

«Talento Tech»

Diseño UI

Clase 15





Clase 15: Reporte UX avanzado

Índice

1. Reporte de Investigación UX
2. Estructura
3. Video promocional de app
4. Tendencias de video marketing
5. Reflexión Final
6. Ejercicios
7. Materiales y Recursos Adicionales
8. Preguntas para Reflexionar
9. Próximos Pasos

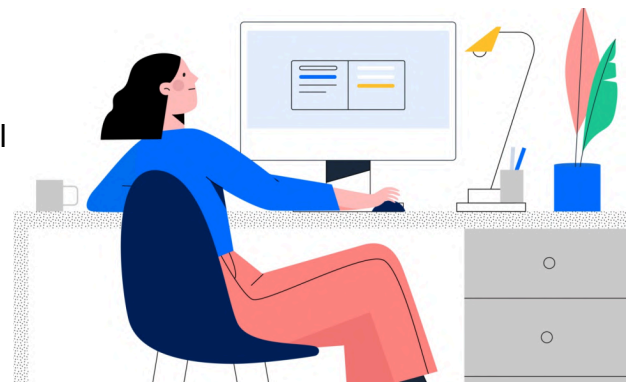
Objetivos de la Clase

- Comprender la importancia de los reportes de investigación UX y su estructura fundamental.
- Analizar las tendencias actuales en video marketing y su aplicación en la creación de videos promocionales efectivos.
- Realizar ejercicios prácticos

Reporte de Investigación UX

Los reportes de investigación son los datos registrados por los investigadores de UX transformados en información útil mediante el análisis de la información.

El objetivo es transmitir los detalles sobre el estudio, para que se puedan incorporar en el diseño UX y de la estrategia del producto digital.



Presentar los resultados de una investigación es crucial en el proceso de diseño, sobre todo cuando hay que presentarlos a audiencias fuera del equipo de UX pero con poder de decisión.

Es decir, cuando trabajas en proyectos de diseño de experiencia de usuario (UX), la capacidad de crear informes y reportes efectivos es esencial.

Estos informes son valiosos porque ayudan a comunicar los hallazgos de investigación, proporcionan datos que respaldan la toma de decisiones y permiten evaluar la eficacia de las mejoras en la experiencia del usuario.



Estructura

Podemos organizar la presentación de un reporte UX de modo que se logre explicar estos tres objetivos:

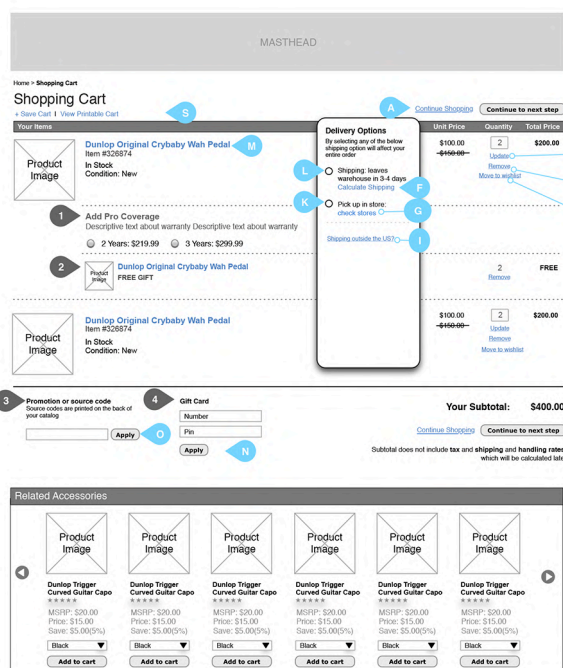
- Por qué:Cuál es el objetivo que buscamos cumplir
- Cómo: Establecer qué metodologías se utilizaron y cómo se validaron
- Qué: Presentar datos obtenidos, logros y hallazgos

Consejos para su redacción

Nuestro reporte tiene que recoger toda la información necesaria para que la organización pueda tomar decisiones de forma informada y basándose en datos. La clave del éxito es comunicar desde la generalización hacia el detalle específico de cómo se lograron nuestros objetivos para que las personas que no formen parte del equipo de trabajo puedan entender con claridad todo su desarrollo.

Veamos algunos consejos útiles a la hora de presentar visualmente nuestra investigación:

🔴 Un informe UX extenso puede ser abrumador y terminar sin ser leído en su totalidad. Es crucial ofrecer información concisa y digerible para que se puedan comprender rápidamente los hallazgos clave y tomar decisiones informadas.



The screenshot shows a shopping cart interface. At the top, there's a 'MASTHEAD' bar. Below it, the 'Shopping Cart' section displays two items: 'Dunlop Original Crybaby Wah Pedal' and 'Dunlop Original Crybaby Wah Pedal'. Each item has a 'Product Image' placeholder, a description, and a price. The cart also shows a 'Delivery Options' section with radio buttons for 'Shipping' and 'Pick up in store'. A 'Subtotal' of \$400.00 is displayed. Below the cart, there's a 'Related Accessories' section showing six 'Dunlop Trigger Curved Guitar Capo' items. Annotations A through S are placed on the interface to highlight specific elements.

Requirements & Description Blocks

Item	Title	Description
1	Add Pro Coverage	When the user selects a specific pro coverage option, it will automatically be added to the cart and the line will collapse - See Page 7
2	Free Gift	The associated product should visually look as part of the parent product.
3	Promo or Source Code	Please refer to Page 7
4	Gift Card	Please refer to Page 7

Field Label	Field Name	Type	Description	Field Length	Read Only
A	Continue Shopping	Text Link	Back to previously viewed page	n/a	N
B	Continue to next step	Button	Go to Checkout Page. After checkout redesign, go to sign in page	n/a	N
C	Update	Text Link	Updates line item quantity.	n/a	N
D	Remove	Text Link	Remove line item from cart	n/a	N
E	Move to wishlist	Text Link	Removes the item from the cart and adds the item to wish list. No changes to the current wish list process	n/a	N
F	Calculate Shipping	Text Link	As is today - No Change	n/a	N
G	Check Stores	Text Link	Direct users to Pick up in store page (Page 3)	n/a	N

I	Shipping outside the US?	Text Link	As is today - No Changes	n/a	N
J	Fast Shipment Guarantee	Text Link	When clicked opens a new window directing user to the FAQ page about Fast Shipment Guarantee	n/a	N
K	Pick up in store	Radial Btn	Directs users to select a store page. Once click system alerts IP for geo location.	n/a	N
L	Shipping	Radial Btn	By default this option is selected.	n/a	N
M	Product Name	Text Link	Link to product detail page	n/a	N

1) No olvidar los gráficos

La información visual ayuda a la comprensión de los datos cualitativos de la investigación de manera rápida y clara, aunque siempre deben ir acompañados de una explicación escrita para quien desee ahondar en los detalles.

Utiliza gráficos, tablas, imágenes y videos para hacer la información más atractiva y fácil de entender.

2) Prioriza la información.

Destaca los hallazgos más relevantes y las recomendaciones más importantes.

3) Que contenga la información importante/imprescindible

Debemos intentar hacer un relato claro, conciso e interesante de cada punto abordado en el proyecto. Debe visualizarse profesional y real, por lo tanto



No hagan referencias a “tareas del curso” sino a estudios o análisis sobre la temática que desarrollaron.

Analicemos algunos casos de estudio:

→ [Despegar](#) -

→ [Mercado Pago](#) -

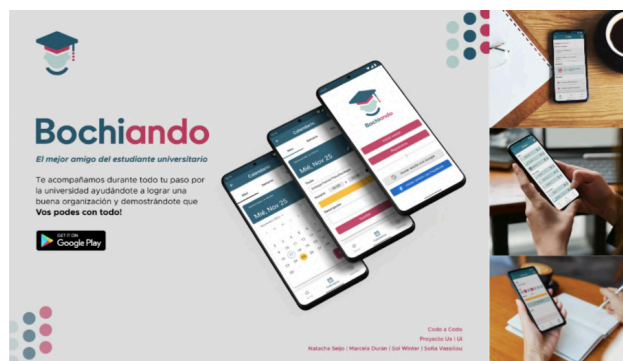
!? ¿Cómo podemos trasladar estas presentaciones tan técnicas a nuestros proyectos individuales?

Debemos poner el foco en el por qué, cómo y qué de los reportes UX, pero convirtiendo nuestra presentación en una historia para volverla amena e interesante. No queremos que quien esté mirando nuestro proyecto (ya sea leyéndolo por su cuenta o si nosotros lo presentamos), pierda el interés. Para esto, nada mejor que utilizar como recurso un storytelling que le aporte al interlocutor el contexto necesario para que, de manera independiente a sus conocimientos de metodología de diseño de producto, tenga una visión global de la misma.

Imprescindibles en un caso de estudio

1. Titular

Comienza con un título grande (puede ser el nombre de tu proyecto su mayor diferencial) y una bajada que cuente de tu proyecto.



2. MVP

Enumera y detalla cada una de las funcionalidades de tu aplicación y qué es lo que ofreces (imprescindibles). Si lo deseas, puedes añadir también tus expectativas a futuro (deseables).

M.V.P | Tareas y funcionalidades

Tareas imprescindibles

- Logueo / registro
- Acceder al calendario
- Agendar eventos y programar recordatorios
- Realizar checklist
- Poder seleccionar las asignaturas y generar carpetas independientes
- Subir material de estudio
- Grabar audio

Tareas deseables

- Personalizar apariencia
- Envío de mensajes motivacionales
- Recomendación de música

Funcionalidad principal

La función básica de nuestra app es ofrecerles a los usuarios espacios de anotación y registro de actividades a través de diferentes herramientas como el **calendario** y **las listas de tareas**.

Conclusiones

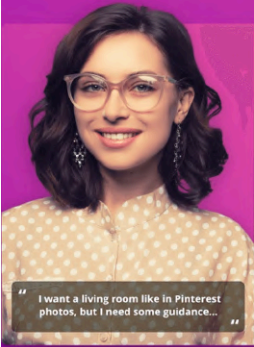
Para cumplir con las funciones principales, el usuario se registrará e iniciará sesión. Anotará en la app sus tareas pendientes y agendará recordatorios importantes que podrá personalizar con fecha y hora. También podrá agregar una checklist en la carpeta de alguna asignatura que necesite y a su vez subir el material de estudio desde el almacenamiento del dispositivo para guardarlo en la app y así tenerlo organizado.

Mientras usé la app, mensajes motivacionales llegarán como notificaciones para alentarlos y acompañarlos en su tiempo de estudio. Por otro lado, la app le sugerirá una canción para que escuche de fondo mientras prepara su proyecto.

Si lo desea, podrá personalizar la apariencia general de la app como más amigable le resulte (colores).

3. User Persona

Detallar la user persona de tu proyecto (puedes enfocarte solo en lo más relevante) y mencionar cómo fueron validadas.



Mary Taylor

26
Brooklyn
Student, waitress
Living with his husband

Bio

She lives with her new husband in a rented apartment, with three rooms. She has a busy schedule between school and work. She and her husband now moved into the apartment, and they expecting a child in 7 months.

Wants & Needs

- Design the new apartment with existing furniture and some new additions.
- Add plants to her home.

Frustations

Wants to add accessories that will make the living room like the pictures on Pinterest, but she cannot decide what to do and does not do that.

Tech

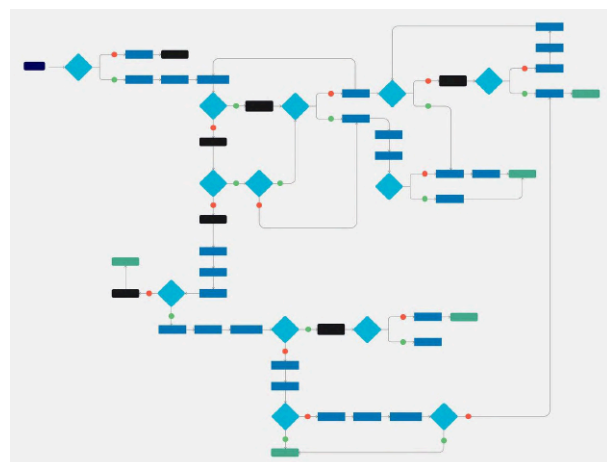
Internet
Social Media
Online Shopping
Gadgets
Early Adopter

Favorite Brands

ASOS NETFLIX Apple

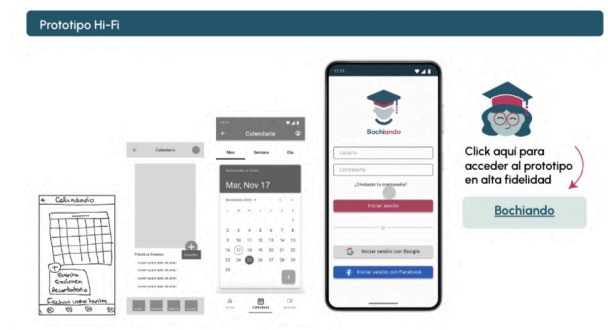
4. User Flow

- Mostrar el user flow de la funcionalidad principal.
- En caso de que sea necesario mostrar únicamente el recorrido de un usuario o una sección del flow completo.
- En otra slide podemos mostrar el mapa de sitio.



5. Evolución de pantallas

El objetivo es mostrar las iteraciones del prototipo, por lo tanto, se recomienda mostrar la evolución de los wireframes para ver cómo fue modificándose y ganando calidad.



6. Identidad

Se deben mostrar las diferentes decisiones de diseño aplicadas a la interfaz. Esta sección puede incluir:

- UI kit
- Paleta de colores
- Tipografía
- Logo

7. Pantallas

- Detallar la/s pantalla/s más destacadas de la app.
- Colocar el link al prototipo funcional, con cuidado que no sea dirigido a la edición del prototipo sino a la página de prueba del prototipo, (siempre chequear el link desde una ventana de incógnito).

Ejemplos de presentaciones:

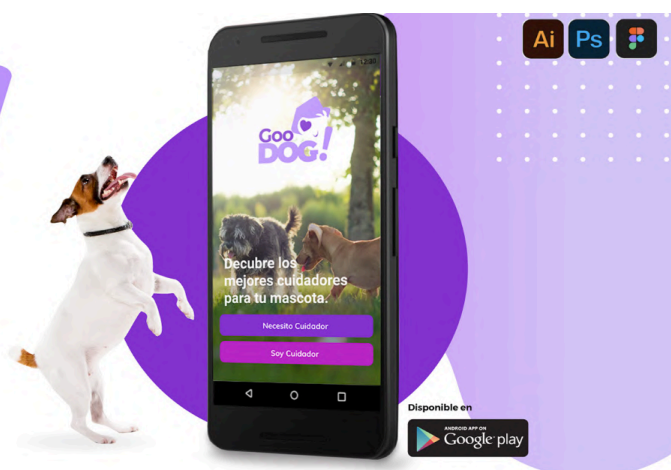


[Ver en Behance](#)

Goo DOG!

Una App centrada en los cuidados que tu mascota necesita.

App Nativa
Powered by
android



[Ver en Behance](#)



[Ver en Behance](#)

Ejemplos en Figma

[UX Research Case Study / Report Template](#)

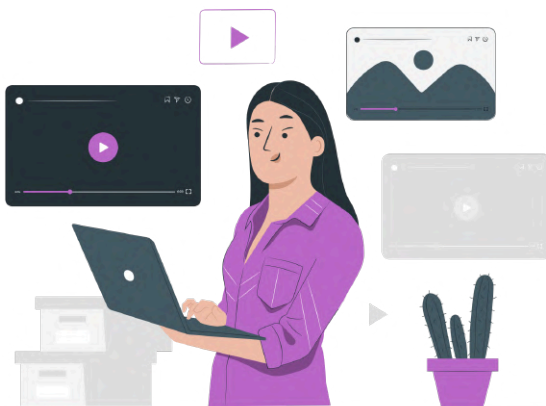
[Smart Home App | Feature presentation | Case study](#)

[Marco Solo - Travel App](#)



Video promocional de app

¿Qué es el videomarketing?



El videomarketing es la gestión de acciones y campañas de marketing a través del lenguaje audiovisual, en particular mediante videos de corta duración difundidos en redes sociales y sitios como YouTube o en nuestro caso también en nuestro portfolio en Behance.

Existen muchos tipos de videos, que pueden usarse con diferentes fines.

Algunos ejemplos posibles son: Videos de demostración de productos. videos institucionales, videos para promocionar un evento, video entrevistas, videos educativos, videos explicativos, videos tutoriales, casos de estudio, videos en vivo, videos de realidad virtual, video mensajes personalizados, videos publicitarios.

El video es un recurso importante de la estrategia de marketing, e incluso es una manera de comunicar el storytelling de una marca, explicar su propuesta de valor y construir relaciones con clientes. Independientemente de la categoría de negocio, es recomendable agregar un video entre los materiales a crear para promocionar tu app. El 90% de los usuarios afirma que los videos de productos son útiles a la hora de tomar decisiones de compra



Beneficios de un video de tu app

1) Más fácil para que los usuarios entiendan lo que hace tu app

Las personas prefieren ver un video antes que leer grandes cantidades de texto para entender lo que ofrece una app. Además, es un recurso mucho más eficaz para transmitir la experiencia que brinda tu producto que usar solo capturas de pantalla.

Un video de 60 segundos máximo puede vender tu aplicación en un formato atractivo, ofreciendo una vista preliminar de su funcionalidad. Los usuarios pueden ver el video y saber exactamente qué pueden esperar de la aplicación en unos pocos segundos. Para esto es importante ir a las funcionalidades más importantes y valoradas por los usuarios.

2) Muestra a los usuarios cómo usar tu aplicación

Para una aplicación más compleja, un video de vista previa es casi obligatorio para describir a los usuarios de qué manera la aplicación puede ayudarlos a completar las tareas deseadas.

Esto también es útil para que un juego presente los personajes o los niveles principales. La creación de un breve tutorial que les explique cómo usarla y la ruta correcta para las actividades deseadas hará que tu aplicación sea más comprensible y le brindará a los usuarios un guía para manejarla.

3) Se puede compartir fácilmente

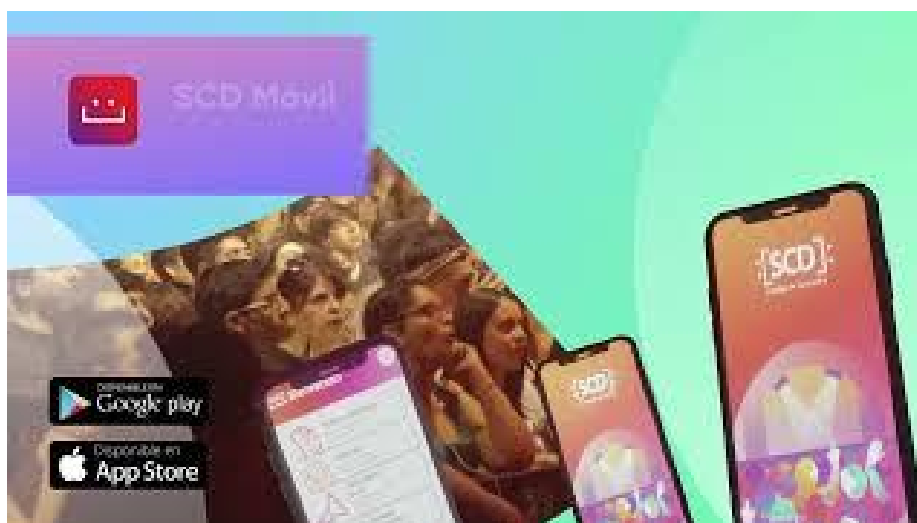
Creando un video divertido y atractivo, puede generar que los usuarios quieran compartirlo. Si logras que los usuarios potenciales compartan el video de tu aplicación, se volverá viral y llegará a una audiencia más grande que con cualquier otra forma de publicidad que puedas considerar.

4) Contribuye a la identidad de marca

Una de las mejores prácticas para crear buenos videos para promocionar la app es insertar el logotipo o ícono pequeño de tu aplicación para que los usuarios recuerden tu marca.

Un video de presentación también te ayudará a construir una historia en torno a la aplicación.

Ejemplo de video promocional de app



Clic sobre la imagen

1) Puede utilizarse como publicidad en plataformas sociales

El video domina las redes sociales. Producir un video de la aplicación y hacer que tenga una buena exposición en una variedad de plataformas sociales, es una buena idea.

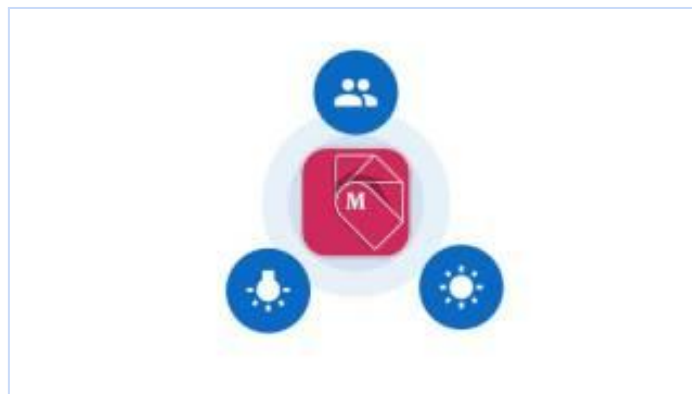
Puedes usar este material creativo para comunicar tu app en otras plataformas, desde YouTube Ads, redes sociales, hasta influencers o tu propio canal. Todas estas oportunidades contribuyen a aumentar la visibilidad de tu aplicación.



Clic sobre la imagen

2) Interfaz de usuario

La interfaz de usuario juega un papel clave en una aplicación móvil. Las principales empresas de desarrollo de aplicaciones móviles siempre se enfocan en el diseño de UI y UX. Cuando se trata de agregar video, necesitas una ejecución adecuada. El video dentro de la aplicación puede proporcionar una introducción y servir como un pequeño anuncio sobre funcionalidades. Estos videos aumentarán la satisfacción y el compromiso de los usuarios durante el tiempo que pasen en la aplicación.



Clic sobre la imagen

3) Genera confianza

Un video corto para una aplicación móvil puede ayudar a reforzar la confianza de los usuarios.

Para aplicaciones de pagos en línea y aplicaciones bancarias el video es muy útil para explicar procesos. Esto relaja y da confianza al usuario antes de realizar una descarga.



Clic sobre la imagen

Tendencias de video marketing

- **Videos cortos.** TikTok, los Shorts de YouTube, los Reels de Instagram, todo confirma que los videos de 1 minuto o menos son los más consumidos.
- **Incluir subtítulos en los videos.** Al subtítular los videos ganas audiencia, porque pueden seguirlos personas con alguna limitación visual y quienes bajan el volumen.
- **Uso del storytelling.** Se afianza el uso de historias que conectan con el lado emocional del usuario y que vuelven el producto o servicio memorable.
- **Aprovechar el poder del sonido:** ASMR. Son las siglas de Respuesta Sensorial Meridiana Autónoma, una sensación física y psicológica que se activa con los ruidos suaves como el sonido de lluvia, pasar páginas o...el sonido de las burbujas de Coca Cola.

Veamos algunos ejemplos en formato video promocional:



Clic sobre la imagen



Clic sobre la imagen



Clic sobre la imagen



Clic sobre la imagen



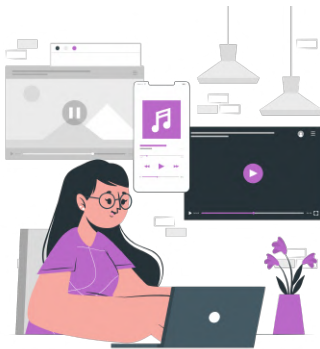
Clic sobre la imagen



Clic sobre la imagen

Planificar el video: objetivo.

Cada decisión que tomes durante el proceso de creación del video debe vincularse a tu objetivo y a la reacción que esperas por parte de tu audiencia.



Algunas de las preguntas que puedes considerar son las siguientes:

- ¿A qué tipo de audiencia me dirijo?
- ¿Cuál es mi objetivo?
- ¿Qué reacción espero de mis espectadores?
- ¿Para cuándo necesito el video?
- ¿Cuáles son los requerimientos creativos?
- ¿Cuánto dura el video?

Crear el guión: ¿que queremos contar?

Escribir un guión demanda atención, voluntad y bastante paciencia. Eso se debe a que la mayor dificultad está en redactar las escenas del video de forma que proporcionen la intensidad necesaria a la producción final.

Como toda historia, es indispensable que el guión tenga inicio, desarrollo y final. Es relevante comprender cómo la historia se desarrolla, conocer las características del producto (app), los personajes, detectar cuáles escenarios son adecuados y pensar en acciones interesantes que puedan integrar todos esos componentes escénicos.

Edición de Video.

Es un proceso en el cual, un editor elabora un trabajo audiovisual a partir de medios que pueden ser archivos de video, fotografías, gráficos, o animaciones. En la mayoría de los casos se incluye audio que puede ser música o el diálogo de personajes, pero también existen ediciones donde no se usa el audio y únicamente se utilizan medios visuales. Usualmente la edición de video se realiza por computadora, junto con un programa especializado en edición de video donde el editor manipula los medios con ayuda de diferentes herramientas, para así lograr una "composición" deseada y obtener un resultado final, comúnmente llamado "video final" o "película final".

Edición Básica

Consiste en reproducir los medios, "recortarlos" y ordenarlos en tiempo real. Aunque sucede, como en cualquier otro estilo de edición, pueden agregarse efectos, transiciones, filtros o textos para mejorar o enfatizar el video que va a crearse, todo depende de lo que se quiera realizar.

Existen diferentes estilos de edición, que van desde amateur donde usualmente se crean videos caseros, hasta los más complejos como las ediciones profesionales dentro del campo de la cinematografía.



Etapas

Hay tres etapas de producción de video: preproducción, producción, y posproducción.

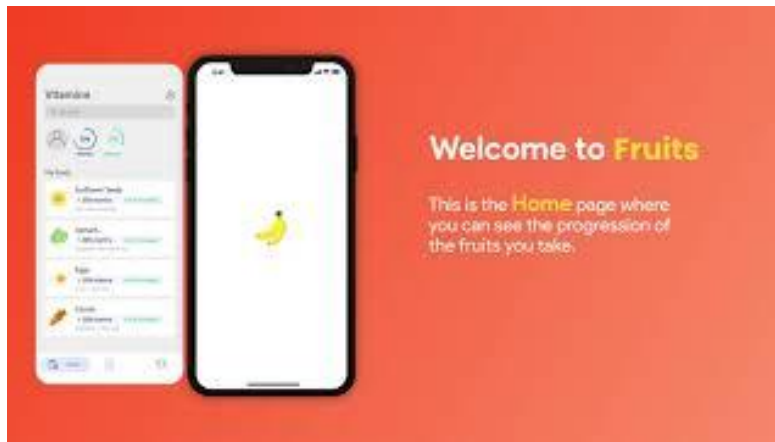
- La **preproducción** implica todos los aspectos de planificación del proceso de producción del video. Esto incluye la escritura de guiones, planificación, y otros deberes administrativos.
- La **producción** es la fase de producción de video que captura el contenido de video (imágenes en movimiento (videografía).
- La **posproducción** es la acción de combinar de manera selectiva los videoclips a través de la edición de video para obtener un producto final que cuente una historia o comunique un mensaje.

Características del video de un producto.

Los videos de producto son piezas audiovisuales diseñadas específicamente para mostrar las características, funcionalidades y beneficios de un producto. Ya sea un producto físico o incluso servicios intangibles como software o cursos online. Siendo su principal objetivo presentar de manera atractiva lo que se ofrece.

No solo muestran cómo se ve el producto, sino que, además, permiten demostrar su uso en situaciones reales, proporcionando a los espectadores una mejor comprensión de los beneficios que puede aportarles.

Ejemplo de video promocional de app:



Clic sobre la imagen

Duración del video:

No existe una duración única para todos cuando se trata de diferentes tipos de videos.

- Duración ideal del video sobre la cultura de la empresa: de 2 a 4 minutos
- **Duración ideal del video de ventas: 30 a 90 segundos**
- Duración ideal del video de la página de inicio: 30 a 60 segundos
- Duración ideal del video de la página de destino: 30 a 60 segundos
- **Duración ideal del video explicativo: 60 a 90 segundos**
- Duración ideal del video testimonial: 2 a 4 minutos

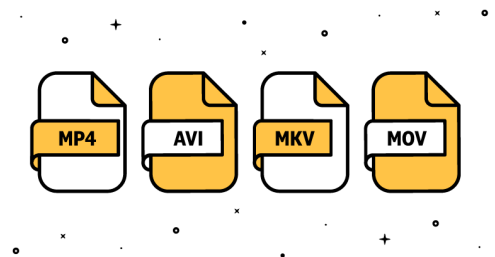
Ejemplo de video “Bochiando App” - estudiantes Diseño UX/UI



Clic sobre la imagen

Tipo de archivo:

El tipo de archivo es una de las principales especificaciones para videos y se identifica por la extensión al final del nombre del archivo, por ejemplo, **videoapp.mp4**.



Algunos de los más comunes incluyen **MP4**, **AVI**, **MOV**, **MKV**, pero hay muchos más. Cada uno tiene sus propias características y ventajas, por lo que es importante elegir el adecuado según las necesidades específicas.

MP4: Este es el tipo de archivo de video más común y popular. Es ampliamente compatible y funciona en diferentes herramientas, plataformas y dispositivos, lo que

lo hace ideal para compartir y reproducir vídeos en diferentes lugares. Los archivos MP4 son ligeros y, por lo tanto, más comprimidos. Son ideales para su uso en redes sociales y otros casos donde no se necesitan proyecciones de gran tamaño.

AVI: Es uno de los tipos de formato de video estándar más antiguos y universalmente aceptados. Se pueden reproducir en una amplia gama de reproductores y es conocido por su alta calidad, por lo que los tamaños de archivo .AVI tienden a ser grandes, lo que puede afectar la facilidad de compartir y almacenar los videos.

MOV: Desarrollado por Apple, el formato MOV es ampliamente utilizado en dispositivos iOS y macOS, por lo que es una muy buena opción para usuarios de estos sistemas operativos. Se trata de un formato nativo de Quicktime, por lo que si instalas este software en tu PC también podrás reproducirlo. Es menos comprimido que el MP4, por lo que requiere más potencia de procesamiento para ser manejado, pero la ventaja es que los vídeos tienden a ser de mayor calidad. Es una opción popular entre profesionales como los editores de video porque la calidad se puede mantener al editar y ajustar la imagen.

MKV: Su nombre completo es Matroska, como las tradicionales muñecas rusas. Y esto no es por casualidad, si no por su capacidad para almacenar múltiples pistas de vídeo, audio y subtítulos en un solo archivo. Es un formato de video profesional que proporciona muy buena calidad de audio y vídeo en poco espacio. Es ideal para la distribución de contenido multimedia con múltiples opciones de reproducción.

Ejemplo de video “Rcp Móvil” - estudiantes Diseño UX/UI



Clic sobre la imagen

Orientación y Aspecto del Video.

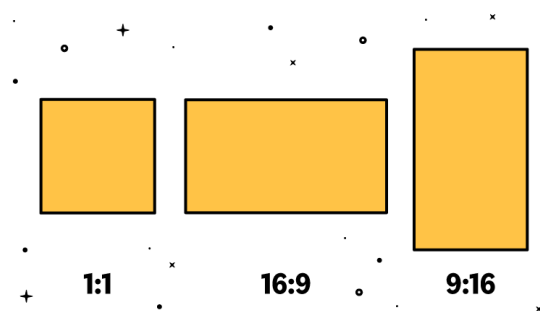
La orientación y el aspecto del vídeo son especificaciones para videos importantes a considerar al crear contenido visual. La orientación del video simplemente define qué lado del marco de video es más ancho, es decir, si el video es horizontal (paisaje), que es más ancho, o vertical (retrato), que es más alto. El aspecto del video se refiere a la relación entre el ancho y el alto del marco de vídeo, también conocido como relación de aspecto

Aspecto.

La relación de aspecto de un video se expresa generalmente como una proporción entre el ancho y el alto del video. La más conocida es 16:9. Indica que por cada 16 píxeles de ancho, hay 9 píxeles de alto. Así que cualquier vídeo 16:9 puede ser 1920×1080 px, 960×540 px, 2400×1350 px, etc. Pero hay otras también muy populares como 1:1, 4:3 o 21:9.

La relación de aspecto también se puede utilizar para identificar la orientación.

Por lo tanto, 16:9 se utiliza para paisaje, 9:16 para retrato y 1:1 para el marco de video cuadrado.



La relación de aspecto 16:9 es la más utilizada en la mayoría de los dispositivos y plataformas, ya que proporciona un equilibrio entre la visualización en pantalla grande y la visualización en dispositivos móviles.

Al considerar la orientación y el aspecto de tus videos, es importante pensar en cómo y dónde se verá el contenido y elegir la opción que mejor se adapte a las necesidades y al público objetivo.

Resolución

Define las dimensiones físicas de un vídeo. Al igual que con las imágenes, describe el ancho y la altura del video en píxeles.

Una de las resoluciones más comunes es 1920×1080 . También se conoce como Full HDs. Del mismo modo, 1280×720 px se conoce como 720p.

Otra resolución común es 4K. Como era de esperar, 4K significa 4 mil, porque tiene cerca de 4000 píxeles de ancho. Hay dos tipos de 4K; uno es el “verdadero” DCI 4K, y luego está su contraparte más común, 4K UHD. 4K DCI realmente tiene 4 mil píxeles ya que tiene una resolución de 4096×2160 px. Sin embargo el 4K UHD tiene 3840×2160 px, por lo no llega a los 4000 px, lo que lo convierte en una especie de “falso” 4K, pero es más común ya que se ajusta a la relación de aspecto 16:9 ya mencionada.





Resoluciones:

720p HD – 1280×720 px

Al compartir videos en redes sociales o realizar videollamadas desde dispositivos móviles, el 720p es una elección práctica. Mantiene un buen equilibrio entre calidad y eficiencia de datos, atendiendo a una audiencia diversa con velocidades de internet variadas.

1080p Full HD – 1920×1080 px

Para creadores de contenido en YouTube o educadores en línea. Esta resolución logra un buen equilibrio, ofreciendo imágenes claras adecuadas para diversos dispositivos, garantizando una experiencia de visualización de calidad.

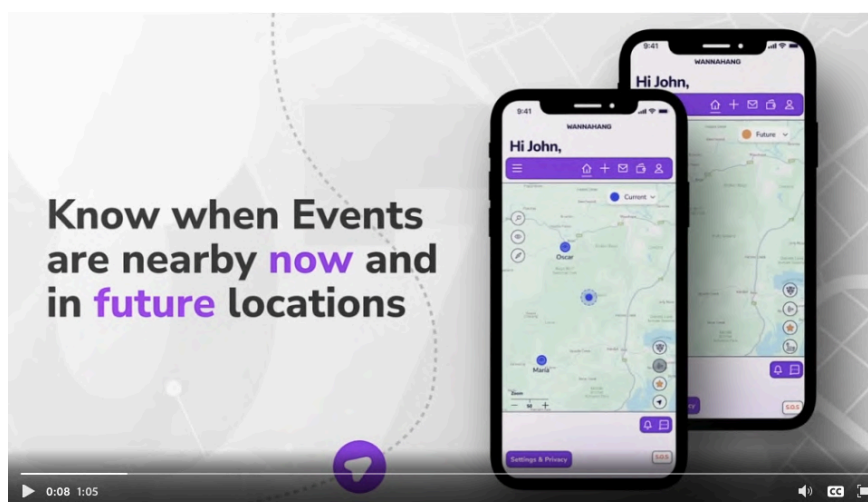
4K UHD – 3840×2160 px

Para películas y clips que se transmitirán en televisores. Muchas series y películas originales de Netflix están disponibles en 4K UHD para suscriptores con dispositivos compatibles, ofreciendo una experiencia cinematográfica en casa. Empresas que presentan productos de alta gama, como los últimos teléfonos inteligentes o cámaras, pueden usar 4K UHD para presentaciones detalladas.

4K DCI – 4096×2160 px

Las películas estrenadas en cines a menudo utilizan 4K DCI para una experiencia cinematográfica en pantallas grandes. Ofrece un formato ligeramente más amplio.

Ejemplo de video en portfolio de Behance



Clic sobre la imagen

Editor de video: CapCut



Clic sobre la imagen

Es una app de edición de video, gratuita, fácil de usar y está disponible para computadoras y para dispositivos móviles, tanto Android como Apple.



Permite crear y editar videos utilizando una gran variedad de herramientas, con las que puedes editar texto, video y audio. Es muy intuitiva y fácil de usar, lo que hace que la edición de video sea accesible para cualquier persona, sin importar su nivel de experiencia.

Funcionalidades de CapCut

CapCut ofrece una amplia gama de funciones y herramientas de edición de video, las funcionalidades que más destacan son:

La edición de video. Los usuarios pueden cortar y unir clips de video, así como agregar efectos de transición entre ellos. Los usuarios también pueden ajustar la velocidad del video, cambiar la orientación, agregar música y grabar voz en off. Edición de imagen. Puedes ajustar el brillo, el contraste, la saturación y la temperatura del color de las imágenes para crear diferentes climas dentro de tu video.

Texto y títulos. Se pueden agregar texto y títulos a los videos, con una amplia variedad de opciones de fuente, tamaño, color y animación. Hay una función que es la generación de subtítulos: reconoce varios idiomas y genera automáticamente subtítulos con bastante precisión.

La aplicación tiene una amplia gama de efectos especiales para aplicar en videos, como efectos de transición, filtros de color, efectos de partículas, efectos de holograma, efectos de distorsión y una galería sonora de música libre de derechos de autor para agregar a los videos.



CapCut permite capturar y grabar la pantalla del dispositivo móvil mientras usan la aplicación. Sin duda, su punto fuerte, la exportación y publicación de los vídeos en diferentes formatos y calidades sin marca de agua.

Reflexión Final

Hemos aprendido que la investigación UX es fundamental para comprender las necesidades y expectativas de los usuarios. Un reporte de investigación bien estructurado nos permite comunicar los hallazgos de manera efectiva y tomar decisiones de diseño informadas.

También que los videos promocionales son una herramienta poderosa para dar a conocer una app y conectar con el público objetivo. Un video bien diseñado puede generar interés, aumentar las descargas y mejorar la imagen de la marca.

El video marketing está en constante evolución. Es importante estar al día con las últimas tendencias para crear videos que sean relevantes, atractivos y que logren los objetivos de marketing.



Materiales y Recursos Adicionales

Para complementar los contenidos de esta clase, hemos seleccionado recursos útiles que te ayudarán a profundizar en los conceptos trabajados:

- **CapCut**
<https://www.capcut.com/es-es/>
- **Creador de videotutoriales**
<https://www.capcut.com/es-es/create/tutorial-video>
- **CapCut - Guía completa del editor de vídeo**
https://www.youtube.com/watch?v=hPUBQN_EiP8
- **Guía para principiantes de edición de video**
<https://alexissaavedra.com/capcut-guia-para-principiantes-para-editar-videos/>

Estos recursos están diseñados para reforzar los conceptos fundamentales y preparar el terreno para el trabajo práctico en el proyecto final. ¡Exploralos y llevá tu aprendizaje al siguiente nivel!

Preguntas para Reflexionar

- ¿Qué herramienta te resultó más útil y por qué?
- ¿Qué aspectos consideras más importantes al crear un mockup?
- ¿Cómo imaginas que evolucionarán los mockups en el futuro?



🛑 ¡Importante!

Seguimos sumando desafíos al proyecto semana a semana.

Es importante que vayas realizando el proceso de forma **ordenada** y siguiendo las indicaciones.

Si lo culminaste puedes pasar por el after class y ajustar detalles con tu instructor/a del equipo de Talentos.

Si no lograste cumplir con el plazo establecido, **es importante que intentes completar tus asignaciones de tareas dentro del tiempo estipulado**, ya que esto también es parte del proceso de aprender a trabajar en equipo y respetar los tiempos pautados.

Consignas del Trabajo Final: Proyecto de App

Entrega del Proyecto:

- **Fecha de Entrega:** La entrega deberá realizarse 7 días después de la asignación en el Campus virtual.
- **Formato de Entrega:** el proyecto se entregará en dos versiones:
 - 1 - Url de acceso a Figma
 - 2 - URL de acceso al video subido a YouTube
- Nombre de los archivos :
proyecto-final-diseñouxui_comisión_apellido_nombre

1. Reporte UX con Prototipo HD

Objetivo: Completar el Reporte de UX seleccionado, incluyendo todas las etapas del proceso de UI.

- **Formato:**
 - Presentación en Google Slides.
 - Incluir un enlace al prototipo funcional en Figma.
- **Prototipo:**
 - Debe reflejar el diseño final del caso de estudio, mostrando con precisión colores, tipografías, imágenes y elementos interactivos.
 - Simular la interacción del usuario con la aplicación, utilizando transiciones, gestos y elementos dinámicos que representen la experiencia final de la app.
 - Incluir una estructura navegable que permita explorar diferentes pantallas y funciones del proyecto, ofreciendo una experiencia cercana a la del producto final.
- **Ejemplos de Reportes UX/UI:**
 - [Ejemplo 1](#)
 - [Ejemplo 2](#)

2. Video o Presentación Promocional

Objetivo:

- Promocionar la aplicación destacando sus funcionalidades clave y beneficios para el usuario.
- Generar interés y deseo de descarga.
- **Formato:**
 - Proporción: 16:9 (horizontal).
 - Duración: Entre 60 y 90 segundos.
- **Estilo:**
 - Similar a los videos de referencia, combinando imágenes reales de la aplicación con elementos gráficos y animaciones.
 - Priorizar la claridad, la concisión y el dinamismo.
 - Utilizar una paleta de colores coherente con la identidad de la marca.
 - Seleccionar música de fondo que refleje la personalidad de la app (alegre, innovadora, etc.).
- **Contenido del Video:**
 - Resumir características clave del producto, como la interfaz de usuario, funcionalidades más relevantes y flujo de interacción principal.
 - Presentación dinámica que capte la esencia del proyecto, destacando diseño y valor de la app.
 - Incluir narración o texto explicativo que conecte al espectador con la propuesta de valor y resuma el proceso de diseño del curso.
 - Aplicar principios de video marketing, utilizando técnicas visuales modernas que resalten aspectos innovadores y la utilidad de la aplicación.

Ejemplo de video o presentación promocional :

https://youtu.be/8vIL1yHlqoM?si=8Ltkfxi_3Hr5Uve0

● Aquellos/as estudiantes que no realicen el **Video o Presentación Promocional** pueden optar por realizar sólo la presentación en Google Slides del **Reporte UX con prototipo HD**



Próximos Pasos

En preparación para la siguiente clase:

- **La práctica hace al maestro:** La mejor forma de aprender es practicando y experimentando.
 - **La colaboración es clave:** No dudes en pedir ayuda a tus compañeros e instructores
 - **La pasión es el motor:** El entusiasmo por el UX y el video marketing te llevará a alcanzar tus metas.
-



Buenos Aires
aprende
Agencia de Políticas para el Futuro

BA Buenos
Aires
Ciudad