



Antes de empezar

- A continuación verás algunos proyectos en los que he trabajado últimamente, los comparto con el único fin de mostrar lo que soy capaz de construir.
- Recordemos que todos son propiedad de Rimac y están siendo compartidos solo aquellos que se encuentran en la web pública.
- También es importante recalcar que mi trabajo llegó hasta la etapa de UX y antes del cambio de imagen de Rimac, por lo cual, mucho de lo que veas también fué trabajado por mi dupla UI y un equipo de rebrand.

Conoce mi proceso

Para trabajar en estos rediseños seguí por lo general el siguiente proceso:

1

- Rimac es un equipo gigante de diseñadores, por lo cual de seguro alguien tiene información que tú necesitas, así que pido ayuda a mis colegas y ellos comparten lo que tienen.
- Solicito información de adobe analytics si se trata de un flujo grande.
- Agradezco al mundo contar con hotjar y reviso los mapas de calor, grabaciones y encuestas.
- Si mi proyecto me lo permite hago algunas entrevistas o encuestas, si es un producto sencillo como SOAT las hago con friends and family.

2

- Empiezo a guardar lo verdaderamente relevante y encuentro los problemas.
 - Hago algo de benchmark
- Comparto mis hallazgos con otros UX o el negocio y propongo me ayuden a empezar con las ideas.
- Tomo lápiz y papel e inicio mi lista de funcionalidades o secciones.
 - Realizo algunos bocetos.

3

- Empiezo el prototipado, ayuda mucho tener un sistema de diseño.
 - Hago algunas validaciones con el prototipo inicial y hago correcciones de ser necesarias.
 - Preparo todo para el testing con usuarios
- Realizo el testing y soy feliz (a veces el tiempo y presupuesto solo da para hacerlo con friends and family).
 - Hago la bajada de información.
- Realizo mejoras al prototipo, repito el testing si es necesario.
 - Hago traspaso con UI.

Páginas de categoría



Rediseño Categoría Vehicular

Reto:

Diseñar un espacio que despeje las dudas de una persona que busca un seguro vehicular.

*Trabajo UX individual + UI

Principales aportes:

- Copy
- Opción a comparar

[Ir a la página](#)



Curiosidades 🧐

- A pesar de ser seguros para autos (algo material), las personas le dan un valor emocional a su carro.
- Valoran la protección del auto y de otras personas antes que la propia.
- Existe la necesidad de comparar entre todas las opciones disponibles.
- Con la pandemia el auto tomó un papel protector, al salir “Puedo estar seguro en la calle dentro de mi auto”

Rediseño Categoría Salud



Reto:

Dar una correcta clasificación a los seguros de salud (11 tipos de seguros).

*Trabajo UX individual+ UI

Principales aportes:

- Copy
- Clasificación de los seguros
- Identificación de valor diferencial

[Ir a la página](#)

Curiosidades 🧐

- Existe una necesidad en los usuarios de saber cual de los 11 seguros disponibles es el ideal para ellos.
- En mi propuesta de diseño hay una especie de perfilador que con la ayuda de filtros encuentra el seguro que mejor se acomoda a ti, lamentablemente esa opción aún no sale a producción.
- Existe un gran problema con los nombres de los seguros (desde producto se trabaja en ello).
- Aunque como UX trabajé sola, en este proyecto tuve mucho apoyo de otros UXers, una services designer y mucha gente de negocio.

Páginas de producto



Rediseño SOAT

Reto:

Comunicar los beneficios de tener SOAT Rimac.

*Trabajo UX individual+ UI

Principales aportes:

- Sección: como usar tu SOAT
- Comparativa de planes

[Ir a la página](#)



Curiosidades 🧐

- Las personas compran un SOAT solo por cumplir con la norma, buscan hacerlo rápido, en su mayoría no buscan demasiado ni se preocupan por comparar.
- Se preguntan como actuar si tienen un accidente y lo primero que hacen es buscar información en la página de producto de SOAT.
- No saben que tienen beneficios por ser Rimac, la mayoría realizó la compra sin pensarlo mucho.
- SOAT es el producto más vendido de forma online en Rimac.

Rediseño Seguro de salud

Reto:

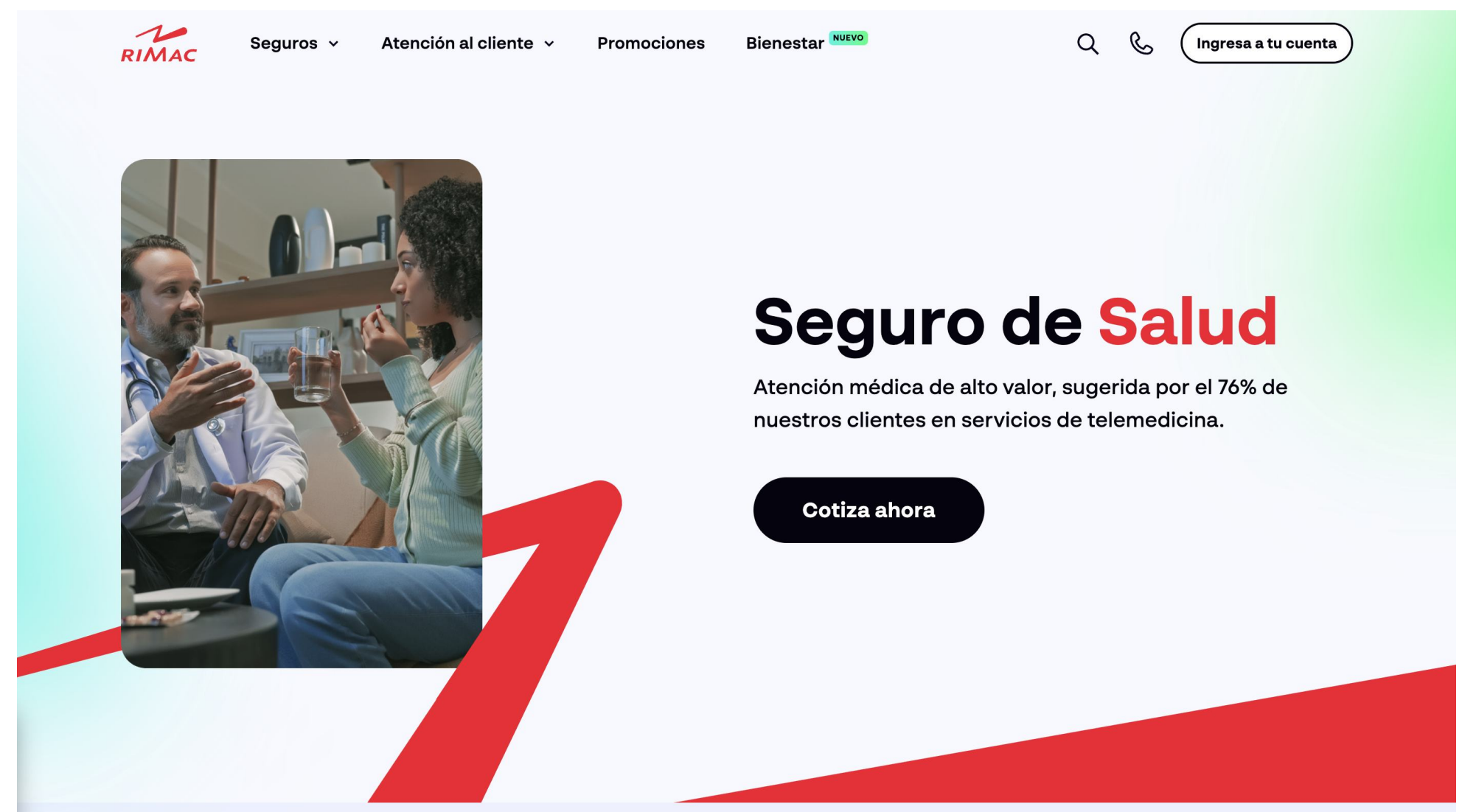
Aumentar las ventas digitales, despejando dudas en su página de producto.

*Trabajo UX en dupla+ UI

Principales aportes:

- Comparativa de planes
- Sección de confianza

[Ir a la página](#)



Flujos de compra



Compra de seguro de salud

Reto:

Brindar información relevante y necesaria para que el usuario complete la compra de un seguro de salud online.

*Trabajo individual + UI

Principales aportes:

- Entendimiento de coberturas, exclusiones y producto en general.

[Ir a la página](#)

The screenshot shows the RIMAC Cyber website interface for purchasing health insurance. At the top, the Cyber and RIMAC logos are on the left, and a contact number (01) 411 6001 is on the right. The main visual is a family celebrating with a soccer ball, overlaid with a pink box stating 'Hasta 20% dscto.' and a circular badge at the bottom left saying '100% ONLINE'. To the right, the heading 'Seguro de salud' is followed by 'Protege a tu familia'. Below this, a subtext states: 'Usamos tus datos para mostrarte planes pensados en ti y sus precios, 100% online'. There are input fields for 'DNI' (with a dropdown arrow) and 'Nro. de documento', and a 'Celular' field. Two checkboxes are present: 'Acepto la Política de Privacidad.' and 'Acepto la Política Comunicaciones Comerciales.', both checked. Below them is a link for 'Términos y condiciones'. A large black button labeled 'Cotiza aquí' is at the bottom. On the far right, a vertical arrow points down with the text 'Conoce más'.

Puedes probar el flujo con el DNI 44444444 y el celular 999999999

Datos importantes 🧐

- En la fecha del rediseño solo el 5% de las personas continúa después del paso donde se muestran los planes del seguro.
- En su mayoría declaran necesitar más información, una guía.
- El seguro de salud es uno de los más complicados vender online, pues se requiere de compañía que ayude a sensibilizar.
- Desde el celular donde ingresaba el mayor porcentaje de personas, los PDFs no se podían leer por su tamaño (esta era la principal fuente de información)

[Inicio](#)