



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y SU PROMOCIÓN, CONSTRUCCIÓN DESDE EL DISEÑO GRÁFICO DE UNA PROPUESTA DE NEGOCIO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE

DISEÑADOR GRÁFICO

AUTOR: LUIS FERNANDO LOJANO ARIAS

DIRECTOR: DIS. FABIÁN CORDERO

CUENCA, ECUADOR

2021



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y
SU PROMOCIÓN, CONSTRUCCIÓN
DESDE EL DISEÑO GRÁFICO DE
UNA PROPUESTA DE NEGOCIO**

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE **DISEÑADOR GRÁFICO**

Autor: Luis Lojano
Director: Dis. Fabián Cordero

Cuenca - Ecuador
2021

AUTOR

Luis Lojano

DIRECTOR

Dis. Fabián Cordero

DISEÑO E IMÁGENES

Todas las imágenes son realizadas por el autor, excepto las que tienen su respectiva cita.

DIAGRAMACIÓN

Autor

CUENCA, ECUADOR

2021

DEDICATORIA

Dedico esta proyecto a mis padres y a mis hermanos que han sido los que me han estado apoyando en todo lo que has sido posible. A mis amigos, que me han brindado su apoyo y cariño. A los maestros, que han sido los mejores guías para poder sobresalir con una mejor experiencia, persiguiendo el don de la enseñanza.

AGRADECIMIENTO

A mis padres: Wilmer y Lorena
A mis hermanos: Daysi y Erick
A mis profesores: Juan, Edgar y Cristian
A mi director: Fabián
A mis amigos: Gabriela, Paola

Muchas gracias por el todo apoyo brindado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO.....	7
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
OBJETIVO GENERAL	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZACIÓN	15
1.1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA	17
1.1.1 EMPRENDIMIENTO.....	17
1.1.2 MODELOS DE NEGOCIO.....	18
1.1.3 PLATAFORMAS	19
1.1.4 DISEÑO DE INTERFAZ.....	21
1.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	25
1.3 HOMÓLOGOS.....	29
1.4 CONCLUSIONES.....	34
CAPÍTULO 2: PROGRAMACIÓN.....	35
2.1 TARGET.....	37
2.2 PERSONA DESIGN.....	39
2.3 PARTIDOS DE DISEÑO	42
2.4 MIX DE MARKETING.....	44
CAPÍTULO 3: IDEACIÓN.....	45
3.1 GENERACIÓN DE IDEAS.....	47
3.2 IDEAS FINALES	49
3.2.1 APLICACIÓN MÓVIL.....	49
3.2.2 CATÁLOGO DIGITAL.....	51
3.2.3 RED SOCIAL	53

CAPÍTULO 4: PRODUCTO FINAL.....	55
4.1 IMAGOTIPO	57
4.2 APLICACIÓN MÓVIL	62
4.3 VALIDACIÓN	98
4.4 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.....	99
CONCLUSIONES FINALES.....	100
RECOMENDACIONES.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	102
ANEXOS.....	103

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 01. Kuncheek.....	17
IMAGEN 02. Alesia Kozik.....	18
IMAGEN 03. Ono Kosuki.....	19
IMAGEN 04. Hitesh Choudhary	24
IMAGEN 05. Ekaterina Bolovtsova	25
IMAGEN 06. Imagen del autor.....	28
IMAGEN 07. Andrew Neel	37
IMAGEN 08. Ivan SamKov.....	38
IMAGEN 09. Karolina Grabowska.....	39
IMAGEN 10. Ron Lach.....	43
IMAGEN 11. Cottonbro	43
IMAGEN 12. Junior Teixeira	44
IMAGEN 13. Pixabay.....	48
IMAGEN 14. Santiago Boada	49
IMAGEN 15. Polina Zimmerman.....	51
IMAGEN 15. Cottonbro	53
IMAGEN 16. Lisa.....	62

RESUMEN

Actualmente muchos negocios de la ciudad de Cuenca se han visto afectados económicamente a causa de la pandemia del COVID-19, llevando a que muchos de ellos busquen implementar nuevas estrategias comerciales para levantar sus emprendimientos económicos de una manera sólida. Dentro de este análisis, este proyecto propuso, a través del manejo de conceptos como el diseño de interfaces gráficas, innovación, navegabilidad, usabilidad, arquitectura de la información y experiencia de usuario crear una plataforma digital de comercio, tipo aplicación móvil, que permita ofertar y promocionar los productos alimenticios agroecológicos de la asociación APAUSTRO, contribuyendo así a un crecimiento económico para la misma.

ABSTRACT

Currently, many businesses in the city of Cuenca have been economically affected by the COVID-19 pandemic, leading many of them to seek to implement new business strategies to build their economic ventures in a solid way. Within this analysis, this project proposed, through the management of concepts such as the design of graphical interfaces, innovation, navigability, usability, information architecture and user experience, to create a digital commerce platform, mobile application type, that allows to offer and promote the agroecological food products of the APAUSTRO association, thus contributing to its economic growth.

Keywords:

Digital commerce, user experience, innovation, graphical interface, micro-enterprises, navigability

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la oportunidad de crecimiento económico de microemprendimientos de la ciudad de Cuenca mediante el desarrollo de una plataforma gráfica digital de negocios para promocionar los productos locales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Recopilar y analizar los principales recursos digitales y analógicos utilizados para promocionar microemprendimientos locales, nacionales e internacionales.
2. Diseñar la interfaz gráfica de una plataforma digital de negocios para dar a conocer los distintos microemprendimientos.
3. Diseñar un sistema promocional para posicionar la plataforma utilizando la técnica de la viralización digital.

ALCANCES

Se presentará a nivel de prototipo una aplicación móvil que permita lograr el incremento comercial de la asociación de agroproductores (APAUSTRO)

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID-19, ha generado consecuencias económicas graves a nivel mundial que puso en inestabilidad a muchos negocios del mundo, La sociedad ha buscado implementar nuevas estrategias de comercio para levantar sus negocios y generar ingresos para mantener un equilibrio económico.

La tecnología ha sido uno de los avances más importantes a lo largo de la historia. La sociedad ha empleado este instrumento como uno de los medios de comercio mundiales más buscados y más innovadores, llegando a generar un sin fin de plataformas que permiten lograr un intercambio económico y la facilidad de compra para muchos usuarios.

Existen una gran cantidad de usuarios que optan por una tecnología más accesible, se realiza una búsqueda de aplicaciones, principalmente con beneficios económicos, en este punto, el tema de funcionalidad, navegabilidad, e interfaz son piezas fundamentales para la correcta interacción entre un usuario y una pantalla.

A partir de las premisas del diseño gráfico lo que se pretende es proponer una estra-

tegia de negocio comercial para una feria local de agroproductores llamada APAUSTRO, que funcione a través de una plataforma digital.

En el capítulo uno se da a conocer los conceptos más puntuales que engloban el área del diseño gráfico, seguido de una investigación de campo y búsqueda de homólogos.

En el capítulo dos se analiza el target, es decir, el público con el que se trabajará, seguido de los partidos de diseño como la forma, función y tecnología con la que se desarrolla una aplicación.

El capítulo tres presenta una generación de ideas para llevar a la concreción del tipo de plataforma que se desarrollará para esta asociación.

Por último, el capítulo cuatro da a conocer cada uno de los procesos con los que se trabajó para crear tanto el identificador como la plataforma digital, en esta caso una aplicación móvil.

1.0

CONTEXTUALIZACIÓN



INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto se centra en las aproximaciones a los conceptos de los negocios, microemprendimientos, innovación y medios digitales enfocados en la capacidad de conocer el funcionamiento y objetivo de los mismos, con el fin de utilizar de manera correcta estas herramientas para una buena introducción en el mercado comercial. Esta propuesta de trabajo está desarrollado a través de una propuesta del diseño gráfico con sus respectivos elementos.

1.1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1.1 EMPRENDIMIENTO

1.1.1

1.1.1.1 Definición

El emprendimiento es un término muy utilizado por la sociedad para referirse a la acción de crear o levantar un negocio, con el objetivo de incrementar y producir ganancias. Según Quintero (2017) la actitud emprendedora se llega a convertir en ese comportamiento que toma una persona frente a las diferentes situaciones para establecer de manera ordenada los recursos necesarios para el desarrollo de un proyecto.

1.1.1.2 Emprendedor

Un emprendedor es aquella persona que observa las oportunidades de negocio que se le presentan y las utiliza como fuentes de recursos necesarias para el desarrollo de un emprendimiento. Un emprendedor busca resolver los problemas económicos que se presentan diariamente, tiene la capacidad de proyectar metas o visiones que lo impulsen a enfocarse en la idea de un negocio. El emprendedor se encarga de organizar y planificar un proyecto, enfrenta diversos desafíos que se presentan en su afán por conseguir un objetivo económico y se centra en la búsqueda de la innovación para poder diferenciarse frente a las demás competencias.

1.1.1.3 Microemprendimientos

Los microemprendimientos son, por lo general, pequeños comercios que se van construyendo con una poca inversión económica y a la vez son impulsadas por una o varias personas, las mismas llegar a ser a su vez los dueños o administradores. Según Bakerman y Rikap (2011) los microemprendimientos son manejados de manera individual, personal o familiar, en donde no se necesita contratar ningún personal extra para evitar un aumento considerado de gastos.

Este proyecto se enfoca y a la vez busca trabajar con microemprendimientos desarrollados en el área comercial, es decir, pequeños negocios dedicados a la venta de productos agroecológicos como productos de la tierra, realizados por medio de procesos de cultivo de una forma orgánica.

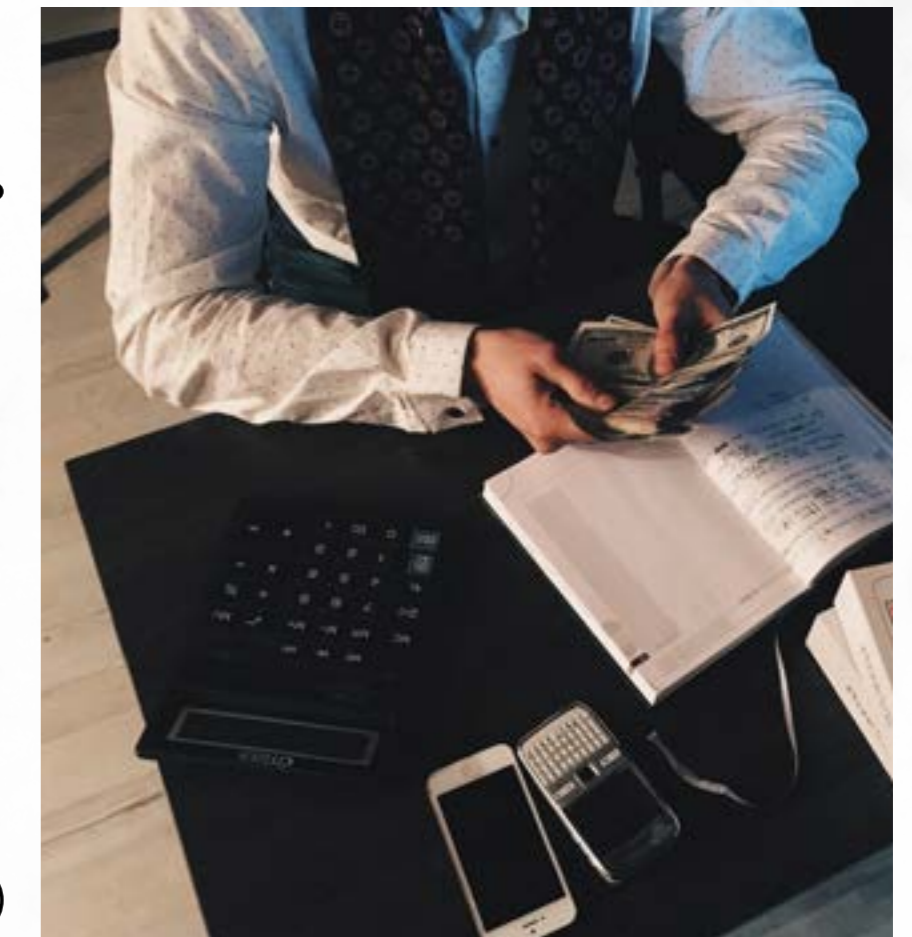


IMAGEN 01. Kuncheek

1.1.1.4 Innovación

La innovación, enfocada en el mundo de los emprendimientos y microemprendimientos, cumple un rol clave para que las personas puedan determinar nuevas oportunidades de negocio. La innovación se dirige directamente a esas formas y cambios que permiten a una persona levantar su negocio de una manera más factible. Como menciona González (2013) todas las empresas deben impulsar a conseguir y desarrollar nuevos productos y servicios de manera continua. El punto más importante para generar una innovación triunfante es la generación de nuevas ideas en base a los productos, mantener una buena estructuración y organización y sobre todo expandir el territorio llegando a nuevos mercados y a nuevos consumidores, de esa forma se analizarán métodos para resolver problemas futuros. Todas las ideas, estrategias y herramientas creativas sirven para impulsar a un negocio a adaptarse a un mundo moderno y cumplir con las expectativas de los consumidores.

Al hablar del tema de innovación en el diseño, se habla de aportar con nuevas herramientas para comunicar un mensaje visual, también realizar modificaciones y tener nuevas perspectivas para diseñar cosas que salgan de lo tradicional y de lo común. En el diseño, puntos importantes en la innovación es entender a nuestros clientes, al mercado local y nacional, para lograr esa sensación de persuasión, manejar un tema de sostenibilidad y eficacia, ver por nuevas aspiraciones y una visión a la creatividad.

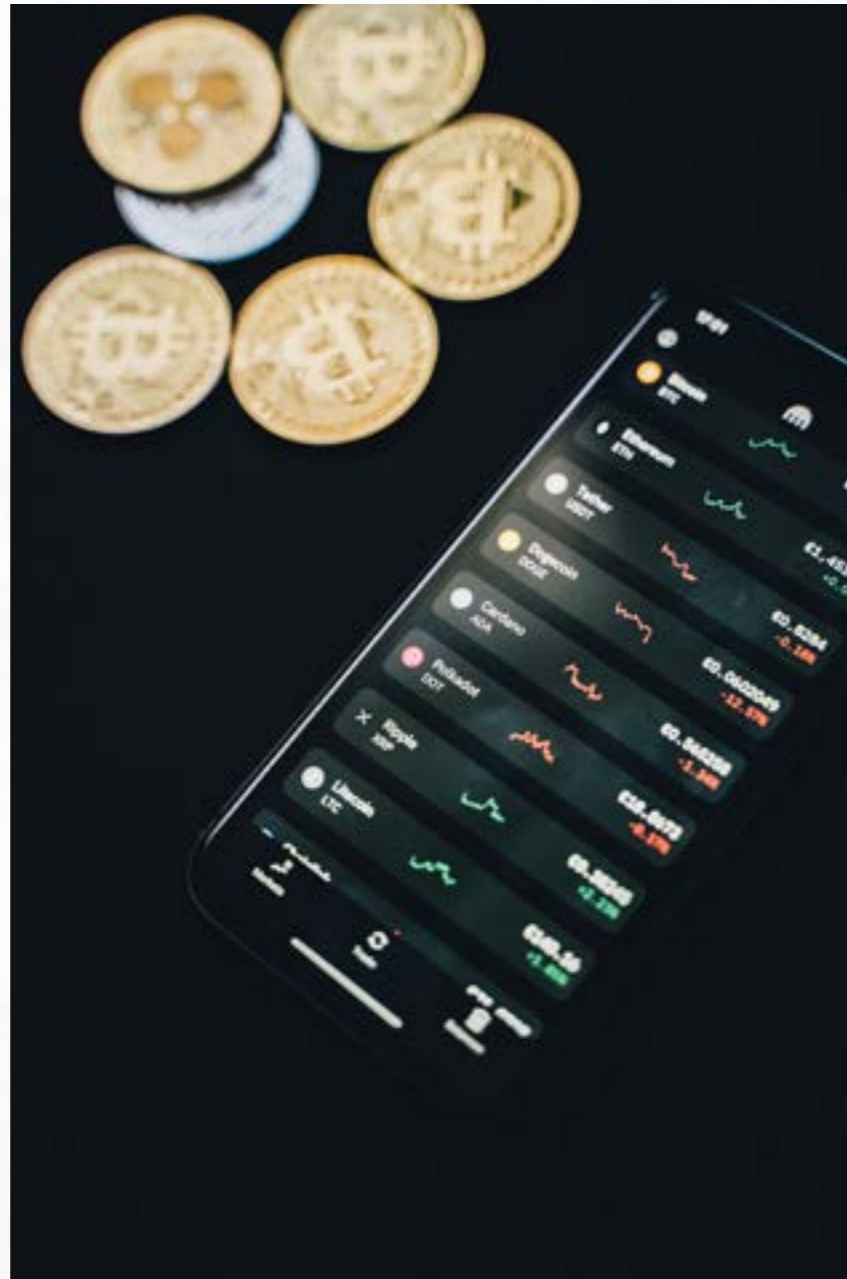


IMAGEN 02. Alesia Kozik



1.1.2.2 Negocios Online

Los negocios online o también conocidos como negocios digitales, son aquellos medios que se manejan de manera electrónica o mediante sitios web, estos modelos se han convertido en una tendencia y preferencia por parte de los usuarios que navegan a través del mundo del internet. Un negocio digital lleva a cabo el uso de los medios tecnológicos, en donde cualquier empresa toma la acción de canalizar y profundizar sus procesos de negocio para crear propuestas de valor. (Baixas, 2020)

1.1.2.3 Plan de negocios

Según Weinberger (2009) el plan de negocios orienta y dirige a una empresa a establecer nuevos objetivos que permitan desplegar nuevas oportunidades de producción que se trabajarán a manera futura. El plan de negocios permite que una empresa plantee y analice ciertos objetivos y características de un proyecto que se lanzará en un plan futuro.

La importancia de generar un modelo de negocio junto al comercio electrónico para el proyecto es una pieza fundamental, ya que, ese valor agregado del modelo negocio de la aplicación centrado en la acción compra-venta, con seguridad de la compra y entrega de los productos, funciona eficazmente, en donde el usuario podrá tener esa confiabilidad en la empresa, junto con temas de innovación y nuevas oportunidades de comercio y consumo.

1.1.3 PLATAFORMAS

1.1.3.1 Definición

Las plataformas digitales son aquellos espacios en la web que permiten obtener información de alguna empresa o servicio, en estos medios las personas pueden obtener datos detallados y concisos sobre las mismas. Estas plataformas se han llegado a popularizar tanto hoy en día, que son los canales de comunicación más usados y efectivos, estos buscan lograr mayor eficacia al momento de interactuar con el usuario, proporcionar información verificada, ahorrar tiempo, maximizar la productividad, lograr la ejecución de multitareas, administrar de mejor forma datos importantes y establecer costos razonables. Las plataformas digitales se han convertido en ese apoyo y pilar fundamental para la gran diversidad de trabajos que se presentan continuamente. Muchas de estas plataformas son programadas para cumplir con tareas específicas y otras son elaboradas con estilo freelance, todos estos factores ayudan a trabajar de manera más directa y sencilla. (Berg et al., 2019)



IMAGEN 03. Ono Kosuki

1.1.2

1.1.2 MODELOS DE NEGOCIO

1.1.2.1 Definición

Los modelos de negocio son herramientas que nos permiten definir con exactitud qué es lo que un negocio va a ofrecer al mercado, con que consumidores va a trabajar, que servicios se van a ofrecer y como se generarán y obtendrán los ingresos. Según Osterwalder y Pigneur (2010) el modelo de negocio explica y especifica todos los fundamentos precisos para que una empresa cree y genere ese valor clave con el consumidor.

1.1.3.2 Tipos de plataformas digitales

Existen una gran cantidad de plataformas digitales, dependiendo de cada área y concepto. A continuación, se encuentran las más importantes:

Plataformas educativas:

Este tipo de plataformas se centran directamente en la educación o también en la educación a distancia, con el objetivo de brindar enseñanza, conocimiento, información y experiencias de nuevos métodos de aprendizaje a partir de interfaces funcionales, intuitivas y dinámicas.

Algunos ejemplos de estas plataformas son: Blackboard, e-College, Moodle, entre otras.

Plataformas sociales:

También conocidas como de redes sociales, son plataformas muy utilizadas actualmente por la sociedad hoy en día. Estas plataformas cumplen con el objetivo de proporcionar todo tipo de información para poder crear un lazo de interacción entre las personas, gracias a ellas todos los usuarios mantienen relaciones con temas de negocios, familiares, amistades, aprendizajes, entre otros.

Algunos ejemplos de estas plataformas son: Facebook, Instagram, WhatsApp, LinkedIn, Twitter, TikTok, entre otros.

Plataformas de comercio electrónico:

Este tipo de plataformas son unas de las más abundantes actualmente en el mundo del internet. Estas plataformas han ayudado en gran manera a las empresas y diferentes negocios a poder levantarse paso a paso, su función permite que el usuario pueda acceder a comprar una gran cantidad de productos y servicios sin la necesidad de salir de su hogar. Cada día este tipo de plataformas se han popularizado

mucho en todos los sectores del e-commerce.

Algunos ejemplos de estas plataformas son: Shopify, Wallapop, OLX, Amazon, entre otras.

1.1.3.3 Comercio Digital

El comercio electrónico o comercio digital es el recurso que permite comercializar productos o servicios a través de línea. Como lo menciona Borrego (2014) El comercio electrónico envuelve el mundo de la compra y venta online, los productos y servicios que ofrecen las diferentes empresas son mucho más asequibles para las personas, son canales de distribución precisos que conectan a la sociedad día a día. Gracias a la tecnología el comercio digital puede ser ejecutado de manera más sencilla, las necesidades de compra se han vuelto más accesibles para las personas y no existen delimitantes que impidan acceder a este medio.

1.1.3.4 Plataformas de comercio digital

Las plataformas de comercio tienen una clasificación relacionados a los diferentes tipos de modelos y actores de venta, como lo son: la empresa (B), los consumidores (C), la administración (G), los inversos (I) y los empleados (E).

La clasificación más conocida es la siguiente:

Business to Consumer B2C

De la empresa al consumidor. Este modelo es utilizado por las tiendas online, ya que, los usuarios pueden interactuar y solicitar los productos y servicios.

Business to Business B2B

De empresa a empresa. Este modelo maneja la relación de negocio de empresa a empresa a través de proveedores, es uno de los modelos más habituales porque funciona con la venta al por mayor.

Consumer to Consumer C2C

De consumidor a consumidor. Este modelo permite que un consumidor final reciba un producto o servicio de otro consumidor a través de una plataforma digital en donde lo puede comprar un precio menor.

Government to Consumer G2C

De las administraciones al consumidor. El comercio electrónico se ha incorporado en los trámites digitales, es por eso, que los usuarios navegan por diferentes portales para realizar acciones y servicios que necesiten.

1.1.3.5 Redes sociales

Las redes sociales son sistemas de comunicación directos que han permitido a las empresas y profesionales crear un perfil, en donde se puede encontrar información detallada, ya sea de un negocio o servicio, que permitan interactuar con los usuarios de manera más agradable y directa. (Inteco, 2009) Las redes sociales tienen un amplio concepto en relación el tema de los negocios, estos sitios llegan a ser ejecutados desde diferentes ámbitos, ya sea un estilo profesional hasta uno social, con el objetivo de dispersar una gran cantidad de información. Estas aplicaciones han permitido crear una nueva interacción son los usuarios, generando así una comunicación más eficaz, rápida, fácil y directa, por otro lado, sus costos son bajos por lo que es más accesible hacerlo a comparación de la televisión. Los usuarios diariamente acceden a estos sitios y debido a eso el levantar un negocio o emprendimiento por estos medios produce buenos resultados.

Otra plataforma que funciona a manera de red social y comercial es Mercado Libre, esta aplicación es una de las más utilizadas para el tema del e-commerce ya que, crea ese ambiente de intercambio de productos entre un vendedor y comprador. Esta plata-

forma tiene la característica de interactuar con los vendedores a través de chats, su interfaz en sencilla al igual como sus secciones de navegación, se pueden encontrar diferentes menús y categorías.

Otra app y web muy conocida es OLX, esta plataforma de anuncios clasificados cumple con la acción de compra, venta e intercambio de productos o servicios de una manera rápida y sencilla. Esta plataforma esta compuesta por una jerarquización de información bien detallada, una gran variedad de categorías, selecciones y detalles de productos, seguido de una interacción directa con los usuarios mediante chats y su diseño de interfaz y navegabilidad es muy intuitivo y sencillo.

La aplicación de Facebook Marketplace es un claro ejemplo del e-commerce, esta plataforma es una herramienta más de Facebook que ha permitido a miles de usuario navegar por el mundo de los negocios digitales, el objetivo de esta, como al igual que otras plataformas es la acción de compra-venta, donde se puede encontrar artículos tanto usados como nuevos y también hacer que la experiencia y navegabilidad del usuario sea simple, basándose en cuatro pasos, elegir el artículo, conversar con el vendedor, pactar un encuentro y comprar el producto. El modelo de negocio de esta plataforma se maneja en generar esa confianza con el usuario, mostrar seguridad, realidad y calidad de venta.

1.1.4 DISEÑO DE INTERFAZ

1.1.4.1 Definición

El diseño de interfaz se basa en un proceso de conexión, en donde el usuario accede a interactuar con los dispositivos tecnológicos a través de una serie de elementos que contienen los mismos. Lo intuitivo y lo interactivo forma parte del proceso de relación usuario-ordenador y debido a eso se pueden generar

aspectos como la percepción, curiosidad y memoria. (Luzardo, 2009) El diseño de interfaz permite crear un proceso de interacción entre una persona y un ordenador, este proceso, en muchas ocasiones, es desarrollado de manera sencilla para que el usuario pueda afectar y ejecutar las acciones necesarias que el o ella desee.

1.1.4.2 Interfaz de usuario

La interfaz gráfica de usuario (GUI) es uno de los medios más recomendados y usados en los diferentes softwares existentes. La interfaz permite que el usuario pueda controlar cualquier ordenador tecnológico y mediante el mismo se pueda visualizar información detallada en las pantallas. Una interfaz gráfica de usuario (GUI), es donde prevalecen muchos elementos y piezas clave que permitan la correcta interacción con la interfaz ya diseñada, los aspectos visuales se manifiestan en gran manera porque son lo que generan esa atención de experimentación en el usuario. (Fernández, 2001) Las aplicaciones usan diferentes elementos y herramientas gráficas, cada uno de ellos tiene que ser trabajada de manera intuitiva para que el usuario use de manera sencilla cualquier aplicación.

Existen diversos tipos de interfaces, a continuación, algunas de ellas:

Interfaz de línea de comando (CLI)



Es una de las interfaces más complicadas, ya que, al ser una interfaz más técnica requiere de muchos conocimientos y el usuario deberá introducir comandos y códigos específicos, caso contrario seguirán creándose nuevos comandos.

Interfaz de usuario de texto (TUI)

Esta interfaz tiene el objetivo de introducir varias cantidades de texto para ejecutar una acción. Es utilizada comúnmente en la instalación de sistemas operativos y sus diferentes terminales.

Interfaz gráfica de usuario (GUI)

Este tipo de interfaz es una de las más utilizadas por las personas gracias a su sencillez y factibilidad. En esta interfaz el usuario puede navegar a través de varios botones, ya sea mediante el uso de un teclado o ratón, o mediante gráficos que simulan la acción de botones, menús entre otras cosas.

Interfaz de usuario de voz (VUI)

En esta interfaz, el usuario usa de manera frecuente su voz para dirigir a los diferentes comandos. El usuario tiene una mayor comodidad y facilidad de hacer cualquier acción, ya que no tiene que interactuar de manera física con una plataforma, en cambio todo es empleado con una comunicación vocal.

Interfaz de usuario natural (NUI)

En esta interfaz el usuario maneja una plataforma por medio del empleo de gestos, toques o acciones manuales, es decir, el usuario interactúa tal como es, de manera natural sin emitir ninguna exageración, y en donde las pantallas reconocen todas esas acciones.

1.1.4.3 Arquitectura de la información

La arquitectura de la información es una pieza clave en el desarrollo de aplicaciones y elementos web, convirtiéndose en un avance digital. En este elemento la organización y estructuración del contenido es fundamental. La arquitectura de la información es esa técnica, esa visualización de crear áreas, zonas y espacios interactivos en los sitios y aplicaciones web, que ofrezcan comodidad, seguridad y entretenimiento a los usuarios, con el objetivo de facilitar a las personas acceder a la información que necesitan y satisfacer cualquier necesidad. (Hassan, 2015) El análisis de información permite a un sitio web ordenar todos los elementos necesarios, en este caso, productos o servicios, para que al usuario le sea más accesible visualizar el contenido.

1.1.4.4 Navegabilidad

La navegabilidad web es un término amplio que puede ser definido de diferentes maneras. Este elemento permite al usuario navegar por cada parte y rincón de un sitio web, debido a esto puede ser tan sencillo como puede llegar a ser tan complicado. Según Linares (2004) Los sistemas de navegación, están compuestos por diversas conexiones en el mundo web, cada conexión y unión que observamos en los sitios web nos permite localizar y desplazar la información que necesitamos, esto genera mayor confianza en los usuarios, puesto que saben con mayor exactitud como está estructurada la página. La navegabilidad nos permite analizar desde donde se desarrollo el sitio web, nos permite observar la experiencia que tiene el usuario al usarla y posteriormente como resolver ciertas dificultades y plantear estrategias para mejorar ese sistema.

1.1.4.5 Usabilidad

La usabilidad es un recurso que permite verificar la facilidad de uso que tiene un sitio web al momento de interactuar con el usuario. La usabilidad da a conocer las cualidades y características que ofrece un sitio web frente al uso del usuario. La relación de interacción entre el usuario-ordenador se ve en gran medida y permite definir aspectos positivos o negativos, el usuario experimenta con los contenidos, navegación, botones, funciones a su manera y de esa forma da el valor y percepción del sitio. (Sánchez, 2011) Las aplicaciones que posee un buen sistema de usabilidad son las que mejor interacción tienen con el usuario, ya que, el uso llega a ser sencillo, agradable y entretenido para el usuario, todo esto también hará que las personas tengan una constante atención a este sitio web, generado visitas seguidas y aumentando los recursos para la empresa.

La accesibilidad como conexión a la usabilidad, es una acción que debe cumplir una aplicación para

que llegue a ser comprensible y utilizable a cualquier persona. Este concepto toma en cuenta varias pautas para ser desarrollada de la manera correcta, por ejemplo, se debe diseñar un buen contraste entre un fondo y el texto, el uso correcto de tipografías, recursos gráficos, diseño de botones, jerarquización de información, entre otros. Todos estos aspectos, en conjunto, permiten que el usuario pueda acceder a la información y acción de la app de manera eficaz.

El comportamiento de usuario describe que sensaciones se produce en una persona cuando esta interactúa con un sitio web o una aplicación. Este comportamiento permite analizar que tiempo de navegación vive el usuario con la app, cuantas veces la visita y acciones realiza, de esa forma se puede modificar o analizar que cambios se deben realizar para que el usuario pueda tener esa sensación de confianza con la app y sea de su agrado.

1.1.4.6 Experiencia de usuario

La experiencia de usuario (UX) hace referencia a todos los componentes y elementos que permiten establecer la interacción directa de los usuarios con una aplicación referente a un producto o servicio. Este concepto es ampliamente usado con el tema del marketing online para poder crear una conexión y relación estable entre el consumidor y marca, de esa forma observar las percepciones que tiene el usuario referente a su experiencia con el sitio web. La Experiencia de Usuario (Verifica que tan agradable, sencilla e intuitiva es una aplicación, las nuevas tecnologías permiten a los usuarios experimentar nuevas formas de comunicación, con una buena calidad visual y social. (Hassenzahl y Tractinsky, 2006)

1.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se realizaron varias entrevistas a perfiles de personas expertas en el área de la programación y desarrollo web y también al área de la parte agro productiva. Estas se fueron definiendo conforme al avance del proyecto.



IMAGEN 04. Hitesh Choudhary



IMAGEN 05. Ekaterina Bolovtsova

PROGRAMADOR Y DESARROLLADOR WEB



1.5.1 Iván Cordero

Ingeniero en Sistemas de profesión, actualmente tiene 42 años, obtuvo sus estudios en la Universidad del Azuay en la carrera de Ingeniería de Sistemas.

Posteriormente trabajó cinco años como desarrollador Full Stack, en Software Social Consultores, puede trabajar y es capaz de manejar cualquier dependencia, lleva diez años como desarrollador Independiente en las ramas Tecnológicas, Angular, PHP, Javascript, Html, C#, VB# Ionic. Su entrevista fue realizada en base a un cuestionario, y fue necesario entrevistarlo, ya que su perfil de desarrollador y conocedor de tecnologías web, implicó un gran aporte a este proyecto.

Menciona que para el desarrollo de cualquier tipo de aplicación o proyecto digital se debe partir de un concepto enfocándose en el modelo negocio, no se debe tomar en cuenta como algo primordial los ingresos económicos, en cambio se debe centrar en que es lo que se quiere conseguir con esa aplicación, los productos que se pueden ofrecer, los servicios y la información que queremos transmitir. El análisis del sistema de la aplicación o el software que se está creando, se ven los casos y caminos posibles que se pueden dar y para que se pueden usar, uso de SQL es un tipo de lenguaje de programación que ayuda a solucionar problemas específicos o relacionados con la definición, manipulación e integridad de la información representada por los datos que se almacenan en las bases de datos



PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES AGROECOLÓGICOS DEL AUSTRO (APAUSTRO)



1.5.2 Lcda. Ana Pizarro

Agricultora, Tutora de tesis y Licenciada en Producción en Marketing.

Nació en Santa Isabel en el mes de octubre de 1974, obtuvo sus estudios en la Universidad Tecnológica Americana (UNITA), en la carrera de Producción de Marketing.

Durante cuatro años trabajo como tutora de tesis, veinte y ocho años en la granja agricultura, actualmente es presidenta de la Feria APUAUSTRO y comenzó un proyecto con niños de 0 a 5 años para enseñarles acerca de la agricultura.

Su propósito como presidenta en la feria es vender los productos totalmente naturales de la tierra, pretende aumentar su nivel de ventas, conseguir aceptación de sus productos, mejorar su posicionamiento y su percepción por parte de los clientes.

Se le pregunto el propósito de feria agroproductiva, a lo cuál ella respondió: Lo que buscamos es ser conocidos empleando el tema publicitario, tecnológico y visual, que el público compre nuestros productos naturales sin nungún tipo de químicos y que conozcan de nuestros procesos de trabajo.



APAUSTRO

La Asociación de Agro productores del Austro, se dedica a la venta de productos agroecológicos, es decir, desde su cultivo en la finca hasta el consumidor, los productos no contienen ningún tipo de químico, al contrario, son productos totalmente orgánicos. Los consumidores que normalmente visitan esta feria son personas que residen localmente y personas extranjeras, también personas vegetarianas y veganas, es un espacio totalmente abierto al público. Actualmente se encuentran manejando una página en la red social del Facebook en donde realizan transmisiones en vivo referente a productos y charlas sobre el área agro productiva.

La asociación APAUSTRO ha mantenido un sistema de comercio muy habitual y común en estos tiempos, el hecho de implementar un sistema de comercio electrónico a través de una plataforma digital, nace de acuerdo a las necesidades del productor, las cuáles son generar mejores ingresos económicos, llegar a ser conocidos a nivel local e incrementar la venta de los productos agroecológicos.

Todos estos requerimientos han sido analizados para implementar nuevas estrategias digitales que beneficiarán económicamente tanto al productor como al consumidor.



Apaustro (Página de Facebook). Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://www.facebook.com/apaaustro>



IMAGEN 06. Imagen del autor

1.3

1.3 HOMÓLOGOS

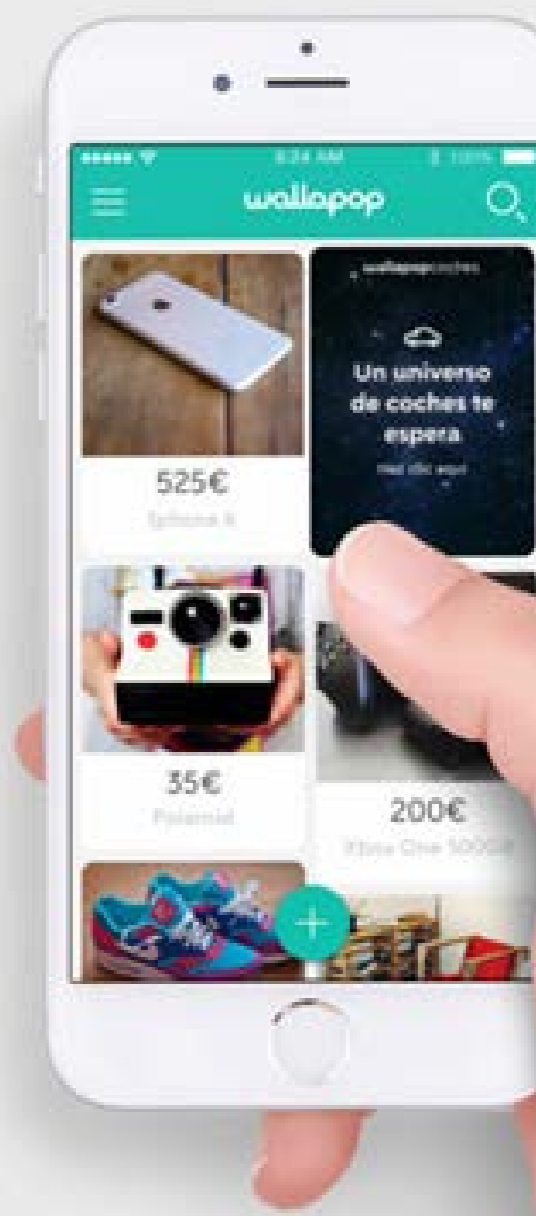
Para el análisis de homólogos se tomo en cuenta algunas referencias como las plataformas digitales de Wallapop, PPFAM y Tipti.

1.6.1 WALLAPOP

Wallapop es una aplicación móvil que permite comprar y vender diferentes artículos ya sea por cercanía, distancia, costos u otros aspectos. Esta app permite navegar por diferentes categorías de productos, encontrando así una gran variedad. Posee una navegación sencilla, su manejo de tono turquesa junto a su tipografía clara y legible resalta mucho, el uso de vectores al igual que fotografías generan mayor interés para navegar la app.

Otro punto importante que posee Wallapop es que nos permite interactuar con el usuario, es decir, se puede mantener una conversación sobre un producto, definir el precio del mismo, entre otras cosas. La organización que tiene con la información es buena, ya que, mantiene una buena jerarquización dividiendo sus categorías, sus productos, su registro de manera adecuada al usuario sin permitir que exista confusión.

Descubre
y encuentra productos
geniales cerca de ti.



FORMA

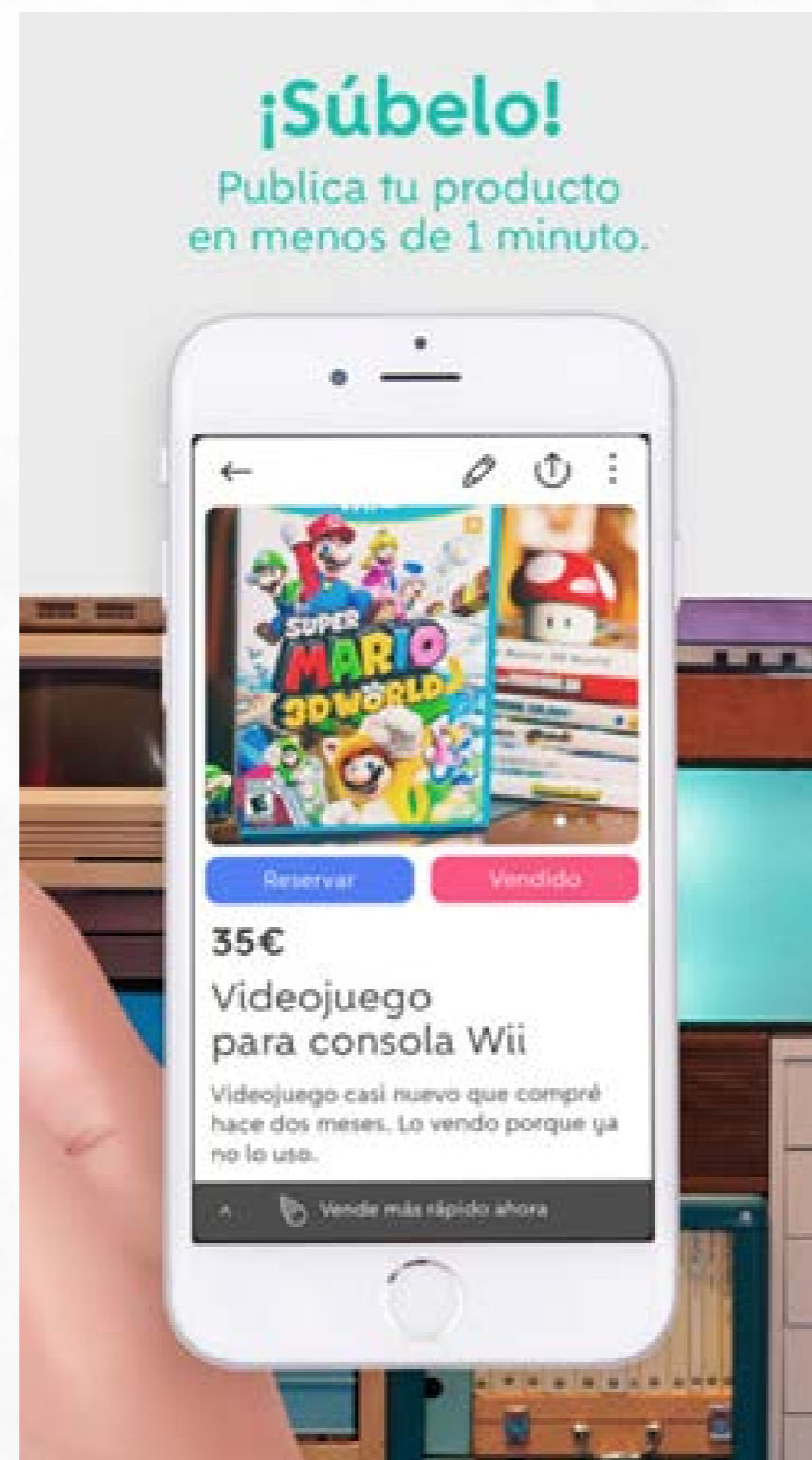
- Usa tipografías Sans Serif de buena legibilidad.
- Uso de colores planos sin ningún tipo de degradado. Como color principal se emplea el tono turquesa, como color secundario el blanco y colores complementarios en tonos grises y blancos.
- Usa fotografías en gran manera para mostrar todos los productos.
- Empleo de iconografía y flat design.
- Uso de geolocalización para los consumidores.
- Uso de tecnología touch screen para app

FUNCIÓN

Es una plataforma que oferta y promociona una gran cantidad de productos de distintas categorías, por otro lado, su función se centra en la acción de compra-venta, con interacción digital con el usuario garantizando la entrega de los productos.

TECNOLOGÍA

- APP móvil
- Página Web



1.6.2 PPFAM

PPFAM es una plataforma digital que brinda a productores y comerciantes dedicados a la industria agroalimentaria a exponer, vender y dar información acerca de sus productos. Esta plataforma posee una interfaz gráfica sencilla, sus colores compuestos por tonos verdes nos dirigen directamente al sector productivo, su tipografía legible y el uso de imágenes generan mayor interés para la navegabilidad.

PPFAM brinda a sus usuarios (en este caso compradores) a un acceso directo con los productores, creando de esa forma el proceso de compra y venta y generando también las relaciones comerciales. El marketing digital y la publicidad de PPFAM conforman un buen sistema de comercialización lo que contribuye con buenos beneficios el desarrollo de los agronegocios.

FUNCIÓN

Es una plataforma que oferta y promociona una gran cantidad de productos del sector agrícola, que permite tanto a productores como a compradores, comprar y vender de manera segura a cualquier país.

TECNOLOGÍA

- Página Web

FORMA

- Usa tipografías Sans Serif de buena legibilidad.
- Uso de colores planos con degradado. Como color principal se emplea el tono verde, como color secundario y complementario tonos amarillos verdosos.
- Usa fotografías en gran manera para mostrar todos los productos.
- Empleo flat design y poca iconografía.



1.6.3 TIPTY

Tipti es una aplicación móvil que maneja el comercio electrónico como su modelo de negocio. Esta aplicación, que esta disponible para los diferentes dispositivos móviles, tiene el objetivo de poder realizar pedidos de productos de diferentes supermercados o tiendas especializadas que se maneja con el servicio de delivery.

Tipti posee una navegación móvil accesible para los diferentes usuarios, su manejo de tonos naranjas junto a su tipografía clara y legible resalta mucho, el uso de íconos vectoriales al igual que fotografías generan mayor interés para navegar la app.

Tipti, por otro lado, da a conocer las diferentes tiendas populares de Ecuador, a las cuáles se les puede realizar un pedido, como en el caso de Supermaxi, AKÍ, TÍA, entre otros. También permite visualizar un gran cantidad de productos y promociones, seguido de detalles, cantidades y precios.



FORMA

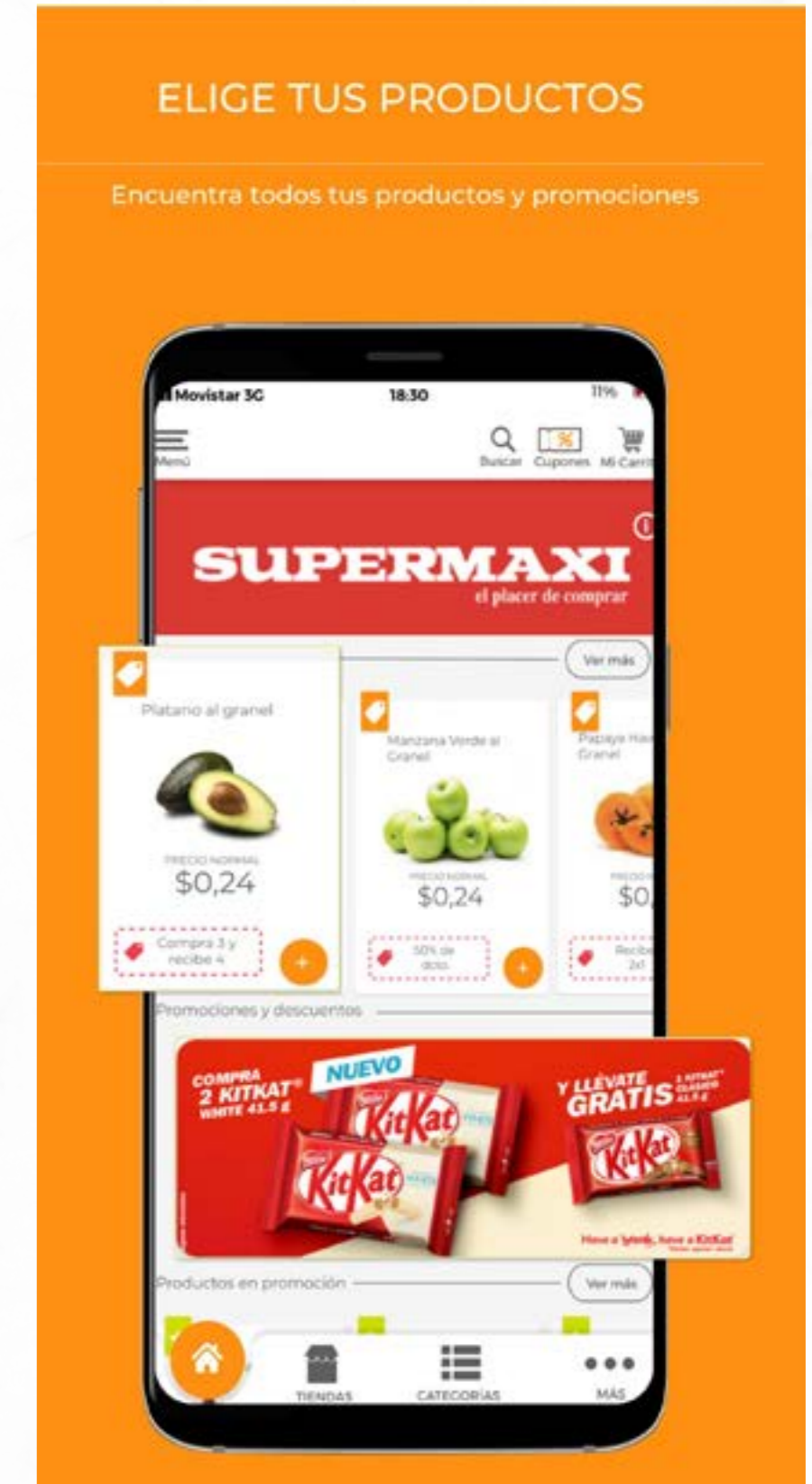
- Usa tipografías Sans Serif de buena legibilidad.
- Uso de colores planos sin ningún tipo de degradado. Como color principal se emplea el tono naranja, como color secundario un tono gris y colores complementos en tonos blancos, rojos y verdes.
- Usa fotografías en gran manera para mostrar todos los productos.
- Empleo de iconografía y flat design.
- Uso de tecnología touch screen para app

FUNCIÓN

Es una plataforma orientada a la venta de productos de supermercados y tiendas especializadas a través de los medios digitales y con entrega a domicilio, con el objetivo de conectar a los usuarios y cubrir todas sus necesidades.

TECNOLOGÍA

- APP móvil
- Página Web



1.4 CONCLUSIONES

1.4+

El desarrollo de este primer capítulo nos ha permitido profundizar más en el mundo de la tecnología móvil y todo lo que la misma engloba. Sin los conocimientos necesarios sobre las teorías del diseño de interfaz, navegabilidad, usabilidad, entre otros, resulta complicado arriesgarse a diseñar un prototipo así.

La investigación de campo nos ha abierto los ojos frente a los requisitos de desarrollar una plataforma de este estilo, centrándose en los diferentes usuarios como los productores y consumidores y sus necesidades, como que el sector agroproductivo sea rentables, ver la área productiva como un negocio, que a la vez, pueda generar ingresos. Por otro lado, los homólogos nos ha dado a conocer que esta plataforma es factible y adaptable para las personas.

Con todos los conceptos analizados en este primer capítulo se llega a la conclusión que este tipo de plataforma es una pieza y necesidad clave para la Feria de los Agroproductores, creando esa interacción entre productor y consumidor. Esta plataforma contará con un fin funcional, a manera de prototipo.



2.0

PROGRAMACIÓN



INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este capítulo se centro en realizar un análisis al target elegido al cuál se dirige el producto. Existen dos targets principales, en este caso los productores (los que venden el producto) y los consumidores (los que compran el producto).

2.1 TARGET

2.1

2.1.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Usuario 1: Productor

Variables Sociodemográficas

- Edad: 30 a 60 años
- Género: Masculino y femenino
- Ocupación: Agricultores
- Idioma: Español
- Educación: Primario y secundario
- Nacionalidad: Ecuatoriana
- Estrato social: clase social media
- Estado civil: Solteros y casados

Variables Geográficas

- País: Ecuador
- Ciudad: Cuenca
- Zona: Urbana
- Región: Sierra



IMAGEN 07. Andrew Neel



IMAGEN 08. Ivan SamKov

2.1.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Usuario 2: Consumidor

Variables Sociodemográficas

- Edad: 20 a 50 años
- Género: Masculino y femenino
- Ocupación: Padres de familia, estudiantes, profesionales
- Idioma: Español
- Educación: Secundario, tercer nivel
- Nacionalidad: Ecuatoriana y personas extranjeras
- Estrato social: clase social alta, media
- Estado civil: Solteros y casados

Variables Geográficas

- País: Ecuador
- Ciudad: Cuenca
- Zona: Urbana
- Región: Sierra



2.2 PERSONA DESIGN

2.2

Usuario 1: Productor

Variables Psicográficas

- Personalidad: personas que son trabajadoras, responsables, alegres, amables, carismático
- Estilo de vida: hombres y mujeres dedicados al área de la agricultura, que cuidan, cultivan y preparan sus productos
- Gustos personales: hombres y mujeres que aman el campo, disfrutan de la naturaleza y de lo que ella les ofrece, cuidan de sus animales y alimentos y disfrutaban en familia

Usuario 2: Consumidor

Variables Psicográficas

- Personalidad: Personas que son optimistas, ordenadas, alegres, amables pacientes
- Estilo de vida: hombres y mujeres saludables, es decir personas dedicadas al cuidado alimenticio mediante dietas, personas que son veganas y vegetarianas, personas deportistas.
- Gustos personales: hombres y mujeres que aman el campo, disfrutan de Hombres y mujeres amantes del área de la gastronomía, personas que disfrutan compartir con la familia y amigos



IMAGEN 09. Karolina Grabowska



PEDRO ARÉVALO MÉDICO

Hola, mi nombre es Pedro Arévalo y tengo 28 años. Nací en Cuenca – Ecuador el 10 de abril de 1993. Actualmente soy médico de profesión.

Me considero un hombre alegre, amable, honesto y amigable. Disfruto compartir buenos momentos con mis amigos, pero sobre todo con mi familia. Durante mis años de estudio siempre disfruté el conocer las áreas vinculadas al cuidado de la salud, pero también tuve esa curiosidad de conocer cómo funciona nuestro desarrollo. Actualmente me encuentro trabajando en un centro de salud y durante mis años de profesión me he encontrado con muchos obstáculos enfocados en el tema de la salud y cuidados alimenticios, este último me ha llevado, en muchas ocasiones, a cambiar mi estilo de vida alimenticia. Me gusta cocinar y actualmente veo por los alimentos más beneficiosos, como los son verduras, hortalizas y frutas, todos estos permiten que mi digestión mejore en gran cantidad y de esa forma prevenir alguna enfermedad o molestias digestivas, también veo por el área deportiva, salgo a correr por las mañanas, ya que ayuda mucho a la circulación y condición física.



MARTA CALDERÓN COMERCIANTE

Hola, mi nombre es Marta Calderón y tengo 40 años. Nací en Cuenca – Ecuador el 26 de enero de 1980. Actualmente soy vendedora de frutas en un mercado local.

Me considero una mujer alegre, disfruto compartir con mi familia, cada momento es especial para mí. Soy una amante de la cocina, desde muy pequeña me gustaba observar cómo se preparaban diferentes platos y que ingredientes se utilizaban, gracias a eso pude desempeñarme en diferentes eventos, preparando una gran variedad de platos, en los cuales se incluyen platos típicos o nuevos, también me gusta experimentar con productos nuevos y crear platos novedosos, al ser una conocedora de diferentes productos, como sus procesos de cultivo, tiempo de madurez y calidad, se bien cuales elegir para la creación de platos exquisitos y especiales.



2.3 PARTIDOS DE DISEÑO

2.3.1 FORMA

SOPORTE

En el caso del soporte se plantean dos opciones para el desarrollo de esta plataforma, la primera opción será una página web, en donde el usuario podrá tener acceso directo desde cualquier dispositivo. Por otro lado, como segunda opción el desarrollo directo de una aplicación móvil, la cual facilitará a las personas acceder a la misma de manera más fácil y rápida.

TIPOGRAFÍA

Se usará una tipografía Sans Serif, de una alta legibilidad y fácil comprensión para las personas, además este tipo de tipografía es recomendada para para el uso de apps.

CROMÁTICA

El uso de colores pretende conectar y relacionar al usuario con el mundo de la agroecología. Se manejará la gama de colores terciarios, estos colores son producidos a partir de la mezcla de los colores primarios con los secundarios, por lo general estos colores son relacionados al tema de la naturaleza y de la agricultura, debido a eso se empleará un rango cromático con colores análogos, colores bajos, y contrastes, ya que se enlazan con el concepto de agroecología.

FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía será clave en el proyecto, con este elemento se pretende exponer los productos locales que se han cultivado y como se presentan a la

venta, también dar a conocer a cada agro productor y la infraestructura de la feria agroecológica. Cada fotografía tendrá su respectiva edición y retoque para lograr de esa forma una estética agradable para el consumidor, también se empleará este medio como una forma de seducción visual para el consumidor, representando así la calidad y confiabilidad de los productos.

La página web posee una serie de características, beneficios y ventajas que permiten al usuario navegar por ella sin problema. Entre ellas están:

- Aumentar el alcance del negocio o servicio
- Mejorar en la imagen de la marca
- Incremento de ventas
- Acción de compra y venta en línea
- Servicio al cliente

Algunas desventajas son:

- Actualizaciones de sitio
- Funcionamiento solo a través de internet
- Navegación complicada

La aplicación móvil, al igual que lo anterior mencionado, también posee sus beneficios para el usuario, llegando en muchos casos a ser más recomendada. Entre ellas están:

- Tener acceso de manera rápida a muchas aplicaciones
- Es menos costoso
- Facilidad en realizar compras
- Canales directos
- Mejorar experiencia de usuario

Algunas desventajas son:

- Espacio limitado
- Conexión a internet
- Accesos limitados a ciertos elementos
- Tiempos de desarrollo

ICONOGRAFÍA

Se empleará el uso de diseño flat para que no exista una sobrecarga de elementos visuales en la interfaz.



IMAGEN 10. Ron Lach

2.3.2 FUNCIÓN

La función general de esta plataforma será dar a conocer la acción de compra-venta a través de un sistema digital, en donde el usuario podrá preparar su canasta de productos, para adquirirlo de manera física en el establecimiento y realizar el pago en efectivo de los mismos o a través del servicio de pago por medio del uso de una tarjeta de crédito. La plataforma digital también permitirá a los usuarios encontrar todos los productos locales necesarios para el hogar, con la mejor calidad y a los mejores precios logrando el objetivo que es la venta de los mismos. Esta plataforma por otro lado, brindará información concreta y detallada de cómo es el proceso de elaboración de cada producto, información nutricional y como se los pueden adquirir de una manera fácil y sencilla.

2.3.3 TECNOLOGÍA

Para el desarrollo de esta plataforma digital, en el caso del prototipo, se empleará el uso de diferentes softwares como Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop y Adobe XD.

Por otro lado, para la creación en una visión real de la plataforma se puede emplear un sistema de base de datos basado en la programación Html y Css.

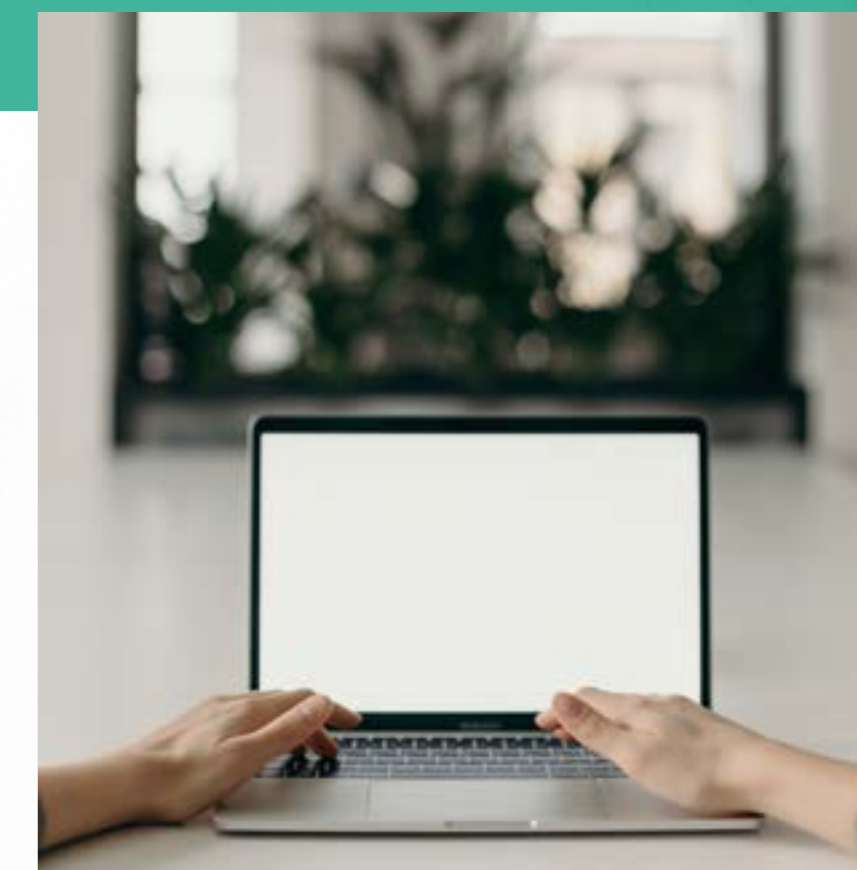


IMAGEN 11. Cottonbro

2.4 MIX DE MARKETING

2.4



2.4.1 PRODUCTO

El producto, es este caso la plataforma digital, se centrará en la función de vender y acceder a los diferentes productos agroecológicos que ofrece la feria agroecológica APAUSTRO. El objetivo en este punto de la plataforma digital es ofrecer a los usuarios todos los productos existentes de esta feria y lograr de esa forma tener un acceso más fácil y rápido mediante el servicio en línea.

La forma de pago que establece esta aplicación se maneja a través de efectivo cuando el usuario recibe el producto, es decir, el cliente da el pedido de los productos, la feria, en este caso los productores, preparan el pedido y notifican al cliente el retiro del mismo en el establecimiento y ahí el cliente realiza su pago y lleva sus productos. También se establece el método de pago por medio del uso de una tarjeta de crédito, lo cuál ofrece al usuario una mayor seguridad, rapidez y eficacia en la compra.

2.4.2 PRECIO

Una opción para el desarrollo y el servicio de la plataforma será comenzar de manera gratuita para lograr un incentivo al usuario y hacer que opte por el uso de la aplicación, posteriormente se planteará una suscripción de un precio accesible.

2.4.3 PLAZA

Dentro de la ciudad de Cuenca, tanto a los habitantes del casco urbano como a las personas que llegan de las zonas rurales.

2.4.4 PROMOCIÓN

Se plantea realizar un espacio promocional conformado por un descuento de un monto de dinero al registrarse como nuevo cliente de la plataforma, por otro lado, se desarrollarán post publicitarios, en donde se presentarán diferentes ofertas y promociones de los productos, los mismos serán incluidos en la plataforma como una forma de incentivo al usuario para adquirir y navegar por la plataforma.



IMAGEN 12. Junior Teixeira

3.0

IDEACIÓN



INTRODUCCIÓN

En este capítulo se desarrolla una lluvia de ideas, como una forma de acercamiento a la idea digital. Se empezó con la generación de 10 ideas, seguido de una evaluación concreta para posteriormente elegir las más óptimas. De todas esas ideas, se eligieron 3 que son consideradas las más accesibles y propuestas finales y a través de las cuales se queda con una idea principal la cual será representada a manera de boceto final.

3.1 GENERACIÓN DE IDEAS

3.1

MARKET PLACE APP

La plataforma ofertará y ofrecerá todos los productos agroecológicos cultivados por los productores de la feria APAUSTRO, los usuarios tendrán acceso a todos los productos y podrán realizar consultas concretas y también la acción de compra y venta.

DELIVERY APP

En la plataforma se oferta un servicio de delivery de todos los productos agroecológicos cultivados por los diferentes productores, permitiendo hacer llegar los productos a los consumidores de una manera más segura y rápida, manteniendo la comodidad de los consumidores.

INTERFAZ BREADCRUMBS

El diseño de la interfaz breadcrumbs permitirá al usuario acceder a diferentes enlaces, regresar a la página principal o ir a otros niveles de la plataforma, todo realizado de una manera rápida y fácil. La información es construida jerárquicamente, los usuarios pueden navegar por las categorías existentes y hacer el uso de herramientas de búsqueda.

APP POP-UP

El diseño de la interfaz pop-up permitirá al usuario visualizar contenido adicional y concreto de los productos ofrecidos por los productores. Esta interfaz funciona mediante ventanas emergentes, se puede catalogar y categorizar los productos, donde se presenta información extra o complementaria y que es rápida y accesible para los usuarios.

APLICACIÓN MÓVIL

Una plataforma diseñada para los diferentes dispositivos móviles, en donde sea accesible tanto para los productores como para los consumidores, se puede navegar por las diferentes categorías de productos diseñado con una interfaz sencilla y eficaz, también el consumidor puede realizar la acción de compra. Elaborar canastas de productos para entregar al usuario.

WEB APP

Una plataforma en donde el usuario puede acceder al sitio desde cualquier navegador web, puede navegar en toda la página y las diferentes secciones referentes a los productos, por otro lado, también puede realizar la acción de compra y venta y será interactiva. Se puede almacenar los productos en un carrito de compras.

CATÁLOGO DIGITAL

Ofrecer a los consumidores un catálogo digital dinámico en donde se puede apreciar la información y datos sobre la gran variedad de productos agroecológicos que se ofrecen, también se presentarán novedades y actualizaciones.

RED SOCIAL

Una red social en donde los usuarios (consumidores), puedan interactuar de manera más directa con los proveedores, en donde se puedan tener chats y conversaciones directas, se puedan dar recomendaciones, consejos, comentarios entre otras cosas.

APP VISUAL INTERACTIVA

Una Plataforma en donde la información se visualice de forma interactiva, se presentarán imágenes, videos, audios a manera de un recorrido gráfico, logrando de esa forma crear un ambiente informativo y entretenido para hacer que los usuarios se acerquen a lugar de comercialización.

TRANSACCIONES

Una plataforma que funcione a partir de la creación de un usuario de manera gratuita, en este caso la plataforma funciona mediante el uso de tarjetas de crédito para realizar pagos de los productos adquiridos de manera segura.



IMAGEN 13. Pixabay

3.2 IDEAS FINALES

3.2

IDEA 1 3.2.1 APLICACIÓN MÓVIL

FORMA

TIPOGRAFÍA

Se usará una tipografía Sans Serif, de una alta legibilidad y fácil comprensión para las personas, además este tipo de tipografía es recomendada para para el uso de apps.

CROMÁTICA

Se manejará la gama de colores terciarios, por lo general estos colores son relacionados al tema de la naturaleza y de la agricultura, debido a eso se empleará un rango cromático con colores análogos, colores bajos, y contrastes, ya que se enlazan con el concepto de agroecología. Los colores se basarán en una gama de verdes y azules, sin ninguna gradiente.

ICONOGRAFÍA

Se empleará el uso de diseño flat para que no exista una sobrecarga de elementos visuales en la interfaz.



IMAGEN 14. Santiago Boada

FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía será clave en el proyecto, se mostrará cada producto agroecológico junto a su respectivo puesto y productor, manejando correctamente los ángulos y enfoque. Cada fotografía tendrá su respectiva edición y retoque para lograr de esa forma una estética agradable para el consumidor, también se empleará este medio como una forma de seducción visual para el consumidor, representando así la calidad y confiabilidad de los productos.

FUNCIÓN

Permitirá a los usuarios acceder a la información y servicios que ofrece la feria de agro productores APAUSTRO, además de garantizar la acción de compra y venta entre un productor y consumidor. La plataforma digital también permitirá a los usuarios encontrar todos los productos locales necesarios para el hogar, con la mejor calidad y a los mejores precios logrando el objetivo que es la venta de los mismos. Esta plataforma por otro lado, brindará información concreta y detallada de cómo es el proceso de elaboración de cada producto y como se los pueden adquirir de una manera fácil y sencilla.

TECNOLOGÍA

Para la creación de la aplicación móvil se usarán los siguientes softwares:

- Adobe Photoshop
- Adobe Ilustrador
- Adobe XD

Por otro lado, esta aplicación móvil podrá ser utilizada desde cualquier dispositivo móvil, ya sea iOS o Android.

3.2 IDEAS FINALES

3.2

IDEA 2 3.2.2 CATÁLOGO DIGITAL

FORMA

TIPOGRAFÍA

Se usará una tipografía Sans Serif, de una alta legibilidad y fácil comprensión para las personas, además este tipo de tipografía es recomendada para para el uso de apps.

CROMÁTICA

Se manejará la gama de colores terciarios, por lo general estos colores son relacionados al tema de la naturaleza y de la agricultura, debido a eso se empleará un rango cromático con colores análogos, colores bajos, y contrastes, ya que se enlazan con el concepto de agroecología. Los colores se basarán en una gama de verdes y azules, sin ninguna gradiente.

ICONOGRAFÍA

Se empleará el uso de diseño flat para que no exista una sobrecarga de elementos visuales en la interfaz.



IMAGEN 15. Polina Zimmerman

FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía será clave en el proyecto, se mostrará cada producto agroecológico junto a su respectivo puesto y productor, manejando correctamente los ángulos y enfoque. Cada fotografía tendrá su respectiva edición y retoque para lograr de esa forma una estética agradable para el consumidor, también se empleará este medio como una forma de seducción visual para el consumidor, representando así la calidad y confiabilidad de los productos..

FUNCIÓN

La función central de este catálogo será promocionar los diferentes productos agroecológicos que ofrece la feria APAUSTRO, se indicarán características específicas de cada producto empleando el uso de imágenes y datos relevantes. Por otro lado, los usuarios podrán encontrar de manera más accesibles cada producto, debido a eso se diseñará una presentación atractiva para el usuario y lograr de esa forma satisfacer las necesidades del público.

TECNOLOGÍA

Para la creación de la aplicación móvil se usarán los siguientes softwares:

- Adobe Photoshop
- Adobe Ilustrador
- Adobe XD

Por otro lado, este catálogo podrá ser utilizada desde cualquier dispositivo móvil, ya sea iOS o Android.

3.2 IDEAS FINALES

3.2

IDEA 3 3.2.3 RED SOCIAL

FORMA

TIPOGRAFÍA

Se usará una tipografía Sans Serif, de una alta legibilidad y fácil comprensión para las personas, además este tipo de tipografía es recomendada para para el uso de apps.

CROMÁTICA

Se manejará la gama de colores terciarios, por lo general estos colores son relacionados al tema de la naturaleza y de la agricultura, debido a eso se empleará un rango cromático con colores análogos, colores bajos, y contrastes, ya que se enlazan con el concepto de agroecología. Los colores se basarán en una gama de verdes y azules, sin ninguna gradiente.

ICONOGRAFÍA

Se empleará el uso de diseño flat para que no exista una sobrecarga de elementos visuales en la interfaz..

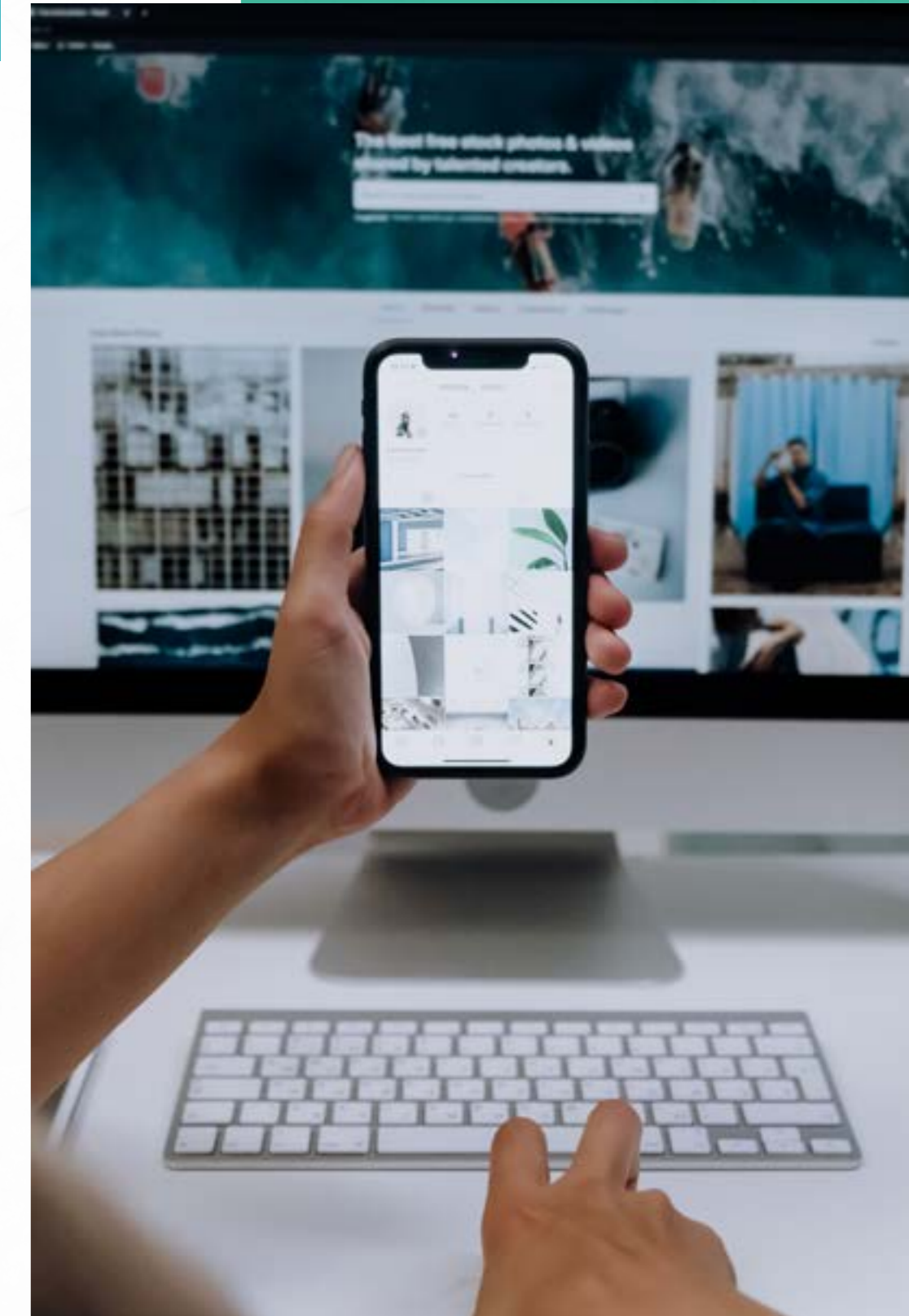


IMAGEN 15. cottonbro

FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía será clave en el proyecto, se mostrará cada producto agroecológico junto a su respectivo puesto y productor, manejando correctamente los ángulos y enfoque. Cada fotografía tendrá su respectiva edición y retoque para lograr de esa forma una estética agradable para el consumidor, también se empleará este medio como una forma de seducción visual para el consumidor, representando así la calidad y confiabilidad de los productos..

FUNCIÓN

La función central de la red social consistirá en crear interacción entre usuarios, es decir entre el consumidor y el productor. Es esta red social se podrán dar recomendaciones, consejos, tips, comentarios, valoraciones, entre otras cosas sobre cada producto y productor.

TECNOLOGÍA

Para la creación de la aplicación móvil se usarán los siguientes softwares:

- Adobe Photoshop
- Adobe Ilustrador
- Adobe XD

Por otro lado, este catálogo podrá ser utilizada desde cualquier dispositivo móvil, ya sea iOS o Android.

4.0

PRODUCTO FINAL



INTRODUCCIÓN

En este último capítulo se presenta el proceso de creación del prototipo final, donde se presentan: la propuesta cromática, la tipografía, diagramación, el diseño de la interfaz de la aplicación, seguido de su mapa de arquitectura de información, su estructura, su sistema de navegabilidad, usabilidad y construcción, todos estos elementos ajustados a una propuesta de comercio electrónico y una estrategia promocional.

El prototipo funcional será entregado en un dispositivo de almacenamiento y de manera funcional para los dispositivos móviles: celulares.

4.1 IMAGOTIPO

4.1

4.1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El imagotipo está basado en un elemento natural, que permite hacer referencia al tema ecológico. La concreción del imagotipo se desarrolla a partir de la abstracción gráfica de un elemento que conforma la rama de un árbol en naturaleza, en este caso las hojas del mismo (como representación de el área ecológica)

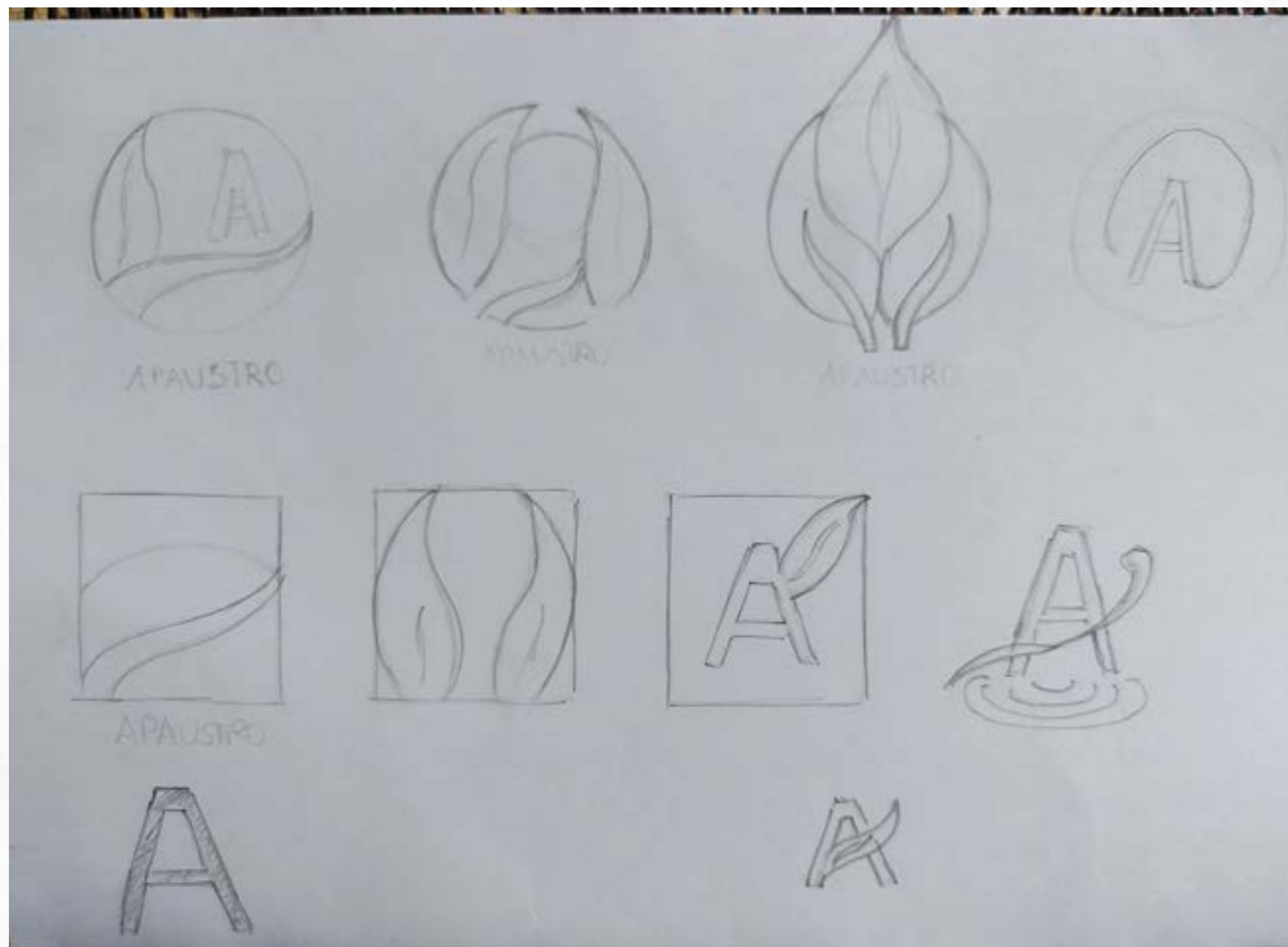
En cuanto a la tipografía, se utiliza una fuente Sans Serif, con una buena legibilidad para el usuario. Esta tipografía ha sido pensada en concordancia a la tipografía que llevará la aplicación móvil, que también es una fuente Sans Serif, recomendada para el uso de soportes web y pantallas.

La cromática se ha inspirado principalmente en los tonos encontrados en la naturaleza, como lo son los árboles y sus hojas. Se realizó una escala cromática basada en tonos verdes como punto de referencia a lo ya mencionado.



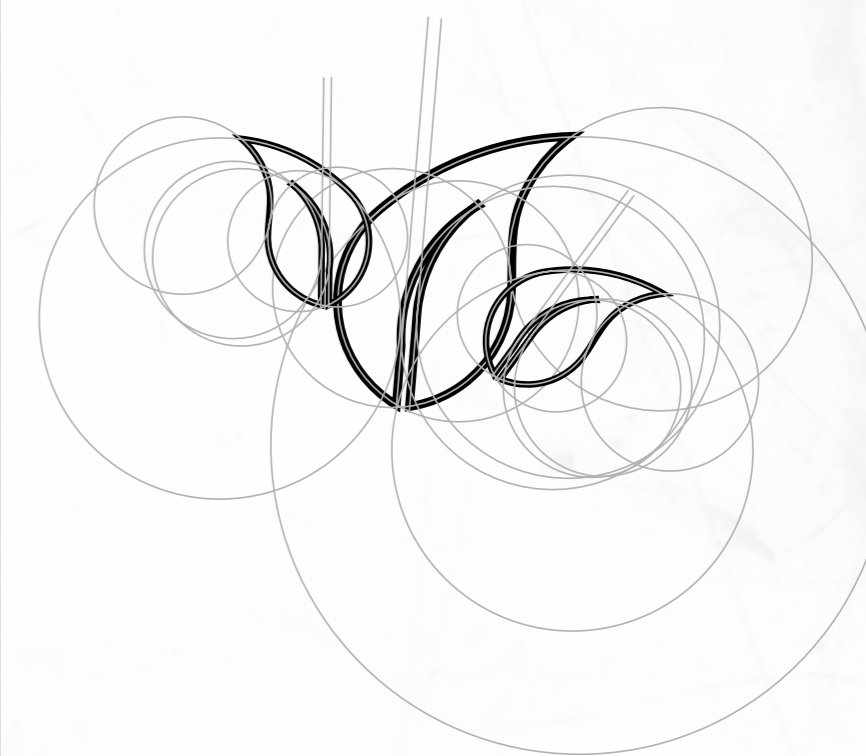
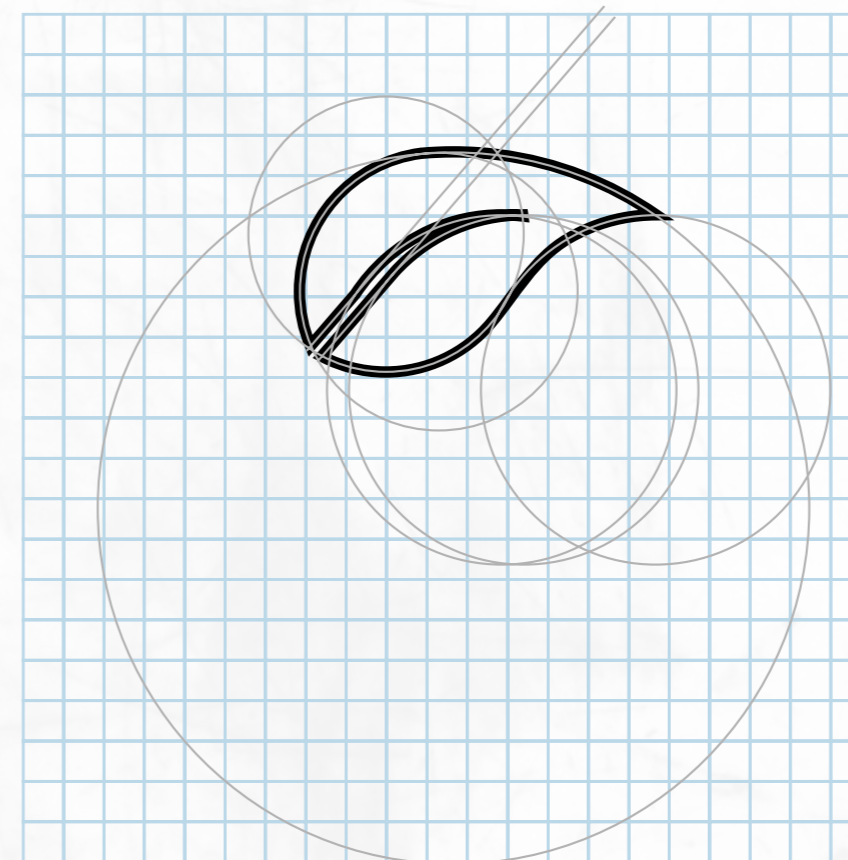
4.1.2 BOCETOS

Bocetación inicial de la idea final.



4.1.3 VECTORIZACIÓN Y MALLA

A continuación se presenta el proceso creativo del imatipo, donde se detallan las características creativas y su justificación geométrica.

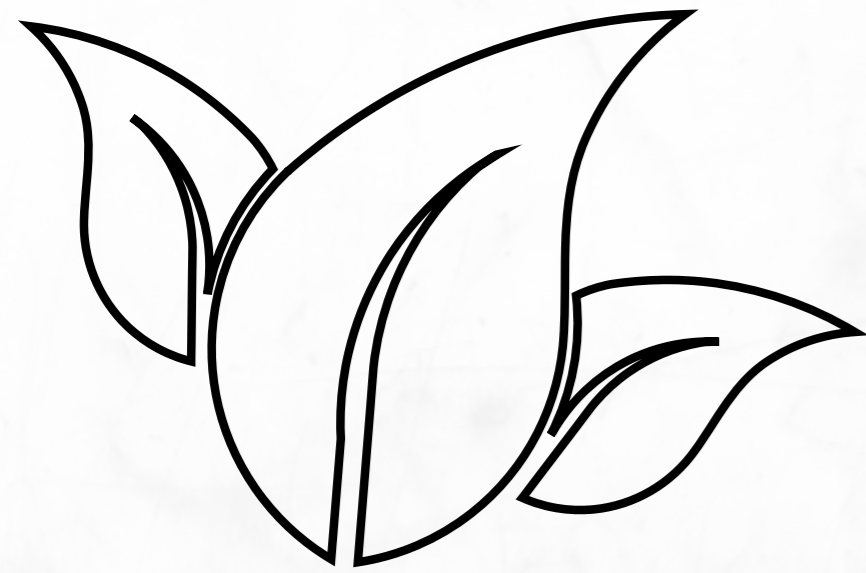


Construcción de logo en base a una malla cuadrada.

Construcción de logo con unión de 3 elementos.

4.1.4 CONCRECIÓN FINAL

Desarrollo final del logo



APAUSTRO

Logo desarrollado de manera lineal (contorno)



APAUSTRO

Logo desarrollado en color plano

APLICATIVOS EN COLOR



4.2 APLICACIÓN MÓVIL

4.2

4.2.1 INTERFAZ GRÁFICA

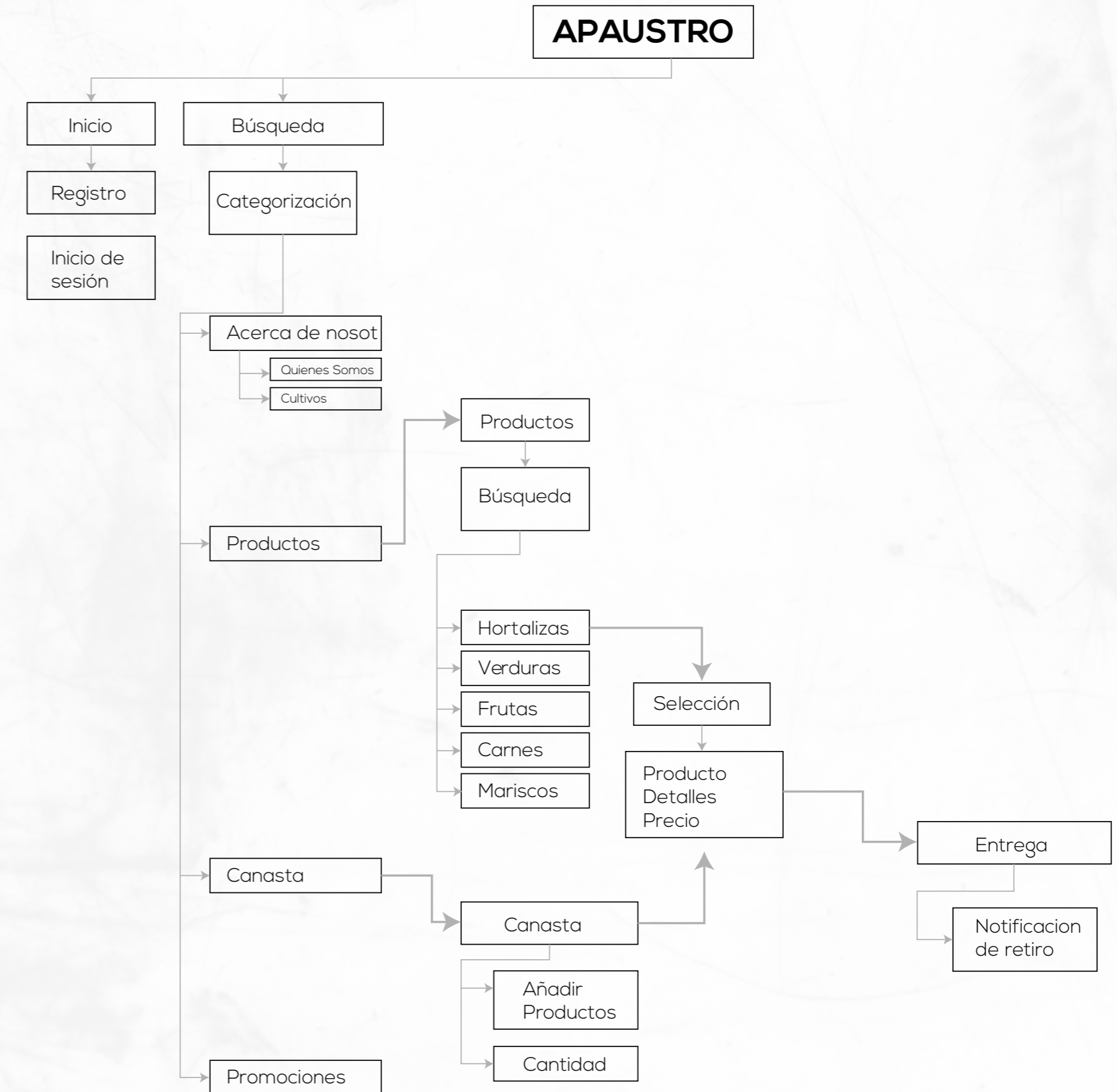
A continuación se mostrará la interfaz gráfica, en donde se presentará la secuencia lógica de cada pantalla que conforma la app, también se presentará en tema de funcionalidad e interacción para una mejor comprensión.

Cada pantalla tendrá su respectiva justificación en el tema de diagramación e incorporación de elementos gráficos.

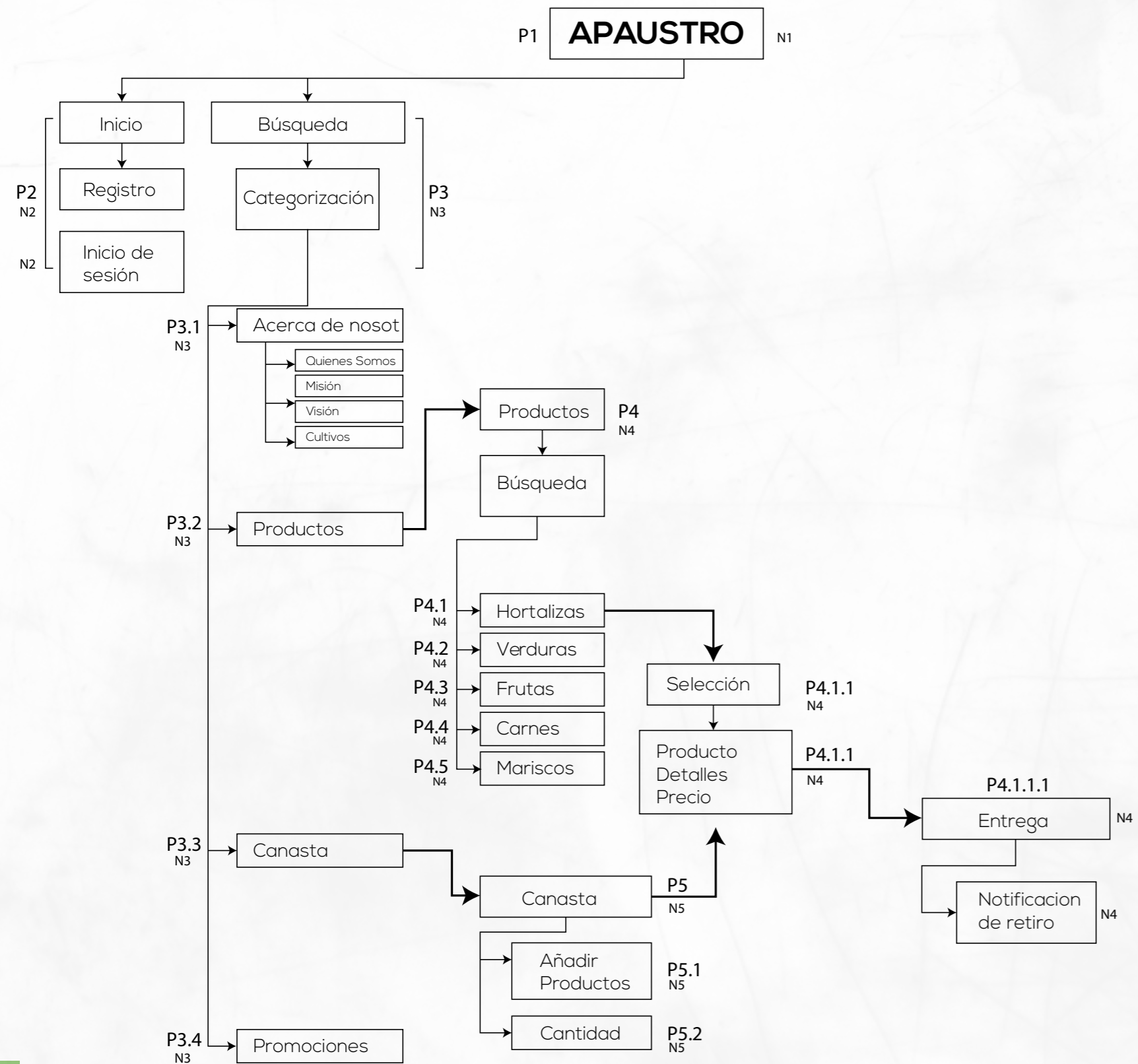


IMAGEN 16. Lisa

4.2.2 MAPA DE ARQUITECTURA

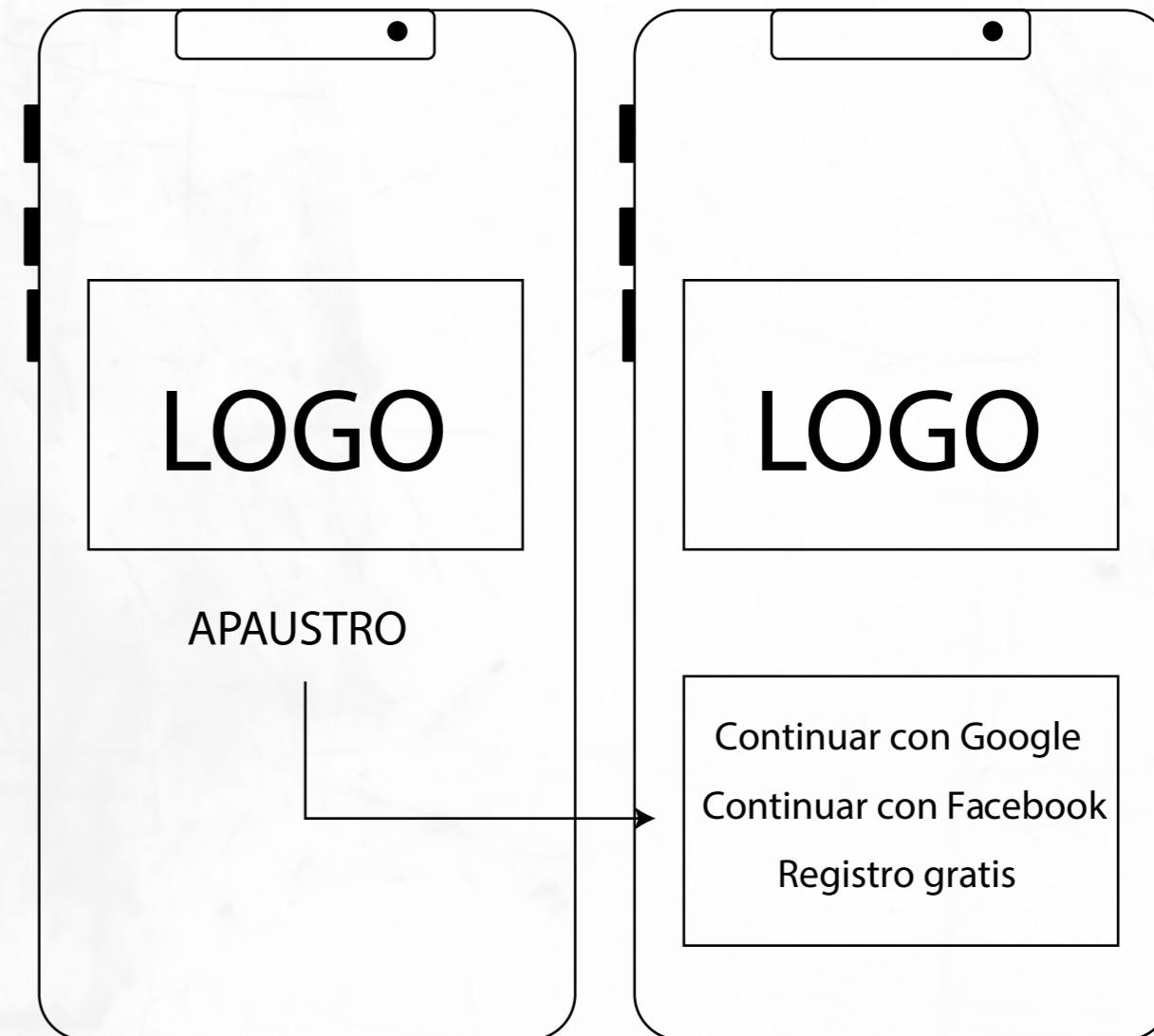


PÁGINAS Y NIVELES DE INFORMACIÓN



WIREFRAMES

PANTALLA INICIO



WIREFRAMES

PANTALLA REGISTRO

←

LOGO

Nombre

Apellido

Número

Email

Contraseña

Aceptar

LOGO

Login Registro

Correo

Clave

Olvide mi contraseña

Ingreso

WIREFRAMES

MENÚ DESPLIEGABLE

LOGO

Tu cuenta

Promociones

Acerca de nosotros

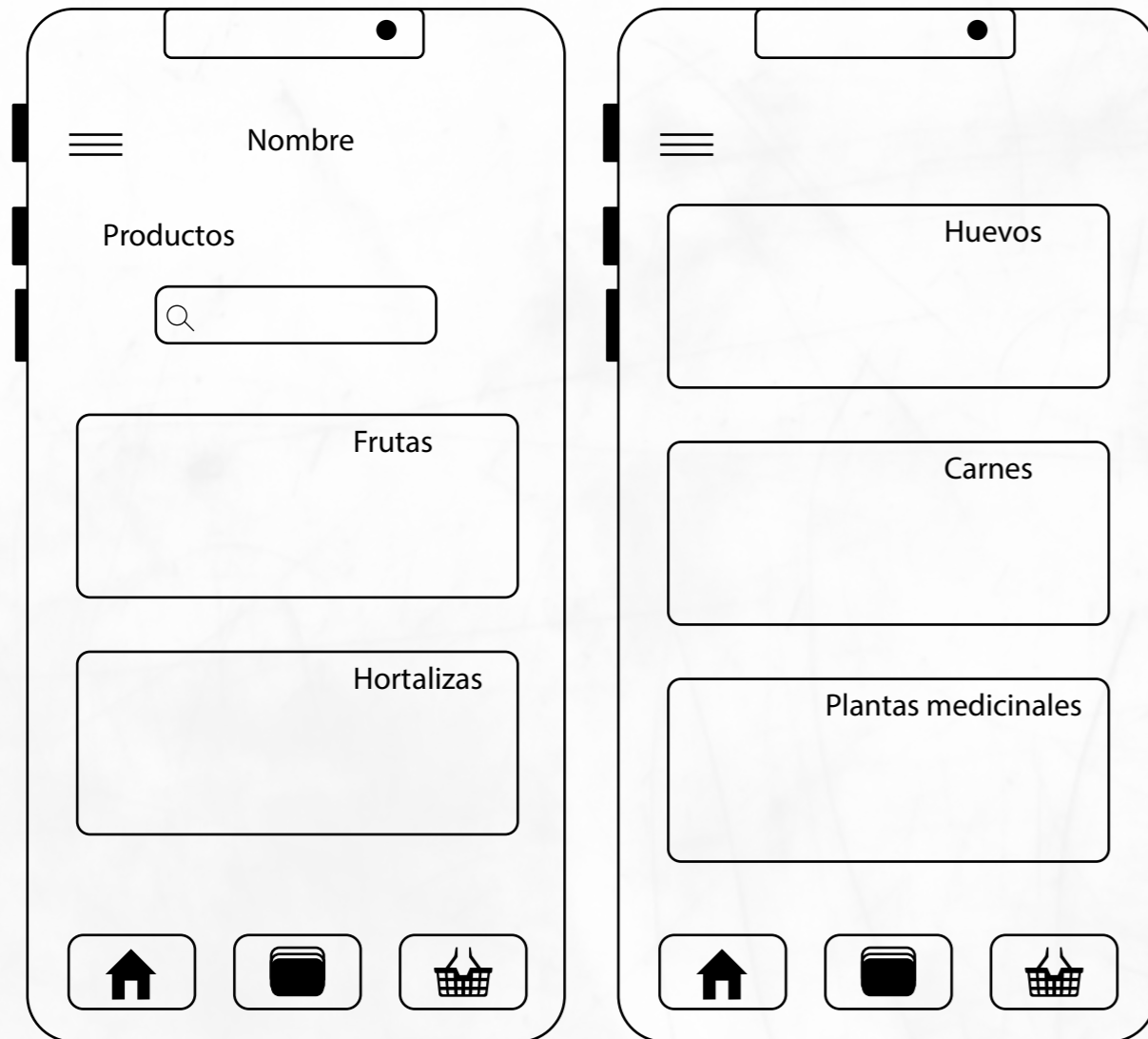
Nuestro cultivos

Cambiar contraseña

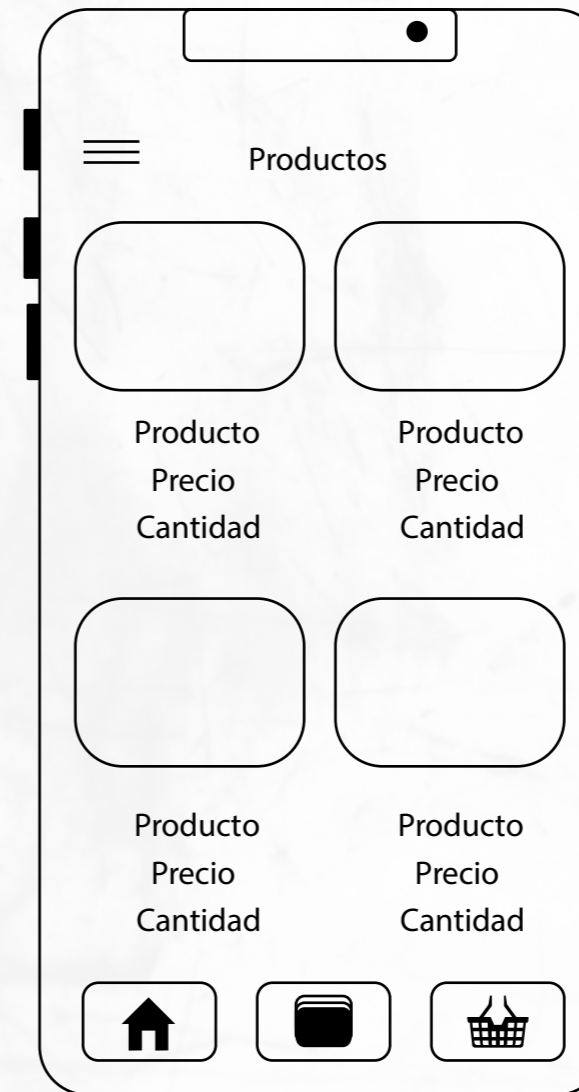
Cerrar sesión

WIREFRAMES

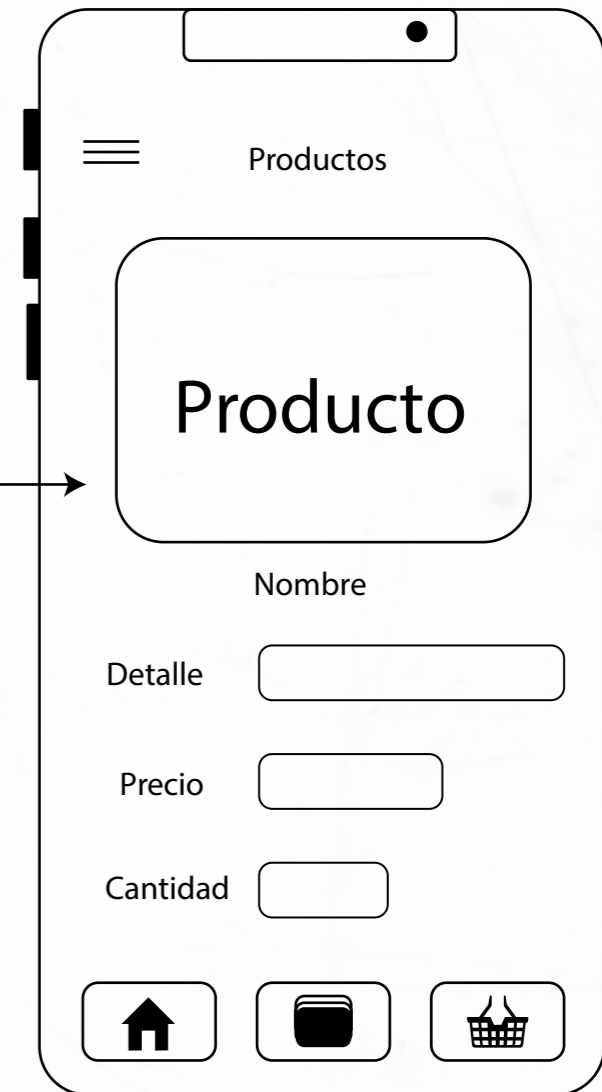
PANTALLA CATEGORÍA DE PRODUCTOS



PANTALLA SELECCIÓN DE PRODUCTO

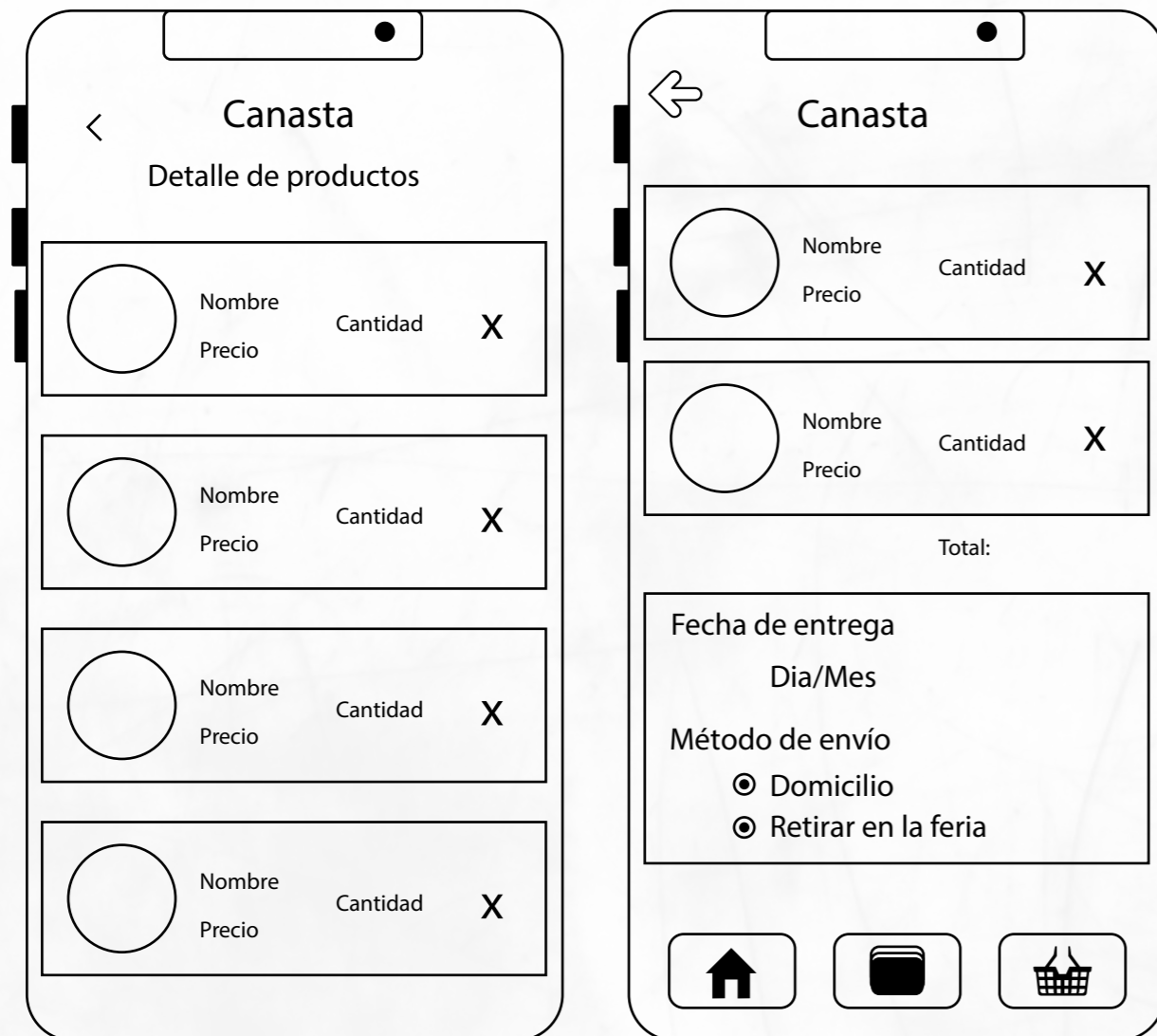


PANTALLA DETALLE DE PRODUCTOS



WIREFRAMES

PANTALLA CANASTA



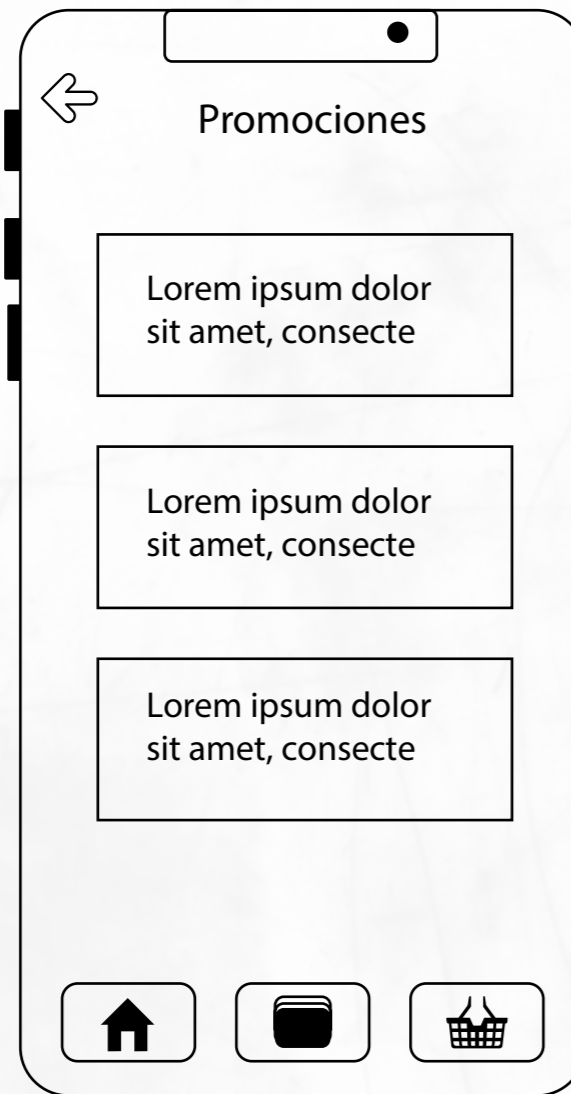
WIREFRAMES

PANTALLA MÉTODO DE PAGO



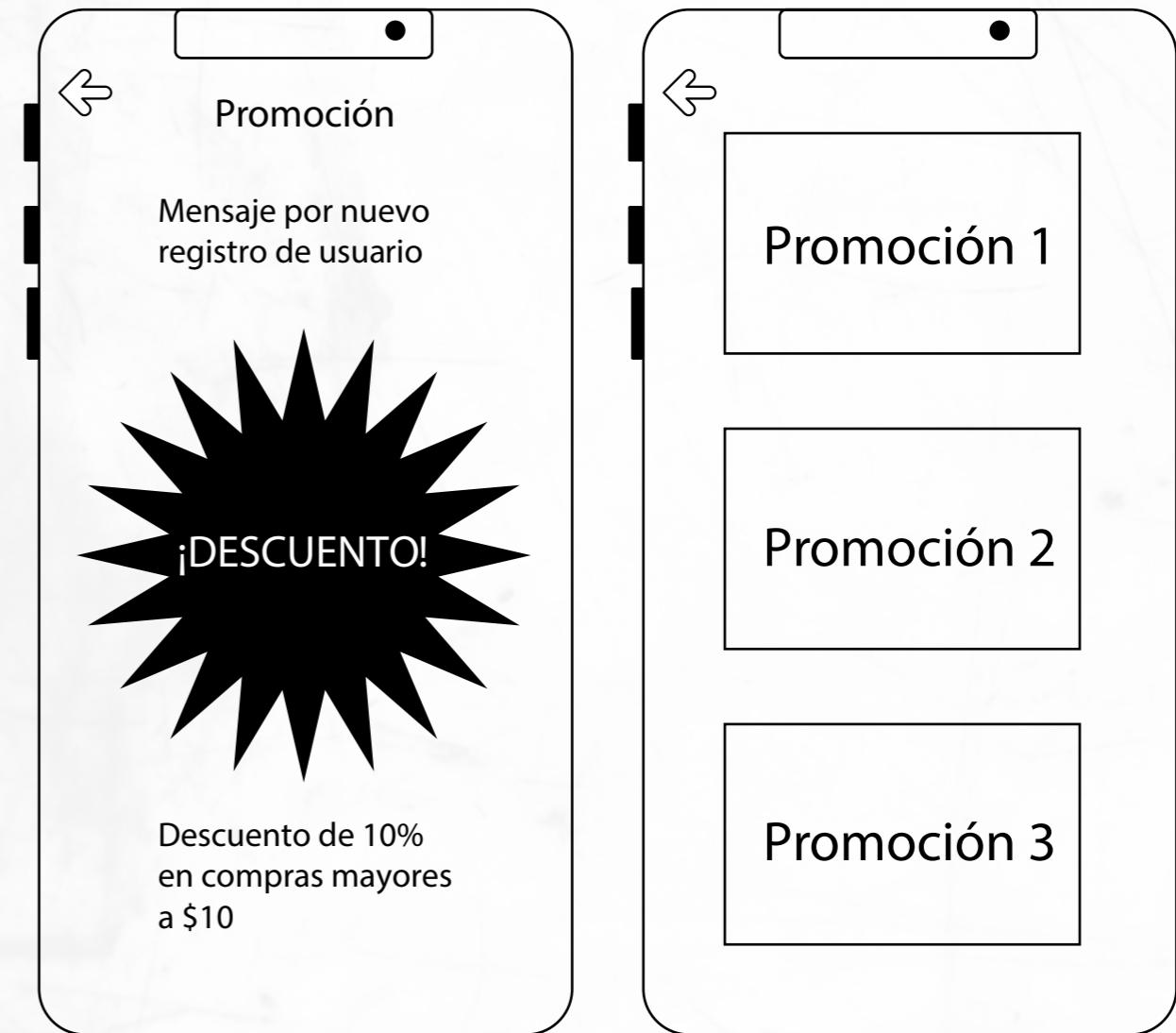
WIREFRAMES

PANTALLA PROMOCIONES



WIREFRAMES

PANTALLA SISTEMA PROMOCIONAL

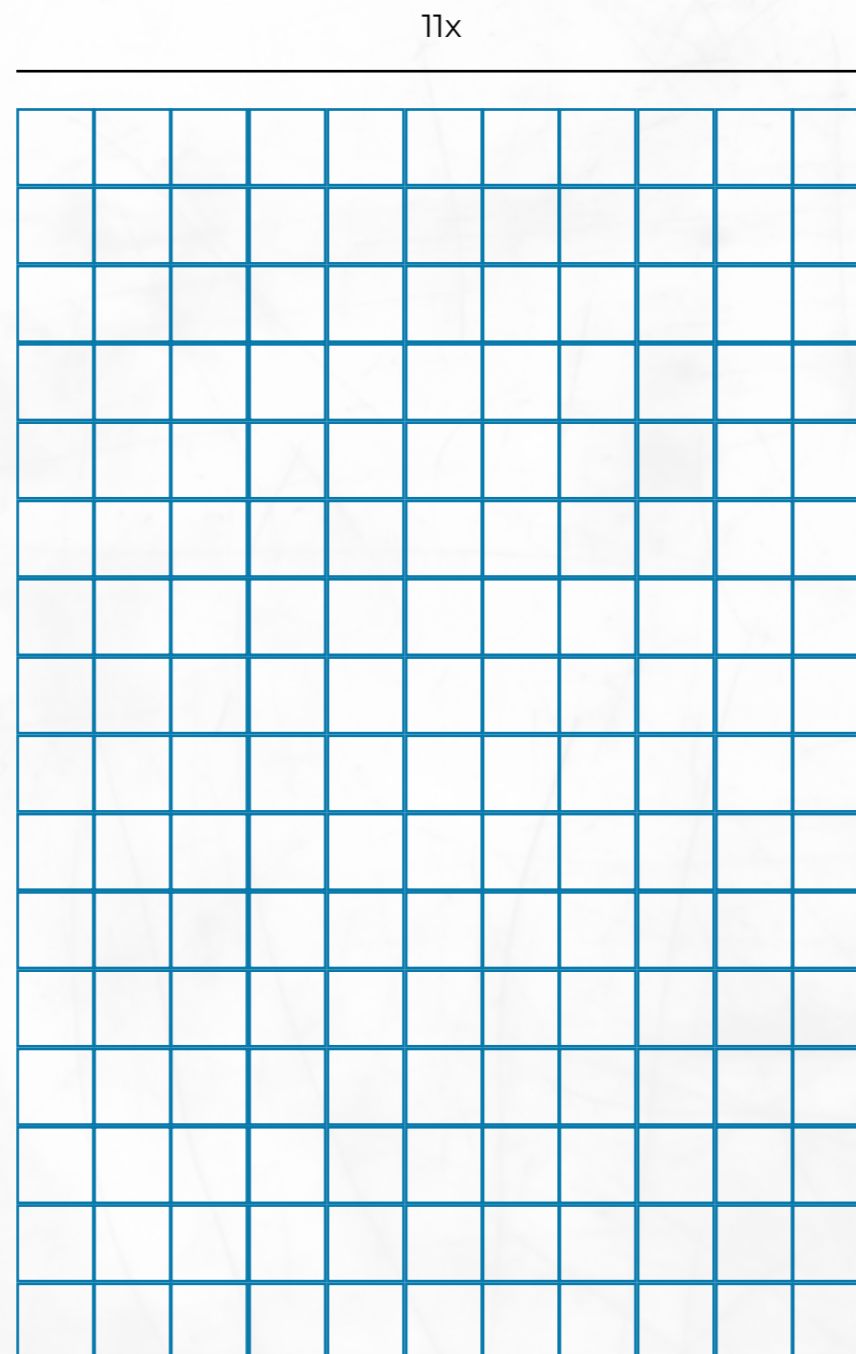


DIAGRAMACIÓN

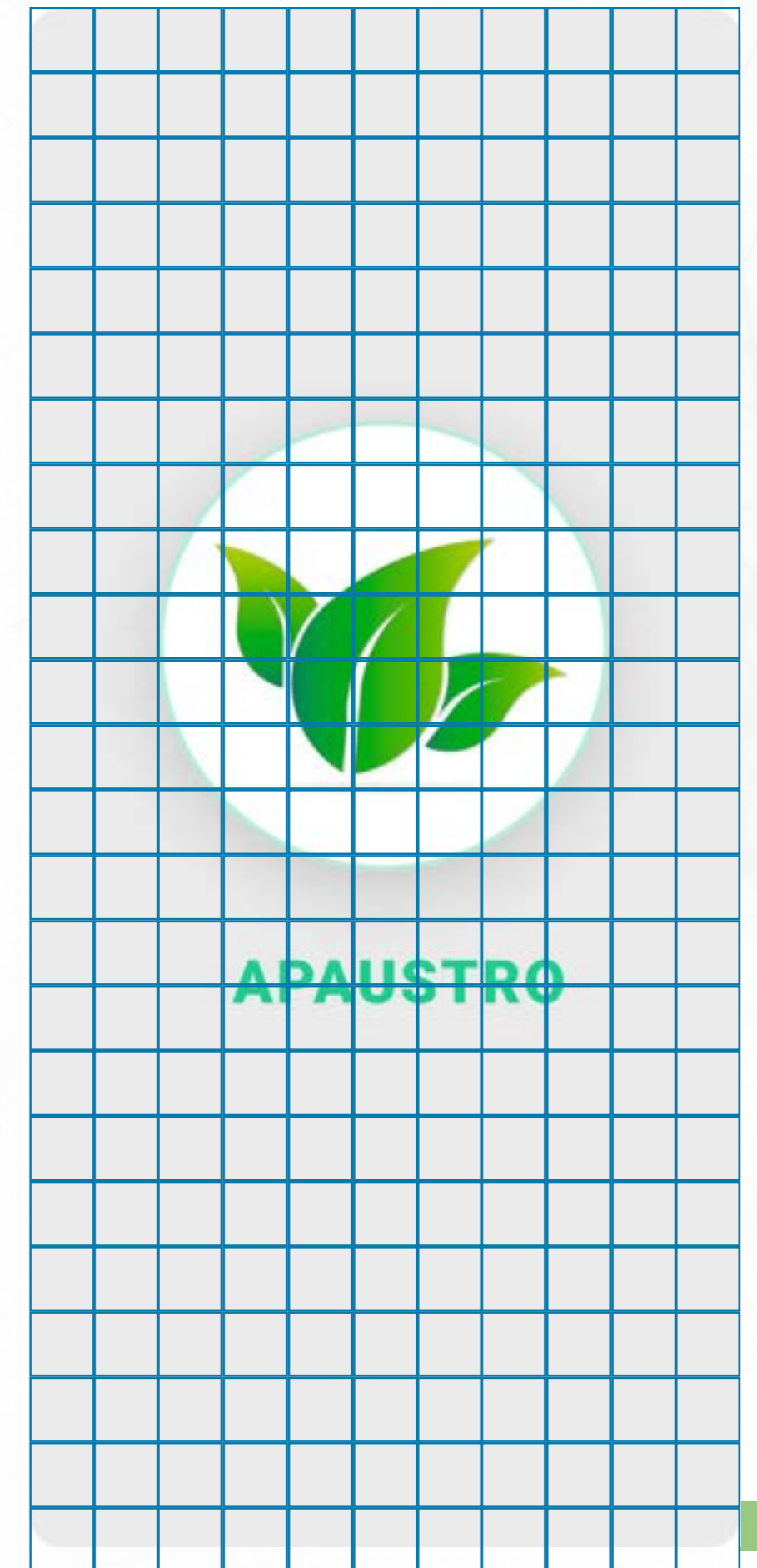
La diagramación de las pantallas esta diseñada en un formato de 720px de ancho x 1520 px de alto.

Dentro de esta pantalla se encuentran los diferentes elementos gráficos que componen la interfaz, como lo son botonería, cajas de texto, etc.

Para el desarrollo de las pantallas se utilizó una malla cuadriculada



MALLA CUADRICULADA





El logo de la aplicación tiene un valor de 7x7 respecto al valor de x determinado por la cuadrícula.

APAUSTRO

La caja del botón tiene un valor de 5x1 con respecto a x, seguido del texto con un valor de 33 puntos que está ubicado en el centro del rectángulo, este último posee vértices redondeados.



TÍTULO

El tamaño de los títulos es de 45 puntos, fuente Montserrat en Bold.

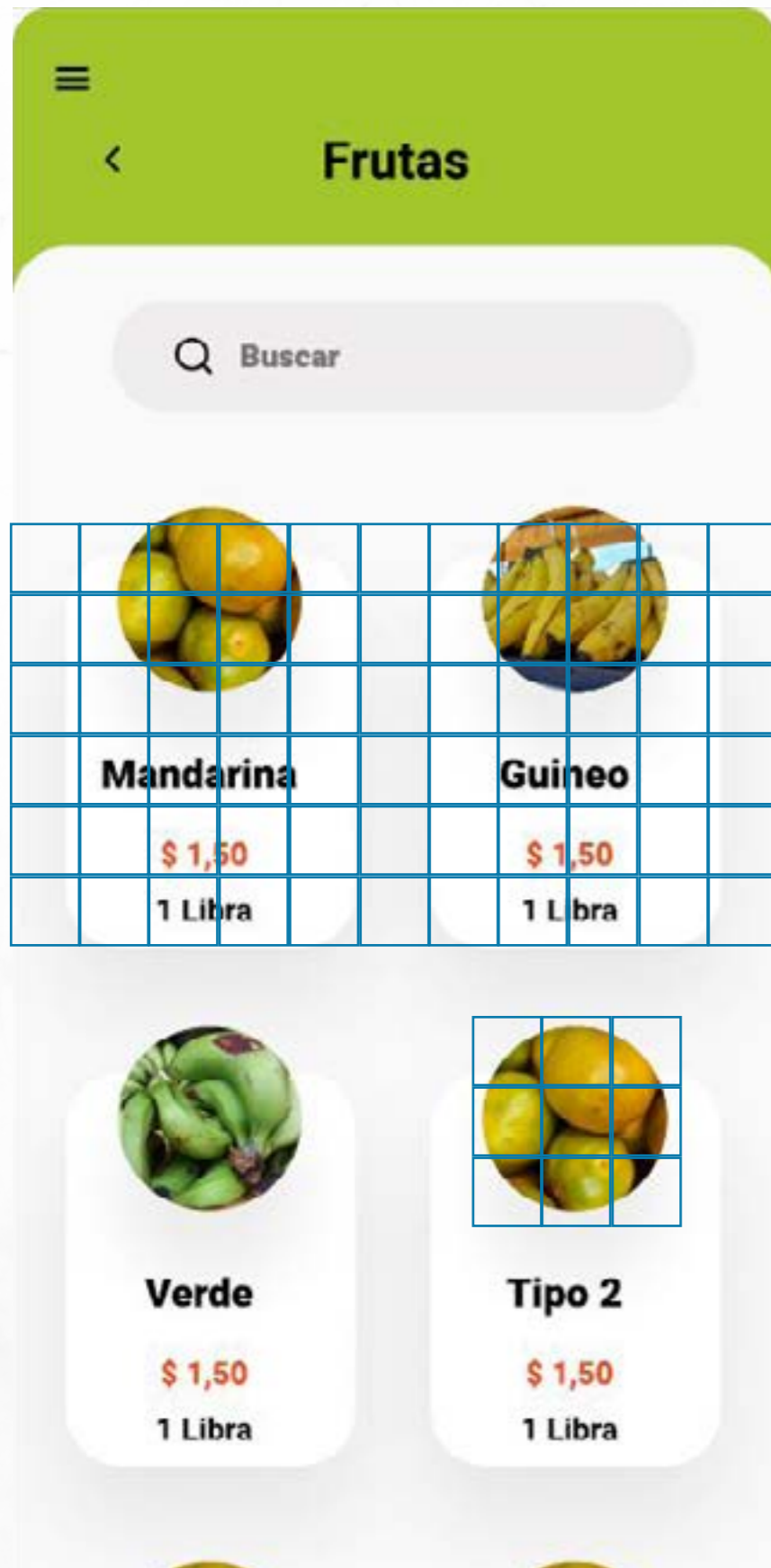
SUBTÍTULO

El tamaño de los subtítulos es de 35 puntos, fuente Montserrat en Medium.

TEXTO

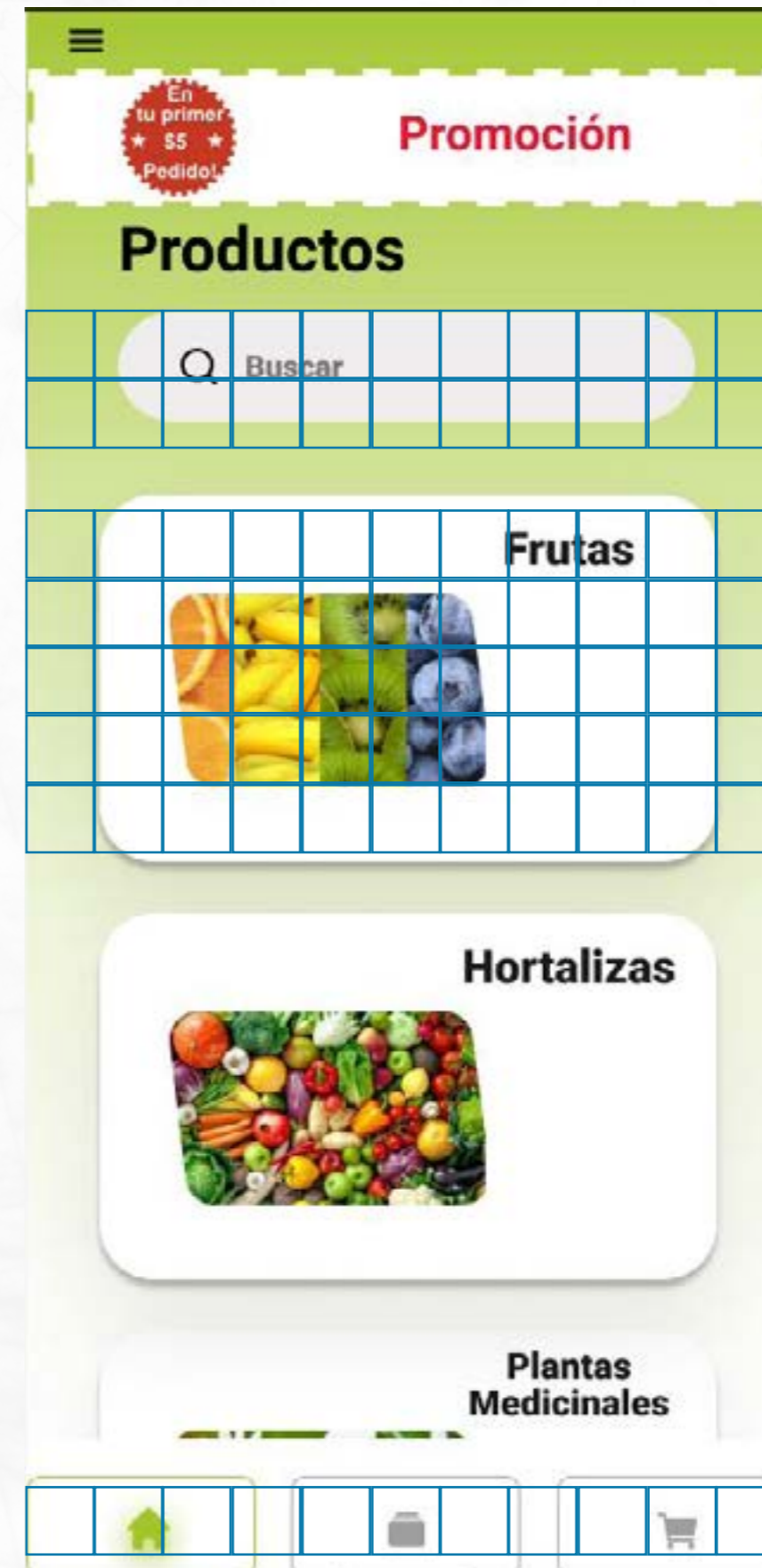
El tamaño de la información de texto es de 24 puntos, fuente Montserrat en Regular.





Los cuadros de detalle de producto mantiene un tamaño de 4x6 con respecto a x.

Los cuadros de imagen de producto mantiene un tamaño de 3x3 con respecto a x.



La barra de búsqueda mantiene un tamaño de 9x1/2 con respecto a x.

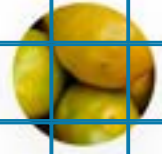

Los cuadros de fotografía de productos mantienen un tamaño de 9x5 con respecto a x.


Los botones mantienen un tamaño de 1x1 con respecto a x.

MOCKUP APLICACIÓN

< **Carrito de Compras**

Detalles de cada Producto

	MANDARINA	2	
	\$1,50	\$1,50	

Fecha de Entrega
Lunes 1 Junio 

Método de envío

Entrega a domicilio

Para Retirar

Envío **\$3,00**

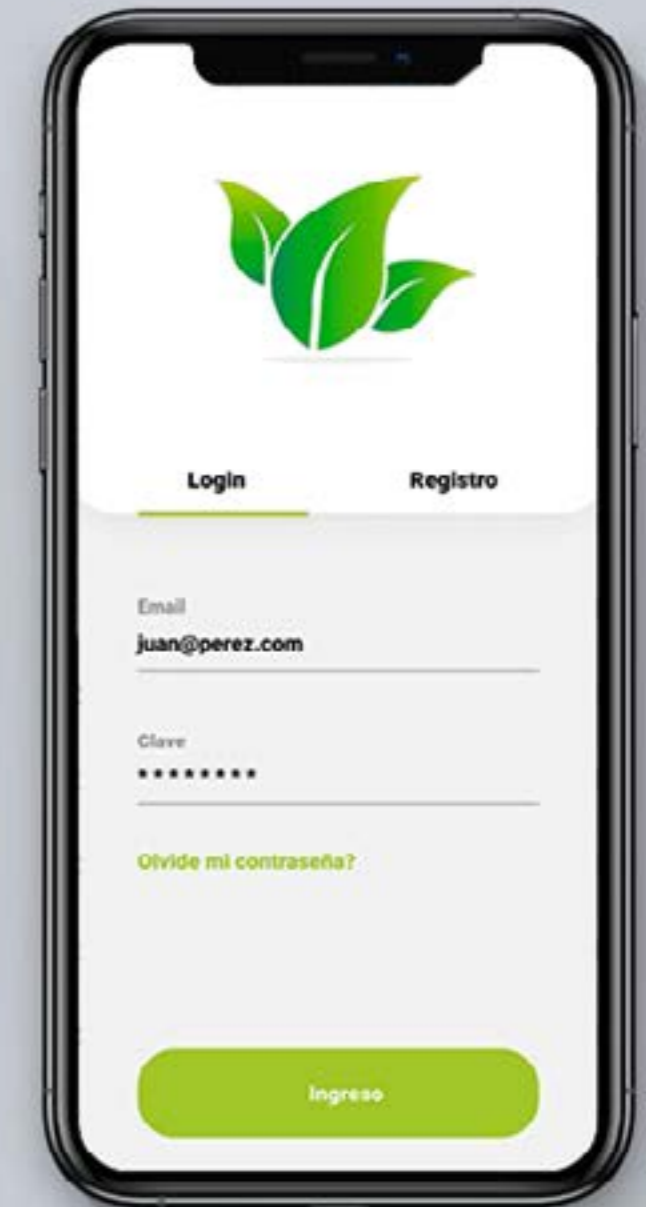
Total **\$6,00**

PEDIR

El cuadro de información mantiene un tamaño de 11x3 con respecto a x.

El cuadro de entrega mantiene un tamaño de 10x7 con respecto a x.

El cuadro de pedido mantiene un tamaño de 9x2 con respecto a x.



TIPOGRAFÍA

Para el desarrollo de la aplicación, se empleó la tipografía Montserrat, que maneja un estilo Sans Serif y geométrico, usando sus diferentes pesos, siendo estos: extralight, regular, italic, medium, semibold, bold, extrabold, usadas entre mayúsculas y minúsculas.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
YZ

0123456789

CROMÁTICA

La cromática se ha empleado de acuerdo al tema de la agroecología, usando colores en tonos verdes, con su variación para generar un mayor contraste.

El tono amarillo como referencia al tema de la fertilidad en el suelo agroproductivo, el uso de los tonos verdes que permiten adentrarse a el área ecológica, como también la frescura, salud, naturaleza y medio ambiente.



BOTONERÍA

Los botones están diseñados con formas geométricas, verticales, horizontales y redondas, con un aspecto más actualizado, por lo tanto, el uso de estos botones mantienen simplicidad, funcionalidad e interacción.

Hortalizas

Huevos

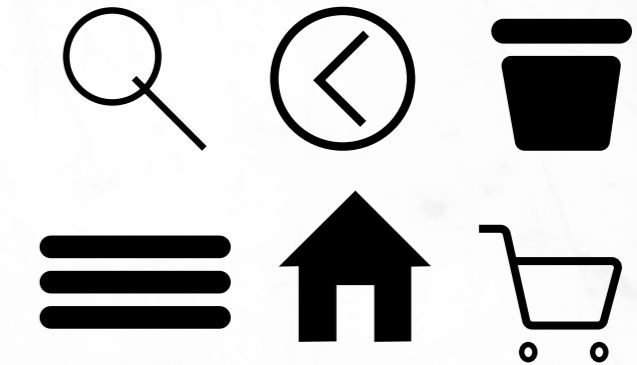
Frutas

Carnes y Mariscos

Plantas Medicinales

ICONOGRAFÍA

En la iconografía está empleado signos de navegación universales, como lo son: inicio, búsqueda, menú. Se ha mantenido su morfología universal con un buen nivel de abstracción.



CAJAS DE TEXTO

Las cajas de texto mantienen sus valores en x, mencionado y presentado anteriormente, lo que permite mantener una jerarquización y organización con la información.

La zanahoria que beneficia nuestra vista y la salud de nuestra piel, pero su composición rica en vitaminas y minerales reporta otros muchos beneficios para nuestro organismo.

NAVEGABILIDAD APAUSTRO

4.2.3 NAVEGABILIDAD

Se presentará la interactividad que tiene cada pantalla dentro de la aplicación, así como la interacción entre el usuario y la interfaz. La navegabilidad de cada pantalla fue diseñada a partir de prototipos, con pruebas, revisiones y correcciones.. Se logro manejar un diseño de interfaz intuitivo y de fácil uso para los usuarios, para que no exista complicaciones al momento de su uso.

INTERACCIONES

La aplicación esta resuelta con el uso de fotografías, íconos y botones, manejados de una manera clara e intuitiva para que exista una buena funcionalidad. Debido a eso, se decidió usar imágenes, fotografías que funcionan a manera de botón para la interacción con la app.

USABILIDAD

La aplicación está diseñada con una interfaz fácil y de entendimiento intuitivo, posee botones que permiten guiar al usuario de manera ordenada a cada pantalla para lograr la acción de compra.

ERGONOMÍA VISUAL

La aplicación mantiene un tamaño de letra de 12 puntos para la buena lectura del usuario.

SISTEMA DE NAVEGACIÓN

La navegación de la aplicación comienza con un sistema de registro, seguido de pantallas informativas, en donde, se encuentran categorías de productos, canasta, promociones.

4.2.1

4.2.1 PANTALLA DE INICIO

BOTÓN DE INICIO

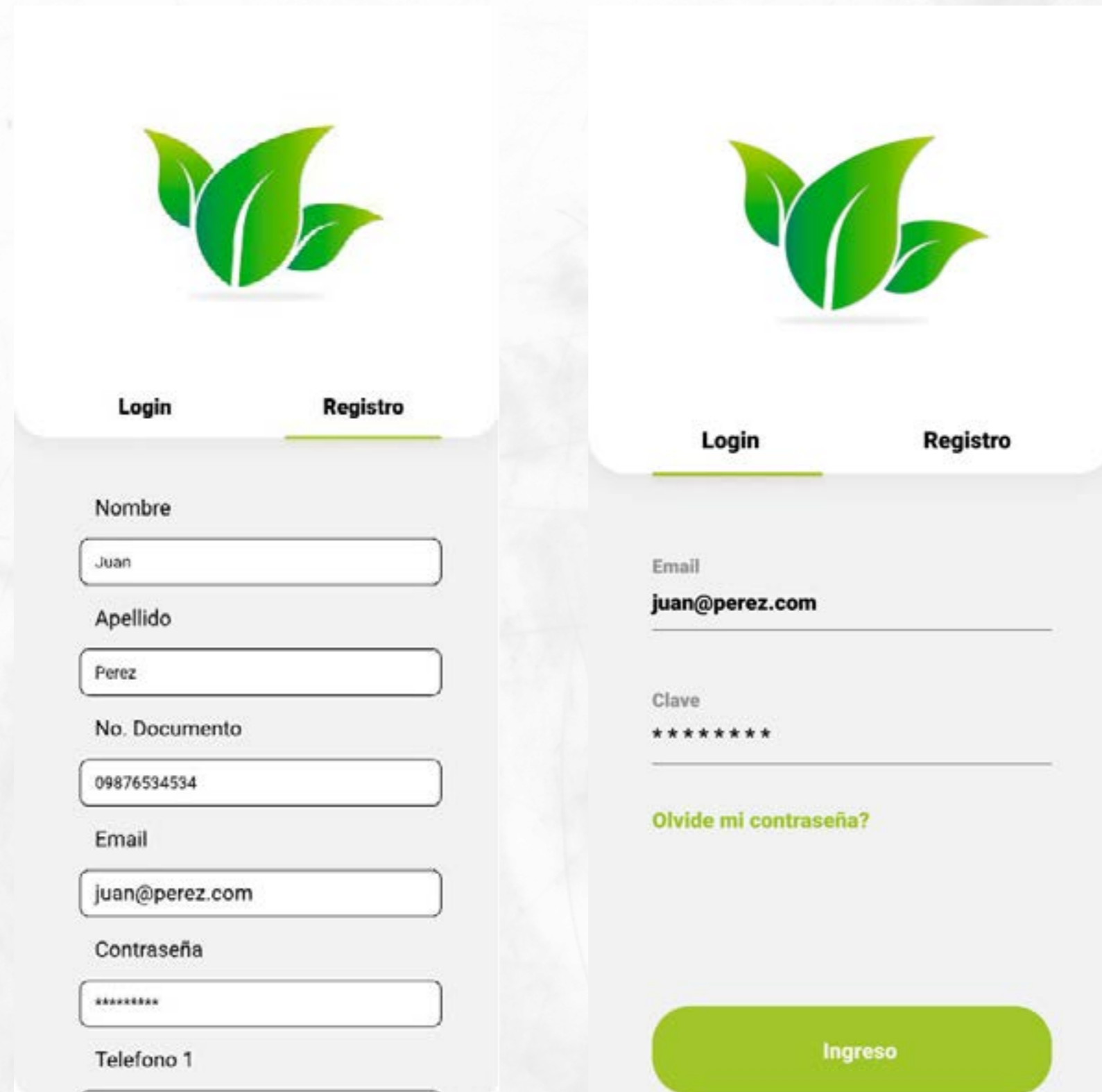


APAUSTRO



4.2.2 PANTALLA DE REGISTRO

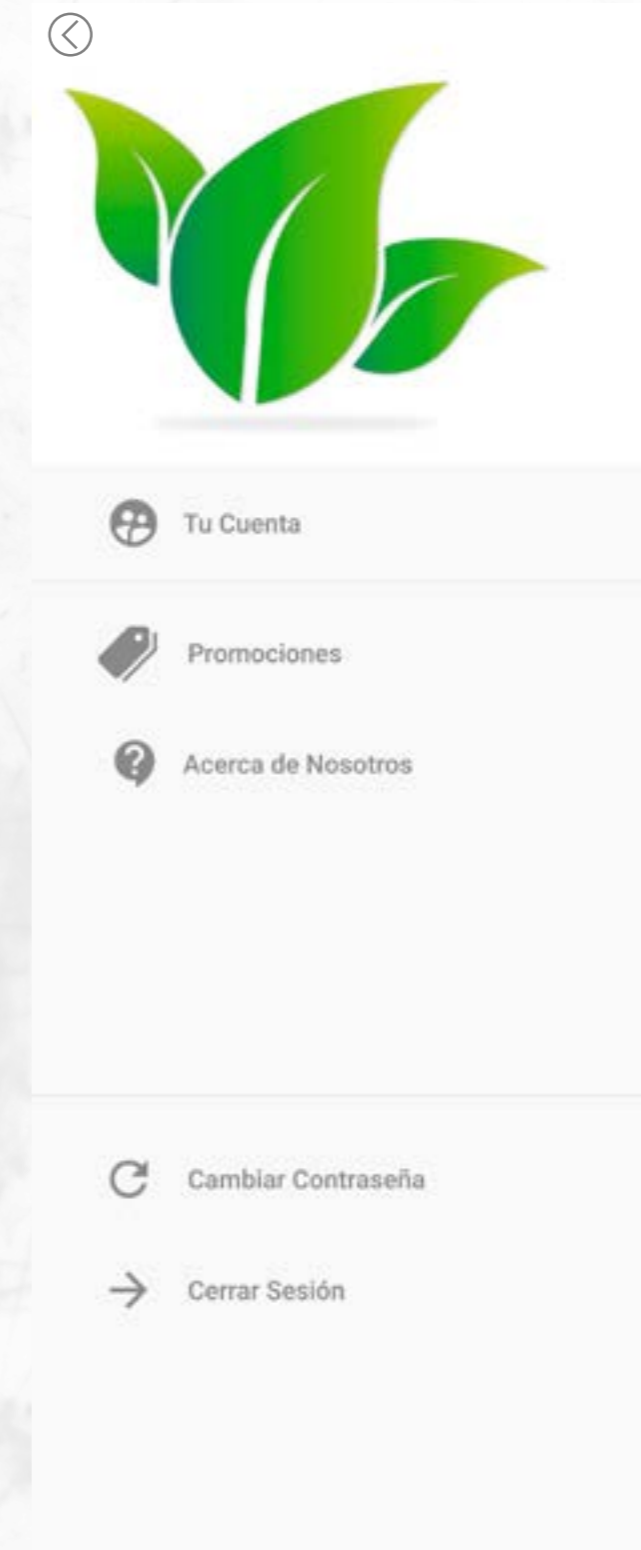
4.2.2



The registration form is displayed on a white card with a green leaf logo at the top. It features two tabs: 'Login' and 'Registro', with 'Registro' being the active tab. The form contains several input fields: 'Nombre' (filled with 'Juan'), 'Apellido' (filled with 'Perez'), 'No. Documento' (filled with '09876534534'), 'Email' (filled with 'juan@perez.com'), 'Contraseña' (masked with asterisks), and 'Telefono 1'. A green 'Ingreso' button is located at the bottom of the card.

4.2.3 PANTALLA DESPLEGABLE

4.2.3



The dropdown menu is shown on a white card with a green leaf logo at the top. It features a back arrow icon in the top left corner. The menu items are: 'Tu Cuenta' (with a person icon), 'Promociones' (with a tag icon), 'Acerca de Nosotros' (with a question mark icon), 'Cambiar Contraseña' (with a circular arrow icon), and 'Cerrar Sesión' (with a right arrow icon).

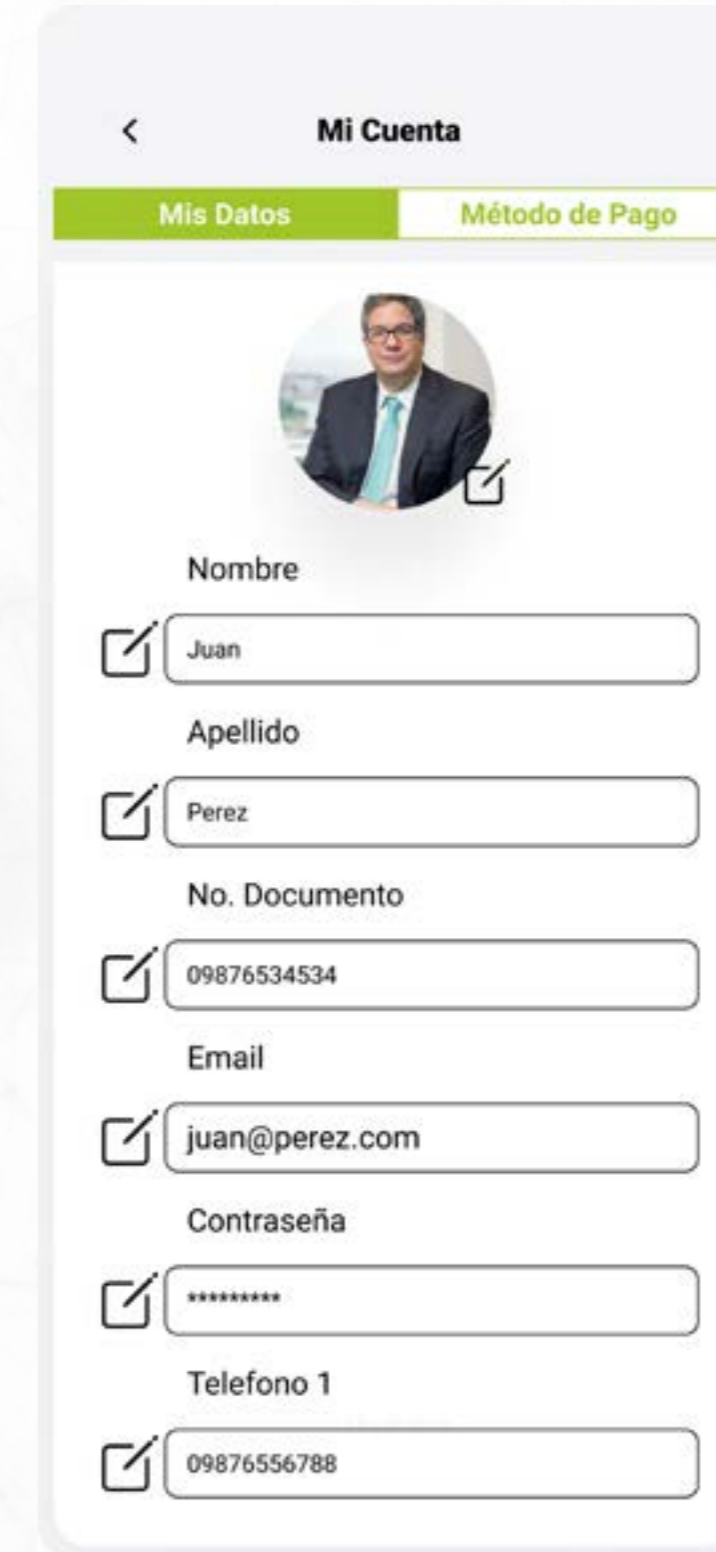
4.2.4 PRODUCTOS

4.2.4



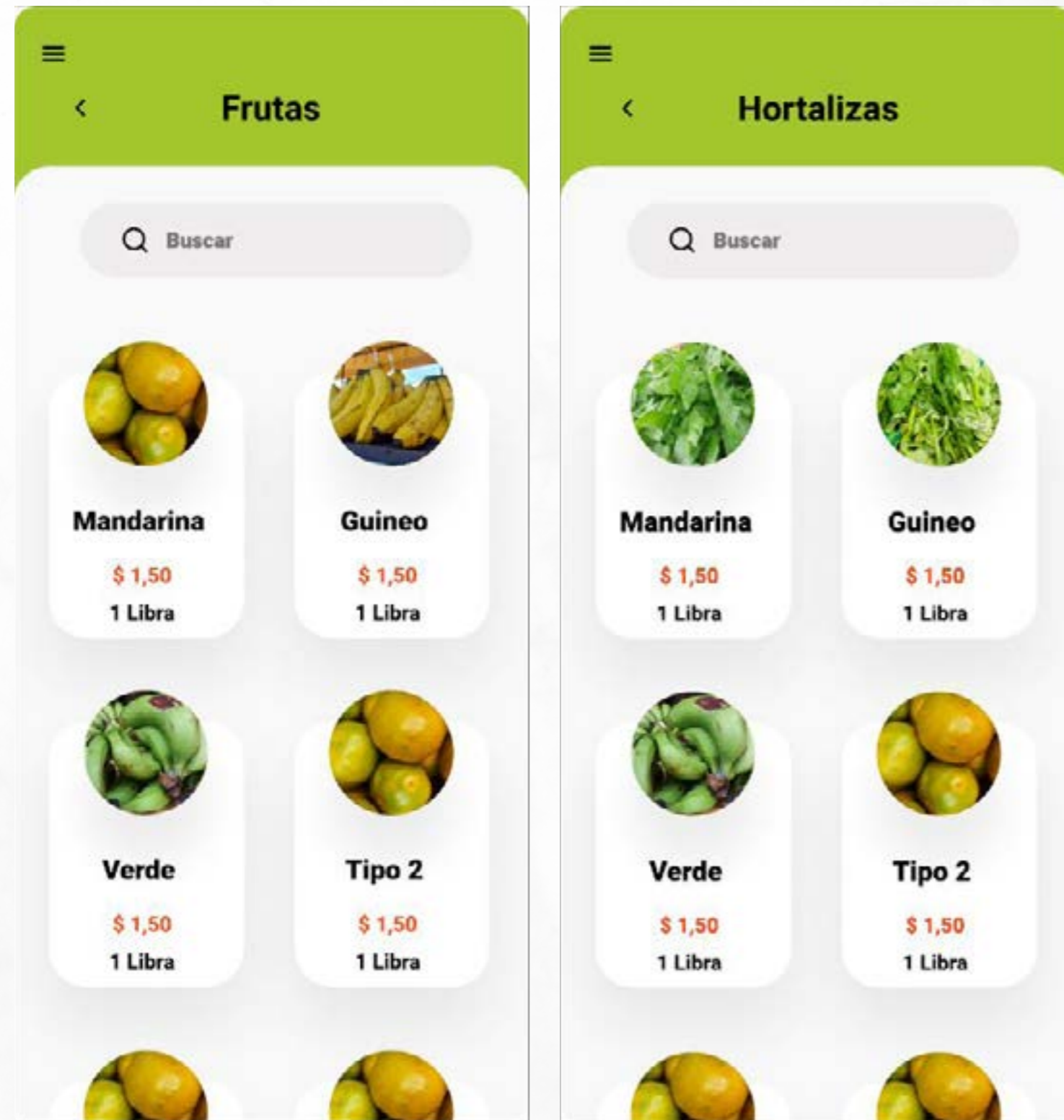
4.2.5 PANTALLA CUENTA

4.2.5



4.2.6 CATEGORÍA DE PRODUCTOS

4.2.6



4.2.7 PANTALLA DETALLE DE PRODUCTOS

4.2.7



4.2.8 PANTALLA DETALLE DE PRODUCTOS

4.2.8

MANDARINA - 20 - \$0,25 \$5,00

Guineos - 10 - \$0,15 \$1,50

Verdes - 10 - \$0,10 \$1,00

Fecha de Entrega
Lunes 1 Junio

Método de envío
 Entrega a domicilio
 Para Retirar

Subtotal	\$7,50
Descuento	\$5,00
Envío	\$3,00
Total	\$5,50

PEDIR

4.2.9 PANTALLA PEDIDOS

4.2.9

Pedidos

Pendientes Entregados

01/03/2021

Pedido # 2	Fecha de Entrega	Codigo
4 Productos	Lunes 1 Junio	080621
\$8,00		

Pedidos

No existe pedidos todavia

4.2.10 PANTALLA MÉTODO DE PAGO

4.2.10

Mi Cuenta

Mis Datos Método de Pago

CON TARJETA DE CREDITO.

PAGO EN EFECTIVO.

Ingresar los datos

JUAN PEREZ

Cambiar Tarjeta

Mi Cuenta

Mis Datos Método de Pago

CON TARJETA DE CREDITO.

PAGO EN EFECTIVO.

Ingresar los datos

Fecha maxima de Pago. 25/05/2021

Comprobante	Fecha de envio	Estado
-------------	----------------	--------

Adjuntar Comprobante

4.2.11 ENTREGA DE PRODUCTO

4.2.11

Pedidos

Pendientes Entregados

01/03/2021

Pedido # 2

Fecha de Entrega

01/06/2021 9:31:01

Código

080621

Aceptar

4.2.12 NOTIFICACIÓN DE RETIRO

4.2.12



4.2.13 SISTEMA PROMOCIONAL

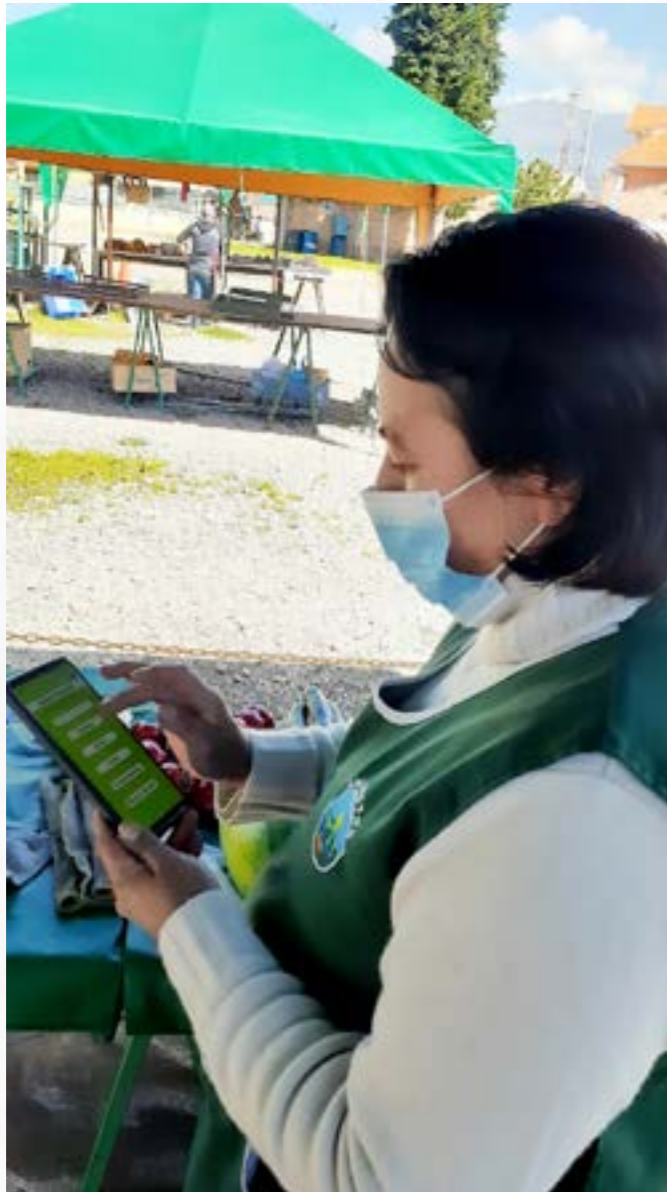
4.2.13



4.3 VALIDACIÓN

Para la validación de este proyecto se ha presentado, en diferentes procesos de prototipado, la maqueta de la aplicación móvil a diferentes usuarios, para que puedan experimentar los diferentes sistemas de navegación, funcionalidad e interactividad de la app. Esta ha sido usada tanto por los propios productores de la feria APAUSTRO como por los usuarios (compradores) que visitan con frecuencia esta feria.

Los puntos de vista más relevantes, dicho por los usuarios ha sido el tema del empleo de fotografías de los productos, iconografía y navegabilidad. Gracias a esta valoración, se ha tomado en cuenta que la simplicidad mantiene un buen efecto visual con los usuarios, logrando una buena jerarquización y eficacia.



4.4 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Los usuarios, en este caso tanto los productores como los consumidores, han sido una pieza clave para el avance y desarrollo de la aplicación. Estos dos usuarios han sido pensados como sujetos de evaluación, para analizar diferentes características en la interacción entre el usuario y la app.

CONCLUSIONES FINALES

El desarrollo y proceso de la APP se presenta como una de las nuevas soluciones digitales para las actuales demandas del mercado productivo. La llegada de nuevos competidores del sector alimenticio al territorio local, ha provocado que la asociación de agroproductores APAUSTRO opte por buscar nuevas formas de comercialización y viralización digital para lograr un acercamiento a la sociedad. En el ambiente y contexto actual que viven los diferentes negocios, sean estos grandes, medianos o pequeños, la sociedad ha buscado acceder a un estilo de vida más rápido, eficaz y dinámico, que le permitan impulsar su propio emprendimiento a un nivel económico mucho más estable. Hoy en día, las aplicaciones digitales son la razón por las que miles de personas prefieren navegar en el mundo de los dispositivos móviles, debido a que estas simplifican gran parte de los procesos de la vida cotidiana como las compras y ventas. La incorporación de las apps móviles son una de las mejores estrategias de comercio electrónico para innovar en la experiencia del usuario y mantener un posicionamiento en la marca y en la empresa. Debido a esto, la importancia de las apps tanto en las empresas como en cualquier negocio radica en la versatilidad para generar ingresos económicos y optimizar sistemas de compra.

El diseño gráfico, junto con el sistema digital crean una orientación a la innovación tecnológica, lo que beneficia a muchas empresas para que convivan a la par de las nuevas tendencias del mercado local, en donde se cubren las necesidades de los usuarios para afectar métodos rápidos, seguros y sencillos.

RECOMENDACIONES

La principal recomendación con relación directa a los objetivos y alcances de este proyecto, es impulsar e incentivar a los productores y consumidores optar más por el uso de las herramientas digitales, ya que, son los medios más eficaces de comercio usados en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Baixas, M. (2020). El gran libro de los negocios online. Barcelona, España: Deusto.

Barba, J. (2014). Diseño y desarrollo web. Valencia, España.

Berg, J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U., & Silberman, M. (2019). Las plataformas digitales y el futuro del trabajo: Como fomentar el trabajo decente en el mundo digital. Ginebra, Suiza: PRODOC.

Borrego, B. (2014). La necesaria adaptación de los tributos a las nuevas tendencias de los negocios electrónicos. Revista de Internet, Derecho y Política, 51-59.

Bosiepe, G. (1999). Del objeto a la interfase. Buenos Aires, Argentina: Infinito.

Hassan, Y. (2015). Experiencia de usuario Principios y métodos. Granada, España.

Inteco. (2009). Estudios sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en la redes sociales online. Madrid, España: INTECO.

Luzardo, A. (2009). Diseño de la interfaz gráfica web en función de los dispositivos móviles. Buenos Aires, Argentina.

Morville, P., & Rosenfeld, L. (1998). Information Architecture for the World Wide Web. Manchester, Reino Unido.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Barcelona, España: Deusto S.A.

Weinberger, K. (2009). Plan de negocios. Lima, Perú.

ANEXOS

PREGUNTAS ENTREVISTA DESARROLLADOR

1. ¿Desde donde comienza a desarrollar una aplicación, desde un concepto, ideas o tecnologías?
2. ¿Cuál es el proceso para crear una plataforma o aplicación?
3. ¿Qué herramientas de software usa para el desarrollo de una plataforma o aplicación y con qué tipos de tecnologías trabaja?
4. ¿Cómo funciona una plataforma digital?
5. ¿Qué elementos clave debe tener una plataforma o aplicación?
6. ¿Qué metodologías usa para crear una plataforma o aplicación?
7. ¿Cómo es el proceso de prototipado?
8. ¿Cuál es la mejor manera de distribuir la arquitectura de la información?
9. ¿Cómo maneja el diseño de interfaz?
10. ¿Cómo se desarrolla el tema de navegabilidad y de usabilidad en una plataforma o aplicación?
11. ¿Cómo trabaja con el tema de experiencia de usuario?

PREGUNTAS ENTREVISTA PRODUCTOR

1. ¿Cuáles son los productos que más se venden?
2. ¿Cuáles son los clientes que más compran?
3. ¿Usaría una plataforma o aplicación digital para promocionar sus productos?
4. ¿Manejan algún tipo de publicidad?
5. ¿Cree que sería correcto manejar alguna marca o logotipo para este negocio?
6. ¿Qué expectativas tiene para la feria?
7. ¿Con qué frecuencia usan la tecnología móvil en la feria?

