



Actividad | 1 | Conociendo al usuario

Nombre del curso

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Fátima Fernández de Lara Barrón.

ALUMNO: Uziel de Jesús López Ornelas.

FECHA: 01 de julio del 2025.

Tabla de Contenido

Introducción	1
Descripción	2
Justificación	3
Desarrollo	3
Journey Map 1 Williams-Sonoma	3
Journey Map 2 Pottery Barn	5
Journey Map 3 Toys R Us	5
Conclusión	5
Referencias	6

Introducción

Damos inicio a la materia de Diseño de Interfaces II y con ello tenemos nuevos términos que son importantes mencionar ya que nos ayudaran a entender mejor los tópicos, un término muy útil para empezar esta materia seria sobre la arquitectura de la información, ¿Por qué esto es muy importante?, pues porque gracias a esto podemos entender el estudio, análisis, organización y estructuración de la información en espacios de este tipo, si esto se lleva a una página web por ejemplo, es adecuado utilizar símbolos, letras o puntos clave en donde queremos que los usuarios finales encuentren lo que están buscando o les llame la atención algo en particular. Como sabemos el lograr crear una página web visiblemente atractiva y que sea intuitiva es fundamental para que tenga un impacto positivo entre los diferentes usuarios que naveguen por ese lugar. Los pilares más importantes en este tópico son los siguientes:

- **Contexto:** Este se basa en donde está buscando la información el usuario (una PC, un celular, una tableta, entre otros...). El por qué, cómo y dónde está interactuando con el contenido.
- **Usuarios:** Se basa en quien está consumiendo nuestro contenido, el valor que se le da al contenido y las expectativas que se tiene sobre nuestro contenido. (Usuarios como trabajadores, empresas, compradores, etc...)
- **Contenido:** La información que se está manejando y la relevancia que la información tiene para el usuario (puntos clave en donde los usuarios finales están buscando).

Es importante conocer y ubicar los problemas en los cuales se puede mejorar y buscar asesoría sobre si la página web o los elementos son correctos, colocarnos en el papel del usuario; con ello hablamos sobre como estaría viendo los usuarios nuestra página o proyecto, analizar las estrategias que mejor convengan para que esto sea un proyecto exitoso, identificar los recursos y observar las ganancias que nosotros podemos tener al igual que la inversión, la competencia también es importante tomarla en cuenta ya que los errores de ellas serán las propuestas y mejoras de nuestra empresa. Los errores son comunes y no por ello serán malos, habrá ciertas limitaciones y con ello es importante aprender sobre ello para lograr mejorar dicha página o proyecto.

Descripción

La actividad nos plantea un punto bastante importante con respecto a lo que se tiene que elaborar y con ello nos referimos al “Journey Map”, este concepto es básicamente un mapa en donde se muestra la historia del usuario agregando notas o descripciones hasta que este llega a su objetivo, gracias a esto ayuda a la empresa a que esta pueda resolver problemas o mejorar procesos para que los usuarios tengan una buena experiencia al llegar a su objetivo, claramente existen factores externos que pueden interferir en el servicio o proceso de llegada al objetivo del usuario, pongamos un ejemplo; tenemos una empresa departamental que vende ropa, los puntos en los que pueden adquirir los productos son tanto en tiendas físicas como en línea:

- El usuario por el día siente la necesidad o requiere comprar algo de ropa.
- Revisa su celular e ingresa a la página web en donde encuentra una gran variedad de ropa de su interés.
- Revisa opiniones, precios y existencias del artículo.
- Al interesarle un producto lo agrega a su carrito de compras.
- Elige si quiere recibirlo a su domicilio o la tienda más cercana.
- El usuario elige la tienda más cercana y con ello la compra se realiza y le llega una notificación de que día puede ir a recoger su artículo.
- La fecha estimada llega y el usuario llega a la tienda.
- Al llegar se forma en la fila y cuando llega a caja muestra su folio a la cajera o recepcionista.
- Cuando se confirma el folio el usuario recibe su paquete y este se retira de la tienda con su producto.

El ejemplo anterior es algo simple de cómo podría ser un “Journey Map”, hay muchas maneras de implementar este tipo de diagramas, como también las emociones del usuario en el momento y los posibles problemas en los que el usuario podría presentar al momento de escoger algún producto. El “Touchpoint” es conocido como la interacción que el usuario tiene con alguna empresa o marca, mediante algún teléfono o en persona, en el ejemplo anterior el usuario tuvo interacción en la página web como en el servicio de la tienda en físico.

Justificación

Llegamos a la sección en donde explicamos la importancia de utilizar dichos métodos en los cuales es necesario para la ejecución de la actividad, un “Journey Map” es clave para conocer el recorrido del cliente, es como si nosotros mismos nos colocáramos en su papel e interpretamos su comportamiento a la hora de interactuar con nuestra marca, esto, en gran medida le permite a las empresas a lograr tener opciones y alternativas para mejorar su servicio, algún producto o inclusive evitar los malos tratos o problemas que puedan pasar los clientes a la hora de adquirir algún producto, servicio o bien de dicha empresa. En un campo tan grande como lo son las empresas y la manera en la que todos están buscando alternativas para sobresalir y dominar mercados es una base conocer lo más importante y que hace funcionar una empresa, estamos hablando del “Cliente”, este individuo que gracias a que adquiere los servicios y regresa constantemente a volver a adquirirlo hace que la empresa genere un valor y pueda aprovechar eso para innovar y ser creativos lo que proporciona una gran puerta para nuevos mercados.

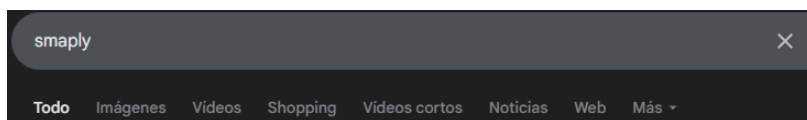
Desarrollo

Journey Map 1 Williams-Sonoma

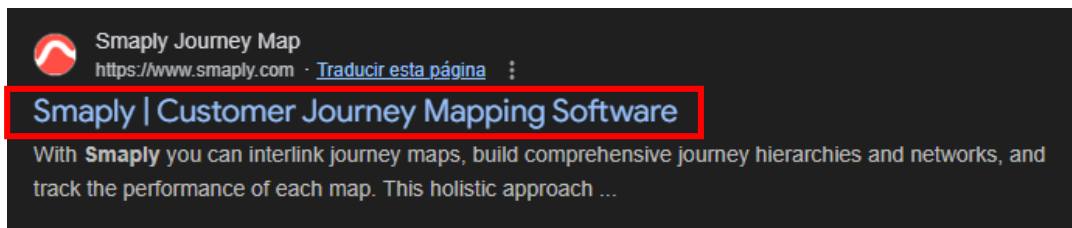
Se eligió la empresa de “Liverpool” con sus tres siguientes franquicias:

- Williams-Sonoma.
- Pottery Barn.
- Toys R Us.

Para realizar el primer “Journey Map” nos dirigiremos a nuestro navegador y escribiremos “Smaply”:



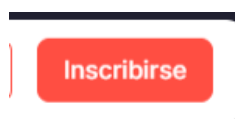
Seleccionaremos el primer enlace para abrir la página:



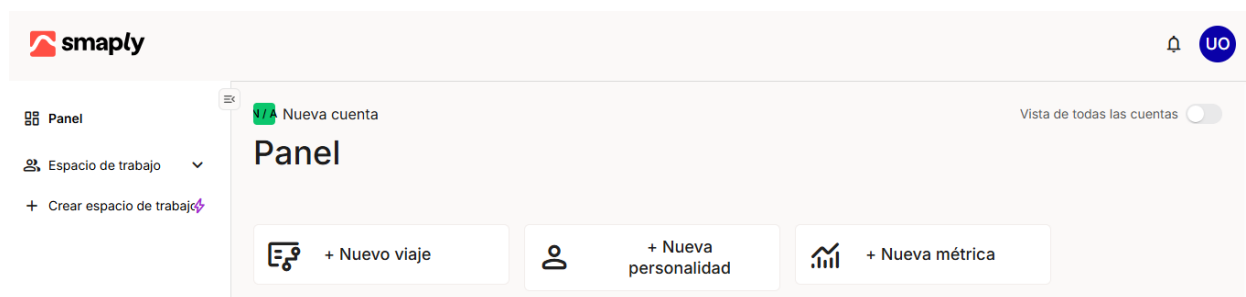
Nos abre la siguiente ventana:



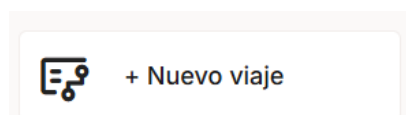
Vamos al apartado de “Inscribirse”:



En mi caso voy a continuar con Google y cuando se nos habilita la página logramos ver el siguiente apartado:



Seleccionaremos el apartado de “Nuevo viaje” para iniciar con nuestro proyecto:



Se nos abrirá una pequeña ventana con alguna información:

Colocamos el nombre que creamos conveniente y llenamos los demás datos para colocar en “Crear”:



Tenemos nuestro lienzo para poder trabajar con el primer “Journey Map”. El resultado final estará en una carpeta comprimida, así como en el repositorio correspondiente de GitHub.

Journey Map 2 Pottery Barn

Al igual que con el anterior el resultado estará en el apartado de GitHub, así como en una carpeta comprimida.

Journey Map 3 Toys R Us

Se encontrará el resultado final en el apartado de GitHub, al igual que en una carpeta comprimida.

Conclusión

A lo largo de esta actividad nos dimos cuenta de la gran importancia que tienen los clientes para una empresa, tanto es ello que nosotros nos ponemos en sus zapatos para experimentar el servicio que estos tienen en nuestras empresas, un “Journey Map” nos ayuda a visualizar el posible recorrido que tiene un cliente, se miden las posibles emociones que este pueda tener, las experiencias que el cliente tiene en ese momento y también las propuestas de mejora con el que nosotros podemos aumentar la satisfacción del cliente para que este sea recurrente en nuestra empresa. La aplicación web de “Smaply2 es de gran utilidad porque es muy intuitiva y tiene muchas herramientas que ayudan a que se logre crear un “Journey Map” bastante atractivo para la vista, desde agregar filas, columnas, texto, imágenes, un gráfico de emociones hasta agregar personas y simular un trayecto en donde logramos tener una actividad más práctica que solamente visual, gracias a estas herramientas que son muy conocidas tienen bastantes actualizaciones y herramientas muy útiles.

Link de GitHub

<https://github.com/UZLOP984/Dise-o-de-Interfaces-II.git>

Referencias

- Customer Journey Map: Qué es, cómo hacerlo y ejemplos* | Miro. (s. f.). <https://miro.com/>.
<https://miro.com/es/customer-journey-map/que-es-customer-journey-map/>
- Mapeo del customer journey* - Qualtrics. (2023, 6 diciembre). Qualtrics.
<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/customer/mapeo-del-customer-journey/>
- Ortega, C. (2023, 28 septiembre). *10 ventajas del customer journey para tu negocio*. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/ventajas-del-customer-journey/>