



DIPLOMADO
DISEÑO DIGITAL E
INDUSTRIA CREATIVA

JOSE JORGE PEREZ GUILLEN

DISEÑADOR INDUSTRIAL



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi vida, a mi familia por ser partícipe de este logro que tiene un valor incalculable, a mis compañeros de academia los cuales fueron un apoyo esencial para mi proceso educativo, al programa de diseño Industrial por compartirnos su conocimiento y darnos las herramientas necesarias para el futuro que nos espera como profesionales, a los directivos del programa por permitirnos la opción de grado a través del diplomado porque han permitido conocer buena experiencias por parte de diseñadores en el mundo laboral y orientarnos con sus experiencias como diseñadores industriales.

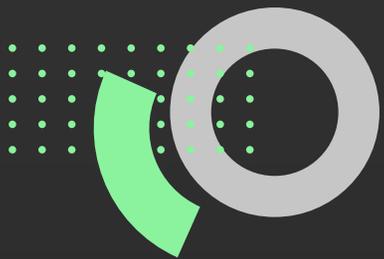




TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	pág2
Resumen	pág4
Abstrac	pág5
Justificación	pág6
Planteamiento problema	pág7
Objetivos	pág8
Metodología de la investigación	pág9
Desarrollo de la investigación	pág10
Obtención de la información	pág11
Fase creativa	pág18
Solución	pág20
Pre-visualización de la propuesta	pág21
Resultados	pág23
Conclusiones	pág25
Bibliografía	pág26





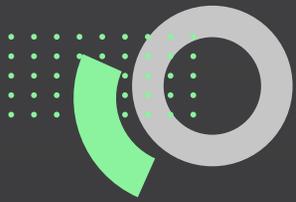
RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un portafolio de servicios el cual se dirige a los conductores de carga en Colombia, esta permite mejorar algunos de sus procesos que ejecutan a diario en su entorno laboral, donde se establece como objeto de estudio el proceso de modificación y engallado de sus vehículos de carga en nuestro país.

La metodología empleada permite Analizar, sintetizar y desarrollar diversas soluciones la cuales se reflejan en una sola propuesta, teniendo en cuenta que este usuario cada vez es más a fin con las herramientas digitales como medio fundamental para el desarrollo de sus actividades, se analiza el perfil del mismo y se evalúa los intereses con el fin de generar una plataforma acorde y completa donde el usuario pueda previsualizar ideas de su camión antes de materializarla en su vehículo de carga.

La respuesta a esta investigación es el desarrollo de un portafolio de servicios el cual permite al usuario en este caso el camionero, que realice el proceso de modificación de su camión de una forma más práctica, rápida y segura lo que resuelve inmediatamente la problemática que comúnmente suelen padecer al momento que deciden modificar sus vehículos, evitando pérdidas significativas económicas por malos resultados y así mismo se reduce la pérdida de tiempo la cual es fundamental para el desarrollo de sus actividades diarias.

PALABRAS CLAVE— Camión, carga, conductores, diseño, modificación, portafolio.



ABSTRACT

The objective of this investigation is to design a portfolio of services which is addressed to cargo drivers in Colombia, this allows them to improve some of their processes that they execute daily in their work environment, where the modified process is established as an object of study and cheating of their cargo vehicles in our country.

The methodology used allows Analyzing, synthesizing and developing various solutions which are reflected in a single proposal, taking into account that this user is increasingly comfortable with digital tools as a fundamental means for the development of their activities, the profile is analyzed of it and the interests are evaluated in order to generate a consistent and complete platform where the user can preview ideas of his truck before materializing it in his cargo vehicle.

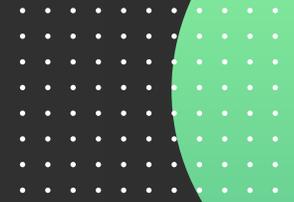
The response to this research is the development of a portfolio of services which allows the user, in this case the trucker, to carry out the process of modifying his truck in a more practical, fast and safe way, which immediately solves the problems that are commonly they usually suffer when they decide to modify their vehicles, avoiding significant economic losses due to bad results and likewise reducing the loss of time which is essential for the development of their daily activities.

KEYWORDS — Truck, cargo, drivers, design, modified, portfolio.



JUSTIFICACIÓN

En el momento en que el conductor del camión decide engallar su vehículo debe tener en cuenta factores que convierten esta actividad en un proceso extenuante y repetitivo, como por ejemplo, trancones, eventos, retenes, establecimientos completamente llenos de este tipo, carencia de ideas por parte de la administración, etc. Además, debido a que el conductor debe trasladarse una y otra vez de un lugar a otro para obtener información, al final de la jornada suele resignarse y dejar esta tarea para tiempo después si no obtiene la orientación que necesita, teniendo en cuenta que estas personas carecen de tiempo debido al compromiso que suelen presentar en su día a día. Este debe ser un proceso que no debe ocupar mucho tiempo para el usuario. No obstante, la información actual que otorgan los sitios en internet de venta, reparación y lujos no suelen ser suficientes para idealizar al cien por ciento la idea de su vehículo como lo desea, lo que requiere del traslado necesario al sitio físico personalmente para obtener dicha información de manera clara y precisa el cual le permitirá al usuario idealizar y cotizar las modificaciones antes de que se este sea materializado en su vehículo.



PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

En nuestro país alrededor de 4.561.970 vehículos de carga pesada circulan por nuestras carreteras nacionales. (RUNT) (2022). Este medio no solo se ha encargado de llevar nuestros alimentos, combustibles y cargas a nivel nacional, si no que ha generado un micro mundo donde el comercio del sector camionero se ha vuelto rentable, desde la venta de lujos en acero, luces, modificaciones, pinturas, reparaciones, rines, y demás, han permitido que diversas disciplinas puedan ejercer y obtener beneficios de este sector. Al igual que en el mundo del consumismo en este gremio también suele ocurrir este fenómeno, donde el conductor suele ir mejorando su vehículo con piezas, repuestos y lujos para ir creando una versión que básicamente refleja su gusto y su personalidad, a esto se le conoce coloquialmente en el gremio camionero como engallar. Pero para que este proceso de mejora sea materializado el conductor debe ir en búsqueda de ideas las cuales las suministran varias personas, desde el pintor, latonero, eléctrico, proveedor y el mecánico. Lo que convierte este proceso en una actividad extenuante y que en ocasiones conllevan a la pérdida de tiempo y dinero debido a que el resultado final no siempre es el esperado para el conductor.



FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo mejorar la experiencia del proceso de engallado de los conductores de carga pesada en Colombia?

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una plataforma digital para mejorar la experiencia de los conductores en el proceso de engallado de los vehículos de carga pesada en Colombia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disminuir el tiempo de obtención de información y cotizaciones.
- Diseñar interfaz interactiva de modificación virtual del vehículo para evitar traslados innecesarios del usuario.
- Reducir el estrés generado al realizar esta actividad de búsqueda.



METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se emplea para ejecutar esta investigación es la de **Bruce Archer** que propone como solución de diseño, seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles.

Según Archer los pasos que se deberían seguir usando el método para diseñar un producto es el siguiente.

FASE ANALÍTICA

- PROBLEMA
- PROGRAMACIÓN
- OBTENER INFORMACIÓN

FASE CREATIVA

- ANÁLISIS
- SÍNTESIS
- DESARROLLO

FASE EJECUTIVA

- COMUNICACIÓN
- SOLUCIÓN





DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

FASE ANALÍTICA

⚠️ PROBLEMA

La experiencia del proceso de engallado de sus camiones de los conductores de carga pesada en Colombia se ha convertido en un proceso extenuante y repetitivo.

⚙️ PROGRAMACIÓN

Se requiere compilar toda la información pertinente que soporte la problemática del proyecto en cuestión y recoger toda la información de proyectos o plataformas similares que nutran nuestra investigación. Clasificar y sistematizar la información obtenida de los recursos a intervenir.

Evaluar las mismas y establecer el grado de importancia para determinar el orden que tendrá el desarrollo del proyecto. Considerar las implicaciones para proseguir con la creación de las ideas rectoras que nos permitirán el desarrollo de bocetos y generación de una lluvia de ideas posibles para la solución del problema. En la siguiente fase comprobar si los resultados obtenidos anteriormente cumplen con su cometido y de no ser así hacer los cambios pertinentes. Y finalmente desarrollar la implementación de la propuesta ya con ajustes y en los elementos requeridos para la solución a la problemática.



OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

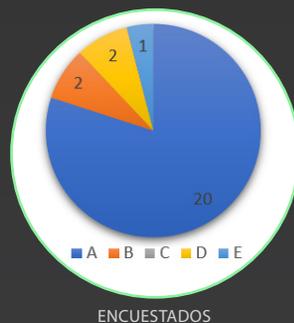


SOPORTE TEÓRICO DE LA PROBLEMÁTICA

Esta encuesta se le realiza a una selección aleatoria significativa de conductores de carga pesada en Colombia con el fin de sustraer información prioritaria que permita dar veracidad a la problemática con relación a la experiencia que afrontan los conductores de carga pesada al momento que deciden modificar su vehículo de carga.

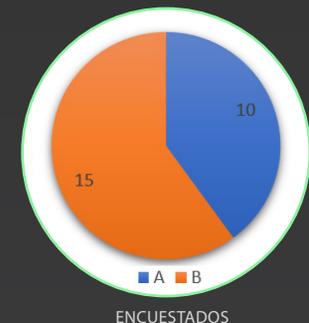
1. ¿Después de cada viaje alrededor de cuánto tiempo tiene libre?

- A. 12 horas
- B. Un día
- C. Más de un día
- D. Una semana
- E. Más de una semana



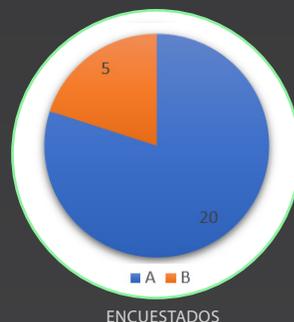
2. ¿cómo obtiene información de lujos, accesorios y modificaciones?

- A. 12 horas
- B. Un día
- C. Más de un día
- D. Una semana
- E. Más de una semana



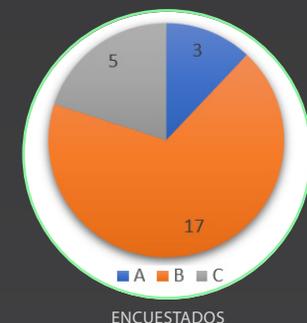
3. ¿En todas las ciudades a donde usted carga y descarga, existen lugares de engallado de camiones?

- A. Si
- B. No



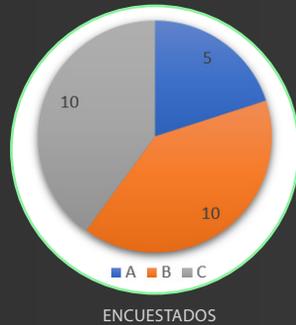
4. ¿cuántas veces al mes modifica su camión?

- A. 1
- B. 2
- C. Más de 3
- D. Ninguna



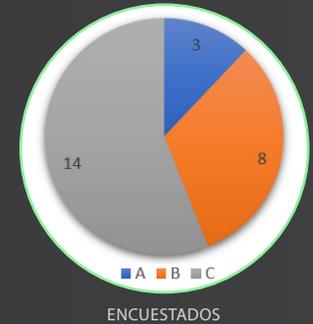
5. ¿Cómo ha sido su experiencia al momento de engallar su camión?

- A. Buena
- B. Regular
- C. Mala



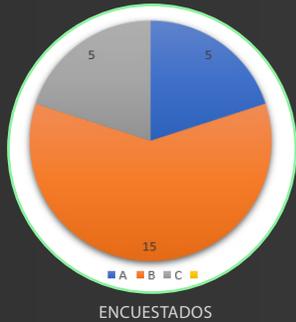
6. ¿En los establecimientos de engallado le ofrecen diversidad de ideas para su carro?

- A. Si
- B. No
- C. A veces



7. ¿Al final de cada cotización y averiguación obtiene los resultados esperados para su camión?

- A. Si
- B. No
- C. A veces



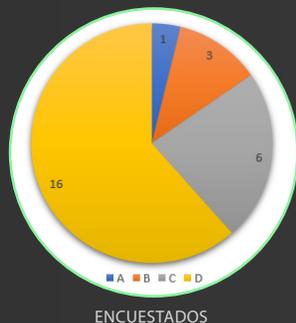
8. ¿Tiene acceso a internet desde cualquier lugar al que viaja?

- A. Si
- B. No



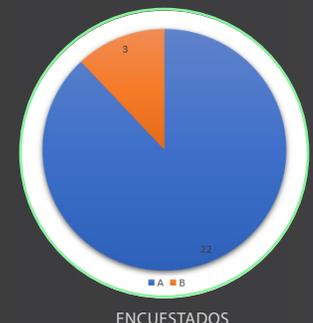
9. ¿A cuántos lugares debe ir para poder idealizar completamente su camión?

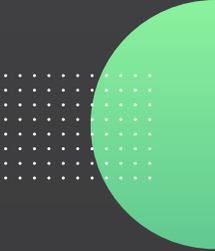
- A. Uno
- B. Dos
- C. Tres
- D. Más de tres



10. ¿Le gustaría una plataforma virtual que ofreciera servicio de asesoría y previsualización de su camión sin necesidad de moverse a ningún lugar?

- A. Si
- B. No





Esta encuesta se le practicó a una porcentaje significativo del gremio camionero en Colombia la cual arroja datos concretos de que durante el proceso de modificación de su vehículo de cada conductor se evidencia de forma directa que este proceso se torna extenuante y repetitivo debido a factores que se presentan mientras ejecutan esta tarea, además más del 75% de los encuestados no obtienen las respuestas que buscan debido a que requieren de diversos traslados para concretar con éxito este proceso, finalmente se logra comprobar que esta población es cada vez más a fin con los medios digitales y que en su mayoría tienen acceso a la red.

LA ERA DIGITAL

La denominada Era Digital, se refiere a la época actual que ofrece un espacio virtual conocido como Internet. Este espacio se caracteriza por la velocidad de las comunicaciones que ha transformando el entorno social en el que vivimos, hasta nuestra forma de interactuar. Es debido al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

La era tecnológica propiciada por la llamada Revolución Digital constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. La aproximación entre Tecnología y Medios de Comunicación de Masas establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos. Se presenta, pues, un panorama espectacular donde se multiplican las posibilidades comunicativas y se produce una fragmentación y segmentación de los contenidos. Esta nueva escena comunicativa implica un nuevo perfil de usuario más activo, así como una estructura productiva con nuevos perfiles profesionales. El valor de la digitalización, por tanto, no sólo reside en un contexto de reorganización integral de productos y contenidos, sino de las formas de trabajo y de la propia estructura empresarial. J. Angel, J. Marín (2019).

LOS CAMIONEROS EN LA ERA DIGITAL

La rama de transporte y específicamente el de carga por carretera no se encuentra ajeno a las herramientas digitales, hace un par de años atrás esta dinámica se ha llevado de manera convencional con todo lo relacionado a su ambiente de trabajo, desde el mantenimiento de sus vehículos hasta la compra de repuestos era una tarea la cual requería de mucho tiempo para llegarla realizar con éxito, debido a la escasez de establecimientos con relación a la demanda que para ese entonces existía en el sector.



Muchos procesos de mantenimiento, pintado, modificado y actividades de la industria requerían de tiempo excesivo en un lugar determinado, por lo regular se realizaba con poco personal y con bajas garantías de los resultados, esto debido al poco conocimiento de algunas marcas de estos vehículos importados que apenas ingresaban al mercado de carga de nuestro país. Las condiciones en las cuales estos personajes laboraban minimizaban en gran porcentaje la iniciativa de mejorar, modificar e incluso materializar el gusto del conductor en su vehículo, no obstante, básicamente se dedicaban al desarrollo de su trabajo que consistía en transportar carga por el territorio de nuestro país.

En el gremio camionero la transición de pasar de realizar sus actividades de mejoramiento, compra y cotizaciones a un entorno digital se ha recibido con grandes expectativas y a pasos agigantados. Las industrias que manejan el sector de carga ven con buenos ojos el desarrollo que se genera empleando estos medios tecnológicos, desde la seguridad de sus mercancías, la seguridad de sus conductores y las amplias soluciones que estos servicios ofrecen al momento de inconvenientes los trayectos garantizan la aceptación por parte de este sector.

La era digital ahora juega un factor fundamental para la realización de diversas tareas en su entorno laboral, desde la compra de piezas, contactos con empresas de carga y descarga, guías de ubicación satelital, difusión de estados de las vías, etc. Mientras la “vieja escuela” es más a fin con estos medios debido a que les facilita muchos procesos que al final se reflejan en menos pérdidas económicas y de tiempo los cuales son fundamentales para la realización de sus actividades.

MI EXPERIENCIA COMO CONDUCTOR DE CARGA

Esta es una labor la cual he sido participe y conozco en detalle lo que es estar inmerso en el mundo camionero en Colombia, además de transportar carga en todo nuestro territorio estos hombres se encargan de lidiar con situaciones adversas cuando ocurre un percance, pero aún así como seres humanos tienden a ser sobre protectores, sus familias y su herramienta de trabajo son prioridad para su bienestar, suelen estar pendientes a la tendencia de sus camiones, desde lujos, accesorios, pinturas, estilos para estar a la vanguardia. La comunicación es un factor que predomina en este gremio por ello su afinidad a los medios digitales les ha permitido difundir su estilo de vida y su valiosa labor que mueve el desarrollo de todo un país.





ETAPAS EN LA CREACIÓN DE UN SITIO WEB

○LOS SITIOS WEB, ESTRUCTURAS DE INFORMACIÓN

Los sitios Web son estructuras de información como tantas otras, con las singularidades que aportan las características que le son propias como: la hipertextualidad, la forma gráfica, el acceso y la interactividad. En consecuencia, al igual que cualquier otro documento deben ser pensados críticamente y concebidos en términos de proyecto. Existen en la actualidad, enormes facilidades para la edición de sitios Web, resulta muy sencillo crearlos y colocarlos a dominio público. En consecuencia, la Web está poblada de muchos sitios de escaso valor, rigor y calidad, ya sea por su contenido o por deficiencias de estructura y formato. (Universidad de la República, Montevideo Uruguay). Octubre de 2002.

○ETAPAS

Presentamos aquí las distintas etapas que forman parte de la creación y puesta en marcha de un sitio Web. Si bien se establecen en forma cronológica como una sucesión de actividades, el acto de la creación y puesta en marcha un sitio Web no es lineal. Como en la ejecución de cualquier proyecto, muchas etapas se desarrollan en paralelo y algunas instancias implican volver atrás.

Estas son las siguientes etapas que se deben seguir para llegar a crear con éxito un sitio web que se adapte a tu usuario:

○PRIMERA ETAPA : PLANIFICAR

Parte de la planificación de un sitio Web consiste en pensar en términos de equipo de trabajo. Se trata del conjunto de técnicos que estarán a cargo de la concepción, construcción, evaluación y mantenimiento del sitio.

○REUNIR INFORMACIÓN

Una vez determinado el equipo multidisciplinario que estará a cargo del proyecto, es deseable que se reúna toda la información posible sobre creación de sitios Web





○DETERMINAR LA MISIÓN Y LOS OBJETIVOS DEL SITIO

Es importante establecer cuál será la misión del sitio, por más obvio que pueda parecer es básico para el equipo del trabajo (en acuerdo con el marco institucional mayor), formular la misión del sitio Web por escrito, discutirla y perfeccionarla.

○ESTABLECER UN PLAN DE TRABAJO

Es necesario diseñar un plan de trabajo, un camino tentativo que guíe las acciones futuras del equipo. El plan de trabajo estará presente a la hora de estructurar la información, seleccionar los contenidos, elaborar, dar forma a los documentos y evaluar la gestión en su conjunto.

○SEGUNDA ETAPA: CONCEBIR

El equipo de trabajo ya reunido, a la luz de la información recabada y las pautas acordadas deberá en esta etapa “pensar” el sitio Web que se encamina a construir.

○ESTABLECER CRITERIOS DE CALIDAD

Las decisiones de calidad subyacen en la forma externa y visible de un sitio Web vinculadas a la arquitectura y el diseño de la información.

○DETERMINAR LOS CONTENIDOS

Se deberá establecer que contenidos presentará el sitio para cumplir su misión y satisfacer los requerimientos de la institución y la audiencia.

○DETERMINAR LA ESTRUCTURA DE LOS CONTENIDOS

En esta etapa se debe construir una representación gráfica de la estructura (estructura conceptual) a desarrollar para presentar los contenidos acordados.



○CREACIÓN DE DOCUMENTOS DE TRABAJO INTERNO

El equipo Web, establece, a lo largo de su gestión tanto en su relacionamiento con el marco institucional, como en la interna de su trabajo: premisas útiles, pautas y políticas generales para guiar su acción.

○TERCERA ETAPA: CONSTRUIR, VISUALIZAR Y TESTEAR

Una vez que un sitio Web ha sido planeado y concebido, corresponde su materialización en una estructura tentativa a ser analizada y confrontada con los propósitos iniciales, antes de ser puesta a dominio público.

○CONSTRUYENDO Y EVALUANDO.

La función principal del diseño de información consiste en minimizar la complejidad de los contenidos y permitir el mejor acceso. La construcción del sitio se sustenta en recursos visuales y auditivos en estructuras hipertextuales e interactivas.



○LA PÁGINA DE ACCESO O PRINCIPAL

Los sitios Web giran en torno a su la página de acceso. Esta cumple una función clave, es la puerta de entrada a toda la estructura desarrollada, la representa. Desde la página de acceso se debe poder visualizarse la estructura completa del sitio y las formas de recorrerlo.

○DECISIONES DE NAVEGACIÓN

Un sitio Web bien diseñado deber prever las necesidades de sus usuarios y también velar porque éstos encuentre la información que necesitan con el mínimo esfuerzo.

○CUARTA ETAPA: LA PROMOCIÓN

Se debe tener siempre presente que un sitio Web es un espacio de acción para un producto, o la extensión de institución, un ámbito a ser cuidado y promocionado como una herramienta más de mercadeo.

FASE CREATIVA

ANÁLISIS

PERFIL DEL USUARIO

Nombre: El camionero

Edad: 25 - 60 años

Sexo: Masculino

Lo que se busca es describir al usuario ideal de una de mi portafolio de servicios por medio del análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del conductor Colombiano de carga pesada. El cual se realizó a partir de preguntas que nos ayudaron a entender y conocer mejor al usuario y cuál es la mejor forma de relacionarse con él.



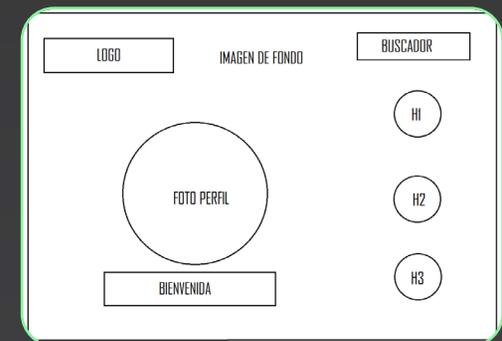
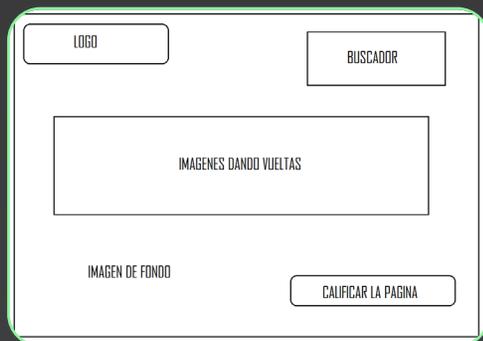
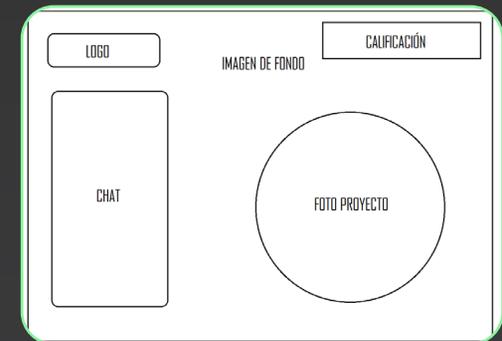
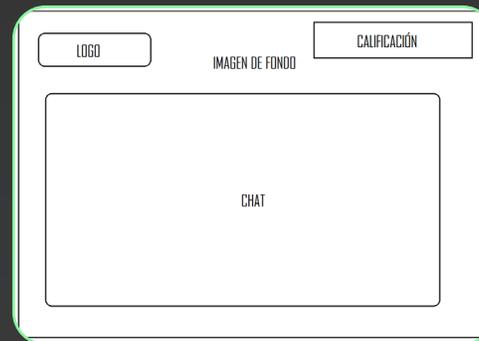
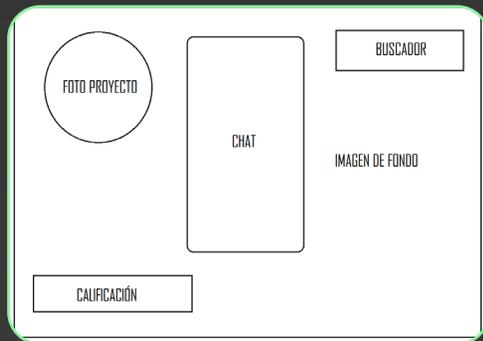
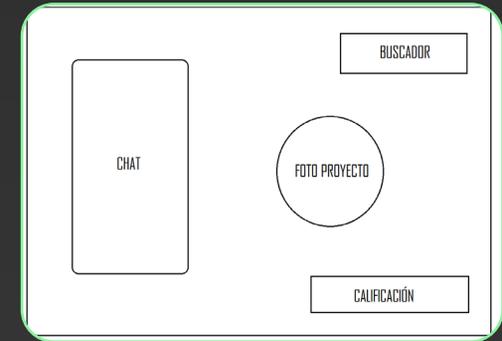
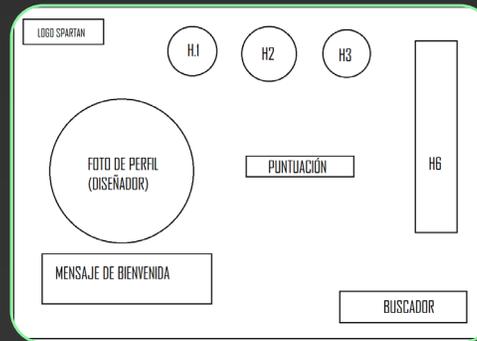
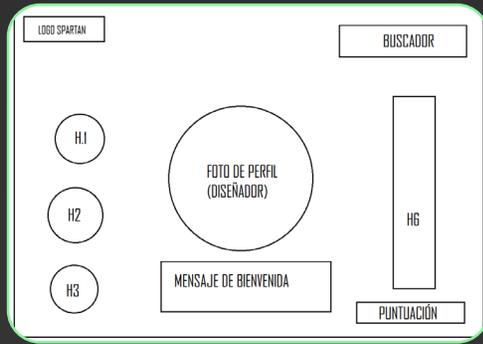
ESFUERZOS

- Es difícil estar lejos de su familia
- El descansar poco y el afán
- La pérdida de tiempo y los gastos no previsto
- La relación afectiva con su pareja por la distancia

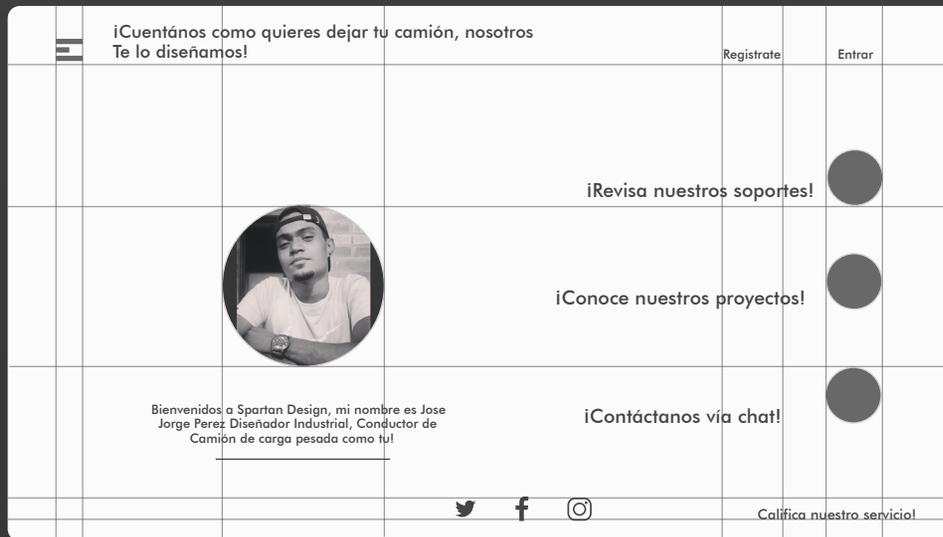
RESULTADOS

- Mejora su calidad de vida y la de su familia
- Contribuye con el desarrollo del país
- Se convierte en un modelo a seguir
- Adquiere bienes para la comodidad de su familia

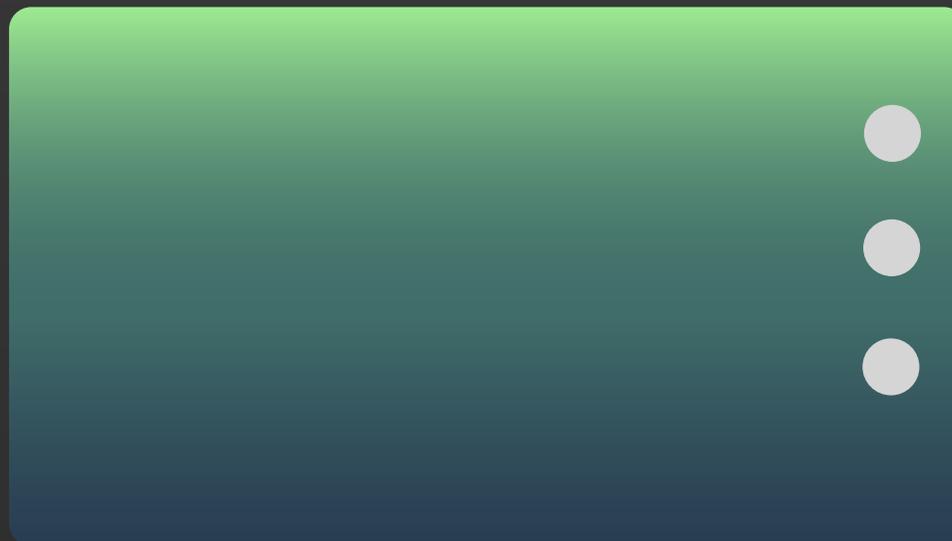
ELABORACIÓN DE IDEAS RECTORAS



SOLUCIÓN



Arquitectura del portafolio de servicios (Interfaz principal).



Esquema de colores empleados para la interfáz

SIMBOLOGÍA



Chat con administración



Soporte técnico



Opciones



Buscador



Proyectos de camiones



Ícono Twitter



Ícono Facebook



Ícono Instagram



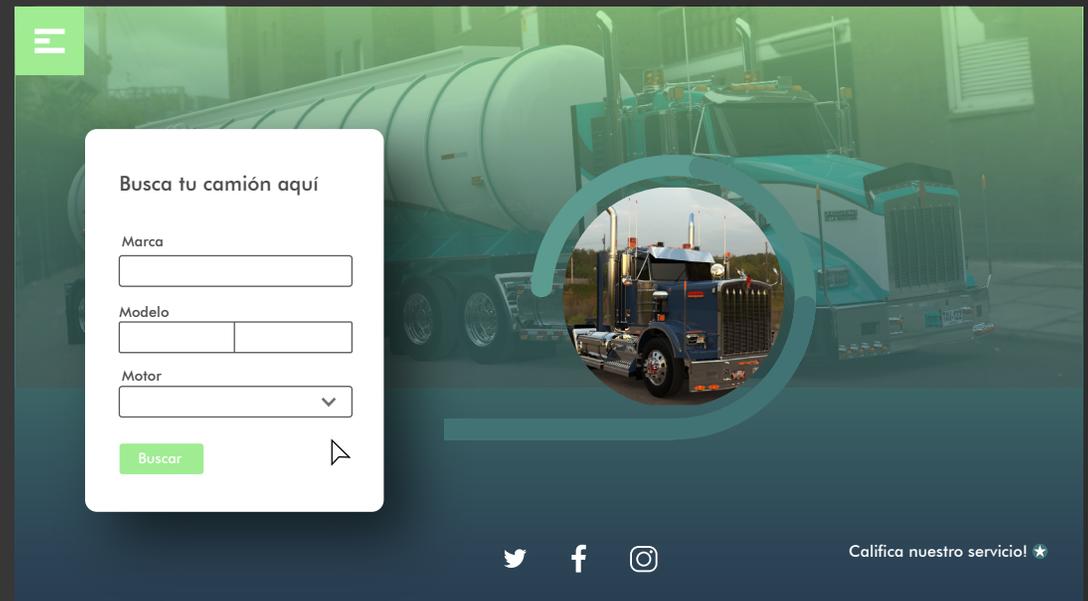
PRE-VISUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA



Interfaz principal

En esta primera interfaz el usuario observa la organización y la distribución de su contenido, a la izquierda superior puede apreciar un mensaje de bienvenida y el botón de opciones, también aprecia de primera mano la imagen del diseñador que se encarga de los procesos de modificación digital, y a su derecha la opción de registro y la opción de entrar por si ya posee cuenta en la plataforma, visualiza además los 3 botones de interacción con opciones de soportes, proyectos y el chat con la administración y termina con los botones de interacción de acceso a los sitios en las redes sociales y finalmente aprecia el botón de calificación del servicio.

En esta pestaña el usuario se encuentra con el primer cuadro de diálogo luego de haber clickeado e el botón de proyectos ejecutados, esto con el fin de buscar modificaciones similares a las de su vehículo para diversificar la ideología de cómo quiere ver su camión, allí se encuentra con un cuadro de diálogo donde le indica que escriba las características de su carro con el fin de tener más precisión en la búsqueda. Desde esta pestaña también puede calificar el servicio y tener acceso a las páginas de Spartan en las redes sociales.



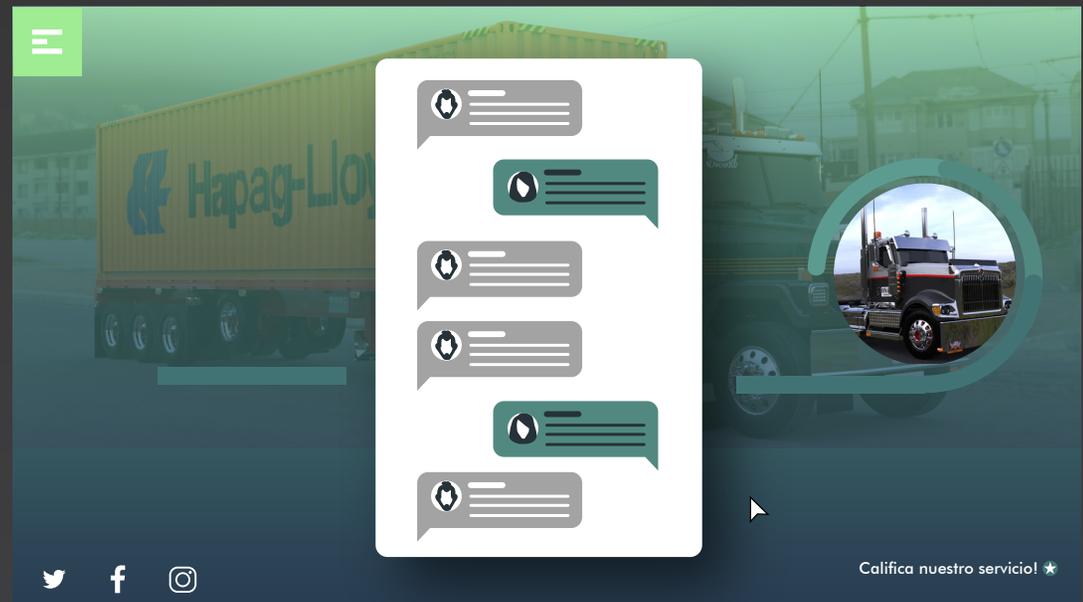
Interfaz de búsqueda



Interfaz de galería

En esta pestaña al usuario se le despliega la galería de proyectos que ya se han ejecutado, con el fin de que se pueda guiar y así mismo que genere nuevas alternativas para su camión, desde colores, lujos, luces y demás pueden visualizarse en esta pestaña la cual permite mejor interacción y garantiza los buenos resultados de nuestro servicio web. además en ocasiones se pueden encontrar con proyectos de un colega de carretera que genera más confiabilidad del portafolio de servicios.

En esta pestaña el usuario tiene su primera impresión de cómo funciona el chat desde el sitio web con la administración, la cual le permitirá expresar los ideales que quiere materializar en su proyecto, en esta interfaz se despliega un cuadro de texto familiar a un chat convencional que cuenta con emoticones que permiten mejor interacción con el usuario, se aprecia el ícono de opciones del sitio, los íconos de acceso a las páginas en redes sociales y la opción de calificado del servicio, se anexa una imagen aleatoria de los proyectos ejecutados a la derecha del chat.



Interfaz del chat



RESULTADOS

Como resultado a la investigación se logran materializar los primeros proyectos en digital, los cuales reafirman que el diseño industrial puede ser versátil en muchos campos de la industria nacional, en este caso en el mundo del modificado de vehículos de carga pesada en Colombia. Se aplicaron conocimientos y técnicas de la academia que permitieron reflejar una propuesta digital en un vehículo real, obteniendo finalmente un producto tangible el cual favoreció al usuario, a la casa de modificado y por supuesto al diseñador industrial, permitiendo crear un canal más a fin con estas dependencias que van de la mano con el desarrollo de nuestro territorio.

Contamos como es el desarrollo del proceso de engallado con imágenes y relatamos desde que llega un proyecto nuevo, luego se idealiza en digital y finalmente se materializa:



- Como primer paso el usuario nos contacta a nuestro sitio web y nos indica la idealización y modificación de su vehículo con un caso particular luego de haberlo chocado, indica que cambios y que parámetros quiere reflejar en su vehículo.

En segunda instancia se diseña el modelo y se propone algunas modificaciones ○ como sistema de mofles, ubicación de tanques, estribos y componentes eléctricos para definir los espacios los cuales pueden ser empleados para el desarrollo del diseño.





- Como tercer paso se diseña la propuesta completamente, reflejando los parámetros que el conductor quiere ver en su vehículo, así mismo se entregan medidas y procesos exactos de piezas creadas que requieren de una elaboración más detallada debido a que son piezas únicas.



- En esta etapa el vehículo se comienza a materializar por completo, donde se realizan los últimos ajustes necesarios para que el diseño quede a la par con la propuesta digital, además en caso de una posible mejora se rediseña alguna pieza en caso de que esta tenga alguna anomalía o que no esté acorde con lo planteado en la propuesta generada.



- Finalmente tenemos el proyecto materializado en su totalidad, se logra crear las piezas propuestas por el diseñador en acero, cambiar su estilo nacional a gusto del cliente en este caso Americano, su configuración estética es bien afín con el diseño que se planteó y para terminar se difunde el proceso de desarrollo con todo el gremio camionero lo que permite que muchos conductores consideren esta plataforma digital como modificadora de vehículos.

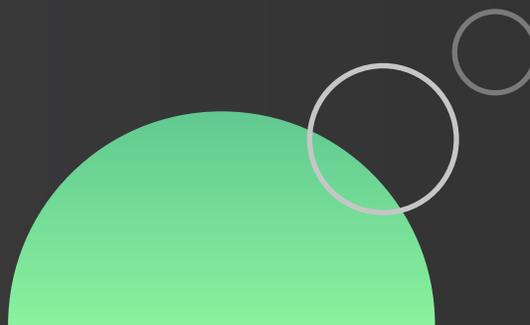




CONCLUSIONES

Como resultado a la investigación se logra difundir la labor de los conductores de carga pesada en Colombia, además de dar a conocer sus experiencias se da a conocer cual es su rol en el desarrollo de nuestro territorio, por otro lado se logra crear ese canal que posibilita la idealización del modificado de sus vehículos antes de su materialización que es importante dentro de sus labores como conductores, así mismo se resuelve esta problemática la cual consumía dos factores que predominan en su diario vivir que son, el tiempo y la economía.

Con este sitio web no solo se crea un canal para estos conductores, si no que permite al diseño industrial convertirse en una herramienta versátil en el mundo de los vehículos de carga pesada en Colombia, ofreciendo servicios que estudian y garantizan resultados precisos con relación al mercado de piezas, modificado, pintura y electrónica en estos vehículos donde el usuario crea una mejor cercanía con los medios digitales.





BIBLIOGRAFÍA

Aguado, M. (2016). Hacia una nueva gestión de los Recursos Humanos: Marketing Interno y Employer Branding. MK - Marketing Más Ventas, 30(304), 66-73.

Biblioteca Nacional de Colombia. (2017). Ministerio de Cultura. Obtenido de Contexto digital: <http://recursos.bibliotecanacional.gov.co/content/contexto-digital>

Cepal.org. (10 de abril de 2011). www.cepal.org. Obtenido de De las telecomunicaciones a las TIC: Ley de TIC de Colombia (L1341): <http://www.cepal.org/es/publicaciones/4818-telecomunicaciones-tic-ley-tic-colombia-11341>

Del Rowe, S. (2016). Email Marketing BEST PRACTICES. CRM Magazine, 20(9), 26- 29.

Dysart, J. (2016). E-Mail Marketing Solutions for Today and Tomorrow. Labtalk, 44(006C), 30.

Iglesias, O., & Saleem, F. Z. (2015). “How to support consumer-brand relationships”, Marketing Intelligence & Planning, Vol. 33 Iss 2 pp 216 – 234.

Szlechter, D. (2014). La cultura corporativa: una revisión crítica desde la Sociología del trabajo. (Spanish). Utopia Y Praxis Latinoamericana, 19(65), 138-157.

Tobar, E. G. (Junio de 2015). Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Obtenido de <http://www.redalyc.org>: <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409640743008.pdf>

