



Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Centro Interdisciplinario de

Investigación y Posgrados

Decanato de Posgrados en Artes y Humanidades

Maestría en Diseño y Gestión de la innovación

**Diseño de experiencia y servicios para los artistas de la agencia
<<Conectarte>>**

Trabajo práctico que para obtener el
Grado de Maestra en Diseño y Gestión
de la Innovación Presenta

Marisol Téllez
Arenas

Puebla, México, 2020



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Los agradecimientos hacia mis padres son infinitos, desde la pasión, el amor y el compromiso con el que asumen su rol como dadores de todo lo que pudimos, podemos y podremos necesitar; hasta su sacrificio y admirable valor por permitirme estudiar un Posgrado.

Así, quiero mostrar mi gratitud a todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de esta meta, de este sueño que es tan importante para mí, agradecer todas sus ayudas, sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus consejos y su dedicación.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi director de proyecto y mis lectores que con su conocimiento y su guía fueron piezas claves para que pudiera desarrollar el trabajo. Agradezco a los artistas que han participado porque sin ellos la agencia no hubiera podido desarrollarse y no habría aportado su función que es apoyar el talento en de la Ciudad de Puebla.

Agradezco a mis maestros que son aquellas personas quienes deciden entregar sus vidas para la formación de otras, aquellas personas que deciden compartir sus conocimientos y experiencias de vida para que uno como estudiante en algún momento pueda actuar o solucionar las situaciones que se presentarán en tu vida. Este proyecto se fue desarrollando con cada aportación de la mayoría de ellos durante la Licenciatura y se le dio seguimiento en la Maestría son admirables personas que día a día me instruyen en diversidad y calidad de conocimientos, actitudes y repuestas hacia la vida.

Por último, quiero agradecer a la base de todo, a mi familia; sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor.

¡Muchas gracias por todo!

Índice general

Contenido

Capítulo I

Introducción,,11

1.1 Descripción del problema...16

1.2 Hipótesis...16

1.3 Objetivo general...17

1.4 Justificación...18

1.5 Alcances y limitaciones...19

Capítulo 2 Fundamentos...19

2.1 Modelos de organización para proyectos...20

2.2 Pensamiento estratégico...21

2.3 Estrategias para proyectos sociales...23

Capítulo 3

3.1 *Design Thinking* y *Scoping*...24

3.2 Guía para la dirección de proyectos PMBOK...27

3.3 Diseño de servicios...31

3.4 Diseño de experiencias ...32.

3.5 Mapa de experiencia...37

Capítulo 4 Metodología de investigación...39

4.1 Tipo de Enfoque ...40

4.2 Tipo de Estudio...41

4.3 Tipo de Diseño...42

4.4 Universo...42

4.5 Población...43

4.6 Muestra...43

4.7 Enfoque Fenomenografía...43

4.9 Instrumentos...46

Capítulo 5 Resultados de mesa redonda e historias de vida...49

5.1 Resultado de la encuesta de calidad de servicio de <<conectarte>>...51

5.2 Resultados de mesa redonda e historias de vida...52

5.3 Diseño de intervención y propuesta de solución...53

5.4 propuesta de solución...54

5.5 Rediseño para la página web de conectarte...55

5.6 Nuevos servicios de la agencia <<Conectarte>> (consultoría artística)...56

5.7 Pruebas y refinamiento...57

5.8 Evaluación de la propuesta y producción...	61
5.9 Rediseño del logo y de la página web...	77
6. Servicios de conectarte en proceso de implementación...	87
7. Conclusiones...	88

Índice de figuras

- Figura 1. Las tres estratégicas...22
- Figura 2. Metodología *Scoping*...27
- Figura 3. Dirección de proyectos...29
- Figura 4. Gestión de los riesgos...30
- Figura 5. Diseño de servicios...34
- Figura 6. Metodología para el diseño de servicios ...35
- Figura 7. Servicios...36
- Figura 8. Esquema de experiencias...37
- Figura 9. Proceso del diseño de experiencia...38
- Figura 10. Mapa de experiencia <<Conectarte>>...58
- Figura 11. Ejemplo del gestor de proyectos *web trello*...59
- Figura 12. imágenes de apartados de la plataforma trello de <<Conectarte>>...60
- Figura 13. Estructura del sitio web <<Conectarte>>...62
- Figura 14. Imagotipo y logotipo de <<Conectarte>>...69

Índice de tablas

Tabla 1. Validación de diseño

Tabla 2. Validación de instrumentos...45

Tabla 3. Recolección de datos...46

ANEXOS A, B, C, D

RESUMEN

El presente proyecto de intervención tuvo su origen en el año 2012 en la Ciudad de Puebla, siendo un área de oportunidad que surge en la carencia de espacios para la difusión y promoción de artistas emergentes. El proyecto funge como un gestor cultural, ya que es un medio para apoyar al talento artístico y al mismo tiempo difundir la diversidad cultural entre el público con el objetivo de causar un impacto social.

Artsound promueve la cultura con el fin de obtener nuevas exigencias de conocimiento cultural: lenguas, lenguajes y, cuando menos, contactos con las expresiones culturales cinematográficas, plásticas y musicales. Éstos constituyen en la actualidad requerimientos esenciales para futuros profesionales que deben conocer también la cultura propia, aun en sus expresiones emergentes.

Con la ayuda de las metodologías cualitativa y cuantitativa se detectaron las áreas de oportunidad donde este proyecto se desarrolló, junto con las teorías de comunicación analizamos algunos componentes para poder tener una buena comunicación con los artistas, público y el entorno.

Las herramientas de comunicación fueron de vital importancia para la elaboración de plataformas en línea y redes sociales donde fue la principal difusión para el desarrollo de éste.

En el 2018 se cambió el nombre a <<Conectarte>> para darle mayor formalidad promete ser a largo plazo una agencia u organización civil que pueda ayudar a los nuevos artistas con diferentes ideas, al basarse en su participación en radio y foros en donde se han presentado. Si este proyecto se sigue aplicando adecuadamente puede lograr vencer paradigmas sociales, acercar al público a la cultura en general y lograr ser una buena opción para conocer una diversidad cultural diferente que generalmente no se ve o escucha en medios comerciales; además, junto con lo anterior el proyecto permite hacer radio alternativa logrando tener exclusivas para los artistas como un medio de difusión que puede lograr ser escuchado en muchas partes generando fuentes de empleo con su amplio catálogo virtual de artistas.

Esta intervención pretende fortalecer la parte interna como la experiencia de usuarios de conectarte como tener un clima favorable entre colaboradores y artistas para su mejor funcionalidad.

Palabras clave: emergentes, diversidad, cultura, comunicación, desarrollo, artistas, experiencia, diseño, usuario

ABSTRACT

The present project was founded in 2012 in the City of Puebla, as an area of opportunity that arises from the lack of spaces for the distribution and promotion of emerging artists. The project acts as a cultural manager to support artistic talent and the same time spread cultural diversity among the public intending to cause a social impact.

Artsound promotes a culture in order to obtain new demands for cultural knowledge: dialects, languages , and, at least, contacts with cinematographic, plastic, and musical cultural expressions. These challenges are currently essential requirements for future professionals who must also know their own culture, even in its emerging expressions.

With the help of qualitative and quantitative methodologies, the areas of opportunity where this project is analyzed were identified, simultaneously with, communication theories, we analyzed some elements to have good contact with artists, the public and the environment.

Communication tools were of vital importance for the setting up of online platforms and social networks, where it was the main diffusion for its development.

In 2018, the name was changed to Conectarte to give it a greater formality. It promises to be a long-term agency or civil organization that can help new artists with different ideas, based on their participation in radio and forums where they have performed. If this project continues to be applied automatically, it can overcome social paradigms, bring the public closer to culture in general, and become a good option

to discover a different cultural diversity that is not generally seen or heard in commercial media. Also, along with the above, the project allows for alternative radio, achieving exclusive rights for artists as a means of dissemination that can be heard in many parts, generating sources of employment with its extensive virtual catalog of artists.

This intervention aims to strengthen the internal part as the user experience of connecting you as having a favorable climate between collaborators and artists for its best functionality.

Key words: emerging, diversity, culture, communication, development, artists, experience, design, user.

Capítulo 1: Introducción

En este apartado se comentará sobre el surgimiento del proyecto, los antecedentes y el contexto cultural en el que se encuentra la ciudad de Puebla con respecto a la difusión y el impacto social de los medios masivos de comunicación, así como a la asimilación de algunos autores de las teorías de la comunicación con sus diversas posturas en relación a la temática cultural, posibles hipótesis del proyecto y un análisis del registro del fenómeno.

De acuerdo con un sondeo realizado en enero de 2012 en la ciudad de Puebla a 60 grupos musicales, se estimó que el 80% de los grupos musicales en Puebla carecen de orientación en cuanto a la organización de un evento musical, de lo que conlleva la organización, tiempo, relaciones de negocios, así como logística de un evento. Dado lo anterior, se infirió que a la mayoría de estos grupos se les dificulta el manejo de sus propias relaciones públicas o de negocios con las personas encargadas de diferentes lugares, foros, espacios y por esa cuestión tienen poco éxito de conseguir varias contrataciones o se quedan fuera de alguna.

Existen organizaciones que por medio de convocatorias apoyan a proyectos artísticos, una de ellas es el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA), organismo que, a través de una política pública incluyente y democrática, convoca a todos los actores sociales, establece planes, programas de acción que identifican, estimulan, incrementan, desarrollan y difundan los valores

artísticos, culturales y patrimoniales; mismos que fortalecen la identidad cultural poblana, y potencializan el desarrollo humano de los habitantes y fomentando la integración del tejido social.

Meyer (2004) comenta que:

El consumo cultural de los habitantes de la ciudad de Puebla es primordialmente de medios electrónicos, en particular de televisión y nuevas tecnologías, los cuales han asumido por su diversificación y amplia oferta un lugar cada vez más privilegiado en el uso y preferencia de las diferentes audiencias. De acuerdo con los autores Chacón y Olivo (1996) quienes reflexionan sobre el futuro y las maneras en cómo la población vivencia y consume la ciudad en un nuevo contexto de espacios cada vez más virtuales se deduce que esta teoría vislumbrar es por ello que al tener el contexto cultural de Puebla y del estudio de los grupos debido a la falta de oportunidades laborales y de difusión a los artistas independientes de Ciudad de Puebla en marzo del 2012 se formalizó el proyecto llamado <<Artsound>> Puebla, siendo su principal objetivo buscar foros, espacios y nuevas propuestas laborales a artistas independientes para que su trabajo sea escuchado, reconocido y divulgado. Ya que implementa los medios digitales para darse a conocer.

Por ello, las políticas culturales en la Ciudad de Puebla necesitan reconfigurarse de fondo para reconocer que el consumo cultural determina la demanda y como lo ha referido García Canclini (1994) “es un lugar de valor cognoscitivo, útil para pensar y actuar significativa- mente en la vida pública” (p.2).

En el contexto cultural y social de la Ciudad de Puebla es utilizada la tecnología como una herramienta que en nuestra actualidad es indispensable para las redes de comunicación, es por ello que se crea la perspectiva del proyecto para poder acercar a estas propuestas artísticas con el objetivo de que pueda surgir una demanda laborar para ellos.

Uno de los principales problemas que presenta dicho proyecto lo constituye la falta de organización entre sus áreas; esto salió a relucir por unas entrevistas a los voluntarios y a los alumnos de servicio social de UPAEP que participaban en el mismo, e indicaron que el proyecto carece de falta de comunicación y falta de organización en la realización de actividades. Esta problemática se vuelve una gran oportunidad para implementar un mejor sistema de organización. Las personas que apoyan actualmente a la agencia son alumnos de servicio social de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, sin embargo, hace falta implementar un modelo de organización para las áreas de este y se puedan asignar correctamente actividades. Actualmente, se ha manifestado que el diseño estratégico dentro de un proyecto social es fundamental para que sea funcional tenga una estructura y mayor administración de sus áreas y pueda cumplir sus objetivos.

Viladas (1995), argumenta sobre la importancia de un modelo estratégico dentro de una empresa u organización quien menciona que es necesario que toda organización cuente con un Plan Estratégico, facilita a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, este generará expectativas en todo el personal para la obtención de sus objetivos. Asimismo, este plan favorece a que cada trabajador sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino.

En la actualidad y haciendo mención como referencia a Viladas (1995), un diseño estratégico se ha convertido en una red de conexiones en donde confluyen los conceptos y acontecimientos del proyecto. La implantación del diseño como programa formal de actividades dentro de un proyecto ayuda aclarar los objetivos corporativos a corto, medio y largo plazo, coordinando la intervención de los recursos de diseño a todos los niveles de las actividades.

1.1 Planteamiento del problema

<<Artsound>> Puebla ha logrado conseguir lugares para los conciertos como, espacios y foros para los artistas independientes de la Ciudad de Puebla. Sin embargo, hay diferentes problemas dentro del proyecto, pero la más importante es la falta de organización entre sus áreas como se mencionaba anteriormente; no se ha implementado en sus 6 años de existencia una estrategia donde sea capaz de que todas sus áreas estén correctamente organizadas que son las siguientes: manejo de contenido cultural en, diseños en redes sociales, no hay una estructura o definición del enfoque del proyecto como diferenciarse a otros proyectos incluso fijar nuevamente misión, visión y filosofía del proyecto.

Se realizaron entrevistas a cada uno de los alumnos que participaron en el proyecto; los cuestionamientos versaron sobre cómo percibían la organización la mayoría coincidieron que falta reuniones, organización en actividades comentaron que son repetitivas de manera cíclica y no habido un crecimiento en las áreas y que solo se mantiene el proyecto por algunos eventos y publicaciones.

Uno de los colaboradores del área de administración del proyecto cuenta su experiencia: Este se integró hace unos 4 meses el observo que la imagen de <<Artsound>> no fue precisamente la que quería transmitir que es impulsar el arte si no parecía como colectivo y de promoción en redes sociales por el simple hecho de las publicaciones y de eventos sin fines de lucro.

También se identificó que el logotipo no es viable con los colores que se conforman no reflejan la imagen multidisciplinaria que se tiene como finalidad y se proyectaba una tendencia urbana, el objetivo es buscar áreas de oportunidad para artistas y la imagen reflejaba a una imprenta de diseño.

El principal problema que se ha detectado conforme el tiempo avanzaba se denotaba la falta de organización y establecer los objetivos del proyecto, tanto a corto como a mediano y largo plazo. Un 95 % de los artistas involucrados opinan que se cuenta con eventos pagados la estructura o un cronograma de actividades bien establecido, es por ello que se tiene pensado diseñar un modelo estratégico para la

organización de las áreas, el siguiente autor argumenta sobre la importancia del diseño estratégico dentro de una empresa o proyecto.

Los participantes del proyecto son: artistas independientes que participan en el proyecto y buscan desarrollar su promoción artística en los espacios, foros culturales y programas que este les ofrece, su objetivo en común al proyecto es llegar a tener un impacto de su arte en la sociedad. Las personas que apoyan el proyecto e interesados en contratar artistas con el fin de promover la cultura al público y pueda haber una multiculturalidad

En agosto del 2018 se hicieron modificaciones en el nombre del proyecto por la falta de identidad y de imagen proyectiva, la mayoría de las personas no les quedaba clara el concepto y la finalidad del proyecto se hizo una breve encuesta en redes sociales donde se arrojaron esos resultados inclusive manejarlo como una agencia artística para que este tuviera otro giro con el fin de darle más formalidad a la imagen proyectiva y a la vez se tenga una identidad empresarial ahora funge con el nombre de <<Conectarte>>

1.2 Preguntas de investigación

La pregunta planteada para el problema a abordar, es:

¿Cómo el diseño de experiencia y de servicio dentro de la agencia <<Conectarte>> mejorará la relación que se tiene con los artistas?

1.3 Hipótesis

La adecuación de un diseño de experiencia y de servicio mejorará la relación que se tiene de la Agencia <<Conectarte>> con los artistas y elevará la calidad de los servicios de la misma al repercutir en la obtención de mayores contrataciones para los artistas.

Objeto de estudio.

Qué características tiene que tener la experiencia hacia los artistas y esta sea satisfactoria dentro de la agencia <<Conectarte >>.

Crear una experiencia a los artistas que son parte de la agencia <<Conectarte >>.

Objetivos específicos.

Diseñar modelos de experiencia para los artistas de la agencia <<Conectarte >>

Validar la experiencia que les da la agencia

Destacar los servicios y beneficios

Tomar en cuenta los puntos de vista de artistas y colaboradores que conforman la agencia.

1.4 Justificación

La estructura de este proyecto está formada por varias instituciones que han apoyado a su difusión como lo son foros para su gestión cultural, pero en cada una de ellas existe un nivel de jerarquía, también tomando en cuenta la mayor participación, apoyo dentro de las instituciones como los conductores, equipo técnico que apoya la elaboración de este. El proyecto ha impulsado a artistas como grupos, duetos y artistas visuales con espacios y difusión de su trabajo, pero aún tiene deficiencias y esta intervención trata de abarcar la problemática más grande que es su organización. Esta intervención es punto clave para la funcionalidad del proyecto fortaleciendo todas las áreas que lo conformando aplicando métodos de estrategia e innovación con el fin de diseñar, prototipar y definir cuál es la más viable para este y poder establecer la estructura de trabajo pertinente

1.5 Alcances y limitaciones.

En esta intervención se trató de alcanzar la organización en las áreas de trabajo dentro del proyecto creando un diseño de gestión que mejore la funcionalidad y verifique las alternativas estratégicas que se implementaron en el proyecto para lograr fuentes de ingresos y que este proyecto se llegue a desarrollar y pueda contribuir a la escena artística e independiente de la Ciudad de Puebla

La importancia y las ventajas que tiene el hacer una planeación estratégica en las organizaciones es facilitar la competitividad, así como estar a la vanguardia, innovar de manera continua, acertada al igual que sus colaboradores para mantenerse y seguir el objetivo. Algunas de las limitaciones serán los tiempos reducidos, que probablemente haya problemas de entender el diseño de organización y tardar en modificarlo. Otra limitante es que el proyecto tiene varios problemas como la definición de su imagen, misión, visión, pero la más importante es su falta de organización; esta intervención se enfocará en organizar las áreas.

Johnson (2005) menciona que “la adaptación es el cambio que se puede acomodar dentro del paradigma actual y se produce de forma incremental la forma de cambio más frecuente en las organizaciones” (p.603).

Capítulo 2. Fundamentación

En este apartado se argumenta sobre los diversos temas que asocian la intervención y también es de referencia para la validar y diseñar el instrumento de intervención. Este proyecto surge el deseo emprender y de comprometerse con nuevas ideas y procesos ya existentes, así como la proactividad y el desarrollo de iniciativas de eventos culturales nace de la búsqueda activa de información, oportunidades artísticas y la planificación de largo plazo. Éste está enfocado adoptar soluciones que se adecuen a sus necesidades y prioridades para el desarrollo cultural. Sin embargo, no es una meta fácil de lograr, cuando ponemos los pies en la tierra de la gestión

2.1 Modelos de organización para proyectos.

Es necesario implementar una planeación de organización dentro del proyecto para lograr la mejor funcionalidad de este pueda perdurar a corto, media y largo plazo. Osgood (1985) dice:

La planeación es un factor clave de éxito de las empresas, es incluida como componente integral de sus sistemas administrativos más pequeñas, la planeación es no obstante más crítica en ellas, porque típicamente, casi por definición, éstas carecen de los recursos necesarios para absorber el costo de fallas, errores de juicio o el no lograr anticipar cambio. Planeación significa anticiparse a lo que quizás suceda en el futuro y entonces determinar lo que se debe hacer en el presente para aprovechar oportunidades y evitar problemas que aquel pueda traer. Esto lo hacen consciente o inconscientemente la mayoría de los individuos en casi todas las actividades. (p.21).

Osgood y Ohmae (1989) destacan que la planeación de una empresa es una herramienta, quizás la más importante que existe tanto para negocios nuevos como para los ya establecidos. El proceso de planeación ayuda a mantener un equilibrio entre las cuestiones importantes y un sentido de perspectiva para relacionar un área de actividad con otra. Para esta intervención es de suma importancia la organización tanto para que sus actividades de planeación avancen, como para comunicar sus objetivos interna y externamente, identificar sus preocupaciones en cada una de las áreas relacionadas, y hacer estas metas explícitas, como parte integral del proceso de planeación.

2.2 Pensamiento estratégico

Este proyecto es más viable cuando se aplica un plan estratégico donde se pueda construir una intervención efectiva. Ohmae (1989) menciona:

La etapa del pensamiento estratégico consiste en determinar con precisión el punto crítico de la situación. Hay quien puede pensar que cualquier manera es buena y que, es sólo cuestión de suerte. Al contrario, lo que se desea explorar es la forma en que puede utilizarse para desarrollar estrategias de negocios, la planificación estratégica permitirá

que la compañía obtenga, con la mayor eficiencia corporativa implica el intento de alterar las fuerzas de la empresa en relación con las de sus competidores de la forma eficaz. El objetivo de estos cuatro métodos de planificación estratégica consiste en lograr una situación competitiva en la cual nuestra empresa pueda, ganar una ventaja relativa por medio de medidas (p.31).

El autor entra en contexto de los conceptos sobre los factores clave de éxito, superioridad relativa, iniciativas agresivas y libertad estratégica pueden parecer simples y de poca importancia. Cuando se elabora cualquier estrategia de negocios o de implementación en algún proyecto, deben tenerse en cuenta, la corporación misma, el cliente y la competencia. La tarea estratégica de esta intervención consiste en lograr una funcionalidad efectiva, en relación con la competencia en los factores claves del éxito del negocio. Enfocadas en las necesidades y objetivos de las dos partes involucradas es imprescindible si se desea una buena y duradera relación entre sus participantes, seguidores y público.

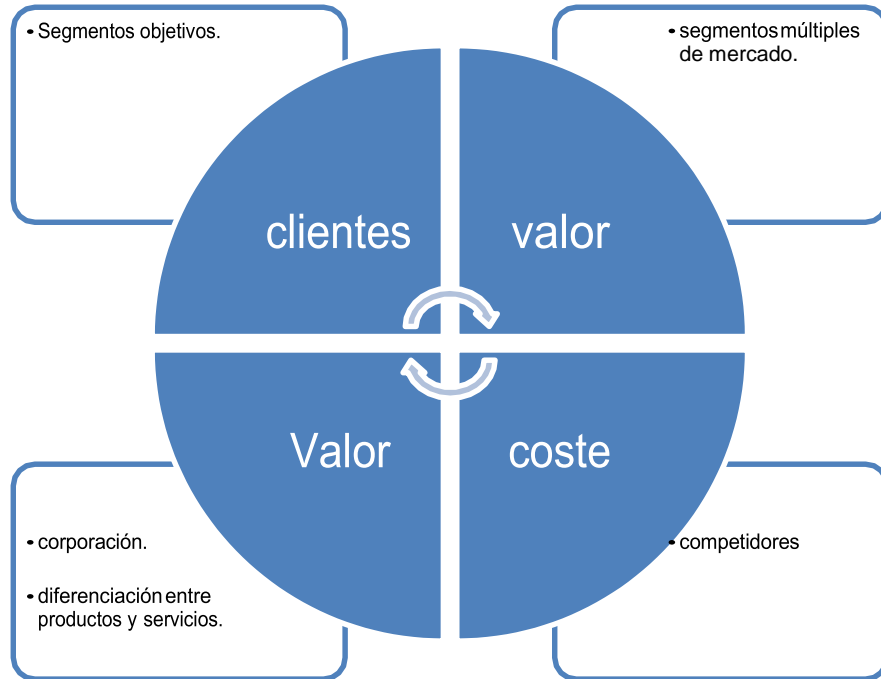


Figura 1. Las tres estrategias (Ohmae K. ,1989, p. 68).

Figura 1. Las tres estrategias

Este modelo estratégico servirá para estructurar las áreas y definir parte de las estructuras de la agencia <<Conectarte>>. Según Ohmae (1989):

Las unidades de planificación estratégica, por lo tanto, deben establecerse, preferente, en el nivel en el que más libremente puedan trabajar con: Todos los segmentos clave de los grupos de clientes que tengan necesidades y objetivos similares; todas las funciones clave de la corporación en las que puedan desplegar su experiencia funcional

para establecer una diferenciación positiva de la competencia a los ojos del cliente, todo aspecto clave del competidor (p. 70).

2.3 Estrategias para proyectos sociales

Al momento de haber creado un proyecto social o empresa debe de estar ligadas a estrategias de diferentes áreas para lograr un plan de trabajo o a cumplir un objetivo establecido.

Garrido (2000) argumenta:

Que el valor estratégico que ha adquirido la comunicación para la empresa se verifica día a día en la planificación y asignación de responsabilidades y presupuestos de innumerables compañías del mercado global. En la siguiente parte pondremos el énfasis en las razones que nos llevan a diseñar una estrategia de comunicación y en cuáles son los principales vectores de comunicación e imagen que deben ser considerados en la empresa. (p.62).

Garrido (2000) comenta que para garantizar su supervivencia y el crecimiento económico las empresas deben actuar de un modo distinto, algunos aspectos deben mejorarse como:

Cambiar la mentalidad tradicional que solo premia las ganancias en el corto plazo y que favorece el oportunismo, la cultura de la inmadurez y la vulnerabilidad del sistema. Favorecer la transparencia frente al sistema de mano visible o caja negra que tradicionalmente se ha defendido. Evitar comportamientos de directivos poco transparentes y éticos que actúan persiguiendo sus intereses personales y no los de la empresa o la sociedad. (p. 100)

Es necesario promover liderazgo en las áreas del proyecto e integrar un contexto social y satisfacer las expectativas de los grupos de interés clave. Como ya se ha señalado, un cambio de paradigma en la gestión, orientación al largo plazo y a la necesidad de nuevos indicadores que midan éxito en el proyecto.

La comunicación interna entre los participantes o colaboradores del proyecto es muy importante porque consiste en pensar en equipo humano que sustenta la organización y que debería ser considerado principalmente para lograr los objetivos de este. El plan de

comunicación interna de la agencia <<Conectarte>> es una planificación estratégica para investigar y diagnosticar la comunicación interna y externa en el momento.

concreto, establece objetivos, estrategias, públicos objetivo, ejes de comunicación y mensajes, plan de acciones y definición de los medios, presupuesto y plazo para conseguirlos y este pueda seguir permaneciendo para la efectividad de la comunicación interna y fundamental.

<<Conectarte>>ha aprendido a validar el aprendizaje, las necesidades de la comunidad a la cual está apoyando y capacidades que tienen, pues eso le ayuda a planear estrategias y a consérvalos como clientes constantes.

3.1 Design Thinking y scoping.

Brown (2009) dice: Que el pensamiento de diseño logra obtener soluciones creativas para diferentes problemas, y que en el proceso de lograr esas soluciones logra involucrar a los usuarios de un producto o servicio para de alguna forma convertirlos en actores activos.

Es por ello que se crea una metodología para validar el proceso de diseño llamado *Design thinking* en la cual se están creando los nuevos negocios todo ocurrió en las escuelas de negocios inclusive en la vida real se hacía un plan de negocios que consiste en crear un plan estratégico de mercadotecnia, recursos humanos, financiero y el proceso administrativo esos planes pueden tardar un año y es interesante armarlo, pero si se contaba con recursos se hacía un análisis de mercado pero no había contacto real con el cliente o usuario.

Según el autor Brown (2009) indica que el: “*Design Thinking* es tener un pensamiento de diseño para analizar algo (un problema). Para ello se utilizan las herramientas, componentes y aspectos creativos inherentes a la profesión de diseño y a la persona que realiza la acción de diseñar. Es una manera de ofrecer una solución a un problema”. (párrafo 10)

Actualmente en incubadoras, consultorías de proyectos utilizan esta metodología que es- taba

muy relacionada con el desarrollo de producto, pero poco a poco ha ido evolucionando y se ha convertido en una herramienta sensacional generadora de innovación con la que pueden surgir ideas en cualquier sector y situación, en desarrollo de productos o servicios innovadores, mejora de procesos, definición de modelos de negocio, mejora de la experiencia del usuario, etc. En la creación del diseño se tomará en punto de referencia a esta metodología la parte de empatizar con el usuario y prototipo el instrumento de intervención.

Brown (2009) alude: que el *Design Thinking* se realiza por medio de 5 acciones fundamentales, Empatizar con los usuarios, Definir la información recopilada durante la fase de Empatía y nos quedamos con lo que realmente aporta valor y nos lleva al alcance de nuevas perspectivas (párrafo 18)

También se complementará la intervención con el diseño del El psicólogo y sociólogo Sless. (1995) Director del *Communication Research Institute* (CRI). David Sless lleva 20 años desarrollando estudios de desempeño en documentos, con el propósito de medir la calidad de comunicación con el público de instituciones gubernamentales y el sector público en Australia y otras partes del mundo y creador de la presente teoría considera que la fase de la evaluación dentro del diseño es fundamental para tener un mayor conocimiento de las necesidades reales del futuro usuario y comenta las diferentes fases de este método.

Tabla 1. Validación de diseño

SCOPING (ALCANCES):

**FASE INICIAL, EN DONDE ES
NECESARIO CONTEMPLAR
TODOS LOS ASPECTOS**

RELACIONADOS CON EL PROBLEMA, PARA ELLO ES IMPORTANTE AMPLIAR LA VISIÓN DEL DISEÑADOR PARA CONSIDERAR OTRAS ÁREAS QUE INTERVENGAN EN EL PROYECTO.

<i>BENCHMARKING (BANCO DE MARCAS):</i>	Son todos aquellos puntos claves, en donde se toman decisiones importantes dentro del desarrollo del proyecto.
BENCHMARKING (BANCO DE MARCAS)	Son todos aquellos puntos claves, en donde se toman decisiones importantes dentro del desarrollo del Proyecto
<i>DESIGNING (DISEÑO):</i>	A partir de la información que se ha obtenido crea un prototipo de producto final.
<i>TESTING (EVALUACIÓN)</i>	Fase en la cual el producto final sale del estudio al mundo real, para observar la interacción de los posibles usuarios.
<i>REFINING (REFINAMIENTO):</i>	Una vez conocidos los aciertos y errores, se deben de llevar a cabo las mejoras correspondientes al producto,

	<p>para posteriormente volverlo a evaluar y ver si los errores han sido eliminados.</p>
<p>IMPLEMENTING (IMPLEMENTACIÓN):</p>	<p>El resultado final es producto para su lanzamiento del mercado.</p>
<p>MONITORING (MONITOREO):</p>	<p>fase en la que se supervisa el producto y su comportamiento dentro del mercado al que se dirigió.</p>

La tabla 1 representa los pasos para la validación de la intervención con el diseño del El psicólogo y sociólogo Sless (1995) Director del *Communication Research Institute (CRI)*. David Sles

La tabla 1 representa los pasos para la validación de la intervención con el diseño del El psicólogo y sociólogo Sless

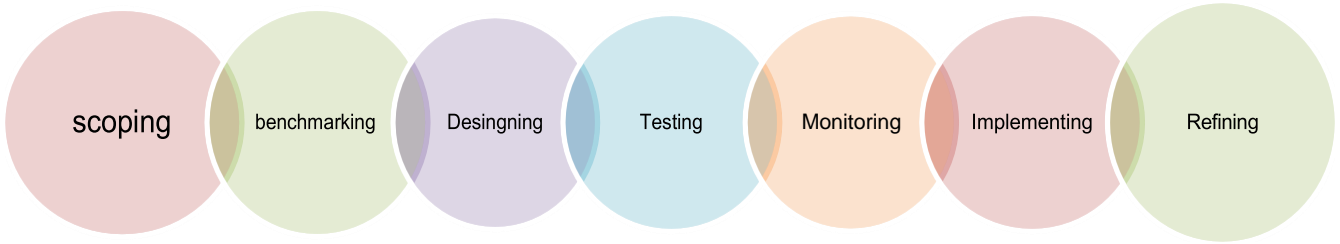


Figura 2. Metodología Scoping. (Sless, 1989, p. 123).

Para la realización del diseño de intervención de este proyecto se tomará como punto de partida y referencia el modelo del autor David Sless combinando otras metodologías como el del *Design Thinking* que es fundamental la parte de empatía en los usuarios y las personas que integran la agencia Conectarte.

3.2 Guía para la dirección de proyectos PMBOK.

Esta Guía surge del más famoso y reconocido producto del PMI es el *Project Management Body of Knowledge*. El PMBOK no debe entenderse como una metodología per se, sino como una guía de estándares internacionales para que los profesionales puedan adaptar a cada caso y contexto particular los procesos, reconocidos como buenas practicas por el PMI que se pueden aplicar a la mayoría de los proyectos en la mayoría de los casos (p. 3)

La importancia del PMBOK y la facilidad es que brinda una referencia formal para desarrollar proyectos, guiando y orientando a de proyectos sobre la forma de avanzar en los procesos y pasos necesarios para la construcción de resultados y alcanzar los objetivos. Esto, por supuesto, En consecuencia, este ofrece un método para aproximarse a un objetivo es por ello que se ha seleccionado como un modelo para esta intervención y se pueda aplicar en la organización de las áreas de la agencia <<conectare>>.

PMBOK guías de Project Management Institute, Inc. (PMI) (2013) aplica conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo. Se logra mediante la aplicación e integración adecuadas de los 47 procesos de la dirección de proyectos, agrupados de manera lógica, categorizados en cinco Grupos de Procesos que son: Inicio, Planificación, Ejecución, Monitoreo y Control, y Cierre (p. 13).

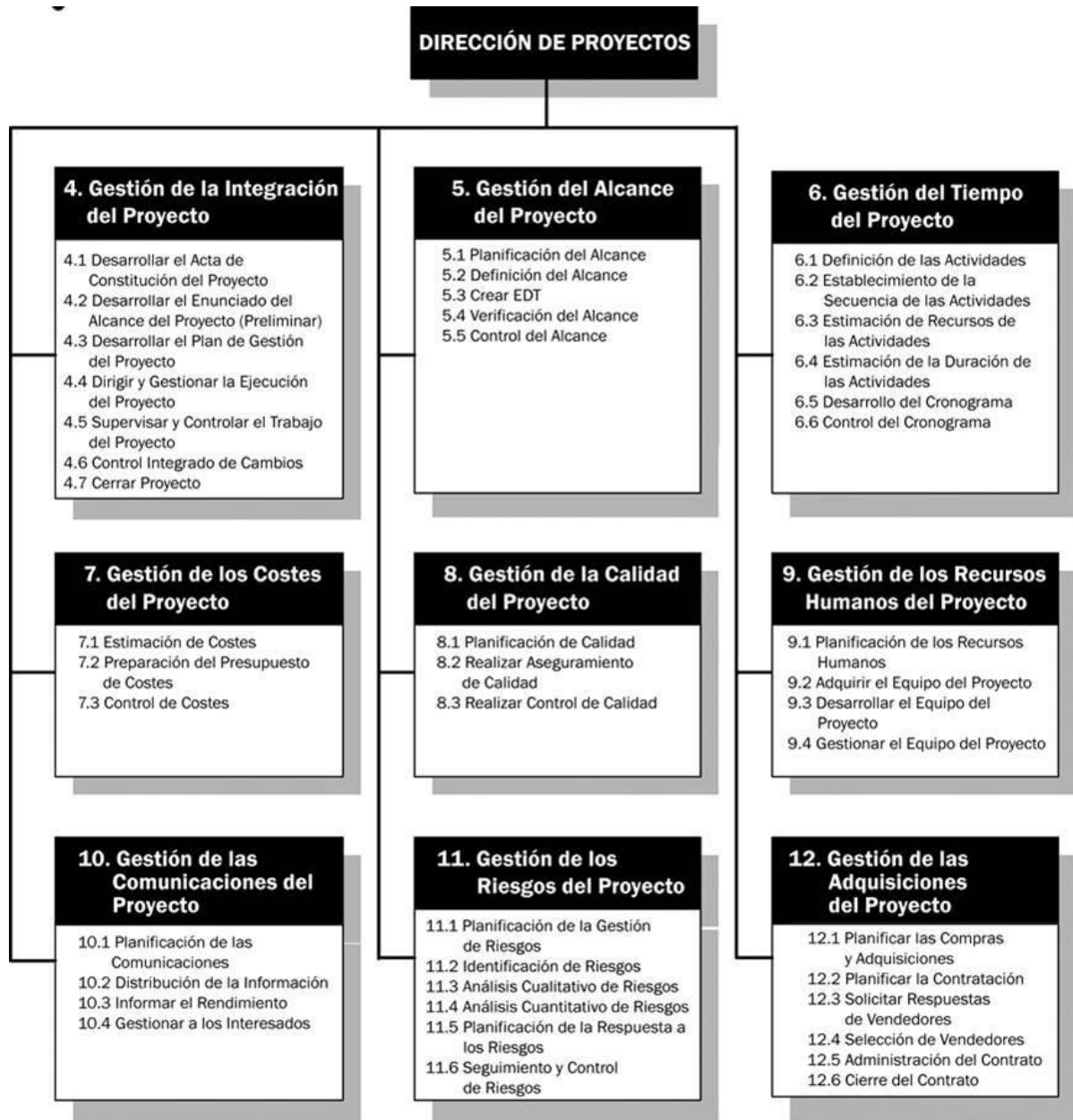


Figura 3 Dirección de proyectos (PMI ,2013, p. 15).

Esta figura 3 habla sobre la Gestión de las Operaciones y Dirección de Proyectos los cambios en las operaciones de negocio pueden dar lugar a un proyecto específico, en particular cuando se producen cambios sustanciales en las mismas como consecuencia de la entrega de un nuevo producto o servicio y sobre una gestión de costos, calidad, recursos humanos, redes de comunicación riesgos del proyecto y adquisición se habla de conceptos para ser aplicables al proyecto.

El proceso de gestión de los riesgos consiste en Seleccionar procesos apropiados dentro de los Grupos de Procesos de la Dirección de Proyectos que podrían ser necesarios para cumplir con los objetivos del proyecto más bien seria como un mapeo de los riesgos de la la agencia una visualización de las áreas que podrían ser afectadas.

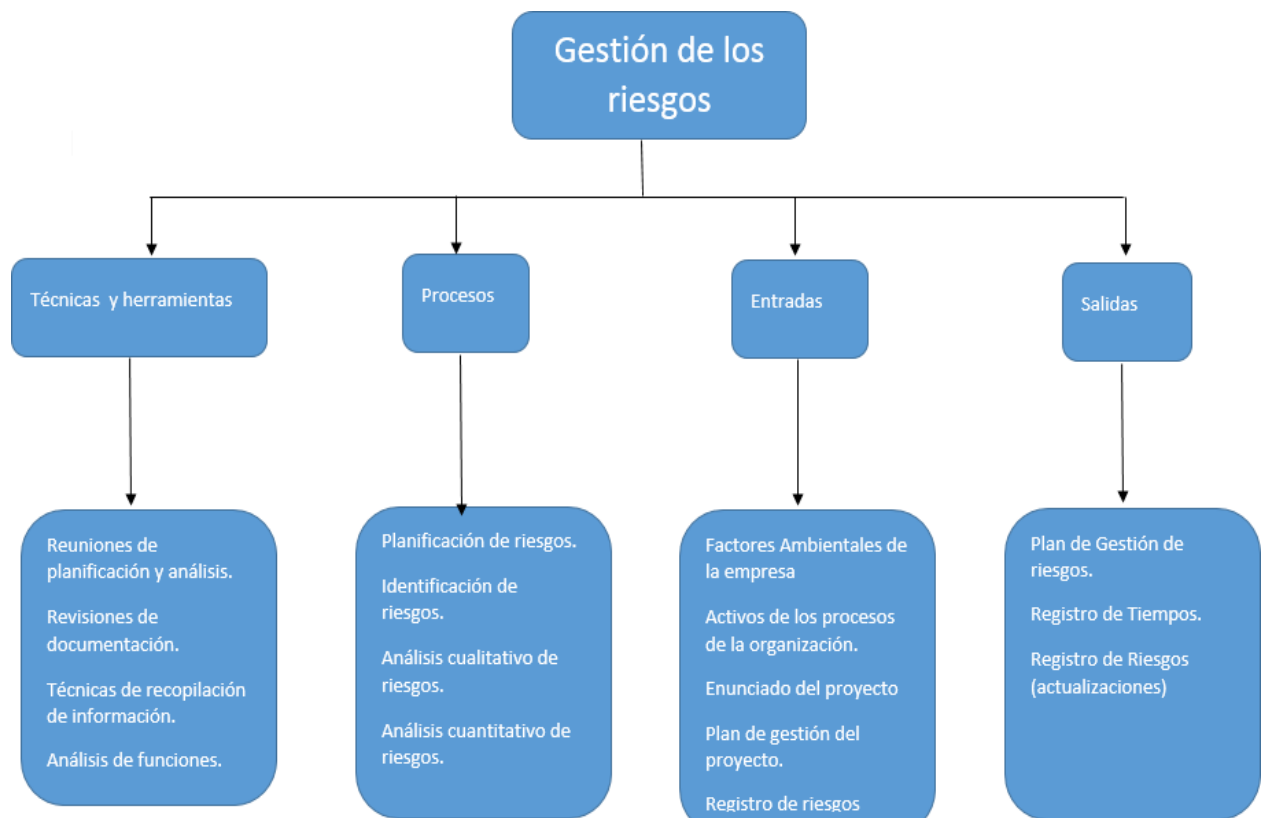


Figura 4: Gestión de los riesgos elaborado por (PMI .2013. p. 20)

En la siguiente figura 6 se habla sobre la gestión de los riesgos y contratiempos que pueden presentar al momento que se esté realizando la intervención y planificación del proyecto y nos indica esta guía de tener una gestión de los riesgos en las áreas de este.

(PMI .2013. p. 20) indica:

usar un enfoque definido para adaptar las especificaciones del producto y los planes de tal forma que se puedan cumplir los requisitos del proyecto y del producto
Cumplir con los requisitos para satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los interesados
Equilibrar las demandas concurrentes de alcance, tiempo, costes, calidad, recursos y riesgos para producir un producto de calidad (p. 25).

Esta guía retomaremos los rubros que serán de utilidad para el instrumento de intervención y este pueda cumplir con la función de gestionar y definir las áreas que conforman el proyecto.

En conclusión, de este marco de fundamentos se habló sobre las posibles teorías que reafirman que es importante la planificación y organización dentro de un proyecto y se da pie a la estructura del modelo de intervención para que la agencia pueda ser funcional.

3.3 Diseño de servicios.

Como se mencionó en el tema anterior de la guía PMBOK de poder implementar parte de la guía y adaptarlo al proyecto también se tratara de desglosar los servicios ya que no se tiene claros en la organización se validara si es se requiere un diseño de servicios del proyecto con un reducido modelo de organización con el fin que este sea más funcional y que los participantes, colaboradores, artistas, alumnos y público le quede claro cuál es el fin del proyecto ya que sigue

presentándose cierta incertidumbre de donde se dirige el proyecto o cual es el enfoque principal, para que todos trabajen sobre el mismo canal y se pueda tener un mejor trabajo en equipo el autor Fonteijn (2011) dice: La disciplina del *Service Design* pone a nuestra disposición un número nada des- preciable de herramientas para entender cómo es la relación con el usuario del servicio, la evolución de la experiencia del cliente a lo largo de la interacción con nuestra organización y cómo se pretende dar respuesta a los problemas identificados en la misma y, sobre todo, como diseñarla de una forma estructurada y razonablemente predecible. El *service design* plantea una metodología de trabajo que sitúa a las personas en el centro de todos los proyectos y trabaja la definición de los servicios (párrafo. 5).

El objetivo es centrarse en las necesidades, aspiraciones, preocupaciones e intereses de las personas que utilizarán los servicios de Conectarte, para poder ofrecerles experiencias que les aporten valor. Al elaborar un diseño de servicio centrado en el usuario, entendiendo e integrando su comportamiento, necesidades y motivaciones además de la coreografía de procesos que componen el servicio, entendiéndolos como un todo.

Esto ayudará al proyecto a diseñar a mejorar el servicio para que éste sea lo más eficiente posible, relevante y adaptado a las necesidades del cliente, a la vez que sólo se mantienen las actividades que realmente aportan valor.

Así mismo, me parece especialmente interesante el enfoque al diseño de la experiencia porque se tendría una comunicación con todos los conforman la agencia <<Conectarte>> y se puede crear un diseño de múltiples escenarios, prototipar e iterar en el diseño de servicio hasta dar con el que mejor funciona acorde a los parámetros que se han definido dentro de la agencia.

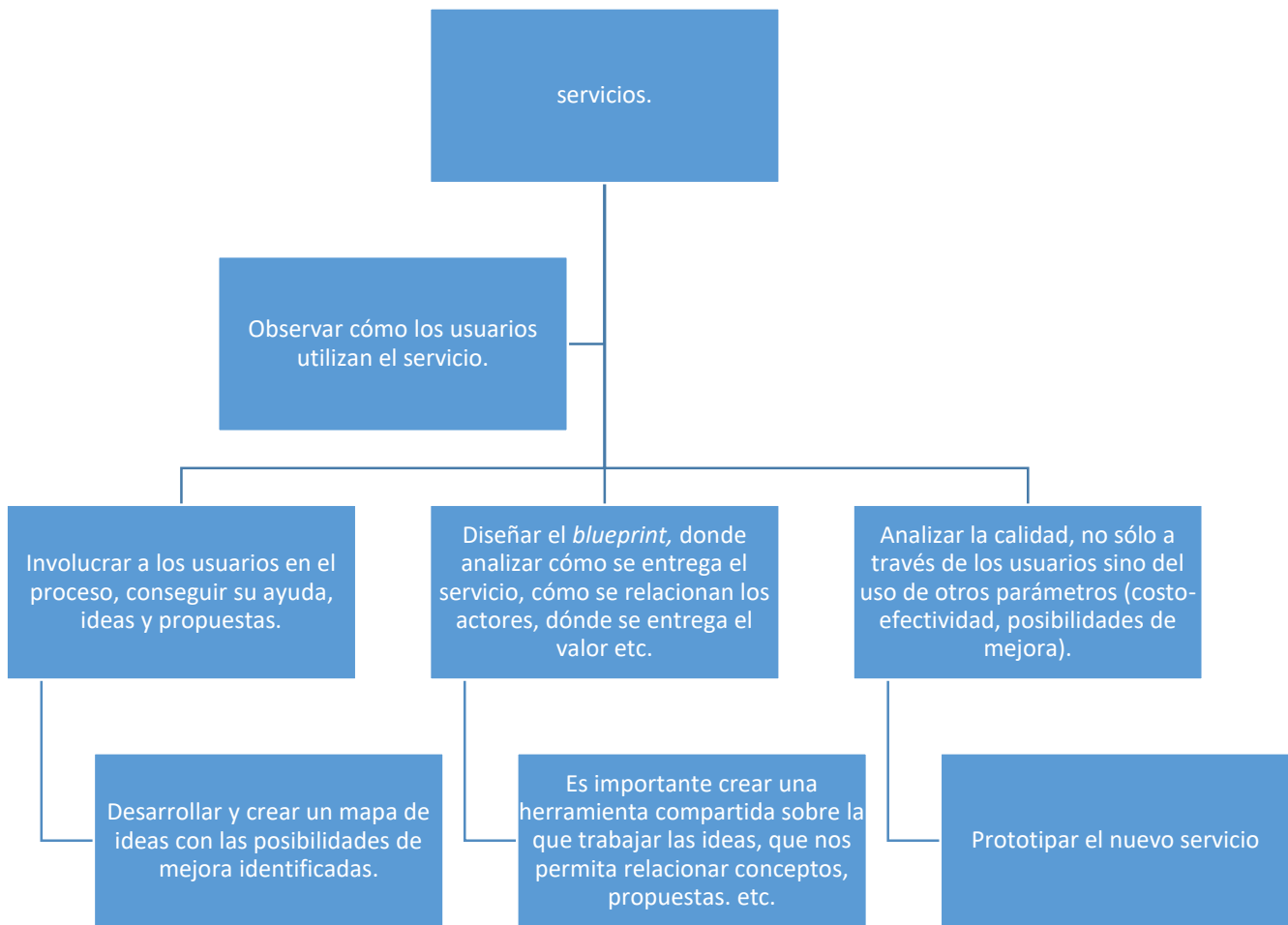


Figura 5: Diseño de servicios por (Fonteijn.2011. p. 34)

En la siguiente figura se presenta los conceptos claves para elaborar un diseño de servicios el siguiente autor brinda un escenario de como iría el proceso de diseño aplicable para cualquier proyecto de intervención, social, empresa como se representa a continuación.

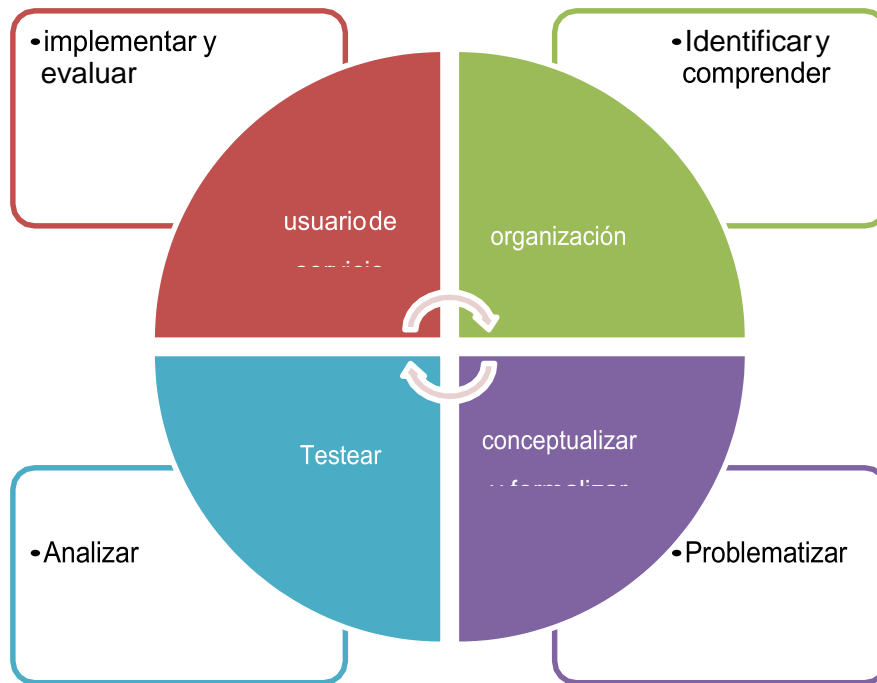


Figura 6. Metodología para el diseño de servicios. (Stikdorn y Schneider, 2010,p.25).

En los últimos años, desde el diseño se ha comprendido que diseñar no solo tiene que ver con generar una forma, sino también con entender el concepto a partir de otra de sus acepciones, la de <<planificar>>. Con ello se interpela a la posibilidad de abordar, desde la disciplina, la dimensión de los servicios. En ese marco, tal como recogen las definiciones planteadas, se debe reconocer que los servicios poseen características que los distinguen de los productos.

Los autores Kotler y Armstrong (2017) señalan cuatro elementos principales de los servicios:

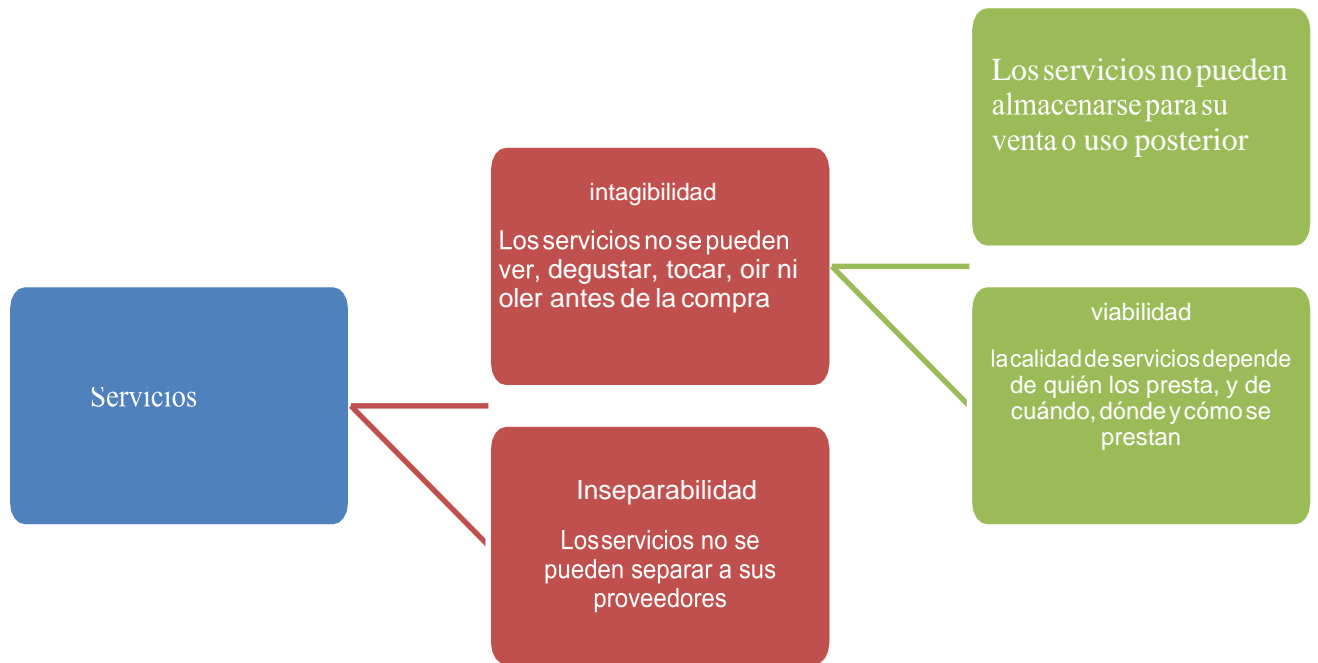


Figura 7. Servicios elaborados por los autores (Stikdorn y Schneider 2010. p.15)

Otra herramienta que se implementará será el *User Journey Map* nos comenta Yuste y Sanchís (2018).

Para reflejar el itinerario hasta el abastecimiento de agua a través de puntos clave y entenderlo mejor desde la perspectiva de los propios usuarios. Este proceso permitió identificar los principales riesgos a lo largo de todo el proceso para validar las diferentes experiencias de- pendiendo de los escenarios de uso (párrafo 5).

Estos servicios que <<Conectarte>>propone y se analizará qué experiencia tiene cada uno de estos servicios y que sean atractivos. Por todo ello, el diseño de servicios ofrece un nuevo marco para definir proyectos y modelos de negocio, poniendo a nuestro alcance herramientas y metodologías que nos ayuden a salir de lo establecido para adaptarlo a esta agencia.

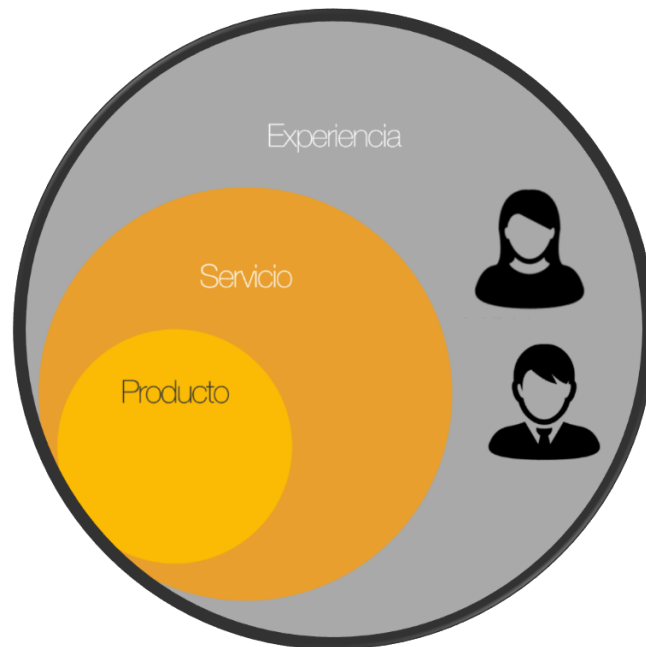


Figura 8. Esquema de experiencias elaborado por (Yuste y Sanchís. 2018. p. 34)

Los autores Yuste y Sanchís (2018) comentan que:

El Diseño de Servicios busca generar valor tanto para las personas que requieren el servicio como para quienes lo proveen. Es capaz de proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables y memorables para las personas, y eficientes y efectivas para las organizaciones, haciéndose cargo del desarrollo estratégico (propuesta de valor, concepto y sistema) y del desarrollo operativo del servicio (diseño de los tangibles e intangibles que hacen interactuar a las personas con la organización). (párrafo, 10).

Es por ello que esta intervención analizo y dio a conocer correctamente que es lo que piensan los participantes en el proyecto acerca del diseño de servicios de conectarte para su mejora.

3.4 Diseño de experiencia.

El diseño de experiencia y de servicio serían puntos clave de esta intervención también es conocido como marketing experiencial, diseño de experiencia del usuario, diseño experiencial, experiencia de marca.

En el cliente, todos estos momentos de <<experiencia corporativa>> se combinan para formar las percepciones, motivar el compromiso con la marca e influenciar la posibilidad de recompra en el futuro.

Según el autor Valero (2005) El diseño de experiencias se basa en la identificación de los <<momentos>> de vínculo emocional entre las personas, las marcas, y los recuerdos que producen estos momentos, no se desarrolla a partir de una disciplina de diseño individual, sino, a partir de una perspectiva altamente interdisciplinaria que considera todos los aspectos del mercado y la marca desde el diseño de producto, el *packing*, el ambiente de los puntos de venta, hasta el uniforme y la actitud de los empleados.

Las marcas que entregan grandes experiencias de usuario/cliente recompensan a los clientes por su tiempo, dinero, energía, y las emociones que ellos invierten en su transacción con las empresas por sobre y más allá de la entrega de sus productos y servicios.

El diseño experiencial se implementó en el proyecto para validar los momentos de interacción entre las personas y las marcas se busca generar el mayor valor posible de estas interacciones desde ambas partes con el propósito de crear memorias y recuerdos positivos.

La Experiencia del Usuario son las limitaciones de los enfoques tradicionales para el diseño de productos interactivos se deben a que resultan visiones sesgadas e interactivas, variables tan importantes como puede ser el comportamiento emocional de los artistas.

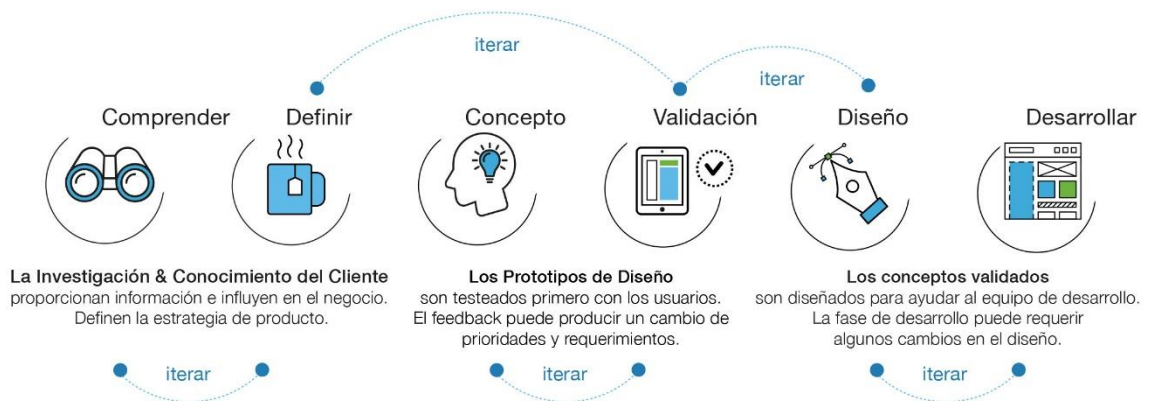


Figura 9. Proceso del diseño de experiencia elaborado por (D'Hertefelt. 2000)

Para D'Hertefelt (2000) la Experiencia del Usuario representa un cambio emergente del propio concepto de usabilidad, donde el objetivo no se limita a mejorar el rendimiento del usuario en la interacción eficacia, eficiencia y facilidad de aprendizaje, sino que se intenta resolver el problema estratégico de la utilidad del producto y el problema psicológico del placer y diversión de su uso.

Arhippainen y Tähti (2003) definen la experiencia del usuario sencillamente como la experiencia que obtiene el usuario cuando interactúa con un producto en condiciones particulares. En otro trabajo, Arhippainen (2003) la define como las emociones y expectativas del usuario y su relación con otras personas y el contexto de uso.

Knapp Bjerén (2003) comenta: es más específico al definirla como "el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño del interfaz", especificando no sólo de qué fenómeno es resultante, sino también qué elementos la componen y qué factores intervienen en la interacción.

En el contexto de la *Web*, DNX (2005) definen la buena experiencia del usuario como un objetivo "lo que se persigue es generar sensaciones y valoraciones de los usuarios hacia nuestro sitio web lo más agradables, positivas y satisfactorias posibles"(párrafo 7)-, además de reseñar la <<fidelidad del usuario>> como consecuencia de alcanzar este objetivo.

Una de las propuestas de experiencia es con el catalogo web poder hacer que el artista se sienta familiarizado y completamente conectado con la proyección de su imagen y que la agencia logra al hacer con la página *web*.

Por otro lado, Dillon (2001) propone un sencillo modelo que define la Experiencia del Usuario como la suma de tres niveles: Acción, qué hace el usuario; Resultado, qué obtiene el usuario; y Emoción, qué siente el usuario. La diferencia respecto a las anteriores definiciones es que el autor descompone el fenómeno causante (interacción) en dos niveles, Acción y Resultado; y enfatiza el aspecto emocional de la experiencia resultante.

La experiencia del usuario como se define por sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto, resultado del fenómeno de interacción con el producto y la interacción con su proveedor.

4. Metodología de investigación.

Uno de los métodos que se realizó en la agencia fue la entrevista individual que sirvió para tener una mayor perspectiva sobre el punto de vista de las personas que ya conocen la agencia y que de una u otra manera ayuda a retroalimentar y detectar carencias como la falta de organización de algunas áreas y de los servicios. Por otra parte, se realizó el diseño y aplicación de encuestas que nos permitieron tener una mayor percepción hacia las personas que tuvieran tiempo conociendo el proyecto o de participar en las presentaciones o entrevistas realizadas en esta intervención el enfoque sea solo cualitativo ya que nos encargaremos de observar y de hacer entrevistas con los colaboradores, público artistas que conforman el proyecto. La utilización del enfoque cualitativo forma parte del conocimiento humano en general y por tanto el conocimiento se ha definido como un proceso en el cuál se relacionan un sujeto cognoscente (quien conoce) con un objeto de conocimiento (aquello que se conoce) lo que da como resultado un producto mental nuevo, éste método tiene que tener en cuenta la subjetividad y dinámica de los sujetos que conocen la objetividad de lo ya conocido por la cultura y las ciencias la cual fue por medio de entrevistas por- que se quería tener una perspectiva más directa de como retroalimentar el proyecto y analizando el punto de vista de personas que lo conocen desde su inicio (Hernández, 2006, p.19)

4.1 Tipo de Enfoque

La investigación cualitativa se basa, ante todo, en el proceso mismo de recolección y análisis. Recordemos que es interpretativa, ya que el investigador hace su propia descripción y recolección de los datos El enfoque determinado para la presente

investigación es de tipo mixto ya que partiendo de lo que dice Hernández Sampieri, coincidimos en que la realización de ésta será conducida primordialmente en los ambientes naturales de los participantes, por lo que las variables no serán controladas ni manipuladas, y esto nos permitirá extraer los significados directamente de los participantes no reduciéndonos sólo a datos numéricos. Todo el estudio se centra

en el análisis de situaciones, que adquieren sentido dentro del contexto adecuado. Esta última se caracteriza por ser un instrumento abierto, flexible, adaptable a los distintos contextos empíricos, moldeable a lo largo de la interacción: pero la flexibilidad puede presentar diversos grados. Por consiguiente, distinguiremos tres tipos básicos: entrevistas estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas (Hernández, 2006, p.24 a la 79).

El concepto de entrevista, no sólo es una estrategia para recoger información, sino que dichas informaciones contribuyen a la realización de investigaciones diagnósticas nos ayudará para tener una perspectiva más amplia de los resultados del proyecto ambas herramientas son importantes para una buena recopilación de información y un para afinar el instrumento de intervención.

4.2 Tipo de estudio

El presente proyecto trata de analizar las diferentes áreas de la agencia y se tratara de analizar el entorno. En relación con los estudios exploratorios Hernández Sampierí (2006) menciona “que son de tal naturaleza cuando su objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, o la revisión de la literatura revela solamente algunas ideas vagamente relacionadas o bien si deseamos investigar el tema desde nuevas perspectivas. Es por esta razón que el tipo de estudio de nuestra investigación será de tipo exploratorio” (p.80).

4.3 Tipo de diseño

El tipo de diseño de la presente investigación es de tipo no experimental, ya que Hernández (2006). Comenta: “lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (pag.15). Será una investigación transeccional-exploratoria ya que se recolectarán datos en un solo

momento. Aporto Hernández (2006): “es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico” (p.85). De manera semejante las estrategias que estaremos llevando a cabo se explorarán en momentos únicos esto nos será de mucha ayuda al momento de organizar las áreas y refinar el instrumento de intervención

4.4 Universo

Carrasco (2009) señala que “el universo es el conjunto de elementos/personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras; finitos e infinitos, a los que pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático” (p.24). En referencia a lo anterior se infiere que el universo a investigar dentro de nuestro proyecto son los habitantes de la ciudad de Puebla, alumnos del servicio social UPAEP los artistas familiarizados con alguna disciplina que engloba las bellas artes y el público interesado por los servicios del proyecto.

4.5 Población

Selltiz (1980) aportó que “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones que enfoca nuestro campo de acción tanto en los participantes dentro del proyecto” (p.18), artistas, alumnos del servicio social UPAEP y personas interesadas en contratar los servicios de la agencia <<Conectarte>> serán constantemente nuestra población de estudio donde sondearemos constantemente para poner percatarnos de posibles sugerencias para retroalimentar este proyecto.

4.6 Muestra

Las características que comparte la población de la que se tomará la muestra son las siguientes porque son piezas claves que actualmente colaboran en la agencia incluso el público y los artistas que interactúan con la agencia y son de suma importancia tomarlos en cuenta para obtener los resultados para lograr la mejoría en la agencia.

Artistas independientes involucrados en Conectarte., Público que sigue este proyecto

- Personas interesadas en contratar los servicios de <<Conectarte>>
- Edad indistinta
- Alumnos de servicio social UPAEP y colaboradores de este proyecto.

Hernández (2006) señaló “Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Por lo tanto, se pretende calidad en la muestra, más no cantidad. Que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación” (p.85). Previamente citado se deduce que dentro de esta muestra se medirán sujetos y unidades de observación, uno dentro del otro y esto es así porque se crearán escenarios temporales donde los sujetos serán observados. Así, la muestra quedará conformada por las personas que decidan participar en este proyecto.

4.7 Enfoque Fenomenográfico

Fenomenografía es un registro descriptivo de la experiencia subjetiva inmediata tal como es contada, por ejemplo, por una persona en un examen psiquiátrico, sin cuestionar la participación del ego en tal comunicación Marton (1994) describió:

La fenomenografía como un enfoque con base empírica que procura identificar el número limitado de maneras cualitativamente diferentes de como diferentes personas vivencian, conceptualizan, perciben y entienden diversos tipos de fenómenos. Cuando se analizan las afirmaciones que las personas tienen acerca del mismo fenómeno habrá un número limitado de maneras fundamentalmente diferentes de entender el fenómeno. Dentro de esta estructura, el aprendizaje asume una importancia central, porque

representa un cambio cualitativo desde una concepción interesada en algún aspecto particular de la realidad a otro (p.53).

Se utilizará este método por que se tendrá una constante comunicación de los participantes del proyecto de como iríamos mejorando, lluvia de ideas y ciertos cuestionamientos para ir afinando la intervención de este proyecto.

4.8 Diseño del trabajo práctico

Diseñar la intervención oportuna para la mejora del proyecto, con este trabajo práctico se pretende que esta intervención se describa de forma estructurada a través de diagramas de afinidades, posibles acciones para mejorar hay que realizar constantemente cronogramas, bitácoras para controlar actividades y estrategias para que este proyecto pueda tener una mejor organización y desarrollo en todas sus áreas.

Planeación de resultados

En la siguiente tabla recomendado por la autora Yescas. (2013) se presenta una validación de instrumentos aplicado con el objetivo y el enfoque de cuál es el uso, publico que se aplica, ya que usara para la aplicación más detallada y analizada de aplicar correctamente los instrumentos.

Tabla 2

Validación de instrumentos

Instrumento	Objetivo	Sujeto de Ob- Servación	Elementos estu- Diados
Cuestionario	Diagnosticar las redes de comunicación y determinar cada una de ellas	Colaboradores de la agencia Conectarte.	Relaciones laborales. Redes de comu- nicación
Entrevista abierta estructu- rada 1	Conocer la percepción que se tiene de Conectarte	Colaboradores y alumnos de servicio social	¿Qué tanto cono- cen el proyecto y los servicios que ofrece?
Entrevista abierta y estructu- rada 2	Que percepción o conocimiento se tiene del Proyecto	Artistas indepn- dientes de la Ciudad de Puebla y público que lo sigue	¿Qué tanto conocen el proyecto y los servicios que ofrece?

¿Qué tanto aceptación tiene para ambos actores?			
Cuestionario	Diagnosticar y validar los servicios y las áreas del proyecto		
Bitácora de observación	Conocer el clima organizacional del proyecto entre todos los colaboradores y la forma de trabajo en equipo	Alumnos del servicio social, voluntarios y artistas que conforman el proyecto.	Comportamientos dentro del proyecto. Roles
Entrevista Grupal	Corroborar los cambios logrados o afinar dinámicas o	Las personas que conforman Conectarte.	Cambios logrados a partir de la intervención

agregar
actividades


(Yescas,2013. Pág. 25)

En la tabla 2 se presenta una bitácora de resultados donde validamos la respuesta de los cuestionarios y entrevistas aplicadas para calificar el nivel de aceptación o lo que hay que afinar y retroalimentar en el proyecto.

instrumentos de recolección de datos e información

Tabla 3.

Recolección de datos

Respuestas	Aceptación	Rechazo	Sugerencias	Variable indicador
1: considero que la mayoría de las actividades son confusas			Deberían segmentar mejor las actividades	Perfilar mejor las actividades

(Yescas,2013. Pág. 26)

4.9 Instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaron en la fase de investigación del proyecto de intervención tuvo un enfoque cualitativo para poder evaluar la comunicación entre las áreas internas y externas.

Se realizó entrevistas a las personas que están involucrados en el proyecto con el fin de poder definir los servicios, validar las áreas y lograr una retroalimentación certera

Guía de preguntas para las entrevistas a alumnos de servicio social que apoyan la agencia

<<Conectarte>>.

En la investigación es necesario tener uno o varios instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos se pueden combinar dos o más métodos de recolección de datos. Se expondrán anécdotas experiencias de algunos artistas de lo que han vivido a lo largo del proyecto y se construirá algunas historias de vida que como Sampieri (2010) nos menciona “son una especie de entrevistas grupales, las cuales consisten en reuniones de grupos pequeños, los participantes conversan del tema investigado en un ambiente relajado e informal” (p.84).

En los anexos A que se encuentran al final de documento, se presenta la posible serie de preguntas abiertas para la entrevista y parte del cuestionario para tener un primer acercamiento para validar el problema y posteriormente se adecuará para aplicarse y poder evaluar el instrumento de intervención.

5.Resultados de mesa redonda e historias de vida.

En los resultados, podemos llegar a la conclusión de que el <<boca en boca>> es el medio por el cual <<Conectarte>> se va a ir dando fama y es una opción viable, ya que se generan lazos fuertes entre los artistas y el proyecto.

Otro punto a tratar es las <<demandas>> del artista en un evento, las cuales son cuatro cosas importantes para ellos, equipo listo, puntualidad, público y respeto (este último es importante ya les hace sentir valorados, aunque no estén cobrando).

Junto con este punto, es bueno agregar algo acerca del ambiente del evento. <<Conectarte>> influye hasta cierto punto en el ambiente de eventos con grupos simultáneos, sin embargo, quien influye en el ambiente son los mismos artistas, ya que, entre ellos, siempre se apoyarán por el sentido de compañerismo.

Todo lo escrito en el párrafo anterior generará el sentido de pertenencia a Conectarte, lo cual

permitirá que cualquier evento que se haga con <<Conectarte>>, se tenga interés por participar. En otras palabras, entre mejor se la pase el artista en el evento, va a querer volver a participar sin poner “peros”.

El tercer punto que se ha llegado es que el cambio que hubo de <<ArtSound>> a <<Conectarte>> sí ha afectado al conocimiento de la empresa dentro de artistas, ya que no pueden describir que servicios proporciona actualmente Conectarte y como no tienen explicación de nadie, ellos llegan a pensar que solo fue un cambio de razón social, de nombre y de equipo... Un punto bueno es que perciben a Conectarte como algo fresco y nuevo.

Algo que se puede agregar en este apartado, es la percepción que hay del directivo de <<Conectarte>> se percibe que es de una persona que quiere abarcar mucho, por lo que no llega prestarle la atención a algo al 100%. Sin embargo, tiene admiración por ver que se está llevando un proyecto difícil.

Aunque los músicos no han generado dinero, han obtenido algo importante, lo cual es un crecimiento profesional, ya que en cada evento al que van, se encuentran con retos diferentes ya sea en tanto el equipo de audio o con el público. El tener diferentes lugares de presentaciones, les ha ayudado a tener un tipo *open mic* donde van probando el material artístico que tienen. En una frase resumida Conectarte le has ayudado a construir tablas en el escenario para conocer distintos públicos y lugares.

En el quinto punto, se llegó a la conclusión de que los medios de difusión para avisar que hay un evento son las redes sociales, específicamente *Facebook* y *Whatsapp*. En cuanto a los canales de comunicación que se recomienda para tener contacto hacia los artistas son dos...Correo y *Whatsapp*. El correo ocuparlo solo para cosas formales como invitaciones para eventos y *Whatsapp* para cosas sencillas como recordatorios del evento.

El sexto punto es acerca de los contratos. En cuanto que cuando se le empieza a pagar al artista es importante contar con contratos, ya que es un amparo para ellos ante el tiempo de show y pago del evento, esto con el fin de que no vaya a haber malos entendidos ni peleas. De no contar con un contrato generará incertidumbre a los artistas al saber que ya llevan las de perder si llega haber un conflicto.

5.1 Resultado de la encuesta de calidad de servicio de <<Conectarte>>

La nueva imagen les parece interesante opinan que fue un gran cambio se define una imagen corporativa pero aún les es ambigua el objetivo de como ellos van a desarrollar su trabajo artístico Indican que deben mejorar los canales de comunicación con los integrantes y colaboradores de la agencia.

La calidad de algunos eventos ha sido moderada por que la mayoría han sido muy buenos foros y algunos han tenido dificultad en cuestiones técnicas.

En conclusión, se debe definir y ampliar los canales de comunicación para no generar ruido o rumor sobre la agencia y fortalecer las áreas de alguna forma implementar una gestión de organización dentro y fuera para reforzar el funcionamiento y el conocimiento de lo que se hace a los colaboradores y que se recalque la misión, visión y objetivos a corto mediano y largo plazo.

5.2 Resultados de mesa redonda e historias de vida

Retomando los resultados, podemos llegar a la conclusión de que el <<boca en boca>> es el medio por el cual <<Conectarte>> se va a ir dando fama y es una opción viable, ya que se generan lazos fuertes entre los artistas y el proyecto.

Otro punto a tratar es las <<demandas>> del artista en un evento, las cuales son cuatro cosas importantes para ellos, equipo listo, puntualidad, público y respeto (este último es importante ya les hace sentir valorados, aunque no estén cobrando).

Junto con este punto, es bueno agregar algo acerca del ambiente del evento. <<Conectarte>> influye hasta cierto punto en el ambiente de eventos con grupos simultáneos, sin embargo, quien influye en el ambiente son los mismos artistas, ya que, entre ellos, siempre se apoyarán por el sentido de compañerismo.

Todo lo escrito en el párrafo anterior generará el sentido de pertenencia a Conectarte, lo cual permitirá que cualquier evento que se haga con Conectarte, se tenga interés por participar. En otras palabras, entre mejor se la pase el artista en el evento, va a querer volver a participar sin poner “peros”.

El tercer punto que se ha llegado es que el cambio que hubo de *ArtSound* a <<Conectarte>> sí ha afectado al conocimiento de la empresa dentro de artistas, ya que no pueden describir que servicios proporciona actualmente Conectarte y como no tienen explicación de nadie, ellos llegan a pensar que solo fue un cambio de razón social, de nombre y de equipo... Un punto bueno es que perciben a Conectarte como algo fresco y nuevo.

Algo que se puede agregar en este apartado, es la percepción que hay del directivo de <<Conectarte>> se percibe que es de una persona que quiere abarcar mucho, por lo que no llega prestarle la atención a algo al 100%. Sin embargo, tiene admiración por ver que se está llevando un proyecto difícil.

Aunque los músicos no han generado dinero, han obtenido algo importante, lo cual es un crecimiento profesional, ya que en cada evento al que van, se encuentran con retos diferentes ya sea en tanto el equipo de audio o con el público. El tener diferentes lugares de presentaciones, les ha ayudado a tener un

tipo *open mic* donde van probando el material artístico que tienen. En una frase resumida "Conectarte le has ayudado a construir tablas en el escenario para conocer distintos públicos y lugares".

En el quinto punto, se llegó a la conclusión de que los medios de difusión para avisar que hay un evento son las redes sociales, específicamente *Facebook* y *Whatsapp*. En cuanto a los canales de comunicación que se recomienda para tener contacto hacia los artistas son dos...correo y *Whatsapp*. El correo ocuparlo solo para cosas formales como invitaciones para eventos y *Whatsapp* para cosas sencillas como recordatorios del evento.

El sexto punto es acerca de los contratos. En cuanto que cuando se le empiece a pagar al artista es importante contar con contratos, ya que es un amparo para ellos ante el tiempo de show y pago del evento, esto con el fin de que no vaya a haber malos entendidos ni peleas. De no contar con un contrato generará incertidumbre a los artistas al saber que ya llevan las de perder si llega haber un conflicto.

5.3 Diseño de intervención y propuesta de solución

Centrarse en la experiencia del cliente se ha convertido en la forma más relevante para una organización de lograr el éxito, instalando una ventaja competitiva y volviéndose la clave diferenciadora del negocio. La experiencia del cliente abarca todos los aspectos de un producto o servicio, como la calidad de la atención al cliente, marketing, productos y servicios, facilidad de uso, la fiabilidad de la empresa, entre otros.

Es un instrumento es importante registrarlo por escrito y ponerse a disposición de los artistas como una guía del trabajo. Cuando no se tiene un método genera desperdicios de tiempo y esfuerzo. También los artistas conocerán el proceso de apoyo a su trabajo y le quedara una idea clara y precisa de los objetivos de conectarte para crear un vínculo de confiabilidad.

En la actualidad las organizaciones a nivel mundial se mueven mediante procesos y nace la necesidad de controlar cada proceso para que este se desarrolle de una manera eficiente por lo que es importante el control interno aplicado a manuales de procedimientos, los que al mismo tiempo son guías operativas para el proceso que se asigna a una persona o actividad dentro de una organización.

Para concluir, la experiencia del cliente es mucho más que un simple servicio al cliente. Se trata de fomentar la participación de los empleados, desarrollar una verdadera comprensión de su cliente, la arquitectura de un plan para la entrega de un servicio al cliente excepcional.

Ese será el principal objetivo del manual mostrar el proceso de inducción del artista y la aportación que la agencia <<conectarte>> aporta a su trabajo artístico.

5.4 Propuesta de solución, folleto de inducción para los artistas

Se diseñará un manual del proceso de inducción de los artistas que forman parte de la agencia conectarte donde se explicara qué es lo que se hace en la agencia y como es el proceso de colaboración para los artistas con la finalidad que este se sienta cómodo al colaborar con la agencia y pueda repercutir en todos los eventos y medios audiovisuales que conectarte cuenta

El manual se volverá una guía para que los artistas tengan una idea clara sobre el proceso, seguimiento de colaboración y toda la información acerca de este vínculo y destacar la aportación e impulso a su trabajo artístico que les aportara la agencia en su carrera artista, el proceso de innovación está en la realización de contenido audiovisual.

Se implementará un gestor de proyectos online en la agencia el cual se Planifica, gestiona y da seguimiento con facilidad, prioriza tareas y proyectos, asigna encargados, establece plazos de entrega y recibe notificaciones automatizada, es una herramienta flexible que te permite personalizar todos tus procesos, en cualquier momento.

Organiza todas las áreas y actividades que se van a llegar a tener en la agencia una plataforma que se implementará será Trello el cual permite trabajar de forma más colaborativa y ser más productivo organizar y priorizar proyectos de forma ordenada y flexible.

5.5 Rediseño para la página web de conectarte

En los últimos años se han dado cambios importantes en el proyecto anteriormente se llamaba *Artsound* y se formó en agencia <<Conectarte>> también se tuvo que rediseñar su página web debido a su nueva imagen, es importante que las empresas y negocios que cuentan con sitios *web* visualicen el momento adecuado para rediseñar y reorientar su estrategia de marketing digital es por ello que la agencia tuvo que realizar este cambio ya que es la herramienta principal y el medio donde se da a conocer el trabajo de los artistas que colaboran con nosotros y los servicios que brinda la agencia al público y a los artistas.

5.6 Nuevos servicios de la agencia <<Conectarte>> (consultoría artística)

La agencia conectarte ha implementado un servicio de Consultoría Artística. Básicamente es una gestión de activos intelectuales de autores y artistas, empresas que pretenden innovar la relación entre el mundo de la cultura y el de la empresa aportando a ésta las habilidades, metodologías y técnicas de la escena, gestión cultural y para potenciar trabajos artísticos.

Los servicios se encuentran divididos en tres paquetes: Portafolio artístico, Manager y Consultoría. A continuación se describen cada uno de los servicios que contiene el paquete, los cuales se pueden contratar de forma individual o como lo sugiere Conectarte.

Portafolio Artístico

Reúne la historia del artista a través de sus obras más icónicas con los siguientes servicios:

- A. 15 fotografías digitales e impresas
- B. 5 vídeos. Llamativo para los músicos.
- C. Descripción de 10 obras
- D. Semblanza del artista
- E. Boletín de arte (único para el artista)
- F. Diseño de página *web*: *WordPress, Wix o Tumblr*.

Manager

Conectarte puede ser tu Manager ofreciéndote los mejores métodos para propulsar tu carrera. Este paquete se divide en dos paquetes y un paquete especial, los costos son los siguientes:

Paquete 1, incluye servicios A y B

Paquete 2, Incluye servicios C, D, E, F, G, H e I.

Paquete especial, incluye servicios H e I.

- A. Competencias, Bienales, Convocatorias de arte
- B. Eventos Conectarte
- C. Boletín de arte
- D. Lista de Contactos
- E. Entrevista artística en RadioBuap
- F. Manejo de los perfiles verificados del artista en Instagram, Facebook, Pinterest, Twitter.
- G. Exposición y exhibición del artista en redes de Conectarte.

H. Logo

I. Tarjetas de presentación

Consultoría

Paquete 1, incluye A y B.

Paquete 2, incluye C, D y E;

- A. Asesoría o elaboración de proceso de registro de marca ante el IMPI
- B. Asesoría o registro en Indautor de las obras artísticas
- C. Asesorías legales, financieras y administrativas.
- D. Ayuda en el diseño estratégico de proyectos o eventos culturales.
- E. Ayuda con la elaboración del plan operativo de eventos o proyectos culturales.

Talleres y cursos

Es importante destacar que ante la actual contingencia sanitaria que afronta el país los cursos ofrecen la posibilidad de ser impartidos en formato online y/o a domicilio, esto hasta que de manera a los lineamientos se puedan realizar de manera presencial. <<Conectarte>> se compromete a tomar todas las medidas necesarias de sanitización.

Para enriquecer las experiencias culturales conectarte ha diseñado una serie de talleres que vinculan al hombre con el arte. << Conectarte>> los ha ordenado de la siguiente manera conforme a la naturaleza de cada uno de ellos:

Artísticos

I. Dibujo

Técnicas básicas de dibujo para poder explotar y desarrollar habilidades, creatividad, talento y sensibilidad para realizar un fanzine como proyecto final.

II. Fotografía

Técnicas y proceso fotográfico para aplicarlo en una diversidad de temáticas.

III. Pintura

Musicales

I. Canto

Conoce tu voz y aprende desde 0 a cantar.

II. Solfeo

Aprende esta técnica para utilizarla en el amplio mundo de la musicalidad.

III. Piano

Aprende desde 0 a tocar el piano, para lograr tocar los diferentes estilos musicales.

IV. Musicoterapia

Sensibilízate con el mundo exterior e interior a través de la música como medicina.

Desarrollo humano

I. Danzoterapia

El uso psicoterapéutico del movimiento como proceso que tiene como meta integrar al individuo de manera física y emocional

II Mindfulness

Prestar atención de manera consciente a la experiencia del momento presente con interés, curiosidad y aceptación.

Es importante destacar que todos los talleres están dirigidos para todas las edades niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad y puede ser de manera individual o grupal solo que el costo varía.

Cursos formativos enfocados a los artistas o personas que no estén familiarizado con los temas.

I. Administración, mercadotecnia y publicidad

II. Planeación estratégica

Planes de acción con sus equipos de trabajo y poner en práctica aquellas herramientas que faciliten la gestión directiva.

III. Finanzas y contabilidad: sus procesos y métodos.

IV. Planeación de un proyecto

El Programa buscará formar y entrenar emprendedores en la identificación, validación e implementación de oportunidades de negocio, todo a partir de ideas innovadoras.

V. Gestión cultural

El curso ofrece una visión humanista de la cultura como profesión.

VI Manejo de redes sociales

Ponemos nuestros conocimientos y nuestras relaciones al servicio de artistas o personas que requieran orientación en potenciar su trabajo artístico.

La agencia Conectarte busca cumplir su objetivo de ser una institución líder en la difusión del producto artístico de artistas emergentes en el Estado de Puebla, por esta razón ha creado una serie de servicios para que faciliten el proceso de difusión y de consumo.

5.7 Pruebas y refinamiento.

En las pruebas que se realizaron en el folleto de introducción a los artistas se muestra claramente los pasos a seguir de como es el proceso de selección y de integración con la agencia <<Conectarte>> a diez artistas se les mostro el manual y nos mencionaron que la información es muy clara concisa y el diseño es legible de entender y ya tienen la idea más aterrizada de la vinculación con la agencia y entienden el objetivo de retroalimentar la carrera de cada artista que se una a esta innovación.

En la siguiente infografía se muestra parte de la señalización que contiene el manual de <<Conectarte>> conocido como la herramienta mapa de experiencia.

Experiencia

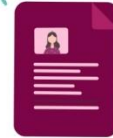
CONECTARTE
GESTIÓN DE EVENTOS ARTÍSTICOS



HOLA, HOY VOY A MOSTRARTE COMO SER PARTE DE LA EXPERIENCIA CONECTARTE.

1

EL PRIMER PASO ES UNA ENTREVISTA EN RADIO PARA CONOCER TU TRABAJO.



2

SE VALIDA TU TRABAJO.



3



PARTICIPAS EN UN EVENTO DE LA AGENCIA.

EVENTO



4

APOYO EN VIDEOS DE TRABAJO Y PRESSKIT.



5

DIFUSIÓN Y FUENTES DE INGRESOS ADICIONALES.

Figura 10. Mapa de experiencia de <<Conectarte>> por (Téllez. 2019)

En la validación de la plataforma de gestión de proyectos Trello se logró organizar las áreas de cada uno y las actividades de manera cronológica se elaboró un plan de trabajo de todas las áreas de la agencia conectarte, visitas, próximos eventos o acercamientos con el fin de que todas las áreas estén en orden y trabajen en conjunto de cada área se asignó un líder para llevar un control, pero todas en cierta forma están vinculadas con el fin de funcionar en su totalidad y tener una constante comunicación a continuación muestro un poco de la organización de esta plataforma.

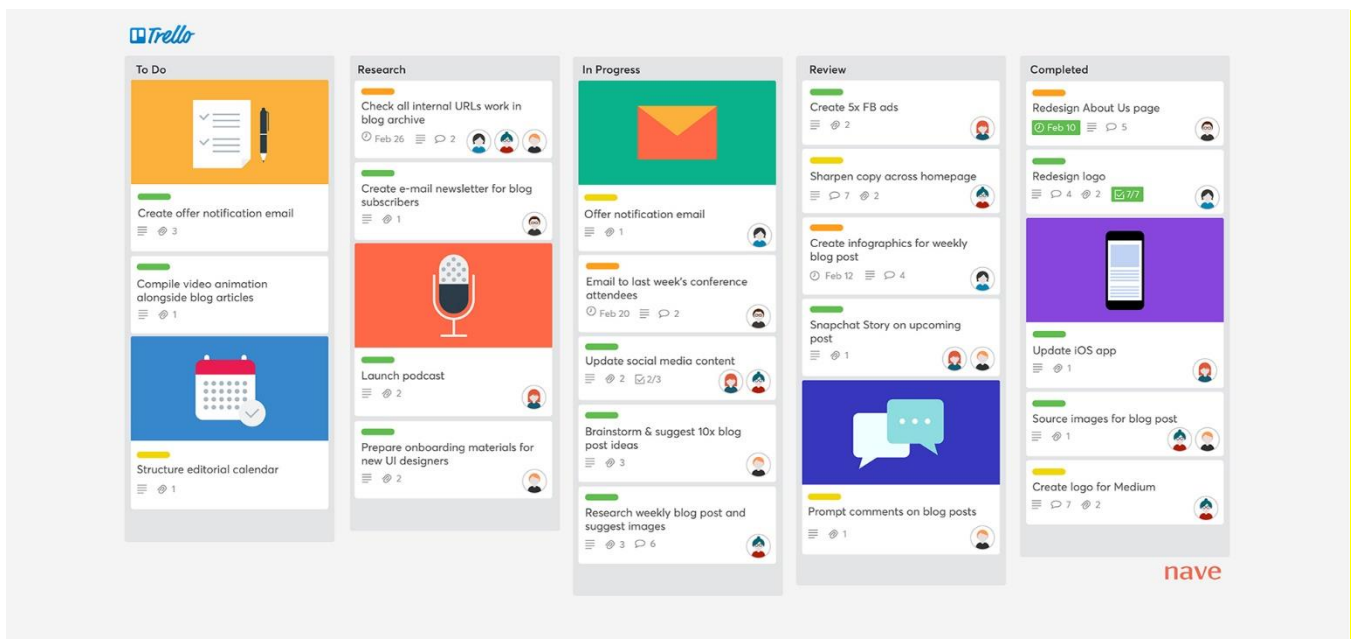


Figura 11. Ejemplo del gestor de proyectos web trello elaborado por (plataforma Trello, 2014)



Figura 12. imágenes de apartados de la plataforma *trello* de <<Conectarte>> por (Téllez. 2020)

5.8 Evaluación de la propuesta y producción (evaluación de página web)

En el siguiente reporte se presenta el método utilizado para evaluar la funcionalidad de la página web perteneciente a <<Conectarte>>. El objetivo primordial de este estudio es poner a prueba la funcionalidad del sitio web, comprobar si este cumple su función, la cual es poder ser un medio entre los usuarios y los artistas, para que, por medio de este, se contacte a los artistas y estos puedan ser contratados para eventos.

<<Conectarte >> es una organización que se dedica a gestionar eventos artísticos sobre: música, danza, fotografía y cine, siendo su principal objetivo difundir la cultura en el mercado local. A continuación se muestra una imagen del página web.



Análisis funcional

El página *web* de <<Conectarte>>, es un página *web* compuesto por varias páginas en las cuales se muestra el contenido referente al quehacer de la organización. Al inicio se muestra la página principal la contiene la información principal sobre la organización.

Para el análisis de los elementos de este sitio web se decidió dividir el estudio por secciones. Dentro de las secciones se realizó la descripción de estas siguiendo el orden de su composición. Primero se analizó el *header* o encabezado, después el *body* o cuerpo y finalmente el *footer* o parte inferior de la página. A continuación, se muestra una figura que ejemplifica las partes de la página.

Ver figura 13

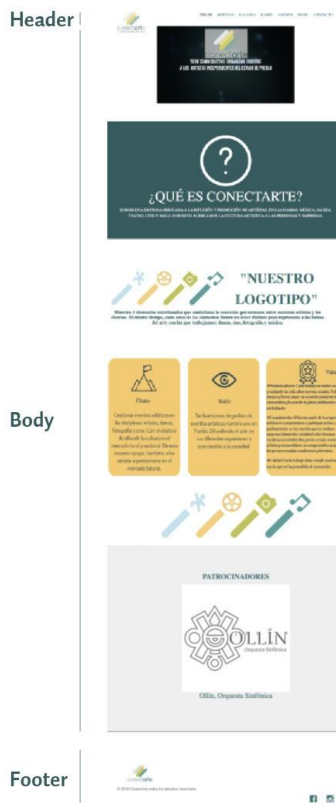


figura 13. Estructura del página web <<Conectarte>> por (Téllez. 2019)

Inicio

En la parte superior se muestra una barra de menús, la cual muestra los siguientes menús: inicio, artistas, galería, radio, agenda, blog y contacto, estos menús se muestran en mayúsculas y en tipografía *serif*. En la parte superior izquierda a un lado del menú se encuentra el logo de <<Conectarte>>, el cual se muestra en una animación de 5 segundos la cual únicamente funciona en la página de inicio. Posterior a esto se muestra un video el cual se acciona cuando se entra a la página y al mismo tiempo que el logotipo descrito anteriormente, este video muestra algunos eventos de los artistas pertenecientes a la organización, así como también la misión de la misma. El video presenta sonido y música ambiental y este tiene una duración de dos minutos con 50 segundos.

Al realizar *scroll* dentro de la sección de inicio y posterior al video se encuentra una descripción en texto blanco sobre fondo de color turquesa en el cual se narra el quehacer de la organización. El texto está compuesto en tres líneas, dos de texto y una para el título, este se muestra con una tipografía *serif* y se encuentra acompañado por un signo de interrogación arriba del texto, el signo ocupa mayor espacio que el texto. Debajo de este texto se encuentra un recuadro blanco que muestra el desglose de los elementos que conforman al logotipo de <<Conectarte>>. Se muestran los cuatro colores que componen al logotipo (azul claro, verde, amarillo y turquesa oscuro) en la parte superior de estos se muestra un icono perteneciente a cada rama artística con la que conectarte trabaja, se muestra un bailarín en color azul, una cinta de cine en color amarillo, una cámara en color verde y una nota musical en color turquesa oscuro. Debajo de estos iconos se sitúa un texto en el cual se explican los elementos antes mencionados, el texto está compuesto en minúsculas, y el título está en mayúsculas.

A continuación, se muestra la misión, visión y valores de la empresa, cada uno de estos se muestra en un recuadro de color amarillo con el texto en minúsculas y en una tipografía diferente a

textos mencionados anteriormente. En cada una de estas descripciones se muestra un icono que acompaña al texto, los iconos son una montaña para misión, un ojo para visión y una medalla para valores. Debajo estos tres recuadros amarillos se vuelven a mostrar los colores e iconos del logotipo de conectarte.

En la parte del *footer* se muestra un texto con la leyenda patrocinadores en mayúsculas y debajo de este se muestra el logotipo de uno de los patrocinadores de la página, el logotipo pertenece a la «orquesta sinfónica *Ollín*», al continuar y realizar el *scroll* final de la página se encuentra el logotipo de conectarte la parte inferior izquierda, este está acompañado por la leyenda «© 2018 Conectarte todos los derechos reservados», la cual está en minúsculas y de color gris. En la parte inferior derecha del *footer* se encuentran dos iconos de redes sociales en color turquesa oscuro los cuales perteneces a *facebook* e *instagram*. Finalmente, inmediatamente después de estos iconos se muestra una flecha la cual dirige el *scroll* a la parte superior de la página.

Artistas

El segundo menú de la página, el cual pertenece a los artistas que conforman <<Conectarte>>, o bien a los artistas que podrán ser contratados, se muestran los mismo elementos que en la página de inicio, en el *header* de la página se muestran en el sector superior derecho las secciones y en el sector superior izquierdo el logotipo, el cual presenta una variación ya que en esta página no muestra el *tagline*.

«gestión de eventos artísticos» además de que tampoco presenta animación para su construcción.

Debajo de los menús se encuentra el título de la sección el cual se presenta en color turquesa oscuro sobre fondo verde compuesto en minúsculas y mayúsculas, el texto se encuentra acompañado por un icono que muestra la figura de tres personas.

En el *body* de esta sección se muestra la imagen nombre y descripción de uno de los artistas de <<Conectarte>>, al dar *click* sobre el trabajo del artista, la página muestra toda la información sobre el artista, fotos sobre su trabajo y videos sobre sus presentaciones, todo esto se presenta en una nueva ventana que la página abre automáticamente.

En el *footer* de la sección artistas se muestra el mismo contenido que en la página de inicio, la única variación es que los iconos que conforman al logotipo solo se muestran y no se explican.

Galería

La tercera sección de la página está conformada por la galería, en esta sección se muestran únicamente fotografías de eventos en los que han participado artistas de <<Conectarte>>. La sección muestra los mismos elementos de navegación, la única variación se encuentra en el color que compone a la página el cual es amarillo. El título de la sección al igual que en las otras secciones se encuentra acompañado de un icono que facilita la asociación del contenido que se muestra, en esta ocasión el icono está conformado por tres rectángulos de color turquesa oscuro.

En el *body* de esta sección se muestran 12 fotografías acomodadas en dos columnas con 6 fotografías cada, las cuales pertenecen a un evento realizado por conectarte en agosto del presente año. Al darle *click* a cualquiera de estas fotografías estas se pueden observar con un tamaño mayor en una ventana emergente que la página despliega. En la parte superior del *body* se puede observar el título del evento el cual está compuesto en tres líneas una para el título y dos para la descripción del mismo.

El *footer* de la sección es el mismo que se presenta en las secciones anteriores y los elementos no presentan variación alguna.

Radio

El *header* de la página únicamente varía de los anteriores en cuanto al color que lo compone que en este caso se trata de un fondo turquesa oscuro. El título de la sección se muestra al centro del *header*, este al igual que las secciones anteriores muestra un icono referente al contenido que se va a mostrar a continuación, en este caso el icono es un radio arriba del título.

En el centro del *body* únicamente se muestra una entrevista realizada a un artista. Se muestra una foto del artista y dentro de esta se muestra el nombre del artista, el icono de un micrófono y un botón de acción para observar dicha entrevista. Es importante mencionar que este contenido sólo se despliega si se le da *click* a la imagen. Al dar *click* inmediatamente se abre una página donde se muestra la entrevista al centro del *body*, es necesario ponerle *play* para poder iniciarla.

El *footer* presenta el logo de conectarte y los mismos elementos, sin embargo en esta ocasión ya no se presentan los iconos pertenecientes al logotipo.

Agenda

El quinto menú de pertenece a la sección de agenda. En esta sección el *header* presenta el fondo en color azul claro y se muestra el icono de una libreta en la parte central de la página haciendo referencia al contenido de la página. En el *body* o cuerpo de la página, en el centro se ubica un calendario el cual muestra por mes las fechas disponibles para la contratación de artistas, así como también señala. Los eventos que se realizarán en ese mes. Este calendario presenta un código de color e iconografía según el tipo de evento. Debajo de la lista de eventos se encuentra un formulario para la colocación de la fecha deseado para con- tratar el servicio de los artistas. En sección se retoma el uso de los iconos del logotipo en el *footer*.

Blog

En esta sección se plantea contenido informativo sobre las ramas artísticas con las que conectarte trabaja. En esta sección el icono que se utiliza es una hoja con un lápiz este se sitúa en el centro del *header*, acompañado por el título de la misma. En la sección del *body* se muestran diversos artículos y textos sobre temas relacionados con la música, la danza y el arte. los textos presentan alineaciones diferentes, el primero y el tercero se encuentran alineados a la derecha y el segundo a la izquierda. los tres textos son acompañados por imágenes alusivas al tema.

Contacto

Finalmente esta es la última página que muestra el sitio. En la sección del *header* se muestra un icono de un mensaje y una persona el cual se ubica justo al centro del *header* indicando el nombre de la sección, esta se encuentra representada por el color amarillo. El *body* se encuentra dividido en dos áreas, la primera ubicada del lado izquierdo muestra un formulario de datos para que en estos el usuario coloque su información y se le pueda brindar información. De lado derecho se encuentra una columna con los datos de contacto de la empresa para realizar llamadas o mandar correos electrónicos. En el *footer* se muestra la leyenda Si quieres que nuestra información del blog te llegue, por favor ¡SUSCRIBETE!, esta se localiza justo arriba de los iconos del logotipo.

Análisis experto

El Análisis se realizó con base en la estructura antes mencionada, es decir cada página del sitio web se dividió en tres partes: *header*, *body* y *footer* para el análisis de sus elementos. También es preciso mencionar que además se realizó un análisis sobre el logotipo de la organización.

La composición del imagotipo (imagen) es correcta sin embargo el imagotipo no conserva el mismo espacio que se muestra en la tipografía. La ejecución gráfica es correcta sin embargo no hace una relación explícita del concepto que se pretende mostrar.

La gama cromática no expresa claramente los lineamientos del concepto deseado. Los colores actuales hacen que el logotipo se asocie a un proyecto corporativo o económico, además de utiliza una gama de colores fríos los cuales no son lo suficientemente fuertes para crear el impacto deseado.

Por otro lado en cuanto a la composición del logotipo (tipografía) presenta alto contraste ya que se utilizan 3 variantes de peso, *light*, *bold* y regular. Presenta también inconsistencia ya que la línea de texto del nombre está compuesta en minúsculas y el *tagline* descriptivo está en mayúsculas. El trazo de la palabra <<Conectarte>> presenta irregularidades, principalmente en la letra “a” y “e”, lo cual provoca que sea poco legible.

En la siguiente figura se muestra una imagen del logotipo e imagotipo de <<Conectarte>>

Sitio web

En análisis realizado en el sitio de conectarte mostró lo siguiente:

Los textos están compuestos en diferentes tipografías, y tamaño de letra lo que hace que la legibilidad de los textos sea complicada, además esto provoca que el estilo de los contenidos no sea uniforme y no se genere interés en el usuario.



Figura 14. Imagotipo y logotipo de <<Conectarte>> por (Téllez. 2019)

La tipografía que se utiliza en el sitio es *studio gothic*, la cual no es una fuente diseñada para sitios web por lo cual al momento de ejecutar el sitio web está no se encuentra presente y automáticamente el sistema la reemplaza haciendo que todos los textos se modifiquen.

La justificación de los textos no es constante, ni homogénea cada sección de la página muestra diferentes tipos de justificación, predominan los textos justificados a la izquierda y derecha.

Los colores que se utilizan tanto en el sitio web como en la identidad corporativa, pertenecen a una gama cromática fría lo que provoca que los colores no generen impacto. El video institucional el cual tiene una duración de 2 minutos con 56 segundos, este es poco atractivo ya que la producción es de baja calidad y no se puede apreciar el contenido debido a que la música de fondo interfiere con el sonido del video.

La interacción de la página no funciona de forma correcta ni en su totalidad, hay botones que no funcionan, lo cual provoca que la interacción sea complicada para el usuario.

Los elementos que conforman a la página no están bien distribuidos, la composición no es homogénea. No existe jerarquía algún en cuanto a la presentación de fotografías, videos y textos.

Los textos están mal redactados y organizados, las galerías muestran imágenes mal organizadas, de distintos tamaños y deformadas, esto hace que la interacción se pierda.

A continuación se muestran ejemplos sobre los puntos mencionados en líneas anteriores.

 <p>Misión</p> <p>Gestionar eventos artísticos en las disciplinas: música, danza, fotografía y cine. Con el objetivo de difundir la cultura en el mercado local y nacional. De esta manera apoyar, también, a los artistas a posicionarse en el mercado laboral.</p>	 <p>Visión</p> <p>Ser la empresa de gestión de eventos artísticos número uno en Puebla. Difundiendo el arte en sus diferentes expresiones y acercándolo a la sociedad.</p>	 <p>Valores</p> <p>→Profesionalismo: Cada trabajo se realiza cumpliendo y cuidando las más altas normas sociales. Trabajos en tiempo y forma según se acuerde previamente con el consumidor y buscando la plena satisfacción del contratante.</p> <p>→Cumplimiento: Al formar parte de la empresa los artistas se comprometen a participar activa y positivamente en los eventos que se realicen. La empresa deberá dar cabalidad a los términos y condiciones establecidas previo a cada evento y los artistas y consumidores se comprometen a satisfacer las ya mencionadas condiciones y términos.</p> <p>→Calidad: Cada trabajo debe cumplir puntualmente con lo que se ha prometido al consumidor</p>
--	--	--

Figura 15. Inconsistencias en los textos de la misión, visión y valores por (Téllez. 2019)

Biodanza

junio 29, 2018

¿Qué es la Biodanza? Es un sistema de integración humana, renovación orgánica, reeducación afectiva y reaprendizaje de las funciones originarias de vida. Su metodología consiste en inducir vivencias integradoras por medio de la música, del canto, del movimiento y de situaciones de encuentro en grupo. Ahora bien si no te quedó muy claro lo que es la biodanza, aquí te dejo las definiciones explícitas para que te animes a probarla.



- **INTEGRACION HUMANA** En Biodanza el proceso de integración actúa mediante la estimulación de las funciones primordiales de la conexión con la vida, que permite cada individuo integrarse a sí mismo, a la especie y al universo.
- **RENOVACION ORGANICA** Es la acción sobre la autorregulación orgánica, inducida principalmente mediante estados especiales de trance que activan procesos de reparación celular y regulación global de las funciones biológicas, disminuyendo los factores de desorganización y stress.
- **REEDUCACION AFECTIVA** Es la capacidad de establecer vínculos con las otras personas.
- **REAPRENDIZAJE DE LAS FUNCIONES ORIGINARIAS DE VIDA** Es aprender a vivir a partir de los instintos. El instinto es una conducta innata, hereditaria, que no requiere aprendizaje y se manifiesta mediante estímulos específicos, tienen por objetivo conservar la vida y permitir su evolución.

Figura 16 Interlínea apretada e inconsistencia de párrafo por (Téllez. 2019)

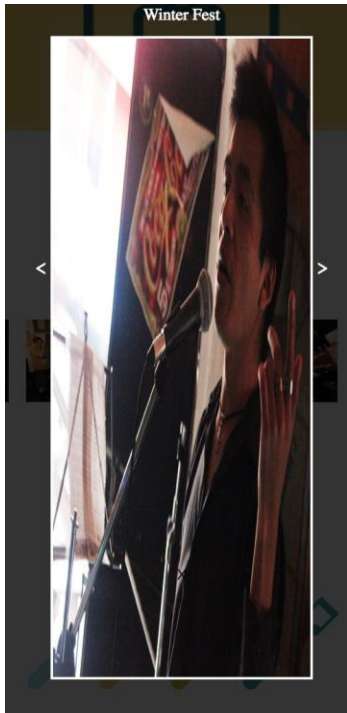


Figura 17. Imagen compactada en galería por (Téllez. 2019)

Resultados

A cada pregunta realizada se le otorgaron los siguientes valores: 1 punto si el usuario localizaba e identificaba la información, 0.5 si lo hacía con dificultad y 0 si no lo reconocía. Las respuestas mostraron lo siguiente: 8 personas de 8 (100%) pudieron identificar el quehacer de conectarte. La mitad de los usuarios es decir 4 de 8 personas (50%) entendieron el quehacer de conectarte, el resto de los usuarios no les quedó claro el quehacer y solicitaron mayor información. Únicamente 2 usuarios de 8 se sintieron identificados con los colores y logotipo de la organización, a uno le gusto la imagen, pero no le causó impacto, a el resto no les inspiró ningún sentimiento, esto fue el (31.25 %) de la muestra. El (25%) de los usuarios, es decir 2 de 8 indicaron como atractivo el video de presentación de la página. El (56.25

%) de la muestra 4.5 de 8 mencionaron que los textos referentes a la misión y visión eran legibles, sin embargo, se quejaron por la alienación y tamaño de la letra. En cuanto a las ramas artísticas con las que trabaja la organización el (56.25%) identificó dichas ramas. El (37.5%) de la muestra 3 usuarios de 8 únicamente pudieron identificar los datos de contacto de la página y utilizarlos. Finalmente el 25% de los usuarios de la muestra es decir 1.5 de 8 estableció que si utilizaría la página para contratar a un artista. Estos resultados se muestran en la tabla 2

En la tabla 4 se puede observar la eficiencia que se registró en las pruebas realizadas. En esta tabla se muestra que se determinó como nivel máximo de eficiencia por usuario el 80 %. Se determinó que los resultados arrojados de 7 de 9 preguntas están por debajo del 50% de eficiencia, es decir únicamente los usuarios pudieron localizar y entender a la perfección un apartado de la página.

Discusión

Con base a los resultados obtenidos de la prueba diagnóstico los usuarios consideran que el sitio no es completamente funcional, esto debido a que presenta muchos problemas de estructura tanto en su diseño como en su contenido. Para lograr el objetivo que el sitio busca es necesario que se modifique completamente la estructura de la página ya que esta no resultó ser funcional para usuarios que no son nativos digitales. El sitio debe ser fácil de navegar para cualquier usuario, este fue otro punto considerable que se mostró durante las pruebas, al principio de este estudio se tenía un perfil y segmento específico de usuarios, sin embargo la prueba arrojó que la página no solo será utilizada por jóvenes de 20 a 30 años. La falta de estructura también provoca que la organización pierda formalidad y los usuarios duden en solicitar servicios en la página, esto es muy importante ya que con esto se pierde el objetivo principal no solo de la página sino también de conectarte. La figura (6) La figura muestra una imagen sobre el análisis realizado a los datos arrojados por las pruebas realizadas.

Al momento de validar los resultados y de aplicarlos se llegó a la conclusión de que sería factible rediseñar la identidad y el sitio web, ya que es necesario que exista impacto visual, así como también debe existir homogeneidad entre la imagen y de la marca. Al mejorar la calidad de la imagen y la estructura de los contenidos, la percepción de los usuarios cambiará de forma positiva. Es preciso mencionar que el cambio no será radical ni desde cero esto debido a que hay elementos que deben mantenerse, como por ejemplo el video de presentación el cual únicamente debe cambiar detalles para que su efectividad sea total. Es necesario que una vez que se realicen estos cambios se vuelva a realizar la prueba diagnóstica para comprobar si el rediseño cumple con los objetivos antes mencionados.

Es necesario establecer que todo este estudio y análisis de prueba se llevó a cabo siguiendo el proceso David Sless.

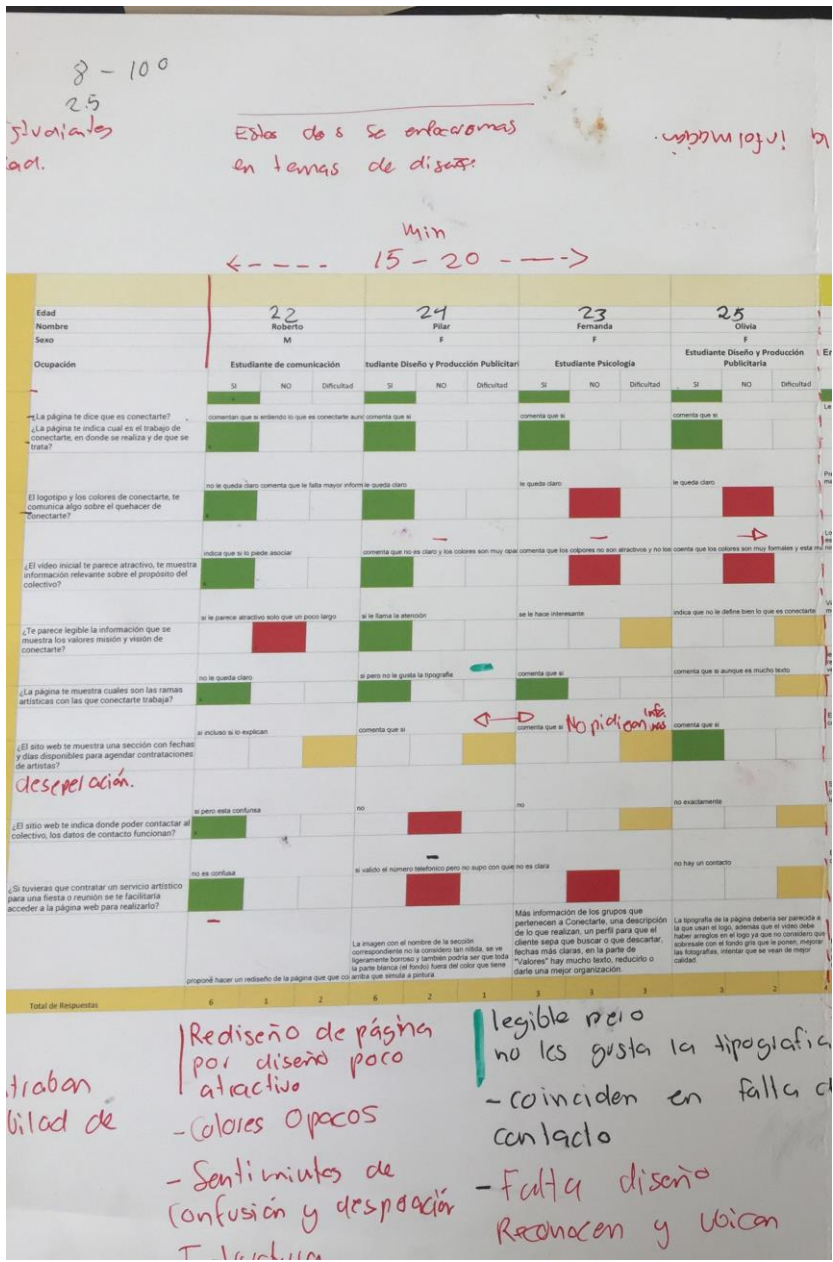


Figura 18. Análisis de los resultados por (Téllez. 2019)



Este proceso permitió realizar un trabajo contundente y profundo lo cual nos llevó a poder profundizar en el problema, pero sobre todo este proceso nos permitió conocer las ideas, sentimientos y percepciones de los usuarios para con ello realizar un análisis que permita detectar los acierto, errores y los puntos a mejorar en el prototipo para que este pueda funcionar correctamente y lograr cumplir los

objetivos establecidos. También se recomienda que una vez que se realicen los cambios sugeridos se vuelva a hacer una segunda prueba con el mismo protocolo para que se pueda evaluar el antes y después del prototipo.

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones se hacen de acuerdo a la tabla desempeño y eficiencia que se puede observar en la tabla 4.

1. Conservar el texto inicial, únicamente se recomienda adaptar su presentación
2. Especificar y estructurar la información y medios de contacto
3. Modificar logotipo y colores de conectarte para generar más impacto
4. Mejorar la calidad del video y el sonido, así como estructurar su contenido de manera más concreta
5. Realizar un proceso de selección tipográfica para los textos del sitio
6. Especificar y mostrar explícitamente las ramas artísticas de conectarte
7. Mostrar agenda y fechas para la contratación de artistas.
8. Mostrar datos de contacto específicos, y mostrar datos de asesores u oficinas de contacto.
9. Restructurar, añadir contenido y realizar pruebas de usabilidad para hacer más efectiva y funcional la página

En el Anexo D se puede ver mayor información sobre el análisis realizado del logotipo y pagina web para mejorar el medio de difusión de la agencia.

5.9 Rediseño del logo y de la página web

A continuación, se presenta el diseño renovado basándonos en la investigación realizada y los análisis correspondientes para lograr una mejor funcionalidad y visibilidad para el usuario y que la pagina le diera ese prestigio a sus artistas que colaboran a continuación se muestra algunas imágenes del nuevo diseño del logo y la nueva imagen de los apartados de la página *web*.



DISEÑO WEB Y FUNCIONAMIENTO



CONECTARTE
GESTIÓN DE EVENTOS ARTÍSTICOS

01 INICIO



MENÚ INTERACTIVO. (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

DESLIZADOR DE IMÁGENES INTERACTIVO.



Misión

Gestionar eventos artísticos en las disciplinas: música, danza, fotografía y cine. Con el objetivo de difundir esta cultura en el mercado local y nacional. De esta manera apoyar, también, a los artistas a posicionarse en el mercado laboral.

Visión

Ser la empresa de gestión de eventos artísticos número uno en Puebla, difundiendo el arte en sus diferentes expresiones y acercándolo a la sociedad.

Valores

- Profesionalismo
- Cumplimiento
- Calidad

MISIÓN, VISIÓN, VALORES.

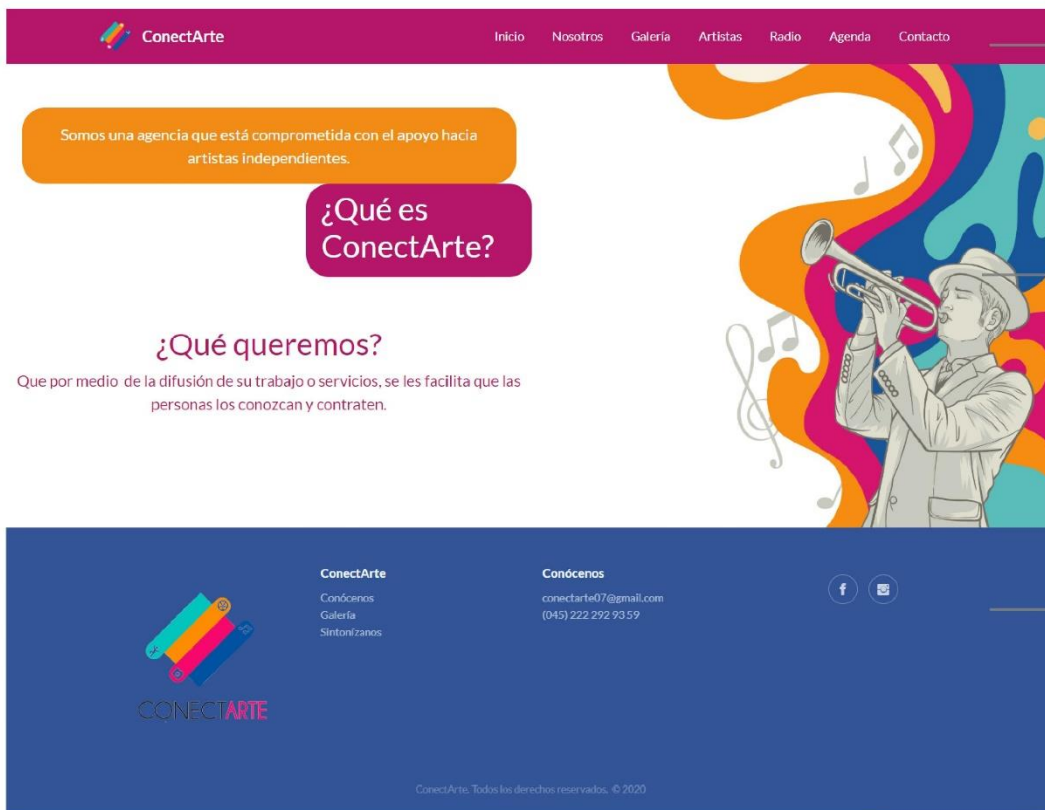


ALIANZAS.



FORMAS DE CONTACTO (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

02 NOSOTROS

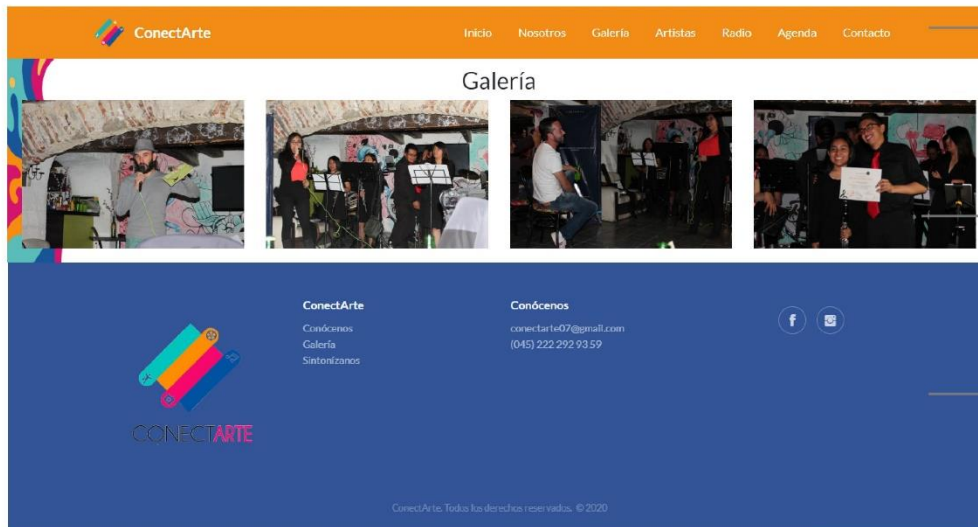


MENÚ INTERACTIVO.
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

¿QUÉ ES CONECTARTE?

FORMAS DE CONTACTO
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

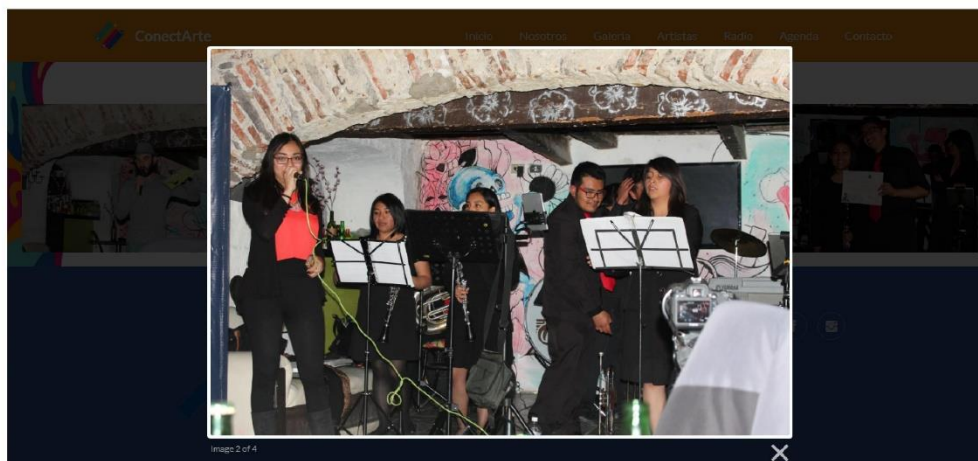
03 GALERÍA



MENÚ INTERACTIVO. (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

FOTOGRAFÍAS. (AL DAR CLICK SE AMPLIAN.)

FORMAS DE CONTACTO (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)



PREVISUALIZACIÓN DE LA IMAGEN. (DAR CLICK EN LA "X" O EN CUALQUIER ESPACIO EN NEGRO PARA REGRESAR A LA GALERÍA)

04 ARTISTAS



ConectArte Inicio Nosotros Galería Artistas Radio Agenda Contacto

LA ESCONDIDA

Carlos Rosas

Consort Brass

Danza Cero

Dueto Piel Canela

EMMANUEL AMADOR

Esteban Peña

Francisco Bravo

Gee Jazz

Germán Espinosa

Julia P. Guzman

Nordés

Pacontrabajo

Pedro Andrés

Soullune

Victoria Ensemble

XHEL

ConectArte
Conócenos
Galería
Sintonízanos

Conócenos
conectarte07@gmail.com
(045) 222 292 9359

f i

CONECTARTE

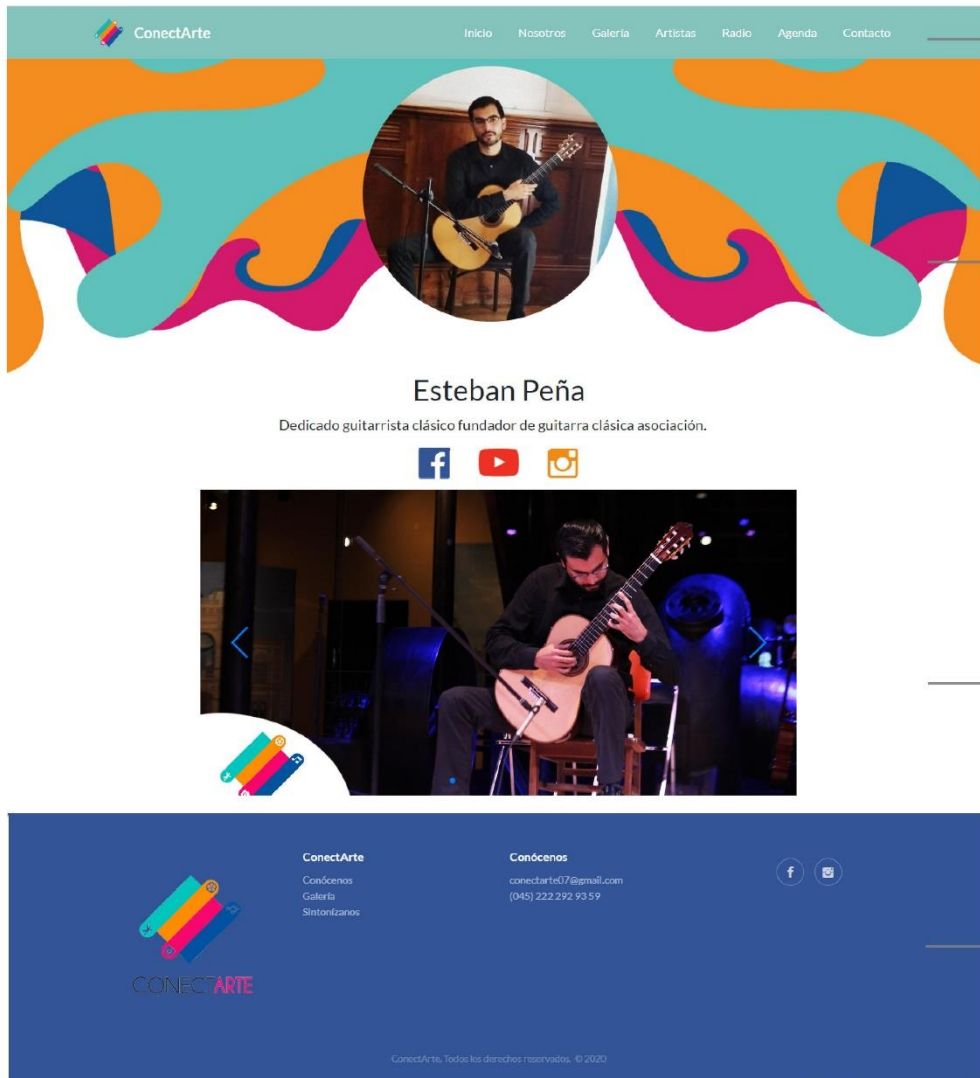
ConectArte. Todos los derechos reservados. © 2020

MENÚ INTERACTIVO. (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

FOTOGRAFÍAS DE ARTISTAS. (AL DAR CLICK TE BRINDAN MAYOR INFORMACIÓN.)

FORMAS DE CONTACTO (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

04 ARTISTAS



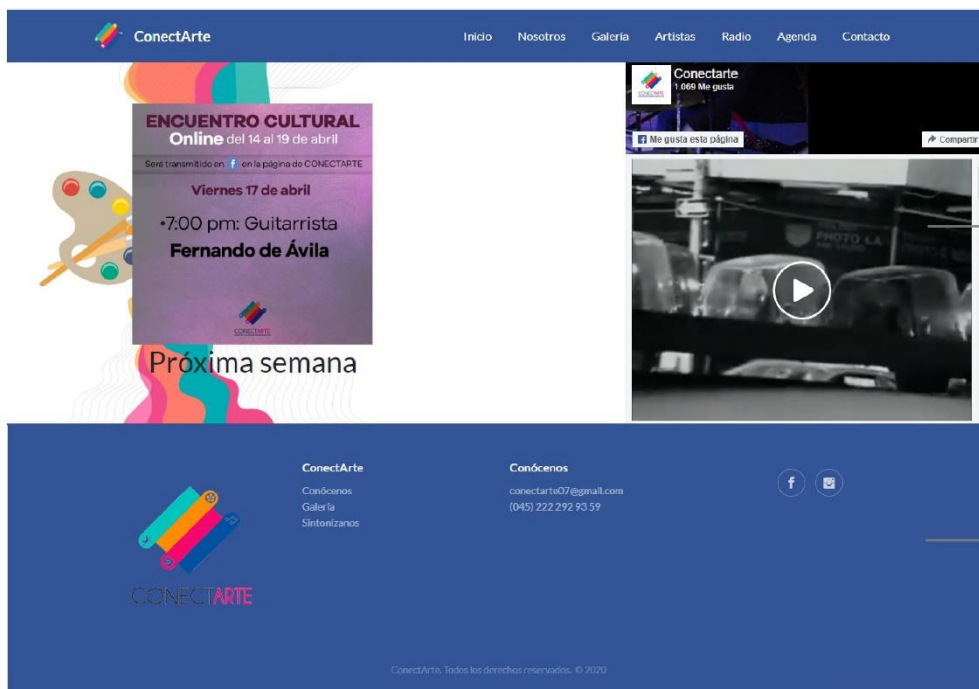
MENÚ INTERACTIVO. (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

PREVISUALIZACIÓN DEL ARTISTA E INFORMACIÓN. (DAR CLICK EN ARTISTAS PARA REGESAR)

DESILIZADOR DE IMÁGENES INTERACTIVO.

FORMAS DE CONTACTO (VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

05 RADIO



MENÚ INTERACTIVO.
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

INFORMACIÓN
(AL DAR CLICK EN LA PÁGINA DE FB, TE REDIRECCIONA A FACEBOOK O AL VIDEO)

FORMAS DE CONTACTO
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

06 AGENDA



ConectArte Inicio Nosotros Galería Artistas Radio Agenda Contacto

ABRIL 2020

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

ConectArte
Conócenos
Galería
Sintonizarnos

Conócenos
conectarte07@gmail.com
(045) 222 292 93 59

f

CONECTARTE

ConectArte. Todos los derechos reservados. © 2020

MENÚ INTERACTIVO.
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

PREVISUALIZACIÓN DE LA AGENDA.

FORMAS DE CONTACTO
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

07 CONTACTO



¡Contáctanos!

Nombre Completo

Asunto

Correo electrónico

Comentario

¡Síguenos!

Conectarte

Conectarte.puebla

(045) 222 292 93 59

conectarte07@gmail.com

ConectArte
Conócenos
Galería
Sintonizanos

Conócenos
conectarte07@gmail.com
(045) 222 292 93 59

CONECTARTE

ConectArte. Todos los derechos reservados. © 2020

MENÚ INTERACTIVO.
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

FORMAS DE CONTACTO

FORMAS DE CONTACTO
(VA EN CADA UNA DE LAS PÁGINAS)

6. Servicios de conectarte en proceso de implementación

Los nuevos servicios serán implementado aproximadamente en septiembre del 2020 actualmente se están diseñando los módulos, contenido de los talleres y detallando costos para posteriormente publicitarlos en redes sociales ya que sería el medio principal de difusión para la promoción de los nuevos servicios mencionado anteriormente.

Prototipos, refinamiento y resultados

En los prototipos, como la página web que nos ocupa denominada “Conectarte”, se hizo un análisis específico para identificar su funcionalidad; en uno de los apartados se precisan sus detalles resultando su cambio completo; al cambiar de logo, actualmente no se lanza a la web pero se espera que en el mes de octubre 2020 pueda tener totalmente funcionalidad.

En el folleto de artistas, de igual forma, se realizó un sondeo a 15 artistas que participan con nosotros sobre su señalización, legibilidad y resultó que, efectivamente con ese folleto ellos entienden la dinámica de integración y objetivo de la agencia

La plataforma de *Trello* mostró avances significativos de organización de actividades y mejoró la calidad en el trabajo de colaboradores al conectarse a realizarla; la mayoría de las metas estipuladas se obtuvieron de manera correcta en tiempo y forma.

El catálogo de servicio es una nueva implementación que está por aplicarse en el público, en su contenido se generó información respecto a los servicios que se ofrecen a los artistas y se tiene planeado estructurar nuevas modalidades de servicios para empresas para que pueda aumentar las áreas de oportunidad para conectarse.

Dentro de la gestión relacional de públicos con posibilidad para desarrollar las estrategias apuntadas, para lo cual podemos adoptar las metodologías y técnicas propuestas por la disciplina del marketing, especialmente las propias del marketing relacional.

En función de la dimensión y diversificación del mercado podemos establecer tres modelos de marketing:

- Marketing masivo.
- Marketing organizacional
- Marketing Individual

Lo anterior, parte del hecho de que desde la Revolución Industrial se introdujo la posibilidad de producir en serie y realizar publicidad masiva de los productos comunes. De la venta a granel se pasó al producto de marca; en consecuencia nos basamos en experiencias ampliamente probadas en distintos tipos de mercado.

Cada organización cultural optará por un marketing transaccional o relacional en función de su misión y su actividad. Incluso una misma organización puede aplicar estrategias distintas para distintos tipos de clientes o de servicios, aunque los servicios culturales públicos en general requerirán mayoritariamente, por su naturaleza y sus objetivos, un modelo de marketing relacional.

Existen organizaciones que desde que se crean, cuentan con un sistema centrado en la construcción de relaciones con los clientes pero, en caso de que una organización cultural quiera cambiar de modelo organizativo centrado en el producto a otro centrado en los tipos de público, tendrá que transformar su cultura organizativa y, sobre todo, invertir en formación; es así como “Conectarte” de alguna manera

aplicó herramientas y conocimientos para fortalecer y obtener mejor funcionalidad y con ello, tratar de llegar a una auto sustentabilidad sólida.

7. Conclusiones.

<<Conectarte >> busca convertirse en una empresa líder en el desarrollo de eventos culturales que ayuden a los artistas poblanos a propulsar su carrera, por lo tanto, es consciente de la adversidad que enfrentan los artistas mexicanos a la hora de crear, exhibir y vender sus obras. “Conectarte” se mantiene a la vanguardia considerando los cambios del concepto de arte lo largo de la historia, desde el arte primitivo, los clásicos griegos y romanos, los grandes maestros del Renacimiento, los postimpresionistas, las vanguardias, hasta los *ready made* de *Duchamp*; pero sobre todo, se centra en las creaciones de nuevos artistas para lograr su consolidación dentro del mundo de las artes.

Con lo anterior, “Conectarte” confirma una de las premisas de la UNICEF, al aseverar que la creatividad contribuye a la construcción de sociedades del conocimiento dinámicas, innovadoras y prósperas. <<Conectarte >>ha retomado esta idea integradora de las artes en una sola exhibición con la idea de renovar la visión del arte poblano hacia las nuevas creaciones de nuestro grupo de artistas; dentro de la exhibición se ha decidido unir los talentos de su equipo artístico para dar a conocer una obra artística que reúna artes visuales, poesía, música, teatro y danza; con esto busca contribuir a la edificación de sociedades abiertas, inclusivas y pluralistas.

Para continuar con su aporte a la sociedad, “Conectarte” va a incluir un ciclo de conferencias con cada uno de los artistas, en las cuales el artista va a exponer su historia, su proceso creativo, él o los motivos de su inspiración y cuál es el mensaje de la obra, qué ideologías desea transmitir la obra y sobre todo, de qué manera su obra puede aportar una crítica o solución a la sociedad actual.

La conclusión de esta intervención fue resultado de un análisis y construcción en la mayoría de las materias cursadas en el transcurso de la maestría como: Procesos de gestión de las industrias creativas y culturales, métodos y procesos de diseño estratégico, laboratorio de diseño centrado en el usuario, diseño estratégico para espacios creativos y culturales y gestión de emprendimiento en la industria creativa y cultural.

El análisis del contenido y toma de herramientas de diseño estratégico y de las materias mencionadas dio como resultado fortalecer la agencia en imagen corporativa, gestión de la estructura y elementos de plan de negocios, organización de todas las áreas internas y externas. Se efectuó una amplia revisión en las características y tendencias de colaboradores y artistas que apoyan la agencia así como en distintos públicos con posibilidad de adquirir sus servicios.

El punto clave de esta intervención fue que el artista tiene clara nuestra propuesta de valor porque se comprobó que la recibe e identifica a la agencia como área de oportunidad y evolución para su carrera y alcance proyección vinculado a la agencia.

El objetivo de esta intervención fue una mejora en el proyecto *Artsound* que actualmente se llama <<Conectarte>> y se enfocó a convertirla en agencia con mejor imagen para la representación de artistas multidisciplinarios y gracias al uso de distintas herramientas se logró conocer sus diferentes áreas, llevando a cabo el seguimiento hacia mayores alianzas con empresas interesadas en sus servicios, en universidades, sitios públicos y aumentado su catálogo de artistas, siendo su principal objetivo, posicionarse como una de las primeras agencias en gestión cultural de la Ciudad de Puebla con diversidad de artistas y creación de conceptos culturales, adecuándose a diferentes espacios públicos y culturales,

actualmente se está trabajando en implementar campañas a través de redes sociales para promocionar y dar a conocer, en fecha próxima, los nuevos servicios de <<Conectarte>>.

Bibliografía.

Alcaraz, R. (2015). El emprendedor de éxito, México, Mcgraw hill interamericana editores, S.A de C.V

Brown, T. (2009). Desing Thinking, México recuperado de <http://noticias.universia.es/cultura/noticia/2017/07/07/1154014/tim-brown-maestro-creador-design-thinking.html>

Cañola, K. (2013), La gestión cultural es clave para el desarrollo de una sociedad, México recuperado de <http://udep.edu.pe/hoy/2013/la-gestion-cultural-es-clave-para-el-desarrollo-de-una-sociedad-cultural/>

Dyer, J., Clayton M., y Gregersen H “El ADN del innovador”, Barcelona, Editorial de centros libros PAPP, S. I. U

Fontejin, J. (2011), "Diseño de servicios, innovar creando valor para el cliente", México recuperado de <https://javiermegias.com/blog/2011/09/disenyo-de-servicios-innovar-creando-valor-para-el-cliente/>

Garrido, F. (2000) Comunicación estratégica, Barcelona, Ediciones gestión 2000, S.A de CV

García F. (2009) Publicidad efectiva para pymes, México, recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/262830>

Hoare, J. (1979) Uso del análisis de red en la administración de proyectos, México, DF:

Diana S.A de C. V

Johnson, G. (2006) Dirección estratégica, Madrid, España: Pearson educación S.A de C.V

Kelley, D. (2009) ¿Qué es *Design thinking*? pensamiento de diseño, Madrid España
recuperado de <http://www.luisan.net/blog/disenio-grafico/que-es-design-thinking>

- Meyer, A. (2004). Hábitos, prácticas y consumos culturales en la ciudad de Puebla. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/jo-seantoniomeyer.pdf>
- Morales F (2015) Somos estrategas, Barcelona, Editorial Gedisa, S.A
- Ohmae, K. (1989) La mente del estratega, Madrid, Mcgraw hill interamericana de España S.A de C.V
- Osgood, W. (1985) Métodos efectivos de planificación de negocios, México, Editorial Limusa S.A de C.V
- Project Management Institute, Inc* (2013) "Guía del PMBOK", EE.UU, *Newtown Square*, Pensilvania
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México, D.F.: McGraw Hill.
- Scott, J. (1993) Cómo dirigir el cambio en las organizaciones, México, DF: Grupo editorial Iberoamérica, S, A de C.V
- Sless, D. (1993) Para diseñar un tercer lugar Australia, recuperado de -http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/galvez_s_mi/capitulo5.pdf
- Yescas. (2013), instrumentos de validación, México recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572013000200016
- Yuste., y Sanchís (2018), ¿Qué es el diseño de servicios?. Una nueva forma de pensar, crear y diseñar la relación con los clientes, México recuperado de <https://blog.ferrovial.com/es/2018/01/que-es-el-diseno-de-servicios/#>

Anexos a

Guía de entrevista semiestructurada para alumnos del servicio social sobre el sistema de organización de actividades en el servicio social.

Preguntas abiertas

¿Qué te motivó a realizar tu servicio social en Conectarte?

¿Qué opinas acerca de la Organización del servicio social en tu universidad?

¿Te gustan las actividades que te asigna Conectarte? ¿Por qué?

Si pudiera cambiar algo de Conectarte ¿Qué sería?

¿Cuáles son las vías de comunicación que más se te facilitan para enterarte de las actividades que se te asignan?

-¿Recomendarías a Conectarte a algún compañero o amigo para realizar su servicio social?

¿Por qué?

-¿Qué esperabas de las actividades que realizaste en el Servicio social?

-¿Qué actividades propondrías para la difusión de los artistas que forman parte de la agencia Conectarte?

-¿Cómo difundirías el objetivo de Conectarte con el público?

-Desde tu punto de vista, ¿cómo mejorarías la organización de actividades?

-¿Qué mejorarías de las áreas de Conectarte?

-¿Que propondrías para tener una mejor organización de actividades?

-Si tú fueras el responsable de llevar las áreas de Conectarte, ¿cambiarías algo? .En caso de que la respuesta sea afirmativa, ¿qué cambiarías?

Preguntas cerradas

¿Aprendiste algo significativo de Conectarte?

Sí No

¿Te queda claro el objetivo de Conectarte?

Sí No

¿Conoces a los artistas que están inmersos en el proyecto?

¿Compartes la afinidad de apoyar artistas independientes del Estado de Puebla?

Las actividades que realizas en el servicio social ¿son lo que esperabas?

¿Qué actividades esperabas?

Entrevistas a los artistas independientes para validar los servicios de la agencia Conectarte.

¿Estás enterado de lo que hace Conectarte?

¿Sabes a qué se dedica Conectarte?

¿En qué has participado en este proyecto?

¿Cuál es el objetivo de Conectarte?

¿Conoces los servicios que se ofrecen a los artistas?

¿En qué te podría ayudar Conectarte a nivel profesional?

¿Cuál ha sido tu experiencia con los servicios de Conectarte?

¿Qué medio digital favorece para difundir a los artistas al público?

¿Les parece justo nuestra manera de auto sustentabilidad?

¿Qué opinan de los contratos por evento que se les otorga?

¿Qué opinan acerca de la forma/manera de comunicación que tenemos con ustedes?

¿Cómo se les facilita tener contacto con nosotros?

¿Qué les desagrada del proyecto?

¿Qué sugieren implementar en el proyecto para mejorar?

¿Tienen confusión por algún servicio? ¿En cuál y por qué?

¿En qué te ayuda este proyecto a tu carrera?

Anexos b

Análisis de mesa redonda mesa redonda, entrevistas e historias de vida.

En el presente texto se hará un análisis detallado de las respuestas obtenidas de una serie de entrevistas individuales, y mesa redonda donde se debatirán varios puntos, los cuales se realizaron con la finalidad de detectar las debilidades y fortalezas del proyecto <<ArtSound-Conectarte>> en cuanto a la interacción de sus usuarios e integrantes, como los artistas que forman parte de él y alumnos del servicio social, quienes también toman el rol de las actividades internas y externas del proyecto.

En la primera parte, se les mostro a los entrevistados algunas imágenes de *ArtSound*, a lo que ellos opinaron que les parecía un proyecto independiente, con artistas, y una gran propuesta, mientras que sobre Conectarte mencionaron verlo como “evolución, trabajo y proyecto”.

Durante la mesa redonda se realizaron distintas preguntas a los participantes; la primera fue “¿Cómo conocieron a *ArtSound*?”, y la respuesta arrojó que *ArtSound* se ha ido difundiendo de boca en boca a través de directivos (por ejemplo, “Rogelio, quien es el encargado de los eventos de la BUAP”, “Marisol, dentro de su círculo de amigos del conservatorio” y a través del “servicio social de la BUAP del técnico en música”), de esos directivos, siempre ha estado Marisol de por medio. La segunda pregunta fue ¿Tienen alguna experiencia significativa que les haya dejado *ArtSound*? sobre lo cual, todas las personas que se tomaron para la mesa redonda, dicen tener recuerdos en común, entre los cuales incluyen los eventos llevados en <<El Venado y Zanate, Teatro Ibarro Mazarí, Auditorio a lado de Lobo Radio y en Pulque Para Dos>>. Estos recuerdos tienen cosas buenas y malas.

Podemos entender que para que un evento sea bueno, se debe vivir el compañerismo de todos como equipo, ya sea apoyándose anímicamente y prestándose material (solo en cuestión de emergencia) para poder tocar en el evento, cosa que propicia lazos de amistad entre ellos mismos. También es del agrado

del artista, otorgarle la sensación de libertad de decorar como ellos quieran (en cuestión de luces o de escenografía).

Por ello cito lo siguiente: Uno de los entrevistados dijo “de hecho, creo que ese es uno de los conciertos mejores...mejor bien hecho que hicimos”. Muchos canta-autores dijeron “oye ¿cómo le hicieron?” y yo le respondí “no pues fue aquí entre todos, pusimos cosas y así”. Sin embargo, lo más significativo para ellos es que hubiese público y que además se quedaran a todo el evento.

Pero además de esa sensación de libertad, desean tener un evento en el cual haya público que muestre interés por lo que están viendo o escuchando, además, lo que le da un plus, es que se queden a toda la presentación.

Por el lado negativo, mencionan los artistas que se ponen nerviosos cuando existe un imprevisto (que no llegue un artista, que el evento inicié tarde, que el equipo de sonido no esté a tiempo, que no haya compromiso por parte del organizador o del lugar donde se van a presentar). Cabe resaltar que la puntualidad es de suma importancia para los artistas, ya que, aunque ellos no expresan su inconformidad, consideran una falta de respeto la impuntualidad, ya que pareciera que a los organizadores no les importa su tiempo.

A pesar de vivir con un poco de nerviosismo o estrés por subir al escenario, se puede catalogar como algo que comúnmente se puede vivir dentro de un evento artístico.

Los artistas también son personas, cuyos sentimientos son primordiales, así como la solidaridad que muestran con sus compañeros. Además, una cualidad común en este gremio, es el hecho de agradecer siempre por el espacio que se les da, aun cuando este sea pequeño. Sin embargo, algo que no es agradable para los artistas, es que la gente de los “espacios” prestados sea grosera, ya que no les pagan y ni siquiera son atentos pues no les ofrecen ni una botella de agua. Tratan de aprender de cada evento, incluso se ha

observado que en todos los eventos a los que son invitados, les pasa algo agradable o desagradable. Es claro que se han dado de muchos <<topes>> durante su carrera artística, sin embargo, ellos siempre tratan de verla de manera <<positiva>>.

Por otra parte, las personas que han trabajado con Marisol, la aprecian y la quieren ayudar de una forma u otra. Esto se refleja cuando de repente un evento está saliendo mal por cuestiones técnicas, y los artistas se quedan a tocar sin importar las dificultades, únicamente como agradecimiento a Marisol (por ser su compañera o amiga) y por conseguir los espacios para las presentaciones.

La tercer pregunta realizada fue: << ¿Están enterados de lo que hace ahora Conectarte?, sobre lo cual pudimos notar que no tienen muy claro lo que realiza, y piensan que Conectarte es Un organismo que se encarga de conectar al músico o al artista con el cliente , o que solo fue un cambio nada más de razón social, de nombre y de equipo. Ya que el objetivo es el mismo que *ArtSound*. Mientras que otros lo describieron como un nuevo proyecto. Se cree que Marisol se alió con otra persona (*Vellver*) y que la relación aún sigue>>.

La cuarta pregunta fue << ¿Saben cuáles son los servicios que ofrece Conectarte?>>, en donde se denotó mayor claridad, pues dijeron que dentro de los servicios que ofrece conectarte, se piensa que es una especie de agencia (que busca el cobro de eventos), dar difusión a los artistas independientes, promotora cultura. Un punto importante que se manifestó es la sensación de que Marisol quiere abarcar muchas cosas y que debido a ello no llega a prestarle atención al 100%.

La siguiente y quinta pregunta fue << ¿Han crecido profesionalmente estando con nosotros en <<Conectarte?>>, dentro de lo bueno o malo que ha pasado en los eventos de *Artsound*, los entrevistados opinan que ahora en Conectarte, si han tenido mucha experiencia profesional; uno de los expertos contó una mala experiencia con <<Orquesta *Ollín*>>, dijo que no le parecía que el director de la orquesta le

gritara, ya que no le pagan y ni le estaban otorgando dinero para las copias, incluso comento que solo fue una vez al ensayo y jamás regreso de nuevo debido al trato. Cito la parte en la cual expresa su molestia ante este suceso; <<Está mal que lo diga, pero este...yo ya me consideraba un músico profesional porque yo ya llevaba 4 años en el conservatorio, ya tenía acabada mi licenciatura... Pero bueno, supongo que hay personas que, si soportan ese tipo de cosas, ¿no? ...>>; otra idea que surgió ante este experimento fue que en cada evento existen ambos lados de la experiencia, bueno y malo, por lo que mencionan que sí hay crecimiento en el aspecto de que pueden entender para que publico y para que lugares esta hecho su material y para cuáles, definitivamente no.

Otra cosa en común entre algunos de los entrevistados, es que no es agradable para los artistas cuando al terminar de tocar no existe un aplauso o reacción del público, ya que piensan que su trabajo no fue realmente bueno, sin embargo, para otros es comprensible que esto no significa que NO sean buenos, sino que simplemente no fue el público correcto para su presentación.

Por último, se puede concluir que estar en el proyecto de *ArtSound*, ahora Conectarte, les ha ayudado a construir tablas en el escenario para conocer distintos públicos y lugares.

La sexta pregunta fue << ¿Qué medios de difusión les favorece para avisar que hay un evento?>> sobre la cual, todos llegaron a la conclusión de que cualquier medio de difusión ayuda para que la gente se entere de los eventos. Sin embargo, si les dieran a elegir, tomarían las redes sociales, destacando *Facebook* y *WhatsApp*, aunque también mencionaron que la radio, el internet, los panfletos y las agencias de difusión poseen un gran alcance.

La séptima pregunta fue <<¿Qué opinan de los contratos por evento que se otorguen con el fin de que sea una fuente de ingresos?>>, y sobre esto, lo que mencionaron fue que les encantaría trabajar por contrato, por dos motivos: el primero, el dinero y el segundo, que tendrían un respaldo de un papel ante

cualquier situación, además, así no llegarían a tener problemas con los dueños de los espacios en aspectos de puntualidad o de horas que van a tocar, pues afirman que un contrato le da formalidad tanto al artista como al evento en su totalidad.

Actualmente ellos trabajan sin contrato, y tienen conocimiento acerca de aquello que les puede jugar en contra, pero mantienen su palabra por razones de amistad hacia la persona encargada.

La octava pregunta se realizó de manera hipotética, mencionando algo que no les gusta de este proyecto, ¿Qué es lo primero que venía a su mente?, y las tres respuestas más comunes fueron impuntualidad, informalidad y organización.

La novena pregunta comenzaba de la siguiente manera <<Si ustedes fueran el director de conectarte, ¿qué cambiarían inmediatamente?>>, y aquello que salió a la luz fue la falta de disciplina, desorganización, falta de formalidad, estrategia, y un mayor desarrollo.

Las respuestas anteriores indican que la primera acción que *ArtSound* (Conectarte) debe de tomar, es la organización y formalidad.

Por último, la décima pregunta fue <<¿Cómo se le facilita a ustedes tener contacto con la empresa Conectarte?>>. Se llegó a la conclusión en que las redes sociales se ocuparían para cosas muy informales y cosas muy sencillas, optando por usar el correo para mayor formalidad (debido a la organización y seguimiento de conversación que se le puede dar por este medio, además de que la información permanece en un solo lugar), lo que posteriormente, facilita verse personalmente en los casos que sea necesario.

Conclusiones de la mesa redonda

Las conclusiones que nos arrojó dicho estudio, fueron las siguientes:

Como primer punto, pudimos notar que el "boca en boca" es el medio por el cual Conectarte se va a ir dando fama y es una opción viable, ya que se generan lazos fuertes entre los artistas y el proyecto.

Asimismo, las "demandas" que el artista necesita en un evento, son: equipo listo, puntualidad, público y respeto. En este punto, cabe mencionar que "Conectarte" influye en el ambiente de eventos con grupos simultáneos, sin embargo, quien influye en el ambiente directo, son los mismos artistas, ya que, entre ellos, siempre se apoyarán por el simple hecho de ser compañeros, pues ellos buscan el sentido de pertenencia a Conectarte, lo cual permitirá que en cualquier evento que se realice por parte de la agencia, se tenga interés por participar. En otras palabras, entre mejor se la pase el artista en el evento, va a querer volver a participar sin objeciones.

El cambio que hubo de <<ArtSound a Conectarte>> si ha afectado el conocimiento que tienen los artistas con respecto a la empresa, ya que no pueden describir que servicios proporciona actualmente Conectarte, y como no tienen una explicación clara por parte de nadie, ellos llegan a pensar que solo fue un cambio de razón social, de nombre y de equipo. Sin embargo, algo bueno de ello es que perciben a "Conectarte" como algo fresco y nuevo. Además, la percepción que existe sobre el directivo de Conectarte, es de una persona que quiere abarcar mucho, por lo que no llega a prestarle el 100% de la atención a una tarea en específico; así mismo siente admiración por ver que se está llevando a cabo un proyecto difícil.

Aunque los músicos no han generado dinero, han obtenido un crecimiento profesional, ya que en cada evento al que van, se encuentran con retos diferentes ya sea con el equipo de audio o con el público. El tener diferentes lugares para presentarse, les ha ayudado a tener un tipo <<open mic>>, donde van probando el material artístico que tienen. En una frase resumida <<Conectarte les ha ayudado a construir tablas en el escenario para conocer distintos públicos y lugares >>.

Los medios de difusión para avisar que hay un evento son las redes sociales, específicamente *Facebook* y *WhatsApp*. En cuanto a los canales de comunicación que se recomienda para tener contacto hacia los artistas son dos: Vía correo electrónico y *WhatsApp*. Se sugiere ocupar el correo únicamente para aspectos formales como invitaciones a eventos, mientras que *WhatsApp* se utilizará para cosas sencillas como recordatorios previos al evento.

El último punto trata los contratos; una vez que se le empieza a pagar al artista, es importante contar con esta herramienta, ya que además de ser un amparo para ellos, establece formalmente aspectos como el tiempo de show y la cantidad monetaria que se obtendrá del evento, esto con el fin de evitar malos entendidos o confusiones que escalen hasta una pelea. En caso de no contar con un contrato, es probable que se genere incertidumbre en el artista, y se hace difícil poder objetar si llega a existir una cancelación o conflicto de cualquier índole.

Anexos c

Historias de vida

Durante esta etapa se realizaron entrevistas individuales hacia algunos artistas y personas significativas a lo largo del proyecto, las cuales han aportado y participado en el desarrollo del mismo desde sus inicios y en la actualidad.

La primera historia de vida de la cual se hablará, es de Pedro Andrés, un cantautor cuyo evento se vivió recientemente, y en breve se le realizó una pequeña entrevista. La primera pregunta que se le hizo fue <<¿De qué manera Conectarte te ha ayudado Pedro?>>a lo cual respondió <<Pues mira, empezando por que es una agrupación, que está teniendo confianza al talento poblano, al talento local, y a mí. Me ha abierto espacios, me ha abierto entrevistas y por consiguiente, me está dando difusión, está haciendo que el nombre del proyecto que es ‘Pedro Andrés’, que ya tiene sus años, esté teniendo vigencia, siendo

escuchado nuevamente y no es que no se haya escuchado antes sino más bien hubo otros proyectos antes. Pero digamos más bien que Conectarte es como un volver otra vez a tener un acercamiento con la gente>>

La segunda pregunta fue “¿Cuál fue tu primera experiencia con nosotros?” y su respuesta fue <<La primera experiencia pues fue una entrevista, en la entrevista que me hicieron en ‘Radio Lobo’, estoy muy contento con esta entrevista que me hicieron, porque bueno, me dejaron con mucha libertad, la verdad me dejaron expresarme como quise, las canciones igual y lo mejor fue que el entrevistador pues tomó parte de mis canciones e hizo inclusive las mismas reflexiones que yo hacía con las letras y eso la verdad me encantó. No en todos los lados es igual y la verdad si me gustó mucho ese acercamiento de la entrevista.>>

Se continuó con la tercer pregunta <<¿Qué opinas del cambio que tuvimos de *Art Sound* a Conectarte?>>, y dijo <<Pues todo cambio es nuevo, siempre y cuando haya una evolución, a mi si se me hace bien, se me hace, creo que los veo más organizados, los veo como que más agrupados en una cuestión un poquito más formal y eso es bueno, es bueno porque la verdad nosotros los artistas necesitamos que haya gente que nos apoye pero de manera pues no así nada más de oídas sino realmente que nos den ese espacio, formalidad y horario y también con las personas, pues siempre hay desorganización en otras cosas, pero no, yo creo que Conectarte está bien organizado, ahorita lo vimos, yo lo vi ahorita y creo que estuvo muy bien, para mi estuvo bastante bien.>>

El siguiente entrevistado fue Paco Rubín, un poeta que colabora actualmente con *Art Sound*. La primer pregunta fue <<¿De qué manera con *Art Sound* (ahora Conectarte) le ha ayudado?>>, a lo que él respondió “Bueno, ha sido una oportunidad más para poder presentar mi trabajo, siempre ando buscando escenarios, espacios de cualquier dimensión para poder dar a conocer mi trabajo, entonces la invitación a estos eventos, a estos festivales, ha ayudado a que pues me vincule con actividades, esté yo activo.” La siguiente pregunta que le hicimos decía “¿Cuál fue tu primera experiencia con nosotros?”, y su respuesta fue “La primera experiencia...ahora estoy muy confundido por fechas, pero me parece que una de las primeras

experiencias fue el ‘Pulque Para Dos’ pues fue un festival que me pareció buena iniciativa por parte de alguien independiente, para promover el trabajo artístico, sobre todo la consideración de la poesía, que de pronto en este tipo de musicales hay más presencia musical que de poética, entonces me pareció una buena oportunidad, inclusive en un espacio fuera de Puebla, que fuera en la ciudad de Cholula en el ‘Pulque Para Dos’, por último, le hicimos una tercer pregunta “¿Qué opinas del cambio que tuvimos de Art Sound a Conectarte?”, y él dijo “Bueno, este cambio para mi es nuevo, yo me quedé con la idea de que Art Sound era todavía, entonces apenas me estoy enterando de este cambio, creo que está para bien, siempre que seamos autocríticos, que nos demos esta oportunidad de refrescarnos y mejorar, entonces, que el cambio es para seguir creciendo y para seguir haciendo este tipo de actividades pero de una forma más profesional.”

La tercera persona entrevistada, fue un músico, de nombre German Espinosa, quien en ocasiones toca en Plaza Loreto. Al llegar, se comenzó la entrevista preguntándole “Cómo estás?” a lo que él respondió “Bien, bastante bien, emocionado.”, una vez que se encontró listo, procedimos a hacerle la primera pregunta “¿De qué manera Conectarte te ha ayudado?” sorprendentemente nos dio una respuesta amplia, “De qué manera me ha ayudado...pues, me ha abierto a poder mover mi música a otros lados, sabes, es un muy buen medio de difusión para artistas independientes de cada zona de Puebla y que necesiten más apoyo de esta forma.”

La siguiente pregunta fue directamente en relación a *Art Sound* “¿Cuál fue tu primera experiencia con nosotros?” y él dijo “Fue una entrevista en su programa de radio, cuando recién estaba comenzando, aún no tenía grabado creo que nada, no había sacado nada, pero, pues ya estaba planeando comenzar a grabar.” Después le preguntamos su opinión sobre el cambio que tuvimos de *Art Sound* a Conectarte, “Más fresco, se siente bien”, esas fueron sus palabras; posteriormente le preguntamos si pudiera describir a Conectarte en una sola palabra ¿Cuál sería?, a lo que respondió “Una sola palabra...apoyo, apoyo para músicos

independientes.” Deseosos de conocer su mejor experiencia con nosotros, se lo preguntamos de manera directa, y el menciona que su última entrevista estuvo “muy buena y entretenida”. También, queríamos conocer su opinión acerca de la falta de apoyo a artistas independientes, y él afirmó lo siguiente: “Vaya, pues, es complicado para cualquier artista independiente querer surgir, querer mostrar su trabajo porque obviamente toda la gente se acostumbra a escuchar y a ver lo que los medios de difusión permiten. Entonces a veces es muy complicado, incluso entre propios amigos es complicado, siempre va a haber como espinitas, pero, yo creo que espacios como estos son bien necesarios, bastante, bastante necesarios. Entonces es bonito saber que ayudan a motivar a los artistas independientes.” Finalmente se cerró la entrevista al preguntarle qué opinaba de la falta de oportunidad hacia los artistas, a lo cual respondió “Que es muy, muy triste ver a tantos muy buenos músicos que tienen que estar buscando en donde tocar en la calle, y ver que hay espacios que personas están ocupando de mala forma, eso es bastante triste.”

El siguiente entrevistado fue José Antonio, quien ha sido un pilar para este proyecto tan importante, ya que ha estado en la construcción desde cero de Conectarte. “Cómo estas José?”, “Muy bien, gracias”, respondió; la primera pregunta que hicimos fue “¿De qué manera Conectarte te ha ayudado?” a lo cual respondió: “Creo que de la parte más esencial, ha sido, conocer a personas, como músico me gusta mucho el arte y no solamente la música sino las Bellas Artes, pintura, escultura, fotografía, cine, entre otras y el conocer a más personas que compartan pasión por un arte, algo que te llena y darías la vida por hacerlo y si eres feliz haciéndolo todo el tiempo; te hace animarte y querer continuar con lo que haces. Entonces el participar en este proyecto y conocer a más personas que se dedican a hacer lo que les gusta, me anima a mí mismo, a querer continuar con lo que yo hago.”, seguido de esto le preguntamos cual había sido su primera experiencia con nosotros, y él dijo “La primera experiencia, pues, creo que fue hablando con Marisol, fue la más cercana y la que recuerdo. Estábamos después de un ensayo con la Orquesta, nos sentamos a hablar con Marisol y allí me planteó la idea de lo del proyecto, de lo que se estaba haciendo y

me encantó la idea. Poder apoyar y trabajar con artistas, especialmente poblanos, para que ellos puedan fomentar su arte, pudieran darse a conocer, creo pues fue la experiencia más cercana. Me ayudó mucho, no solamente fue una buena idea si no me creo la necesidad de ser parte de, entonces, allí cuando empecé a tomar amor por lo que están haciendo.” Lo cual nos dejó intrigados y deseosos de saber más, por ello le dijimos “Y esta necesidad que dices para el apoyo a los artistas independientes ¿De dónde nació?”, y su respuesta fue “Creo fue por experiencia personal, como músico, obviamente nosotros buscamos un lugar en donde poder tocar, buscamos gente que nos ayude con instrumentos, con muchas cosas que se necesitan; que a veces no se da o que la gente no puede ver puesto que no es común en nuestra sociedad la cultura del arte. Entonces, en base a esta necesidad que nosotros experimentamos en la Orquesta o de manera personal con los músicos, puedes tener cierta empatía con las otras personas y de ahí es donde nace la idea de querer ayudar, al entender que a veces es difícil para uno, quieres ayudar a otros para que podamos progresar todos.”

La siguiente pregunta fue su opinión acerca del cambio de *Artsound* a Conectarte, a lo que respondió “Yo considero que es muy positivo, muy bueno porque, de entrada, al ser una empresa que busca ayudar a los músicos y artistas especialmente poblanos. La idea del nombre en inglés, en el cambio a español, es muy significativo puesto que nos representa más en nuestro propio idioma, entonces, ese cambio que hubo, primordialmente en el idioma, luego establecer lo que hacemos, lo que hace la empresa desde el nombre, conectar el arte con las demás personas, pues entonces hace más sencilla la relación con el artista como con las empresas.” Continuando con la entrevista, le pedimos que describiera a Conectarte en una sola palabra, a lo cual su respuesta fue amplia, pero completa “En una sola palabra...sería empatía, porque creo este proyecto se basa en ello, en entender a los artistas porque si cada cabeza es un mundo, la cabeza de un artista es mucho más compleja todavía muchas veces. Entonces, atender a cada persona, cada artista, sus necesidades, sus deseos, sus anhelos, su trayectoria, su visión, y con base a ese entendimiento, poder

ayudarle a proyectarse y darle las herramientas, conectarlo con las personas que le pueden ayudar a cumplir ese objetivo que tienen y para una persona es uno, para otra es diferente, a tener esa empatía, entonces podemos ayudarles de una mejor manera.” Le pedimos nos compartiera la mejor experiencia que había tenido con nosotros, a lo cual no pudo responder, así que le sugerimos un concierto, algún concepto o persona que significara mucho en su vida, y esto lo ayudo para contestar lo siguiente, “Pues, pienso en dos experiencias, no las mejores, ambas son significativas. El trabajar principalmente con los jóvenes del servicio social de la UPAEP, es algo muy llamativo para mí, puesto que cada uno tiene algo diferente que aportar. Entonces al poder ver sus ideas, la innovación, las propuestas de proyecto que tienen, te hace abrir un panorama muy diferente, como cada uno, en especial; creo de las primeras preguntas que hicimos fue ¿Practicas algún Arte?

Debe ser muy perteneciente a la empresa, debe sentirse parte de. Entonces algunos pintaban, algunos tocan, algunos cantan; tal vez no se dedicaban a eso, pero lo hacían en algún momento. Entonces ver cómo se complementa ese Arte con lo que hacen; comunicación, diseño, que forma parte única en su vida, en lo personal me gusta mucho porque me doy cuenta que el Arte no es específico o esencial de aquel que lo practica todos los días, sino que el Arte forma parte nuestra todos los días y que puede sensibilizarnos como persona. La segunda, hablaría de los conciertos, especialmente del que se hizo en la Casa de la Cultura, fue el primero que se hizo como empresa Conectarte recién reconstruida, entonces, me gustó mucho porque el género musical no era muy conocido por las personas, incluso para la Directora de la Casa de la Cultura causó cierta intriga que era lo que iban a tocar, se dio el espacio y se hizo la presentación y a todos les gustó muchísimo. Entonces entendí allí que el Arte no es a veces lo que nosotros pensamos o ese estereotipo de que debe ser música clásica o de los grandes compositores para que sea Arte, si no que el Arte es algo que nos mueve que nos llena a todos nosotros, y que es diferente, que cada uno lo entiende diferente. En esa ocasión, en ese lugar, con esos artistas que estuvieron en el escenario pudieron

llegar a su público, pudieron llegar a los Directores de la Casa de la Cultura y al final es eso, ese es el proyecto de Conectarte, poder llevar el Arte a las demás personas.” Casi para concluir la entrevista, preguntamos ¿Qué se sentía formar parte de Conectarte?, y él nos dijo “Pues es ser parte de algo más grande que tú, creo que como artistas nos dedicamos mucho al Arte, demasiado, y a veces llega alguien y nos dice, toca, baila, pinta y ya, no sabes qué hacer porque eres buenísimo pintando, pero no vendiendo, no llevando exposiciones, no sabes qué hacer después. Entonces ser parte de Conectarte es una experiencia única puesto que te permite estar del otro lado, conocer a la persona sensible y conocer al público y saber cómo puedes llegar a ellos para que puedan unirse estas dos partes, puedan conectarse y entonces entender este gran concepto, millennial y tradición que es el Arte.

Por último, le pedimos que nos diera una recomendación para crecer más, y su consejo fue “Pues creo que lo primero que diría es quitarse el miedo, a veces nos da miedo de hablar con las personas, nos da miedo de ir con las empresas, nos da miedo hablar con los artistas, nos da miedo hacer muchas cosas. Entonces quitarse el miedo, solamente es hacerlo, el no ya lo tenemos ganado y eso siempre se dice, pero cuando tienes que ir a hablar con un Ejecutivo, cuando tienes que ir a hablar con un hotel, cuando tienes que ir a hablar con una empresa grande, a veces las grandes puertas, los trajes y corbatas imponen más que el deseo que tenemos de ayudar. Entonces que lo más importante sería quitarse el miedo y sólo hacerlo, las ideas deben estar allí, todos tenemos alguna idea magnífica que pueda cambiar al mundo, pero no la hacemos, a veces por miedo. Entonces si funciona ganamos todos y si no funciona, no perdemos nada realmente.”

La última persona que se entrevistó, fue Luis Diego, quien es parte del proyecto Conectarte. La primera pregunta que le hicimos fue “¿Por qué apoyar Conectarte?”, él nos dijo “Pues porque es un proyecto maravilloso, además las personas que participan en este proyecto son muy entusiastas y durante el tránsito, durante el tiempo que han estado aquí en Lobo Radio, pues han mostrado cosas verdaderamente buenas.

Es uno de los programas que más me gustan y son yo creo que de las estrellas de la programación de Lobo Radio.” Enseguida, le comentamos lo siguiente “¿Usted ha visto alguno de los programas que hemos hecho, que hemos realizado?, ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención?, ¿De dónde saca tantos artistas, las preguntas que hacen o que cada vez se mueve la gente?”, Y él respondió “Pues, son varias cosas. Primero, el poder de convocatoria que tiene Marisol, ese es uno, el gran poder de convocatoria y dos, el gran entusiasmo que tienen todos los jóvenes, todos los que participan en el proyecto realmente me han llamado muchísimo la atención y en todos los roles que les toca realizar en el programa. Muy buen programa, a mí me gusta mucho.” Un dato curioso que nos confesó, fue que desde que Marisol le dijo la primera vez sobre este proyecto, a él le llamo la atención, y añadió lo siguiente: “no, cómo no, realmente el hecho de presentar artistas en vivo es de lo más atractivo que hay y es un rescate, digamos, de lo que es la radio original, que era precisamente mostrar a los artistas tocando, pues tocando en vivo, que eso poco se hace la verdad.” Le pedimos que describiera a Conectarte en una sola palabra, “Entusiasmo”, dijo. Así mismo le solicitamos que nos diera una recomendación para crecer más, y el sugirió “Pues nada, que no dejen el programa, este programa tiene para dar muchísimos años siguiendo la misma estructura, que no lo dejen, que sean constantes, nada más.” Por ultimo le preguntamos “¿Qué se siente formar parte de Conectarte? ¿Qué se siente ser el fundador que nos abrió el espacio?” y dijo “Me siento muy contento y muy agradecido con todos ustedes, con Marisol, con el proyecto en sí, yo creo que fue un rollo de coincidencia, nos encontramos ambos en el proyecto *Artsound* en un principio y Lobo Radio en aquel tiempo y nos ayudamos mutuamente, fuimos parte de dos proyectos iniciales, *Artsound* y Lobo Radio, yo estoy muy agradecido.

Anexo d

Prueba de diagnóstico de logo y pagina web

Se realizó un diagnóstico con el estado actual del sitio *web* para conocer y comprobar si los usuarios podían identificar y entender la información que se les mostraba, así como también conocer si el sitio les ayudaría con la tarea de poder contratar a algún artista para un evento determinado. Se desarrolló un estudio cualitativo y cuantificable con el objetivo de obtener información y retroalimentación profunda sobre las percepciones, opiniones y actitudes de los usuarios con la página, para con esto conocer la relación de estas con el objeto.

Muestra

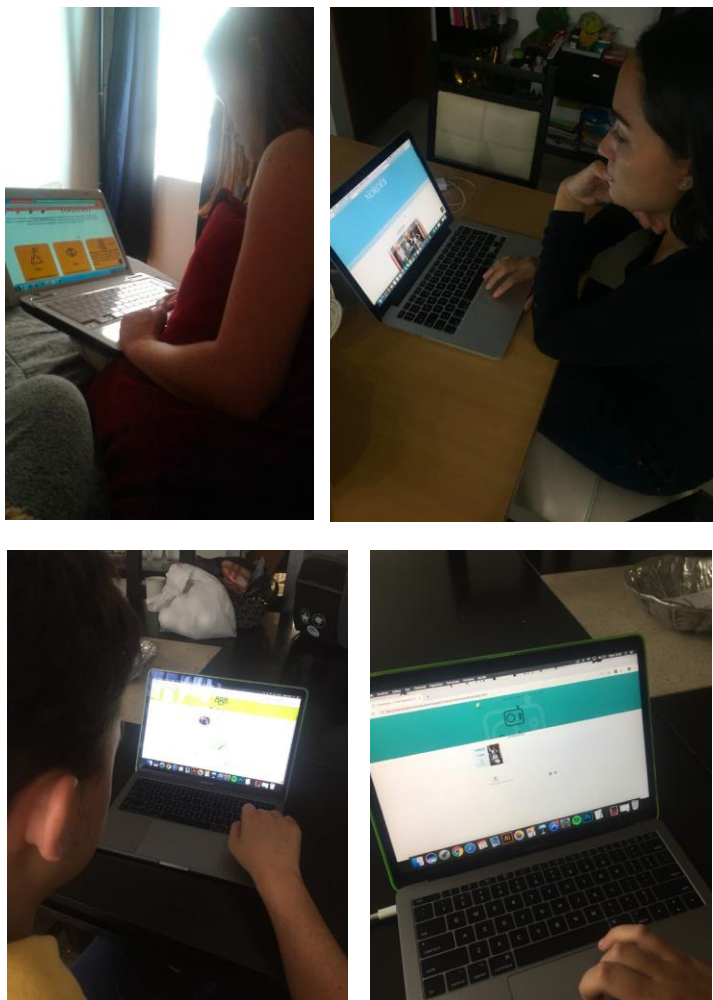
Se llevó a cabo un total de 8 entrevistas, 6 fueron mujeres y 2 hombres. El rango de edad de los participantes fue de 21 a 53 años de edad, una de las participantes resultó ser usuaria en riesgo esto debido a que no era nativa digital como el resto de los participantes. 6 de los 8 participantes indicaron ser estudiantes, 2 de ellos resultaron ser empleados de una empresa. Todos presentaron un nivel académico alto, ya que todo contaban con una licenciatura terminada o bien en transcurso. Las entrevistas se realizaron del 12 de septiembre al 19 del presente, estas se realizaron en las instalaciones de la UPAEP y en los domicilios de los participantes. En las siguientes figuras se muestran imágenes sobre las pruebas realizadas. Ver figura 5.

Materiales

Antes de iniciar la prueba y solicitarles a los usuarios que interactúan con el sitio *web*, se les dio una breve explicación sobre el quehacer de conectarse como organización, los detalles que se abordaron fueron mínimos, únicamente para colocar en contexto a los usuarios. La prueba fue aplicada para diagnosticar la usabilidad y desempeño del sitio *web*, sin embargo, también se evaluó el desempeño

del logotipo. Cada entrevista duró entre 15 y 25 minutos, esto en los usuarios identificados como nativos digitales, la usuaria que fue clasificada como en riesgo tardó aproximadamente 30 min en realizar la prueba debido a dificultades en la interacción debido a su falta de experiencia con equipos digitales. Posterior a esto todos los resultados se clasificaron en una tabla y fueron clasificados.

Usuarios realizando prueba



Protocolo

Se realizó un protocolo de preguntas con la finalidad de saber si los usuarios seleccionados pueden localizar y entender la información, y sobre todo si pueden interactuar con el sitio web y este cumple con el objetivo que fue creado, el cual es la contratación de un artista perteneciente a <<Conectarte>>..Las preguntas están basadas en los requisitos de desempeño que se muestra en la tabla1 .A continuación se muestra el protocolo con las preguntas las cuales fueron modificadas en dos ocasiones, esto como resultado de una prueba piloto que se realizó previamente:

Tabla 1. Requisitos de desempeño

Localizar	Identificar	Usar	Guardar	Desechar
Que es conectarte, a que se dedica la organización? 80%	Que los usuarios puedan distinguir las diferentes ramas artísticas con las que la organización trabaja 80%	Localizar información sobre la organización y sus artistas 80%	identificar el trabajo de los artistas que pueden ser contratado 80%	Actualizar datos de contacto 80%
Cuál es el propósito de la organización 80%		Identificar con facilidad los datos de contacto de la organización 80%		Disponibilidad de artistas 80%
Información sobre los artistas 60%		localizar y apreciar el contenido audiovisual de los videos y galerías 60%		

Preguntas originales:

1. ¿Cuándo escuchas conectarte qué es lo primero que te viene a la mente?
2. ¿Qué te comunica el logo de conectarte?
3. ¿De acuerdo a sus colores con que concepto lo asocias?
4. ¿ Cuándo exploras su sitio web te queda claro las funciones de cada pestaña?
5. ¿te gusta el diseño de la página? ¿Qué te gusta en específico? 6.¿Qué opinas del equilibrio de su información?
7. ¿te gusta la tipografía?

8. ¿te queda claro el objetivo de conectarte?
9. ¿te queda claro las funciones de cada apartado? 10.¿Qué no te gusta de la página?
- 11.Si le tuvieras que quitar algo a la página ¿Qué sería?

Segunda corrección

- 1.-¿La página te dice qué es conectarte?
- 2.-¿La página te indica cuál es el trabajo de conectarte, en donde se realiza y de qué se trata?
- 3.-¿El logotipo y los colores de conectarte, le comunican algo sobre el quehacer de conectarte ?
- 4.-¿El video inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo.?
- 5.-¿Te parece legible la información que se muestra los valores misión y visión de conectarte?
- 6.-¿La página te muestra cuáles son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja?
- 7.-¿La página te muestra información sobre artistas, si es así donde lo muestra y qué información muestra?
- 8.-¿La página te muestra fotos sobre eventos realizados, de hacer así menciona en qué parte, se puede acceder con felicidad a las imágenes?
- 9.-¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?
- 10.-¿La página muestra disponibilidad de fechas y horarios para

contrataciones de artistas?
- 11.-¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?

12.-Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunión se te facilita acceder a una página web para realizarlo. 13.Supongamos que en tu trabajo te piden organizar el festejo para el 15 de septiembre, y te asignan un presupuesto específico para la contratación de un grupo musical para que toque, baile durante la fiesta, como detalle especial tu jefe te pide que lo contrates en menos de dos días ¿el sitio web te ayudaría a solucionar este problema?

Protocolo Final

Las preguntas que se muestran a continuación son las que después de haber realizado la prueba diagnóstica, funcionaron mejor y sobre mejorar el tiempo y la eficacia de la prueba.

1. ¿La página te dice que es conectarte?
2. ¿La página te indica cual es el trabajo de conectarte y de qué se trata?
3. ¿El logotipo y los colores de conectarte te comunica algo sobre el quehacer de la organización?
4. ¿El video inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo?
5. ¿Te parece legible la información que se muestra en los valores, misión y visión de conectarte?
6. ¿La página te muestra cuáles son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja
7. ¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?
8. ¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?
9. ¿Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunión se te facilita acceder a la página web para realizarlo?

Tablas de resultados

Tabla 2. Resultados obtenidos

Edad	Roberto			Pilar			Fernanda			Olivia					
Nombre	Roberto			Pilar			Fernanda			Olivia					
Sexo	M			F			F			F					
Ocupación	Estudiante de comunicación			Estudiante Diseño y Producción Publicitaria			Estudiante Psicología			Estudiante Diseño y Producción Publicitaria					
	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad			
1	¿La página te dice que es conectarte?			comentan que si entiendo lo que es conectarte auto			comenta que si			comenta que si			Le o		
	¿La página te indica cual es el trabajo de conectarte, en donde se realiza y de que se trata?														
2	El logotipo y los colores de conectarte, te comunica algo sobre el quehacer de conectarte?			no le queda claro comenta que le falta mayor inform			le queda claro			le queda claro			Prog me		
3	¿El video inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo?			indica que si lo pide asdar			comenta que no es claro y los colores son muy opac			comenta que los colores no son atractivos y no los coe			Los (aspe		
4	¿Te parece legible la información que se muestra los valores misión y visión de conectarte?			si le parece atractivo solo que un poco largo			si le llama la atención			se le hace interesante			indica que no le define bien lo que es conectarte	Vio n mole	
5	¿La página te muestra cuales son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja?			no le queda claro			si pero no le gusta la tipografía			comenta que si			comenta que si aunque es mucho texto		te pa restar ver ic
6	¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?			si incluye si lo explican			comenta que si			comenta que si			comenta que si		Enten cootr
7	¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?			si pero esta confusa			no			no			no exactamente		Se es como le pá
8	¿Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunión se te facilitaría acceder a la página web para realizarlo?			no es confusa			si valdío el número telefonico pero no supo con que no es clara			no			no hay un contacto		Busc con t
9	Total de Respuestas			6 1 2			6 2 1			3 3 3			3 2 4		

Usuario en riesgo																		
53 Mayela			21 Bernardo			19 Paulina			29 Clara									
F			M			F			F									
Cargada de la Dir de Comunicación del IMEX			Estudiante de biología			Estudiante (Grupo estudiantil)			Contadora de empresas de entretenimiento									
SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	SI	NO	Dificultad	Total			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31.5%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.5	56.25%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.5	56.25			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	37.5%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	37.5%			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	25%			
1	5	3	1	0	0	2	6	1	2	4	3							

1	¿La página te dice que es conectarte?	80%
2	¿La página te indica cual es el trabajo de conectarte, en donde se realiza y de que se trata?	40%
3	El logotipo y los colores de conectarte, te comunica algo sobre el quehacer de conectarte?	39.37 %
4	¿El vídeo inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo?	31.25
5	¿Te parece legible la información que se muestra los valores misión y visión de conectarte?	70
6	¿La página te muestra cuales son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja?	70
7	¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?	46.87
8	¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?	46.87
9	¿Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunión se te facilitaría acceder a la página web para realizarlo?	31.25



Hay irregularidades en el logotipo ya que el nombre se encuentra compuesto en minúsculas y el *tagline* está en mayúsculas.

Header



"NUESTRO LOGOTIPO"

Mantén la identidad corporativa que constituyen la identidad que vivimos entre nosotros, amigos y familiares. Si deseas más, visita uno de los canales de comunicación para expresarnos, a los canales de redes sociales que integramos: [Facebook](#), [Twitter](#) y [LinkedIn](#).

Trabajo <p>Construye tu carrera profesional en la industria de salud, innovando y creciendo con nosotros. Buscamos talento humano comprometido con la excelencia y la innovación.</p>	Visión <p>El futuro de la salud está en la innovación. Buscamos talento humano comprometido con la excelencia y la innovación.</p>	Valores <p>El compromiso de la salud está en la innovación. Buscamos talento humano comprometido con la excelencia y la innovación.</p>
--	---	--



Body

Footer



Secciones Video

Razón de ser

Explicación logotipo

Misión, visión y valores

iconos de conectarte

Logotipo patrocinadores

Datos de contacto



¿QUÉ ES CONECTARTE?

SOMOS UNA EMPRESA DEDICADA A LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE ARTISTAS, EN LAS RAMAS: MÚSICA, DANZA, TEATRO, CINE Y BAILE. CON ESTO ACERCAMOS LA CULTURA ARTISTICA A LAS PERSONAS Y EMPRESAS.

"NUESTRO LOGOTIPO"

Muestra 4 elementos entrelazados que simbolizan la conexión que creamos entre nuestros artistas y los clientes. Al mismo tiempo, cada uno de los elementos tienen un color distinto pues representa a las ramas



"NUESTRO LOGOTIPO"

Muestra 4 elementos entrelazados que simbolizan la conexión que creamos entre nuestros artistas y los clientes. Al mismo tiempo, cada uno de los elementos tienen un color distinto pues representa a las ramas del arte con las que trabajamos: danza, cine, fotografía y música.

Misión

Gestionar eventos artísticos en las disciplinas: música, danza, fotografía y cine. Con el objetivo de difundir la cultura en el mercado local y nacional. De esta manera apoyar, también, a los artistas a posicionarse en el mercado laboral.

Visión

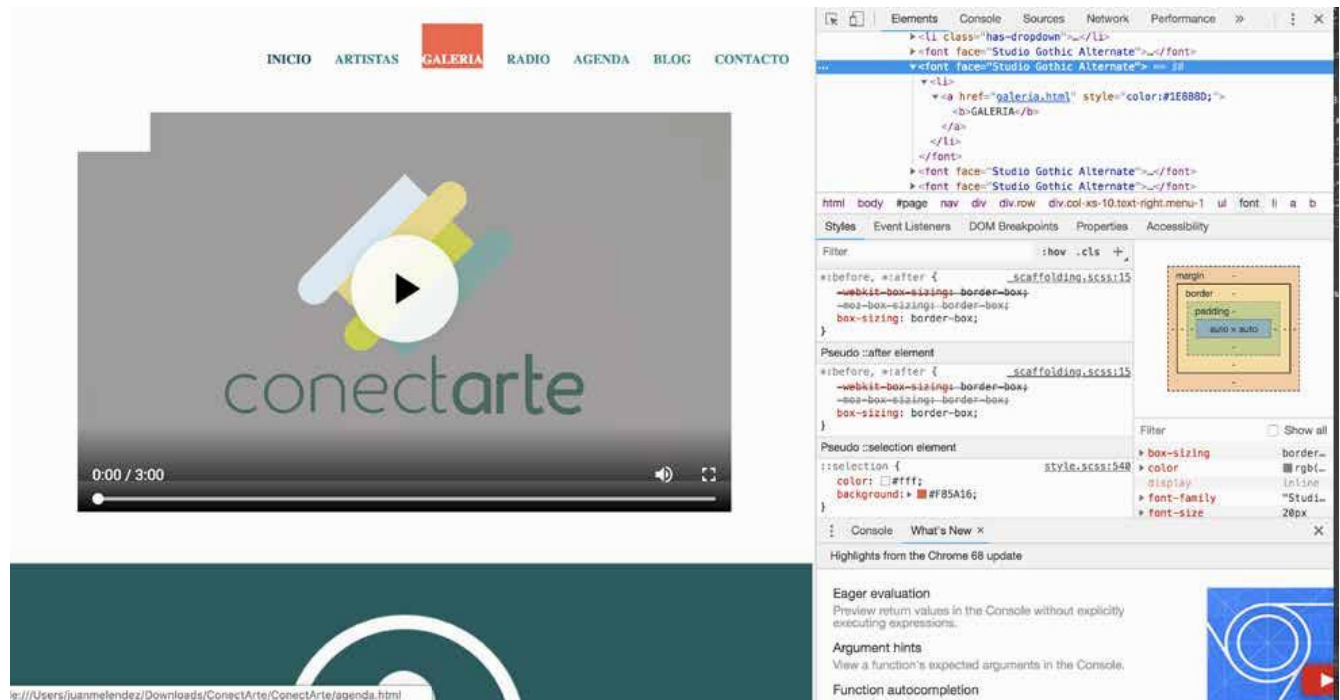
Ser la empresa de gestión de eventos artísticos número uno en Puebla. Difundiendo el arte en sus diferentes expresiones y acercándolo a la sociedad.

Valores

→ **Integridad:** Cada trabajo se realiza cumpliendo y cubriendo las más altas normas sociales. Trabaja en tiempo y forma según se acuerde previamente con el consumidor y buscando la plena satisfacción del contratante.

→ **Compromiso:** El honor para de la empresa los artistas se comprometen a participar activa y positivamente en los eventos que se realizan. La empresa deberá dar calidad a los términos y condiciones establecidos previo a cada evento y los artistas y consumidores se comprometen a satisfacer las ya mencionadas condiciones y términos.

→ **Calidad:** Cada trabajo debe cumplir puntualmente con lo que se ha prometido al consumidor.



El sitio web no reconoce la tipografía con la cual fue diseñado y esto hace que estilo y tamaño de los textos se alteren.

ENTREVISTAS



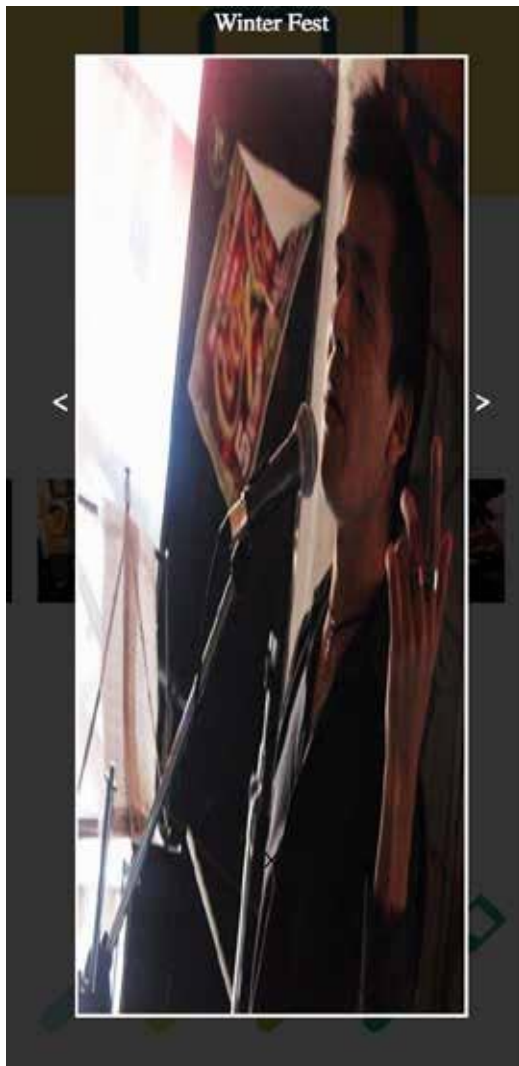
© 2018 ConectArte todos los derechos reservados.

Imágenes deformadas en la
sección de galería

Winter Fest

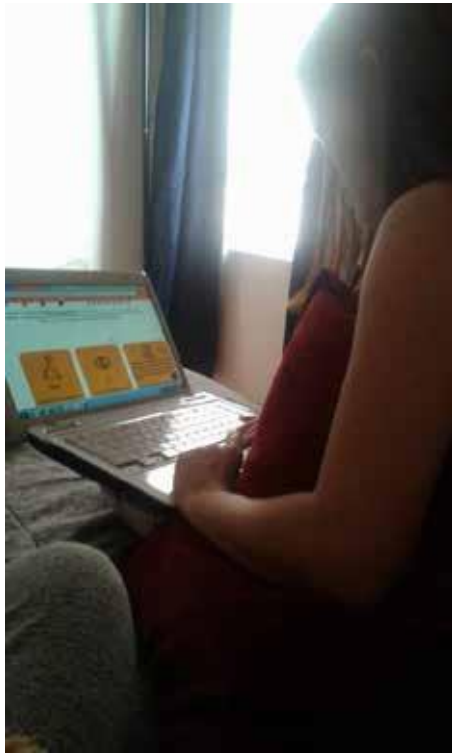


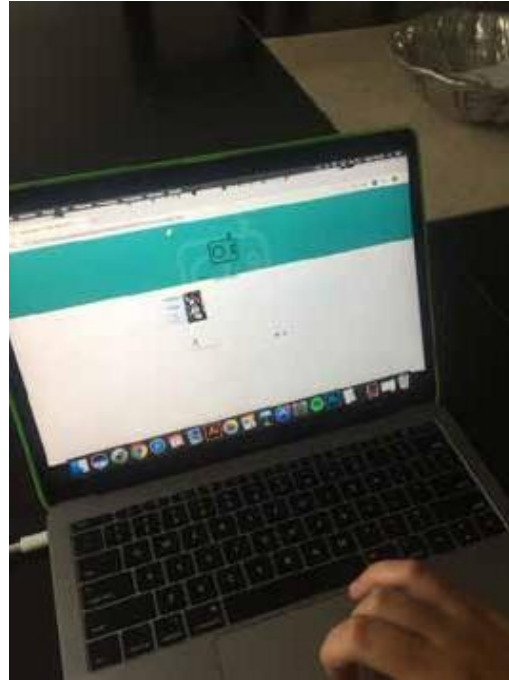
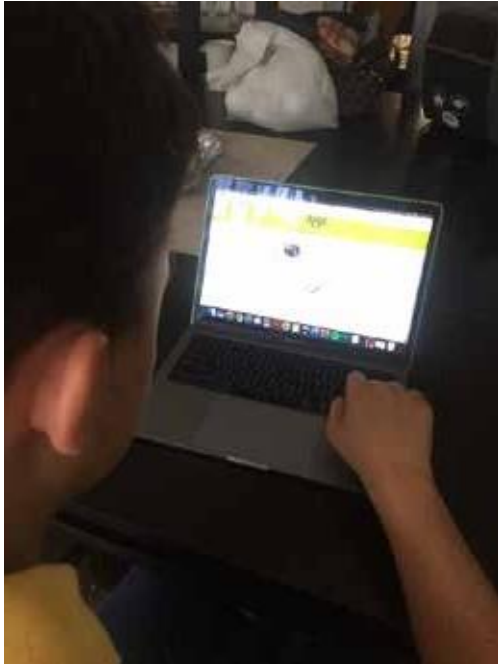
file:///Users/juanmelendez/Downloads/ConectArte/ConectArte/galeria.html#B



Imágenes deformadas en la
sección de galería

Muestra





Objetivo - Comprobarla

funcionalidad

de la imagen corporativa y el sitio web.

Diagnóstico

Localizar	Identificar	Usar	Guardar	Desechar
Que es conectarte, a que se dedica la organización? 80%	Que los usuarios puedan distinguir las diferentes ramas artisticas con las que la organización trabaja 80%	Localizar información sobre la organización y sus artistas 80%	identificar el trabajo de los artistas que pueden ser contratado 80%	Actualizar datos de contacto 80%
Cuál es el propósito de la organización 80%		Identificar con facilidad los datos de contacto de la organización 80%		Disponibilidad de artistas 80%
Información sobre los artistas 60%		localizar y apreciar el contenido audiovisual de los videos y galerías 60%		

1. ¿La página te dice que es conectarte?
2. ¿La página te indica cual es el trabajo de conectarte y de qué se trata ?
3. ¿El logotipo y los colores de conectarte te comunica algo sobre el quehacer de la organización ?
4. ¿El video inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo?
5. ¿Te parece legible la información que se muestra en los valores, misión y visión de conectarte?
6. ¿La página te muestra cuáles son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja
7. ¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?
8. ¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?
9. ¿Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunion se te facilita acceder a la página web para realizarlo?

1 - 8 de 8 (100%)

2 - 4 de 8 (50%)

3 - 2.5 de 8 (31.2%)

4 - 2 de 8 (25%)

5 - 4.5 de 8 (56.2%)

6 - 4.5 de 8 (56.2%)

7 - 3 de 8 (37.5%)

8 - 3 de 8 (37.5%)

- (25%)

Resultados

1	¿La página te dice que es conectarte?	80%
2	¿La página te indica cual es el trabajo de conectarte, en donde se realiza y de que se trata?	40%
3	El logotipo y los colores de conectarte, te comunica algo sobre el quehacer de conectarte?	39.37 %
4	¿El vídeo inicial te parece atractivo, te muestra información relevante sobre el propósito del colectivo?	31.25
5	¿Te parece legible la información que se muestra los valores misión y visión de conectarte?	70
6	¿La página te muestra cuales son las ramas artísticas con las que conectarte trabaja?	70
7	¿El sitio web te muestra una sección con fechas y días disponibles para agendar contrataciones de artistas?	46.87
8	¿El sitio web te indica donde poder contactar al colectivo, los datos de contacto funcionan?	46.87
9	¿Si tuvieras que contratar un servicio artístico para una fiesta o reunión se te facilitaría acceder a la página web para realizarlo?	31.25



igual a 80



menora 70



menora 40

«la letra pequeña en los textos

es un insulto»

«La imagen nomellamala atención»

«El sitio es muy confuso, no se hace confiable y no se usaría para alguna

contratación»

Discusión

- «Selección tipográfica
- «Corrección en la estructura de la página
- «Uso de una gama cromática más atractiva
- «Textos más simples y concretos
- «Pruebas de usabilidad
- «Mejorar calidad de fotografía y gráficos

Recomendaciones

- «Selección tipográfica
- «Corrección en la estructura de la página
- «Uso de una gama cromática más atractiva
- «Textos más simples y concretos
- «Pruebas de usabilidad
- «Mejorar calidad de fotografía y gráficos

