

TABLA DE CONTENIDO

	Índice
1. INTRODUCCIÓN	7
2. PROBLEMA	9
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. OBJETIVOS	11
5. MARCO TEÓRICO	12
5.1 Tecnología	12
5.2 Los Productos Tecnológicos	13
5.3 El Determinismo Tecnológicos	15
5.4 Experiencia de Compra	16
5.5 TIC Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	20
6. ESTADO DEL ARTE	25
6.1 Tesco	25
6.2 m&m	26
6.3 Volvo Colombia	27
7. MÉTODO	28
8. MARCO CONCEPTUAL	29
8.1 Diseño de Experiencia de Compra y Consumo Responsable de Productos Tecnológicos	29
8.2 Perfil de Usuario	30
8.2.1 Perfiles Tecnológicos	31
8.2.2 Subcategorías	32
8.3 Características Principales del Cliente	33
8.4 Uso del Smartphone	35
8.5 Uso de Tablet's	36
8.6 Uso según las funciones de los Smartphones y Tablet's	37
8.7 Satisfacción por parte de los Usuarios	38
8.8 Sistema Operativo	39
8.9 Aplicaciones descargadas	40

	Índice
9. CONCLUSIONES	41
10. DESARROLLO DE PROPUESTAS	42
10.1 Conceptos de Diseño	42
10.2 Planteamiento de Diseño	43
10.3 Desarrollo plantamiento de Diseño	44
10.4 Leyes Gestálticas	45
10.5 Requerimiento y Determinantes	46
11. FUNCIÓN PRINCIPAL	48
12. PROPUESTA DE DISEÑO	49
12.1 Etapa de Bocetos	49
12.2 Desarrollo de Propuesta	50
12.3 Medidas Antropométricas	51
12.4 Esquema Básico	52
12.5 Modelo de representación	53
12.6 Secuencia de Uso	54
12.7 Interface de Información Específica	55
12.8 Recorridos	56
12.9 Materiales, Apliques y Accesorios	57
12.10 Procesos de producción	58
12.11 Planos Técnicos	59
13. ANÁLISIS FORMAL	61
13.1 Detalles formales	62
14. CONTEXTO	64
15. CRITERIOS DE EVALUACIÓN	65
16. CRONOGRAMA	66
17. SISTEMA DE REGISTRO	67
18. BIBLIOGRAFÍA	68