que es el vendedor o en este caso el dueño del establecimiento quien debe brindar los canales que faciliten la creación de los lazos de confianza, es decir el papel principal del vendedor es mostrar con total honestidad aquellas funciones que desempeñan, esto relacionado con el proyecto implica que el dueño del bar no solo puede

valerse del establecimiento físico para darse a conocer sino que también debe utilizar medios electrónicos los cuales son los que mayor cercanía tienen con el cliente para poder generar las ganas de acercarse al establecimiento físico. Por otro lado, con respecto al tema de la reactivación económica y teniendo en cuenta la teoría de la Hipótesis de los mercados eficientes (HME) se puede decir que una de las razones que más influye en la inasistencia de las personas es que debido a la pandemia las personas sienten desconfianza ya que la crisis que fue anunciada por todos los medios y desplomo los mercados ocasiono que por más de un año las personas se encargaran de priorizar solo lo básico dejando de lado el ocio y entretenimiento. Con respecto a las entrevistas se pudo concluir que las personas tienen una ligera inclinación hacia las páginas web debido a que con estas no deben ingresar demasiada información e igualmente la desactualización en la información de las redes sociales los hace desconfiar y dudar sobre la veracidad de la información.

1.2 Proposición

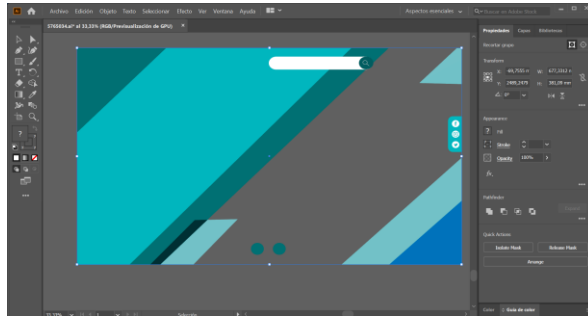
En esta etapa se realizó un primer acercamiento sobre el diseño de una página web con ayuda de la herramienta Illustrator, se llevó a cabo de la siguiente manera:

- Primero se escogió el lugar según el cual se realizaría la página web:

En Temple!



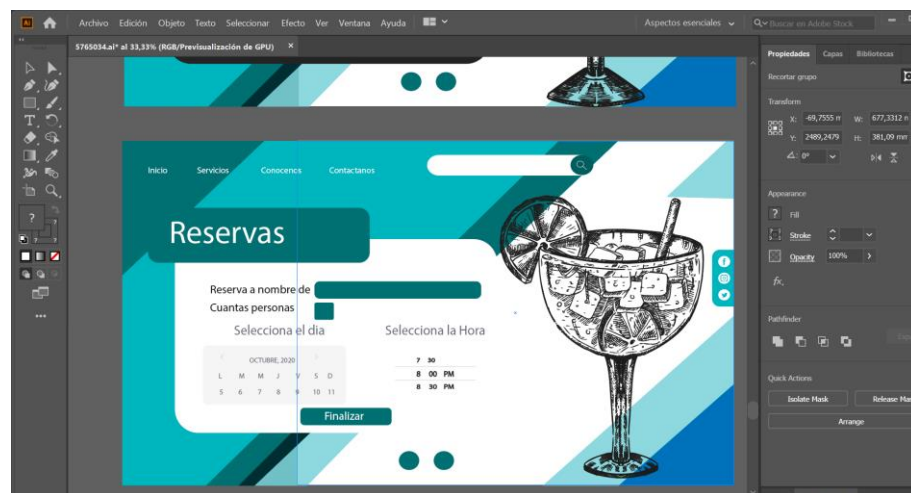
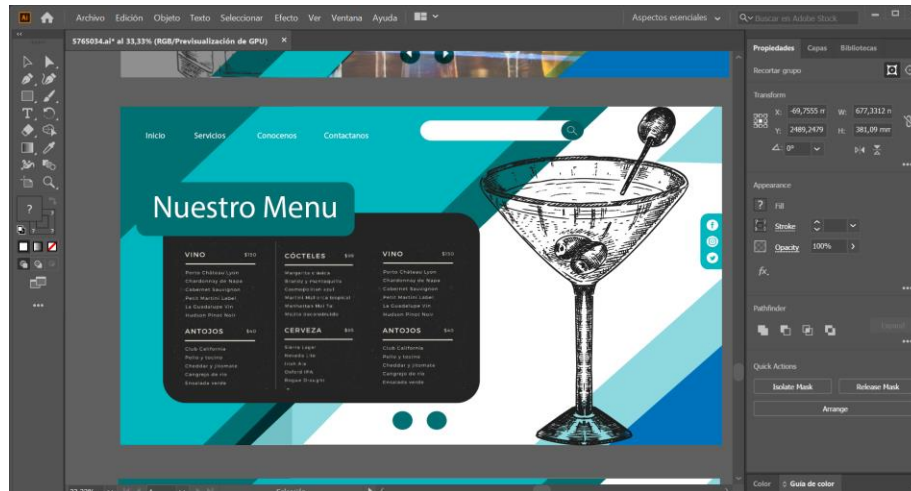
- Luego teniendo en cuenta los colores y las formas características en el techo se plantean las primeras formas para desarrollar la plantilla de fondo para la página web



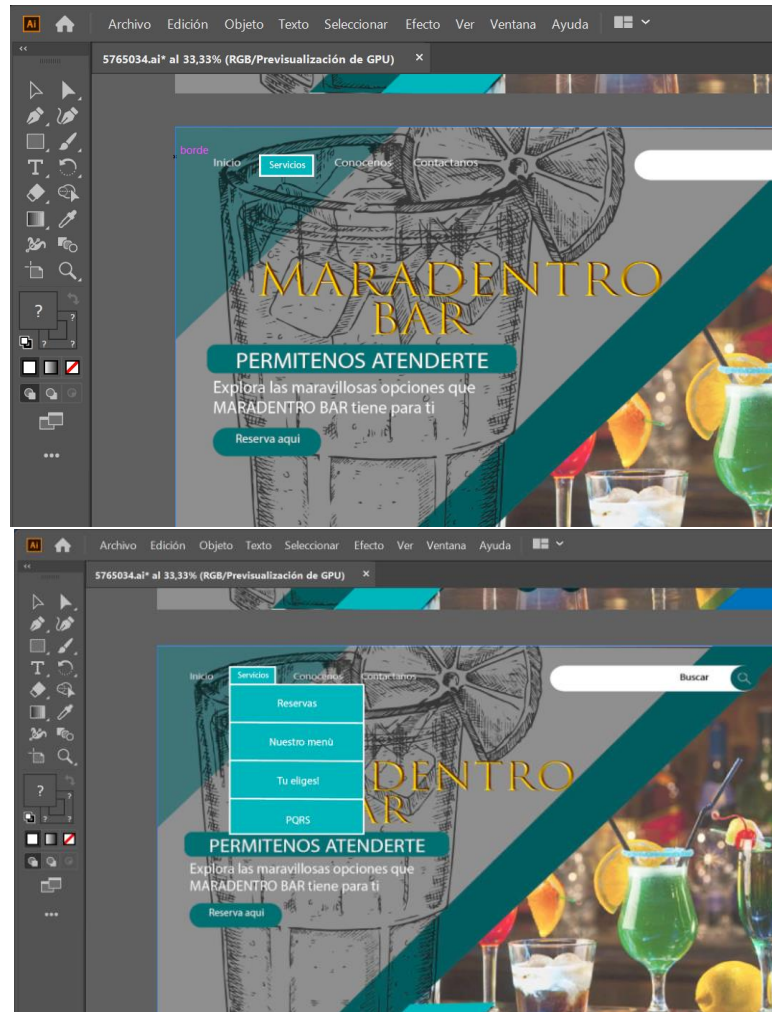
- Se decide agregar imágenes para generar contraste y se cambia de color uno de los segmentos para poder bajar el brillo y resaltar el texto sobre la imagen



- Seguido de esto se plantean las opciones de reservas y menú teniendo como color principal el blanco con el fin de resaltar la información además se agregan imágenes que ayuden a evitar la monotonía en cada una de las opciones.



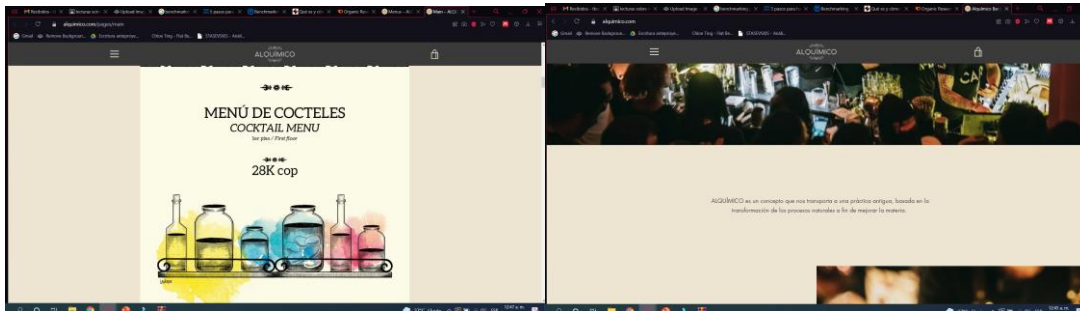
- Teniendo en cuenta que la idea es mostrar los pasos de una página web también se realizan plantillas para mostrar los cambios entre cada opción.



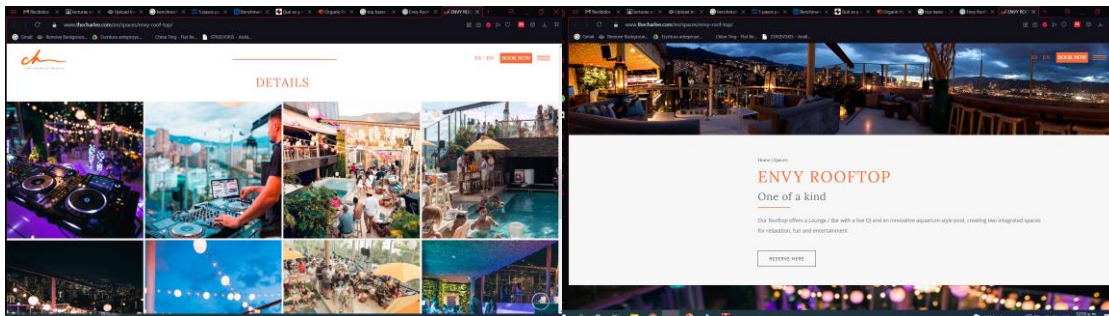
1.3 Indagar transiciones

Una vez realizado el primer prototipo se hace necesario evaluar cuales son aquellas correcciones que se deben realizar para mejorar el diseño de la página web y así aumentar la confianza de los clientes, para esto se decide aplicar el benchmarking el cual en este caso se hará de tipo funcional para evaluar cuales son aquellas ventajas competitivas de otras páginas web que las han ayudado a establecerse como una de las mejores dentro de la categoría de bares. Para esto, primero seleccionamos las páginas web:

Alquimico ubicado en la ciudad de Cartagena.

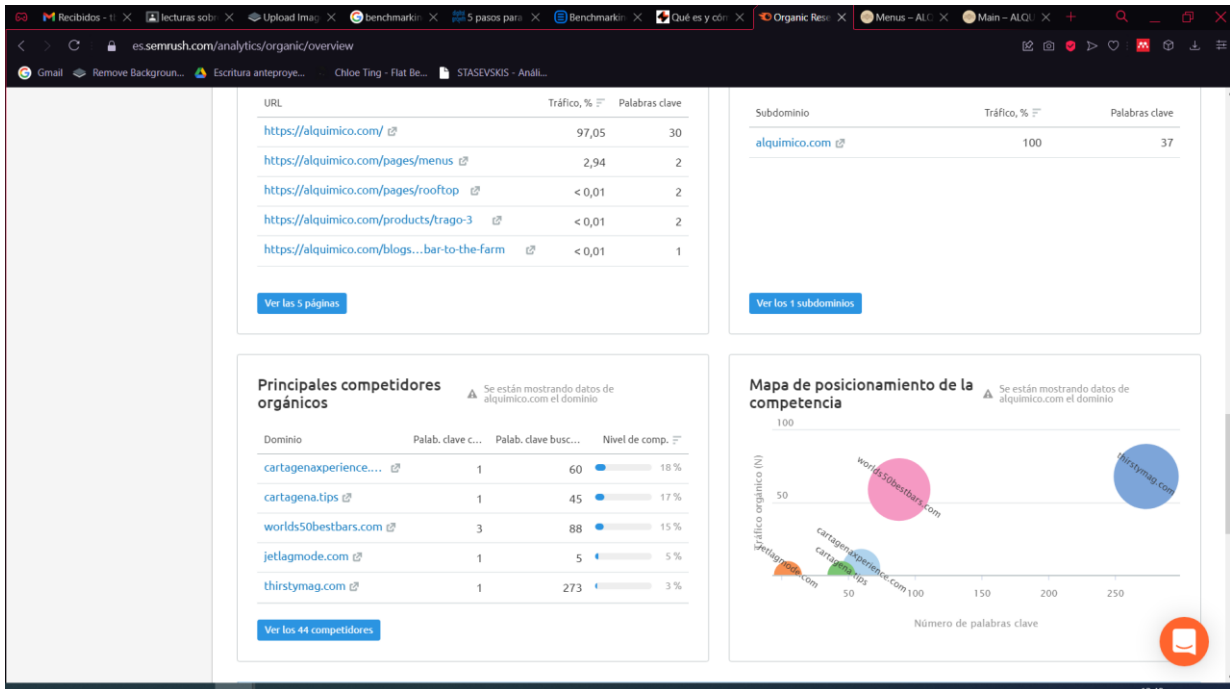


Envy Roof Top ubicado en la ciudad de Medellín.



Con ayuda de la herramienta Semrush se obtuvieron los datos en cuanto al tráfico en cada una de las categorías que disponen las paginas web, de esta manera se puede evaluar cual de las opciones tienen mayor aceptación por los visitantes.

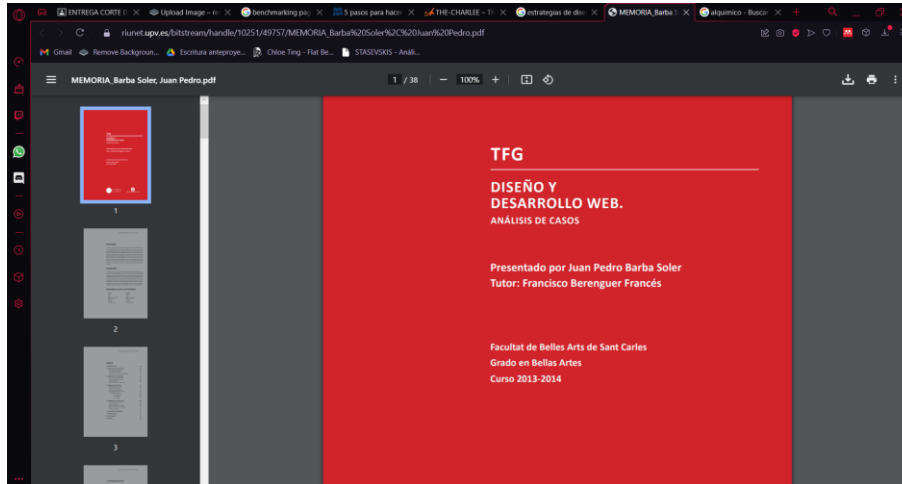




Según los resultados las categorías que mayor tráfico de datos generan son aquellas donde se muestran los menus de los establecimientos y así mismo donde se encuentra la información del lugar, sin embargo es importante destacar que a diferencia de Alquimico Envy Roof Top tiene mayor tráfico y uno de los factores más influyentes son los videos de la experiencia en vivo que ofrece el establecimiento.

1.4 Fuentes complementarias

Teniendo en cuenta la información recolectada con el benchmarking se hizo necesario investigar acerca de las razones por la cual estas páginas tenían mayor aceptación, por lo tanto luego de investigar acerca de las estrategias de diseño de página web, se encontró que el documento que lograba englobar las diferentes estrategias de otros autores fue el libro *Diseño y Desarrollo web* por Juan Pedro Barba Soler publicado en 2014 en donde se dice:

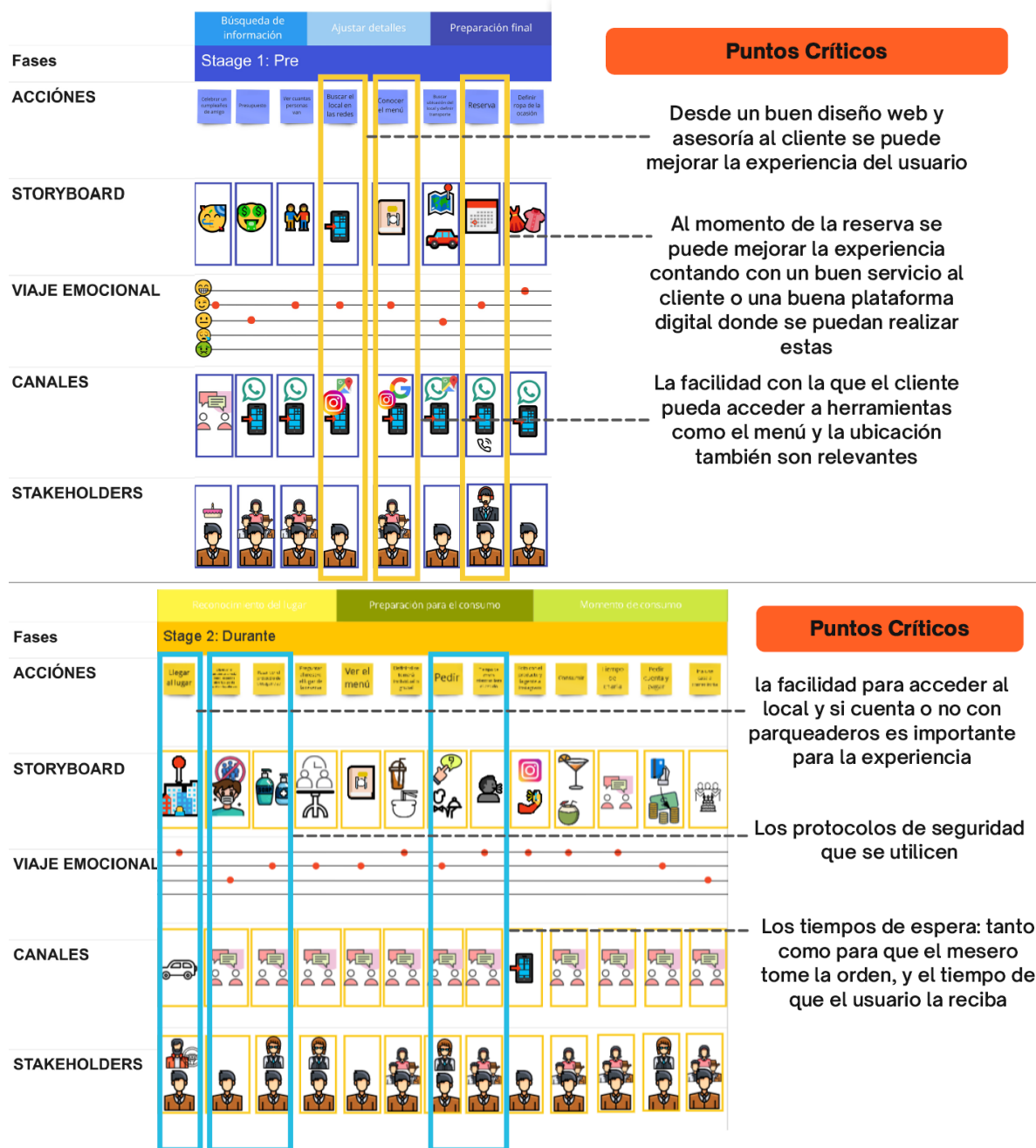


- La web se presenta con mayor claridad y simplicidad, dando prioridad al contenido y jugando con el espacio en blanco.
- El texto quiere llamar la atención del usuario, adquiere mayor tamaño y densidad con el uso habitual de la negrita.
- Se mantienen las tipografías sin serifa, aunque aumenta el uso de tipografías más elaboradas.
- Las imágenes y los videos pasan a ser de gran tamaño, ocupando el ancho de la pantalla y funcionando en ocasiones como background para el mensaje principal.
- La interfaz de usuario tiende a botones de gran tamaño, como mejora destinada a la experiencia de usuario en las pantallas de tamaño reducido.
- El menú principal se mantiene fijo, se queda visible o escondido en la parte superior o lateral de la pantalla para facilitar el acceso a las opciones de navegación.

1.5 Definición de datos según la proposición

Finalmente, luego de tener una investigación alrededor de las funciones que mayor aceptación tienen por los clientes en una página web y al tener definidas una serie de

requerimientos con respecto a la digramacion de la pagina web se hace necesario evaluar la rutina al momento de ir a un bar para poder priorizar aquellas funciones que para el caso de los bares de Riohacha se hacen mas relevantes para ello se decidio elabora un CJM (Costumer Jornuy Map)





Finalmente como resultado hasta el momento de esta ejecución se puede concluir que el primer prototipo si bien es prolijo y se ve bien, se hace demasiado tradicional por lo tanto puede dar la impresión de estar desactualizado ocasionando que las personas que lo visiten creen que no brinda información verdadera, así mismo se debe mostrar de alguna manera la experiencia que se vive dentro del establecimiento y así mismo como es su entorno y enfocarse en la función de permitir realizar reservas y revisar el aforo del lugar. Igualmente se debe tener en cuenta que para la realización del segundo prototipo debe enfocarse en ser más atrevido fuera de lo tradicional con el fin de generar un opuesto al que ya se realizó de esta manera poder generar una comparación entre ambos que permita evaluar las ventajas de ambos para la realización del prototipo final.

• Anexo 4: Bitacora

Idea escogida

Diseño de servicio en restaurantes de Riohacha tras la pandemia con el fin de crear una empresa de consultorias sobre el tema

Categoría → Proyecto de investigación / creación

Pregunta problema →

Opinión profe Marisabella → Recolectar información Antes y Despues
1 Mapeo de información / Levantamiento
¿Doe tanto ha pasado?
Revisar las restricciones
Ser cuidadosos
Ver hacia donde va la tendencia
Enfoque → los servicios y usuarios son diferentes
Levantamiento de casos
"Ahora" la etapa de la pandemia
Un solo tipo
Reactivación
Entender significado de reactivación

to ha
Mi percepción no puede guiar el proyecto
No caer en juicios

Condiciones legales → Mucho cuidado →
Enfocarnos en el usuario en el dueño

Punto medio

Elegir un tipo de restaurante

lunes → 11:00 am - 1:00 pm
viernes → 11:00 am - 1:00 pm

Investigación / creación como validación de si vale la pena hacer una empresa con ese fin

Servicio para personas que no tengan otra solución

Alcance → Características de los bares
→ Estan volviendo a ofertar los mismas cosas
→ Enfocar a que asunto
→ Cuales son las dificultades y como se

Entrevista, información concreta

Conocer la definición de reactivación

Plantear hipótesis → Definir el perfil del bar

Definir la creación

Proceso metodológico

la validación → 3 fuentes

→ 3 métodos

Resultados

Conclusiones

Informe

Proyecto de grado → Lecturas

→ Presentación

→ Corrección primer borrador anteproyecto

Título → Anexo 4: Conformación y resultados de ~~ll~~ trabajo realizado por la mesa de artes, arquitectura y diseño

¿Quién lo redactó?

Departamento Administrativo de ciencia, tecnología e innovación - COLCIENCIAS

¿Que es?

Documento donde se especifica la categorización y calificación de los proyectos ^{realizados en} ~~de creación o investigación - creación~~ de las áreas de arte, arquitectura y diseño

¿Por que fue necesario redactar el anexo?

Aclaración de conceptos

~~Antes de iniciar~~ Primero es necesario definir:

- Obras o productos resultados de creación e investigación - creación en artes, arquitectura y diseño
- Obra o creación de naturaleza efimera
- Obra o creación de naturaleza permanente
- Obra o creación de naturaleza procesual

Para estas obras ~~g~~son artefactos...

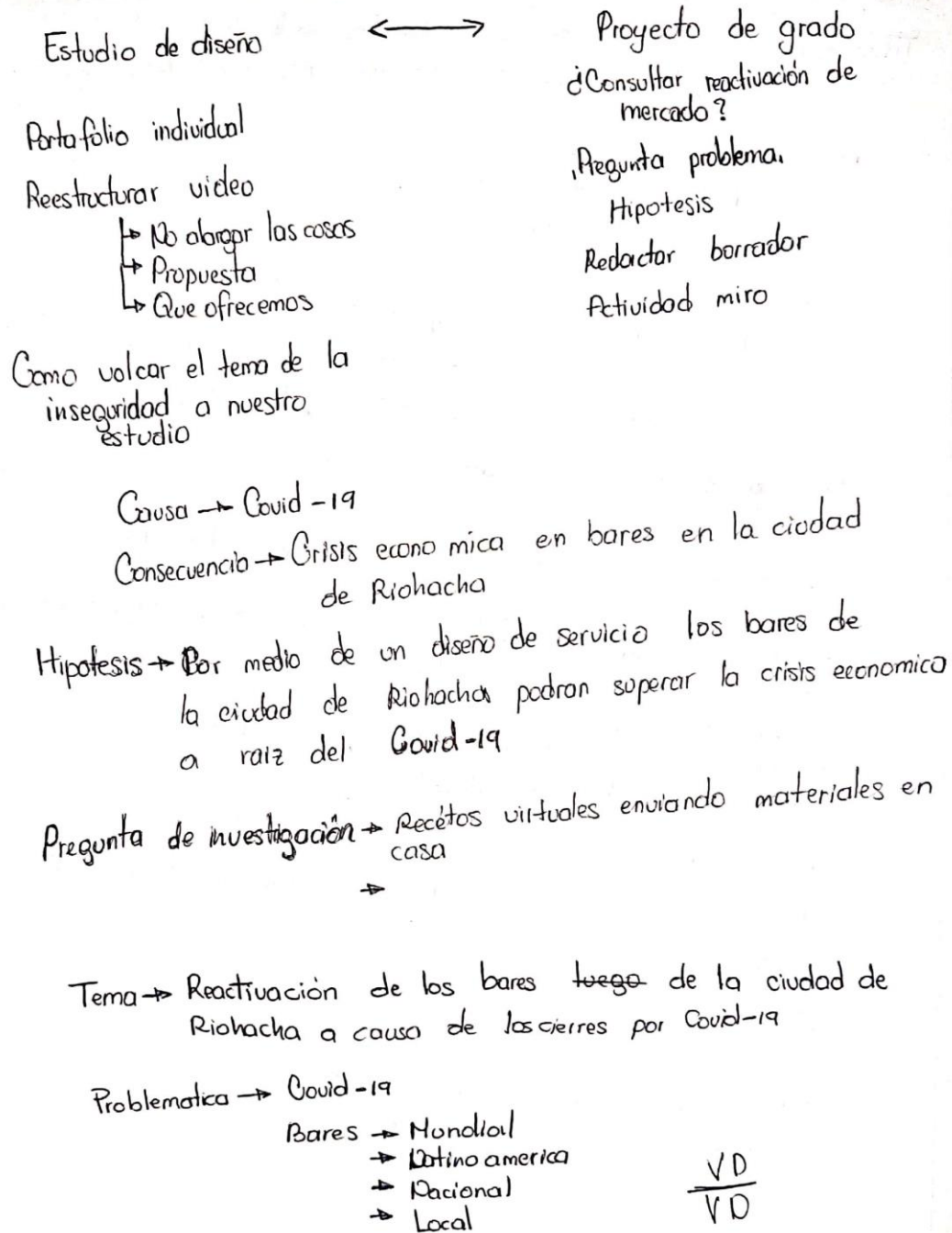
Por ello es necesario recurrir a la investigación creación

- Investigación - creación ¿Que es?

- Instancia de validación de productos de artes - arquitectura y diseño

- Ambito de la instancia de validación

- Industrias culturales y creativas



Escritura Anteproyectos de intervención

Formulación de un anteproyecto → documentación formal

¿Qué es? → Etapa, guía, descripción, contextualización, instrumento, acuerdo

Estimado → 20-25 pag...

Nombre - Título (Puede estar sujeta a modificación)

Responsable

Ubicación

Duración → 4 meses

Otra información específica

Introducción → Palabras claves

¿Cómo quiero que me encuentren?

Thesaurus*

→ Tipo de documento (24:03)

→ Qué y cómo se origina

Contextualización del territorio

→ Situación problemática → SW (articularlo en un relato)

→ Origen de los problemas

Enunciado de Problema

Priorización de un problema

Marco de referencia

→ marco teórico (antecedentes, bases teóricas) (43:19)

→ marco conceptual (48:29)

→ estado del arte (local, nacional, internacional) (53:34)

Calificar según su nivel de desempeño

→ Conclusiones

Objetivos → logro, finalidad del proyecto (59:16)

Justificación → (1:02:30) ¿Por qué hacer esto?

(1:04:53) Vínculo youtube

Metodología

Resultados

Alcances → ¿Cuanto del objetivo general logro hacer?

Decir hasta donde voy

Impactos → Reacciones esperadas del proyecto

Cronograma → Diagrama de Gant

Bibliografía → Referenciar reportes

Anexos → Presentar y alistar documentos propios y contextuales

Correcciones

Título → Diseño de servicios para la reactivación económica

Herramientas del diseño de servicio como medio de reactivación

Página web como medio de reactivación económica

Estudio de caso: bares de la ciudad de Barranquilla

Metodol

Tema → Diseño de página web como estrategia para la reactivación económica en los bares de la ciudad ...
Diseño estratégico

Problemática → La reactivación
Tesis inicial
Enumeración del problemas
Conclusión

Los dueños son los más afectados
como se hizo
como puede ser

Se escogió el problema

Orden: estado del arte
marco teórico
marco conceptual

Correcciones

- Hacer citas dentro del documento
- Profundizar en metodología y marco teórico
- Alcances → Efímera
 - Permanente
 - Procesual
- Marco teórico → Percepción de los dueños y clientes
- Justificación → Porque es importante el diseño de una página web para la reactivación económica
 - Propuesta
- Anexo evidencias → bibliografías referenciadas
- Hipótesis → Apuesta creativa
- Marco teórico → Diseño web

Anteproyecto proyecto de grado 17/08/2021

Marco de referencia de la propuesta

Marco Teórico

- Factores psicologicos → world wide web (www)
- La conducta del consumidor en la era digital → HTML
- Tipos de pagina web → Direcciones de internet
- Metodo etnografico
- Observación participante
- Observación no participante
- Incluir Decreto
- Estrategias de marketing

Marco Conceptual

- Pagina web (Profundizar)
- Estrategias de marketing (Profundizar)
- Bares (Profundizar)
- Reactivacion economico (Profundizar)

Estado del {Tabla anexos

Hipotesis → ~~La era~~ El Diseño de ^{na} pagina web HTML (PHP) enfocada en reservas y revisión de aforo de los bares de la ciudad de Riohacha va a aumentar la asistencia de los clientes al establecimiento

O. Especificos → Interpretar las dinamicas de los clientes y dueños de bares de la ciudad de Riohacha...

~~Contribuir en un cambio~~

→ Desarrollar e implementar una pagina web para los bares de la ...

→ ~~Contribuir~~ ~~Estado~~

→ Analizar la efectividad de la pagina web con respe...

Metodología

- Tipo de investigación
 - Recolección de información
 - Entrevistas
 - Encuestas
 - CJH
 - Perfil del usuario (Dueño) (Cliente)
 - Verificación
 - Protocolo de evaluación
 - Evaluación de la página web
 - Requerimientos
 - Conclusiones

Alcance → Permanente → Diseño de página web
Procesual → Informe (Artículo científico)

Resultados

Correcciones 17-08-2021

- Contextualización enfocada en Richacha
- Mencionar los problemas con respecto a los herramientas digitales
- Apuesta en la pregunta de investigación

Estrategico Tactico Operativo

Cosas por hacer fin de semana 21-08-2021

- Correcciones proyecto de grado

Correcciones anteproyecto 26-08-2021

→ Enunciado problema $P = \frac{v_d}{v_0}$

$P = \frac{\text{asistir a los bares}}{\text{falta de confianza por los usuarios}}$ → Inasistencia a los bares debido a la falta de confianza por los usuarios

→ Enfoque meta disenístico?

El diseño que apoya el diseño

→ Funciona a nivel estratégico o no

- ¿Cuál es la característica que hará que funcionen o no las páginas web?
- Revisar las cualidades estratégicas actuales
- Crear contenido más preciso para la reactivación económica

→ Paso a paso página web

↳ método de diseño

↳ enfoque estratégico

} Son las páginas web o como se hacen

→ Las redes sociales en los bares se ve más como algo de publicidad q no como una fuente de información

→ Revisar componentes de diseño

Estratégico - táctico - operativo

→ La página web puede ser un complemento

- Evidencias que soporten las afirmaciones
 - Plan de escritura
 - Anexo → Metodo del arbol (Entrevistas)

Metodo de arbol de causas → Documento de Anexo

→ Reducción de la información

7 Bares de la ciudad de Richacho en el departamento de La Guajira han reabierto sus puertas luego del confinamiento ocasionado a raíz del covid-19. Sin embargo, los clientes siguen sin asistir a los establecimientos impidiendo la reactivación económica del sector

→ Observaciones (Hecho - hechos permanentes)

- 1 Confinamiento debido al covid-19
- 2 Los clientes no asisten a los establecimientos
- 3 Reapertura económica - dificultad

Problema → Categorización

Dueños de bares

trabajadores en los bares

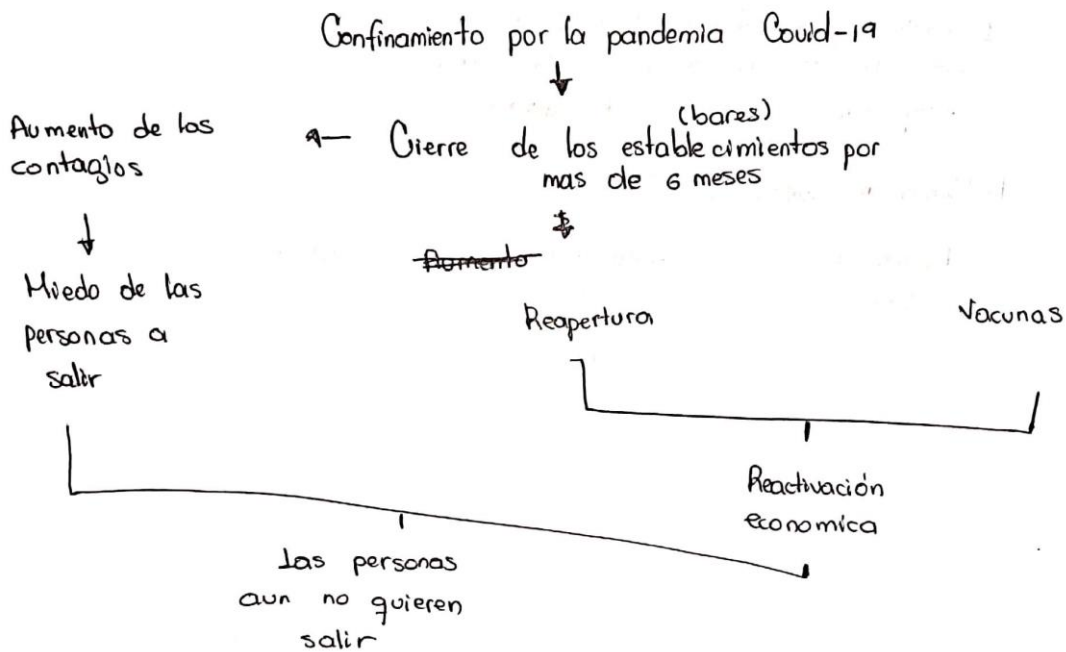
clientes

Apartados que necesitan anexos

- problemática
- marco teórico
- marco conceptual
- estado del arte
- metodología

Problema

- 1 Perfil de usuario y entorno
- 2 Conductores de mercado
- 3 Definir mis CDH
- 4 Soluciones tecnológicas
- 5 Matriz CDH y ST



Local

Bonos para incentivar otra compra

Ofrecer (give away) para compartir en redes sociales

Regional

Recetas virtuales enviando materiales en caso

~~Venta~~ Platos para que las personas terminen en casa

Reservas exclusivas en el lugar

Concierto online en vivo

Hembras compartidas

Internacional

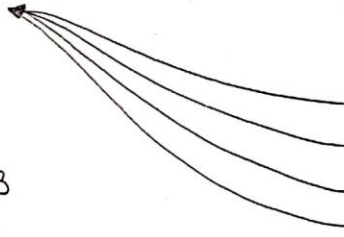
- Venta de productos congelados
- Chef en casa
- Comidas para armar
- Localivery (Alemania)
- Cocinando con Ajar
- Theyp
- Kit para la fiesta
- Plataforma digital para recrear fiestas
- Playlist del negocio en el sitio web
- Kit para citas
- Micrashell
- Clases online con un bartender

Marco teorico

- Diseño pagina web
- Diseño estrategico
- Estrategias de marketing
- Investigacion etnografica
- Decreto # 048 - 2021

Marco conceptual

- Pagina web
- SEM
- (SEO)
- HTML
- PHP
- Reactivación economica
- Pares
- Factores psicologicos



Numero	Titulo de la tarea	Responsable	Inicio	Fin	% Completado
±	Elaboración anteproyecto				
	Gestiones				
	Presentación definitiva				
1	Recolección de datos				3 Evaluación viabilidad de las tres propuestas
1.2	Aplicación de entrevistas para dueños de bares				3.1 Aplicación del protocolo
1.3	Aplicación de entrevistas para clientes				3.2 Redacción del informe del protocolo
1.4	Elaboración OJM				
2	Desarrollo de tres propuestas de pagina web				4 Tiempo de exégesis de la creación
2.1	Desarrollo rutas creativas				5 Redacción del artículo
2.2	Elaborar tabla de requerimientos				
2.3	Bozetación 10 propuestas				
2.4	Selección 3 propuestas				

Correcciones proyecto de grado 9-9-21

- Design thinking
- No pensarlo directamente con una solución digital
Dar espacios para otras respuestas

- Estado del arte → Pensar en el problema

- Coherencia en el texto

Confianza en volver a los bares

Investigación etnográfica

Aumentar la confianza

Motivar el consumo

↓
Seguridad en la presencialidad

Explicar claramente el hallazgo →

Prototipado

- Modelo de doble diamante

Correcciones proyecto de grado semana 13-09-2021

Enfocarse en la metodología

Reactivación económica → más dinero

↳ Los clientes deben comprar

Incentivar por medio de las redes sociales ←

↳ Diseño estratégico

Diseño participativo

Estrategias que ayuden a aumentar el reconocimiento de los bares por medio de instagram, plan de acción

Fortalecer ese argumento

Ejec

Correcciones para el día jueves 16-09-2021

Pregunta problema: ¿Cómo a través de la confianza que produce una página web se puede contribuir a la reactivación económica de los bares de la ciudad de Riohacha?

Teoría inicial → Seguridad y confianza, credibilidad
→ Disponibilidad de la información
→ Facilita la experiencia en el local ya que se tuvo un primer acercamiento de la página web

Para evidenciar y soportar esta teoría inicial se utilizará como experiencia creativa una entrevista a 10 personas entre dueños de bares y clientes y su registro será en una carpeta de google drive

Proposición → Prototipo de página web - bocetos
Experiencia creativa: Boceto digital
Registro: carpeta google drive

Indagar transiciones → Antecedentes: Customer Journey Map
Encuestas Entrevistas con dueños y clientes
Encuestas a clientes
Benchmarking ← Revisión de otras páginas web

Definir datos según la proposición → Teniendo en cuenta los dos incisos anteriores se plantea un prototipo final para una prueba, grupo focal para hablar sobre la prueba

Fuentes complementarias →

Interpretación → Tiempo de ejecución

Conclusiones → Según los datos recabados mediante la creación se construyen las ideas que soporten las implicaciones teóricas de la investigación

Redactar informe → considerando comunicabilidad y complejidad del conocimiento

Agregar información anónima

Definición de benchmarking → consiste en tomar "comparadores" o benchmarks a aquellos productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las buenas prácticas sobre el área de interés

Marco de referencia de la propuesta

Estado del arte → Incluir antecedentes

Marco teórico → Diseño de página web

- Diseño estratégico
- Estrategias de marketing
- Método investigación - creación
- Benchmarking
- Entrevistas
- Encuestas
- Grupo focal
- Customer Journey Map

Marco conceptual → Página web

- Reactivación económica
- Par
- Percepción de los clientes (Factores psicológicos)

Objetivo general → Identificar las características que permiten la reactivación económica a través de la confianza que tienen los usuarios de una página web

Objetivos específicos → Establecer las dinámicas de los clientes y dueños de bares de la ciudad de Riohacha

→ Analizar la viabilidad de la página web con respecto a la reactivación económica de los bares de la ciudad de Riohacha

→ Desarrollar estrategias resultantes en una página web que refuerce la confianza de los clientes hacia los bares de la ciudad de Riohacha

Protocolo de la actividad #1: Aplicación de la entrevista

Participantes → 3 Dueños de bares
→ 6 clientes de bares

Objetivo → aplicar 9 entrevistas semiestructuradas para registrar información para corroborar la teoría inicial

- 1 Introducción sobre el propósito de la entrevista
- 2 Presentación consentimiento informado
- 3 Aplicación de la entrevista
- 4 Agradecer por la participación
- 5 Guardar el registro de cada entrevista en la bitácora

Arro: Consentimiento informado

Entrevista

¿Ha utilizado paginas web?

¿Está familiarizado con el término de una pagina web

¿Confía en las paginas web como recomendación para asistir a un sitio específico

¿Que le gustaria

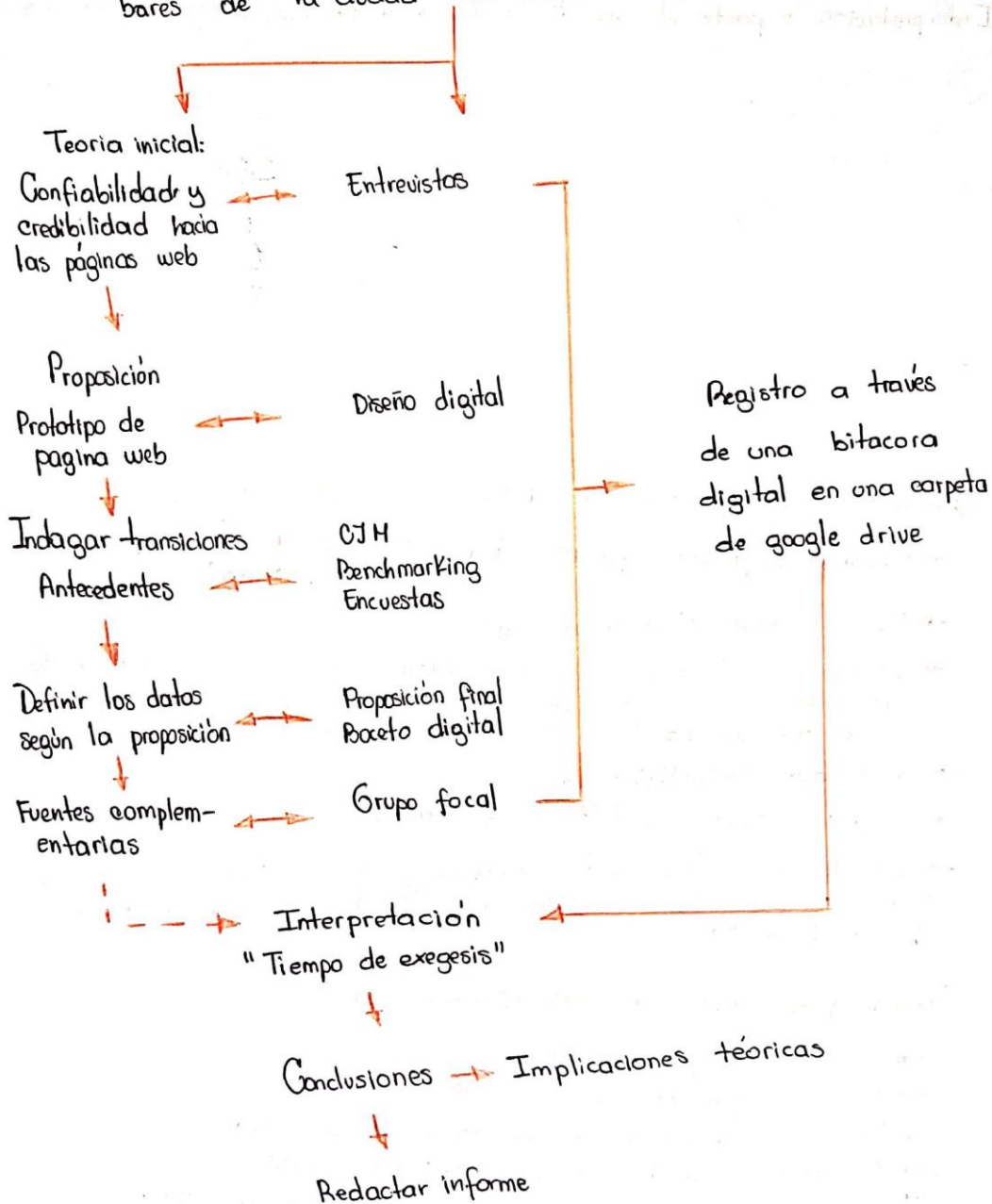
Alcances → Obra o creación permanente → Prototipo pagina web

Obra o creación procesual → Bocetos

Obra o creación procesual → Proceso de diseño de la Pagina web

Resultados → Se evidencio

¿Cómo a través de la confianza que produce una página web se puede contribuir a la reactivación económica de los bares de la ciudad de Riohacha?



2) Porque al final

3)

Interpretación a partir de la teoría inicial y las entrevistas.

- 1 Confianza en las paginas web a raíz del covid-19
- 2 No creen en las redes sociales debido a los tiempos de respuesta
- 3 Saber como esta el lugar
- 4 Conocer con quien interactúan

→ Obra efimera con el fin de dar a conocer que la pagina web existe

Correcciones proyecto de grado (Rubrica segunda entrega)

- Pensar en un producto efimero (Exposición del resultado para mayor visibilidad)
- Revisar gramatica y ortografia
- El estado del arte sea del problema y como fue estudiado en este caso como se estudia el diseño de pagina web, que investigaciones guian esta indagación
- Sustentar la justificación
- Estudio multicaso (Solo tres bares)
- Un objetivo debe estar enfocado a detectar las razones o factores por los cuales los clientes no quieren ir al punto de venta

Dudas para hacer en clase (28-09-2021)

- Propuesta de producto efimero
- Agregar apartado de antecedentes (cuantos)
- Pueden ser varios archivos en lugar de uno solo
- Presentación en resumen es el articulo científico
- Cuales son las fechas para el envio de documentos
- Como se adjuntara la información audiovisual
- Explicar bitacora

Normas para la entrega de Trabajos de Grado

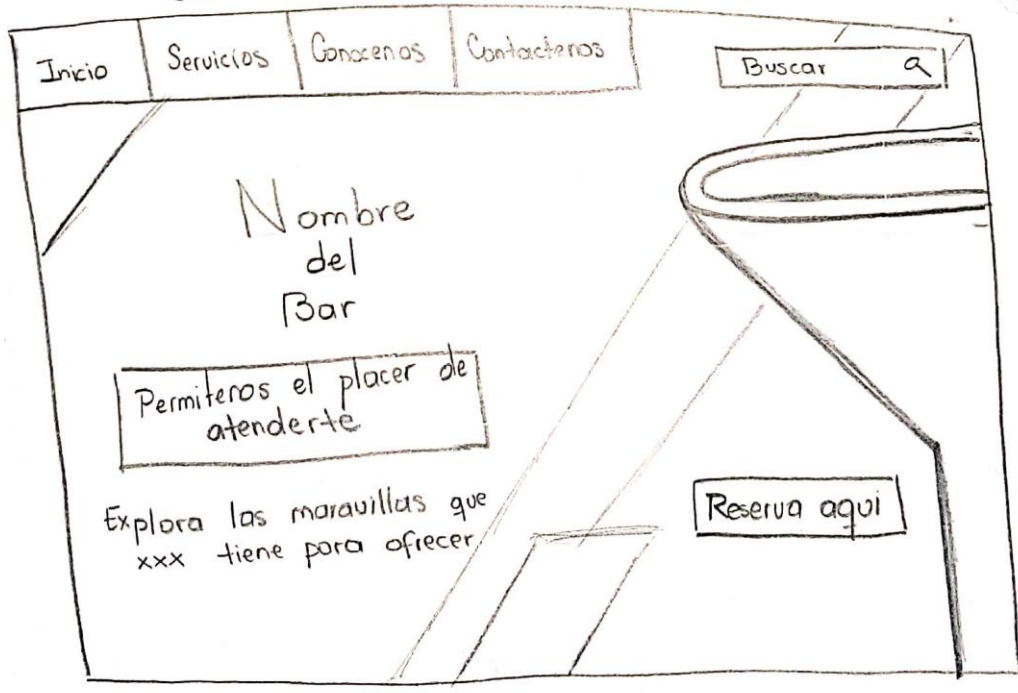
- * Archivo en PDF
- * El nombre del PDF debe ser la cédula
- * Tamaño máximo de 2GB
- * Datos que debe incluir la presentación del resumen en formato word:
 - Título
 - Autor(es): Nombre(s) y apellidos con su respectivo número de cédula
 - Título otorgado:
 - Director del trabajo
 - Programa
 - Universidad del Norte Ciudad
 - Año

Procedimientos para la entrega:

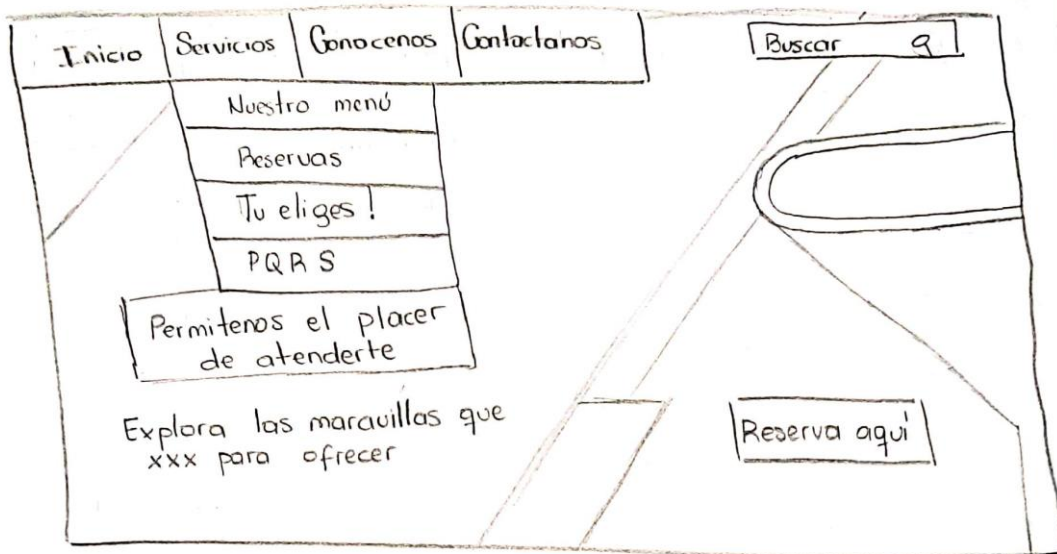
- * Enviar por correo institucional al coordinador de programa en PDF
- * Anexar el formato de Aprobación de trabajo de Grado
- * Anexar el formato de Entrega de autorización del trabajo de Grado
- * Enviar el documento final

Bocetos

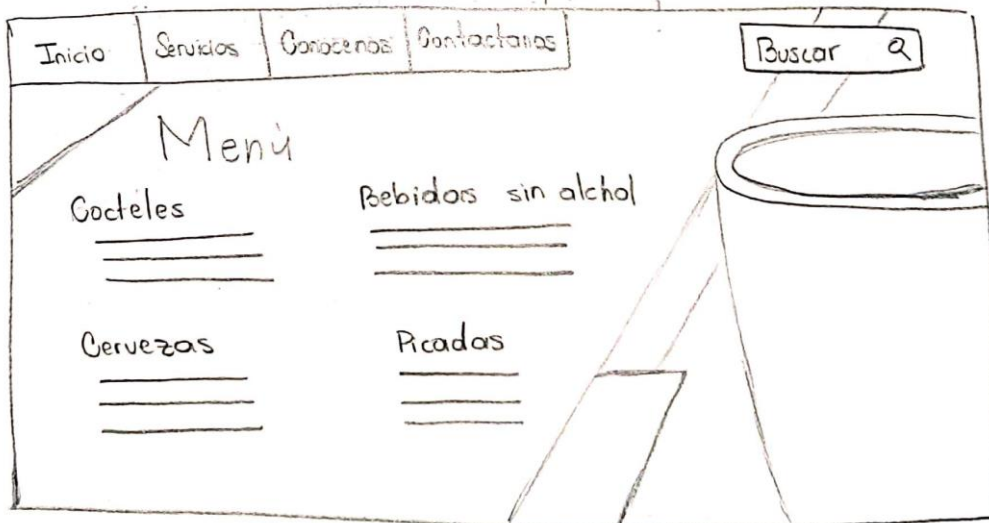
① Página principal



② Despliegue opciones de servicios



③ Página opción menú

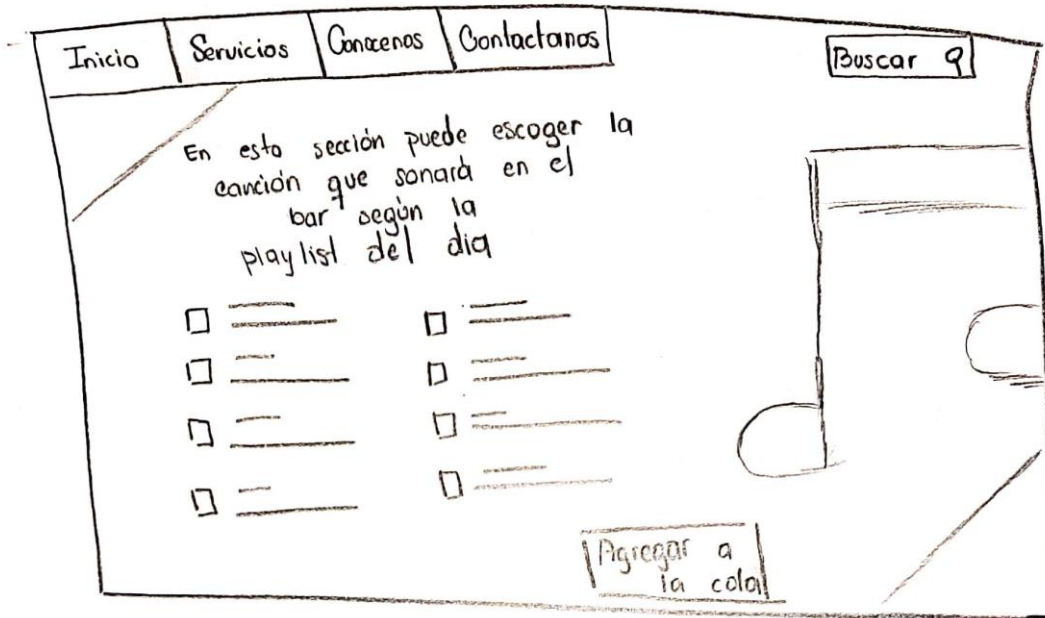


④ Página opción reservas

A hand-drawn wireframe of a reservation page. At the top, there is a navigation bar with four tabs: "Inicio", "Servicios", "Conocenos", and "Contactanos". To the right of the navigation bar is a search box labeled "Buscar" with a magnifying glass icon. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a floor plan diagram with a "Barra" (bar) at the top, an "Entrada" (entrance) on the right side, and "Baños" (bathrooms) at the bottom right. Several small squares and rectangles are scattered within the floor plan area. On the right side of the floor plan, there is text that reads "Personas en el establecimiento" (People in the establishment) above a small rectangular box. Below this text is a larger rectangular button labeled "Reservar" (Reserve).

A hand-drawn wireframe of a reservation form. At the top, there is a navigation bar with four tabs: "Inicio", "Servicios", "Conocenos", and "Contactanos". To the right of the navigation bar is a search box labeled "Buscar" with a magnifying glass icon. The main content area is titled "RESERVAS" in large, bold letters. Below the title, there are four input fields: "Nombre" (Name), "Dia" (Day), "Hora" (Time), and "# de personas" (Number of people). Each input field is represented by a horizontal line. Below the input fields is a rectangular button labeled "HECHO" (Done).

⑤ Página opción Tú eliges!



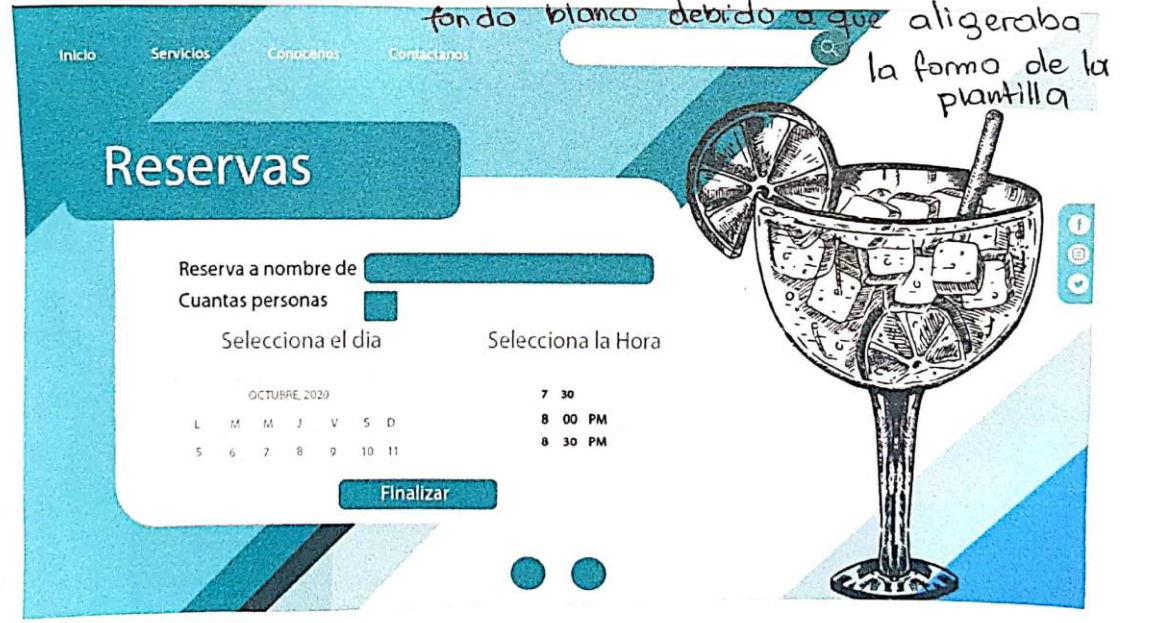
⑥ Página opción PQRS (Preguntas, quejas, sugerencias, reclamos)





↳ Considere jugar con la plantilla azul de fondo debido a las formas que se encuentran en el techo del bar

Me parecio correcto superpones imagenes sobre el fondo blanco debido a que aligeraba la forma de la plantilla



Gronograma (Correcciones)

Actividades

- Desarrollo teoría inicial → Buscar teorías para contrastar la información obtenida sobre la confianza
- Aplicar entre vistas
 - Conclusiones comparación resultados

Proposición

- Creación primer prototipo página web
- Probar primer prototipo grupo focal
- Conclusiones

Correcciones y organización de la información

- Indagar transiciones → Customer journey map y contextualización
- Buscar autores y referentes con respecto a las páginas web
 - Creación segundo prototipo página web → Probar segundo prototipo
 - Conclusiones

Definir los datos según la proposición

- Creación prototipo final

- Fuentes complementarias → Encuesta de opinión sobre la página
- Autores que argumenten las decisiones de los cambios

Correcciones y organización de la información

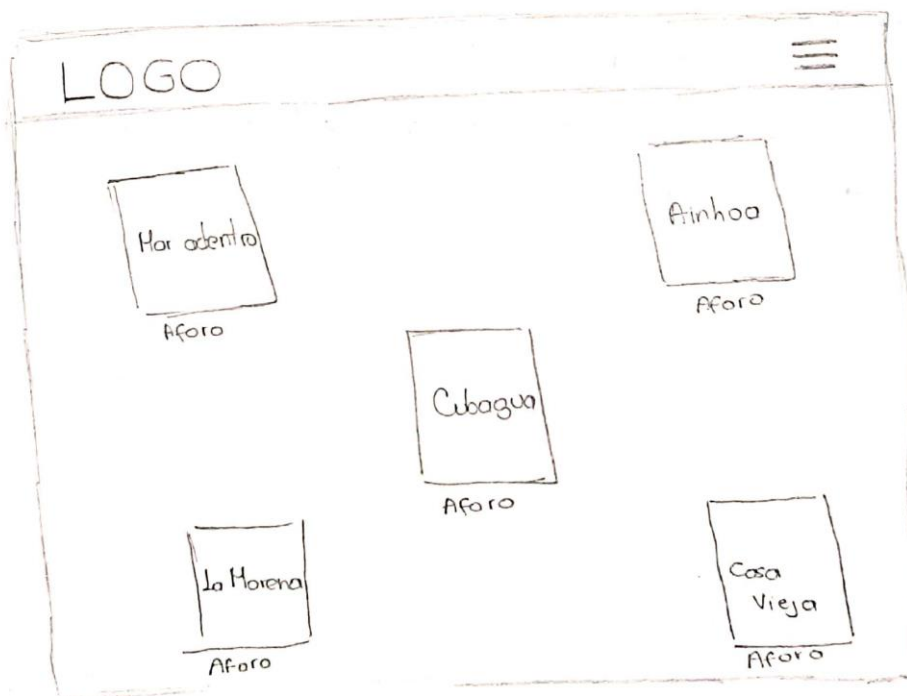
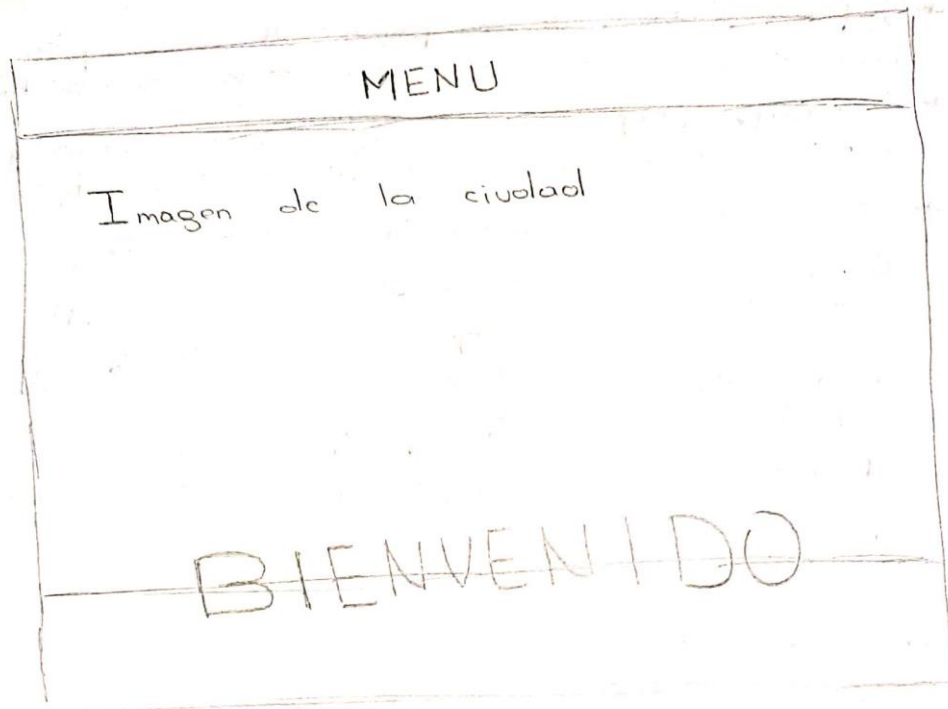
- Interpretación → Tiempo de exegesis
- Conclusiones finales
 - Redacción del informe

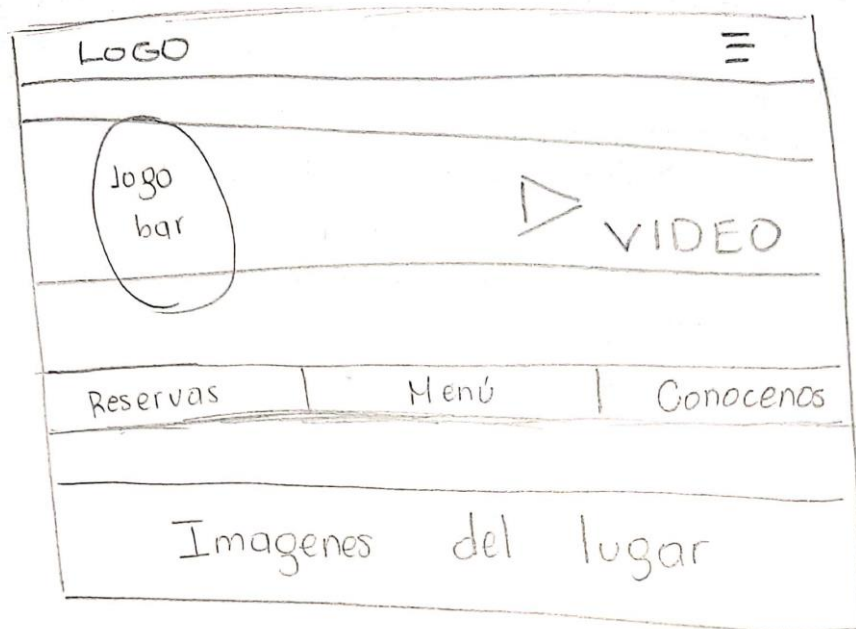
Avances segunda semana (28-09-2021)

- Confianza a través de una página web como medio para la reactivación económica en los bares de la ciudad de Riohacha
- Customer Journey map, contextualización del entorno, autores y definiciones para correcciones, bocetos segundo prototipo

Retrasadas	Culminadas	En proceso
Conclusiones entrevistas	Entrevistas	CJM
Conclusiones grupo focal	Grupo focal	Contextualización
Bitácora	Primer prototipo	Autores y definiciones
Correcciones documento	Teoría inicial	Bocetos

- Evidencias bitácora
- Causas y plan de acción para los retrasos
- Creación digital segundo prototipo y probarlo (sacar conclusiones)
- Prototipo más agresivo
 - ¿Por qué una página web?
 - ¿Portal de bares?
 - El entorno del lugar a través de la página web
- Dudas correcciones proyecto de grado





Guión video

- 1 Título del proyecto
- 2 Segundo resumen → Pandemia
 - Desconfianza y miedo debido a las medidas de bioseguridad
 - Reactivación económica
 - Página web
- 3 Tareas descritas hasta el momento
- 4 Balance
- 5 Etapas metodologías
- 6 Teoría inicial
- 7 Entrevistas
- 8 Benchmarking
- 9 Estrategias de páginas web
- 10 CJM
- 11 Aprendizaje dentro de lo avanzado
- 12 Compromisos
- 13 Dudas

- 1 Entrevistas
- 2 Organización
- 3 Ser más agresiva
- 4 Dudas

Correcciones tercera entrega corte de avance!

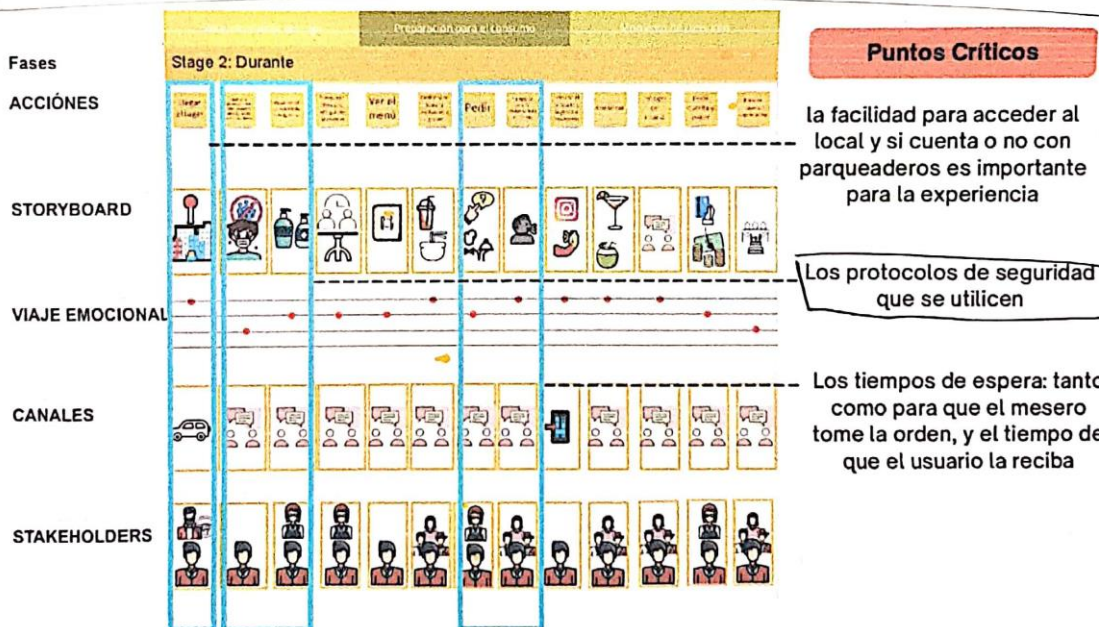
Especificar los detalles
 Fitmac Xd → plataformas para prototipo funcional

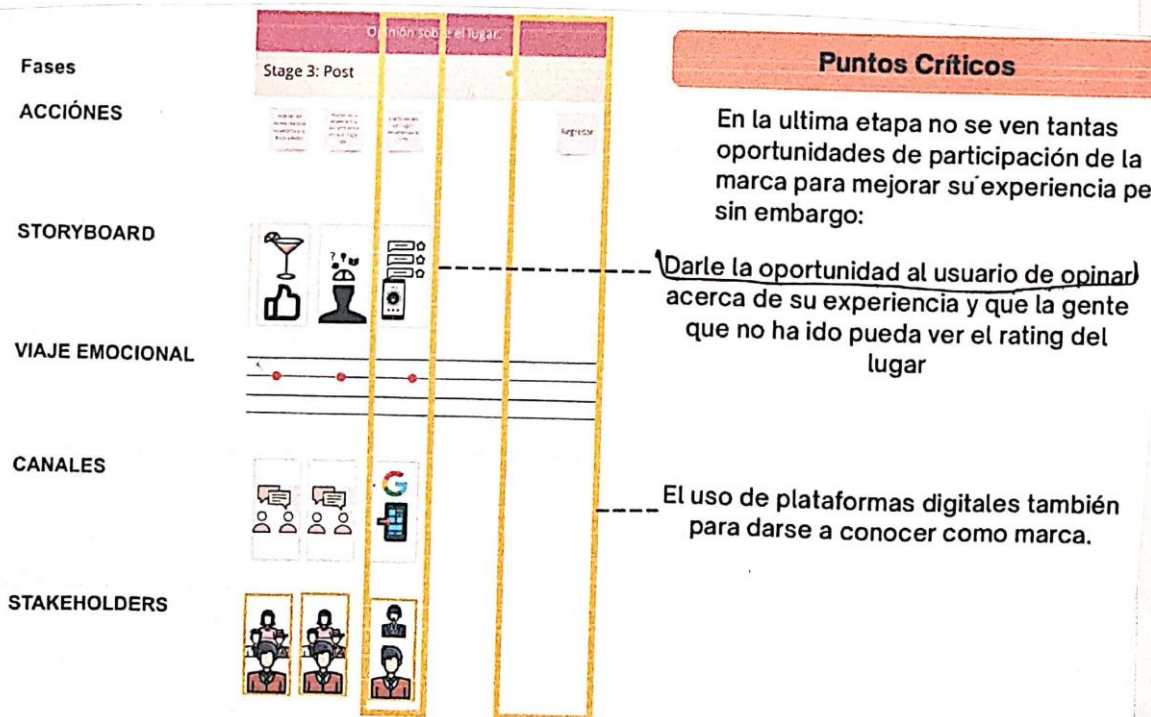
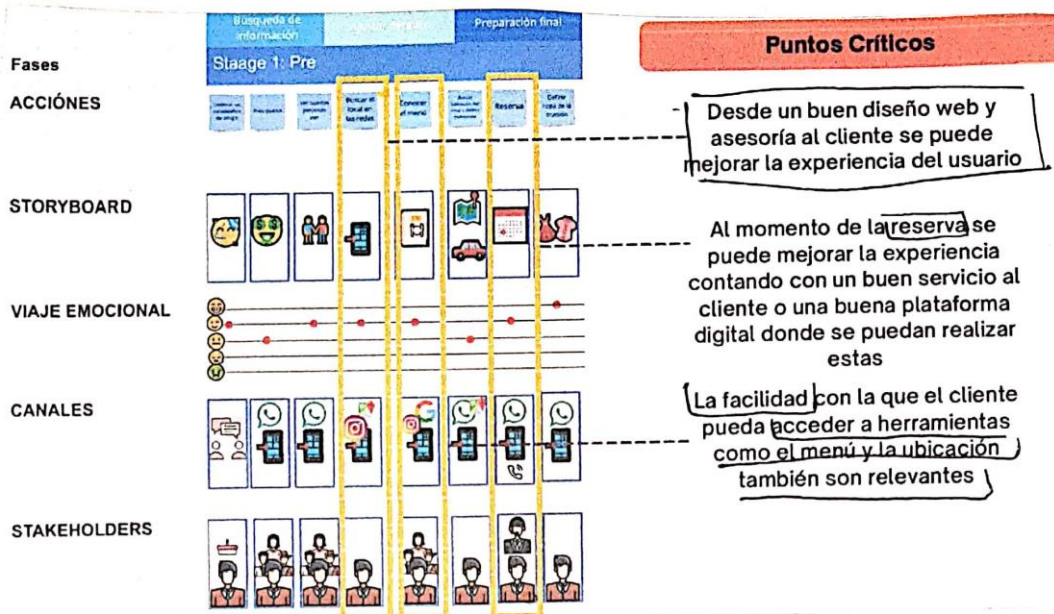
sensorial ¿Como afecta?
 emociones ¿Cuales provoca?
 performativo ¿Que puedo hacer con la pagina web?
 semantica ¿Que significa para la gente?

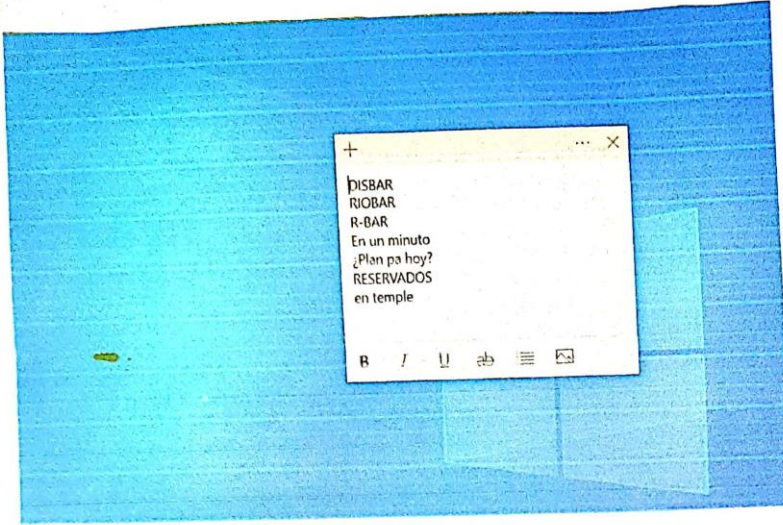
Experiencia creativa → prototipo

Cosas por hacer

- Preparar documento proyecto de grado con los resultados
- Organizar anexos
- Realizar segundo prototipo
- Organizar bitacora

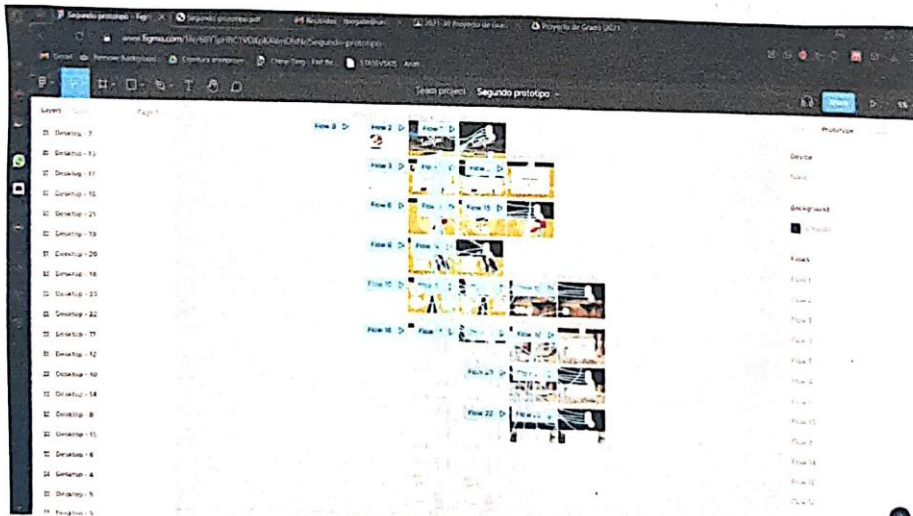


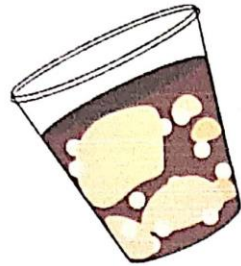




Antes de iniciar con el segundo prototipo se hizo necesario darle una identidad a la plataforma por lo cual se consideraron los siguientes nombres

Luego de iniciar el diseño del prototipo una de las particularidades fue que se tiene en cuenta la importancia de las transiciones y de terminar los ciclos de cada opción para darle mayor fluidez a la página web.





Cargando

Muchas de las paginas que visite tentan desde el cargue de la pagina imagenes o video

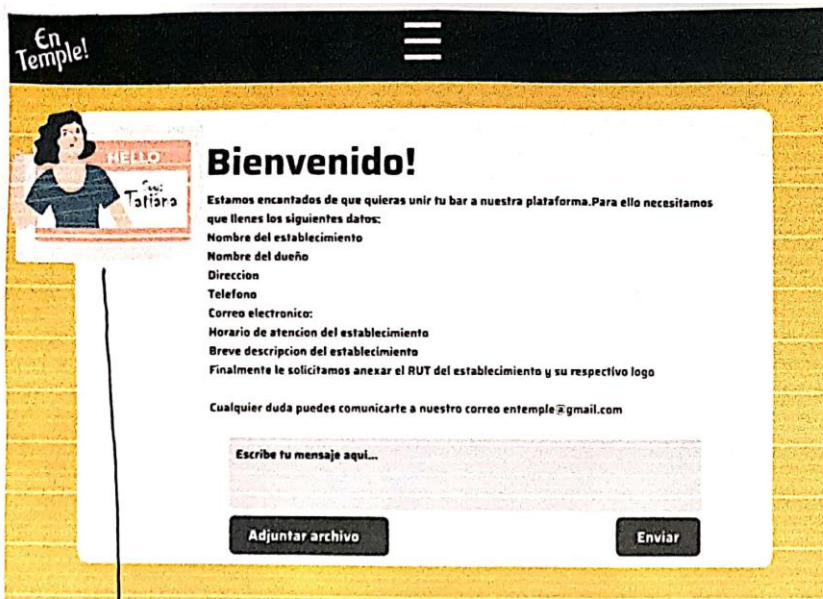
Por lo tanto decidi hacer lo mismo.

"Los pequeños detalles importan"

Teniendo en cuenta lo encontrado en el benchmarking y la investigación de fuentes complementarias Opte por una pantalla de inicio sencilla Con una barra de menú en la parte superior

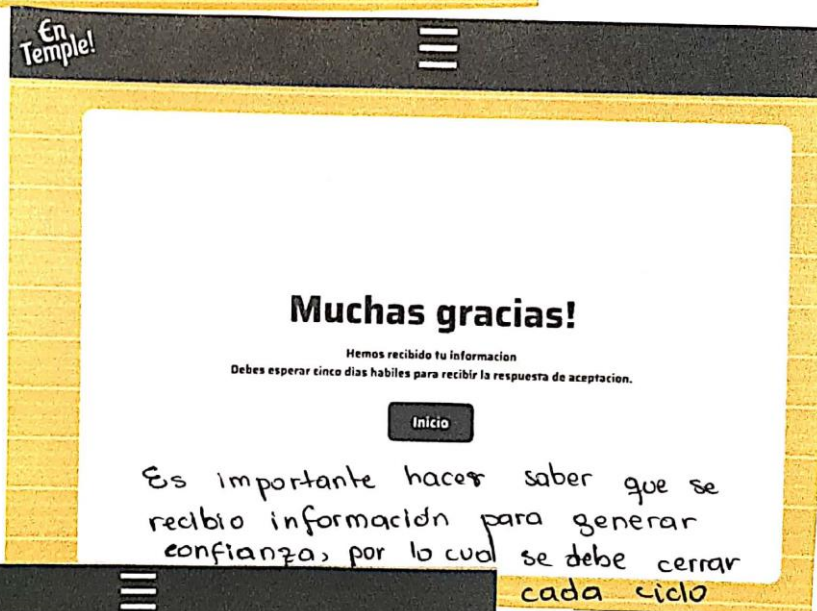


Decidi incorporar en la parte de inicio la opción para que se unieran más bares ya que este se veía un poco vacío



Escogi estos colores ya que iban acorde al estilo que he usado durante los cortes de ante proyecto y avance

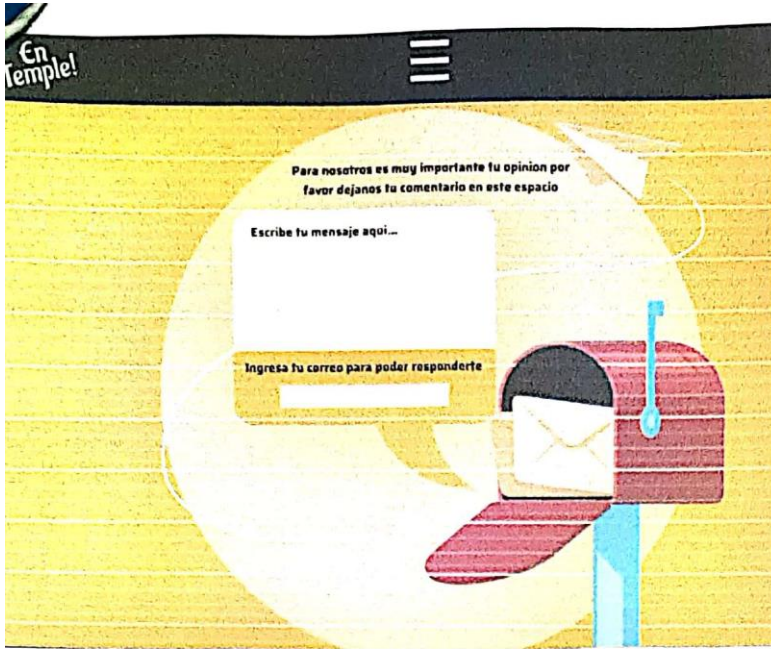
Me parecia importante dar la sensacion de compania mientras se realizaba el proceso



Es importante hacer saber que se recibio informacion para generar confianza, por lo cual se debe cerrar cada ciclo



Para brindar mayor confianza opte por hacer un apartado donde se muestre quien es el creador y equipo de trabajo de la pagina, pero pues por el momento soy solo yo



Ahora que lo pienso se debe decir en cuantos dias se respondera



En vista de que este proyecto se basa en lo confianza necesitaba un espacio en que las personas se comuniquen con los creadores de la plataforma



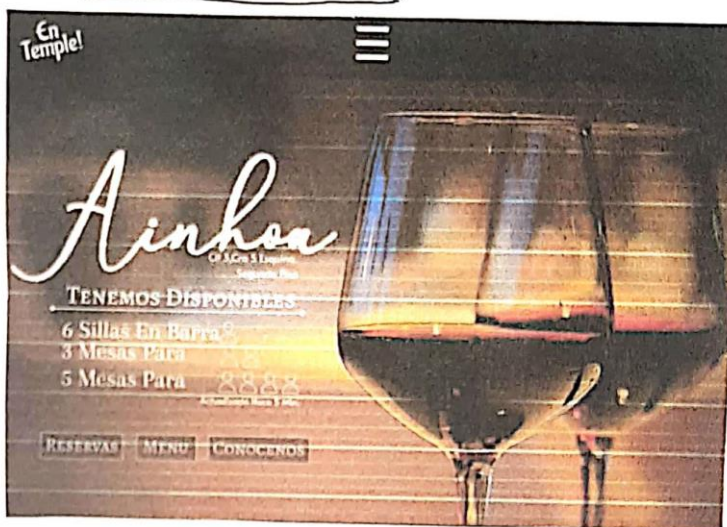
→ He parecido interesante agregar un personaje al momento de que el cliente decida
Tambien hacia falta agregar algo para llamar la atención y no haber la pagina vacia

Era necesario cambiar completamente la diagramación y aspecto visual propuesto hasta ahora

Priorizar al bar y el ambiente del mismo

IMPORTANTE

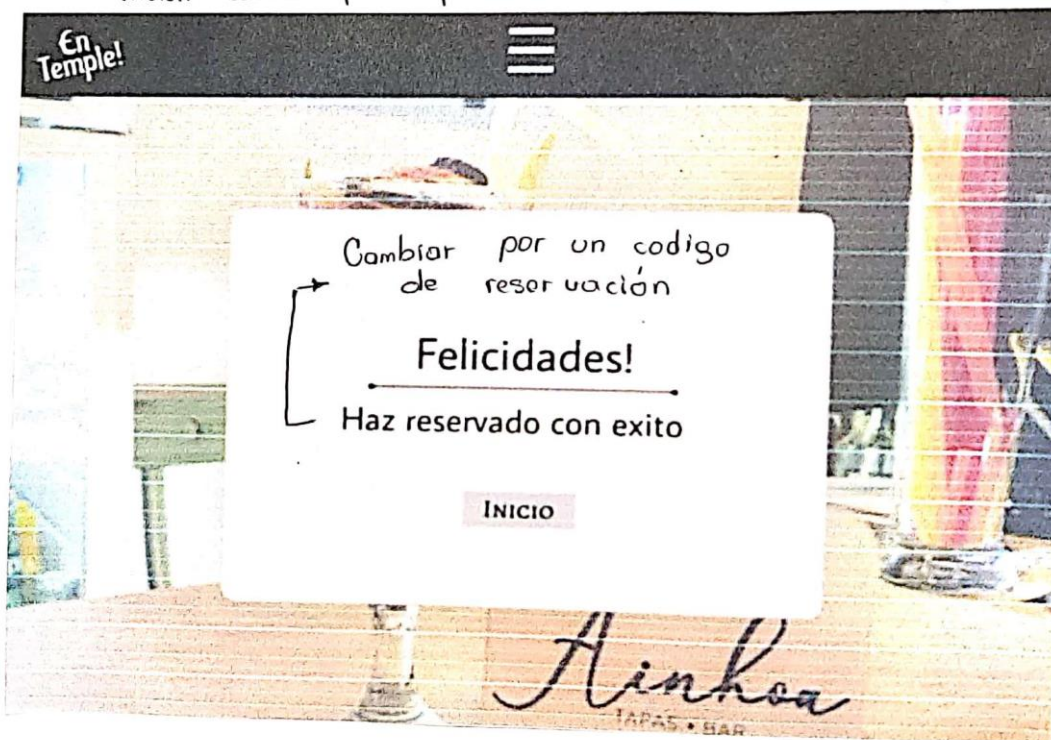
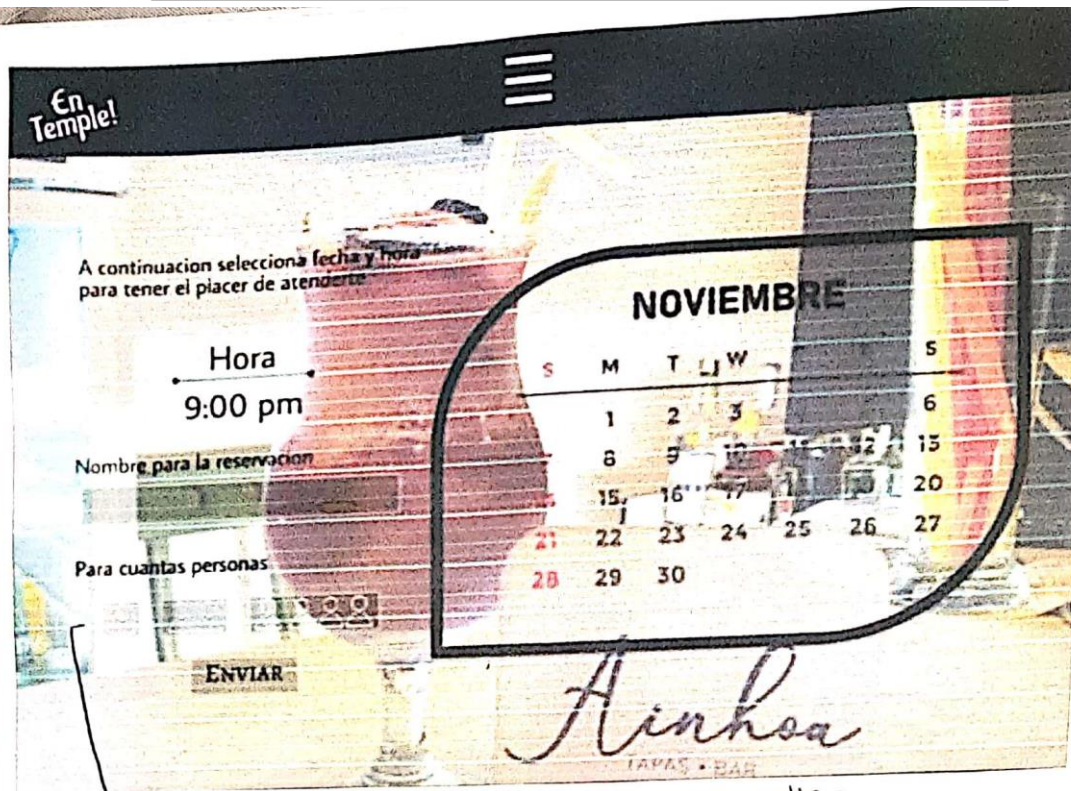
Pensar no solo en la presentación sino en la funcionalidad



PLATOS FUERTES

- Picada mixta ainhoa** \$ 32000
(Lomo fino De Res, Pollo, Butifarra, Chorizo Para Dos Personas)
- Picada mixta ainhoa** \$ 60000
(Lomo Fino De Res, Pollo, Butifarra, Chorizo Para Cuatro Personas)
- Picada especial ainhoa** \$ 38000
- American burger** \$ 20000
(Papas, Salsa Ainhoa)

VOLVER





MENU

CERVEZAS

Nacionales e importadas
(Micheladas adición \$ 2000)

Aguila Light	\$ 5000
Club Colombia	\$ 6000
Budweiser 2.75ml	\$ 6000
Budweiser 3.15ml	\$ 7000
Coronita	\$ 6000
Corona	\$ 9000
Heineken	\$ 8000
Stella Artois	\$ 9000
B.B.C	\$ 9000
Beer Ainhoa	\$ 12000
Smirnoff	\$ 12000

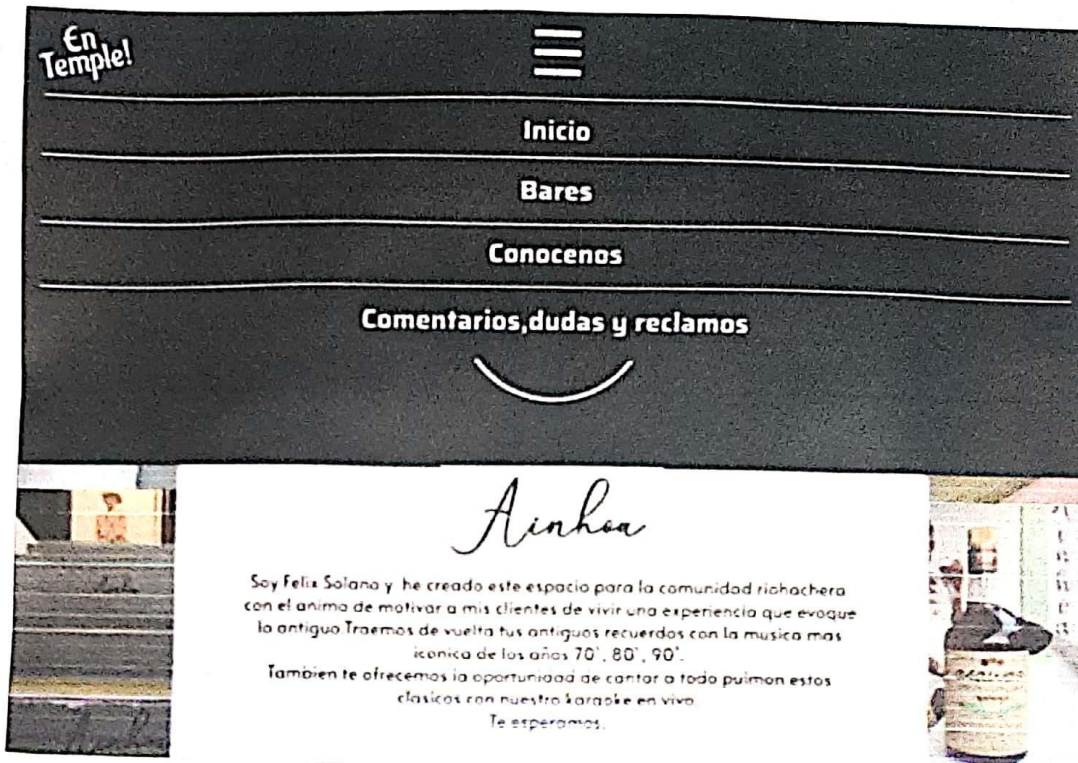
Buchanan'S Master	\$ 290000
Buchanan'S 750ml	\$ 260000
Buchanan'S 375ml	\$ 170000
Old Parr 750ml	\$ 240000
Dobleu Black	\$ 290000
Sello Negro 750ml	\$ 240000
Sello Rojo 750ml	\$ 160000
Shot 12 Años	\$ 18000
Shot Sello Rojo	\$ 12000

WHISKY

TEQUILA

Jose Cuervo 750ml	\$ 160000
Jose Cuervo 500ml	\$ 130000
1800 Cristalino	\$ 400000
Don Julio	\$ 350000
Shot	\$ 14000

Incluir videos de la comidas, las bebidas y licores que ofrece el restaurante



Incluir fotos y descripciones de los dueños y trabajadores de los bares, explicar sus roles y funciones.



Correcciones del segundo prototipo para realizar el tercero

- Hacer mas visible el tema de las actualizaciones
- Buscar formas de hacer mas creible la pagina "Prueba de supervivenci"
- Cambiar palabras por iconos
- Como se vera reflejado en la plataforma el tema de los certificados de vacunacion ?
- Mas videos menos fotos
 - ↳ Tener en cuenta la privacidad que no se termine usando para vigilar
- Incluir musica si es posible la misma que se este escuchando en el bar
- Incluir codigo de reservacion
- Incluir fotos y descripciones de los duenos y los trabajadores

17-11-2021

Guion primer video borrador
(Video integrable final)

Presentación → Título del proyecto
→ Asignatura / Docente a cargo
→ Nombre estudiante

Introducción → Carrera
→ Tipo de proyecto
→ Objetivo general
→ Breve descripción

Contexto → Comunidad con la que se trabaja
→ Ciudad
→ Hipotesis de la investigación

Descripción de la problemática y problema
→ Origen
→ Problemas encontrados
→ Problema seleccionado

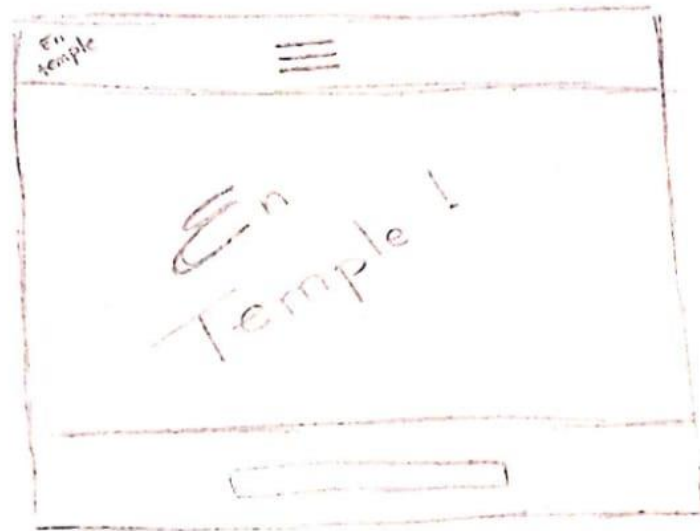
Importancia de la propuesta

Metodología usada

Resultados obtenidos

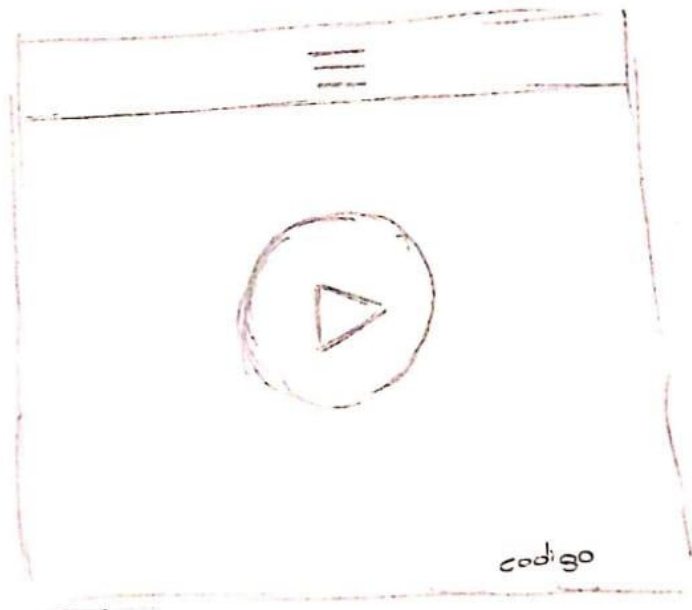
Interpretaciones

Conclusiones / Aprendizaje

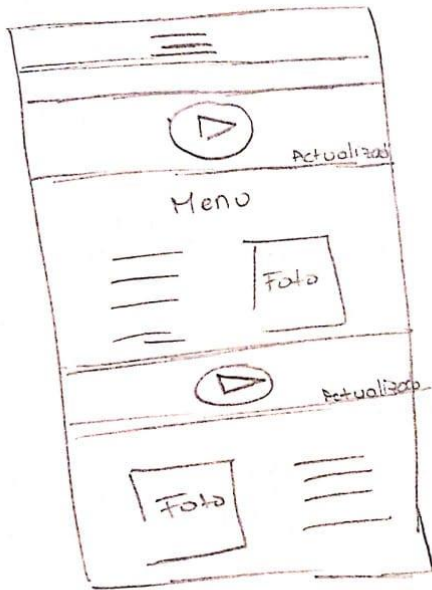


Incluir video de cosas caracteristicas de Pichacha que se actualicen semanalmente

Pagina principal de cada restaurante



Iniciar con un video del lugar y codigo de descuento
Al dar enteros pasar a la pagina de inicio



Ubicar videos y mosaicos de fotos (Colocar cada cuanto se actualiza)

Intercalar videos y fotos

CS Escaneado con CamScanner

- **Anexo 5: Entrevistas segundo prototipo**

Entrevistas segundo prototipo

Objetivo: Conocer la opinión de dueños de bares, expertos y usuarios sobre el planteamiento que se realizó en el segundo prototipo.

Luego de establecer las preferencias de los usuarios sobre las páginas web y las opciones que les gustaría tener en dicha plataforma. Toda esta información ha dado como resultado un segundo prototipo funcional el cual observarán a continuación y de acuerdo a lo observado responderán las siguientes preguntas.

Entrevista dueños de bares.

¿Considera que la página web expresa claramente las funciones que tiene?

¿Considera que la imagen de su restaurante está bien representada en la página?

¿Qué medidas a considerado al respecto de las nuevas condiciones para la entrada a establecimientos?

Entrevistas para usuarios

- ¿Logro entender claramente cada una de las interacciones presentadas en la página?
- ¿Considera que hace falta implementar alguna opción con respecto a las que se brindan para cada uno de los restaurantes?
- ¿Le gustaría cambiar los iconos de transición por imágenes en lugar de palabras?

Entrevista para expertos

- ¿Cuál es su opinión al respecto de la diagramación y aspecto visual de la página web?
- ¿Considera que los servicios ofrecidos son pertinentes?

CONCLUSIONES

Como conclusiones de esta entrevista es un acercamiento mas acertado que el primer prototipo. Sin embargo, se debe hacer mayor hincapié en el tema de la actualización de la información, para esto es más recomendable hacer uso de videos que de fotos e igualmente incluir una forma que de seguridad de que esta información es verídica e igualmente hacer mas interactiva la forma en la que el usuario hace uso de esta página. También se debe evaluar como desde la página se abordará el tema de los certificados de vacunación.

Entrevistas:

<https://drive.google.com/drive/folders/1IZU4sDtJ3nQFT6h-AJPAfT8S5aFfL8n0?usp=sharing>

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por **TATIANA PAOLA BOGALLO SUAREZ**, estudiante de la **Universidad del Norte** ubicada en **Barranquilla, Colombia**. El objetivo principal de este estudio es: **Identificar las características que permiten la reactivación económica a través de la confianza que tienen los usuarios en una página web.**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en profundidad. Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado. También se tomará un registro audiovisual de la entrevista una vez se cuente con su autorización.

La participación en este estudio es **estrictamente voluntaria**. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Se aclara que los datos recolectados serán eliminados luego de la presentación y calificación del presente proyecto.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Seika Mejía Redondo

Nombre del Participante

Seika R

Firma del Participante

26-11-2021

Fecha