

**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**REDISEÑO GRÁFICO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL QUE BUSQUE MEJORAR  
TIEMPOS DE USO, INTERACCIÓN E INFORMACIÓN PARA EL USUARIO**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE: LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

**FUTBOL<sup>EC</sup>**



**AUTOR: DEMETRIO  
CARLOS SALAZAR JARA**

**DIRECTORA:  
ANNA TRIPALDI**

**CUENCA,  
ECUADOR, 2023**

נ נ נ  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
ח ח ח  
ק ק ק  
ו ו ו

ע ע ע  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
ח ח ח  
ק ק ק  
ו ו ו

**AUTOR**

Demetrio Salazar

**DIRECTORA**

Anna Tripaldi

**FOTOGRAFÍAS E ILUSTRACIONES**

Propiedad del autor excepto aquellas que tienen su respectiva cita.

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN**

Demetrio Salazar

**CUENCA - ECUADOR**

2022

# DEDICATORIA

A mis padres, quiero agradecerles por enseñarme los valores que me representan el día de hoy y por brindarme el cariño y la motivación que necesitaba en los buenos y malos tiempos.

A mis hermanos, representan un modelo a seguir en mi vida y me han enseñado que con esfuerzo, sacrificio y constancia se puede lograr todo. Quiero destacar especialmente a mi hermano Xavier, quien me ha apoyado de una manera única, brindándome el apoyo que nadie más podía brindar. Su presencia ha sido un verdadero regalo y estoy agradecido por tenerlo en mi vida.



# AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por el apoyo emocional en el transcurso de todo este proyecto.

A mis amigos: Paula, Ari, Nico y Andrés, por ayudarme a mantenerme centrado, constante y apoyarme cuando me sentía peor.

A mis docentes, Fabián y Juan, por su guía y ayuda como docentes, y en especial a mi tutora Ana, por su comprensión, tiempo dedicado, ayuda y paciencia.

Y a Anaís, por hacer mis días mucho más felices.



# ÍNDICE DE CONTENIDOS



## CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 Marco Teórico	<b>18</b>
1.2 Investigación de campo	<b>52</b>
1.3 Análisis de Homólogos	<b>54</b>

## PROGRAMACIÓN

2.1 Persona Design	<b>65</b>
2.2 Partidos de diseño	<b>76</b>
2.3 Brief Campaña	<b>80</b>
2.4 Proceso de diseño	<b>84</b>

## IDEACIÓN

3.1 10 ideas	<b>89</b>
3.2 3 ideas	<b>100</b>
3.3 Idea final	<b>102</b>



## **DISEÑO**

4.1 Bocetación	<b>106</b>
4.2 Sistema gráfico	<b>110</b>
4.3 Desarrollo de la App móvil	<b>118</b>
4.4 Aplicaciones	<b>142</b>

## **VALIDACIÓN**

Validaciones	<b>154</b>
Conclusiones finales	<b>162</b>
Recomendaciones	<b>163</b>
Bibliografía	<b>164</b>

# ÍNDICE DE IMÁGENES

*Todas las imágenes no numeradas son de autoría propia.*

**Imagen 1** - Los retos del fútbol ecuatoriano para 2022. Autor: José López - <https://www.extra.ec/noticia/deportes/retos-futbol-ecuatoriano-2022-61524.html>

**Imagen 2** - Galería de la Tri. Por Federación Ecuatoriana de Fútbol - <https://www.fef.ec/>

**Imagen 3** - De 'equipo chiquito' a gran sorpresa: la historia de la primera clasificación de una selección de Ecuador a un Mundial de Fútbol, en 1986. Por El Universo - <https://www.eluniverso.com/deportes/futbol/de-equipo-chiquito-a-gran-sorpresa-la-historia-de-la-primera-clasificacion-de-una-seleccion-de-ecuador-a-un-mundial-de-futbol-en-1986-nota/>

**Imagen 4** - Logo Federación Ecuatoriana de Fútbol - <https://www.fef.ec/>

**Imagen 5** - IOS 17. Autor. Tomás Rivero - <https://www.extra.ec/noticia/deportes/retos-futbol-ecuatoriano-2022-61524.html>

**Imagen 6** - Introducing Firebase Machine Learning. Por Firebase <https://firebase.google.com/products/ml?hl=es-419>

**Imagen 7** - Interfaz de usuario (UI). Por Twaino - <https://www.twaino.com/es/definicion/u/interfaz-de-usuario-ui/>

**Imagen 8** - Interfaz de usuario (UI). Por Twaino - <https://www.twaino.com/es/definicion/u/interfaz-de-usuario-ui/>

[cion/u/interfaz-de-usuario-ui/](https://www.twaino.com/es/definicion/u/interfaz-de-usuario-ui/)

**Imagen 9** - User flow concept illustration. Por Freepik - [https://www.freepik.com/free-vector/user-flow-concept-illustration\\_7407437.htm#query=user%20interface&position=9&from\\_\\_view=keyword&track=ais](https://www.freepik.com/free-vector/user-flow-concept-illustration_7407437.htm#query=user%20interface&position=9&from__view=keyword&track=ais)

**Imagen 10** - Futuras tendencias en el futuro del diseño de interfaz de usuario. Por Mobile App Daily - <https://www.mobileappdaily.com/future-trends-in-iot-user-interface-design>

**Imagen 11** - Imágenes conceptuales del rumorado IOS 17. Por Filipe Espósito - <https://9to5mac.com/2023/05/23/concept-ios-17-features/>

**Imagen 12** - La ley de Hick Hyman. Autor. Juan Luis Molina - <https://www.enfoquegaussiano.com/las-leyes-de-ux-mas-importantes-en-diseno-web-la-ley-de-hick-hyman/>

**Imagen 13** - Intro to User Experience Design. Por Superhi - <https://www.superhi.com/courses/introduction-to-user-experience-design/>

**Imagen 14** - Creativity, Components + Community: In Conversation with SuperHi's UI Design Teacher. Por SuperLibrary - <https://library.superhi.com/posts/intro-to-ui-interview>

**Imagen 15** - UX Design 101: Information

Architecture — Structuring & organizing content. Autor. Robert Sens - <https://blog.prototypr.io/ux-design-101-information-architecture-structuring-organizing-content-967833278b41>

**Imagen 16** - Information Architecture 101: Why It Matters for Your Blog. Por WordPress - <https://wordpress.com/go/web-design/information-architecture-101-why-it-matters-for-your-blog/>

**Imagen 17** - Information Architecture vs Sitemap: Differences and Relation. Por AufaitUX - <https://aufaitux.com/blog/information-architecture-vs-sitemap/>

**Imagen 18** - Design Consistency Guide UI and UX Best Practices. Por UXPin - <https://www.uxpin.com/studio/blog/guide-design-consistency-best-practices-ui-ux-designers/>

**Imagen 19** - What is interaction design?. Por Jeff Cardello - <https://usabilityhub.com/blog/what-is-interaction-design>

**Imagen 20** - User Research: Is It Worth It?. Autor . Jordan Bowman - <https://uxtools.co/blog/user-research-is-it-worth-it/>

**Imagen 21** - Importancia de la Reticula en Diseño Gráfico. Autor. Ilka Perea Hernández - <https://ilkaperea.com/es/2019/05/04/im>



portancia-de-la-reticula-en-diseno-grafico/

**Imagen 22** - Pruebas de usabilidad rápidas, baratas y remotas. Autor. André Bernardes - <https://medium.com/ux-user-experience-design-em-portugues/teste-de-usabilidade-r%C3%A1pido-barato-e-remoto-tem-como-14839332c994>

**Imagen 23** – 365 Scores - <https://apkpure.com/es/365scores-live-scores-news/com.scores365>

**Imagen 24** – OneFootball - <https://aws.amazon.com/es/solutions/case-studies/one-football-aws-lake-formation-case-study/>

**Imagen 25** – Rise Sleep - <https://www.studiogodsey.co/works/rise-sleep-science>

**Imagen 26** - Ilustración de avatares de personas. Por Freepik - [https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-avatares-personas\\_7246321.htm](https://www.freepik.es/vector-premium/ilustracion-avatares-personas_7246321.htm)

**Imagen 27** - New UX/UI Illustrations. Autor. Denis Shepvalov - <https://www.indiehackers.com/post/new-ux-ui-illustrations-f2e4689696>

**Imagen 28** - ¿Qué es Adobe XD y para qué sirve?. Autor. Matt Rae - <https://www.adobe.com/products/xd/learn/get-started/what-is-adobe-xd-used-for.html>

**Imagen 29** - El sistema operativo móvil más avanzado del mundo. Por 9to5mac - <https://9to5mac.com/guides/ios/>

# RESUMEN

El estancamiento es un problema frecuente en el ámbito de las interfaces, esto genera el abandono del usuario y las vuelve obsoletas. Este proyecto trabaja en la App FútbolEc, la que carece de identidad visual y una pobre experiencia de usuario. Luego de un proceso de análisis profundo, la aplicación de la metodología del versionado y utilizando tendencias estéticas y funcionales actuales del diseño, se plantea un rediseño de interfaz que garantiza la usabilidad y propone una línea gráfica más atractiva respecto a la de la competencia, mejorando así la experiencia del usuario.

## **Palabras clave:**

Experiencia de usuario, arquitectura de la información, identidad visual, diseño de interfaz, fútbol ecuatoriano

# ABSTRACT

Stagnation is a frequent problem in the field of interfaces, this generates the user's abandonment and makes them obsolete. This project works at the APP FutbolEc, which lacks visual identity and poor user experience. After a process of deep analysis, the application of the methodology of the version and using current aesthetic and functional trends of the design, a redesign of interface that guarantees usability and proposes a more attractive graphic line with respect to that of the competition is proposed, also improving the user experience.

## **Keywords:**

User experience, information architecture, visual identity, interface design, Ecuadorian football

נ נ נ  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
ח ח ח  
ק ק ק  
ו ו ו

ע ע ע  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
ח ח ח  
ק ק ק  
ו ו ו

# OBJETIVOS

## General

Aportar a la experiencia de usuario, tiempo de uso e interacción a través un diseño sistémico de interfaz gráfica para la aplicación móvil.

## Específicos

- Rediseñar la identidad de marca de la aplicación
- Rediseñar la interfaz gráfica de la aplicación móvil para fanáticos del fútbol (FutbolEc)

# INTRODUCCIÓN

FutbolEc es una aplicación deportiva ecuatoriana de fútbol comúnmente utilizada por jóvenes de 18 a 34 años. La aplicación lleva en funcionamiento desde hace 7 años, pero nunca ha pasado por las manos de un diseñador, lo que ha resultado en una falta de enfoque en el usuario. La aplicación carece de orden, estética y personalización. No cuenta con una retícula ni un sistema gráfico coherente, y su icono es una mezcla de diferentes iconos, incluyendo logos de copas o vectores de internet. Algunos usuarios han llegado a pensar que

la aplicación está fuera de mantenimiento, cuando en realidad no es así. El desarrollador de la aplicación, Xavier Salzar, trabaja continuamente para mantenerla funcionando, pero no ha habido una evolución en cuanto a su diseño e identidad. En el proyecto final de carrera se definirá una identidad visual para FutbolEc, además de diseñar un manual de marca y una versión BETA funcional de la aplicación.

# PROBLEMÁTICA

La rapidez, fluidez y estética son factores importantes dentro del diseño de una interfaz móvil, cuando se utiliza estos deben ser intuitivos y estandarizados, fáciles de utilizar, y que generen en el usuario la necesidad de volver a utilizarlos (Jerves, 2012) mientras más entendible y simplificada sea la información de la base de datos, más fácil será para el consumidor entender la aplicación y encontrar lo que está buscando, el problema de la App futbolEc, aplicación de deportes actualmente disponible en la Apple Store y Google Play, una aplicación ecuatoriana desarrollada en la ciudad de Cuenca, es que su diseño no ha sido actualizado desde hace cuatro años, solamente se han corregido bugs, glitches y errores de codificación, la información sobre equipos preferidos, tablas de posiciones y los horarios de sus próximos partidos es algo en lo que fácilmente el usuario puede perderse dentro de la aplicación (registro

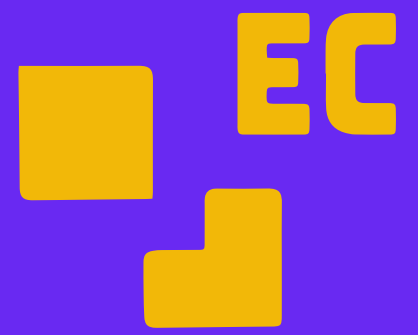
de actualizaciones de la App Store) El fútbol es uno de los deportes más populares alrededor del mundo como se demuestra por su incremento constante en el número de practicantes y de espectadores. En el año 1984 presentaba más de 60 millones de jugadores federados y 150 países asociados a la International Federation of Football Associations, FIFA. (Llana Belloch, Pérez Soriano, & Lledó Figueres, 2010) Esta aplicación es mayormente utilizada por hombres jóvenes adultos quiteños entre los 18-34 años, aficionados al deporte con poco tiempo libre ya que su duración media dentro de la app es de 1,51 minutos y mayormente usuarios de iPhone. (Firebase, 2022) entrar en un proceso de rediseño podría mejorar el manejo de información y a la vez coincidir con tendencias dentro del diseño de interfaz móvil, añadiendo nuevas características más interactivas y personalizables para el usuario. Experiencia” +

“Usuario” + “Cliente” es sin lugar a duda una de las fórmulas más influyentes actualmente para el desarrollo de todo tipo de productos tecnológicos, desde software hasta dispositivos móviles, pasando por sitios webs, aplicaciones o redes sociales. (Bartels, 2016). (Wang, 2019), indican que la satisfacción del usuario es uno de los requisitos más importantes para garantizar el uso continuo del sistema, ya que aumenta el costo de cambio de los usuarios y, por lo tanto, los alienta a permanecer en el statu quo, es decir, la inercia. Una aplicación cuando es construida en base a un modelo mental del desarrollador, sin ningún modelo mental del usuario puede causar problemas, es decir el usuario no podría encontrar su propósito al utilizar la aplicación (Allanwood, 2014). Esto es algo que desde la visión y conocimientos de un diseñador gráfico podría ayudarse a alcanzar y aplicar.

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט





**CAPÍTULO**  
**CONTEXTUALIZACIÓN**

**ESTEREO TIPOGRAFÍA**



**Imagen 1.** Los retos del fútbol ecuatoriano para 2022. Autor: José López

# 1.1 EL FÚTBOL Y SU LLEGADA AL ECUADOR:

El fútbol es un deporte reconocido mundialmente en el que dos equipos usualmente compuestos por 11 jugadores se enfrentan entre sí, cada jugador se mueve por el campo intentando meter con el pie el balón en la portería del equipo contrario sin que el arquero lo impida.

Vemos este deporte en canchas esparcidas por todo el país, niños jugando en el colegio, adolescentes en su tiempo libre y hasta adultos en sus horas fuera del trabajo, es un deporte que involucra aficionados de todas las edades, pero, ¿de dónde nace?

## 1.1.1 ORÍGENES DEL FÚTBOL

Como Carrión (2006) afirma:

El fútbol tiene sus raíces en las prestigiosas universidades de Londres, pero posteriormente se extendió a las fábricas y los estratos populares, abarcando a personas de diferentes etnias, como negros, indios y blancos, así como a ambos géneros, masculino y femenino. En resumen, el fútbol se proyectó rápidamente

en toda la sociedad, propagándose como una especie de expansión generalizada que lo llevó a su popularización. Durante este proceso, los medios de comunicación desempeñaron un papel significativo en su difusión.

El fútbol, nacido como un simple juego para las horas libres de la población,

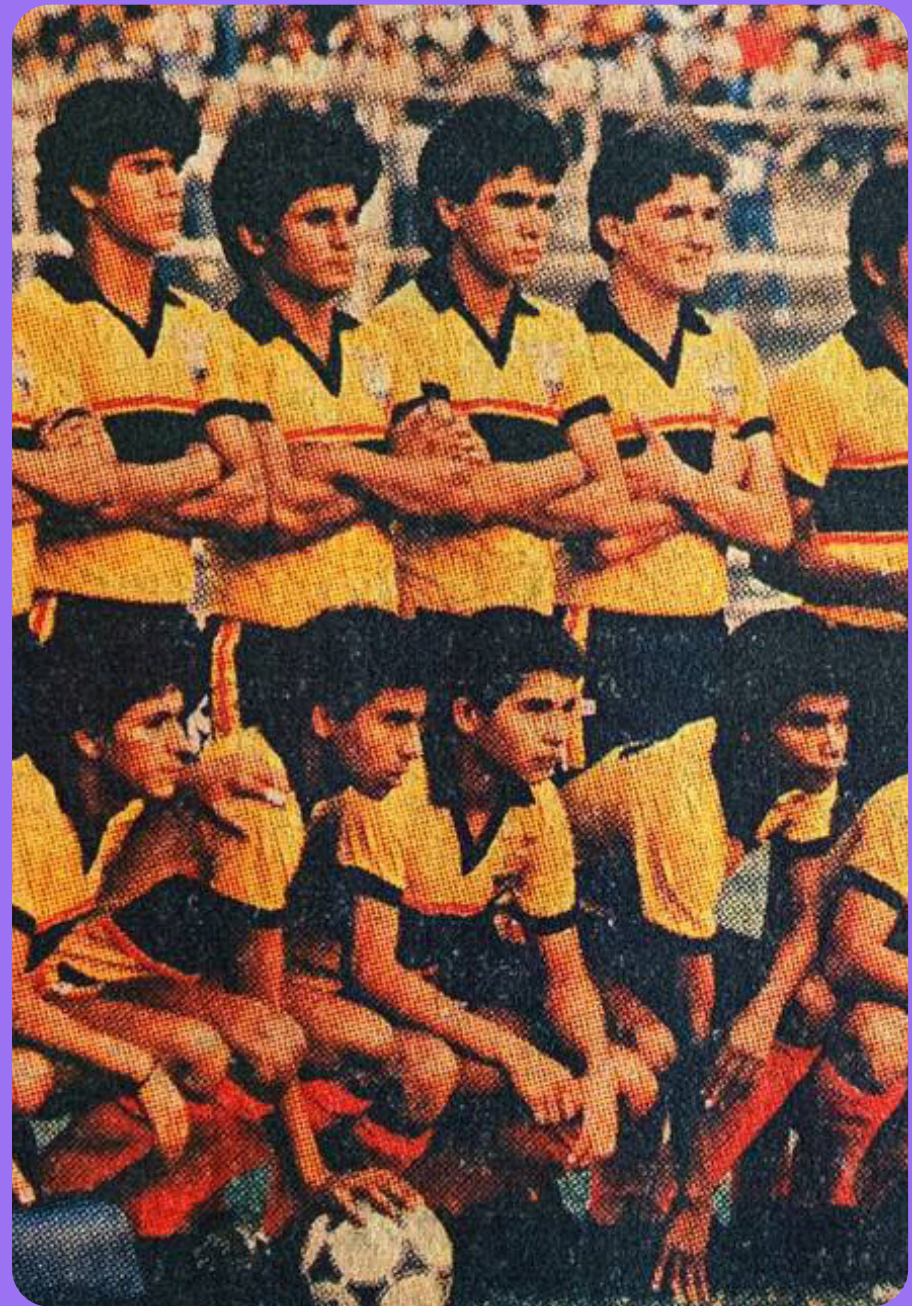
pronto se desarrolló como un deporte con alto contenido competitivo, alcanzando la condición de espectáculo cargado de múltiples expresiones y determinaciones en los ámbitos de la economía, la sociedad, la política y la cultura. (Carrión, 2006, p. 2)

**Imagen 2.** Galería de la Tri. Por Federación Ecuatoriana de Fútbol



## 1.1.2 ORÍGENES DEL FÚTBOL DENTRO DEL ECUADOR

El fútbol nació en Inglaterra a mediados del siglo XIX y se extendió como mancha de aceite por el mundo hasta convertirse en la actividad más generalizada (más que el mercado y la democracia). En ese proceso expansivo llegó al país de la mano de las inversiones inglesas en el transporte (ferrocarril), en la minería (Zaruma y Portovelo) y del puerto (Guayaquil) y, poco a poco, se extendió hasta convertirse en el deporte nacional por excelencia, al extremo de que en la actualidad no hay pueblo y barrio que no cuenten con una cancha para la práctica del fútbol. (Carrión, 2006, p.1)



**Imagen 3.** De 'equipo chiquito' a gran sorpresa: la historia de la primera clasificación de una selección de Ecuador a un Mundial de Fútbol, en 1986. Por El Universo



Imágen 4. Logo Federación Ecuatoriana de Fútbol

### 1.1.3 LA FEDERACIÓN ECUATORIANA DE FÚTBOL

Por último, Carrión (2006) nos detalla el origen de la FEF dentro del país:

La Federación Ecuatoriana de fútbol (FEF) consolidó su posición como el organismo regulador de los campeonatos nacionales y del fútbol profesional en Ecuador, adoptando una perspectiva centralista y dominante centrada en la provincia de Guayas. En 1957, bajo su liderazgo, se introdujeron los campeonatos nacionales, lo que condujo a una redefinición de los clásicos en función más de la geografía que de su carácter social. Durante una fase de transición significativa, los campeonatos se llevaron a cabo simultáneamente a nivel local y nacional, con torneos locales que servían como clasificatorios para una competencia nacional, además de competencias entre las selecciones provinciales.

Hoy en día existen copas llevadas a cabo nacionalmente y torneos realizados internacionalmente, además existen alrededor de 12 a 14 clubes seleccionados quienes debutan la liga Pro, los mejores clasifican a la copa libertadores, y los peores bajan la serie B, La aplicación FutbolEc se enfoca en todo el fútbol ecuatoriano (ligas femeninas, Serie B, Ascenso nacional, y hasta el grupo en donde se encuentran los clubes ecuatorianos en las copas internacionales)



## 1.1.4 APLICACIÓN MÓVIL O APP:

APP se define según Daniel y Carlos Marroquín como:

El acortamiento de la palabra en inglés *application*, es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Este tipo de aplicaciones permiten al usuario efectuar un variado conjunto de tareas (profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, etc.), facilitando las gestiones o actividades a desarrollar. (Marroquín & Marroquín, 2020, p. 6)

De igual manera una definición acertada a lo que es una aplicación móvil es la de Javier Cuello y José Vittone

Las aplicaciones (también llamadas apps) están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidas en los sistemas operativos de Nokia o BlackBerry años atrás. Los móviles de esa época contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos *feature phones*, en contraposición a los *smartphones*, más actuales. En esencia,

una aplicación no deja de ser un software. Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio. (Cuello & Vittone, 2013, p. 9)



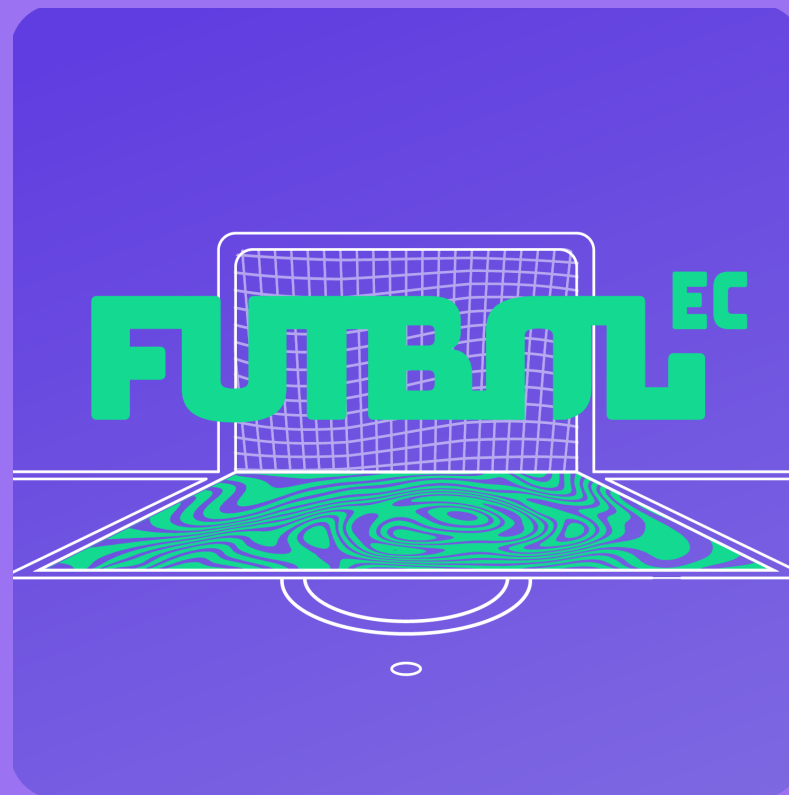
Imágen 5. IOS 17. Autor: Tomás Rivero

Hoy en día se encuentran numerosas aplicaciones para distintos usos dentro de la app store. En este lugar de origen, FutbolEc fue lanzada originalmente. Se pueden hallar aplicaciones para ayudar en la vida cotidiana, como el cuidado del horario de sueño y el cuidado de la alimentación. Además, se pueden en-

contrar aplicaciones de entretenimiento, tales como plataformas de *streaming*, redes sociales y videojuegos. Por último, se encuentran las aplicaciones de ocio, donde es posible encontrar la aplicación y sus respectivas competencias que han surgido a lo largo de los años.



**ANTES**



**DESPUÉS**

## 1.1.5 FUTBOLEC

Una aplicación móvil para los sistemas operativos IOS y Android cuenta con una arquitectura de información sobre el fútbol ecuatoriano como su principal característica. En el caso de que un aficionado no pueda disfrutar los partidos de manera presencial o a través del televisor y no quiera perderse los resultados, la aplicación se encarga, mediante notificaciones, de mantener informados a sus seguidores. Además, ofrece diferentes servicios como:

- 1 Radio en vivo
- 2 Noticias relevantes
- 3 Datos de jugadores
- 4 Notificaciones en tiempo real
- 5 Selección de seguimiento de múltiples campeonatos y equipos

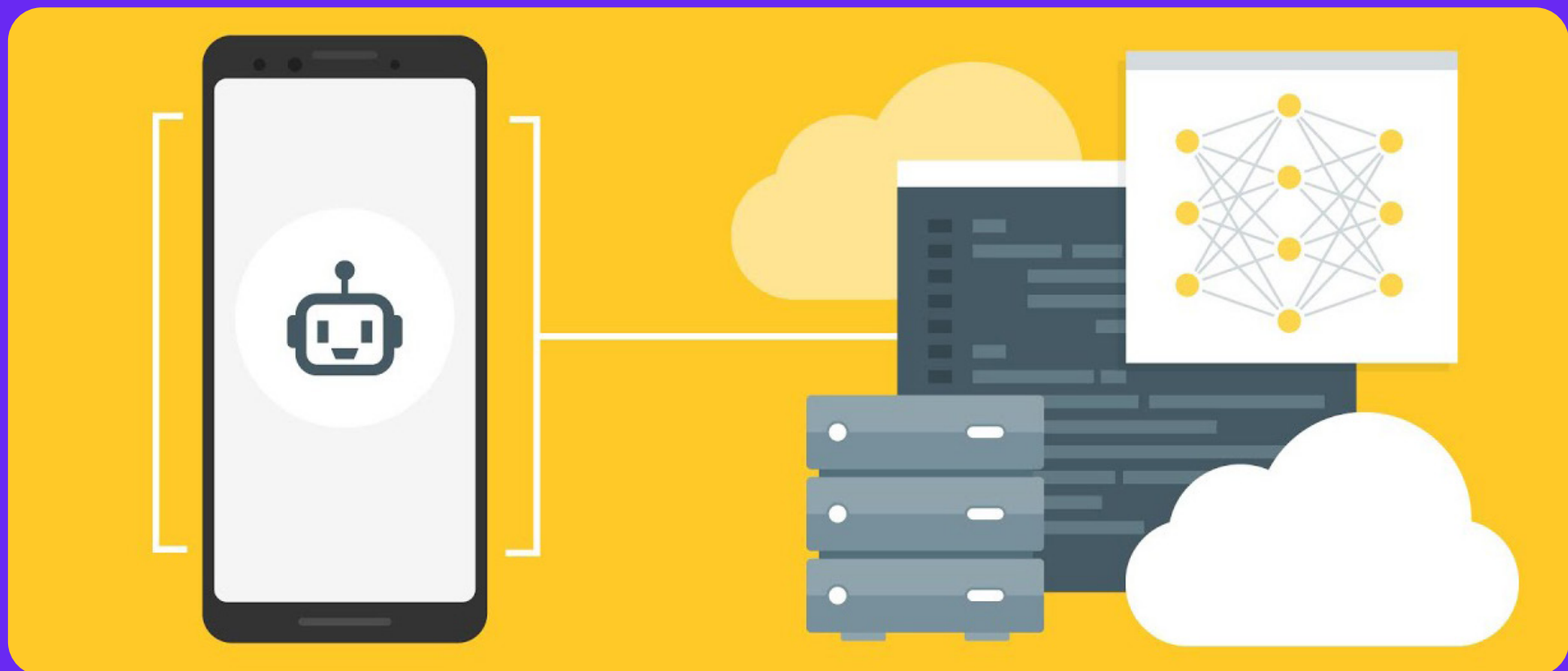


## 1.1.6 FIREBASE

Firebase es una base de datos que ayuda a definir a los distintos usuarios y su mayor problemática dentro de la aplicación. Aquí se pueden encontrar datos interesantes, como el dispositivo con el que más se utiliza la app, el tiempo de uso por usuario, la edad, entre otros. Esta información proporciona una guía para identificar las fortalezas y debilidades de la aplicación, determinar qué aspectos se pueden mejorar y obtener datos de rendimiento en relación al usuario ante cualquier cambio.

Según Luis También se puede describir como:  
Un conjunto de herramientas del tipo Software as a Service (SaaS) proporcionadas por Google y que se centran en aumentar la productividad al momento de desarrollar y desplegar aplicaciones. Cuenta con integración con lenguajes de programación como Swift, Objective-C, Java, JavaScript, C++, etc. (Litano, 2021, p. 15)

**Imagen 6.** Introducing Firebase Machine Learning. Por Firebase



# 1.1.7 DATOS DE FIREBASE EN FUTBOLEC

Gracias a esta herramienta, se pueden definir ciertos datos que reflejan la problemática planteada, como el poco mantenimiento de la aplicación y su falta de diseño. Esta herramienta será utilizada para medir el éxito del rediseño de la aplicación. A continuación se presentan los datos existentes dentro de la aplicación FutbolEc:

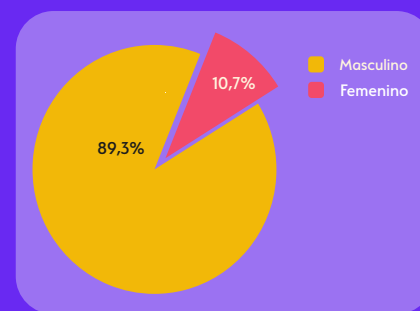
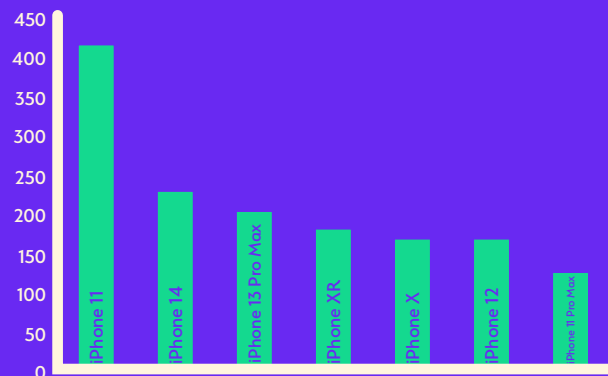
Años entre **18-34** Duración media por usuario: **1,51 MINUTOS** **#Fútbol**  
 #Sports #Deportes #Estilodevida #Fans



**Sistemas operativos**  
 414 iOS 22 Android

**Usuario por minuto**  
**16**

**Principales países**  
 Ecuador U.S.A



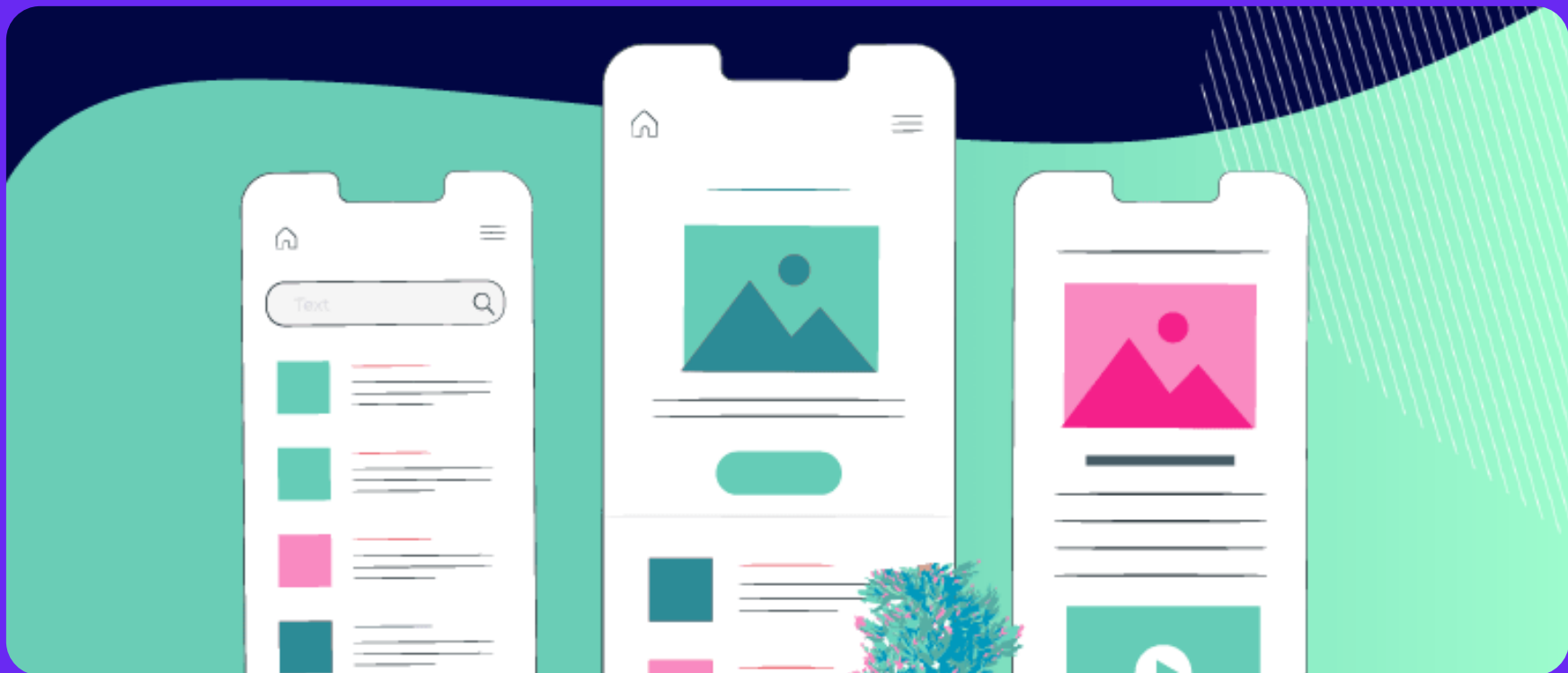


Imagen 7. Interfaz de usuario (UI). Por Twaino

## 1.1.8 DISEÑO DE INTERFAZ DE USUARIO

“Una UI (Interfaz de usuario) se ocupa del diseño gráfico de la aplicación, que incluye botones, diseño de pantalla, animaciones, transiciones, micro interacciones, etc. En resumen, la interfaz de usuario trata sobre cómo se ven las cosas” (Paduraru, 2022, p. 26). Se menciona que el objetivo del proyecto es llevar a cabo un rediseño de la aplicación. Para lograr los resultados

esperados, se realizará un rediseño de la interfaz de usuario y de cómo se maneja la información distribuida en relación a la experiencia del usuario. Esto se hará siguiendo tendencias modernas y obteniendo un mayor conocimiento de las necesidades del público existente en la aplicación. La interfaz debe ser atractiva, accesible para todos y de fácil uso, de manera que el usuario no sienta

que necesita aprender a utilizarla desde cero, sino que se sienta familiarizado con ella.”Una interfase humana es la suma de los intercambios comunicativos entre la computadora y el usuario. Es lo que presenta información al usuario y recibe información del usuario” (Apple, 1987, p. 11).

La interfaz de usuario es la forma en que se establece la comunicación entre el usuario y la máquina. Si el usuario desea ver únicamente la información de sus equipos preferidos, la interfaz debe facilitar la configuración y el acceso a esa función. Asimismo, el usuario debe contar con un acceso fácil y conocimien-

to de todas las características que la aplicación puede ofrecer, al tiempo que se prescinde de funciones obsoletas o que dificultan la experiencia del usuario. Las interfaces con mayor éxito son aquellas en las que los usuarios notan inmediatamente las cosas importantes. Las cosas menos relevantes, por otro

lado, no se toman en cuenta. Uno de los mayores retos en el diseño de interfaces para sistemas complejos es descubrir qué aspectos los usuarios no necesitan y traducir la visibilidad. (Garrett, 2011, p. 114)



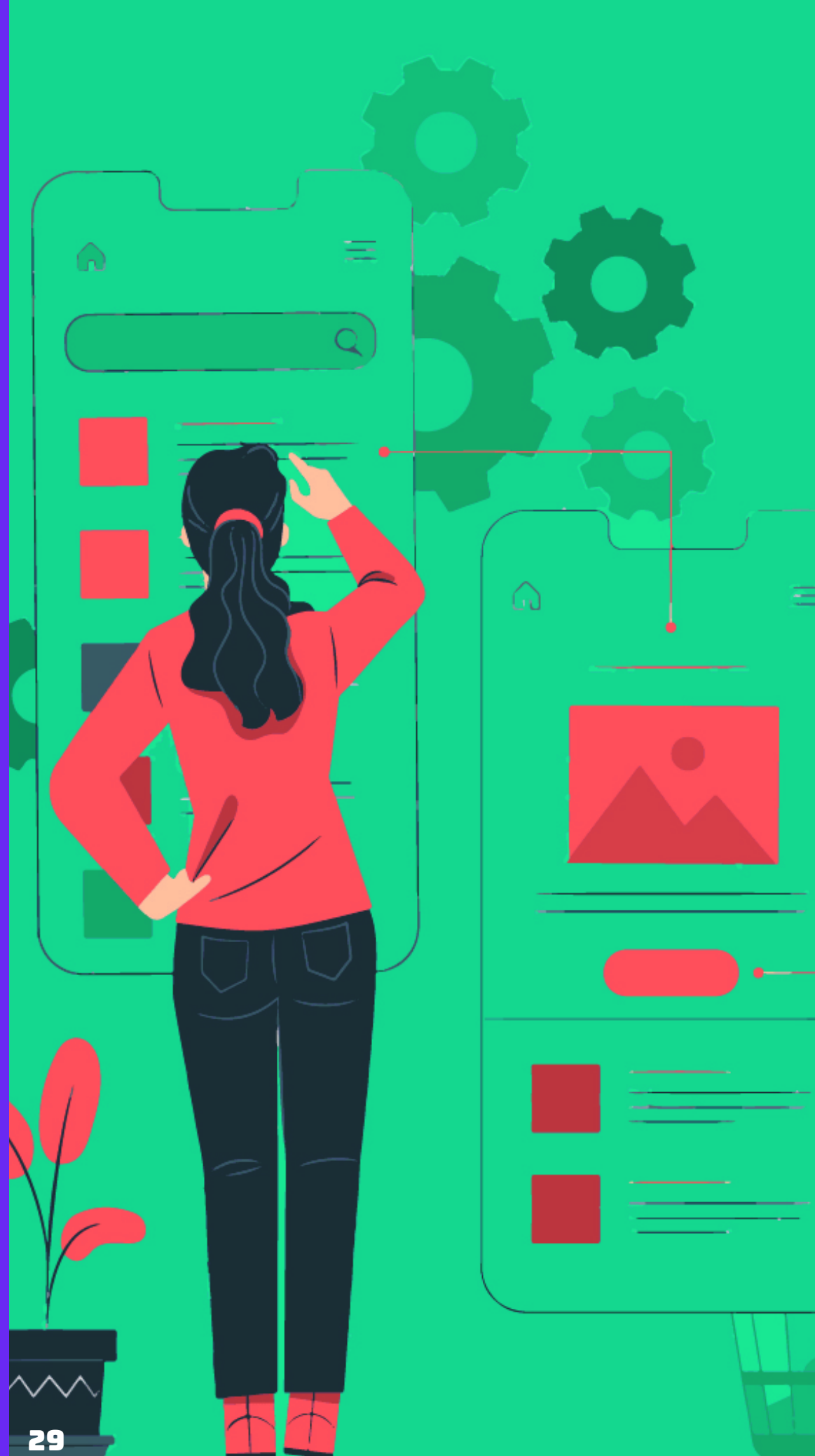
**Imagen 8.** Interfaz de usuario (UI). Por Twaino

La Interfaz de Usuario, en adelante IU, de un programa es un conjunto de elementos hardware y software de una computadora que presentan información al usuario y le permiten interactuar con la información y con la computadora. También se puede considerar parte de la IU la documentación (manuales, ayuda, referencia, tutoriales) que acompaña al hardware y al software.

Si la IU está bien diseñada, el usuario encontrará la respuesta que espera a su acción. Si no es así puede ser frustrante su operación, ya que el usuario habitualmente tiende a culparse a sí mismo por no saber usar el objeto. (Gómez, 2000, p 1.)

Todos los dispositivos móviles tienen la capacidad de mostrar páginas web diseñadas para ordenadores mediante el diseño responsive. Sin embargo, esta experiencia puede no ser satisfactoria para los usuarios, ya que la navegación de estos sitios web no está optimizada para dispositivos móviles. Aunque la página funcione correctamente, en los dispositivos móviles los usuarios no solo buscan que la aplicación cumpla su función, sino que también desean una interacción más profunda entre el usuario y la interfaz a través de un diseño mejorado y una gestión adecuada de la arquitectura de la información. La aplicación que se va a rediseñar puede dar la sensación de ser un antiguo sitio web que no se adapta a sus usuarios.

**Imagen 9.** User flow concept illustration. Por Freepik



## 1.1.9 OBJETIVO CENTRAL DE LA INTERFAZ DE USUARIO

Según Bonsiepe (1995) El objetivo principal de una interfaz de usuario es facilitar al usuario la construcción de un modelo mental que refleje los conocimientos del programador, quien posee una comprensión profunda de los detalles operativos del programa. A través de este proceso, el usuario adquiere el conocimiento necesario para utilizar el programa al construir su propia representación personal del modelo del programador en su mente.

Dentro del libro de Gui Bonsiepe, se afirma que una interfaz está compuesta por elementos visuales como ventanas, íconos, menús y botones. Estos elementos conforman el conjunto de la interfaz gráfica, y tienen como objetivo facilitar una mejor comprensión y comunicación general entre el usuario y la máquina al momento de llevar a cabo sus tareas.

“Cuanta menos energía mental tengan los usuarios para aprender una interfaz, más podrán dedicar a lograr sus objetivos. Cuanto más fácil hagamos que las personas alcancen sus objetivos, más probable es que lo hagan con éxito” (Yablonski, 2020, p 1).



Imagen 10. Futuras tendencias en el futuro del diseño de interfaz de usuario. Por Mobile App Daily



Imagen 11. Imágenes conceptuales del rumorado iOS 17. Por Filipe Espósito

## 1.1.10 ¿QUÉ TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE DESARROLLAR UNA INTERFAZ?

El diseño puede ser realizado por cualquier persona si se basa únicamente en criterios estéticos. Sin embargo, al diseñar una interfaz gráfica, es necesario considerar varios factores funcionales y jerárquicos. Palau (2011) enumera lo siguientes factores que se deben tener en cuenta al momento de diseñar una interfaz centrada en el usuario:

- Tener en cuenta el contexto del usuario. Las respuestas del sistema deben ser coherentes. Debe existir respuesta tanto para las acciones correctas, como para las incorrectas. La repetición de asociaciones acción-respuesta favorece el aprendizaje.

- Es recomendable apelar a la memoria permanente, de manera que el usuario pueda reconocer elementos y situaciones sin sobrecargar la memoria a corto plazo.
- El usuario aprende mejor si se le pide una implicación activa. Si puede manipular o experimentar los hechos, conceptos o habilidades, aprende mucho mejor que si se limita a pasar páginas y memorizar su contenido.
- Las habilidades mejoran con la práctica. Para ello, las prácticas deben diseñarse correctamente.
- La práctica sólo es efectiva si existe retorno de información (feedback). Si el usuario carece de respuestas, no puede saber si está actuando correctamente.

- La combinación de diferentes tipos de prácticas es más efectiva que la repetición consecutiva de la misma acción. No obstante, el usuario debe tener la capacidad de repetir una práctica si lo considera necesario.
- Los contenidos deben estructurarse de manera que el usuario solamente deba aprender una serie limitada de cosas por sesión.
- El proceso de aprendizaje progresa de un nivel básico a uno avanzado.
- El orden y contenido de cada uno de los pasos debe estar cuidadosamente estructurado.

(Palau, 2011 p, 19)

## 1.1.11 LA LEY DE HICK

Dentro del diseño de interfaces móviles se han establecido varias leyes:

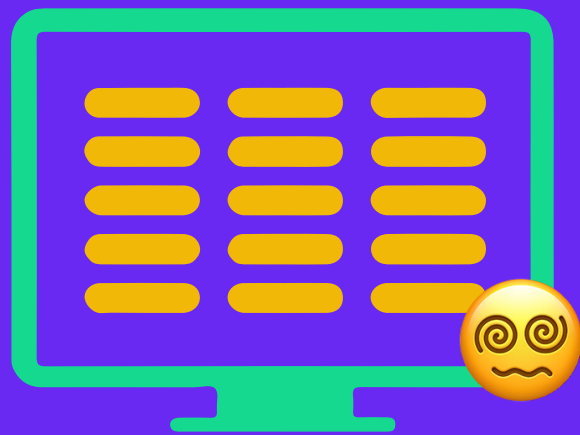
1. La Ley de Jacob resalta la importancia de los modelos mentales, es decir, por qué los iconos, posiciones y funciones en distintas interfaces se mantienen consistentes para lograr un entendimiento más familiar y cómodo para el usuario.
2. La Ley de Fitts destaca la importancia de un buen diseño en relación a los elementos táctiles dentro de la interfaz. Esto implica considerar el tamaño y espaciado adecuados de los objetos para que el usuario pueda acceder fácilmente a ellos.
3. La Ley de Miller propone la organización del contenido de la interfaz en partes más pequeñas, con el objetivo de facilitar su comprensión y memoria.
4. La Ley de Postel enfatiza la empatía y flexibilidad hacia las diferentes acciones realizadas por el usuario dentro de la interfaz, así como la anticipación de sus necesidades.
5. Por último, la Ley de Hick, formulada en 1952 por William Edmund Hick y Ray Hyman, aborda aspectos que han pasado desapercibidos en la actual interfaz de FútbolEc. Esta ley se compone de los siguientes puntos:

- Dividir tareas complejas en pasos más pequeños para reducir la carga cognitiva.
- Evitar abrumar a los usuarios destacando opciones recomendadas.
- Minimizar las opciones cuando el tiempo de respuesta sea crítico para aumentar el tiempo de toma de decisiones.

**Imagen 12.** Imagen 12 - La ley de Hick Hyman. Autor: Juan Luis Molina







Una de las funciones principales que tenemos como diseñadores es sintetizar la información y presentarla de manera que no abrume a las personas que usan los productos y servicios que diseñamos. Hacemos esto porque entendemos, casi instintivamente, que la redundancia y el exceso crean confusión. Esta confusión es problemática cuando se trata de crear productos y servicios que se sientan intuitivos. Deberíamos permitir que las personas logren sus objetivos rápida y fácilmente. (Yablonski, 2020, p 23)

En esta ley se destaca que el tiempo necesario para tomar una decisión aumenta significativamente a medida que se incrementa el número y la complejidad de opciones en cualquier parte de la interfaz. Esto tiene un impacto negativo en cómo el usuario percibe y procesa la información al enfrentarse a una nueva

interfaz, lo que se traduce en tiempos de decisión más largos o en una comprensión deficiente de la tarea a realizar. Un ejemplo claro de esto es la evolución de los controles remotos de televisores en términos de carga cognitiva. A menudo, estos controles presentan un exceso de botones y opciones que el usuario realmente no necesita para su funcionamiento básico, lo que hace que muchos de esos botones sean obsoletos en su función.

Cuando una interfaz posee demasiadas opciones es una clara indicación de que quienes crearon el producto o servicio no comprenden del todo las necesidades del usuario. La complejidad se extiende más allá de la interfaz de usuario; también se puede aplicar a los procesos. La ausencia de un llamado a la acción distintivo y claro, una arquitectura de

información poco clara, pasos innecesarios, demasiadas opciones o demasiada información: todos estos pueden ser obstáculos para los usuarios que buscan realizar una tarea específica. (Yablonski, 2020, p. 24.)

# 1.1.12 EXPERIENCIA DE USUARIO

Imágen 13. Intro to User Experience Design. Por Superhi

Se menciona varias veces el concepto “experiencia de usuario” y su importancia dentro del proyecto a realizar, pero ¿Qué es la experiencia de usuario? Según Kankainen (2002):

El concepto de la Experiencia del Usuario tiene su origen en el campo del Marketing, estando muy vinculado con el concepto de Experiencia de Marca (pretensión de establecer una relación familiar y consistente entre consumidor y marca). En el contexto del Marketing, un enfoque centrado en la Experiencia del Usuario conlleva no sólo analizar los factores que influyen en la adquisición o elección de un determinado producto, sino también analizar cómo los consumidores usan el producto y la experiencia resultante de su uso.

La función de los profesionales de la experiencia de usuario no es otra que hacer esta tecnología amigable, satisfactoria, fácil de usar y, por tanto, realmente útil. Si el marketing tradicional se basaba

en promesas, la experiencia de usuario se basa en hechos. Es precisamente la experiencia usando un producto, cómo este es capaz de resolver nuestras necesidades y objetivos de forma eficiente y fluida, la que determinará su aceptación social y su diferenciación entre competidores. (Montero, 2015, p. 7)

La experiencia de usuario es el concepto fundamental para el desarrollo de una interfaz de usuario exitosa. Se trata de cómo el usuario se siente al utilizar la aplicación, la gratificación que experimenta al llevar a cabo sus tareas específicas y su motivación para seguir utilizando la aplicación. En el caso de FutbolEc, nunca se ha tenido en cuenta la experiencia de usuario dentro de la aplicación, lo que ha llevado a un estancamiento en términos de interactividad, funcionalidad y estética.

El diseño de UX (experiencia de usuario)

se ocupa de cómo los usuarios interactúan con el sistema. La navegación lógica y la fluidez e intuición de la experiencia se incluyen en el diseño de UX. En definitiva, este tipo de diseño ayuda a que los usuarios tengan una experiencia positiva. (Paduraru, 2022, p. 29)

## 1.1.13 EXPERIENCIA DE USUARIO EN APLICACIONES MÓVILES

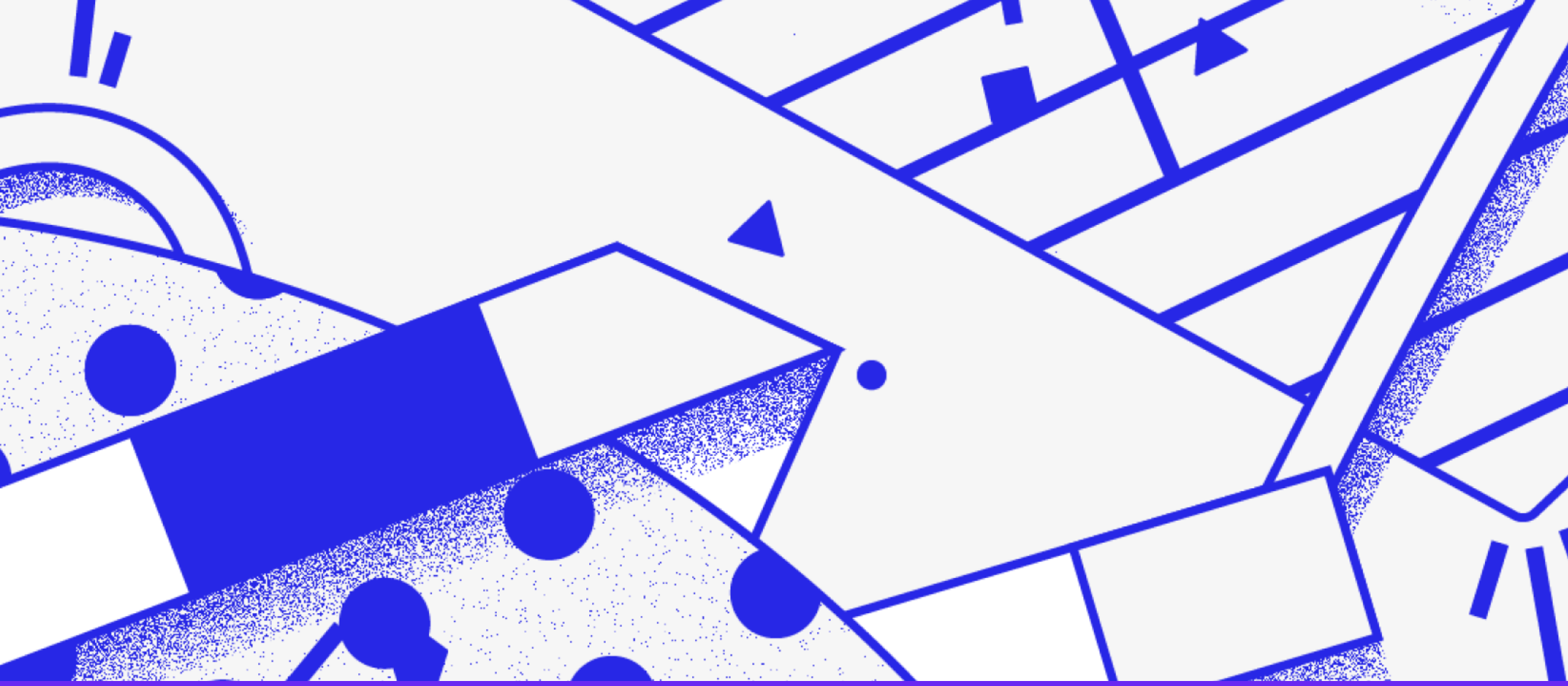
FutbolEc carece de una investigación hacia el usuario que utiliza la app. Es necesario conocer al usuario y la forma en que interactúa con las diferentes opciones de la app. ¿Qué aspectos le resultan más entretenidos? ¿Qué le frustra o qué considera más funcional? De esta manera, se puede generar una experiencia de usuario exitosa y, por ende, una interfaz móvil de calidad.

“La interfase gráfica con el usuario es la especificación del look and feel de un sistema computacional. Lo que implica qué objetos ve el usuario en la pantalla y las convenciones que le permiten interactuar con esos objetos” (Inc Sun Microsystems, 1989, p. 1).

El concepto look and feel se refiere al proceso de unión estructural entre cuerpo y utensilios a través de la percepción visual. El espacio retínico se estructura a través de dominios conocidos por el diseñador gráfico: forma, color, dimen-

siones, posición, orientación, textura y transformaciones temporales análogas a las que tienen lugar en el cine y en la televisión (en especial en los videoclips). Desde el punto de vista del usuario, la interfase es el programa. Se trata de una afirmación drástica, considerando que el programa se evalúa en términos tales como velocidad, confiabilidad (ausencia de bugs) y prestaciones. Está aceptado que los programas no deben ser solamente funcionales en términos estrictamente informáticos, sino que además deben ser aprendidos y usados por una vasta comunidad de usuarios, no necesariamente familiarizados o provistos de una mínima habilidad en programación. Además, los productos debían y deben ser comercializados una tarea muy difícil cuando tiene que ver con programas desarrollados con completa indiferencia y hasta hostilidad hacia el usuario. (Bon-siepe, 1995, p. 43)





**Imágen 14.** Creativity, Components + Community: In Conversation with SuperHi's UI Design Teacher. Por SuperLibrary

Como afirma Paduraru (2022) El diseño de experiencia de usuario (UX) se ocupa de la interacción de los usuarios con el sistema, incluyendo la navegación lógica, la fluidez y la intuición de la experiencia. El objetivo principal del diseño de UX es brindar a los usuarios una experiencia positiva. A continuación, se presentan los pasos principales del proceso de UX:

**1**

**Diseño de interacción:** se enfoca en cómo los usuarios pueden completar sus tareas de manera fluida utilizando los elementos interactivos del sistema, como transiciones de página, animaciones y botones.

**2**

**Investigación de usuarios:** implica llevar a cabo una investigación exhaustiva, recopilar comentarios e ideas de clientes nuevos o existentes, comprender las necesidades del usuario final y tomar decisiones de diseño basadas en estos parámetros.

**3**

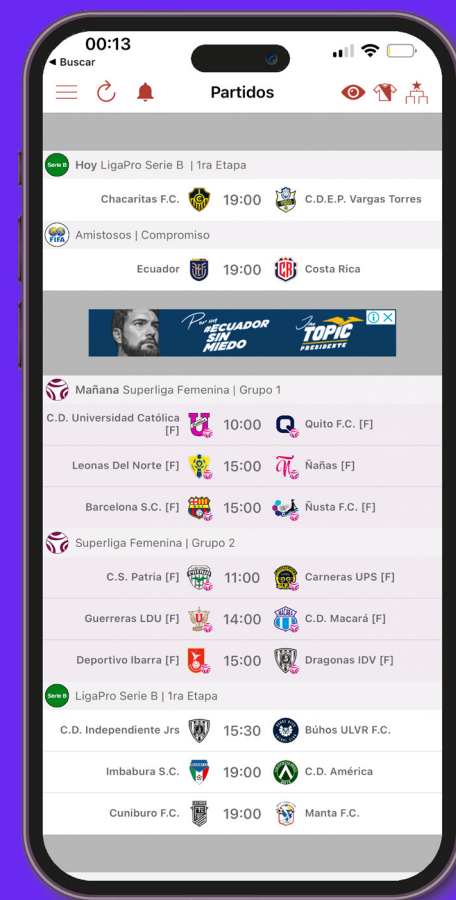
**Arquitectura de la información:** implica organizar la información y el contenido que los usuarios necesitan para realizar sus tareas. Esto requiere que los diseñadores de UX comprendan la relación entre diferentes conjuntos de contenido y los presenten de la manera más comprensible posible.

(Paduraru, 2022, p. 28)

## 1.1.14 UNA APLICACIÓN NO CENTRADA EN LA EXPERIENCIA DE USUARIO

La aplicación actualmente carece de una percepción establecida hacia el usuario. Mediante esta técnica, se puede mantener y aumentar la actividad del usuario al proporcionar una experiencia de “aplicación actualizada”. Esto implica no solo mantener la funcionalidad de la aplicación, sino también mejorar su diseño, interacción y experiencia de usuario. Al hacerlo, también es posible expandir el público de la aplicación y atraer a nuevos usuarios.

Un objeto mal diseñado produce ansiedad, de manera que el usuario será más receptivo a los detalles erróneos y tendrá menos capacidad de aprender a utilizarlo. Los objetos que deban utilizarse en situaciones de estrés requieren mayor atención al detalle. En cambio, un objeto bien diseñado hará que el usuario se sienta relajado y sea más creativo: no será tan crítico con los detalles, y estará más motivado para aprender a utilizarlo. (Norman, 2004)



# 1.1.15 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

Imagen 15. UX Design 101: Information Architecture — Structuring & organizing content. Autor. Robert Sens

“La arquitectura de la información (AI) se refiere al diseño, organización, etiquetado, navegación y sistemas de búsqueda que ayudan a los usuarios a encontrar y gestionar la información de manera efectiva” (Manchón, 2002).

La arquitectura de la información es una nueva idea, pero es una vieja práctica, de hecho, es tan antigua como la comunicación humana misma. Mientras que la gente tenía algo que transmitir, se debía decidir cómo estructurar la información para que así otras personas pudieran entender y usarla. Como la arquitectura de la información tiene mucho que ver en cómo la gente procesa la información cognitivamente, se le considera a la misma en cualquier producto en el que el usuario tenga que encontrar sentido a la información presentada. Obviamente estas consideraciones son críticas en el caso de la orientación de la información de los productos (como sitios de información corporativa) pero pueden tener

un gran impacto incluso mejor en productos funcionalmente orientados (como un teléfono móvil). (Garrett, 2011, p. 88)

Si la aplicación generara una mejor organización respecto a su contenido, se complementaría con características de la experiencia de usuario y arquitectura de la información. Sin duda alguna, FutbolEc necesita mejorar la organización de sus características y funcionalidades. “El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información” (Wurman, 1975)

## 1.1.16 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN COMO ATRIBUTO DE UN DISEÑO

Se ha mencionado la relación entre un buen diseño y la arquitectura de la información. "Una correcta arquitectura de información es aquella que permite al usuario encontrar la información que

necesita; que facilita la navegación y comprensión del producto; y que motiva al usuario a explorar los contenidos y funcionalidades" (Morville & Rosenfeld, 1998)

Según Paduraru (2022) Para lograr un diseño de UX efectivo, es importante seguir las siguientes prácticas:

- El producto debe ser intuitivo, fácil de usar y comprensible, de modo que los usuarios puedan interactuar con él sin dificultades ni necesidad de explicaciones adicionales.
- El producto debe abordar y resolver los problemas específicos de los usuarios, brindando soluciones eficaces y satisfactorias.
- El producto debe ser accesible y usable por un amplio espectro de personas, considerando diferentes habilidades, necesidades y preferencias del usuario.
- El producto debe generar una experiencia positiva para el usuario, permitiéndole completar tareas de manera fluida y sin frustraciones, optimizando la eficiencia y la satisfacción en cada interacción.

(Paduraru, 2022, p. 30)

Todas estas normas y reglas son fundamentales para crear una interfaz de usuario que se enfoque en la experiencia del usuario y tenga una sólida arquitectura de la información. Desafortunadamente, FutbolEc no cumple con varias de estas normas en términos de su estructura y jerarquización de contenidos. Como resultado, la aplicación carece de enfoque en el usuario y da la sensación de falta de cuidado y mantenimiento a lo largo de los años, a pesar de que su funcionalidad sea efectiva.

Tal como menciona Garret (2011) La arquitectura de la información generalmente requiere esquemas creativos que organicen el contenido por categorías, y esto depende de los objetivos establecidos para el sitio, así como de comprender las necesidades del usuario y el contenido que se incluirá en el sitio. Para lograrlo, se pueden crear esquemas de categorización en dos enfoques: de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba (p.88)



**Imagen 16.** Information Architecture 101: Why It Matters for Your Blog.  
Por WordPress

## 1.1.17 DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

Al diseñar una interfaz de usuario, es importante considerar tanto su funcionalidad, estética y experiencia del usuario "El concepto diseño de la información es un dominio en el cual los contenidos son visualizados por medio de selección, ordenamiento, jerarquización, conexiones y distinciones retínicas para permitir el accionar eficaz" (Bonsiepe, 1995, p. 53). Actualmente, la aplicación funciona sin problemas, pero el diseño de la información y la estética carecen de identidad e innovación en comparación con la competencia del mercado. Para un usuario no familiarizado con las interfaces de usuario, resulta bastante fácil perderse entre la gran cantidad de información presente en la aplicación en su estado actual.





Las pautas que deben seguirse al diseñar información en general, pautas aplicables también al diseño de gráficos o interactivos para la información:

- La información sólo tiene valor si se comunica adecuadamente. Si el lector o usuario no puede acceder a ella o entenderla, pierde todo su valor.
- Deben tenerse siempre presentes los objetivos por los que se transmite una información. Esto permitirá utilizar los medios más adecuados para su representación.
- El diseñador debe entender cómo los usuarios van a experimentar o entender la información. Para ello, debe conocer cuál es el usuario objetivo así como otros factores, como el contexto de interacción, a qué sentidos del usuario se dirige (vista, oído, etc.), etc.

#### La información representada debe ser:

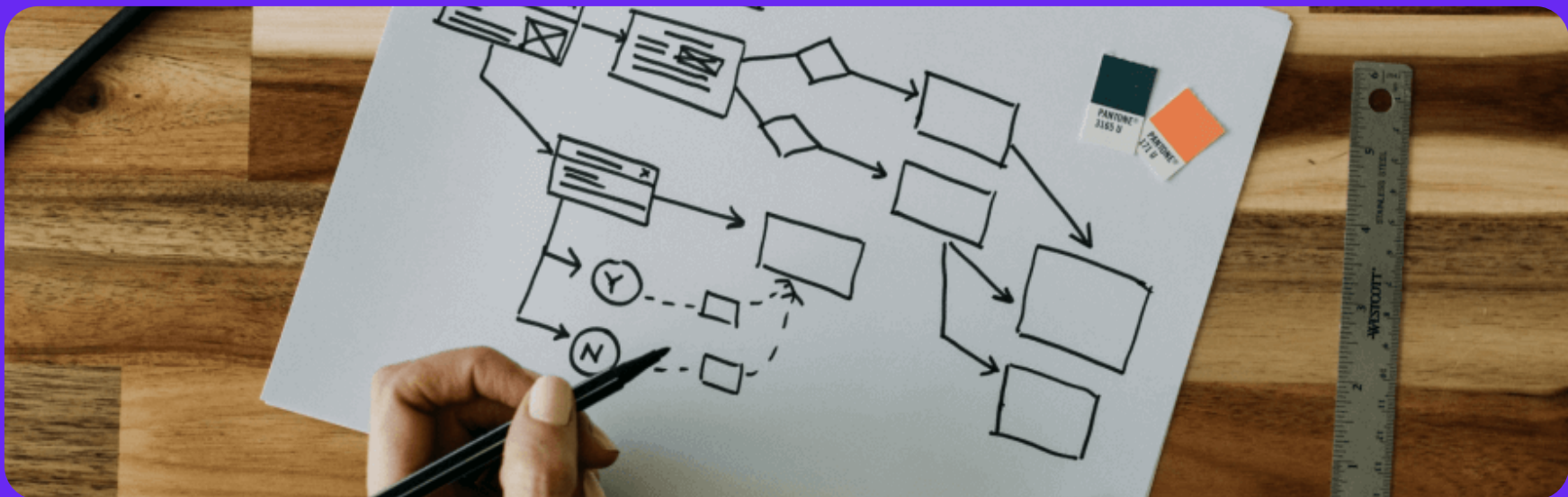
**Relevante.** No se trata sólo de lo que los usuarios quieren, sino también de lo que necesitan para que puedan cumplirse los objetivos previamente definidos.

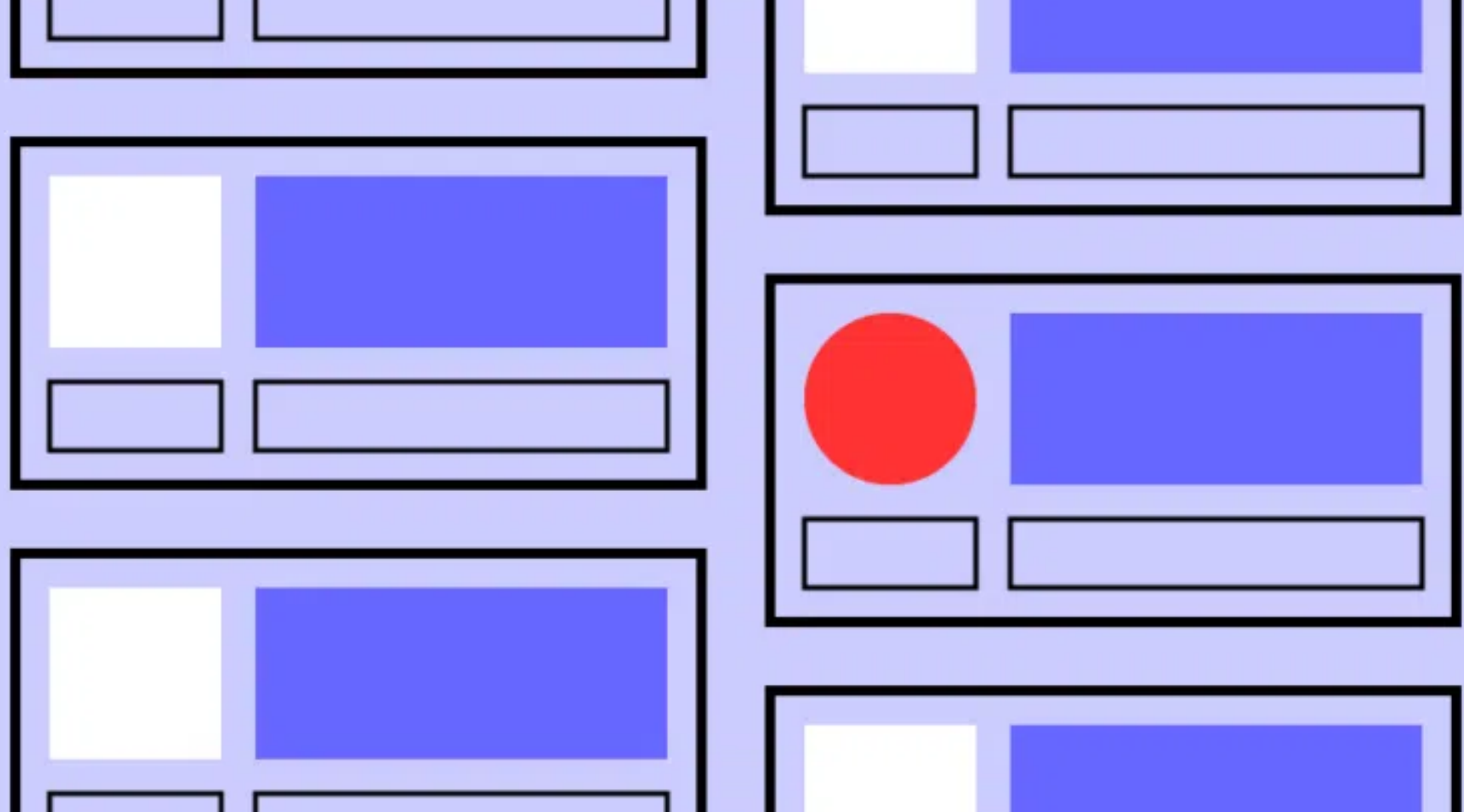
**Clara.** Implica que es accesible e inteligible. Debe responder directamente a las necesidades de los usuarios, y desarrollarse en un entorno usable.

**Memorable.** Impacta y permanece en la memoria. En un contexto de sobrecarga de información, sólo permanece aquello que destaca.

(Knemeyer, 2003)

**Imagen 17.** Information Architecture vs Sitemap: Differences and Relation. Por AufaitUX





**Imagen 18.** Design Consistency Guide UI and UX Best Practices. Por UXPin

# 1.1.18 CONSISTENCIA

La consistencia juega un papel crucial en la experiencia de usuario al facilitar el uso de la aplicación. Es importante mantener la consistencia en varios aspectos,

como la estética, la simbología y la funcionalidad de la aplicación. Al hacerlo, se crea un entorno familiar y predecible para el usuario, lo que le permite nave-

gar y utilizar la aplicación de manera más intuitiva y eficiente.

**La consistencia debe respetarse en:**

**1**

**Acciones:** para tareas similares, el usuario debe poder ejecutar la misma secuencia de acciones.

**2**

**Terminología:** los conceptos utilizados en menús, contenido, ayuda, etc., deben mantenerse a lo largo de toda la aplicación.

**3**

**Elementos gráficos:** la retícula, la gama de colores, la aplicación de tipografía y otros elementos gráficos deben mantenerse constantes en todo el sistema. (Shneiderman, 1998)

La adaptabilidad de la interfaz al usuario es fundamental, y debe ser una tarea sencilla. El usuario nunca debe sentirse "obligado" a comprender o adaptarse a diferentes funciones. Esto se ha observado a través de botones universales en interfaces, como el botón de inicio, el de retroceso y el de actualizar la página con un gesto de deslizamiento hacia arri-

ba. Estas funciones son familiares para el usuario y no deben modificarse, ya que eso afectaría negativamente la funcionalidad y comprensión de la interfaz.

De igual manera se debe mantener una consistencia visual para que tanto usuarios inexpertos como usuarios ya acostumbrados a la aplicación, al momento

de desplazarse por ella, sientan que se encuentran en un mismo entorno y realizan una misma tarea. Ya sea para averiguar sobre su equipo preferido, consultar tablas de posicionamiento o, en el caso de usuarios nuevos, facilitar el registro por equipos específicos del país.

La estructura de una aplicación debe estar diseñada de manera que el usuario sepa qué rutas existen, y cómo llegar hasta cualquier punto del sistema. No obstante, esto no implica que se fuerce al usuario a seguir un camino definido, impidiéndole cualquier otra acción. El usuario debe sentir que tiene libertad para navegar por el sistema, y que no va a caer en caminos sin salida. (Palau, 2011, p. 199)



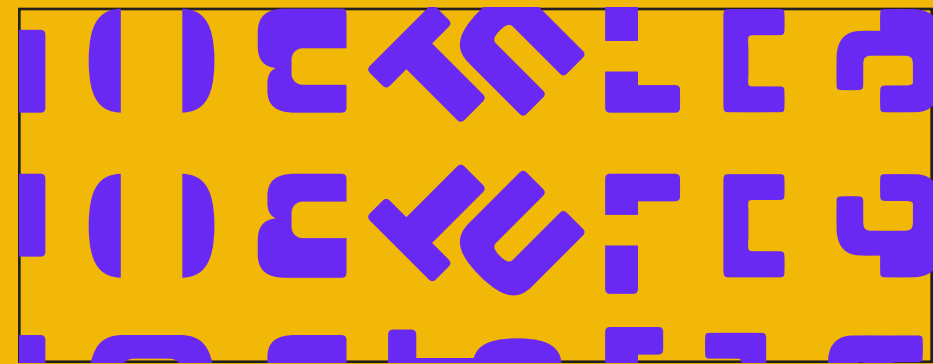
## 1.1.19 USABILIDAD

El concepto de usabilidad se refiere a la facilidad de uso de una aplicación interactiva o, como define el International Organization for Standardization "Usabilidad es la medida en que un producto puede ser utilizado por determinados usuarios para conseguir unos objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso definido" (International Organization for Standardization 9241, 1998).

La usabilidad es un atributo de calidad de un producto que se refiere sencillamente a su facilidad de uso. No se trata de un atributo universal, ya que un producto será usable si lo es para su audiencia específica y para el propósito específico con el que fue diseñado. (Montero, 2015, p. 10). A pesar de los pocos *bugs* encontrados en la aplicación, el mantenimiento en cuanto a la codificación y la implementación de nuevas características, la usabilidad de la aplicación se ve afectada debido a la falta de cuidado en su interfaz, experiencia de usuario y diseño de la información. El usuario puede encontrar una aplicación mucho más fácil de usar si se centra en estas características al momento de crearla.

La International Organization for Standardization ISO 9126-1 propone una definición similar: "Usabilidad es la capacidad de un software para ser comprendido, aprendido y utilizado y para resultar atractivo al usuario, cuando se utiliza en condiciones determinadas" (International Organization for Standardization ISO 9126-1, 2001).

Tomando como referencia a Tona en su libro de usabilidad, no todas las aplicaciones interactivas se rigen por los mismos criterios de usabilidad. Estos criterios dependen de la funcionalidad en sí de la aplicación, del tipo de usuario al cual se dirige y del contexto en el que se encuentra. Sin embargo, entre los criterios de usabilidad comunes en una interfaz móvil, se encuentra que



el usuario no debe verse obligado a aprender rutinas o patrones complejos, sino que su navegación debe ser más rápida e intuitiva. Estas son características que carece la aplicación FutbolEc en la actualidad.

"El éxito de una aplicación interactiva es determinado por diversos factores (calidad artística, interés intrínseco de los contenidos, etc.), aunque existe una condición ineludible: el usuario debe poder alcanzar fácil y cómodamente sus objetivos" (Palau, 2011, p. 5).

**Imagen 19.** What is interaction design?. Por Jeff Cardello

Además, Montero (2015) categoriza a la usabilidad en dos dimensiones, la dimensión objetiva o inherente y la dimensión subjetiva o aparente. La dimensión objetiva se refiere a aspectos medibles mediante la observación y se pueden desglosar en los siguientes atributos:

- **Facilidad de Aprendizaje:** ¿Qué tan fácil resulta para los usuarios llevar a cabo tareas básicas la primera vez que se enfrentan al diseño?
- **Eficiencia:** Una vez que los usuarios han aprendido el funcionamiento básico del diseño, ¿cuánto tiempo les toma realizar las tareas?
- **Cualidad de ser recordado:** Cuando los usuarios vuelven a utilizar el diseño después de un periodo sin hacerlo, ¿cuánto tiempo les lleva volver a adquirir el conocimiento necesario para usarlo eficientemente?
- **Eficacia:** Durante la realización de una tarea, ¿cuántos errores comete el usuario?, ¿qué tan graves son las consecuencias de esos errores? ¿y qué tan rápido puede el usuario deshacer las consecuencias de sus propios errores?  
Por otro lado, la dimensión subjetiva se basa en la percepción del usuario:
- **Satisfacción:** ¿Qué tan agradable y sencillo le parece al usuario realizar las tareas?  
Lo interesante de esta doble dimensión es que, en ocasiones, un producto puede ser subjetivamente usable pero no serlo objetivamente, y viceversa. El atractivo visual de un producto puede hacer que el usuario lo perciba como más fácil de usar, aunque en realidad no lo sea. (p. 11,12)

## 1.1.20 UTILIDAD

Usabilidad y utilidad son dos atributos que tienen una relación de mutua dependencia. La usabilidad es el grado en el que el usuario puede explotar o aprovechar la utilidad de un producto, al tiempo que un producto será usable en la medida en que el beneficio de usarlo (utilidad) justifique el esfuerzo necesario. (Montero, 2015, p.12)

# 1.1.21 ESTÉTICA

Como diseñadores, entendemos que nuestro trabajo va más allá de la apariencia de algo; también se trata de cómo funciona. Eso no quiere decir que un buen diseño no pueda ser también un diseño atractivo. De hecho, un diseño estéticamente agradable puede influir en la usabilidad. No solo crea una respuesta emocional positiva, sino que también mejora nuestras habilidades cognitivas, aumenta la percepción de usabilidad y amplía la credibilidad. En otras palabras, un diseño estéticamente agradable crea una respuesta positiva en cerebros de las personas y los lleva a creer que el diseño en realidad funciona mejor, un fenómeno conocido como el efecto de usabilidad estética. Utilizamos el procesamiento cognitivo automático para determinar a nivel visceral si algo es hermoso muy rápidamente al verlo por primera vez, y

esto también se extiende a las interfaces digitales. Las primeras impresiones sí importan. (Yablonski, 2020, p. 80)

Tal como menciona Yablonski y como nos ha mencionado el desarrollador de la aplicación, la estética genera un impacto inmediato en el usuario. Desde un principio, es un factor crucial para decidir qué aplicación descargar y destacar entre la competencia. Además, proporciona más credibilidad, responsabilidad y confianza en relación a la información proporcionada sobre los equipos preferidos de fútbol.

Diferentes estudios han demostrado que existe una correlación entre estética y usabilidad percibida, es decir, que el usuario ante un diseño bello o atractivo lo prejuza automáticamente como más

fácil de usar. La estética además evoca emociones positivas, y es la cualidad del diseño que de forma más inmediata impacta en el usuario. (Montero, 2015, p. 74)

Un diseño de UI puede ser hermoso, pero puede ser torpe y confuso navegar sin un buen diseño de UX. Por otro lado, la experiencia de usuario de un producto puede ser impecable, pero no es nada sin una interfaz de usuario atractiva. Un diseñador de UI se basa en la estética y las interacciones basadas en los modelos proporcionados por el diseñador de UX. Dado esto, es seguro afirmar que UX y UI van de la mano. Y aunque hay casos en los que la misma persona hace ambas cosas, un principio de diseño no puede existir sin el otro. (Paduraru, 2022, p. 32)

**Imagen 20.** User Research: Is It Worth It?. Autor . Jordan Bowman



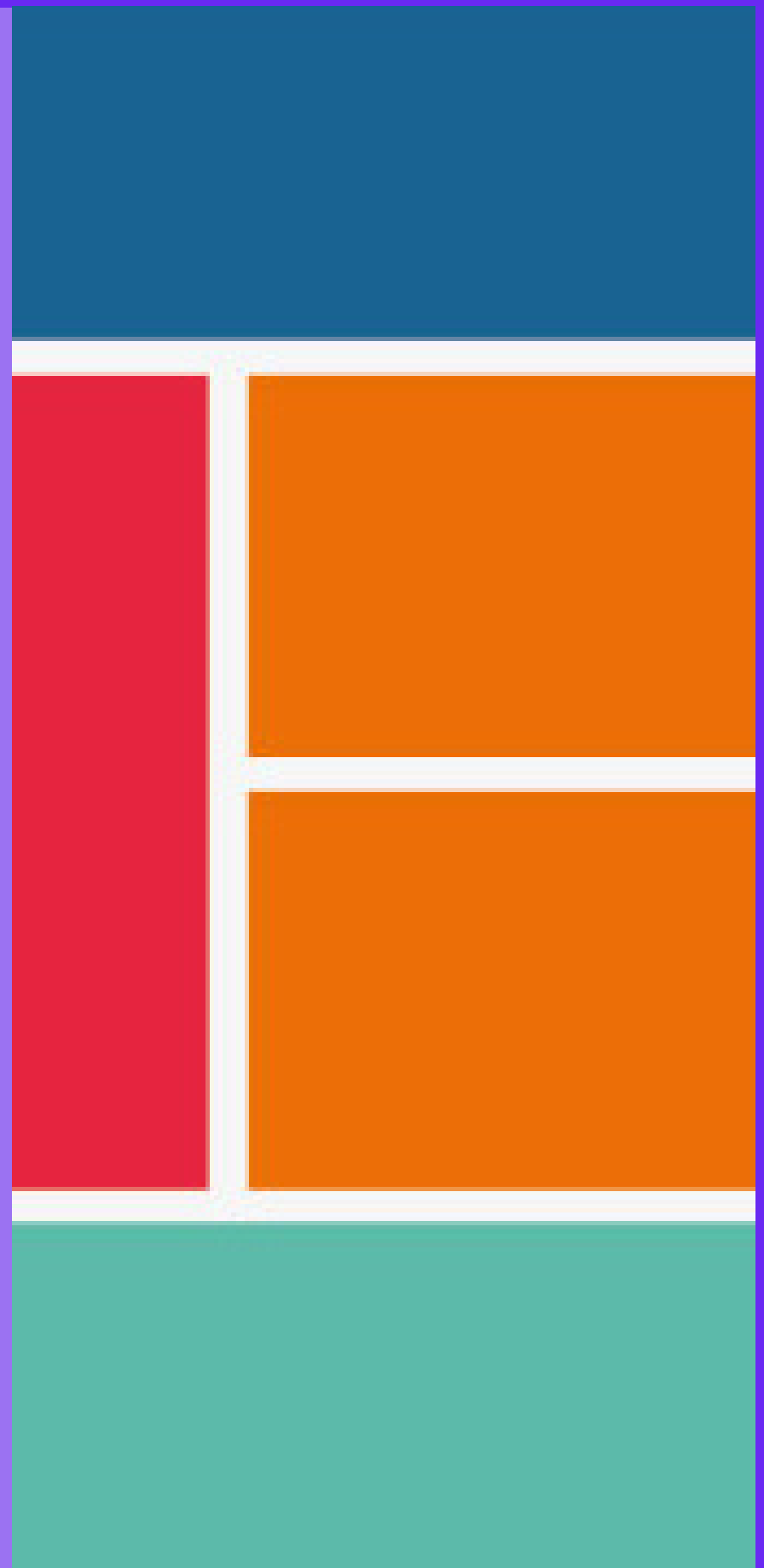
## 1.1.22 RETÍCULA

Formando parte de la definición de los elementos principales del diseño (color y tipografía), es fundamental definir desde el principio la retícula en la que se basará la aplicación. La importancia del establecimiento de una retícula está en relación directa con el volumen de los contenidos, y con su grado de actualización; a mayor volumen y mayor frecuencia de actualización, el establecimiento de una retícula resulta más importante, ya que posibilita una mejor coordinación del equipo de edición. (Palau, 2011, p. 40) Una de las bases más importantes en el diseño de UI/UX es la cuadrícula. Esta cuadrícula se crea a través de un conjunto de líneas horizontales y verticales, por lo que la pantalla se divide en columnas y filas. Con un espacio constante entre elementos como botones, tarjetas, párrafos, la página o la aplicación tiene una estructura y una alineación. Además de la claridad, la cuadrícula hace que el diseño responda y facilita el proceso de diseño. (Paduraru, 2022, p. 36)

Usada tanto en publicaciones digitales como impresas, la retícula establece un orden desde la bocetación hasta el resultado final. Esta retícula establece límites y áreas donde se organiza más fácilmente la estructura de la información en todas las pestañas y cómo se mostraría como una unidad constante en la interfaz, a pesar de que sus contenidos sean distintos o no.

“La retícula actúa de manera similar a la estructura de un edificio, preservando la relación entre todos los elementos que conforman el conjunto y garantizando su estabilidad y consistencia” (Palau, 2011, p. 258).

**Imagen 21.** Importancia de la Retícula en Diseño Gráfico.  
Autor. Ilka Perea Hernández





## 1.1.23 CROMÁTICA

La cromática es un aspecto inicial fundamental para la creación de una excelente interfaz de aplicación móvil

El color puede establecer el estado de ánimo, el tono, el concepto y la connotación básicos de una marca o producto. La investigación realizada por el Instituto para el Color muestra que los usuarios tardan unos 90 segundos en evaluar la calidad de los productos en línea. Del 62% al 90% de las evaluaciones de productos de las personas están influenciadas por el color en el nivel subconsciente. La selección correcta del color siempre mejorará la visualización de los elementos. También puede aumentar la fuerza de esos elementos, como las llamadas a la acción, ya que puede mejorar las capacidades de navegación del cliente. En el nivel subconsciente, puede satisfacer las necesidades estéticas del usuario y puede estimular interacciones intuitivas. (Paduraru, 2022, p. 51)

A partir de los determinantes estilísticos o del tratamiento que se quiere dar a los contenidos, se define el tono cromático general de la aplicación según el tema, el tono general que se quiere transmitir y el tipo de usuario. Si existe un libro de estilo o una imagen de marca, normalmente la aplicación deberá respetar la gama de colores predeterminada. (Palau, 2011, p. 40)

Se debe tener mucho cuidado en cuanto al abuso de la cromática dentro de la interfaz, ya que esto puede resultar abrumador o distraer demasiado la atención del usuario. Usualmente, se observan detalles sutiles de la cromática en interfaces móviles, como el color de los botones e iconos, leves degradados en las fotografías y títulos o textos que resaltan la información importante. Todas estas características pueden representar fácilmente la identidad de marca en conjunto con la cromática de la aplicación. "El color mejora la estética y funciona eficazmente tanto para destacar y organizar elementos como para codificar información" (Montero, 2015, p. 54).

**Imagen 22.** Pruebas de usabilidad rápidas, baratas y remotas. Autor: André Bernardes



## 1.1.24 DEGRADADOS

Siguiendo las tendencias modernas y especialmente tomando como inspiración las interfaces actuales de Apple, se están implementando degradados dentro de la aplicación para generar una mejor estética en la distribución de la información. Esto tiene como objetivo no solo mejorar la apariencia de la aplicación, sino también darle una identidad única y moderna.

Paduraru (2022) categoriza los diferentes tipos de degradados y los define como la mezcla gradual de un color a otro o más. Los degradados hacen que todo parezca más real porque la vida real no está hecha de objetos planos con colores planos. Los degradados se pueden encontrar en tipografía, botones, tarjetas, encabezados, ilustraciones, en casi todos los elementos de la interfaz de usuario.

### GRADIENTE LINEAL:

Este degradado es una transición entre dos o más colores. Puede ser oblicuo, horizontal o vertical. Se recomienda que el color más claro esté en la parte superior porque, naturalmente, la luz proviene de arriba. Úselo para formas cuadradas o poligonales.



### GRADIENTE RADIAL:

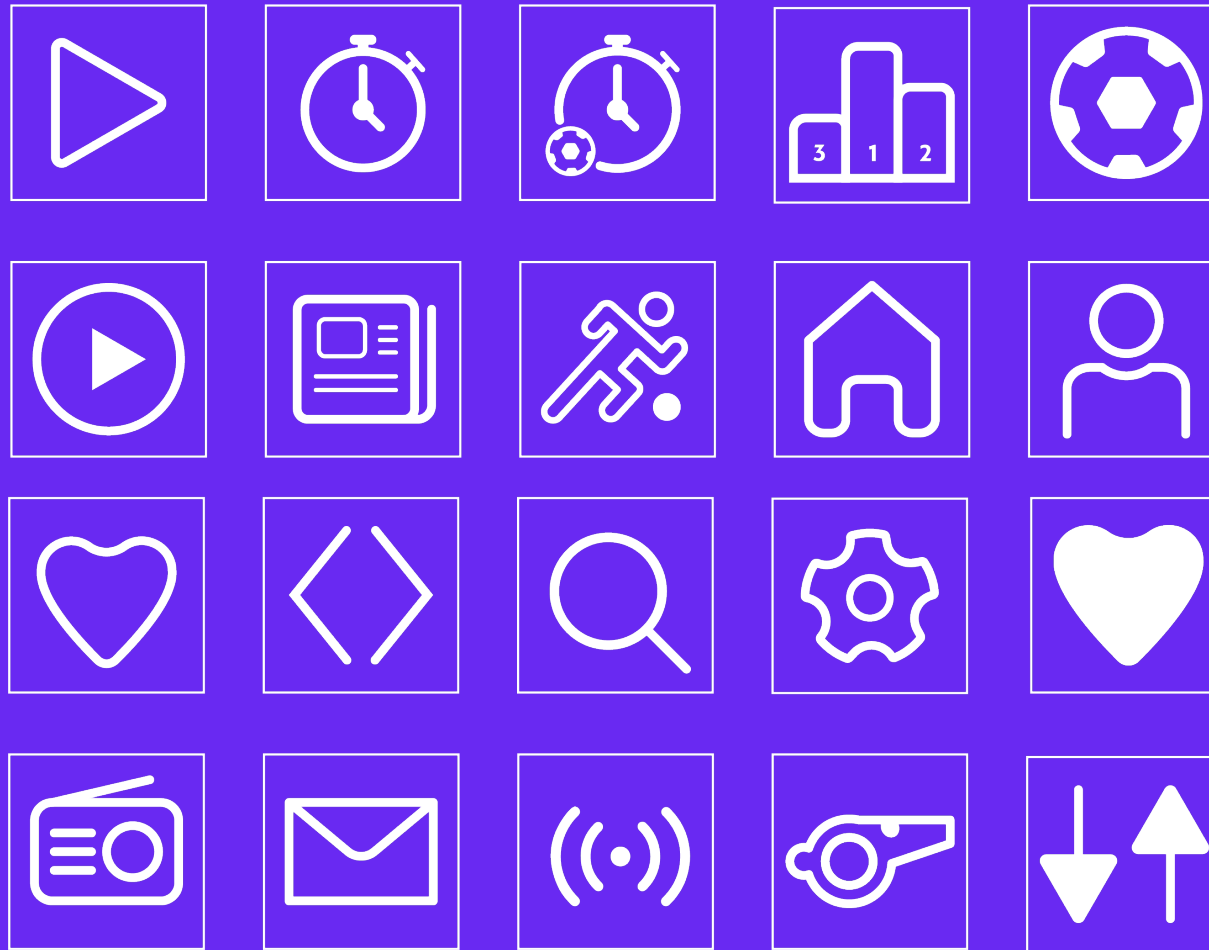
Este degradado tiene un color que comienza en el punto central de la forma y el otro color en su borde. Si se eligen bien los colores correctos, este degradado crea un impresionante efecto 3D. Úsalo más para formas redondas.



### GRADIENTE ANGULAR:

También conocido como gradiente cónico, este gradiente crea un ángulo. La función de color cambia en relación con un punto central, los bordes iniciales y finales definidos.





## 1.1.25 ÍCONOS

Los iconos son un tipo de elemento casi omnipresente en las interfaces gráficas de usuario. En ocasiones se utilizan con fines puramente ornamentales, sin aportar sentido o función y por tanto, añadiendo innecesariamente ruido y complejidad visual a la interfaz, sin embargo, bien ideados y diseñados, pueden facilitar el uso y comprensión del produc-

to significativamente. (Montero, 2015, p. 98)

Nuevamente Paduraru menciona que se categorizan y definen los distintos iconos comúnmente utilizados en una interfaz. Estos iconos se describen como símbolos simples que se emplean en diversos contextos y tienen la capacidad de comunicar algo.

Según los estudios, la mayoría de las personas perciben las imágenes más rápido que las palabras, por lo que los iconos deben ser fáciles de reconocer y comprender para una excelente experiencia de usuario.

1

**Iconos clarificadores:**

Estos son los íconos que ilustran el texto cerca de ellos. Este truco activa múltiples elementos de percepción en una sola interacción, proporcionando un mejor reconocimiento de las características. Las personas que entienden instantáneamente el ícono no prestan mucha atención al texto. Lo mismo les ocurrirá a quienes tengan problemas con el reconocimiento rápido de iconos, prestarán más atención al texto. Su efecto disminuye el riesgo de malentendidos o malas interpretaciones.

2

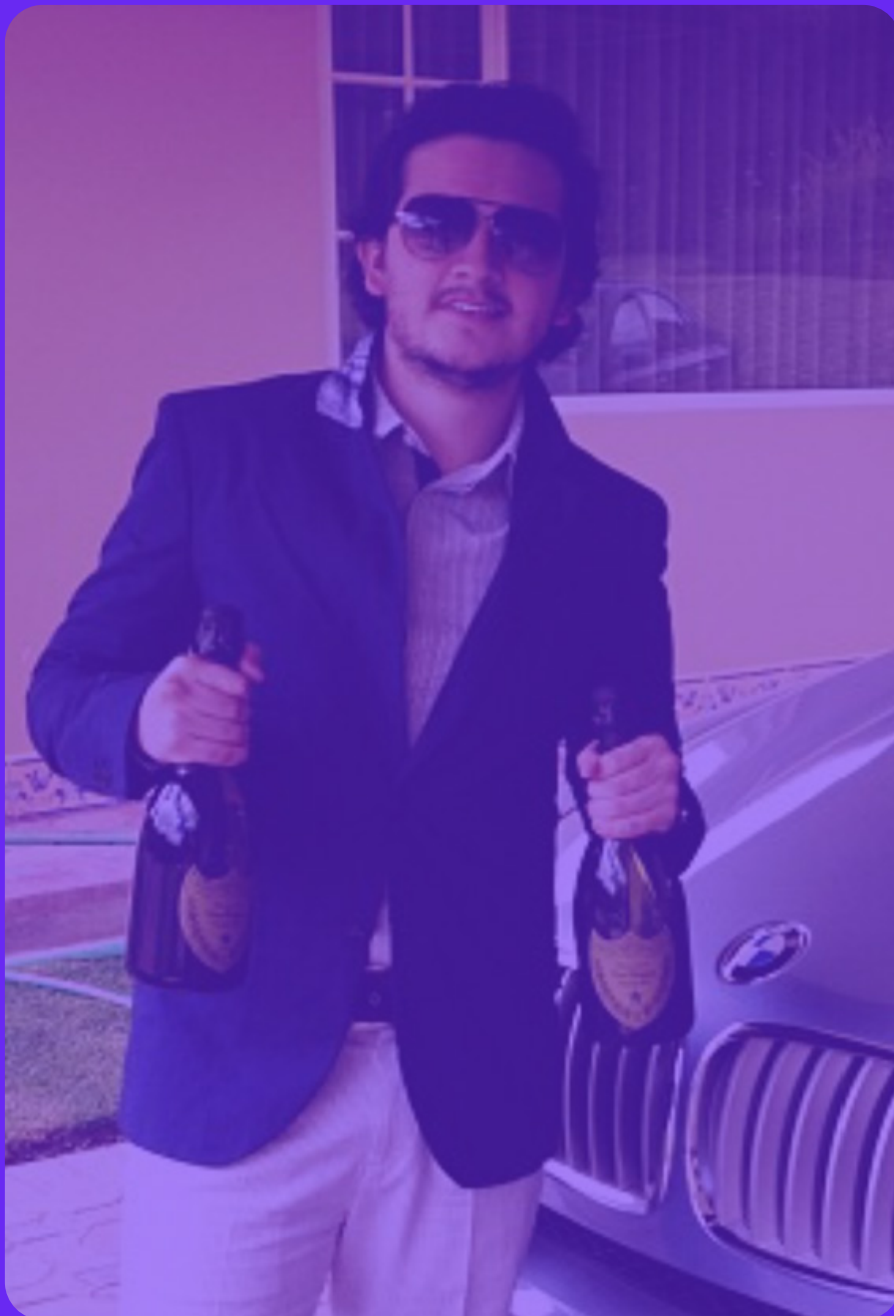
**Iconos interactivos:**

Estos íconos aparecen en áreas interactivas y su propósito principal es realizar la acción simbolizada por ellos. Por lo tanto, los iconos de este tipo están directamente involucrados en el proceso de interacción y son los soportes esenciales de la navegación. Por ejemplo, puede hacer clic o tocar y responder a la solicitud del usuario, ilustrando una función.

3

**Iconos decorativos:**

Este tipo de ícono ofrece más atractivo estético. Es una de las características que pueden atraer, retener usuarios y agregar una experiencia de usuario positiva. Los iconos decorativos se utilizan a menudo como ilustraciones. (Paduraru, 2022, p. 96)



## **XAVIER SALAZAR**

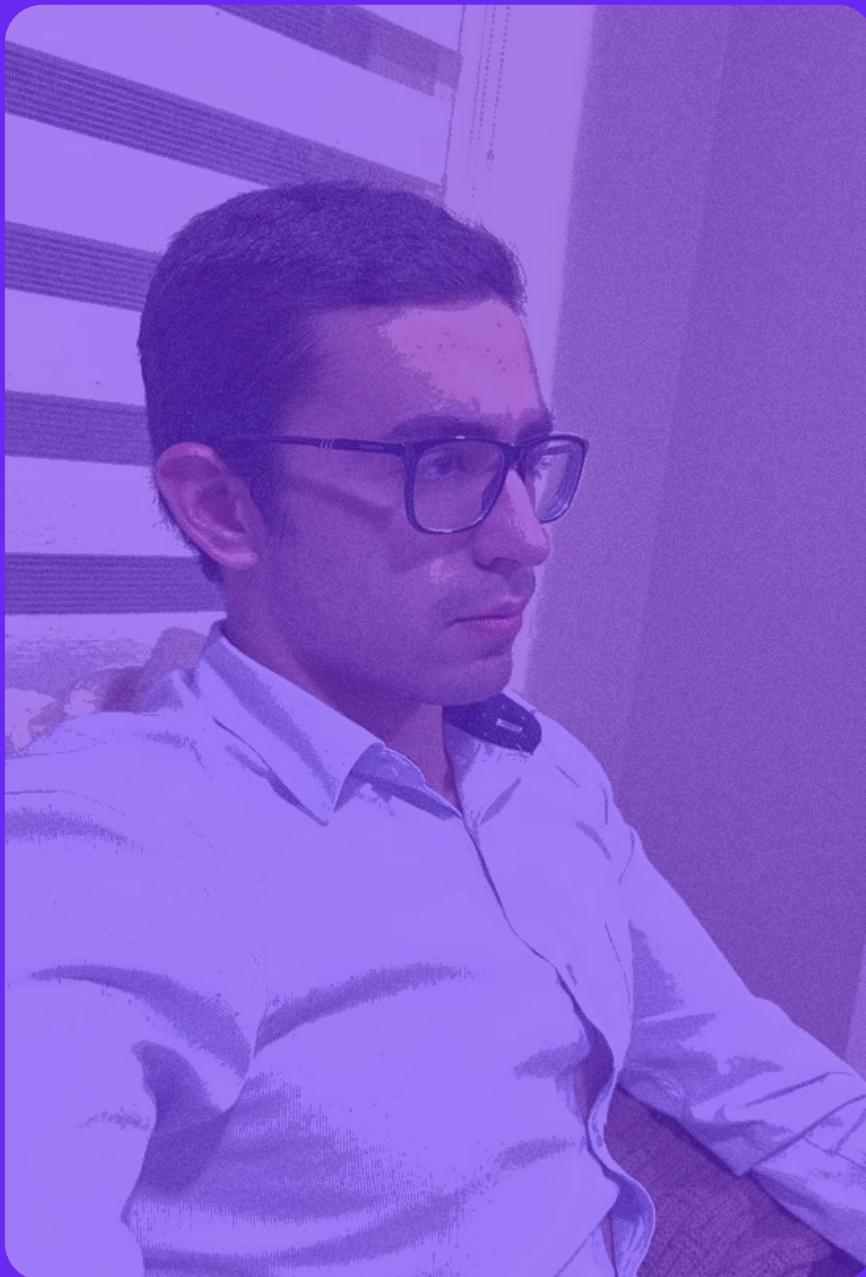
37 años

## **1.2 ENTREVISTAS**

### **Desarrollador de FutbolEc**

*"Por más que se han realizado mejoras de rendimiento, se han añadido más características, el diseño hace que la aplicación se estanque y el usuario no perciba el mantenimiento de la misma"*

El creador, desarrollador y único encargado del mantenimiento de la aplicación desde 2014, fue uno de los primeros en crear una aplicación deportiva orientada al fútbol ecuatoriano, incluso antes que la Liga Pro creará su APP, nos comenta que su diseño se percibe como estancado desde hace años, no sabe cómo aplicar tendencias de diseño modernas a su aplicación para de esa manera generar un mejor entendimiento con los usuarios ya existentes y atraer a nuevos usuarios a su aplicación. Es consciente de la falta de interactividad, multimedia y de dinamismo dentro de la aplicación, siente que es un problema que su aplicación se vea como una página web antigua, por ende sus usuarios piensan que no le da el debido cuidado en cuanto a la información actual, que su información no es muy fiable y no cuenta con su debido mantenimiento a comparación de otras aplicaciones móviles ya existentes en el mercado. El diseño ayudaría a la aplicación en cuanto a su atractivo, como funcionalidad se podría mejorar en cuanto a la organización de la información y las necesidades de los usuarios, nunca ha contratado un diseñador y piensa que en cuanto se realice un mejor diseño de la misma puede llegar al nivel que tuvo en un inicio



**NICOLÁS POZO**  
23 años

## 1.2 ENTREVISTAS

### Usuario de la aplicación

*"Las aplicaciones más decoradas me llaman muchísimo más la atención, lastimosamente hay veces que abro otras aplicaciones en vez de FútbolEc"*

Un joven aficionado al fútbol, su equipo preferido el Deportivo Cuenca, nos comenta que disfruta estar al día con su equipo preferido, que jugadores son los más relevantes, en que posiciones se encuentra, sus momentos más destacados, sus fechas próximas de partidos, etc. Disfruta ir al estadio con sus amigos a ver los partidos, o sino verlos en televisión o hasta retransmisiones en Facebook o YouTube, sin embargo, sus obligaciones no le permiten estar al día con sus partidos, en este caso Nicolás utiliza aplicaciones deportivas de fútbol, utiliza 365 scores, One Football, e inicialmente FútbolEc, sin embargo menciona que no encuentra mucho llamativo en este últimamente, se le ha preguntado si es consciente del constante mantenimiento y actualización que ha tenido la aplicación y ha mencionado que no se ha enterado realmente de las nuevas características ofrecidas por la aplicación, mencionó que su primera impresión ante una aplicación móvil es si su diseño le gusta o no, un aspecto que le parece importante para poder seguir usando la aplicación y mantenerse en la misma.

# 1.3.1 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS



## 365 Scores

Una aplicación destinada a las notificaciones en tiempo real de los deportes más conocidos del mundo especialmente el fútbol, dentro de esta aplicación se puede conocer los detalles de todos los equipos deportivos del Ecuador además de aquellos preferidos internacionalmente, comparte similitudes con otras aplicaciones de fútbol en especial en cuanto a su diseño y funcionalidad.

Imagen 23. 365 Scores

## Forma

La aplicación cuenta con un correcto manejo de la información a través de filas y subscripciones específicas a los equipos de preferencia, en cuanto a su cromática utiliza tonos oscuros y azules para generar grandes contrastes, destaca botones con el color blanco y maneja bien los escudos de los equipos para poder distinguirlos muestra los partidos del día como los próximos en forma de líneas limitándose a mostrar solo la información específica en un inicio como los equipos que juegan y el resultado actual del partido, para más información el usuario debe entrar en la fila del partido y de esta manera obtendrá datos más específicos del mismo.

## Función

Al tocar el ícono de la lupa, el usuario puede buscar sus equipos preferidos de fútbol y suscribirse a los mismos, una vez suscrito la aplicación enviará notificaciones en forma de tiras además de poder acceder a todas las tablas de posiciones, campeonatos, jugadores, partidos ya jugados, etc.

## Tecnología

Esta aplicación móvil está disponible en los sistemas operativos iOS y Android, requiere de una conexión a internet para recibir las notificaciones, cuenta únicamente con un modo nocturno de visualización con colores oscuros de fondo y los claros de contraste, el usuario puede tener acceso a todos los partidos en tiempo real en caso de no tener como verlos a través de un televisor o de manera presencial.



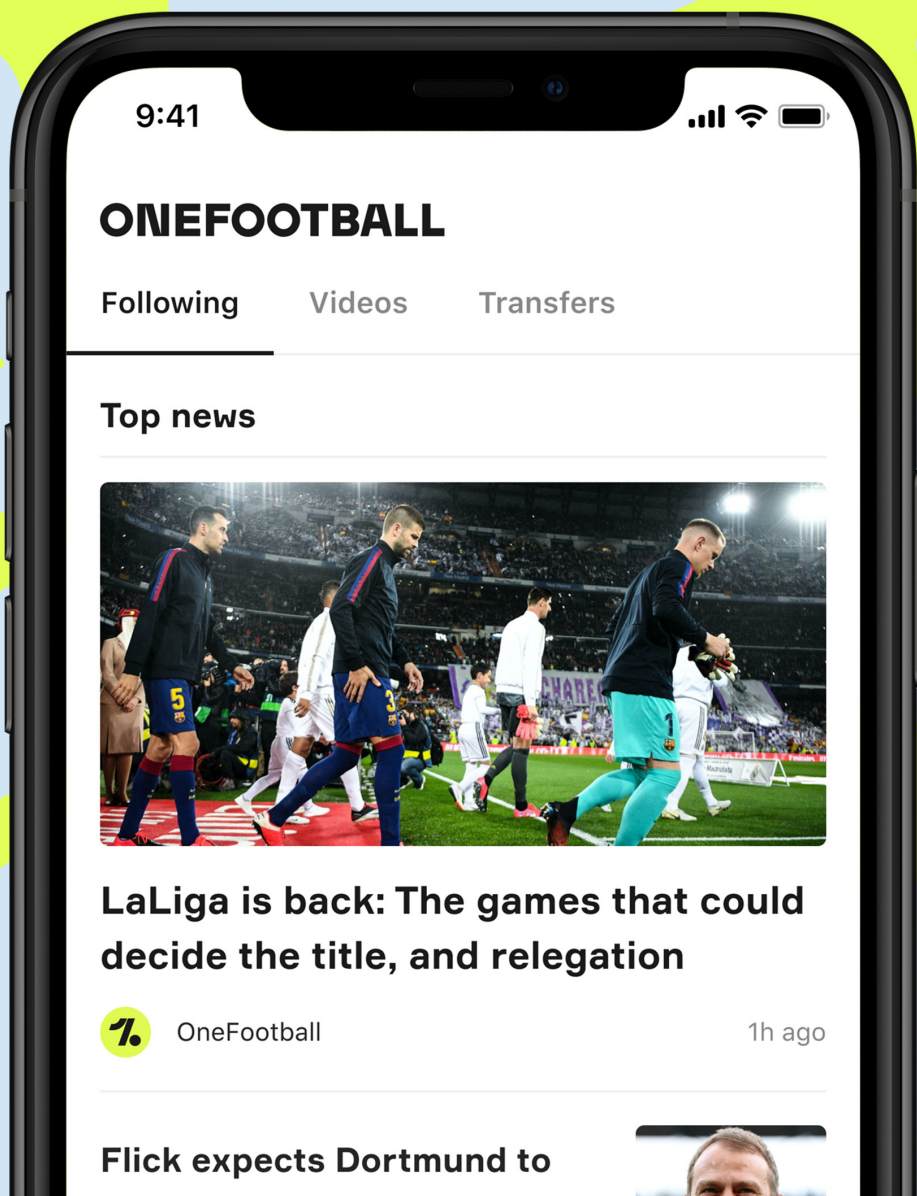
365 Scores lidera las aplicaciones deportivas ya que abarca no solamente el fútbol sino también otros deportes relevantes del mundo, además de notificar y presentar información hasta de los clubes más pequeños de cada país, a pesar de no contar con un diseño novedoso sigue siendo bastante funcional y muy relevante, sin embargo, el diseño se va sintiendo un poco estancado con el paso del tiempo al igual que su competencia.

# 1.3.2 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

## OneFootball

Igualmente que 365 Scores y FutbolEc, esta aplicación manda notificaciones en tiempo real de sus equipos preferidos de fútbol,, en esta se pueden enterar de noticias, posiciones y partidos próximos de los equipos ecuatorianos y extranjeros, cuenta con un diseño moderno y maneja muy bien la información.

Imagen 24. OneFootball





## Forma

Desde un inicio se puede observar una buena identidad de la aplicación a través de su logotipo y tonalidades amarillas y verdes, una vez dentro la aplicación genera contrastes con tarjetas y sombras una tendencia moderna que hace ver a la interfaz muy limpia y mantiene en primer plano a lo más importante que son los equipos de fútbol con sus escudos, horarios, noticias, etc. En esta aplicación se presentan los partidos con tarjetas más anchas y altas generando una mejor visibilidad a la hora que se juega el partido, sus equipos y fechas.

## Función

Esta aplicación ofrece una rápida personalización al entrar en la app por primera vez, donde uno elige sus equipos preferidos y su selección preferida, una vez realizado este corto proceso se genera un pequeño perfil de usuario donde se puede o añadir más o quitar equipos de fútbol, la aplicación ofrece un menú inferior donde se tiene acceso al inicio donde se pueden ver las noticias, a partidos, donde se pueden ver los próximos partidos de tus equipos preferidos, el botón de búsqueda representado como una lupa y tu perfil, el diseño es bastante moderno, novedoso y fácil de utilizar.

## Tecnología

La aplicación necesita 202.7 MB de espacio en el celular, necesitará conexión a internet para poder usarla, está disponible para los sistemas operativos IOS y Android, no cuenta con modo oscuro sin embargo los contrastes y la guía inicial de la aplicación son bastante claros y generan ya un perfil de usuario con pocos pasos a seguir.



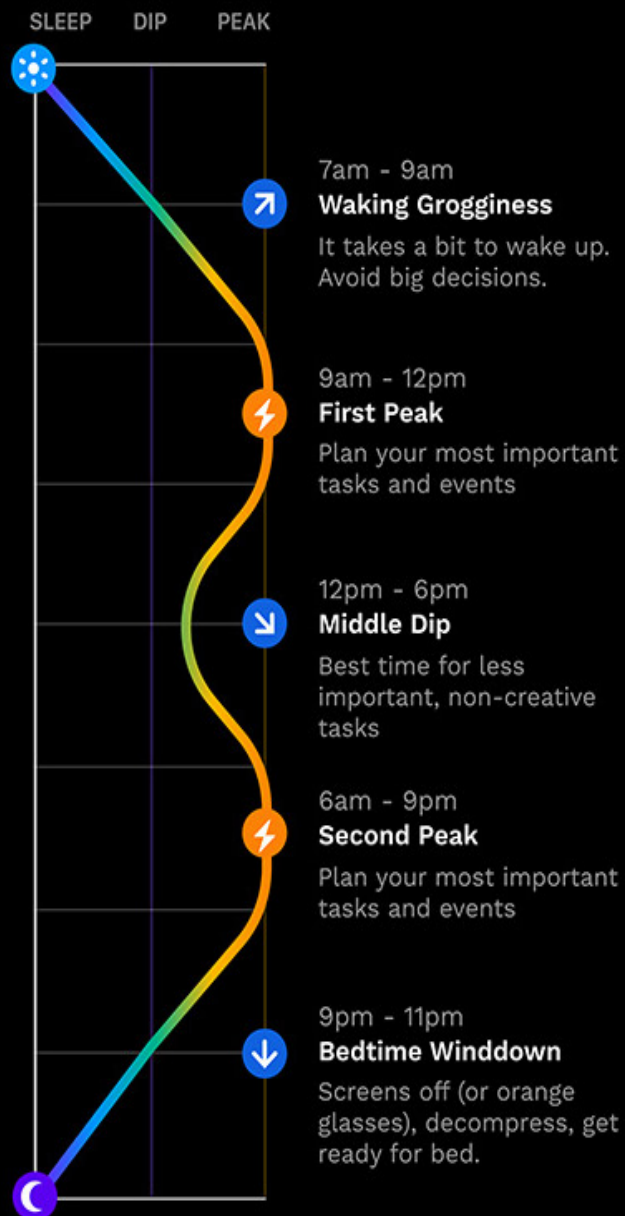
One football representa todo lo que se busca para FutbolEc, un diseño novedoso y moderno, fácil de utilizar y amigable para el usuario, sin embargo, una vez dentro de la aplicación y darle muchas horas de uso no se encuentra más identidad visual de la misma, entonces para una persona podría ser cualquier aplicación de la variedad que ofrece la app store, la función es ideal en cuanto a las notificaciones de equipos y ligas preferidas.

## Your Ideal Schedule

Based on your typical circadian rhythm, these are your common energy peaks and dips.

Try and set your most important and creative tasks and meetings during these peak times.

### Daily Energy Schedule



See today's energy peaks and dips

# 1.3.3 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

## Homólogo secundario

### Rise sleep

A través de una suscripción mensual, Rise se encarga de mejorar el sueño y la productividad diaria del usuario, se encarga de explicarte lo que es la deuda de sueño y como disminuirla para despertar revitalizado en el día, a mejorar tus hábitos y a mejorar tu horario de sueño.

Imagen 25. Rise Sleep

## Forma

El más interesante es Rise por su manejo estético dentro de la aplicación, se manejan degradados y tonalidades que generan un mejor entendimiento ante temas como tus horarios de sueño, tu hora de despertar, etc. La aplicación tiene una identidad bien definida y se maneja correctamente dentro de la aplicación, dándole no únicamente una identidad sino siendo parte de la arquitectura de la información y la experiencia de usuario.

## Función

Con los datos que Rise toma de nuestro celular vas a poder gestionar mejor la energía de tu día, con los datos proporcionados de la aplicación sabrás cuánto es que tienes que dormir y a qué hora del día tendrás más energía para aprovechar, además la aplicación utiliza los nuevos widgets en tu iPhone para mantenerte informado y no olvidarte de tu deuda u hora de sueño.

## Tecnología

Con datos ya almacenados en tu iPhone, Rise registra automáticamente tus horas de sueño sin necesidad de presionar ningún botón, estas aplicaciones usan datos de Apple Health para obtener datos de pasos y actividades relacionadas con el sueño.



Lo más llamativo de la aplicación es su manejo en la cromática y los contrastes generados en cuanto a la experiencia de usuario, estos degradados que cambian dependiendo de la hora del día o de cuánta energía tu cuerpo tiene son esenciales para un mejor entendimiento de la aplicación, algo que se podría implementar o tomar como ejemplo para FutbolEc.

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט

# CONCLUSIÓN HOMÓLOGOS

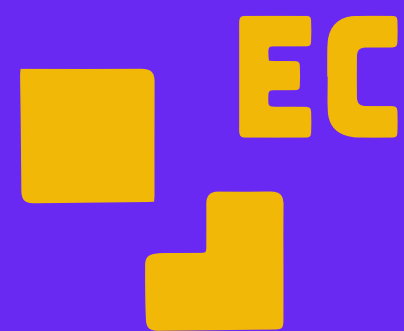
Se han observado trabajos referentes realizados en cuanto a FutbolEc. Es interesante cómo la competencia comparte valores y funcionalidades similares con la aplicación. Sin embargo, se les brinda un debido cuidado a la identidad y diseño de las mismas. Por este motivo, el homólogo secundario nos sirve como inspiración para la estética final de la App, mientras que los homólogos principales sientan las bases como referencia en cuanto al cuidado e importancia de la experiencia de usuario y la arquitectura de la información. Estas aplicaciones ya existentes pueden definir el criterio del usuario a la hora de escoger entre una aplicación y otra.

# CONCLUSIÓN CAPÍTULO

En este capítulo se pone en evidencia la importancia que tiene la arquitectura de la información y lo relacionada que está con la experiencia de usuario y una buena constancia dentro de la aplicación, términos relevantes que expresan las carencias de la aplicación FutbolEc en su estado actual, a través de entrevistas resaltamos lo que fue la problemática y sus posibles consecuencias al momento de hablar con el desarrollador y con un usuario regular consumidor de este tipo de aplicaciones, se buscará llevar a FutbolEc a la vida real, es decir darle una identidad de marca, generar una interfaz única y llamativa para que los usuarios al momento de verla reconozcan inmediatamente que se trata de FutbolEc, en relación con la experiencia de usuarios, un buen manejo de la arquitectura de la información y generando ya una identidad visual para la marca.

ה  
ס  
ב  
ז  
ח  
ט  
י  
כ  
ל  
מ  
נ  
ס  
ע  
פ  
ק  
ר  
ש  
ת

ה  
ס  
ב  
ז  
ח  
ט  
י  
כ  
ל  
מ  
נ  
ס  
ע  
פ  
ק  
ר  
ש  
ת

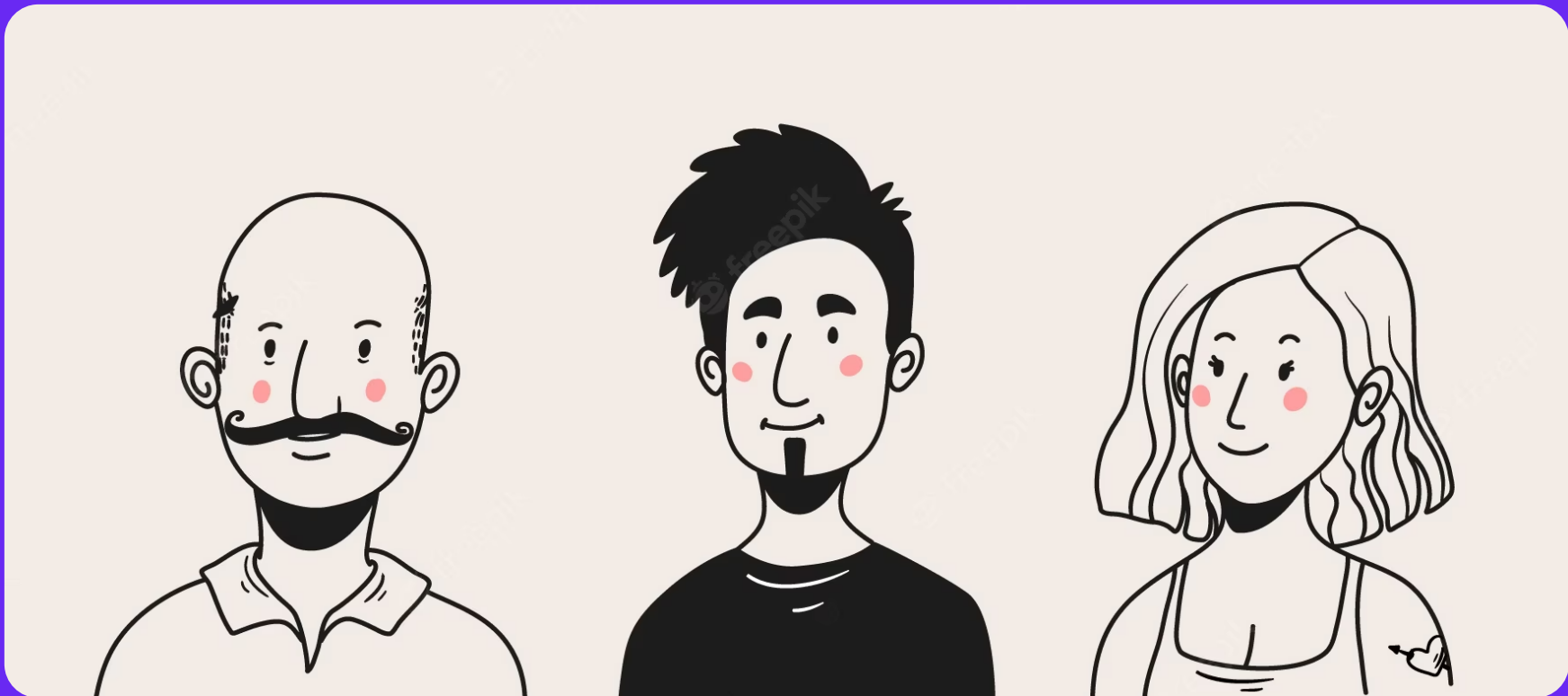


**CAPÍTULO**  
**PROGRAMACIÓN**

**ESTRATEGIAS**  
**2**  
**DE ENSEÑANZA**







Imágen 26. Ilustración de avatares de personas. Por Freepik

## 2.1 PERSONA DESIGN

Una vez analizados los conceptos anteriores, es muy necesario definir a quién va dirigida la propuesta a desarrollar. Para esto, se propone utilizar la herramienta de persona design basada en la información recopilada en la etapa anterior, con el fin de alcanzar los objetivos buscados para el proyecto final de carrera.

Para la construcción adecuada de perfiles de usuario, se tomó en cuenta la información proporcionada en la base de

datos de FutbolEc a través de Firebase. Estos son datos reales de la aplicación y sus estadísticas desde el día en que se lanzó al mercado.

El número de usuarios activos por mes es de aproximadamente 3.200 usuarios, por día es de 436 y cada media hora 16 usuarios abren la aplicación de FutbolEc. Sus usuarios son en su mayoría masculinos (80%) y femeninos (20%), son ecuatorianos, principalmente de Quito, con edades comprendidas entre los 18 y

34 años, y son usuarios de iPhone. (Datos proporcionados por Firebase)

Con estos datos, se realizó una observación encubierta hacia los dos usuarios más comunes de FutbolEc, con una diferencia de edad de 7 años. Se llevó a cabo una grabación de la pantalla y un análisis de su uso. Sin embargo, se encontraron varias diferencias en cuanto al uso que cada uno le da a la aplicación.

Usuario regular de  
FutbolEc en IOS

# MARCELO ARCOS GUILLEN

## Demográficos



Hombre de 23 años, soltero, perteneciente a la clase social media. Trabaja en un patio de automóviles.

## Psicográficos



Tiene un estilo de vida tranquilo y saludable. Juega fútbol dos veces por semana. Es sociable, cordial pero un poco despistado.

## Geográficos



Reside en una zona urbana de Cuenca, Azuay, en la sierra de Ecuador.

## Comportamiento



Es un aficionado al fútbol nacional e internacional. Tiene habilidades y comprensión en el uso de distintas aplicaciones móviles. Aprovecha su poco tiempo libre para salir con amigos y jugar fútbol.

# MAPA DE EMPATÍA

## ¿QUÉ PIENSA?

- Considera que tiene poco tiempo libre debido a su trabajo y obligaciones.
- Siempre está interesado en conocer la clasificación de sus equipos de fútbol favoritos.
- No quiere perderse ningún partido.
- Está pendiente de los resultados en tiempo real de los partidos.

## ¿QUÉ ESCUCHA?

- Escucha a sus amigos discutir y conversar sobre fútbol.
- Recibe presiones de su jefe en el trabajo.
- Escucha podcast y transmisiones en vivo en redes sociales cuando no puede ver los partidos.

## ¿QUÉ VE?

- Observa una variedad de aplicaciones móviles relacionadas al fútbol nacional.
- Utiliza FutbolEc, pero no encuentra su diseño atractivo.
- Ve los partidos de fútbol cuando tiene tiempo libre.
- Sigue los partidos en transmisiones en vivo en redes sociales cuando está fuera de casa.

## ¿QUÉ DICE?

- Utiliza fluidamente redes sociales y aplicaciones de delivery.
- Comenta con sus amigos sobre la calidad de diferentes aplicaciones relacionadas al fútbol.
- Aunque es usuario de FutbolEc, ha perdido gradualmente el interés en la aplicación.

# ANTES



**SE ENTERA DE PRÓXIMOS PARTIDOS QUE JUGARÁ SU EQUIPO**

Feliz

**SE DESPIERTA EL DÍA DEL PARTIDO Y VISTE LA CAMISETA DE SU EQUIPO**

Emocionado

**COMPARTE SU EMOCIÓN CON SUS COLEGAS DE TRABAJO**



**ESPERA TENER LA OPORTUNIDAD DE MIRAR EL PARTIDO EN ALGÚN MOMENTO LIBRE DE SU TRABAJO**

Preocupado

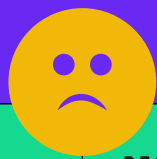
El usuario demuestra frustración por no todo el tiempo tener suficiente tiempo libre para ver los partidos de sus equipos preferidos, sin embargo el futbol le apasiona y viste sus colores esperando eventualmente poder ver el partido y mientras tanto se informa con FutbolEc.

## DURANTE



**LLEGA EL DÍA  
DEL PARTIDO**

Feliz



**NO TIENE  
TIEMPO DE VER  
EL PARTIDO**

Tristeza por tener sus  
responsabilidades

**ESTÁ PENDIENTE  
DEL CELULAR**

Tranquilo por la  
funcionalidad que  
ofrece FutbolEc

**SE ENTERA  
DE LOS  
RESULTADOS  
GRACIAS A  
FUTBOL<sup>EC</sup>**



## DESPUÉS



**REVISA LA  
TABLA DE  
POSICIONES DE  
SU EQUIPO**

**OBSERVA  
LOS VIDEOS  
RESUMIDOS  
DE TODOS LOS  
PARTIDOS QUE  
SE PERDIÓ**

**ESPERA POR  
EL SIGUIENTE  
PARTIDO**

Feliz por haber descargado la aplicación

A través de Firebase, se destaca que el tiempo promedio de uso de la aplicación por usuario es de 1 minuto y 51 segundos. Además, durante la entrevista con el desarrollador, se ha identificado un tipo de usuario que solo utiliza la aplicación para recibir notificaciones en tiempo real y rara vez la abre para explorar sus funciones y navegar por la aplicación en sí.

Usuario que no abre la aplicación de FutbolEc en iOS:

# GABRIEL PÉREZ

## Demográficos



Hombre de 30 años, casado, perteneciente a la clase social media. Trabaja como chef en un bar.

## Geográficos



Reside en una zona urbana de Cuenca, Azuay, en la sierra de Ecuador.

## Psicográficos



Tiene un estilo de vida estresante y poco saludable. Dedicar la mayor parte del día al trabajo. Es medianamente sociable, cordial, pero a veces tiene mal genio.

## Comportamiento



Es un aficionado al fútbol nacional e internacional. No muestra mucho interés en las redes sociales, pero tiene habilidades en el manejo de diversas aplicaciones móviles. Aprovecha su poco tiempo libre para estar con su familia y, ocasionalmente, ir al estadio de fútbol.

# MAPA DE EMPATÍA

## ¿QUÉ PIENSA?

- Piensa en el cuidado y las necesidades de su familia.
- Eventualmente piensa en su equipo de fútbol favorito.
- Le resulta difícil manejar las redes sociales y las aplicaciones.
- Siente que no tiene tiempo libre.

## ¿QUÉ ESCUCHA?

- Escucha música y programas antiguos.
- Se siente estresado debido a su trabajo constante.
- Escucha la radio cuando no puede ver los partidos de fútbol.

## ¿QUÉ VE?

- Observa el periódico ocasionalmente para mantenerse al tanto de las noticias sobre su equipo.
- No está muy pendiente del celular.
- Mira los partidos de fútbol los fines de semana.

## ¿QUÉ DICE?

- Siente que las aplicaciones son algo exclusivo para los jóvenes.
- Es usuario de FutbolEc, pero no accede regularmente a la aplicación.
- Quiere mejorar su relación con la tecnología y no perderse las novedades del mundo del fútbol.

# ANTES



**SE ENTERA  
TARDE DE LAS  
FECHAS DE LOS  
PARTIDOS**

**OCASIONALMEN  
TE SE ENTERA  
DE LOS  
PARTIDOS  
CUANDO ESTÁN  
JUGANDO O  
CUANDO YA  
ACABAN**

**SE ENCUENTRA  
DESCONECTADO  
DEL MUNDO DEL  
FUTBOL**

**QUIERE  
ENTERARSE MAS  
DE SU EQUIPO  
PREFERIDO**



Estresado por el trabajo

Desconectado de medios  
modernos de información del  
fútbol

Este usuario no utiliza regularmente la aplicación, no entiende como acceder a varias funciones que ofrece la misma y se encuentra desconectado del futbol por los últimos años, siente que si encontrara una aplicación más amigable entendería más como usarla y realizaría un seguimiento continuo de su equipo.



# DURANTE



**DESCARGA  
FUTBOL<sup>EC</sup>**

Intriga

**CREA SU PERFIL  
Y ELIJE SUS  
EQUIPOS  
PREFERIDOS**

Se siente nervioso por no  
entender mucho la aplicación

**NAVEGA POR  
LAS DISTINTAS  
OPCIONES DE LA  
APLICACIÓN**



**RECIBE  
NOTIFICACIONES  
A TIEMPO REAL  
DE SUS EQUIPOS  
PREFERIDOS**

Feliz por entender la  
aplicación

# DESPUÉS



**CADA DÍA  
APRENDE A  
MANEJAR MÁS  
LAS FUNCIONES  
DE  
FUTBOL<sup>EC</sup>**

Feliz por encontrar una interfaz  
amigable para él

**AHORA SE  
MANTIENE  
AL DÍA CON  
SUS EQUIPOS  
PREFERIDOS**

Feliz por haber descargado la aplicación

**PUEDE  
ENTERARSE DE  
SU PASATIEMPO  
EN CUALQUIER  
PARTE Y CUANDO  
ÉL QUIERA**

ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה

ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה

## 2.1.1 MAPA DE ACTORES

Es importante conocer los actores involucrados en el proceso de uso de FutbolEc. El usuario se relaciona directamente a través de su dispositivo móvil en la App Store, donde puede elegir su aplicación preferida de fútbol. Dentro de la App Store, el usuario puede verificar si su dispositivo cumple con todos los requisitos de la aplicación y también puede encontrar comentarios y reseñas sobre la misma. La App Store se considera un medio a través del cual el usuario puede dar su opinión al desarrollador y al diseñador de la aplicación, sugerir cambios y expresar su opinión sobre los aspectos estéticos y funcionales de la app. Una vez que el usuario está dentro de FutbolEc, puede interactuar más con otros aficionados al fútbol y sentirse conectado con su equipo favorito a través de noticias y notificaciones en tiempo real.

### Actores:

- Desarrollador
- Diseñador
- Usuario
- Equipos ecuatorianos
- Aficionados al fútbol

### Escenarios:

- App Store
- Campeonatos nacionales
- FutbolEc





## 2.2 PARTIDOS DE DISEÑO

Según la información recopilada anteriormente, sabemos que hay usuarios que utilizan la aplicación de manera regular y otros que no. Existe una amplia gama de edades, lo que conlleva a un mayor o menor nivel de comprensión en el manejo de la interfaz, dependiendo de cada individuo.

Por lo tanto, se propone desarrollar una aplicación amigable que se adapte a cada tipo de usuario presente en la plataforma. El objetivo es generar una personalización y comprensión total al momento de utilizarla. Mediante el uso de herramientas como la experiencia de usuario y la arquitectura de la informa-

ción, se podrá crear una aplicación funcional y comprensible para cada usuario en particular, lo que a su vez contribuirá a establecer una identidad más clara de FutbolEc.

# FORMA

## ○ Formato

El formato previsto es de 430 x 932 px, que es el formato actual del iPhone 14 Pro-Max. Sin embargo, a través del diseño responsivo, este formato se puede adaptar y reducir hasta 375 x 812 px.

## ○ Cromática

Se empleará una triada cromática compuesta por los colores principales de la identidad de marca. Se ha seleccionado un tono verde azulado para distinguir a FutbolEc de su competencia. Además, se utilizarán tonos morados y amarillo marrón, según la disposición del círculo cromático. También se incorporarán tendencias modernas, como degradados entre los colores elegidos. Dentro de la aplicación, se implementarán variaciones monocromáticas, dependiendo de la pestaña o acción que esté realizando el usuario. Estas decisiones se han tomado considerando que la aplicación también incluirá widgets y modos nocturnos.

## ○ Estilo

El estilo de la aplicación será moderno y minimalista. Se utilizarán formas geométricas planas con contornos redondeados, siguiendo una retícula, y se añadirán sombras para crear un efecto de superposición o profundidad.

## ○ Elementos gráficos

Se empleará la nueva iconografía definida en el manual de marca para la interfaz de la aplicación. La interfaz contará con tablas y menús inferiores que reflejarán las diferentes opciones y características de la aplicación.

## ○ Tipografía

Se utilizará una familia tipográfica moderna, en particular una fuente sans serif. Esta tipografía ha demostrado funcionar bien en medios digitales, como se ha observado en las redes sociales. También se contempla la posibilidad de utilizar otras tipografías para resaltar y destacar diferentes elementos dentro de la aplicación.



Imagen 27. New UX/UI Illustrations. Autor. Denis Shepovalov

# FUNCIÓN

## Consideraciones de uso

La interfaz adoptará un estilo minimalista y sencillo para comunicar mejor la información relevante al usuario. El objetivo es destacar los partidos, marcadores y horarios, es decir, mostrar únicamente la información que el usuario considera más relevante según su perfil.

## Interactividad

La aplicación ofrecerá interactividad en momentos como la elección de los equipos preferidos, la participación en votaciones amistosas sobre los ganadores, la posibilidad de comentar videos de resúmenes o noticias relevantes de los equipos, e incluso al consultar horarios y tablas de posiciones.

## Función específica

Mediante notificaciones en tiempo real, la aplicación informará al usuario. Al acceder a la app, encontrará tablas de posiciones, horarios, noticias, resúmenes de partidos, entre otros. Además, se añadirán nuevas funciones a través de widgets en el dispositivo.

## Función general

Mantener informado al usuario sobre sus equipos ecuatorianos preferidos con datos en tiempo real.

## Ergonomía visual

Se busca que la interfaz gráfica sea amigable y acompañe al usuario en sus tareas, simplificándolas para que no sienta la necesidad de aprender sobre la interfaz, sino que se sienta familiarizado desde el principio. La aplicación utilizará iconos conocidos por el usuario, así como nuevos, y contará con animaciones, gestos e ilustraciones para mejorar su funcionalidad.



**Imagen 28.** ¿Qué es Adobe XD y para qué sirve?. Autor. Matt Rae

# TECNOLOGÍA

## ○ Introducción a la aplicación

Se implementará un proceso sencillo para crear un perfil de usuario al abrir la aplicación por primera vez. En pocos pasos, el usuario podrá definir el contenido que considera relevante, seleccionar sus equipos preferidos, sus competiciones favoritas y su preferencia de recibir la información.

## ○ Widgets

Se utilizarán widgets funcionales en el sistema operativo iOS como una forma innovadora de proporcionar información al usuario, sin necesidad de abrir la aplicación.

## ○ Aplicación simplificada

Actualmente, FutbolEc ofrece una amplia variedad de características y funcionalidades distribuidas en toda la interfaz. Se desarrollará un modelo de interfaz moderno con un menú inferior, similar a una red social, donde el usuario podrá personalizar y seleccionar la información que considera relevante, así como organizar el contenido mostrado en la aplicación.



**Imagen 29.** El sistema operativo móvil más avanzado del mundo. Por 9to5mac

# 2.3 BRIEF FUTBOLEC

## ANÁLISIS DEL PROCESO DE COMPRA

- 1 ● El usuario necesita tener un celular con acceso a internet.
- 2 ● Abre la AppStore en su dispositivo móvil.
- 3 ● Navega por la AppStore para buscar una aplicación de su interés.
- 4 ● Analiza y evalúa las diferentes aplicaciones disponibles para tomar una decisión.
- 5 ● Abre FutbolEc, la aplicación que le llama más la atención.
- 6 ● Descarga la aplicación en su dispositivo.
- 7 ● Comprende rápidamente la funcionalidad de la aplicación.

## ANÁLISIS DEL PROCESO DE USO

**ANTES:** El usuario siente la necesidad de obtener información más detallada sobre su pasión, su equipo favorito de fútbol. Sin embargo, debido a su vida ocupada, no tiene suficiente tiempo libre para apoyar y mantenerse al día con las novedades de su equipo como solía hacerlo.

**DURANTE:** El usuario encuentra una aplicación amigable, incluso si no es un experto en aplicaciones móviles o no se lleva bien con ellas. Encuentra que las funciones de FutbolEc son fáciles de entender y claras. Ahora se siente tranquilo y al día con su afición.

**DESPUÉS:** El usuario se familiariza cada vez más con la aplicación, sus funciones y tecnología. Puede confiar en la aplicación en el futuro para mantenerse al día y no sentirse desconectado del mundo del fútbol.



## **CLIENTE:**

Desarrollador Xavier Salazar

## **PRODUCTO:**

Interfáz e identidad gráfica de FutbolEc

### **OBJETIVO**

Objetivo: Generar una mayor duración de sesión entre el usuario y FutbolEc mediante un rediseño de la marca e interfaz gráfica centrado en la experiencia del usuario, respaldado por una sólida arquitectura de la información.

### **BREVE DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO**

El objetivo es definir una identidad de marca para la aplicación a través de un manual de marca y rediseñar la interfaz gráfica que se implementará en la aplicación.

### **VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO**

- Una aplicación completamente enfocada en la experiencia del usuario, con una sólida arquitectura de la información y una navegación dinámica.
- Una identidad de marca distintiva y bien definida que la diferencie de la competencia.

### **CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO**

El rediseño del producto permitirá que la aplicación entre en una fase de reintroducción. Además de centrarse en la funcionalidad de la app, se tendrán en cuenta las tendencias estéticas de diseño, la organización de la información y la experiencia del usuario. Se espera que este ciclo de vida dure aproximadamente 5 años, con actualizaciones periódicas basadas en el feedback de los usuarios.

## **PARTICULARIDADES DEL SECTOR**

Las aplicaciones móviles son una tendencia global. Hoy en día, todos tenemos un smartphone en nuestras manos y utilizamos aplicaciones móviles para diversas actividades de nuestra vida diaria, ya sea para el entretenimiento, el ocio u otras utilidades específicas. Las aplicaciones móviles deportivas se han vuelto populares gracias al fervor por el fútbol ecuatoriano. Las aplicaciones modernas y centradas en el usuario suelen sobresalir entre la competencia, lo cual es una característica que FutbolEc aún no ha logrado.

## TENDENCIAS DEL MERCADO

**Aplicaciones en general:** Cada año surgen nuevas tendencias en el sistema operativo iOS. La última innovación ha sido la implementación de widgets, que son pequeñas o medianas tarjetas en la pantalla principal del iPhone que brindan información relevante al usuario sin necesidad de abrir la aplicación.

**Aplicaciones deportivas:** La tendencia actual en las aplicaciones deportivas es la implementación de características que agregan valor a la experiencia del usuario. Se han añadido secciones de noticias, radio en vivo y videos con resúmenes de los mejores momentos de cada partido.

## COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA DEL PRODUCTO

En cuanto a la competencia directa e indirecta del producto, dentro de la App Store se encuentran aplicaciones similares a FutbolEc, con las mismas características y funcionalidades. Sin embargo, estas aplicaciones carecen de una identidad distintiva y una arquitectura de información innovadora.

La competencia indirecta proviene de diferentes medios y redes sociales que notifican en tiempo real sobre los partidos. Esto hace que los fanáticos del fútbol no necesiten una aplicación externa para mantenerse al día con su equipo favorito. Sin embargo, estos medios no siempre proporcionan datos de los partidos en tiempo real, lo que obliga al usuario a buscar fuentes de información externas y dedicadas a ello.

## ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El rango de edad que abarca al consumidor de FutbolEc va desde los 18 hasta los 32 años. Este consumidor es un apasionado del fútbol nacional, sigue los logros de su equipo y las novedades relacionadas con los jugadores. Ama el fútbol y disfruta de verlo en compañía, ya sea yendo al estadio o frente al televisor. Sin embargo, debido a la falta de tiempo, recurre a las aplicaciones móviles y sus notificaciones en tiempo real. El usuario encuentra confusa y abrumadora la forma de elegir un equipo preferido dentro de la aplicación, así como la presentación del horario de partidos y las tablas de posiciones. Además, considera que el diseño de la aplicación se ve anticuado, lo que lleva a pensar que la información proporcionada no es actual ni veraz.



# 2.4 PROCESO DE DISEÑO

**1**

Exploración:  
Se realiza una investigación del usuario y una evaluación del contexto en el que se encuentra la app.

**2**

Empatizar/conectar: Se realizan Personas Design, mapas de actores, etc.

**3**

Recopilación de datos.

**4**

Definición: Se define el problema y la solución ideal.

**5**

Generación del manual de marca.

**6**

Ideación: Se utilizan métodos de ideación para proponer diseños.

**7**

Bocetación y concreción.

**8**

Testeo y charlas con usuarios y desarrolladores.

**9**

Corrección de errores.

**10**

Definir: si la concreción de la app es ideal

**11**

En caso contrario, se regresa a la etapa #8.

**12**

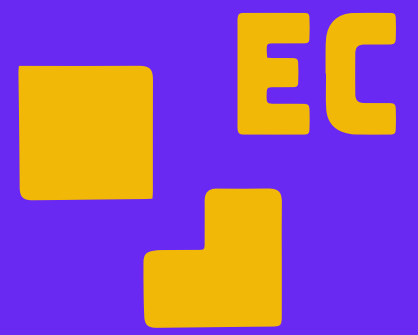
Artes finales.

# CONCLUSIÓN

Es importante destacar a quién va dirigida la propuesta de diseño, así como el proceso por el cual se llevará a cabo. Mediante herramientas como el brief y los partidos de diseño, se pueden identificar los valores, fortalezas y debilidades de la propuesta incluso antes de su implementación. Todos estos pasos están interrelacionados y son necesarios para avanzar a la siguiente fase del proyecto de graduación de carrera.

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
כ  
ל  
מ  
נ  
ס  
ע  
פ  
ק  
ר  
ש  
ת

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
כ  
ל  
מ  
נ  
ס  
ע  
פ  
ק  
ר  
ש  
ת



**CAPÍTULO**  
**IDEACIÓN**

**DESARROLLO**

נ נ נ  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
כ כ כ  
ס ס ס  
ע ע ע

נ נ נ  
ס ס ס  
ב ב ב  
ט ט ט  
ז ז ז  
כ כ כ  
ס ס ס  
ע ע ע



# 3.1 GENERACIÓN DE 10 IDEAS

Después del análisis se comienza con la generación de ideas, para ello se analizaron distintas aplicaciones tanto dentro de ámbito deportivo como no para analizar distintas tendencias en cuanto a su funcionalidad y características comunes utilizadas dentro de las mismas, de esta manera se definieron 10 ideas iniciales para la arquitectura de la información y 10 para la estética e identidad visual de la app, de igual manera se toma como referencia a los homólogos y las entrevistas realizadas con el fin de generar propuestas centradas en el usuario

Dentro de las propuestas de la interfaz podemos visualizar distintos modos de visualización y de la arquitectura de la información complementándose con distintos elementos visuales animados, planos o hasta 3d.

En cuanto a las propuestas de la identidad grafica de la aplicación se tomó en cuenta varias tipografías, paletas cromáticas y composiciones tomando en cuenta el antiguo logo y a la identidad de diseño que se quiere llegar

# 10 IDEAS IDENTIDAD DE MARCA



## **POR COPAS/ TORNEOS**

Rediseño evolutivo dependiendo de la copa que se juegue actualmente (ilustraciones planas y vectoriales y colores de la bandera ecuatoriana)



## **TWITCH + FEC**

Tomando como inspiración logos como Twitch, se genera una ilustración 3D con líneas con puntas cuadradas y uso de la tipografía en el logo



## **TIPOGRAFÍA Y LINEA**

Uso únicamente tipográfico con un fondo negro/gris y un uso ligero de la paleta cromática escogida, sin embargo, se juega bastante con la tipografía



## **OJO DE ÁGUILA**

Logo muy minimalista con una ilustración plana del águila del viejo logotipo, cuenta con un único color y sin tipografía



### **EL ÁGUILA DE FUTBOLEC**

Rediseño del viejo logo de la águila minimalista y vectorial



### **TRAMAS Y BALONES**

Diseño en forma de balón con el mapa ecuatoriano de fondo y el uso de tramas



### **HINCHA ECUATORIANO**

Personaje ilustrado vectorialmente, un jugador de futbol celebrando un gol vistiendo los colores de la selección



### **BRUTALISTA**

Ilustración tipografía brutalista, utilizando técnicas de ilustración como el *ink bleed* y una tipografía grande.



### **PORTERIA Y TIPOGRAFÍA**

Tipografía sobrepuesta y deformada dentro de la silueta de un arco, la tipografía sería de igual manera gruesa y sería una ilustración digital

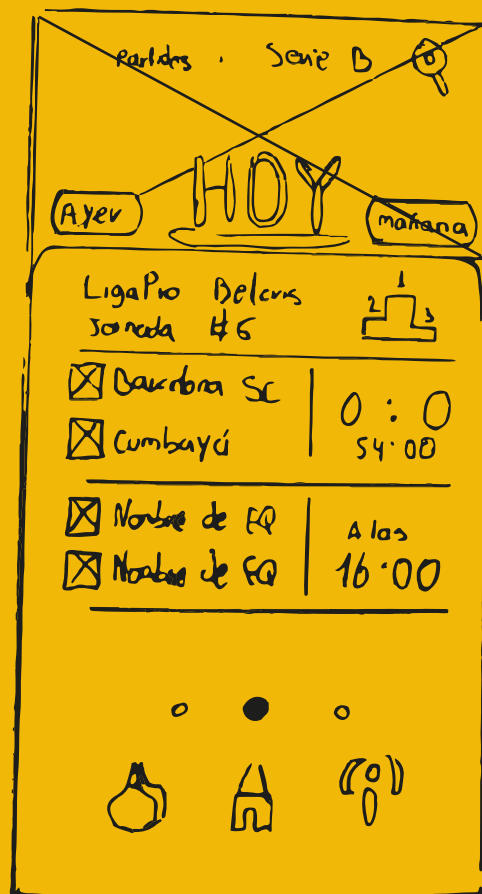


### **ESCUDO DE LA APP**

Icono simplificado en forma de escudo para la palabra FutbolEc, se utiliza la palabra F, EC para formular este escudo.

# **10**

**IDEAS**  
**INTERFÁZ**  
**MOVIL**



Representación en forma de tarjeta por Torneo  
El usuario desliza hacia abajo y de izquierda a derecha

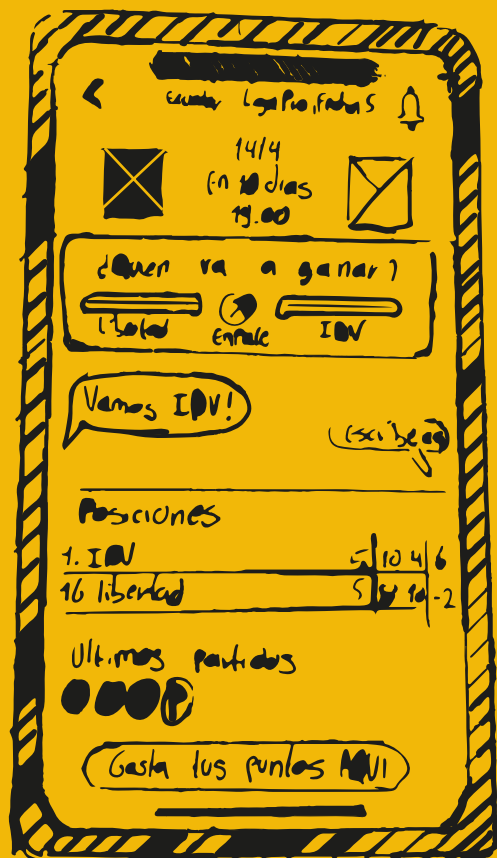


1

Distribución en forma de tarjetas móviles, el usuario solo deslizaría de izquierda a derecha la información y contaría con muy pocos iconos en el menú inferior estático

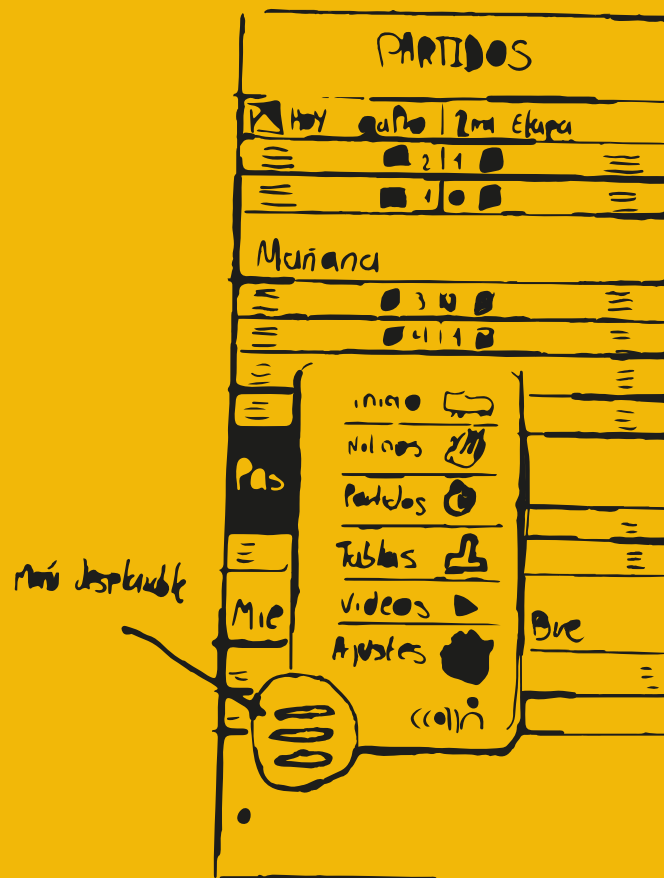
2

Aplicación infográfica donde el usuario tocaría en pocas partes de la pantalla, se utilizaría la animación y hay gran cantidad de información distribuida en la pantalla



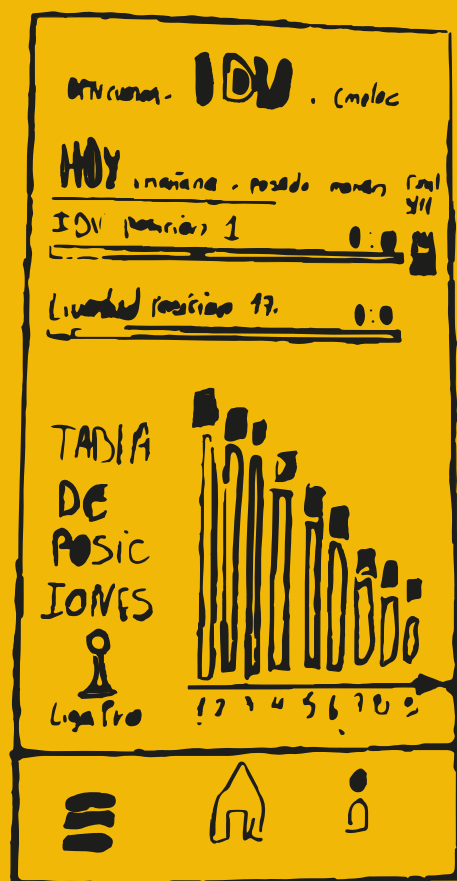
3

Aplicación en forma de videojuego donde el usuario realizaría apuestas amistosas y comentarios en vivo además de la información que ya se muestra actualmente en FutbolEc.



4

Con un menú flotante por donde el usuario se desplaza por listas de información ya sea de tablas de posición o partidos

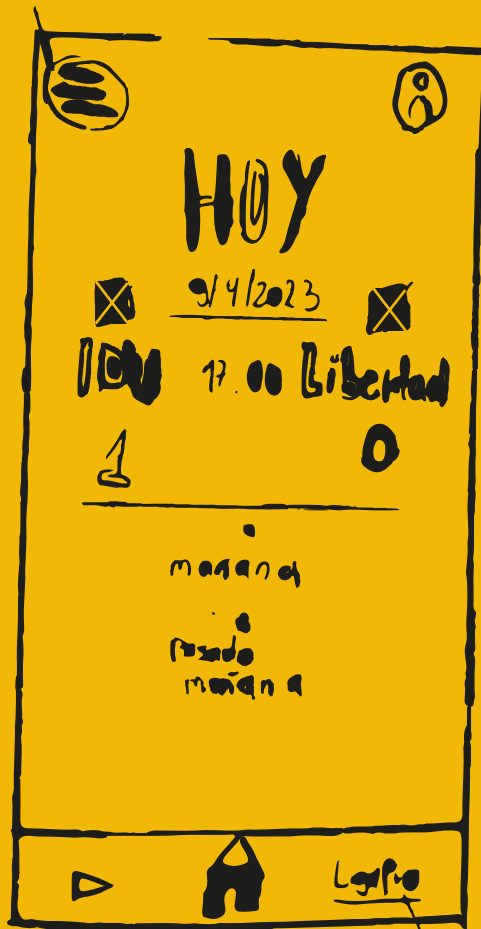


5

A través de degradados la información de los equipos esta representada en forma de competencia entre ellos y esta misma se representaría por degradados y barras.

6

En forma de ilustraciones desplazables grandes se representarían tablas de posiciones, equipos que se juegan por fecha, etc.



App deslizable  
and drag



7

Aplicación minimalista donde se mostraría poca información en pantalla de manera resumida, de igual manera los iconos del menú inferior son minimalistas siguiendo la estética de la app

8

Siguiendo la estética brutalista se representaría así la información de los partidos utilizando iconos grandes y detallados con ilustración digital.





Reservará con noticias deslizables



Ajustes

Mensajes de fanáticos

Botón de cambio de orden

9

En forma de red social se distribuir las noticias y notificaciones de partidos de una manera conjunta, en una app donde el usuario puede ver historias y seguir a sus equipos preferidos para recibir novedades.

10

Aplicación personalizable donde el usuario se crea un perfil desde un inicio y elige la información que desea ver en pantalla y la manera en hacerla a través de distintos métodos de visualización.

# 3.2 EVALUACIÓN DE IDEAS

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>POR COPAS/ TORNEOS</b>	Innovación	1	<b>17</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	4	
	Relevancia con la problemática	3	
	Afinidad	1	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	3	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>EL ÁGUILA DE FUBTOLEC</b>	Innovación	3	<b>19</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	2	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>TRAMAS Y BALONES</b>	Innovación	2	<b>15</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	2	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	2	
	Factibilidad de venta	3	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>PORTERIA Y TIPOGRAFÍA</b>	Innovación	4	<b>19</b>
	Tiempo	1	
	Factibilidad de realización	2	
	Relevancia con la problemática	3	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	4	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>BRUTALISTA</b>	Innovación	5	<b>20</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	2	
	Relevancia con la problemática	3	
	Afinidad	4	
	Trascendencia	2	
	Factibilidad de venta	2	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>TIPOGRAFÍA Y LINEA</b>	Innovación	1	<b>16</b>
	Tiempo	1	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	2	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>OJO DE ÁGUILA</b>	Innovación	4	<b>19</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	2	
	Factibilidad de venta	4	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>TWITCH + FEC</b>	Innovación	3	<b>25</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	5	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	4	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>HINCHA ECUATORIANO</b>	Innovación	5	<b>29</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	5	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	4	
	Factibilidad de venta	3	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
<b>ESCUDO DE LA APP</b>	Innovación	4	<b>29</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	5	
	Afinidad	4	
	Trascendencia	4	
	Factibilidad de venta	4	

Se evalúan las 10 ideas seleccionadas tomando en cuenta parámetros como la innovación, el tiempo, su funcionalidad, la relación que estas tienen con la marca actual para no generar confusión en el usuario y su percepción y entendimiento con el usuario actual y al que se quiere llegar, es por eso que se descartan

opciones poco perceptibles y difíciles de entender para el consumidor, también dentro de la identidad de marca se eliminan opciones que salen completamente de la identidad de FutbolEc y se asemejan más a su competencia. Una vez se descartan las ideas que se alejan de la solución del problema plan-

teado en la interfaz y su identidad, se seleccionan únicamente 3 ideas sobre las cuales trabajar para un buen aporte a la experiencia de usuario y a la estructura de cómo la interfaz de FutbolEc debe funcionar.

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
Aplicación moderna presenta contornos redondeados y utiliza una estructura en forma de tarjetas que se desplazan exclusivamente de izquierda a derecha, similar a la visualización de fotos.	Innovación	2	<b>22</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	4	
	Relevancia con la problemática	3	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	3	
Aplicación infográfica cuenta con ilustraciones animadas de fútbol y presenta un menú inferior con diversas opciones y botones disponibles en la	Innovación	2	<b>22</b>
	Tiempo	2	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	4	
	Factibilidad de venta	4	
A través del estilo estético moderno del brutalismo, se podría desarrollar una aplicación moderna con menús superpuestos. Se daría prioridad al uso de gráficos y fotografías editadas para presentar la información de manera efectiva.	Innovación	5	<b>26</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	4	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	4	
La aplicación se presenta en un estilo monocromático, con un menú flotante que permanece siempre en la pantalla principal. Además, se ha buscado reducir al mínimo la cantidad de pasos necesarios para acceder a toda la información disponible.	Innovación	2	<b>22</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	5	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	2	
La aplicación adopta un estilo minimalista y utiliza degradados para su diseño. La representación de la aplicación se asemejaría a una barra de progreso en la que compiten los equipos.	Innovación	2	<b>19</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	2	
	Relevancia con la problemática	2	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	2	

IDEA	CRITERIOS	/5	TOTAL
La aplicación se presenta en forma de infografía móvil, donde el usuario se desplaza e interactúa con varias ilustraciones vectoriales para obtener información.	Innovación	1	<b>21</b>
	Tiempo	4	
	Factibilidad de realización	5	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	2	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	2	
La aplicación se caracteriza principalmente por su estilo minimalista, donde el usuario tiene acceso únicamente a unas pocas funciones con información muy resumida. Aunque no cuenta con una gran interactividad, la animación está presente en la experiencia de uso.	Innovación	3	<b>25</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	3	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	3	
	Factibilidad de venta	4	
La aplicación se presenta en un estilo similar al de un videojuego, donde el usuario puede ganar puntos en función del desempeño de su equipo y las apuestas que realice. Estos puntos pueden ser utilizados en una tienda virtual y también sirven como una forma de apoyar a su equipo.	Innovación		<b>27</b>
	Tiempo		
	Factibilidad de realización		
	Relevancia con la problemática		
	Afinidad		
	Trascendencia		
	Factibilidad de venta		
La aplicación se centra en noticias del mundo del fútbol, donde el usuario puede guardar, comentar y suscribirse a canales oficiales de fanáticos del fútbol. Además, recibirán notificaciones directamente de las cuentas oficiales de los equipos, así como de rumores y novedades de cuentas creadas por fanáticos.	Innovación	4	<b>27</b>
	Tiempo	5	
	Factibilidad de realización	2	
	Relevancia con la problemática	4	
	Afinidad	3	
	Trascendencia	5	
	Factibilidad de venta	4	
La aplicación se presenta en un estilo moderno, donde el usuario puede generar su perfil desde el inicio. Se utilizan degradados y widgets interactivos, y se ofrece un menú inferior que permite personalizar tanto la estética como la información que el usuario desea ver dentro de la aplicación.	Innovación		<b>30</b>
	Tiempo		
	Factibilidad de realización		
	Relevancia con la problemática		
	Afinidad		
	Trascendencia		
	Factibilidad de venta		

## 3.2.1 IDEAS SELECCIONADAS IDENTIDAD VISUAL

Después de la evaluación, se genera un ranking con las mejores ideas evaluadas respecto a los parámetros ya mencionados. Se separan las 3 mejores ideas para

la interfaz gráfica y las 3 mejores ideas para la identidad visual de la aplicación. De esta manera, las ideas se relacionan entre sí para generar una arquitectura de

la información en relación con la identidad visual de la misma.

**IDEA SELECCIONADA 1:** A través de la ilustración vectorial, se representa la afición del usuario hacia su equipo nacional preferido. Se incorporan colores cálidos relacionados con la bandera ecuatoriana. La aplicación evoluciona de manera que las ilustraciones cambian, demostrando así una renovación de la marca y un enfoque distintivo en relación a la competencia.



**IDEA SELECCIONADA 2:** Tomando como inspiración la identidad visual de Twitch, se genera una figura 3D en forma rectangular con esquinas puntiagudas. Los colores serían más fríos, transmitiendo la percepción de una aplicación informativa al usuario.



**IDEA SELECCIONADA 3:** Por último, se opta por un escudo formado por las letras más características de FutbolEc. Se juega con la tipografía y se utiliza una tricromía fría en cuanto a la paleta de colores. Se genera un escudo que se relaciona con la aplicación, sigue tendencias modernas y define la identidad de una aplicación deportiva.



## 3.2.2 IDEAS SELECCIONADAS INTERFÁZ MÓVIL

### IDEA SELECCIONADA 1:

Se desarrolla una aplicación estilo videojuego donde el usuario gana puntos según el desempeño de su equipo y sus apuestas resulten exitosas. Estos puntos pueden ser utilizados en una tienda virtual y como un método de apoyo hacia su equipo.

La función principal de la aplicación se centra en los partidos, los cuales operan en modo de apuesta amigable. La recompensa para el usuario radica en poder demostrar en vivo y en directo su apoyo hacia el equipo y el partido actual que se está jugando.

### IDEA SELECCIONADA 2:

Se desarrolla una aplicación moderna donde el usuario genera su perfil desde el inicio. Se utilizan degradados, widgets interactivos y un menú inferior que permite personalizar la estética y la información que el usuario desea ver dentro de la app.

Desde el principio, se plantea la experiencia de usuario como prioridad en esta propuesta. Se generan distintos perfiles basados en los gustos y preferencias del usuario, así como en lo que considera relevante dentro de la aplicación y cómo desea visualizarla.

### IDEA SELECCIONADA 3:

Se desarrolla una aplicación de noticias del mundo del fútbol donde el usuario puede guardar, comentar y suscribirse a canales oficiales como fanáticos del fútbol. También puede recibir notificaciones directamente de las cuentas oficiales de los equipos, así como de rumores y novedades de cuentas creadas por fanáticos. Aunque puede parecer similar a la red social Instagram, esta aplicación está enfocada principalmente en los equipos nacionales y su fanatismo. El usuario se mantiene informado sobre lo que las cuentas oficiales quieren transmitir, ya que estas proporcionan notificaciones en tiempo real de los partidos.



# 3.3 IDEAS FINALES

Finalmente, para la elección de la idea final se tomo en cuenta la relación que existía entre la identidad visual y la arquitectura de la información y que estas cumplen el propósito de conseguir los objetivos planteados desde un principio,

no se descartaron pequeños detalles llamativos de las 3 ideas seleccionadas y se añaden de forma sutil a la arquitectura de la información y estética de la APP.

- 1** Aplicación centrada en un usuario y su propia personalización: El que y el cómo quiere utilizar la aplicación depende totalmente de los gustos del usuario en específico, se pueden definir distintos modos de visualización, equipos preferidos y de esta manera la aplicación mostrara información relevante para este usuario, además de incorporar tecnologías novedosas del software IOS como lo son los Widgets
- 2** La aplicación cuenta con un diseño moderno con bordes contorneados en forma de tarjetas y fichas, sombras interiores y paralelas que generan profundidad y elevación de los botones, su cromática se basa en la separación complementaria teniendo así al morado como su color principal y al amarillo, rojo y verde como los secundarios.

# CONCLUSIÓN

Es importante destacar a quién va dirigida la propuesta de diseño, así como el proceso por el cual se llevará a cabo. Mediante herramientas como el brief y los partidos de diseño, se pueden identificar los valores, fortalezas y debilidades de la propuesta incluso antes de su implementación. Todos estos pasos están interrelacionados y son necesarios para avanzar a la siguiente fase del proyecto de graduación de carrera.







**CAPÍTULO**  
**DISEÑO**

# **ESTER 4 LATA**

# 4.1 BOCETACIÓN

Se realizaron bocetos a mano y digitales para concebir la identidad de marca y el icono de FutbolEc. Inicialmente, se consideró un formato cuadrado que se asemejaba a la silueta de una cancha de fútbol. Sin embargo, después de varias pruebas y discusiones con docentes

y usuarios, se llegó a la conclusión de que el juego de tipografía unida era la mejor opción debido a su relación con la interfaz gráfica y legibilidad. También se mejoró la ilustración del icono y se jugaron con los degradados.



**MANUAL**



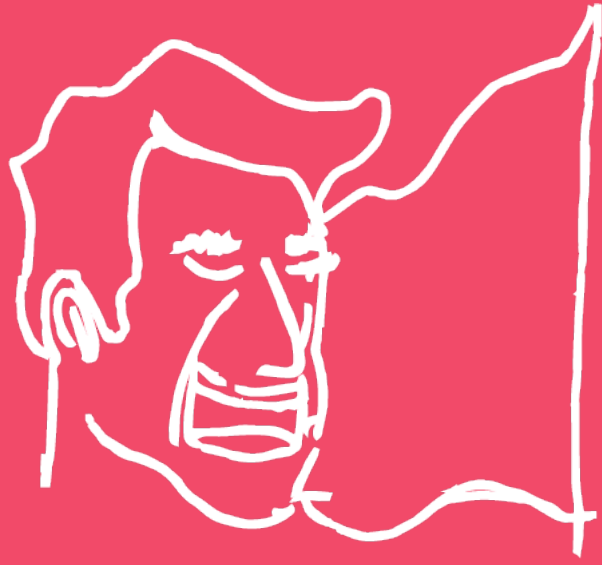
**DIGITAL**



**MANUAL**



**DIGITAL**



**BH<sup>EC</sup>**

**BH<sup>EC</sup>**

**BH<sup>EC</sup>**

**BH<sup>EC</sup>**

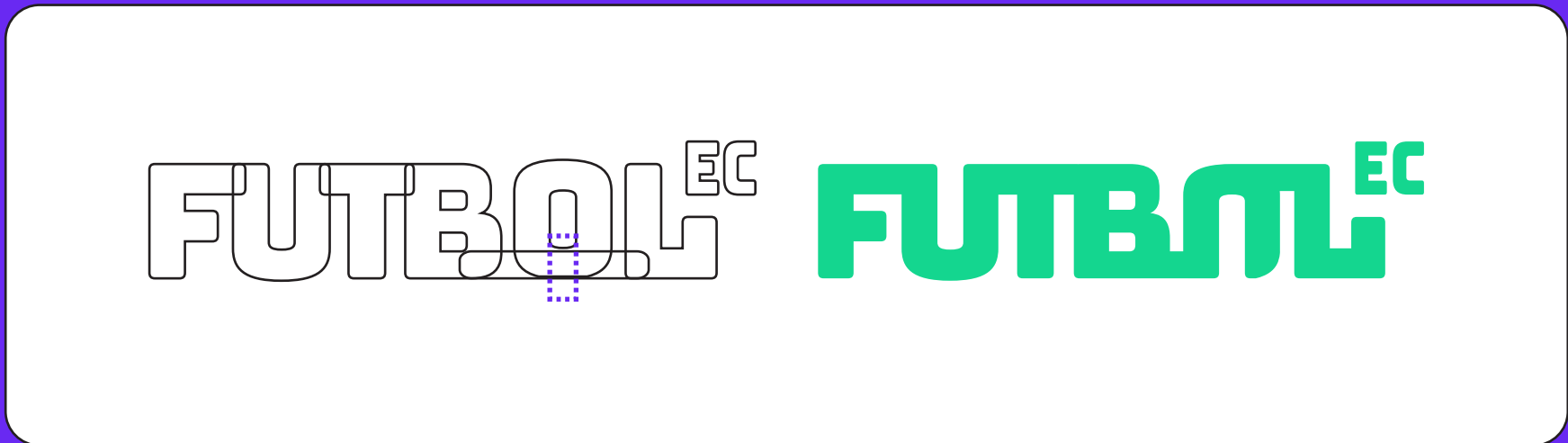
**BH<sup>EC</sup>**

**BH<sup>EC</sup>**

## IDEAS DISTINTAS PARA LA MARCA

**FUT<sup>EC</sup>  
BOL**      **[ FUTBOL<sup>EC</sup> ]**

## COMPOSICIÓN FINAL DE FUTBOLEC



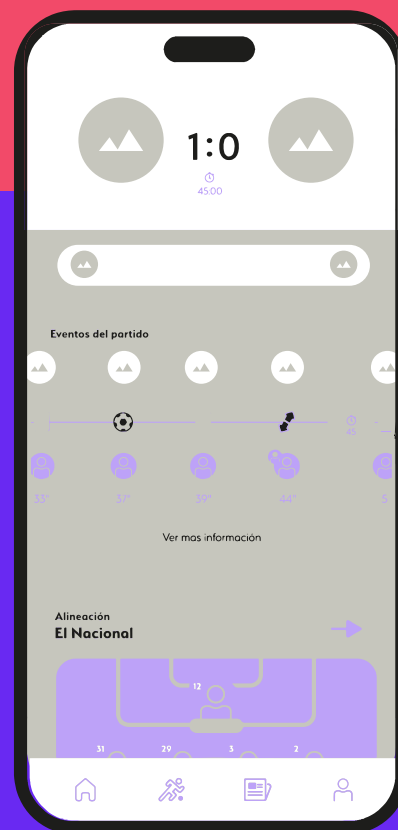
# BOCETOS DE BAJA FIDELIDAD

Se han realizado bocetos iniciales para el desarrollo de la organización y arquitectura de la información presentada en las pantallas más importantes de la

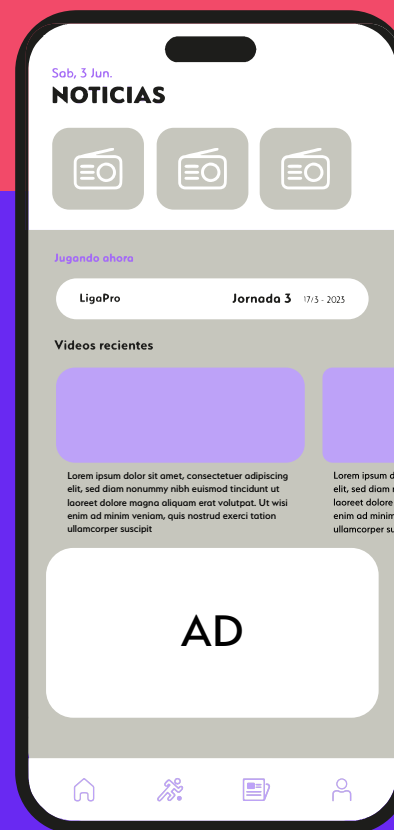
aplicación. Estos bocetos ya incluyen la definición de menús superiores, inferiores y la utilización de elementos en forma de tarjetas.



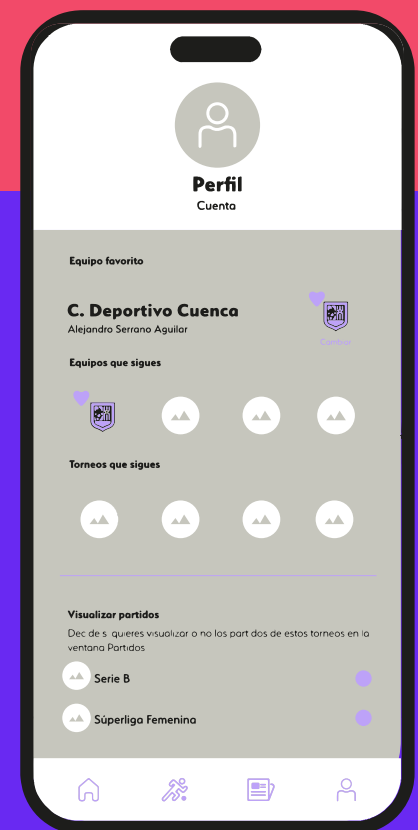
Menú principal



Partido en vivo



Sección de noticias



Perfil de usuario

# 4.2 SISTEMA GRÁFICO

## 4.2.1 CROMÁTICA

**Representación del tema:** El verde menta y el morado oscuro pueden ser colores asociados con el deporte y la vitalidad. El verde menta puede evocar frescura, naturaleza y energía, mientras que el morado oscuro puede transmitir una sensación de elegancia, seriedad y poder. Estos colores pueden ser apropiados para una aplicación de fútbol, ya que se relacionan con el dinamismo del deporte y pueden crear un ambiente visual atractivo.

**Contraste visual:** La combinación de colores verde menta y morado oscuro puede ofrecer un contraste visual interesante. El verde menta es un color claro y

luminoso, mientras que el morado oscuro es más profundo y apagado. Este contraste puede ayudar a resaltar elementos clave en la interfaz y facilitar la legibilidad del contenido.

**Colores complementarios:** El amarillo y el rojo son colores complementarios del verde menta y el morado oscuro respectivamente. Los colores complementarios se encuentran opuestos en la rueda de colores y, cuando se usan en combinación, pueden crear un efecto visual llamativo y equilibrado. Al incorporar el amarillo y el rojo en la paleta de colores de la aplicación, se puede lograr un mayor impacto y atractivo visual.

**Asociaciones culturales:** Los colores amarillo y rojo también tienen connotaciones relacionadas con el fútbol en muchas culturas. Por ejemplo, el amarillo y el rojo son los colores de la bandera de España, que es reconocida internacionalmente por su éxito en el fútbol. Al utilizar estos colores en la interfaz, podrías aprovechar esas asociaciones culturales para crear una conexión emocional con los usuarios y transmitir una sensación de familiaridad.

FuotolEc necesitaba generar un contraste respecto a su competencia en el mercado de aplicaciones deportivas, de esta manera se escogió esta paleta de colores teniendo al morado como color principal y su contraste el verde, además los colores secundarios de la paleta cromática servían para los detalles dentro de la app y siendo ya relacionados con el mundo del fútbol como el amarillo y el rojo.

De igual manera, se busca resaltar los colores amarillo y azul, que en este caso son reemplazados por el morado y el rojo, con el objetivo de destacar los colores de la bandera ecuatoriana y, de manera subconsciente, transmitir al usuario que este es un producto realizado íntegramente en el país.

**#6929F2**

**RGB 105, 41, 242**  
**HSB 259, 83, 95**  
**CMYK 57, 83, 0, 5**  
**LAB 40, 70, -88**

**#9B72F2**

**RGB 155, 114, 242**  
**HSB 259, 53, 95**  
**CMYK 36, 53, 0, 5**  
**LAB 57, 44, -59**

**#14D990**

**RGB 20, 217, 144**  
**HSB 158, 91, 85**  
**CMYK 91, 0, 33, 15**  
**LAB 77, -60, 24**

**#F24968**

**RGB 242, 73, 104**  
**HSB 349, 70, 95**  
**CMYK 0, 70, 57, 5**  
**LAB 57, 66, 21**

**#F2B807**

**RGB 242, 184, 7**  
**HSB 45, 97, 95**  
**CMYK 0, 24, 97, 5**  
**LAB 78, 9, 79**

## 4.2.2 TIPOGRAFÍA

Se están utilizando dos tipografías diferentes en esta aplicación móvil. Una de ellas pertenece a una familia tipográfica que se utiliza para los textos dentro de la aplicación, mientras que la otra se utiliza para crear la identidad junto con el icono.

Estas dos tipografías se relacionan de manera armoniosa debido a que ambas son de la familia Sans Serif. La tipografía llamada Bungee es caracterizada

por ser fuerte y gruesa, lo que la hace ideal para ocupar un espacio destacado dentro de la aplicación. Sin embargo, se ha optado por utilizarla de forma moderada, reservándola principalmente para el logo y algunos títulos de la aplicación.

Por otro lado, la tipografía Serenity es una familia tipográfica completa que ofrece diferentes variaciones, como bold, thin y medium. Esto permite jugar con la apariencia y el estilo del texto en el

diseño de la aplicación. Serenity ha sido seleccionada para el uso principal en los textos de la interfaz, ya que se adapta bien a las pantallas digitales y proporciona una legibilidad óptima para los usuarios. La elección de las diferentes variaciones de Serenity contribuye a la versatilidad del diseño y añade variedad visual sin comprometer la armonía general del conjunto.

**BUNGEE:**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**UVWXYZ**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS**

**TUVWXYZ 0123456789**

**(.!,;,&°%€)**



La combinación de estas dos tipografías, Bungee y Serenity, junto con la paleta de colores seleccionada, genera una experiencia de usuario coherente y atractiva. Ambas tipografías se complementan entre sí, creando un contraste visual interesante y manteniendo la

facilidad de lectura en la interfaz. La armonía entre las tipografías, la cromática elegida y la experiencia de usuario global es un factor clave para lograr un diseño impactante y agradable para los usuarios de la aplicación de fútbol.

### Serenity Bold:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.:;,&%€)**

### Serenity Light:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.:;,&%€)

### Serenity Medium:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.:;,&%€)

## 4.2.3 ILUSTRACIONES

Aunque las ilustraciones suelen tener una presencia limitada en las aplicaciones de fútbol, no se deben descartar por completo de su uso en estas plataformas. En el caso particular de esta aplicación, se han creado dos ilustraciones diseñadas específicamente para pantallas que contienen una carga visual más

pesada, así como información limitada y potencialmente aburrida para el usuario. Estas ilustraciones, cuidadosamente diseñadas, se convierten en elementos visuales atractivos que rompen con la monotonía de la interfaz y proporcionan un respiro visual. Su implementación inteligente en las pantallas más pesa-

das ayuda a equilibrar la experiencia del usuario y a evitar cualquier posible sensación de monotonía. Además, estas ilustraciones pueden ser utilizadas como puntos de enfoque para resaltar información clave o para guiar al usuario hacia acciones específicas dentro de la aplicación.



La ilustración vectorial lineal de un arco, con el texto "un calentamiento", se utiliza en la pestaña de términos y condiciones de la aplicación.

La ilustración vectorial lineal de un jugador esperando, con líneas de la cancha de fútbol detrás, se utiliza cuando ocurre un error en la aplicación.



## 4.2.4 CONSTANTES Y VARIABLES DEL SISTEMA GRÁFICO

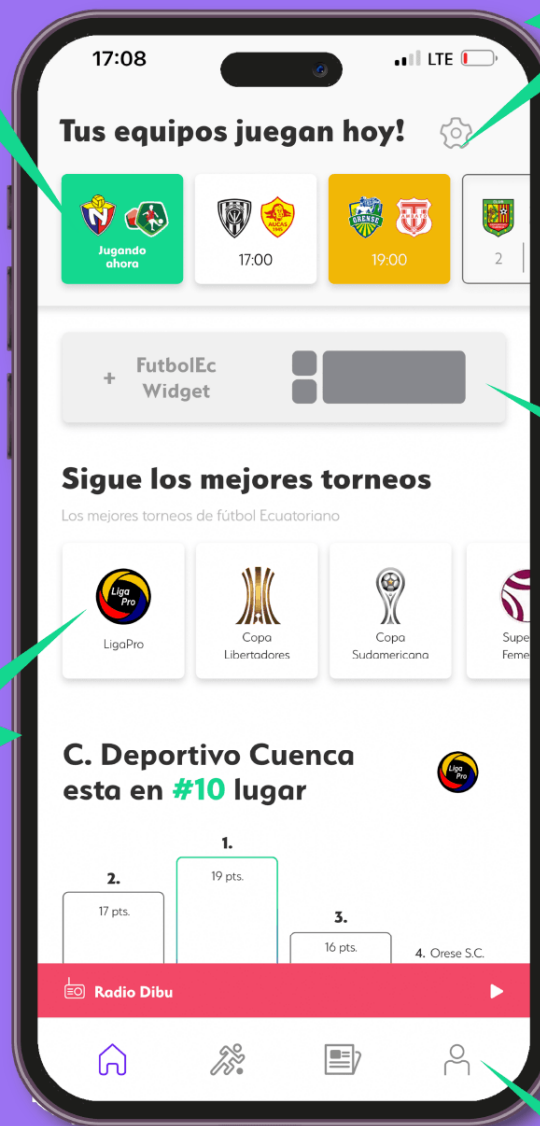
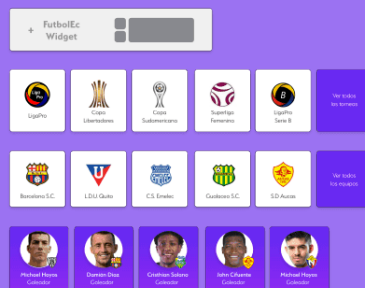
### MENÚ SUPERIOR



El menú superior de FutbolEc sirve para presentar información relacionada con la pestaña en la que el usuario se encuentre. En el caso de los partidos, se muestra el horario. En el caso de las noticias, se encuentra la radio. En la pestaña de perfil, se muestra la foto y la información del usuario. Y en el menú principal, se presenta un resumen de los partidos.

### TARJETAS

La aplicación maneja su información y características a través de tarjetas, las cuales brindan una percepción al usuario de interacción, además de presentar la información de una manera organizada y funcional.



### BOTONES

Algo importante de FutbolEc es su variedad de filtros y cómo el usuario decide de qué quiere enterarse dentro de la aplicación y qué no. Para esto, se desarrollaron variantes de botones activados y desactivados.



### DISTINTAS CARACTERÍSTICAS

Cada pestaña se caracteriza por presentar funciones distintas dentro de FutbolEc. En el caso del menú principal, se pueden observar el Widget, las tablas de posiciones, torneos, entre otros. Sin embargo, en otras pestañas podemos encontrar características como la radio en vivo, videos, datos de jugadores, entre otros.

### MENÚ INFERIOR

Dentro de la aplicación se maneja un sistema de botones a través de un menú inferior. Desde este menú, el usuario puede acceder rápidamente a las funciones más importantes de la aplicación, como:





4.3

# FUTBOL<sup>EC</sup>

## DESARROLLO DE LA APP MÓVIL



# 4.3.1 LOGOTIPO

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

**FUTBOL**

La tipografía refleja unidad y un diseño más futurista y moderno para representar la evolución de la aplicación. Maneja tanto bordes puntiagudos como redondeados.

**EC**

“EC” se representa en una forma relacionada al superíndice en matemáticas, lo cual demuestra que la aplicación se centra en expandir el fútbol ecuatoriano.

El imagotipo de la identidad grafica siempre puede ser acompañado de ilustraciones vectoriales lineales que no intervengan con la representación de la marca.

**FUTBOL<sup>EC</sup>**

**BLANCO Y NEGRO**



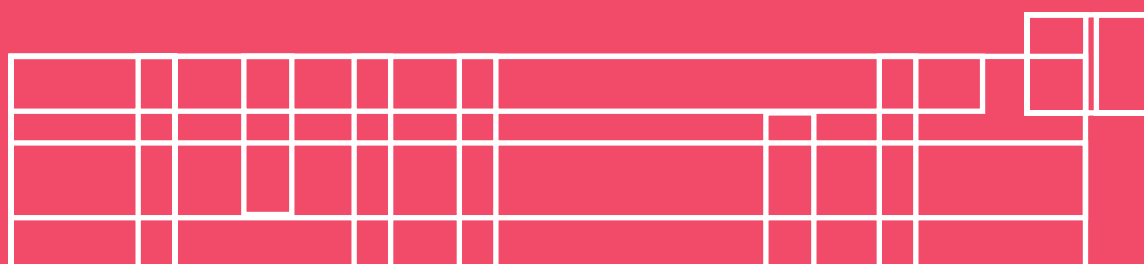
**IMAGOTIPO**

**FUTBOL<sup>EC</sup>**

**ISOTIPO**

## 4.3.2 MALA DEL LOGOTIPO

El logotipo de FutbolEc busca transmitir una percepción de innovación y simplicidad tanto a los nuevos usuarios como a los antiguos de la aplicación. Inicialmente se consideró una variante del logotipo en forma de un estadio, sin embargo, con el texto simple y entrelazado, la aplicación refleja un efecto más deportivo e informativo al mismo tiempo. Se decidió eliminar el águila y el logotipo de la copa actual del antiguo ícono para evitar una saturación de elementos y confusión para el usuario. Este juego tipográfico se complementa muy bien con la cromática, los degradados y las animaciones que se realizan dentro de la aplicación.



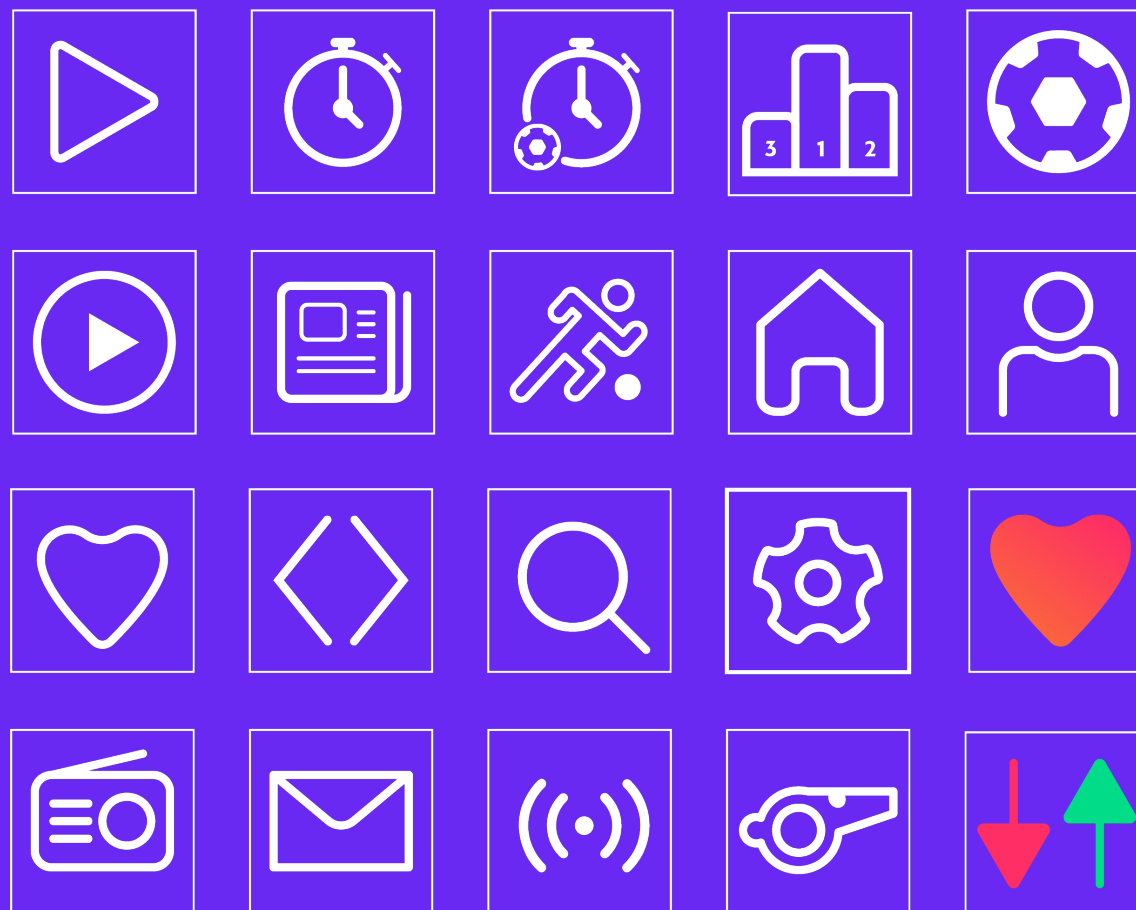
10 mm



# 4.3.3 ICONOGRAFÍA FUTBOLEC

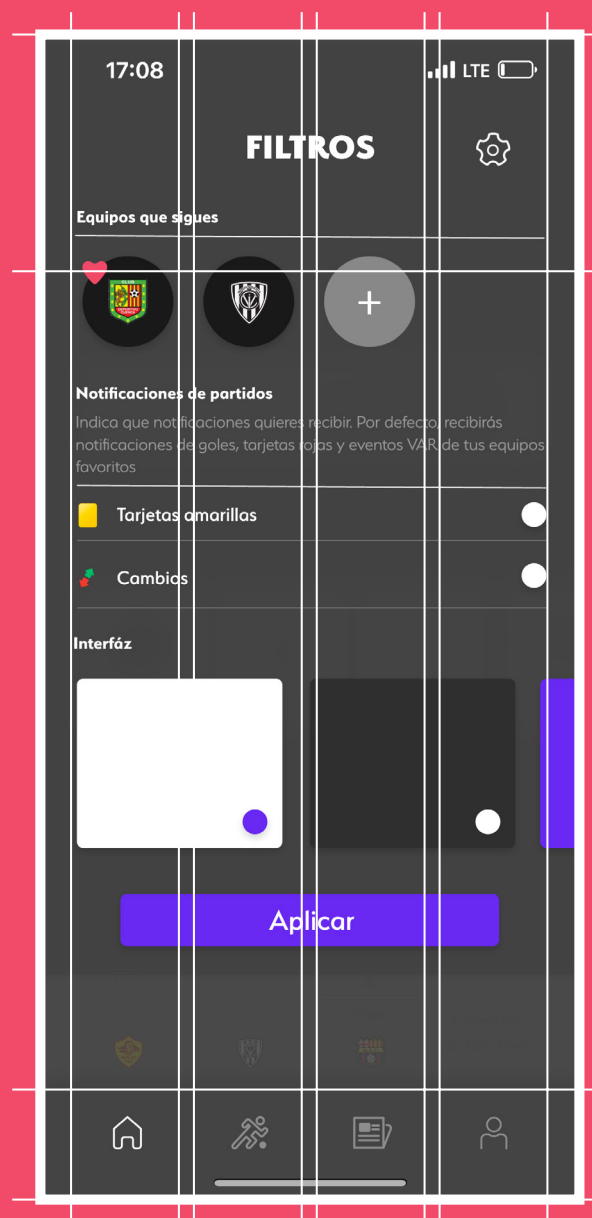
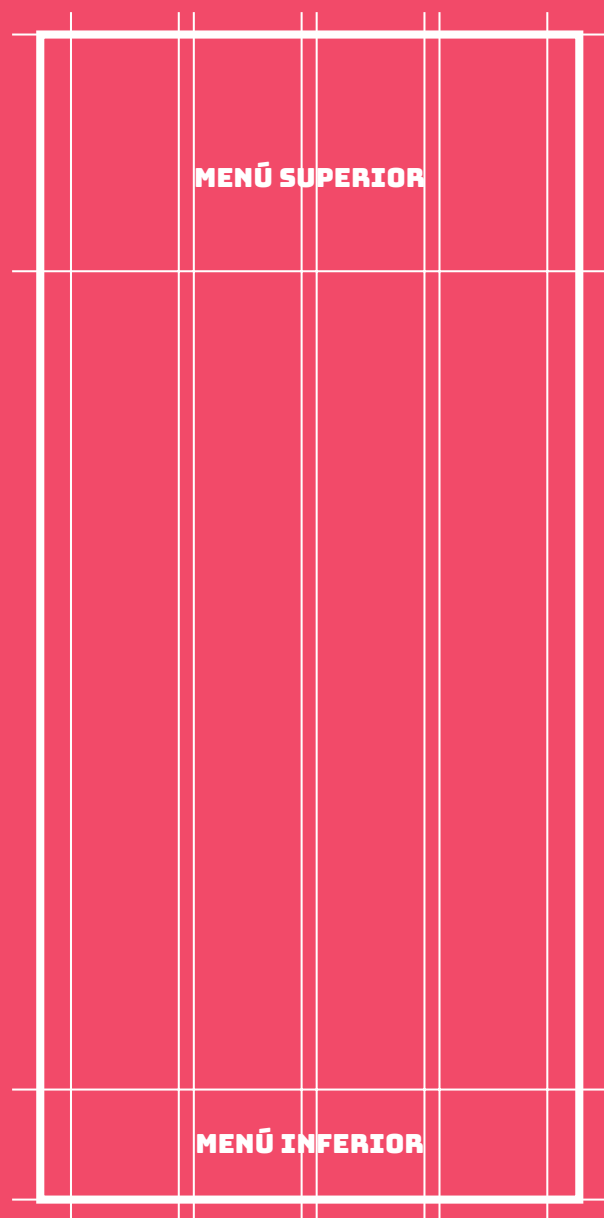
Se desarrolló una completa iconografía para la aplicación, manteniendo los íconos existentes en la mente del usuario, como el ícono de inicio, perfil, corazón, flechas, entre otros. También se agrega-

ron nuevos íconos que se implementarían en el menú inferior de la interfaz. Estos íconos deben ser reducidos, de fácil distinción y comprensión de su función.



# 4.3.4 RETÍCULA

Algo de suma importancia que carecía en la versión original de FutbolEc era el uso de una retícula. Esto se debía a que el diseño original de la interfaz nunca había sido elaborado por un diseñador ni se contaba con conocimientos básicos en el área. En el proceso de rediseño, se emplea una retícula de 4 columnas en la cual se integran los menús inferiores y superiores de la aplicación, brindando una estructura más ordenada y coherente.



**ANCHURA DE  
MEDIANIL** 10px

**ANCHURA DE  
COLUMNA** 87px

# 4.3.5 ÍCONOS FUTBOLEC

Se desarrollaron dos íconos para la aplicación. Con la evolución del software de iOS, el usuario ahora puede elegir el ícono que más le llame la atención. Ninguno de los íconos se aleja de la identidad visual de la aplicación y ambos representan el nuevo rediseño que FutbolEc ha logrado.





A través de la arquitectura de la información y antes de empezar a desarrollar la aplicación se diseña el diagrama de flujo tomando en cuenta todos los recorridos de los usuarios y las características que ofrece la aplicación.

## 4.3.6 DIAGRAMA DE FLUJO



ה  
ס  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה

ה  
ס  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה  
ה

# 4.3.7 PANTALLAS FINALES

Una vez entendido el sistema gráfico y la arquitectura de la información de FutbolEc, presento las pantallas finales de la aplicación con una breve descripción de su funcionalidad y las características que ofrecen al usuario.

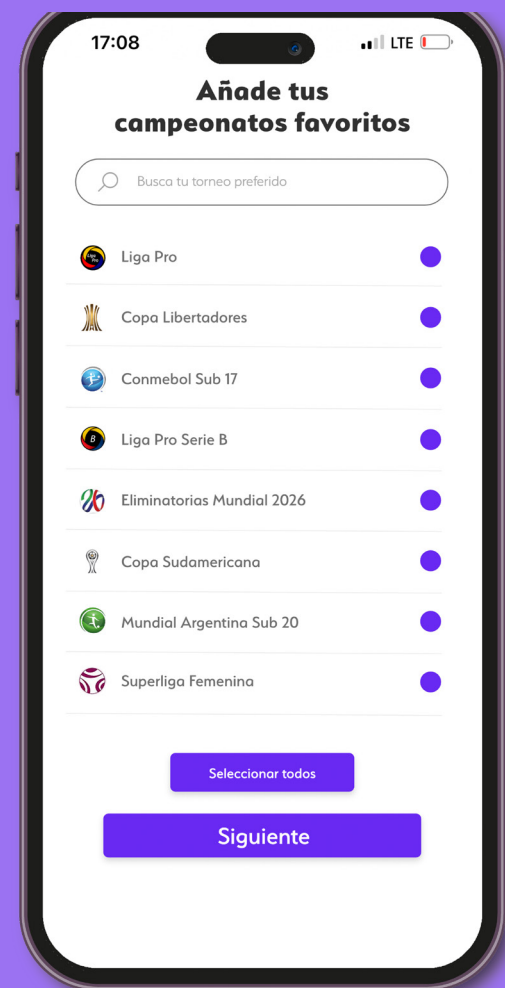
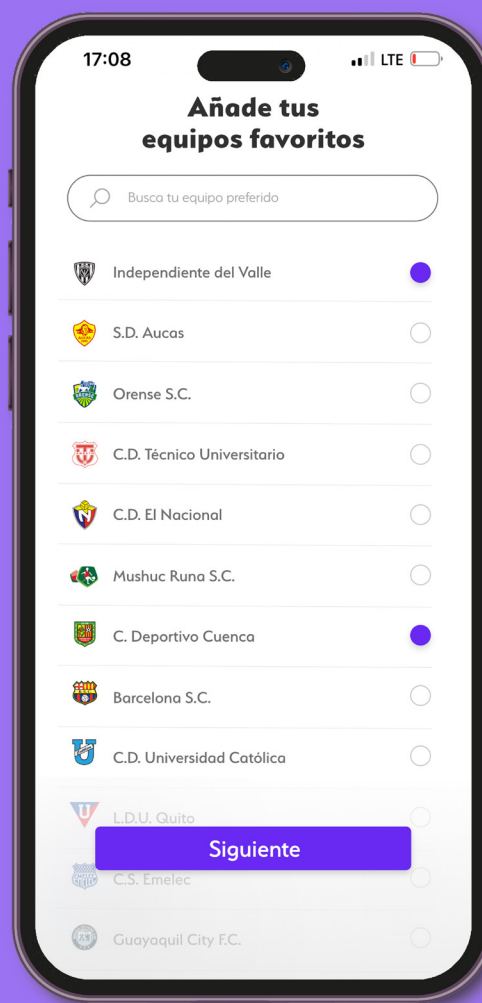




## PANTALLA INICIO DE SESIÓN

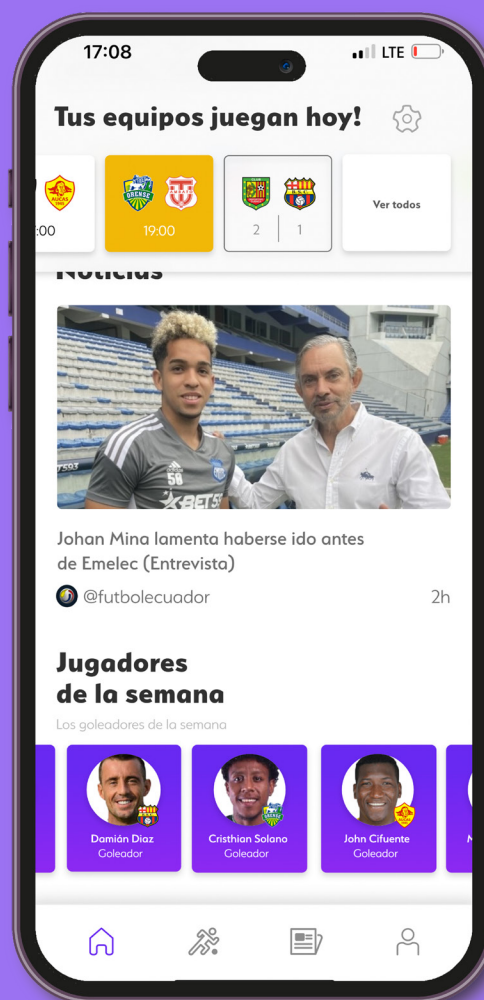
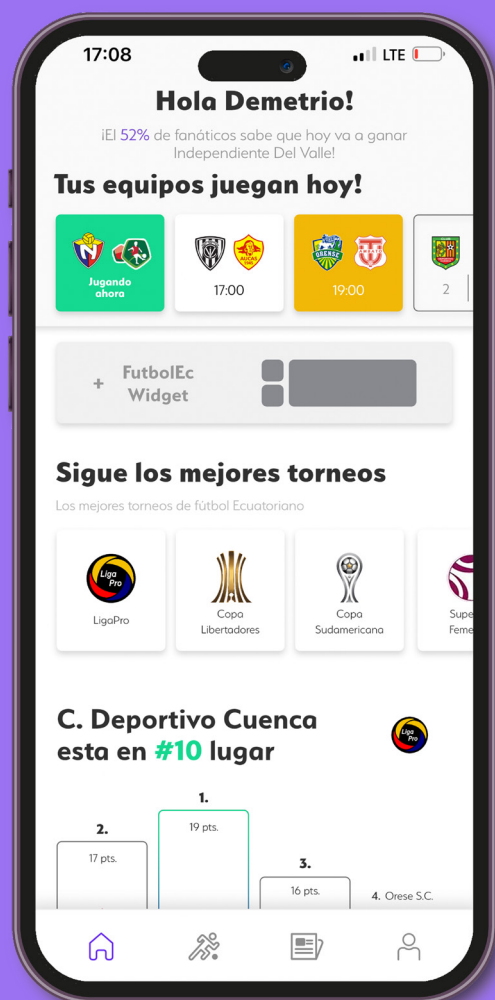
La aplicación inicia con una pantalla de carga, después le usuario decide a través de cual cuenta decide iniciar sesión para poder utilizar FutbolEc





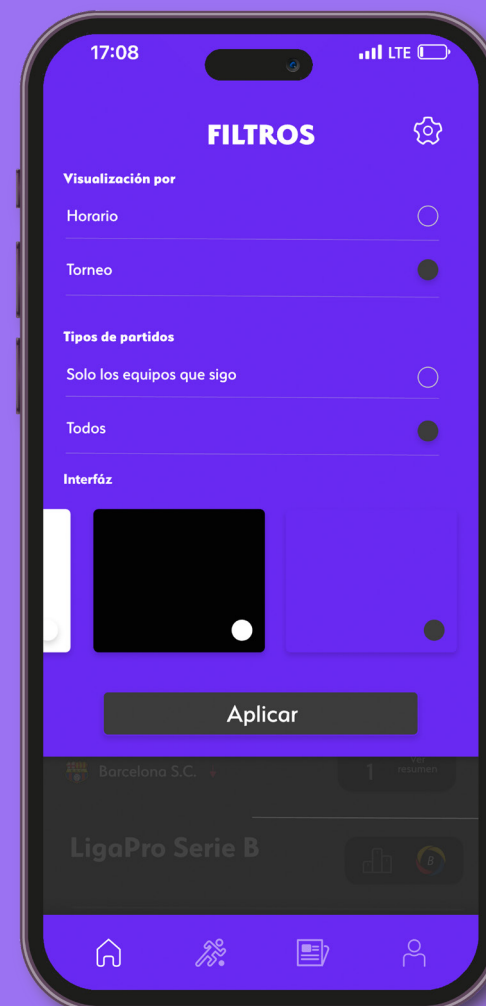
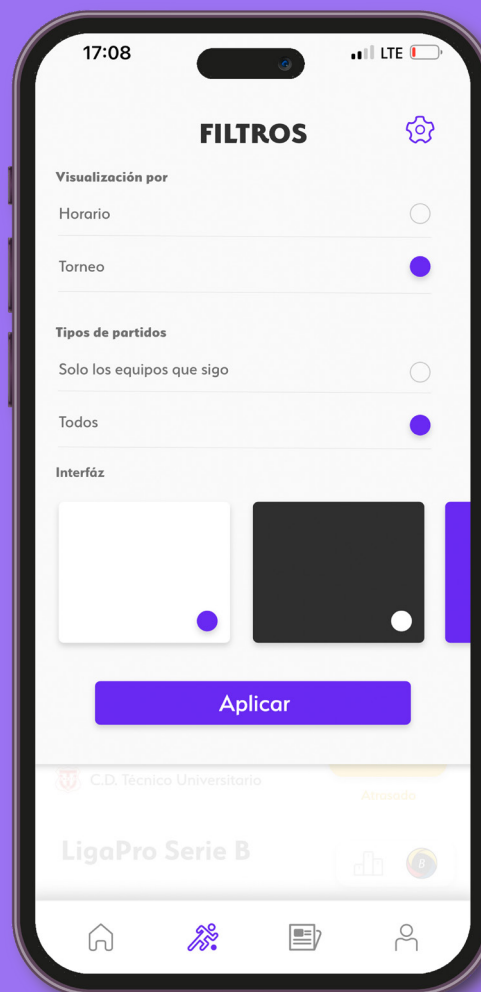
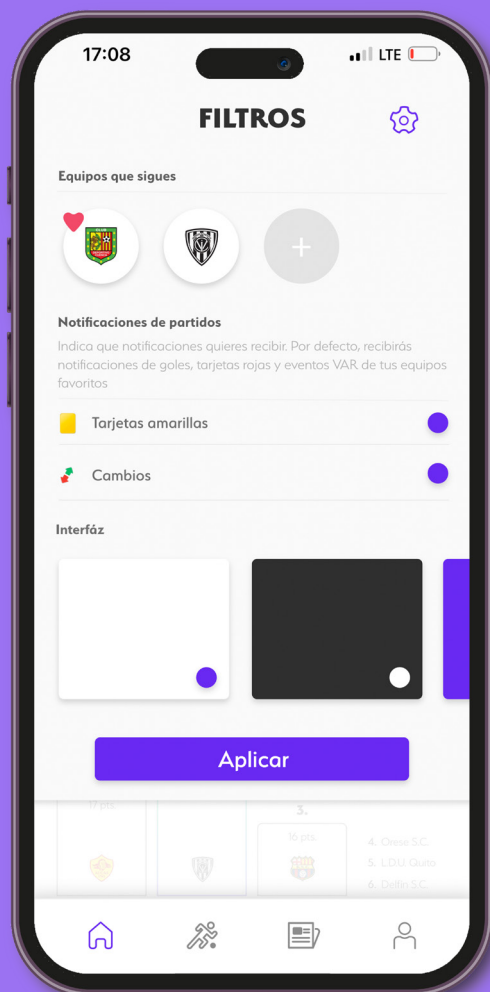
## CREACIÓN DE USUARIO

Una vez dentro de la aplicación el usuario debe escoger sus equipos y torneos favoritos, además de aceptar los términos y condiciones de la app, si el usuario no está entrando por primera vez a la app, este es dirigido al menú principal.



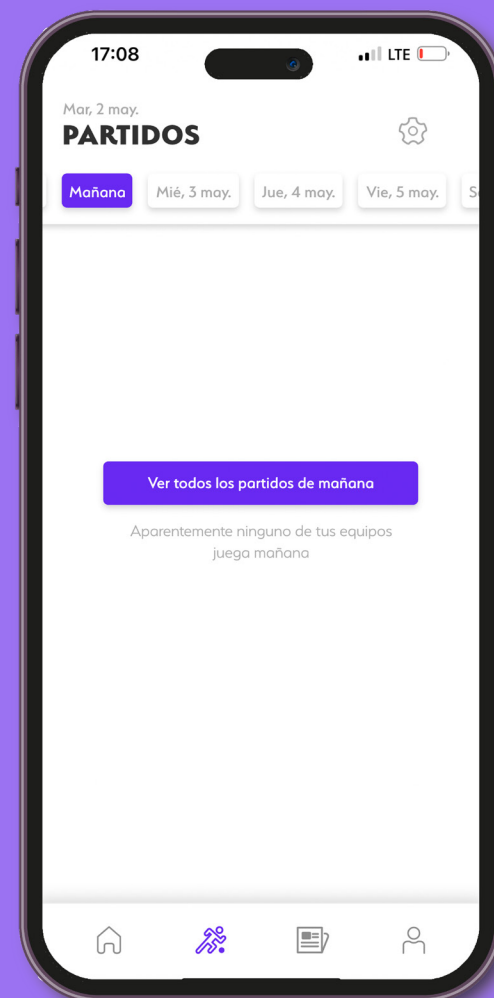
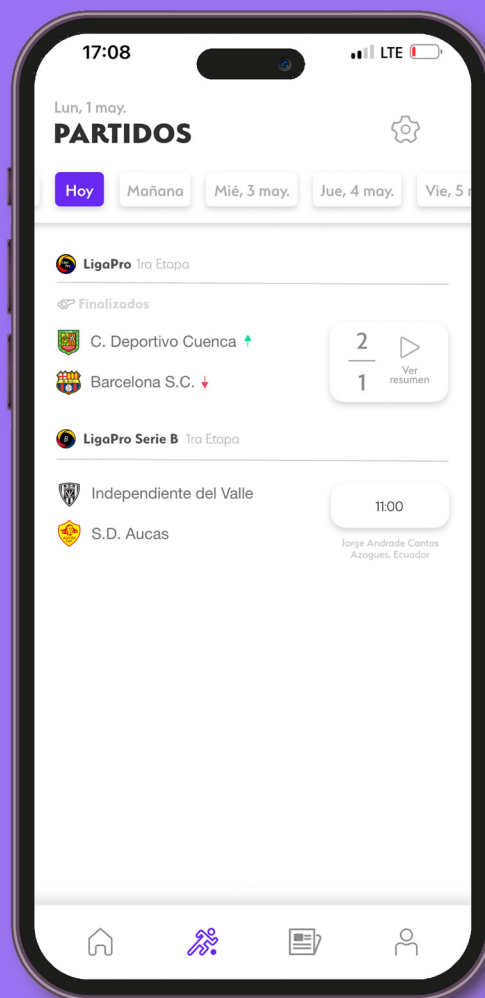
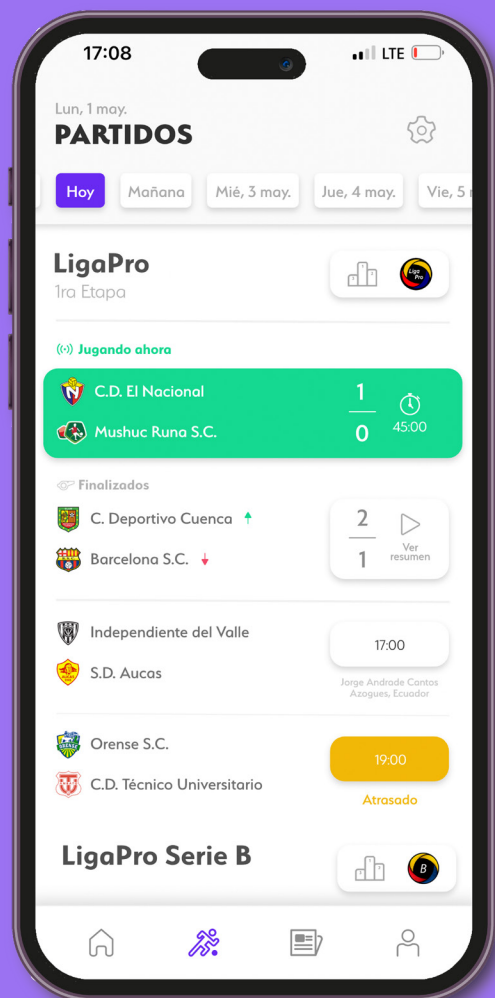
## MENÚ PRINCIPAL

En el menú principal se presenta un resumen y un punto de acceso en FutbolEc. Encontramos los partidos del día, una pestaña que muestra cómo instalar el widget de FutbolEc, torneos, tablas de posiciones, equipos, noticias relevantes y los jugadores de la semana. Podemos observar la rueda de filtros en el menú superior y el menú inferior de la aplicación. Estos elementos son estáticos al desplazarse por la app.



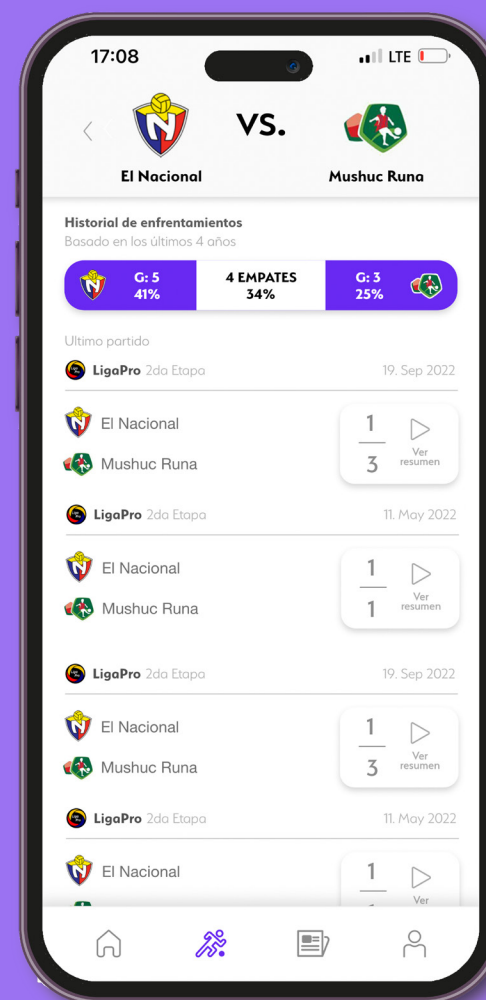
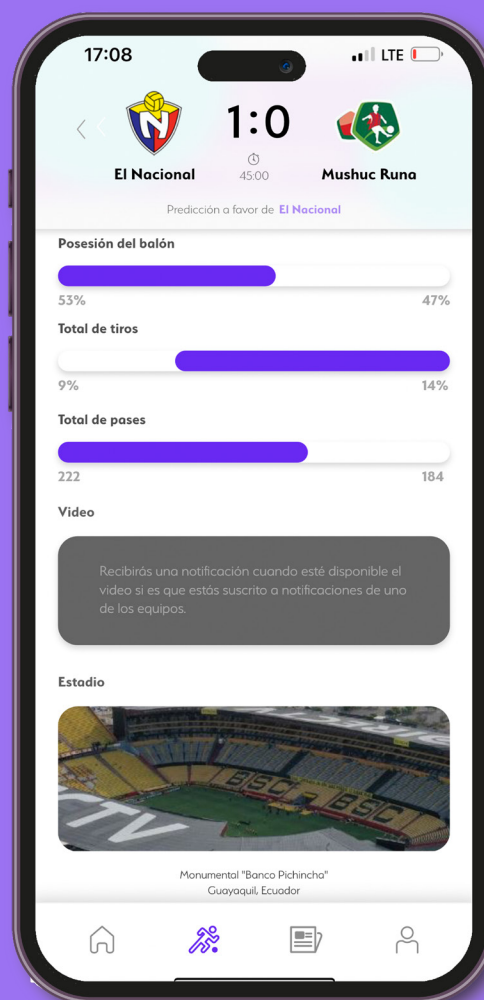
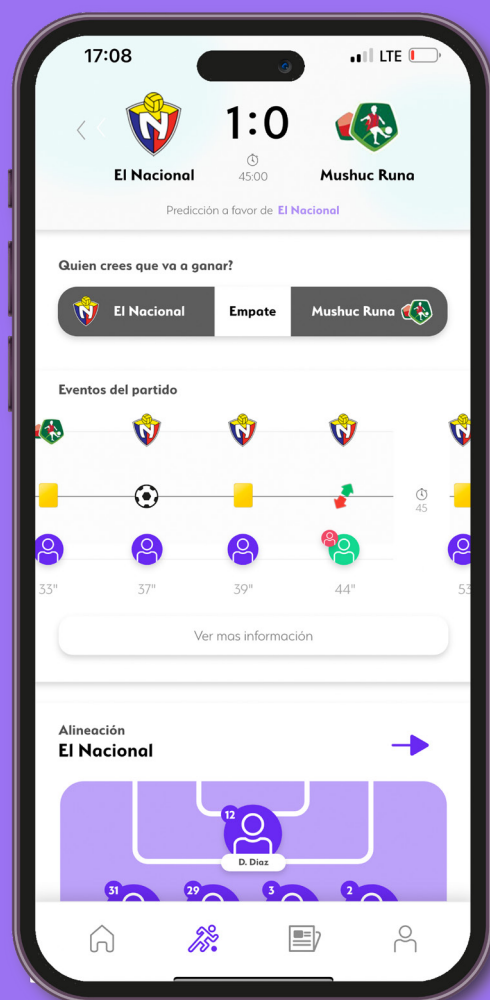
## FILTROS

Algo llamativo es que dentro de los filtros el usuario puede cambiar el modo en que la interfaz se presenta (modo claro, oscuro y sport) además de elegir que partidos quiere visualizar (en caso de no interesarle la liga femenina o la Serie B) y puede decidir que notificaciones quiere recibir.



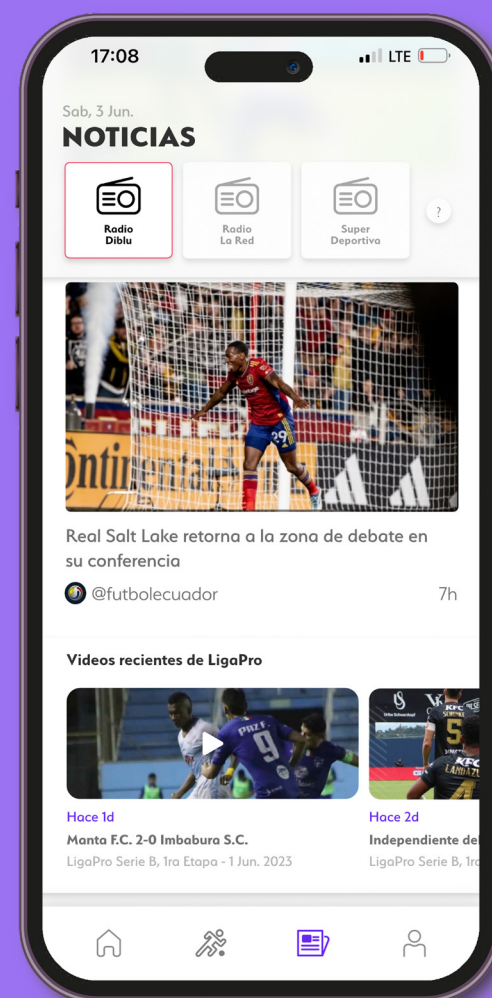
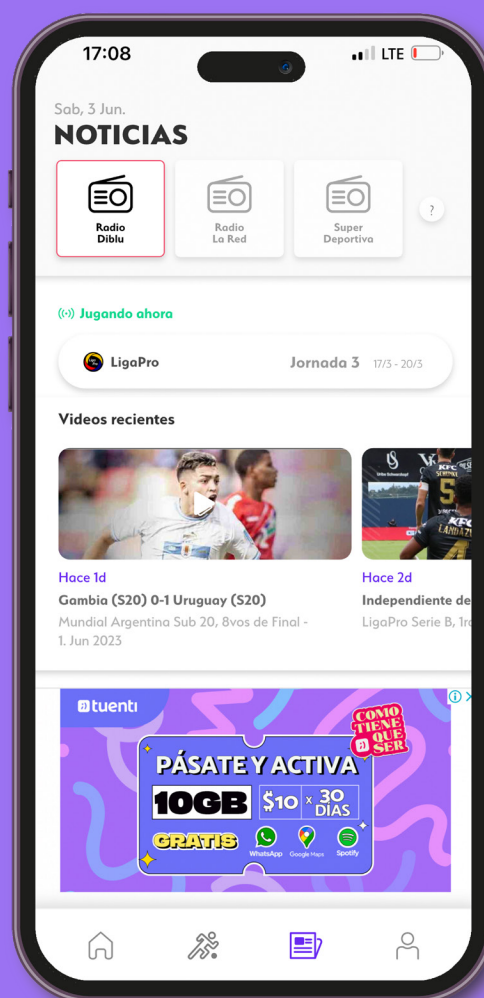
## PESTAÑA DE PARTIDOS

Los filtros van de la mano de la pestaña de partidos pues es donde más se van a resaltar los ajustes realizados, dentro de la pestaña de partidos tenemos señalados los partidos finalizados con un contorno, los partidos que se están jugando al momento con verde y los atrasados con amarillo, en el menú superior el usuario puede deslizar y desplazarse por los días anteriores y posteriores de la semana.



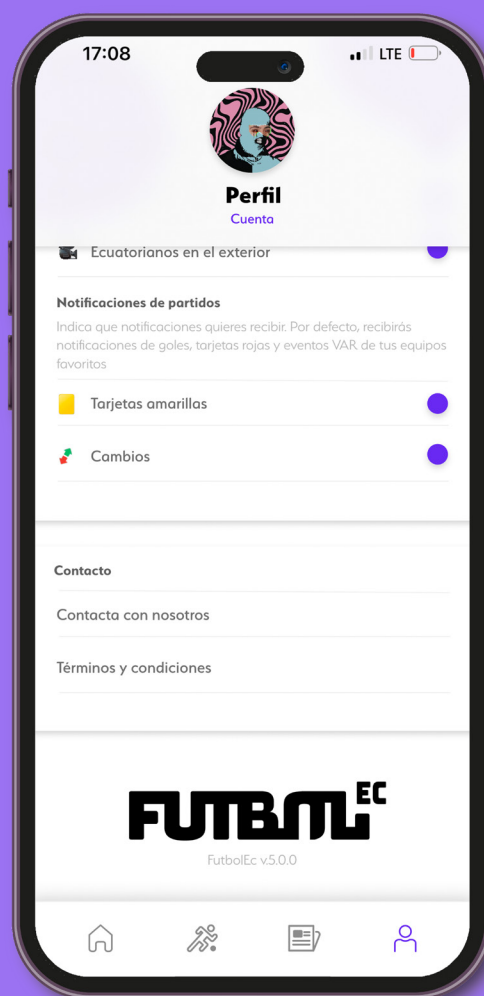
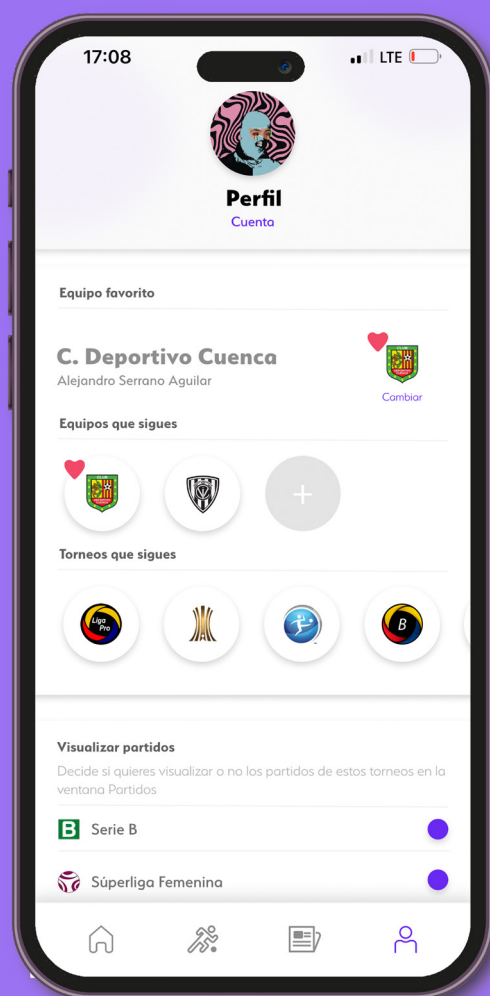
## PARTIDOS EN VIVO

Al momento de tocar un partido que se está jugando en vivo el usuario tiene acceso a: apuestas amigables, información en vivo de los acontecimientos del partido (cambios, amarillas, rojas, goles), alineaciones, estadísticas y un historial de enfrentamientos entre los equipos.



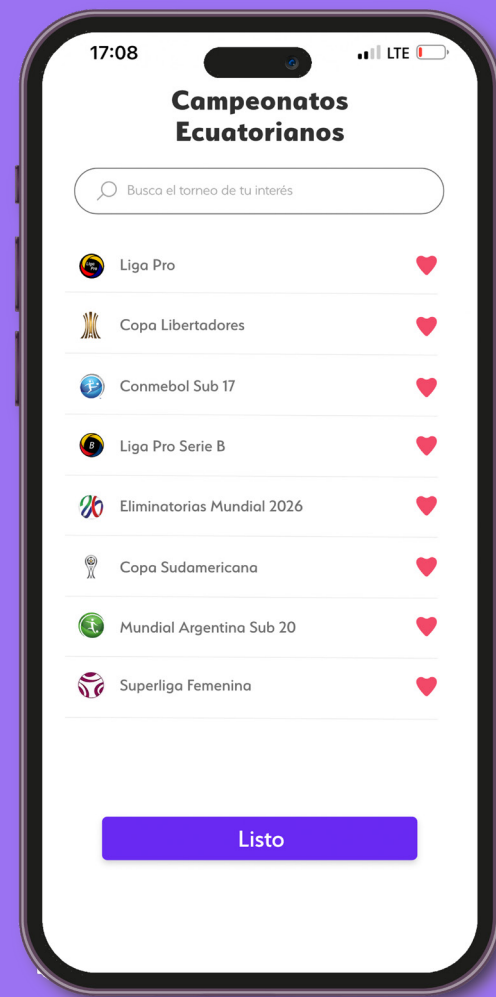
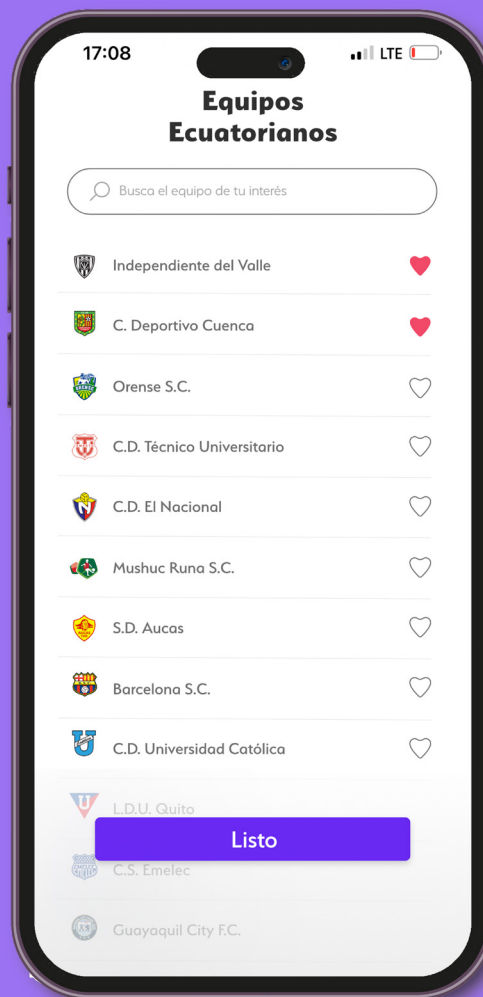
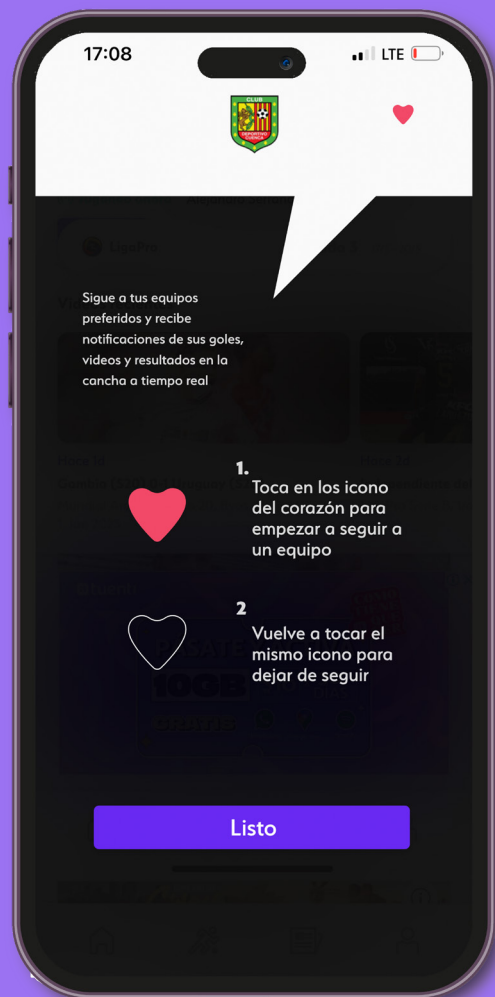
## PESTAÑA DE NOTICIAS

En la pestaña de noticias, nos encontramos con una de las características más recientes de FutbolEc: la radio en vivo. Además de enterarnos de las noticias más relevantes de los torneos y equipos que seguimos (noticias tomadas de las cuentas de Twitter), podemos escuchar la radio mientras navegamos por la app.



## PESTAÑA DE PERFIL

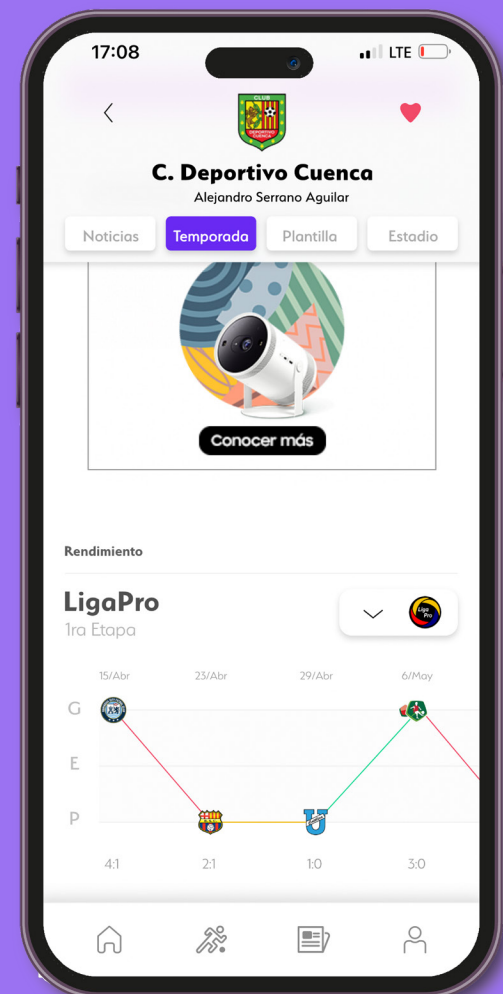
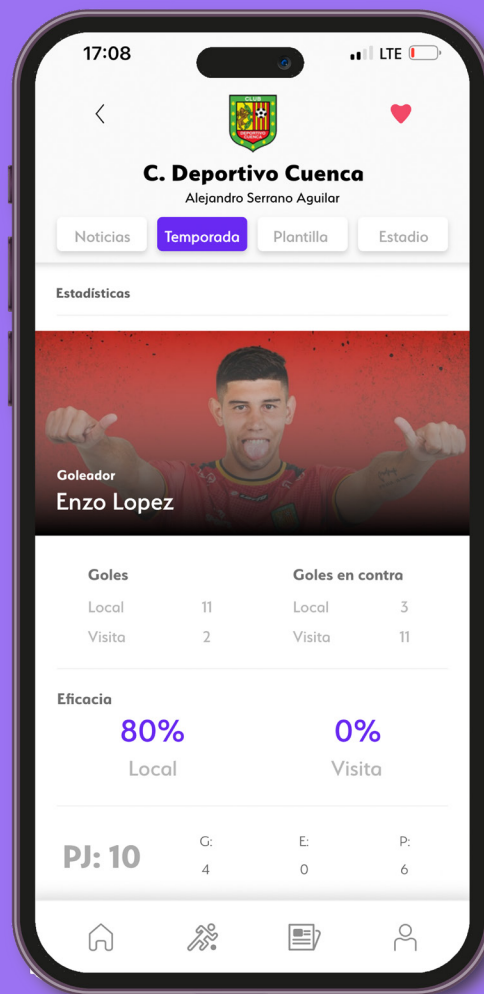
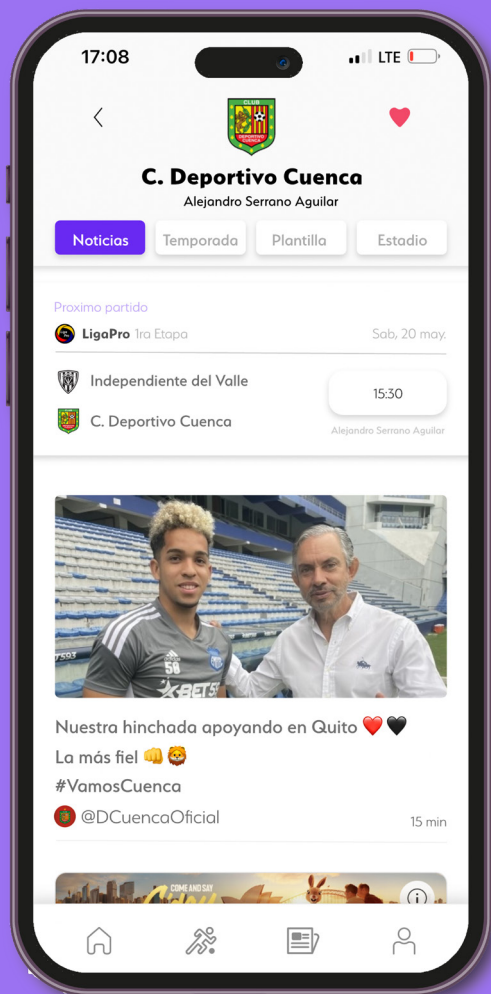
Dentro de la pestaña de perfil el usuario puede ajustar su perfil ya creado, empezar a seguir a nuevos equipos como dejar de seguirlos, seleccionar su equipo preferido, realizar ajustes de notificaciones (función también disponible en filtros) y acceder a la información de contacto de la App.



## SELECCIÓN DE EQUIPOS

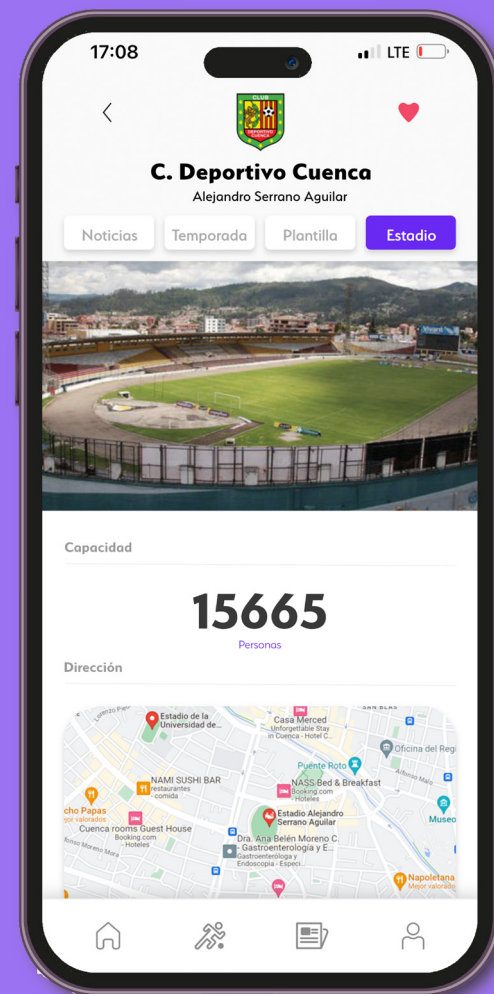
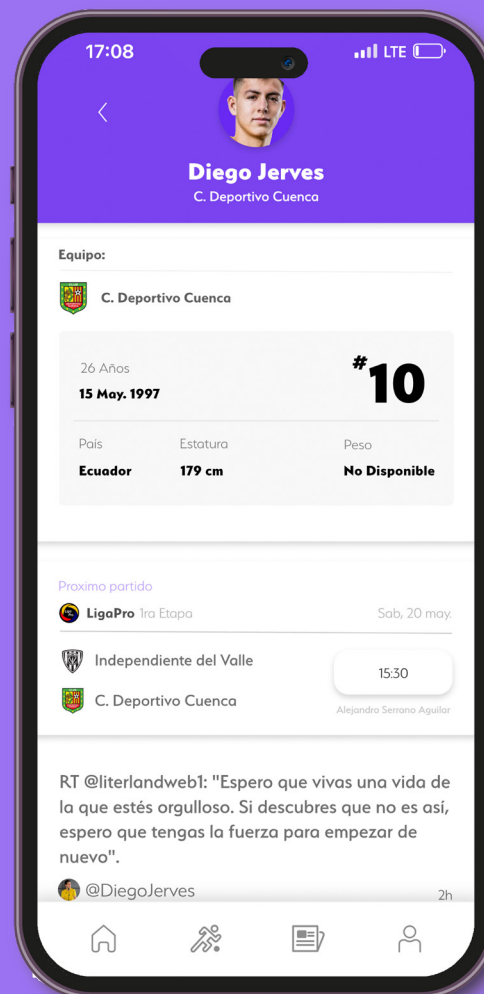
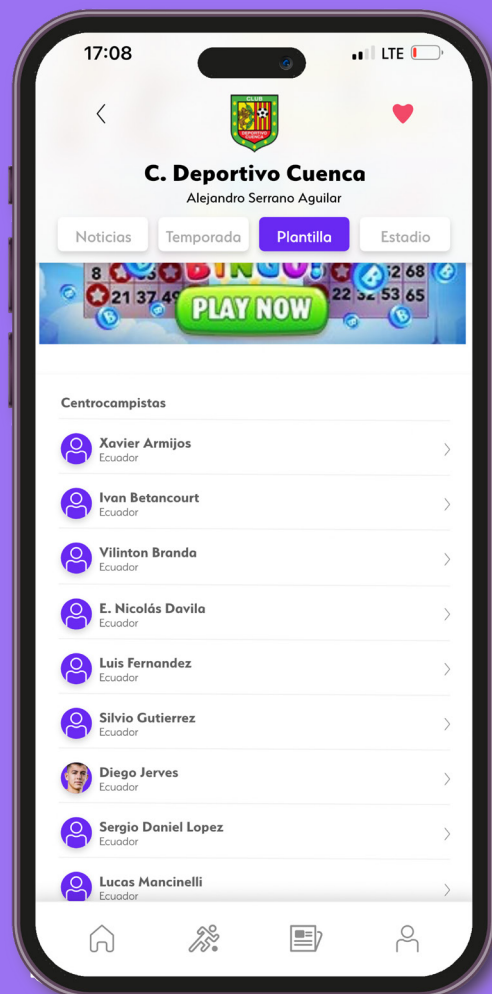
En el caso de que el usuario decida seguir a más equipos o torneos se encontraría con estas pestañas que además le indicarian como mantenerse al día con las notificaciones.





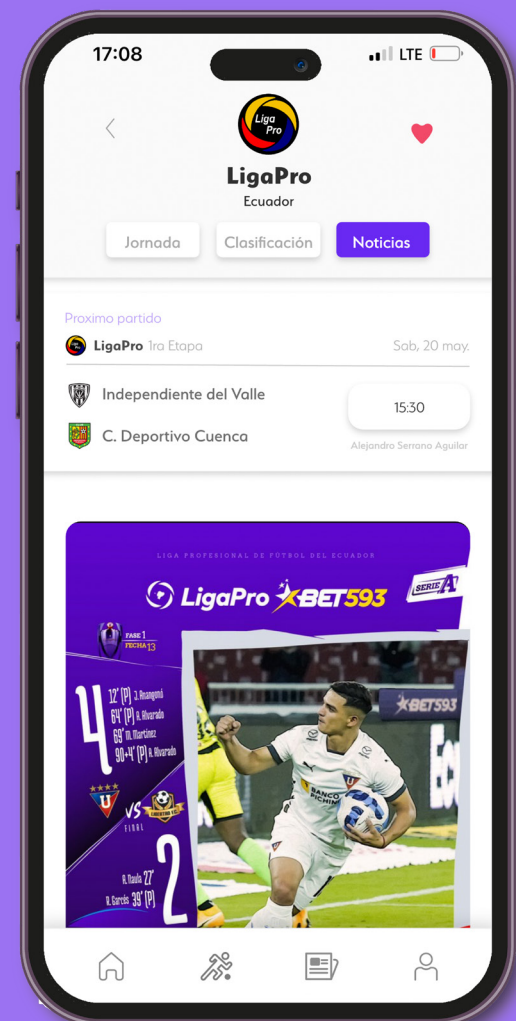
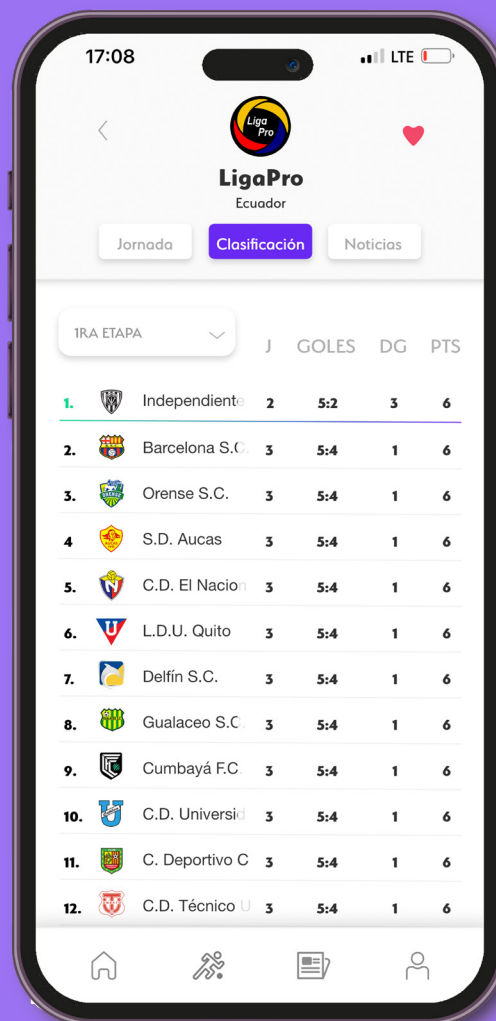
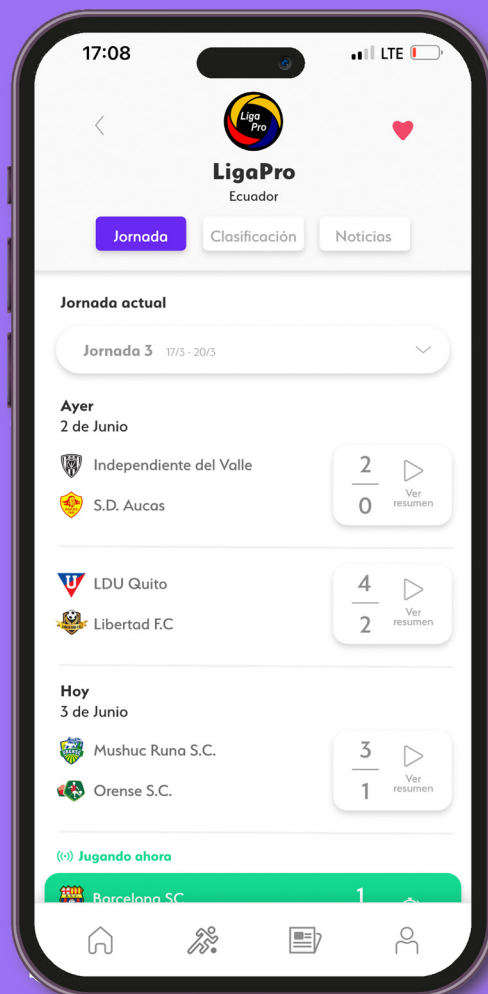
## INFORMACIÓN DE EQUIPO

Al momento de tocar cualquier ícono de equipo el usuario puede observar su: trayectoria, noticias, plantilla y estadio.



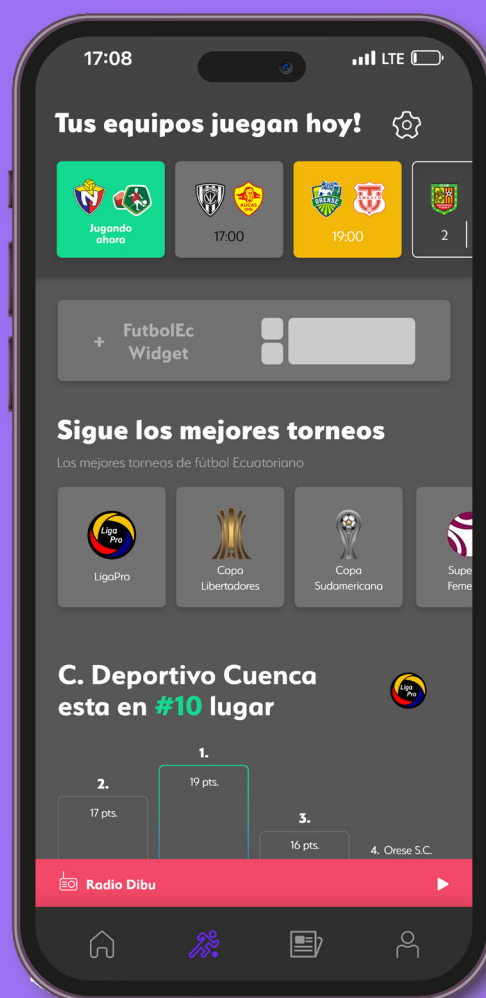
## INFORMACIÓN DE EQUIPO

Dentro de la plantilla y en distintos lugares, como la alineación, la plantilla o los jugadores de la semana, podemos acceder a más información acerca de cada jugador en particular (número que utiliza, peso, altura, edad, etc.). Esta interacción se realiza al tocar la foto del jugador.



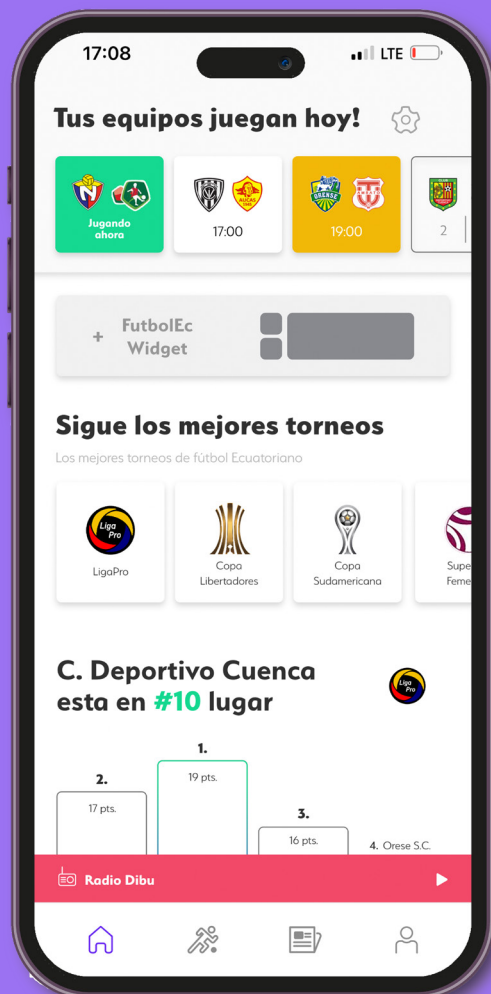
## INFOMRACIÓN DE TORNEO

De igual manera, al tocar en cualquier parte el icono de un torneo, accedemos a la información del mismo (jornada, clasificación y noticias). Podemos observar los partidos próximos a jugarse, las tablas de posiciones y las noticias de Twitter.



## VARIACIÓN DE INTERFÁZ

Dentro del menú de ajustes, puedo cambiar el color de la interfaz según mis preferencias para observar la información. Tengo la opción de elegir entre el modo claro, el modo oscuro y un modo morado que representa los colores de la App. Gracias al software de iOS, el color de la interfaz cambia automáticamente según la hora del día.

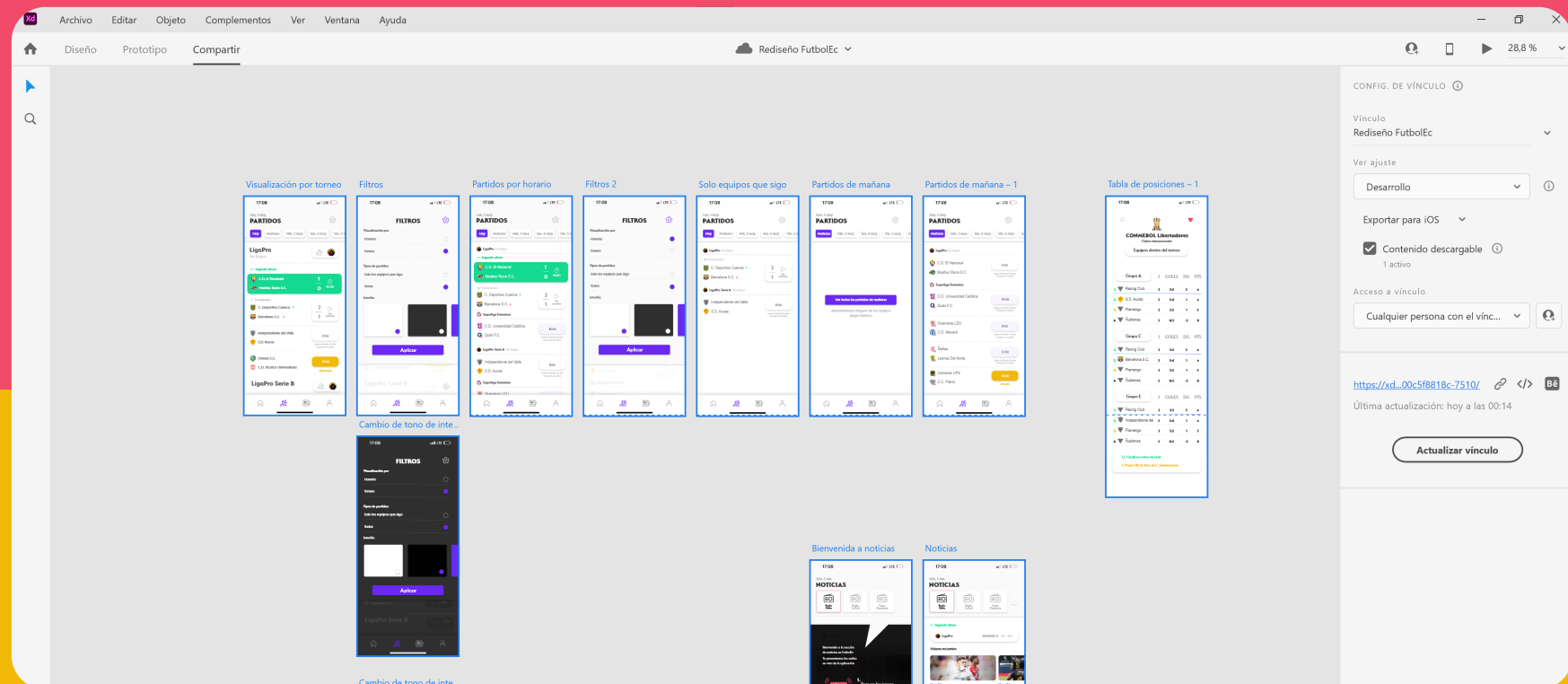


## PESTAÑAS EXTRA

Cuando el usuario tenga la radio activa, cuando el usuario activa los widgets (modo nocturno) y cuando ha sucedido un error de conexión en la app.

# 4.4.1 MAQUETADO Y VERSIÓN BETA

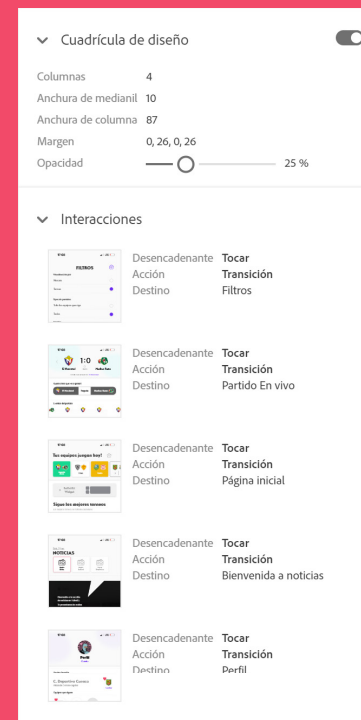
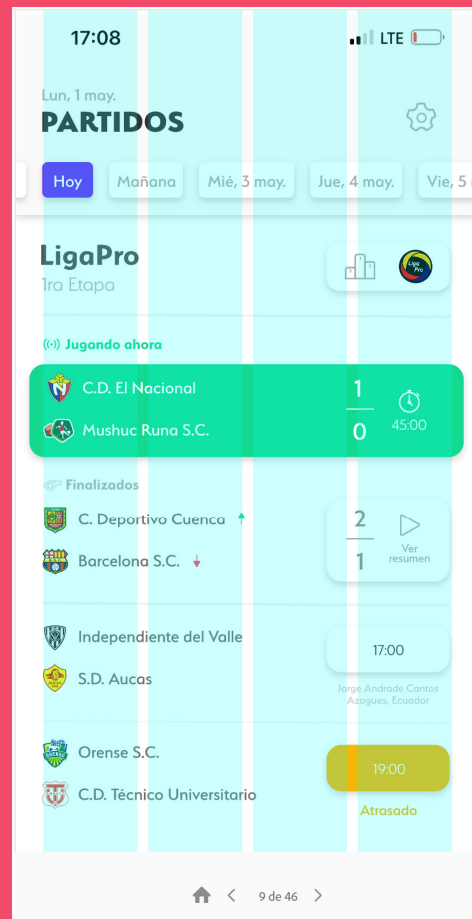
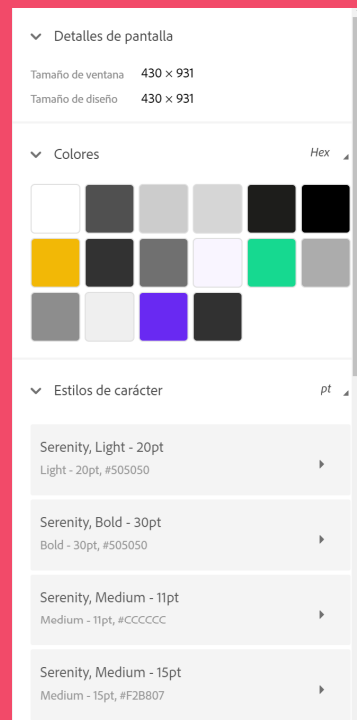
La aplicación se desarrolló utilizando el software Adobe XD debido a las funcionalidades que este software ofrece. A través del enlace disponible en esta página o mediante el código QR, tanto desarrolladores, profesores, alumnos, etc., pueden revisar el trabajo logrado en el rediseño de FutbolEc. Esta es una versión BETA y actualmente se está trabajando en la aplicación para poder actualizar el rediseño en la AppStore en el futuro, de manera que los usuarios puedan disfrutar de sus funciones. Por el momento, la aplicación se presenta a través de Adobe XD y puede visualizarse tanto en dispositivos móviles como en la web.



Además de poder visualizar e interactuar con la aplicación, el software permite establecer una conexión directa con el desarrollador. Este último puede exami-

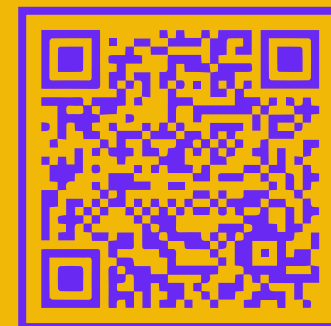
nar cuidadosamente cada pantalla, los colores, la cuadrícula, las tipografías, las interacciones y los elementos presentes en cada pantalla. Asimismo, el desa-

rollador tiene la posibilidad de realizar comentarios y descargar los elementos directamente desde la demostración web.



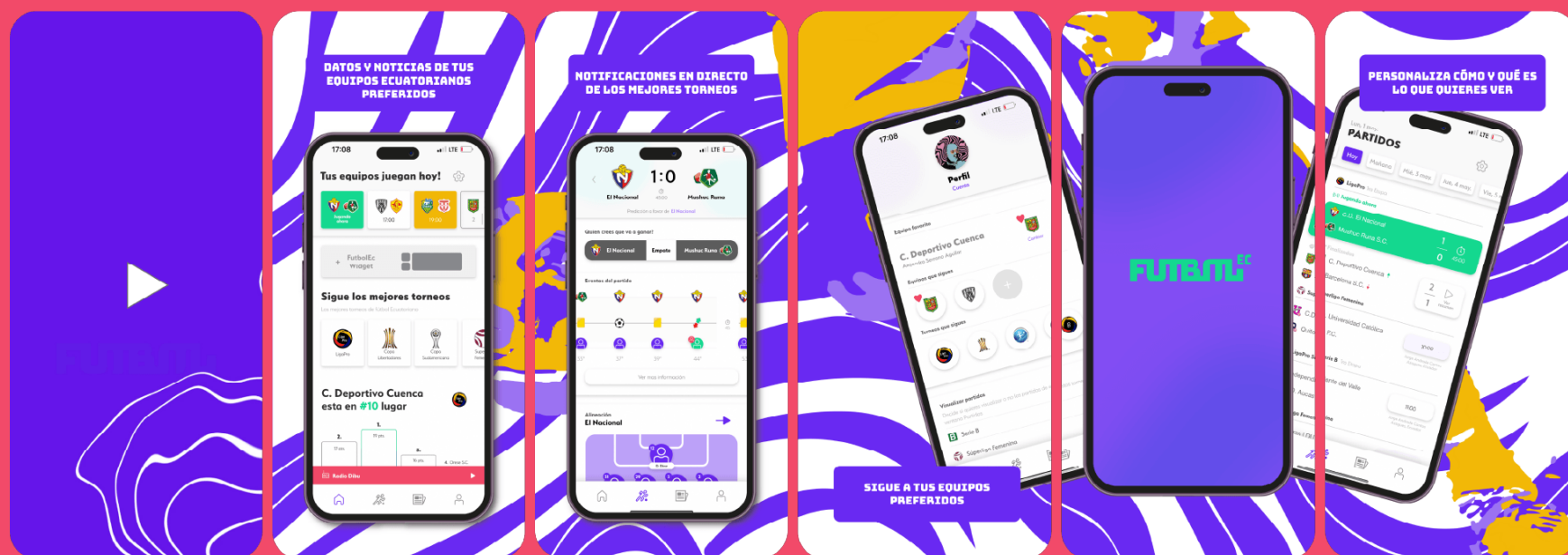
# LINK/ QR

<https://xd.adobe.com/view/2043f2cb-2902-4e53-a9de-1e00c5f8818c-7510/>



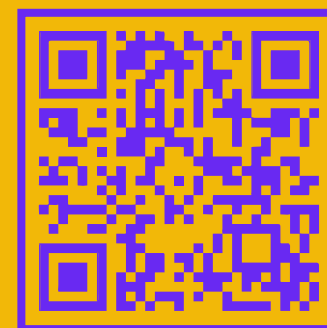
# 4.4.2 VIDEO Y ARTES PROMOCIONALES

Se ha desarrollado un video promocional corto y artes en formato vertical, pensando en nuevos formatos como TikToks, Reels, etc. A través de este código QR o enlace, se puede acceder al video.



**LINK/  
QR**

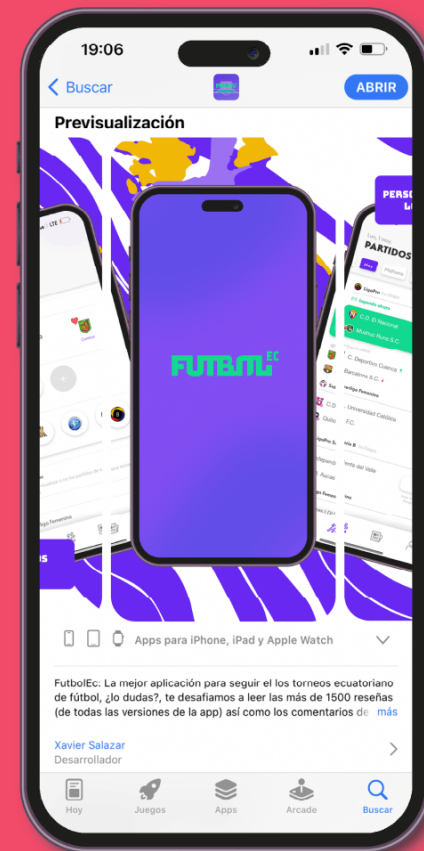
<https://www.youtube.com/shorts/tfPX-vwq4zX8>





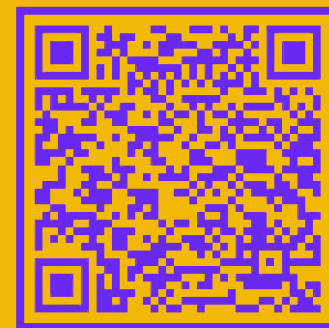
# 4.4.3 APPSTORE

Se ha realizado un maquetado de cómo se previsualiza la aplicación dentro de la App Store, con el mismo video promocional y los mismos artes previamente presentados. Estos artes representan la manera en la que la marca puede promocionarse a través de distintos medios digitales. Se puede previsualizar a través del código QR o enlace.



# LINK/ QR

<https://xd.adobe.com/view/533dd987-305d-4fb7-a621-ca969d-70bab3-066e/?fullscreen>



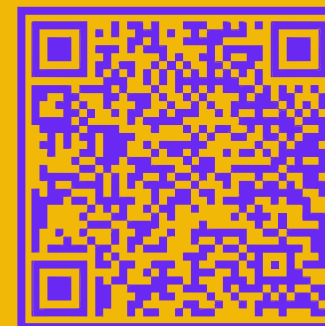
# 4.4.4 MANUAL DE MARCA

Con todos los parámetros anteriormente presentada, se ha realizado un manual de marca para FutbolEc, representando toda la identidad visual creada para la aplicación, sus usos correctos e incorrectos, su aplicación a formatos promocionales digitales y físicos. De igual manera, se ha demostrado el trabajo realizado para generar una identidad sólida a la aplicación y destacar en el mercado. A través de este código QR o enlace, se puede acceder al manual.



**LINK/  
QR**

<https://drive.google.com/drive/folders/1pLmD4St8hvwjCjL2mgVPK3rshwtacKf?usp=sharing>





# 4.4.5 APPLE WATCH

FutbolEc mantiene sus funcionalidades y características en el Apple Watch. La identidad de marca de la aplicación se traslada en forma de notificaciones recibidas en el reloj.



# 4.4.6 APLICACIÓN FÍSICA

El rediseño de la aplicación móvil permite que la marca se mantenga no solamente a través de medios digitales, sino también a través de medios físicos/impresos, como por ejemplo en gorras, fundas para el celular, etc.





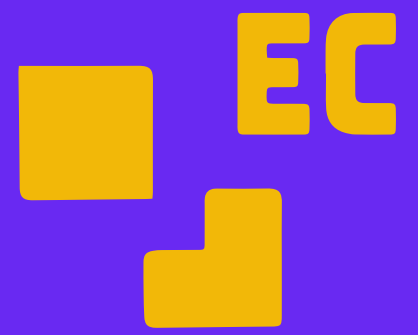
# CONCLUSIÓN

En esta fase se concretaron todas las ideas propuestas en el anterior capítulo, se tomó en cuenta cada apartado, tipografía, cromática, estética, constancia, etc. Para realizar una aplicación fácil de utilizar, moderna y lograr un rediseño amigable para usuarios nuevos como antiguos, además se consiguió una relación eficaz entre el logotipo (identidad visual) y la interfaz móvil.

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט

ה  
ו  
ז  
ח  
ט  
י  
יא  
יב  
יג  
יד  
טו  
טז  
יז  
יח  
יט  
כ  
כא  
כב  
כג  
כד  
כה  
כו  
כז  
כח  
כט  
ל  
לא  
לב  
לג  
לד  
לה  
לו  
לז  
לח  
לט  
מ  
מא  
מב  
מג  
מד  
מה  
מו  
מז  
מח  
מט  
נ  
נא  
נב  
נג  
נד  
נה  
נו  
נז  
נח  
נט  
ס  
סא  
סב  
סג  
סד  
סה  
סו  
סז  
סח  
סט  
ע  
עא  
עב  
עג  
עד  
עה  
עו  
עז  
עח  
עט  
פ  
פא  
פב  
פג  
פד  
פה  
פו  
פז  
פח  
פט  
צ  
צא  
צב  
צג  
צד  
צה  
צו  
צז  
צח  
צט  
ק  
קא  
קב  
קג  
קד  
קה  
קו  
קז  
קח  
קט  
ר  
רא  
רב  
רג  
רד  
רה  
רו  
רז  
רח  
רט  
ש  
שא  
שב  
שג  
שד  
שה  
שו  
שז  
שח  
שט  
ת  
תא  
תב  
תג  
תד  
תה  
תו  
תז  
תח  
תט





**CAPÍTULO**  
**VALIDACIÓN**

# SECE

# 5.1 INTERFÁZ MOVIL

Se probó la interfaz gráfica con el desarrollador, usuarios no frecuentes y usuarios frecuentes de la aplicación, dentro de un rango de edad de 18 a 50 años. Todos los usuarios fueron introducidos a la aplicación, sus funcionalidades y luego se realizó una observación encubierta a través de la grabación de pantalla del celular.

## RESULTADOS

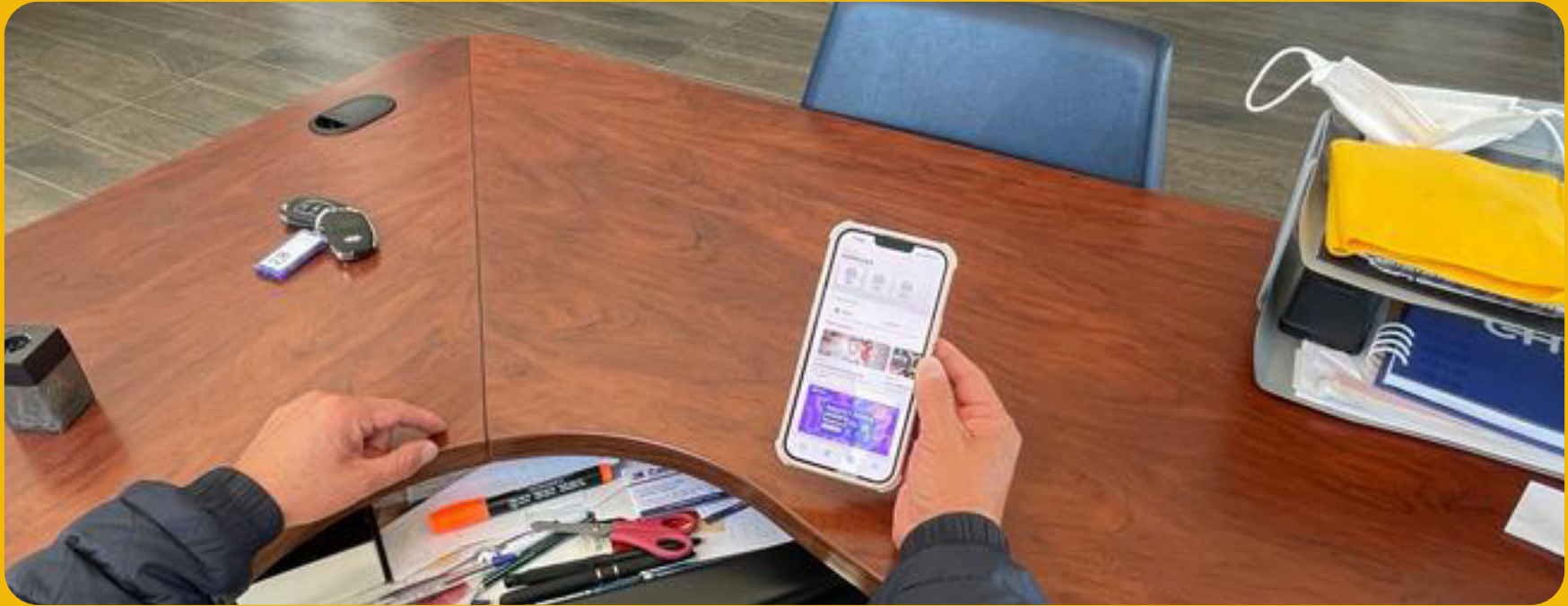
- Si bien la aplicación cumple con su prometido, los usuarios se estancaban al darse cuenta de que era una versión beta y no podían interactuar con la variedad de partidos y equipos.
- El registro de usuario fue intuitivo y fácil de usar.
- Las ilustraciones fueron más complicadas de entender para los usuarios de mayor edad.
- La organización de los partidos se entendió bien para todos los usuarios, se relacionaron bien con el botón de filtros y pudieron decidir qué querían ver y qué no dentro de la interfaz.
- El modo preferido por los usuarios adultos fue el blanco, por el desarrollador fue el negro y por el público joven fue el sport.
- Los usuarios destacaron que la pestaña de perfil facilita la forma en que siguen equipos, torneos y realizan ajustes.
- La radio en vivo fue más percibida y fue uno de los botones con los que más interactuaron los usuarios, deseando que funcionara.

## RECOMENDACIONES

- Reducir los tamaños de los menús superiores cuando el usuario se desplaza hacia abajo para una mejor visibilidad de la pantalla.
- Se recomienda añadir sonidos a la interacción con los botones.
- Incluir una alerta acerca del uso del botón de filtros.

Los usuarios interactuaron con la aplicación sin una guía y con la pantalla grabándose. Al finalizar, se realizaron unas preguntas seguidas de la observación de la grabación para así observar dónde los

usuarios se quedaron estancados, qué les gustó más y se les realizaron preguntas respecto al rediseño y su percepción del mismo.



# 5.2 VERSIÓN BETA

El desarrollador tiene acceso a la versión beta y puede descargar y observar minuciosamente cada pantalla, sus colores, elementos, retículas, etc.

## RESULTADOS

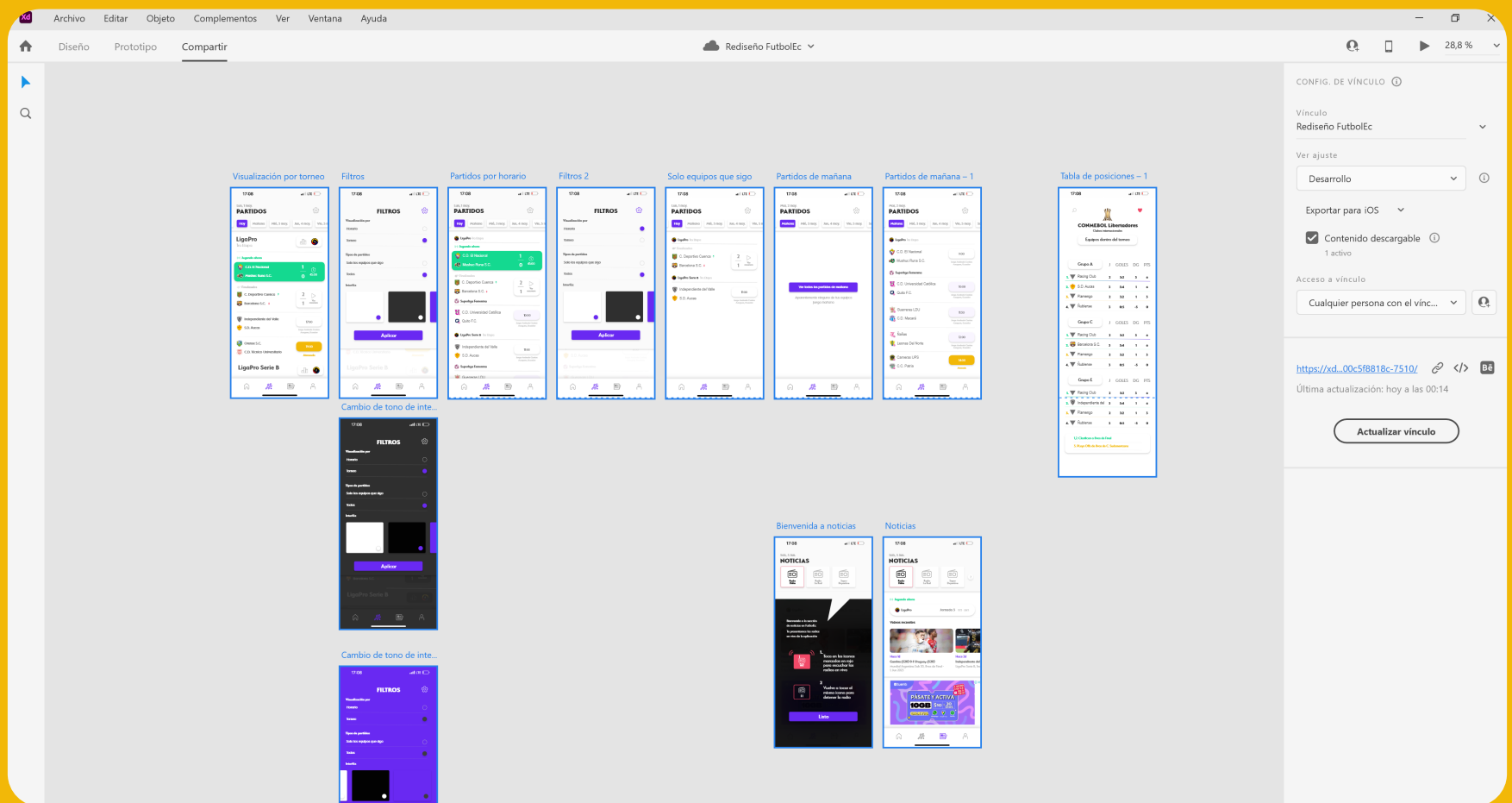
- El proceso de desarrollo de una aplicación es más tardado que el de un rediseño. El desarrollador utiliza el lenguaje de programación llamado Xcode y puede realizar a su ritmo el rediseño de la aplicación sin necesidad de estar siempre en contacto con el diseñador.
- El desarrollador puede observar a través de la web generada por Adobe XD la vista de flujo y cómo reacciona la interfaz al tocar cualquier botón o elemento.
- Los artes diseñados para la App Store, al igual que el video promocional, son elementos que ayudan al desarrollador a generar una identidad para la App, ya que no tiene que preocuparse por su promoción.
- El desarrollador tiene acceso cuando lo desee a la interfaz y sus componentes rediseñados.

## RECOMENDACIONES

- El enlace siempre debe funcionar para mayor comodidad del desarrollador.
- En caso de existir algún fallo con el software y el enlace, siempre es preferible que el diseñador tenga una copia de la interfaz del rediseño.
- En caso de algún malentendido respecto al flujo de la interfaz o elemento gráfico, siempre es recomendable una consulta entre el diseñador y el desarrollador.
- En caso de requerir nuevas pantallas para nuevas características de la app, la interfaz se debe mantener actualizada.

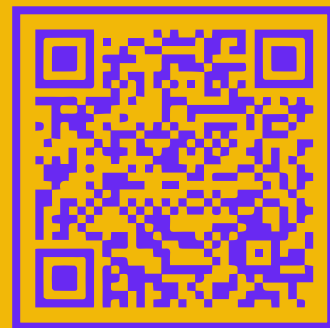
La versión Beta se presentó en la página 118. Es un enlace existente al cual cualquier persona puede acceder desde cualquier dispositivo y visualizar los resultados logrados en el rediseño de

FutbolEc. Eventualmente, con el tiempo, la aplicación lanzará su rediseño oficial.



**LINK/  
QR**

<https://xd.adobe.com/view/2043f2cb-2902-4e53-a9de-1e00c5f8818c-7510/>



# 5.3 MANUAL DE MARCA

En caso de la llegada de nuevas características con el avance tecnológico de los dispositivos móviles, el desarrollador siempre tendrá a mano y en formato digital un manual de marca que representa su aplicación móvil.

## RESULTADOS

- Se ha definido a FutbolEc con una identidad de marca única. No existe competencia alguna con sus características, colores o arquitectura de la información.
- El desarrollador conoce el uso correcto e incorrecto de la marca, lo que le ayuda a evitar generar confusión a sus usuarios al realizar promociones, actualizaciones o incluso productos de terceros relacionados con FutbolEc.
- FutbolEc ha generado su propia identidad, lo cual demuestra el cuidado y dedicación que recibe la aplicación. Los usuarios perciben modernidad, actualización y un mantenimiento dedicado.
- La marca ahora se puede aplicar a cualquier formato, ya sea promocional o no, y será reconocible para su público.

## RECOMENDACIONES

- Respetar los parámetros establecidos en el manual de marca.
- No realizar variantes de color, forma, textura, etc., para no generar confusión a los usuarios.
- Realizar una promoción constante de la aplicación a través de medios digitales y físicos.

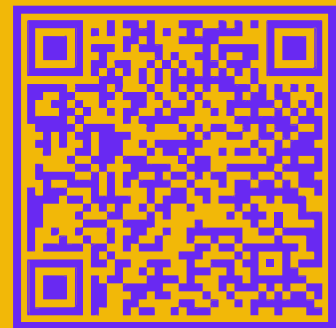
El desarrollador siempre tendrá a mano su manual de marca; sin embargo, también está disponible en línea a través del siguiente código QR o enlace. Una vez impreso, se realizó una rápida revisión

con jóvenes diseñadores para evaluar su comprensión y funcionalidad.



**LINK/  
QR**

<https://drive.google.com/drive/folders/1pLmD4St8hwwjcCjL2mgVPK3rshwtacKf?usp=sharing>







# CONCLUSIÓN

Generar completamente la identidad de una marca es un trabajo que siempre me ha apasionado. Gracias al software, se puede llevar a la realidad el rediseño de FutbolEc al ritmo que el desarrollador considere conveniente. Se ha llevado a cabo un trabajo constante y riguroso con los usuarios y sus necesidades. Se realizaron varias pruebas de usuario y evaluaciones hasta llegar al resultado final de la aplicación. El manual de marca es una representación resumida de la app y gracias a Adobe XD, todos pueden observar el trabajo realizado desde cualquier dispositivo.

Una aplicación móvil está constantemente en evolución, implementando nuevas características y funcionalidades. Estas se pueden llevar a cabo de manera más precisa en relación con el usuario gracias a la ayuda de un sistema gráfico establecido. Este es el rediseño de FutbolEc en el año 2023, pero es muy probable que en el futuro la interfaz se enfrente a otros problemas a resolver y, de esta manera, evolucione para mejorar.

# CONCLUSIONES FINALES

Para finalizar el proyecto, es importante mencionar que cada fase del mismo representó un esfuerzo y sacrificio, especialmente al haberlo realizado solo. Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, y ahora FutbolEc puede evolucionar no solo como una aplicación móvil, sino como una marca.

Me alegra y enorgullece haber podido ayudar a mi hermano, quien es el desarrollador de la app, con este riguroso trabajo, y haber logrado resultados espectaculares con el consejo y la ayuda de mis docentes y amigos cercanos. Tener en cuenta al usuario, innovar y trabajar de manera constante y centrada me ha ayudado a aprender a diseñar de manera más efectiva, empatizando y entendiendo las necesidades de distintos usuarios.

El resultado final representa todos los conocimientos que he adquirido en cuanto a software y teoría del diseño gráfico. Invito a todos a acceder al mismo a través de los códigos QR o enlaces.

# RECOMENDACIONES

Recomendaría llevar a cabo proyectos sobre temáticas que sean de tu agrado y en las que puedas desenvolverte bien. El proceso de creación de una aplicación es un proceso creativo en el que el diseñador puede plasmar sus ideas libremente, siempre y cuando se mantenga dentro de la visión del usuario.

Es crucial tener en cuenta la temática de forma rigurosa y considerar a quién va dirigido el producto que estamos diseñando, con el fin de evitar malentendidos o confusiones para el usuario final. Diseñar pensando en el usuario es diferente a diseñar pensando en uno mismo. Como diseñador, es importante estar abierto a críticas y comentarios produc-

tivos que busquen mejorar la resolución de la problemática planteada.

En cuanto al diseño, es necesario tener en cuenta las tendencias modernas de software para poder implementarlas en el diseño y utilizarlas como una ventaja. Esto hace que el proyecto sea más innovador y funcional, siempre considerando su relación con la problemática planteada y las necesidades del usuario.

Siempre es recomendable evitar el saturamiento en aplicaciones móviles. A veces, menos es más. Además, es importante tener en cuenta a usuarios de todas las edades, ya que es posible que algunos no estén tan familiarizados

con la tecnología como lo estaría una persona joven.

Por último, la única forma de comprobar si una interfaz móvil es efectiva es realizar pruebas con los propios usuarios. Ya sea a través de pruebas guiadas o no, el diseñador siempre debe comprender y observar los diferentes gestos, reacciones y movimientos que realiza el usuario al interactuar con el prototipo de interfaz, con el objetivo de mejorarla continuamente.

# BIBLIOGRAFÍA

**Allanwood, G. (2014).** User Experience Design: Creating Designs Users Really Love. London, New York: Bloomsbury Publishing Plc

**Apple. (1987).** Human Interface Guidelines: The Apple Desktop Interface. Addison Wesley Publishing Company, Inc.

**Bartels, M. (2016).** Experiencia de usuario: La importancia de UX en el desarrollo de sistemas. El Salvador: Universidad de El Salvador

**Bonsiepe, G. (1995).** Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño. Milán: Infinito.

**Carrión, F. (2006).** La globalización del fútbol ecuatoriano. Madrid: Quórum. Revista de pensamiento iberoamericano, núm. 14.

**Cuello, J., & Vittone, J. (2013).** Diseñando apps para móviles.

**Garrett, J. J. (2011).** The elements of user experience: User-Centered Design for Web and Beyond (2nd

Revises ed.). . Berkeley: New Riders.

**Gómez, S. (2000).** Diseño de Interfaces de Usuario Principios, Prototipos y Heurísticas para Evaluación. Neuquén.

**Inc Sun Microsystems. (1989).** The Open Look User Interface Style Guide. Michigan: Addison-Wesley.

**Internacional Organization for Standardization 9241. (1998).** "Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs). Part 11: Guidance on usability. "

**Internacional Organization for Standardization ISO 9126-1 . (2001).** "Software engineering. Product quality. Part 1: quality model."

**Jerves, P. (2012).** Principios de diseño de interfaz para aplicaciones móviles. Cuenca: Universidad del Azuay

**Kankainen, A. (2002).** Thinking Model and Tools for Understanding

User Experience Related to Information Appliance Product Concepts. Espoo: Helsinki University of Technology.

**Knemeyer, D. (2003).** Information Design: The Understanding Discipline. Obtenido de [boxesandarrows](https://www.boxenandarrows.com/).

**Litano Ramos, L. F. (2021).** "DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL UTILIZANDO FLUTTER Y FIREBASE PARA REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE LOS TRATAMIENTOS FARMACOLÓGICOS DE UN PACIENTE". Piura: Universidad Nacional de Piura.

**Llana, S.; Pérez, P.; Lledó, E. (2010).** LA EPIDEMIOLOGÍA EN EL FÚTBOL: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA. Valencia.

**Manchón, E. (2002).** ¿Qué es la Arquitectura de la Información?

**Marroquín, D., & Marroquín, C. (2020).** Diseño de una Aplicación Móvil Financiera, con Fines de Formación y Enseñanza en el Manejo

de Recursos Económicos, Dirigida a los Jóvenes del Municipio de Girardot. Girardot: Seminario de Investigación Aplicada Gerencia de Organizaciones.

**Montero, Y. H. (2015).** Experiencia de Usuario: Principios y Métodos.

**Morville, P., & Rosenfeld, L. (1998).** Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-scale Web Sites. . O'Reilly Media.

**Norman, D. A. (2004).** El diseño emocional. Barcelona: Paidós.

**Paduraru, E. (2022).** Fundamentals of creating a great UI/UX.

**Palau, T. M. (2011).** Diseño de interfaces multimedia. Catalunya: Eureka Media, SL .

**Pérez, P.; Merino, M. (2012).** Definición de fútbol.


**Shneiderman, B. (1998).** Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer

Interactio. Maryland: Pearson.

**Wang, W. (2019).** The impact of inertia and user satisfaction on the continuance intentions to use mobile communication applications: A mobile service quality perspective. Taiwan: International Journal of Information Management.

**Wurman, R. S. (1975).** Information Architects.

**Yablonski, J. (2020).** Leyes de UX: Uso de la psicología para diseñar mejores productos y servicios. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc. .

<b>Abstract of the project</b>	
<b>Title of the project</b>	Graphic redesign of the FootballC mobile application, which seeks to improve times of use, interaction and information for the user
<b>Project subtitle</b>	#VALUE!
<b>Summary:</b>	Stagnation is a frequent problem in the field of interfaces, this generates the user's abandonment and makes them obsolete. This project works at the APP FutbolEc, which lacks visual identity and poor user experience. After a process of deep analysis, the application of the methodology of the version and using current aesthetic and functional trends of the design, a redesign of interface that guarantees usability and proposes a more attractive graphic line with respect to that of the competition is proposed, also improving the user experience.
<b>Keywords</b>	User experience, information architecture, visual identity, interface design, Ecuadorian football
<b>Students</b>	SALAZAR JARA DEMETRIO CARLOS
<b>C.I.</b>	0104810874
<b>Code</b>	90350
<b>Director</b>	TRIPALDI ANNA
<b>Codirector:</b>	
Para uso del Departamento de Idiomas >>>	<b>Revisor:</b>  UNIVERSIDAD DEL AZUAY FACULTAD DE CIENCIAS UNIDAD DE IDIOMAS
	Nombre profesor revisor
	<b>Nº. Cédula Identidad</b> 0104842760

הם  
יהוה  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם

הם  
יהוה  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם  
הם

