

**Bienvenido**  
**Welcome**

---

**Edificio** **2**  
**Building**

PROYECTO PROFESIONAL *PROFESSIONAL PROJECT*

# La navegación en la experiencia del usuario

*Navigation in the user experience*

POR MAGIA LIQUID

FOTOGRAFÍAS: OFICINA MAGIA LIQUID \_ PHOTOS: MAGIA LIQUID OFFICE



**DISEÑO DE UNA NUEVA EXPERIENCIA DE NAVEGACIÓN PARA CLÍNICA LAS CONDES**  
*DESIGN OF A NEW NAVIGATION EXPERIENCE FOR CLÍNICA LAS CONDES*

**RESUMEN**

ESTE ARTÍCULO ABORDA EL PROCESO Y METODOLOGÍAS DE DISEÑO DE UN PROYECTO DE NAVEGACIÓN BASADO EN INSIGHTS DE PSICOLOGÍA COGNITIVA. A TRAVÉS DEL PROYECTO DE NAVEGACIÓN PARA CLÍNICA LAS CONDES PRESENTAMOS LA ESTRATEGIA GRÁFICA Y DE EXPERIENCIA DE USUARIO PARA RESOLVER LA PROBLEMÁTICA DE NAVEGACIÓN EN UN CAMPUS CONSTRUIDO A PARTIR DE INFRAESTRUCTURAS ORGÁNICAS DE DISTINTAS ARQUITECTURAS Y ÉPOCAS. LA PROPUESTA ABORDA DESDE LA ESTRATEGIA DE NAVEGACIÓN HASTA EL DISEÑO DE LAS DISTINTAS PIEZAS NECESARIAS PARA LA CORRECTA ORIENTACIÓN EN EL ESPACIO.

**SUMMARY**

THIS ARTICLE DISCUSSES THE PROCESS AND DESIGN METHODOLOGIES OF A NAVIGATION PROJECT BASED ON INSIGHTS OF COGNITIVE PSYCHOLOGY. THROUGH THIS NAVIGATION PROJECT FOR CLÍNICA LAS CONDES, WE PRESENTED THE GRAPHIC STRATEGY AND USER EXPERIENCE TO SOLVE THE PROBLEMATIC OF NAVIGATION IN A CAMPUS BUILT FROM ORGANIC INFRASTRUCTURES OF DIFFERENT ARCHITECTURES AND TIMES. THE PROPOSAL IS ADDRESSED FROM THE NAVIGATION STRATEGY UP TO THE DESIGN OF THE DIFFERENT PIECES NEEDED FOR THE CORRECT SPACE ORIENTATION.

**AUTORES AUTHORS**

MAGIALIQUID

**EQUIPO DE DISEÑO**

**DESIGN TEAM**

CRISTIÁN MONTEGÚ

JOSÉ COVARRUBIAS

ROSARIO CONCHA

RENATE GANTZ

FELIPE MONTEGÚ

**PALABRAS CLAVES**

DESIGN THINKING, EXPERIENCIA DE USUARIO, WAYFINDING

**KEY WORDS**

DESIGN THINKING, USER EXPERIENCE, WAYFINDING

Las marcas interactúan con los usuarios a través de ecosistemas de múltiples puntos de contacto. Para este proyecto empleamos la metodología del Design Thinking para abordar uno de los puntos de ese ecosistema: la problemática de navegación al interior de la clínica.

Por ello, se desarrolló un nuevo proyecto de navegación para Clínica Las Condes. Con un diseño centrado en el usuario y en la identidad de la marca, transformamos la experiencia de los pacientes y usuarios del lugar.

La navegación u orientación de las personas en el espacio, es uno de los puntos relevantes a la hora de diseñar una experiencia. Representa el punto de entrada y de salida de la matriz de interacciones que definen una experiencia de usuario. Aquí se juega parte importante de la satisfacción del cliente.

#### **EL DESAFÍO**

Clínica Las Condes es una de las clínicas más grandes de Chile. A lo largo del tiempo ha tenido un crecimiento de infraestructura sostenido y orgánico y su sistema de señalización inicial no lograba responder a las necesidades y a la escala de crecimiento constante.

Si bien se trabajó en etapas intermedias que intentaron solucionar problemas puntuales extendiendo el sistema antiguo, finalmente CLC optó por enfrentar el desafío integral de cambiar la señalética en su totalidad y así también abarcar los nuevos espacios en el tiempo.

Para los usuarios resultaba sumamente complicado ubicarse dentro de la clínica y muchos de ellos perdían tiempo pasando de un lugar a otro en busca de orientación. Esto implicaba también que personal de la clínica tuviera que derivar a las personas en un espacio que muchas veces ni ellos mismos reconocían con facilidad.

El usuario no lograba moverse de manera independiente y cómoda, teniendo mucha información simultánea sin jerarquía. El orientarse resultaba una experiencia frustrante y confusa, generando un punto de quiebre en la calidad de experiencia entregada por Clínica Las Condes.

#### **EL PUNTO DE PARTIDA: ESTUDIO DE RECURSOS LÍMBICOS**

Clínica Las Condes contaba con estudios de la empresa consultora Recursos Límbicos, expertos en ciencias cognitivas.

Entre las conclusiones de su estudio se encontraba el concentrar toda la circulación del campus a través del primer piso. Para esto proponían conducir a los usuarios desde los estacionamientos hasta ese nivel, donde a través una marca en el piso, denominada Alfombra CLC, serían conducidos a los distintos edificios del campus.

El cambio de flujo principal al primer piso, resultó beneficioso por la visibilidad de los edificios que entregaban un punto de referencia más claro al recorrer la clínica.

Junto con este cambio, el estudio proponía, con el fin de facilitar la recordación de los usuarios, un color único a cada edificio del conjunto. Además, dado el estado emocional de los usuarios, el estudio aconsejaba la entrega de información humana sobre otros medios.

El objetivo era que el instinto actuara al momento de transitar, logrando hacer más fácil los desplazamientos dentro de la clínica. Que el usuario no tuviera que leer mucho, sino hacer asociaciones rápidas y lógicas para avanzar hacia su objetivo. Esto es lo que MagiaLiquid decidió tomar para diseñar una nueva experiencia.

*Brands interact with the users through ecosystems of multiple contact points. For this project, we used the Design Thinking methodology to address one of the points of that ecosystem: the navigation problem at the inside of the Clinic.*

*For that purpose, it was developed a new navigation project for Clínica Las Condes, with a user centered design and within the brand identity, we transformed the experience of patients and users of this place.*

*Navigation or orientation of people in space is one of the relevant points when designing an experience. It represents the input and output of the matrix of interactions that define a user experience. An important part of satisfaction of the client is at stake here.*

#### **THE CHALLENGE**

*Clínica Las Condes is one of the largest clinics in Chile. Over time, it has had a sustained and organic infrastructure growth, and its initial signaling system was not able to meet the needs according to the constant growing scale.*

*Even though works were done at intermediate stages trying to solve specific problems, extending the old system, finally CLC chose to face the integral challenge of changing all the signage, thus including also the coming spaces.*

*It was extremely complicated, for the users, to get located within the clinic and many of them wasted time going from one place to another searching for guidance. This also meant that personnel of the clinic had to refer people in a space where, most of the time, not even themselves could easily recognize.*

*The user could not move in a comfortable and independent way, having much simultaneous information with no hierarchy. To get oriented was a frustrating and confusing experience, generating a break point in the quality of experience delivered by Clínica Las Condes.*

#### **THE STARTING POINT: STUDY OF "RECURSOS LÍMBICOS"**

*Clínica Las Condes had studies of the consultancy firm "Recursos Límbicos", experts in cognitive sciences.*

*Among the conclusions of this study were to concentrate all the campus circulation through the first floor. For this, they proposed to conduct the users from the parking lots up to that level, where through a mark on the floor, named CLC Carpet, they would be conducted to the different buildings in the campus.*

*The change of the main flow to the first floor was advantageous for the visibility of the buildings, which delivered a clearer reference point on walking around the clinic.*

*Together with this change, the study proposed, in order to facilitate users' recall, a unique color for each building. Besides, given the emotional status of the users, the study advised the delivery of human information by other means.*

*The objective was that the instinct could act while transiting, thus facilitating movements inside the clinic. So the user does not have to read too much, but instead, make quick and logic associations to get to his destination. This is what MagiaLiquid took into account to design a new experience.*

#### **THE ROAD TOWARDS A NEW EXPERIENCE**

*Based on the studies made by Recursos Límbicos, Clínica Las Condes convened a tender in order to redesign its navigation system.*

*"We know that spaces and environments less familiar cause stress. A well designed signage system, which guides people through a space, makes the context to be more pleasant and easy to use. This sentence from designer Paul Mijksenaar, author of the signage system of JFK airport of New York and, considered by many as, an authority on*

### EL CAMINO HACIA UNA NUEVA EXPERIENCIA

Basado en los estudios realizados por Recursos Límbicos, Clínica Las Condes convocó a una licitación para rediseñar su sistema de navegación.

“Sabemos que los espacios y ambientes poco familiares causan estrés. Un sistema de señalética bien diseñado que guía a la gente a través de un espacio, hace que el contexto sea mucho más agradable y fácil de usar”. Esta frase del diseñador Paul Mijksenaar, autor del sistema de señalética del aeropuerto JFK de Nueva York y considerado por muchos una autoridad en el tema, cobra mucho más sentido si la aplicamos en una clínica. Allí se considera que el usuario ya presenta un estado de estrés que altera la toma de decisiones en un recorrido. Es por esto que el rol de la institución es entregar la información necesaria para facilitar la llegada de manera segura al destino deseado.

**DESCUBRIMIENTO DE INSIGHTS:** Consideramos este contexto al diseñar, comenzando con una etapa de exploración que ayudó a generar insights valiosos sobre las necesidades del usuario, tanto externo (pacientes y visitas) como internos (personal de CLC). Este proceso incluyó la aplicación de diversas herramientas propias del Design Thinking por parte del equipo de diseño. Entre éstas estaban: safaris de exploración en terreno, entrevistas contextuales, seguimientos o sondeos, tanto a clientes como a funcionarios, recorridos de escritorio y mapas de flujo. Todos estos procesos fueron analizados posteriormente para detectar qué funcionaba y qué era parte del problema.

De esta manera se redujo la cantidad de señalética, que constaba con más de 120 tipos de soportes distintos y se redujo a 30 tipologías estandarizadas por función. Conscientes de que el cerebro humano no retiene mucha información simultánea, sobre todo en situaciones de estrés, era vital entregar únicamente la información necesaria para el momento determinado, similar al concepto utilizado en un mapa de tesoro: primero dirigir al usuario al edificio, luego al piso, a la unidad médica, y finalmente al recinto específico.

Bajo esta lógica se estableció una jerarquía clara dentro del sistema de señalética. Siendo los edificios la unidad mayor, tomamos los colores definidos por Recursos Límbicos y decidimos que toda la señalética de dicho edificio fuera del color indicado. Esto tiene un aporte cognitivo crítico, ya que, a modo de ejemplo, todas las especialidades médicas y consultas dentro del edificio azul se señalan con este color, por lo que sin importar el piso en el que se encuentre el usuario ya lo identifica como parte de este edificio.

La alfombra CLC estaba dentro del sistema de señalética antiguo, pero los colores de los edificios le entregaron un contexto en el que adquirió mayor sentido, volviéndose el eje vertebral del sistema.

**ESTABLECER HITOS FUNCIONALES Y EMOCIONALES:** Parte importante del proyecto de navegación fue crear hitos a lo largo del recorrido de

*this topic, makes even more sense if we apply it in a clinic. Here, it is considered that the user already presents a stress state which alters decision making in a journey. For this reason, the role of the institution is to deliver the necessary information so as to facilitate the arrival, in a secure way, to the desired destination.*

**DISCOVERY OF INSIGHTS:** *This context was considered for design, starting with an exploration step, which helped to generate valuable insights about user needs, both external (patient and visitors) as well as internal (CLC personnel). This process included the application of diverse tools from Design Thinking. Among these were: exploration safaris on site, contextual interviews, follow-up or opinion polls to clients as well as employees, desktop overview, and flow maps. All these processes were analyzed later in order to detect what worked and what was part of the problem.*

*This way, the amount of signage decreased, which had more than 120 different types of supports and they were reduced to 30 standardized types per function. Conscious that the human brain does not retain many simultaneous information, specially under stress, it was vital to deliver only the information necessary for the specific moment, similar to the concept used in a treasure map: first direct the user to the building, then to the floor, to the medical unit, and finally to the specific location.*

*Under this logic, a clear hierarchy was established in the signage system. Being the building a major unit, we took the colors defined by Recursos Límbicos and decided that every signage of such building had the assigned color. This has a critical cognitive contribution, since, as an example, all medical specialties and medical consultations inside the blue building are indicated with this color, so no matter the floor, the user already identifies it as part of this building.*

*The CLC carpet was in the former signage system, but the colors of the buildings gave a context in which it acquired a greater sense, becoming the vertebral axis of the system.*

**ESTABLISH FUNCTIONAL AND EMOTIONAL MILESTONES:** *An important part of the navigation program was to create milestones along the route of this carpet. Given that the first reaction of a person under stress is to look for help, we used the receptions to determine the highlighted points of the route. This, added to the colors of the buildings, helped to simplify the delivery of indications and to facilitate users path.*

*To further enhance intuition when navigating, it was incorporated to design, as main element, a visual system based on international icons belonging to medical areas which may allow identifying the different areas and specialties inside the clinic. The result was a system of more than 150 icons, which continue growing and joining the new places of the clinic.*

*Together with the iconographic system, written information with a highly legible typographic font was used. The typography used for this was Frutiger, the same as in Charles de Gaulle's airport in Paris.*

*Based on the conclusions of the studies, which indicate that people do not pay attention to the resources available to get oriented, we standardized the names of the sites to the minimum of words,*



esta alfombra. Dado que la primera reacción de una persona bajo estrés es buscar ayuda en las otras personas, usamos las recepciones para determinar los puntos más destacados del recorrido. Esto, sumado a los colores de los edificios, aportó en simplificar la entrega de indicaciones y facilitar los recorridos del usuario.

Para potenciar aún más la intuición al navegar, se incorporó al diseño, como elemento principal, un sistema visual basado en íconos internacionales del ámbito de la medicina que permitirán identificar las distintas áreas y especialidades dentro de la clínica. El resultado fue un sistema de más de 150 íconos, que sigue ampliándose y sumándose a los nuevos lugares de la clínica.

Junto con el sistema iconográfico, la información escrita aparece con una fuente tipográfica altamente legible a distancias. Se utilizó para esto la tipografía Frutiger del aeropuerto de Paris Charles de Gaulle.

Basados en las conclusiones de los estudios, que indican que la gente no destina atención a los recursos disponibles para ubicarse, estandarizamos los nombres de los recintos al mínimo de palabras, desechando los nombres técnicos y complejos.

“Las marcas interactúan con los usuarios a través de ecosistemas de múltiples puntos de contacto”

*“Brands interact with the users through ecosystems of multiple contact points”*





Además, considerando que la clínica recibe muchos pacientes internacionales, se agregó un segundo nivel de lectura en inglés.

Todas estas definiciones se estandarizaron para las futuras extensiones de CLC, que hoy se están aplicando en un nuevo edificio, próximo a inaugurarse.

#### **EL CAMINO ESTÁ CLARO**

Hoy transitar por Clínica Las Condes es una experiencia grata y fluida, donde el usuario se mueve de manera independiente siguiendo una señalización clara, limpia y eficiente. Las piezas conviven en absoluta armonía y van de la mano con el crecimiento de la clínica.

Logramos generar un cambio cultural. Los estudios posteriores a la señalización arrojan resultados muy positivos que muestran el nivel de satisfacción en los usuarios. Junto con mejorar la experiencia del paciente, se logró mejorar también la experiencia diaria de los empleados, lo que incide directamente en dar un mejor servicio.

Si bien Clínica Las Condes es un campus de grandes dimensiones, el proyecto de navegación logró cambiar el paso de cientos de personas que transitan por este lugar otorgando parámetros claros de ubicación y haciendo la estadía más agradable y simple.

Creamos una experiencia de marca significativa aportando con una solución estratégica y creativa que define parte importante del comportamiento dentro de la clínica.

*discarding technical and complex names. Besides, considering that the clinic receives many international patients, a second level of English wording was added.*

*All these definitions were standardized for the future extensions of CLC, which are being applied today, to a new building, almost ready to be inaugurated.*

#### **THE ROAD IS CLEAR**

*Today, transiting through Clínica Las Condes is a pleasant and fluid experience, where the user moves independently following a clear, clean, and efficient signage. The pieces coexist in absolute harmony and go hand in hand with the growth of the clinic.*

*We achieved to generate a cultural change. The studies after the signage produce very positive results which show the satisfaction levels of users. Together with improving the experience of patients, daily experience of employees also improved, which has a direct impact in giving a better service.*

*Although Clínica Las Condes is a campus of great dimensions, the navigation project was able to shift the journey of hundreds of people who transit through this place, granting clear parameters of location and making the staying more pleasant and simple. We created a significant experience contributing with a creative and strategic solution that defines an important part of the behavior inside the clinic.*