

ABR 2024

# Benchmark

**UX Specialist**

Josué Cañizalez



**CONGRESO  
FUTURO**

# Index del contenido

1. Contexto del estudio
2. Planificación
  - a. Qué queremos medir
  - b. A quién queremos medir
  - c. Cómo lo vamos hacer
3. Recopilación de datos
4. Otros datos importantes
5. Plan de acción
6. Próximos pasos

# Contexto del Estudio

Este estudio tiene como objetivo analizar las competencias directas e indirectas que puedan sumar valor al proceso de mejora continua y que impactan al público objetivo de Congreso Futuro.

La información recopilada nos ayudará a estructurar:

1. Proto personas
2. Entrevistas con usuarios
3. User personas

# Planificación

Actores observados

## ¿Qué queremos medir?

Queremos medir el canal de comunicación principal de Congreso Futuro.

## ¿A quién queremos medir?

Las posibles competencias directas e indirectas.

## ¿Cómo lo vamos hacer?

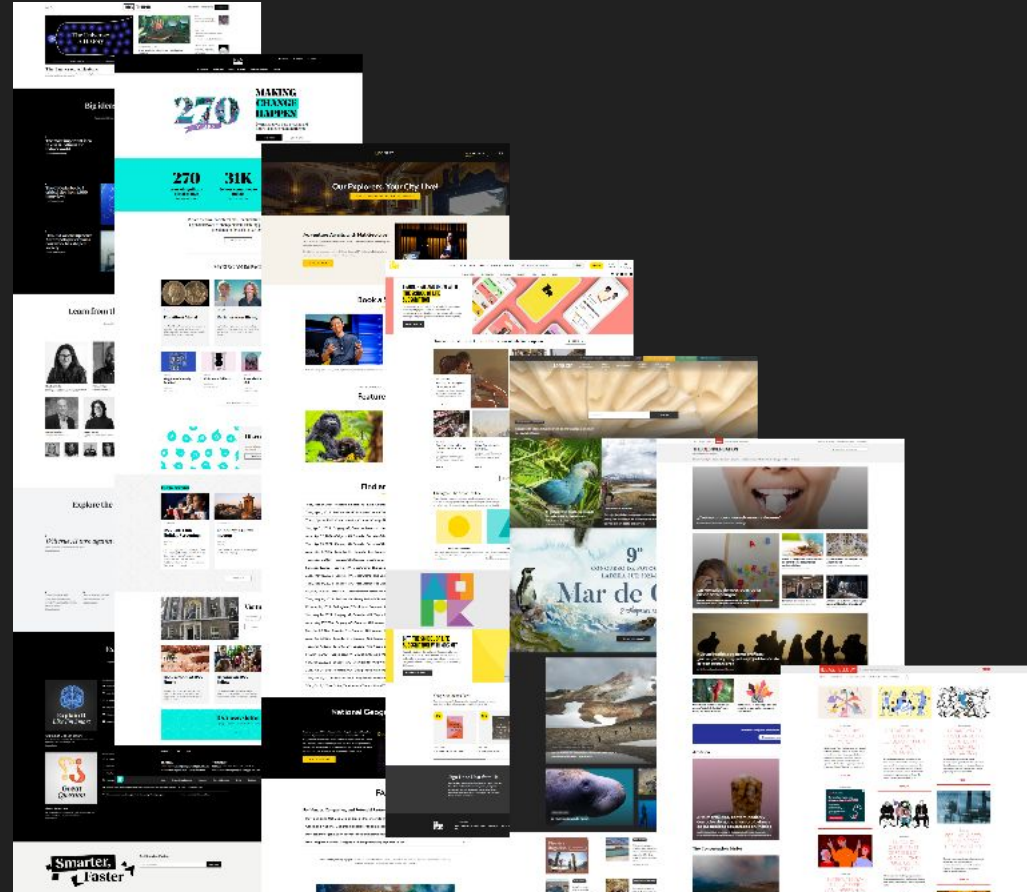
Con una evaluación heurística de 19 puntos.

# Recopilación de datos

# Recopilación de datos

## Actores observados

1. Big think
2. The RSA
3. National Society
4. The school of life
5. Ladera Sur
6. The Conversation
7. Ideas ted



## Recopilación de datos

# Puntos a evaluar

- Buscador
- Menú categorizado
- Login
- Boletín informativo
- Noticias destacadas
- Expositores
- Artículos informativos
- YouTube
- Facebook
- Instagram
- X (Twitter)
- LinkedIn
- Vimeo
- Tiktok
- Spotify
- Eventos
- Videos informativos
- Podcast
- Idiomas

# Cuadro Heurístico

## Cuadro Heurístico

# Actores observados

Vamos a visualizar la aprobación y porcentaje que cumple cada uno de los actores observados y la comparación de Congreso Futuro con ellos.

[Cuadro heurístico](#)

## Cuadro Heurístico

# Resumen de la evaluación

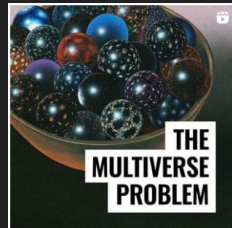
Como pudimos observar de los 19 puntos evaluados Congreso Futuro cumple con 11 puntos que representa un 68,75% de la evaluación. Esto no se traduce como datos negativos si no como funcionalidades que se pueden ir sumando en el proceso de mejoras continuas.

# Otros datos Importantes

# Actores observados

## Tono y voz

La comunicación del 85% de los observados en redes sociales es con un lenguaje técnico pero fácil de entender, usando títulos cortos con descripciones que estimulan el interés por la lectura. También usan un gran porcentaje de imágenes descriptivas o una mezcla de 80% imagen o video y 20% texto que es una fórmula comprobada para contenido digital.



# Plan de Acción

## Plan de Acción

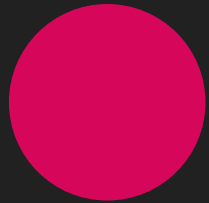
# Recomendaciones

1. Recopilar datos en base a encuestas directamente en la web. Esto es una forma mucho más específica de saber que y no necesitan los usuarios en un sitio web.
2. Programar pruebas de usabilidad por cada mejora o modificación que se realice en sitio web y así asegurar que las integraciones cumplen con lo que necesita el usuarios y no caer en sesgos.
3. Sumar accesos directos a las secciones del sitio como puede ser un menú categorizado. Este punto suma mucho valor a nivel de métricas. Teniendo estos datos se puede organizar el contenido más relevante y prioritario para los usuarios.

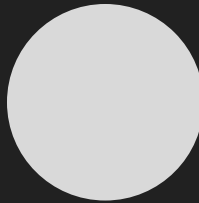
# Próximos Pasos

Próximos pasos

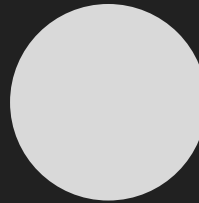
# Gantt



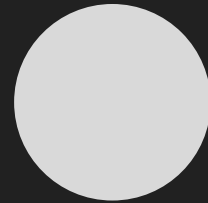
Benchmark



User Personas



Canales



Discovery



CONGRESO  
FUTURO

Muchas gracias

UX Specialist  
Josué Cañizalez