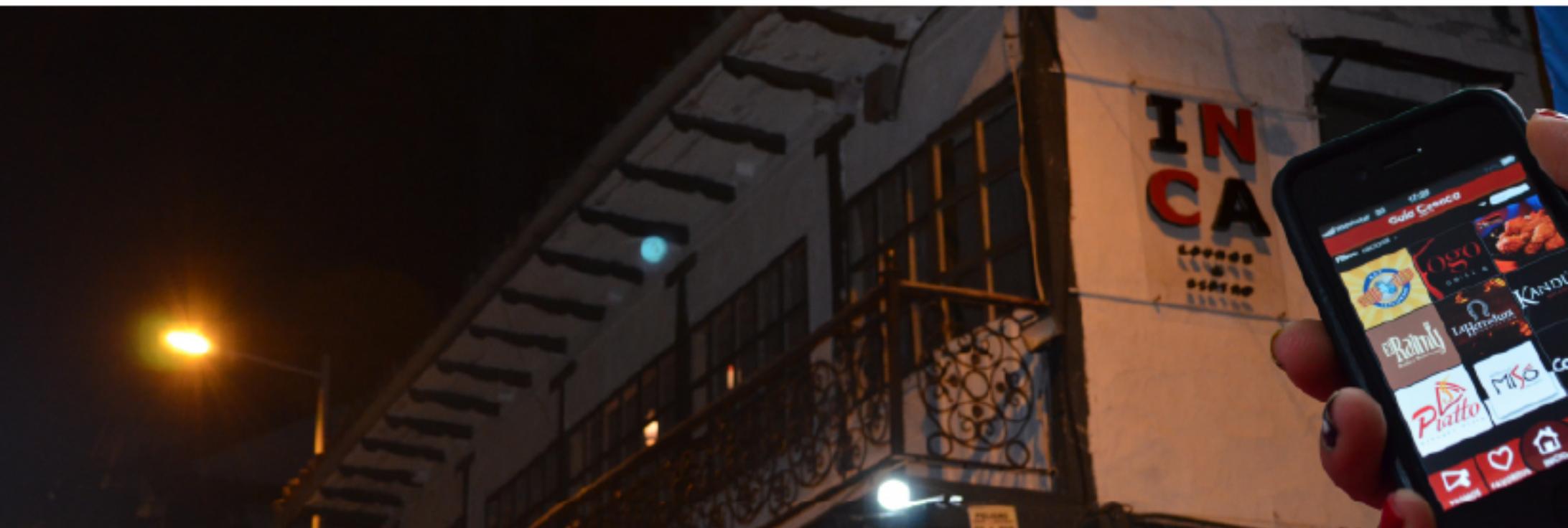




# Universidad del Azuay

## Facultad de Diseño Escuela de Diseño Gráfico

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Diseñador Gráfico



**Diseño y Multimedia: Diseño de una aplicación para dispositivos móviles  
como guía gastronómica de la ciudad de Cuenca**

Autor: Francisco Andrade C.  
Director: Diseñador Cristian Alvarracín  
2013 Cuenca - Ecuador

# DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mis padres Toño y Marcia, a su apoyo incondicional y su paciencia, es por ellos que hoy puedo cumplir con mis metas y sueños; a mis hermanos Paul y Priscila, ustedes han sido un ejemplo para mí y a pesar de que la distancia a veces nos separa, sus palabras de aliento estuvieron siempre presentes y me han acompañado a lo largo de mi carrera.



# AGRADECIMIENTO

Ante todo doy gracias a Dios por haberme dado la vida y de una manera especial a mis padres que con sacrificio, consejo y dedicación supieron guiarme y apoyarme en todo momento. A todos y cada uno de mis profesores quienes con sus sabios conocimientos impartidos me han ayudado a crecer y me han instruido para que llegue a ser un profesional de éxito. A Jessi, por su valiosa y desinteresada ayuda en la elaboración de este proyecto. A la Universidad del Azuay por abrirme sus puertas y permitirme transitar por ella durante estos años de estudio. A todos ustedes, gracias por estar siempre presentes.

# RESUMEN

A pesar de que existe material publicitario sobre 300 locales gastronómicos en Cuenca, no es fácil encontrar información precisa sobre lugares específicos, por lo que una propuesta comunicacional es factible y recomendable.

Este proyecto de Taller de Graduación trata acerca de la generación de un producto basado en tecnologías de la comunicación para mejorar la difusión y alternativa publicitaria mediante el cual los usuarios tengan acceso en todo lugar y hora a información clara y directa a través del diseño de interfaces, arquitectura de información, navegación y usabilidad en una aplicación para dispositivos móviles que tiene como principal función ser una guía gastronómica.

# ABSTRACT

## DESIGN AND MULTIMEDIA: DESIGNING AN APPLICATION FOR MOBILE DEVICES AS A GASTRONOMIC GUIDE OF THE CITY OF CUENCA

Even though there is advertising material of about 300 gastronomic establishments of Cuenca, it is not easy to find accurate information about specific places which people can choose from. This being the situation, a feasible and suitable communication proposal is presented.

This project of a Graduation Workshop deals with the generation of a product based on Information Communication Technology (ICT), with the purpose of improving the promotion and advertising alternative through which users may have access to direct and clear information wherever they are and at all times by means of interfaces, information architecture, Internet surfing, and usage, through an application for mobile devices, whose main function is to be a gastronomic guide.

### Key words:

- ✓ Graphic Design
- ✓ Mobile applications
- ✓ Gastronomy
- ✓ Cuenca
- ✓ Interface
- ✓ Surfing
- ✓ Usage



Translated by,

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Rafael Aguado V.', is written below the text 'Translated by,'. The signature is enclosed within a blue ink arch.



# OBJETIVOS

## **General**

Aportar en la difusión de la oferta gastronómica cuencana, mediante el desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles, de esta manera el turismo podrá acceder a una información eficiente, completa e inmediata.

## **Específico**

Diseñar una aplicación móvil como guía turística de la oferta gastronómica.

# ÍNDICE

<b>Capítulo 1: Diagnóstico .....</b>	<b>11</b>
1. Gastronomía	
1.1 Introducción.....	12
1.2 Gastronomía y Patrimonio.....	13
1.3 Restaurantes como recurso de promoción turística.....	14
2. Comunicación Visual	
2.1 Teoría y Enfoques Críticos.....	16
2.2 La imagen como medio de expresión, comunicación y conocimiento.....	17
3. Recursos del Diseño	
3.1 Introducción.....	19
3.2 Cromática.....	19
3.3 Tipografía.....	20
3.4 Retícula y Diagramación.....	21
4. Diseño Multimedia	
4.1 Teoría Cognitiva del Aprendizaje Multimedia.....	23
4.2 Arquitectura de la Información.....	24
4.3 Interfaz, navegación e información.....	27
4.4 Aplicaciones Móviles.....	30
4.4.1 Introducción.....	30
4.4.2 Interfaz de Usuario.....	32
4.4.3 Desarrollo.....	34
5. Análisis	
5.1 Análisis de Homólogos.....	36
5.1.1 Guía Gastronómica de Cuenca (2012-2013).....	37
5.1.2 (App) FoodSpotting (2009).....	38
5.1.3 (App) OpenTable (2012).....	39
5.1.4 (App) Zagat (2012).....	40
6. Conclusiones.....	41

## **Capítulo 2: Programación.....43**

1. Target.....	44
2. Forma y Función.....	45
Formato	
Diagramación	
Tipografía	
Cromática	
Plano Estratégico	
Interfaz	
3. Tecnología.....	48
Sistema Operativo	
Diseño de Interfaz	
Programación	
Descargas	
4. Conclusiones.....	49

## **Capítulo 3: Diseño.....51**

1. Bocetos.....	52
1.1 Bocetos a mano alzada.....	52
1.2 Bocetos Digitales.....	55
2. Navegación e Interfaz.....	61
3. Desarrollo de la propuesta.....	68
3.1 Versión 1.....	69
3.2 Versión 2.....	70
4. Diseño Final.....	72
5. Conclusiones.....	79

Conclusión General.....	81
Anexos.....	82
Bibliografía	
Referencia de Imágenes	



**CAPÍTULO**

**1**

**DIAGNÓSTICO**



1. Conchas Asadas - Cebiches de la Rumiñahui

# 1. GASTRONOMÍA

## 1.1 Introducción

La gastronomía en Cuenca ha crecido notablemente en los últimos años debido al nivel turístico que ha aumentado tanto nacional como internacionalmente hablando. Esto ha dado paso a que varios restaurantes nuevos emerjan generando una gran variedad selectiva para los consumidores. A continuación explicaremos la importancia de la gastronomía en la comunidad.

## 1.2 Gastronomía y Patrimonio

Gabriela Magri, profesora de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Palermo, señala que *“el turismo gastronómico fortalece nuestra identidad, ya que forma un vínculo entre el viajero-turista y las costumbres regionales a través de la experiencia culinaria. Además, amplía y profundiza el conocimiento de la actividad cultural, turística y gastronómica de una región.”* Lo cual hace referencia a la importancia de un alto nivel gastronómico y cultural dentro de una comunidad para que de esta manera el turismo continúe creciendo y sea promovido a través de los usuarios.



2. Catedral de Cuenca, ciudad en la cual la gastronomía ha mejorado de manera notable los últimos años.

### 1.3 Restaurantes como recurso de promoción turística

Cuando se trata de promoción turística de una comunidad, uno de los principales recursos para impulsarla es el sector gastronómico, el cual abarca lugares como restaurantes, bares, cafeterías, etc. Cada uno de ellos con un poco de transcendencia histórica de una comunidad ya sea nacional o extranjera. En un artículo escrito por Jordi de San Eugenio, profesor de la Universidad de Vic, resalta *“Creemos sinceramente que los restaurantes, como recurso turístico utilizados como tal desde los inicios del turismo, tienen un futuro prometedor e inagotable en este sentido, ya que han sabido adaptarse al crecimiento del turismo a nivel mundial y a sus cambiantes exigencias.”* Lo que nos lleva a pensar, que una promoción gastronómica bien resuelta en una ciudad, puede lograr grandes cambios en el sector turístico de la misma y cuando pensamos en la ciudad de Cuenca, una comunidad que lleva consigo un alto nivel turístico en relación a las demás ciudades del Ecuador, ha crecido de manera notable su variedad gastronómica para que los clientes tengan varias opciones al momento de elegir un restaurante para disfrutar de un momento agradable con las personas que ellos deseen. Siguiendo el mismo artículo, Jordi hace referencia a la interrelación entre gastronomía, restaurantes, recursos turísticos y promoción, siendo parte de una fórmula, a lo que el denomina *“aplicable para cualquier ciudad.”* Estos 4 elementos hacen crecer equitativamente un sector en el cual un municipio debería poner mucho énfasis para que el mismo pueda crecer y ayudar a la comunidad residente.

3. Inca:  
Lounge & Bistro  
Otro restaurante de  
alto nivel turístico  
en Cuenca.

**IN  
CA**  
LOUNGE  
&  
BISTRO

PELIGRO  
CERCO ELÉCTRICO  
TE Y SEG  
7 88427884 872283728

# 2. COMUNICACIÓN VISUAL

## 2.1 Teoría y Enfoques Críticos

Para lograr el enfoque en la comunicación y diseño visual, es necesario conocer las principales relaciones entre los mismos, pensando en que uno de los elementos del diseño gráfico es la comunicación, o así nos señala María del Valle Ledesma en el libro Diseño y Comunicación. *“Se asegura constantemente que el objetivo del Diseño Gráfico es la comunicación visual necesaria para la vida social.”* Para que de esta manera nos guíe hacia una comunidad, la cual esta enlazada con redes comunicacionales mediante las cuales genera diseño gráfico como su principal recurso, pues éste genera dos actitudes de relación con el receptor conocidas como hacer leer y hacer saber (Pg. 61 – Diseño y Comunicación), en ambos casos estos se pueden utilizar para organizar, informar y persuadir al usuario. Por su lado el hacer leer *“no se refiere a la disposición estructural de un texto cualquiera de Diseño Gráfico sino a la actividad de diseño que estructura un mensaje verbal o no verbal a partir de elementos gráficos.”* Lo cual hace referencia a que la importancia de esta actitud recae principalmente en dar relieve a las relaciones de las partes manteniendo así la influencia y la persuasión a todo momento. Por otro lado, el hacer saber se enfoca empíricamente en el detalle de la información, la cual se dirige en dos niveles: Información general e información específica, la primera enfocada hacia la necesidad de comunicar mientras que la segunda genera información contingente, llevándolo hacia un desarrollo de *“conductas sociales.”*

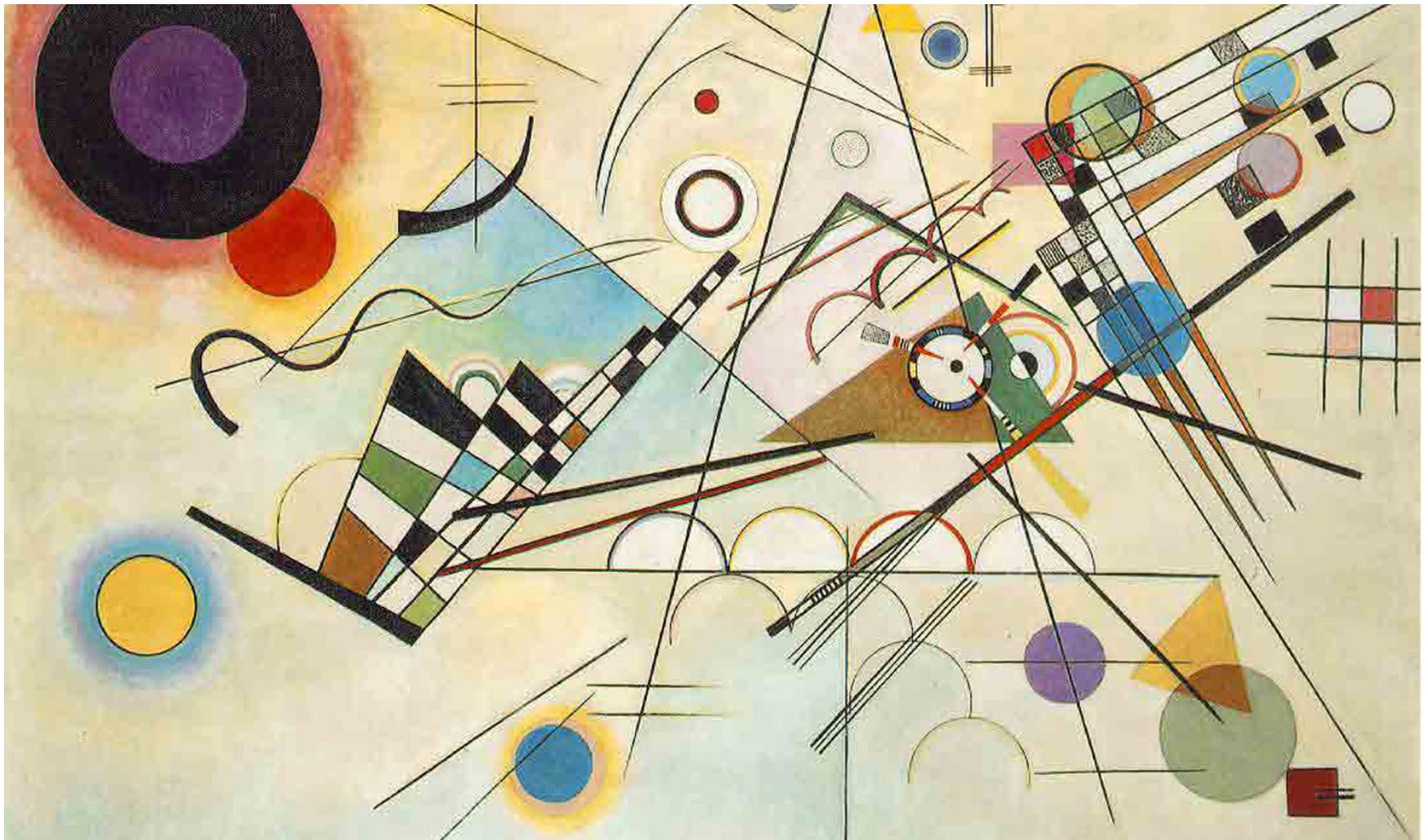
## 2.2 La imagen como medio de expresión, comunicación y conocimiento

En un documento recopilado por el Arq. M. Gerardo Fernández Guerrero de la Universidad de Londres, dice: *“La experiencia de una imagen visual constituye una forma desarrollada a través de un proceso de organización”*. La percepción que el usuario obtiene de una imagen debe siempre ser la deseada por el emisor, es decir, debe tener una base significativa que cumpla los requisitos mediante la expresión de la imagen, sin dejar a un lado la parte comunicacional explicada previamente en el punto 2.1 junto con el conocimiento adquirido para generar la misma.



4. iPhone 5  
Uno de los  
dispositivos más  
utilizados hoy en día.

# 3. RECURSOS DEL DISEÑO



5. Kandinsky

## 3.1 Introducción

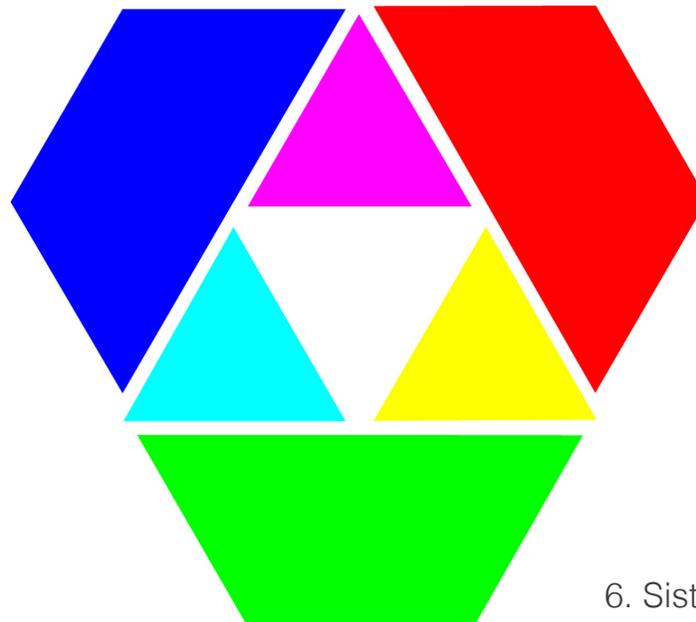
Cuando hablamos de los recursos del diseño, nos referimos a los múltiples elementos que forman parte de un sistema como es la fotografía, las texturas, entre otros. Sin embargo, en este proyecto nos enfocaremos en los siguientes:

Cromática  
Tipografía  
Retícula y diagramación

A continuación explicaremos cada uno de ellos y para qué nos sirve:

## 3.2 Cromática

Por cromática entendemos al estudio de los colores y su significado, en nuestro caso, como el proyecto está destinado hacia las pantallas móviles, explicaremos los colores RGB (Red-Green-Blue).



6. Sistema de color RGB

Primero, ¿Qué es RGB? Y cuándo se utiliza?

Pues los colores RGB o también conocidos como colores luz, fueron diseñados para presentarse en cualquier tipo de pantalla, ya sean televisores, celulares, tabletas, entre otros. La combinación de los 3 colores RGB pueden llegar a mostrar hasta 16.7 millones de colores digitalmente.

### 3.3 Tipografía

La tipografía, un elemento básico del diseño desde hace mucho tiempo, *“es ubicua e ineludible. En su mayor parte, es un material rutinario y aburrido, pero también esencial.”* Señala David Jury en su libro: ¿Que es la tipografía? Pues este elemento se nos presenta como un recurso diario como una manera de comunicarnos unos con otros. En el ámbito digital, la tipografía ha tomado un gran peso y, hoy por hoy, existen cientos de decenas de tipografías a través de todo el mundo diseñadas por especialistas en el tema. (Pg. 8 – ¿Qué es la Tipografía?)

Llevando la tipografía hacia el mundo de las aplicaciones móviles, ésta debe mantener legibilidad ante todo, pues si utilizamos una tipografía poco leíble, los usuarios perderán el interés y la accesibilidad a toda la información presentada ante ellos, es por este motivo que la tipografía forma un papel crucial en el ámbito del diseño gráfico y multimedia.



7. Tipografía. Un elemento importante de la comunicación



# New York at Night

**New York** is a state in the Northeastern region of the United States. New York is the 27th most extensive, the 3rd most populous, and the 7th most densely populated of the 50 United States. New York is bordered by New Jersey and Pennsylvania to the south, and by Connecticut, Massachusetts and Vermont to the east. The state has a maritime border with Rhode Island east of Long Island, as well as an international border with the Canadian provinces of Ontario to the west and north, and Quebec to the north. The state of New York is often referred to as New York State to distinguish it from the city of New York. New York City, with a population of over 8.1 million, is the most populous city in the United States. It is known for its status as a financial and cultural center, and for its history as a gateway for immigration to the United States. According to the U.S.

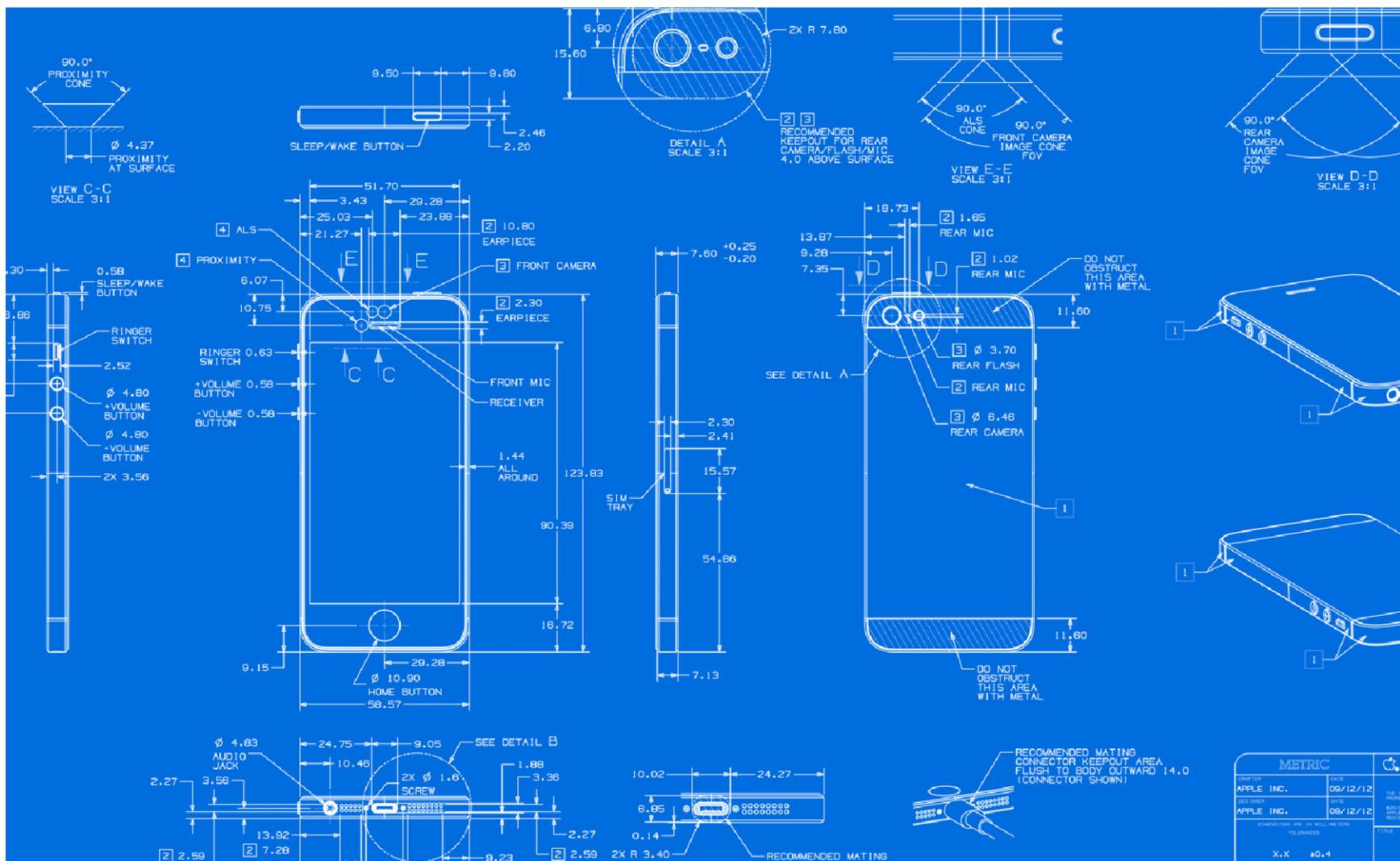
8. Retícula Jerárquica

## 3.4 Retícula y Diagramación

Inicialmente, una retícula es una herramienta del diseño que nos sirve para poder estructurar toda la información necesaria con claridad, eficacia, economía pero sobre todo continuidad. Pero, ¿Qué significa esto? Pues usar una retícula y diagramar es fragmentar nuestro espacio de trabajo en varias partes ya sean simétricas o asimétricas, esto dependerá de cómo se desea presentar cada proyecto y también del gusto de cada diseñador. Existen varios tipos de retículas, entre las cuales encontramos la retícula jerárquica, la cual se enfoca en adaptarse a la necesidad de información a la que deseamos organizar. Estas retículas se basan en la alineación intuitiva para dar más jerarquía a un elemento deseado.

En el libro de Timothy Samara, Diseñar con y sin Retícula, nos dice *“El desarrollo de una retícula jerárquica empieza por analizar la interacción óptica que provocan los diversos elementos si se sitúan de manera espontánea en diferentes posiciones y, a continuación, habrá que elaborar una estructura racionalizada que las coordine.”* (Pg.28)

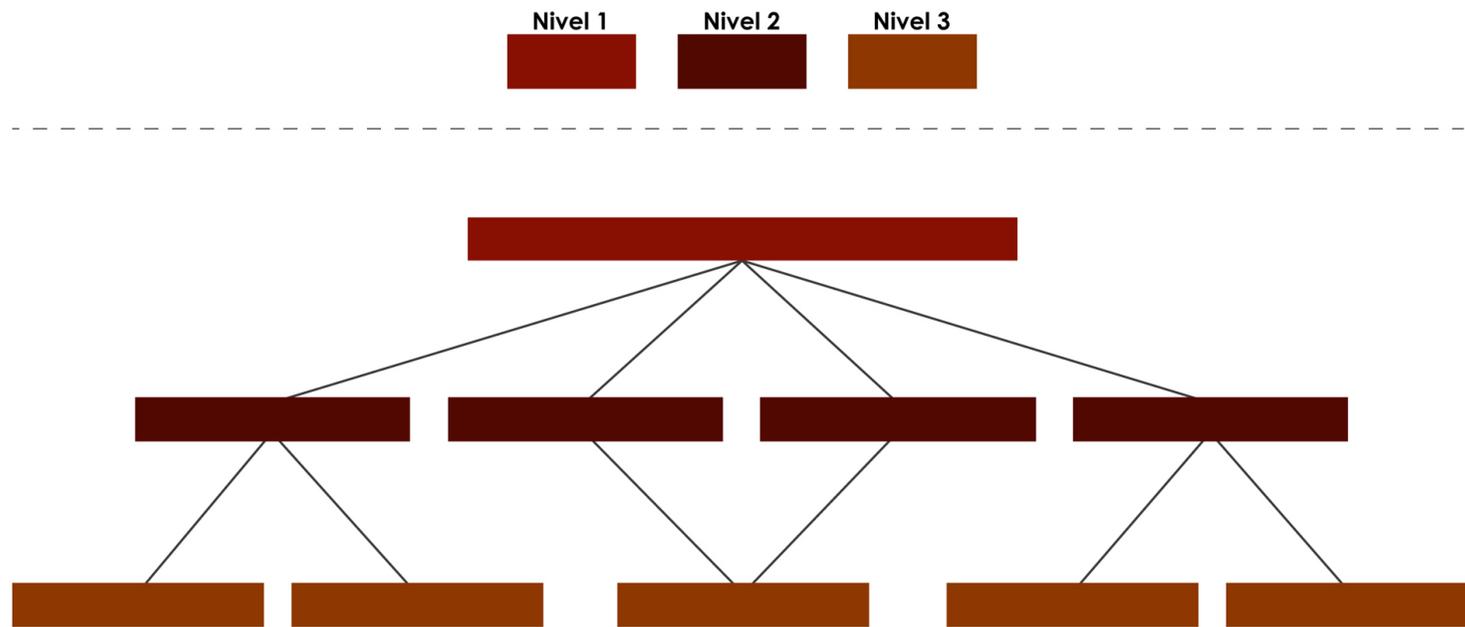
# 4. DISEÑO MULTIMEDIA



9. Blueprints

## 4.1 Teoría cognitiva del aprendizaje multimedia

El aprendizaje multimedia hace referencia a un proceso de recepción informática auditiva-visual al procesamiento de memoria a corto plazo. La teoría cognitiva se basa en varios principios entre los cuales encontramos el principio de multimedia, el cual resalta *“El principio multimedia indica que ocurre una mejor transferencia empleando simultáneamente imágenes, animaciones y palabras, que únicamente empleando la narración con palabras. Cuando se presentan juntas el discurso hablado y las imágenes los participantes tienen la ocasión de construir representaciones cognoscitivas verbales y visuales e integrarlas.”* (Mayer y Moreno en <http://teoriadelaprendizajemultimedia.blogspot.com>). Esta teoría se ve reflejada en todo lo que hoy conocemos como multimedia, entre estos pueden ser dispositivos móviles, sitios web, aplicaciones, videos, etc.



10

## 4.2 Arquitectura de la Información

Dentro de las experiencias del usuario y sus elementos, tenemos una lista de cinco planos mediante los cuales se toman decisiones para crear el producto final, estos son: Plano Superficial, Plano Esqueleto, Plano Estructural, Plano de Alcance y Plano Estratégico. Sin embargo, solo explicaremos dos de ellos, el plano esqueleto y el plano estructural, ya que presentan las principales decisiones al momento de desarrollar un producto. En este punto, presentaremos el plano estructural y posteriormente, el plano esqueleto.

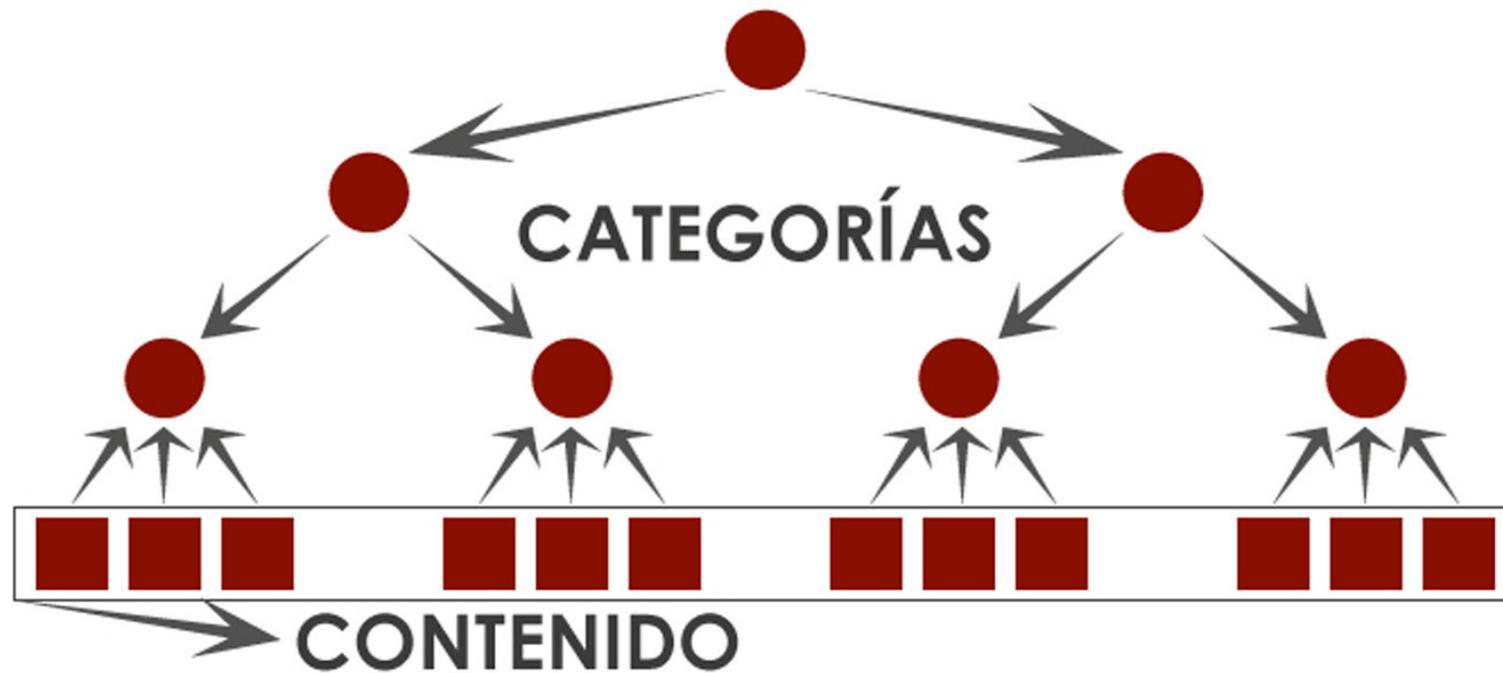
Pese a que la arquitectura de la información es nueva en nuestros medios, ha existido en otras formas a través de los años, pues ésta hace referencia a cómo las personas estructuramos la información en el orden adecuado para que otras puedan entender los mensajes que transmitimos de una forma rápida y sencilla. El impacto que esto puede causar en productos funcionalmente orientados es muy grande ya que los usuarios deben entender la información presentada en un orden correcto, de caso contrario se perderá la legibilidad de los productos.

Para la estructuración de la información, se pueden utilizar dos métodos, un acercamiento de arriba-abajo y uno de abajo-arriba, ahora explicaremos cada uno de éstos:

## Acercamiento Arriba-Abajo

Este acercamiento para la estructuración de la información se basa de un entendimiento de las estrategias de planos en consideración, los cuales son los objetivos del producto y las necesidades de los usuarios. Se mantiene una jerarquía sobre las

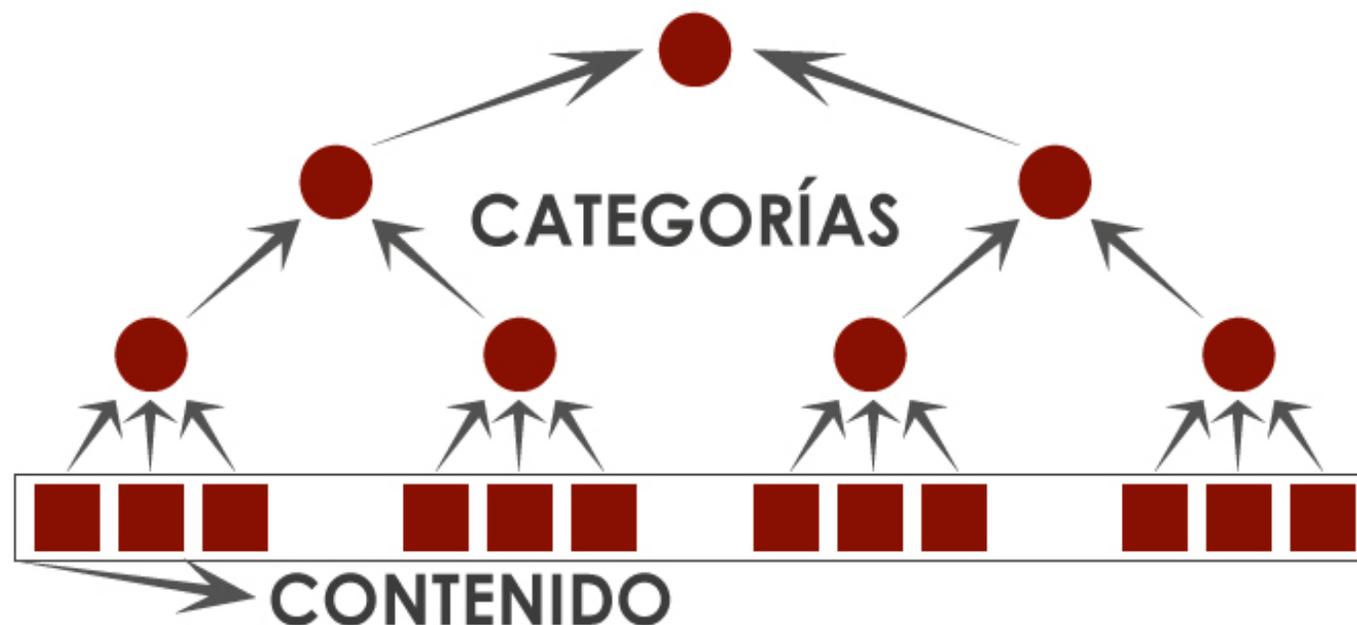
categorías y subcategorías para trazar metas objetivas de la aplicación, es decir, se da prioridad a las partes de más importancia para los usuarios, siempre y cuando éstos cumplan también con los objetivos del producto.



## Acercamiento Abajo-Arriba

En este caso, la estructuración se observa derivada por categorías y subcategorías, pero ahora ya no se enfoca en las necesidades del usuario y los objetivos del producto, mas bien se ve enfocado en el análisis de los contenidos y los requerimientos funcionales. De tal forma que cada objeto se vaya agrupando para luego generar grupos más grandes hasta llegar a uno

solo, el cual refleje también los objetivos del producto y las necesidades de los usuarios. Es un método que se utiliza cuando la información que tenemos del producto no es la suficiente y se necesita empezar por pequeños datos informativos para luego juntarlos y tener información más precisa y de calidad.



12

Sin embargo, ambos acercamientos poseen partes tanto positivas como negativas, y un balance de ambos sería una forma ideal de balancearlos y evitar que caigamos en errores, como la falta de información o el enfoque de un solo elemento.

Para poder evaluar la arquitectura de la información de una aplicación multimedia, se mide el número de “clicks” o pasos que le toma a un usuario en llegar desde x hasta y, sin embargo, lo más importante de esta evaluación, no es el número de clicks, sino el hecho de que cada uno de estos pasos haya tenido sentido para el usuario, mientras más accesible e intuitiva sea la información, mejor.





14

Los 3 diferentes diseños del esqueleto tienden a causar confusiones entre sí, debido a que no siempre la interfaz concuerda con la navegación, o la misma, no concuerda con la información que un usuario desea tener en la interfaz del programa, sin embargo, es importante poder diferenciar estas tres ramas para cuando tengamos soluciones emergentes. Una buena navegación no puede corregir el mal diseño de información. Como nos dice en el libro *The Elements of User Experience* *"If we can't tell the difference between the types of problems, we can't tell if we've really solved them."* *"Si no podemos diferenciar entre los tipos de problemas, no podemos saber si los hemos resuelto"* (Jesse James Garret, Pg.109)





## 4.4 Aplicaciones Móviles

### 4.4.1 Introducción

Para poder entender sobre la interfaz y el desarrollo de las aplicaciones móviles, o más conocidas como “apps”, necesitamos saber cual es su significado, pues según el Libro Blanco de Apps *“Una aplicación móvil consiste en un software que funciona en un dispositivo móvil (teléfonos y tabletas) y ejecuta ciertas tareas para el usuario.”* Las apps y su desarrollo han crecido rápidamente en los últimos años y prometen un futuro lleno de oportunidades, pues no toda esta tecnología ha sido explorada aún.

Actualmente existen dos sistemas operativos establecidos como los principales líderes para apps los cuales son iOS de Apple, y Android de Google, cada uno de ellos con su respectiva tienda de apps para los usuarios, estableciéndose así como las empresas líderes en la tecnología móvil.

En el mundo de las aplicaciones, según el libro blanco de apps, podemos encontrar dos categorías principales basadas en distintos criterios, estas son las apps *“según el entorno de ejecución, es decir, donde funciona la aplicación.”* Y la otra *“en base a las funcionalidades que aporta al usuario”.*

Según su entorno, nos referimos al sistema operativo en cual estas aplicaciones funcionan, ya sea Apple iOS, Google Android, Windows, Blackberry, etc. Esto de acuerdo al funcionamiento de la app. Mientras que el funcionamiento en web móvil se ve determinado por la ejecución de la app desde el navegador del dispositivo, su ventaja, pueden ser instaladas en cualquier dispositivo.

En cuanto a las funcionalidades, es una categoría muy diversa ya que abarca grandes segmentos del mercado actual. Hoy en día podemos encontrar las sub-categorías en el siguiente cuadro:

#### Comunicaciones

- Clientes de redes sociales
- Mensajería instantánea
- Clientes de email
- Navegadores web
- Servicios de noticias
- Voz IP

#### Juegos

- Cartas o de casino
- Puzzle o estrategia
- Acción o aventura
- Deportes
- Deportes de Ocio

#### Viajes

- Guías de ciudades
- Convertidores de moneda
- Traductores
- Mapas / GPS
- Itinerarios programados
- Previsión meteorológica

#### Utilidades

- Gestores de perfiles de usuario
- Salvapantallas
- Libretas de direcciones
- Gestor de procesos
- Gestor de llamadas
- Gestor de ficheros

#### Multimedia

- Visores de gráficos o imágenes
- Visores de presentaciones
- Reproductores de video (p.e YouTube)
- Reproductores de audio
- Reproductores de streaming (Audio/Video)

#### Productividad

- Calendarios
- Calculadoras
- Diarios
- Notas, recordatorios o procesadores de textos
- Hojas de cálculo
- Servicios de directorio
- Bancos o finanzas

#### Compras

- Lectores de códigos de barras y bases de datos de productos
- Clientes de tiendas web
- Subastas
- Cupones de descuento
- Lista de la compra

#### Entretenimiento

- Lectores de libros
- Horóscopos
- Guías de programación de televisión, radio, etc.
- Recetas
- Cómics

#### Bienestar

- Seguimiento de dietas
- Primeros auxilios
- Consejos al embarazo
- Entrenamiento personal
- Guías de salud

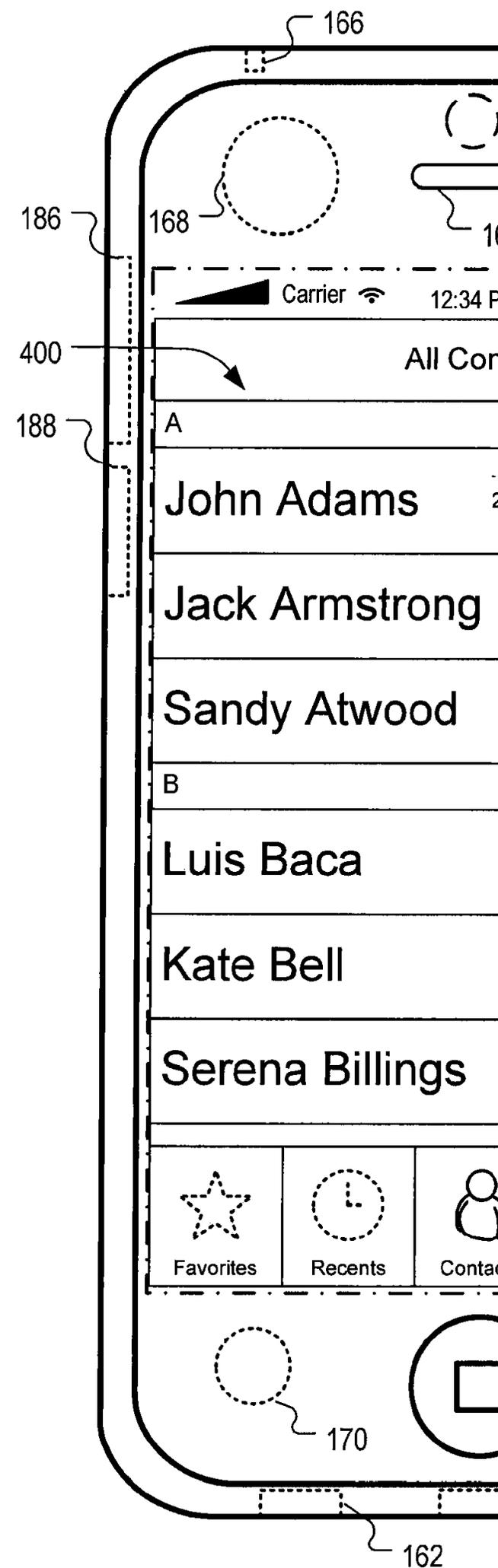
*\*Datos del Libro Blanco de las Apps*

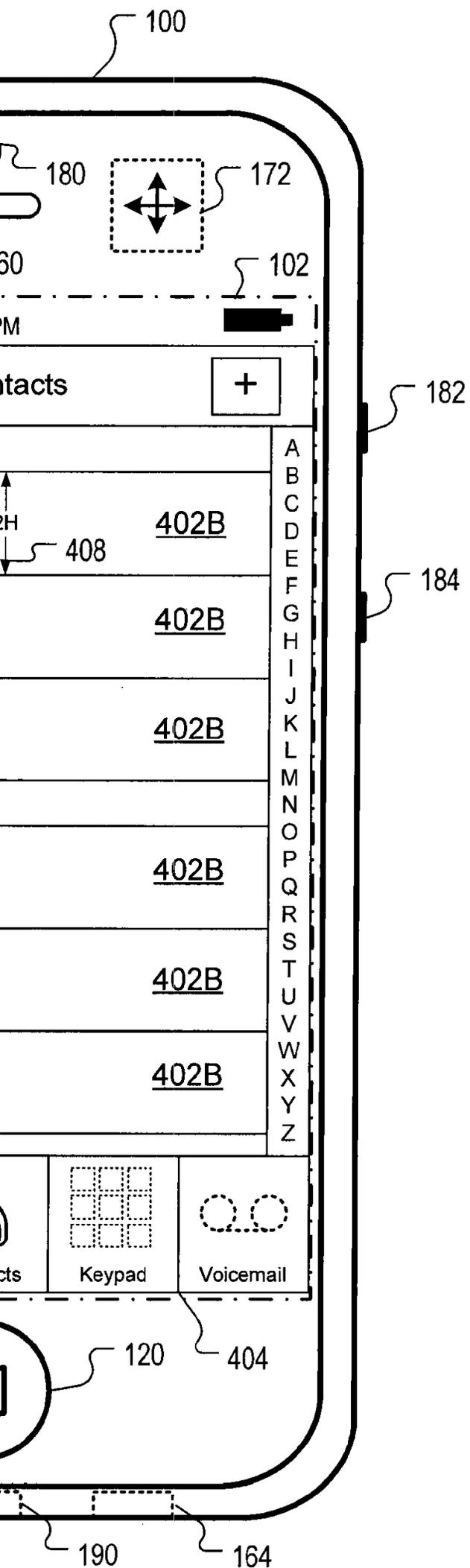
#### 4.4.2 Interfaz de Usuario

Previamente, en el punto 4.3 hablamos sobre el diseño de navegación, interfaz e información, cada uno de ellos complementándose entre sí, pero la interfaz de usuario es *“por definición, el área de comunicación entre el hombre y la máquina”* según Javier Royo en su libro Diseño Digital, pues hoy en día todo lo que conocemos como dispositivos móviles contienen un amplio estudio del usuario previo a su diseño de interfaz para poder entender mejor las necesidades de los mismos. Los diseñadores estamos encargados desde hace más de 500 años de crear interfaces legibles, fácilmente manejables pero sobre todo una línea gráfica que facilita al usuario el entendimiento comunicacional de lo real con lo no-visible. (Pg. 115 – Diseño Digital)

Pero, ¿Cómo conocer las necesidades del usuario? Es una pregunta que muchos se han hecho al momento de diseñar una aplicación, la respuesta es simple, los usuarios dividimos las tareas que realizamos en cotidianas y ociosas. Cotidianas – Nos referimos a lo que hacemos día a día debido a las necesidades de cada uno, intentando emplear el menor tiempo posible y de una manera muy sencilla, para luego pasar a nuestras tareas de ocio. En el mundo digital ocurre exactamente lo mismo, existen usuarios que desearán ir de un lado a otro lo más rápido posible, y otros, que se tomaran su tiempo para navegar a través de la aplicación. (Pg. 124 – Diseño Digital). Pues esto lo sabremos desarrollando una investigación de mercado y usuario de acuerdo a la aplicación que deseamos desarrollar y su entorno (demográfico, psicográfico, etc.)

Los usuarios tienden a crear *“modelos mentales”*





mediante los cuales se utilizan para poder navegar a través de la interfaz intuitivamente, estos modelos se obtienen tras diferentes tipos de información:

*-Información perceptiva:* En el caso de interfaz gráfica, nos guiamos por lo que percibimos en la misma, ya sean colores, tipografías y varios tipos de elementos gráficos que ayudan a la interfaz.

*-Información funcional:* Cómo pensamos que cada uno de los elementos funciona en la aplicación/ interfaz, éstos pueden ser los iconos, botones, imágenes, textos, etc.

*-Información jerárquica:* Hace referencia a la prioridad de los elementos que observamos a través de la información perceptiva y funcional. El menú del programa es un claro ejemplo de esta información.

*-Información secuencial:* Las funciones que prevemos ante las secuencias de los elementos, es decir, la intuición de que un botón cambie de color cuando lo presionamos, el texto que se desliza, etc.

Mediante estos modelos mentales, aceptamos la interactividad de la aplicación o programa y su interfaz, para que de este modo los usuarios naveguen a través de la misma de una forma sencilla e intuitiva. (Pg. 126 – Diseño Digital)

# DESARROLLANDO APPS

---

## 4.4.3 Desarrollo

Para poder desarrollar una aplicación, necesitamos tener en cuenta que existen ciertos pasos para desarrollar cada elemento de la app, empezando por un análisis del proyecto, seguido de la creatividad & diseño y por último la programación (desarrollo) del mismo. Ahora explicaremos una de las maneras para desarrollar una aplicación exitosamente:

En primera instancia hablamos del análisis del proyecto, debemos estar seguros de que la aplicación sea factible o accesible para nuestro target, mediante esto, debemos fijar objetivos, es decir, cuáles serán nuestros alcances con dicha aplicación y qué es lo que deseamos proyectar hacia nuestros usuarios. Del mismo modo debemos conocer la competencia (explicada posteriormente en el punto 5.2 Análisis de homólogos), pues es importante conocer si ya existen otras aplicaciones destinadas a una misma problemática y por qué desearíamos hacer una nueva aplicación. De igual manera debemos determinar una plataforma, esto hace referencia a la viabilidad y accesibilidad que los usuarios poseerán por parte nuestra como desarrolladores, como en qué tiendas de apps se encontrará la aplicación disponible (App Store – Google Play). Tener un documento funcional es de suma importancia para el desarrollo, pues en éste se definirá lo que la aplicación deberá contener, qué necesidades de los usuarios cumplirá, qué información es la que se necesitará para que esta aplicación sea

viable y de interés público. En cuanto a la definición de necesidades (no a la de los usuarios, mas bien enfocada a las necesidades como desarrolladores) debemos tener en cuenta la creatividad, los derechos de autor, las licencias de SDK/API (licencia de desarrolladores de apps para iOS y Android respectivamente), entre otras cosas más. Creemos que es de suma importancia el determinar un modelo de negocio para la aplicación, es decir, si ésta tendrá un costo o será gratuita, si contiene publicidad, todo lo que lleve a que la app sea un éxito en el mercado y sea autosustentable a largo plazo. El establecer los recursos y la planificación nos hace referencia a que debemos tener en cuenta qué tiempo y qué costo tendrá el desarrollar la app, pues un cronograma de trabajo es fundamental para llevar a una app al éxito en la comunidad, y por último, la producción de un prototipo que no es obligatorio, pero en muchos casos sirve para poder realizar pruebas de usabilidad e interacción con los usuarios previo a una versión final que se pueda compartir en un mercado.



18. Diseño de Apps

# 5. ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

## 5.1 Guía Gastronómica de Cuenca (2012-2013)

### Forma:

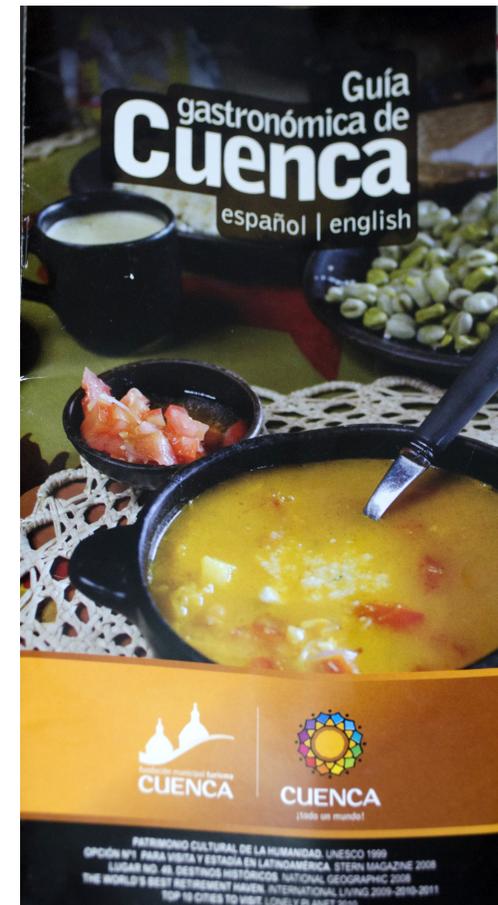
Esta guía maneja en su sector informativo, una diagramación de doble columna en las cuales la primera lleva todo el texto en español mientras que en la segunda encontramos la información en inglés. Respecto a las imágenes, observamos fotografías de comida típica cuencana. En cuanto a la tipografía, encontramos 2 diferentes tipografías principales, la primera serif, para los textos informativos de la gastronomía. Para terminar, la guía se encuentra impresa en cuatricromía, es decir, full color.

### Función:

De acuerdo a su funcionalidad, su tamaño es el adecuado (12cm x 24cm) ya que permite a los turistas llevarlo sin dificultad alguna, de igual manera que contiene 11 hojas, sin embargo, no contiene toda la información que una guía gastronómica debe llevar.

### Tecnología:

La guía ha sido impresa con tecnología offset, sobre papel couche, el cual permite que no se ensucie ni que se dañe por el agua tan rápido como lo haría una impresión sobre cualquier otro tipo de material.



Comida Típica / Typical Food	
INTI	2828000
BORRERO 8 -44 ENTRE BOLIVAR Y SUCRE	
TEQUILA (PRINCIPAL)	2830832
CARLOS ARIZAGA VEGA E ISAURO RODRIGUEZ	
TEQUILA No.1	
AV. GRAN COLOMBIA 20-59 Y LEÓN XIII	2822807
GUAJIBAMBA	
LUIS CORDERO 12-32 Y SANGURIMA	2820558
EL MAÍZ	
CALLE LARGA 1-279 Y CALLE DE LOS MOLINOS	2840224
RAYMIPAMBA	
BENIGNO MALO 8-59 Y BOLÍVAR	
LOS MOLINOS DEL BATAN	2834158

## 5.2 (App) FoodSpotting (2009+)



20

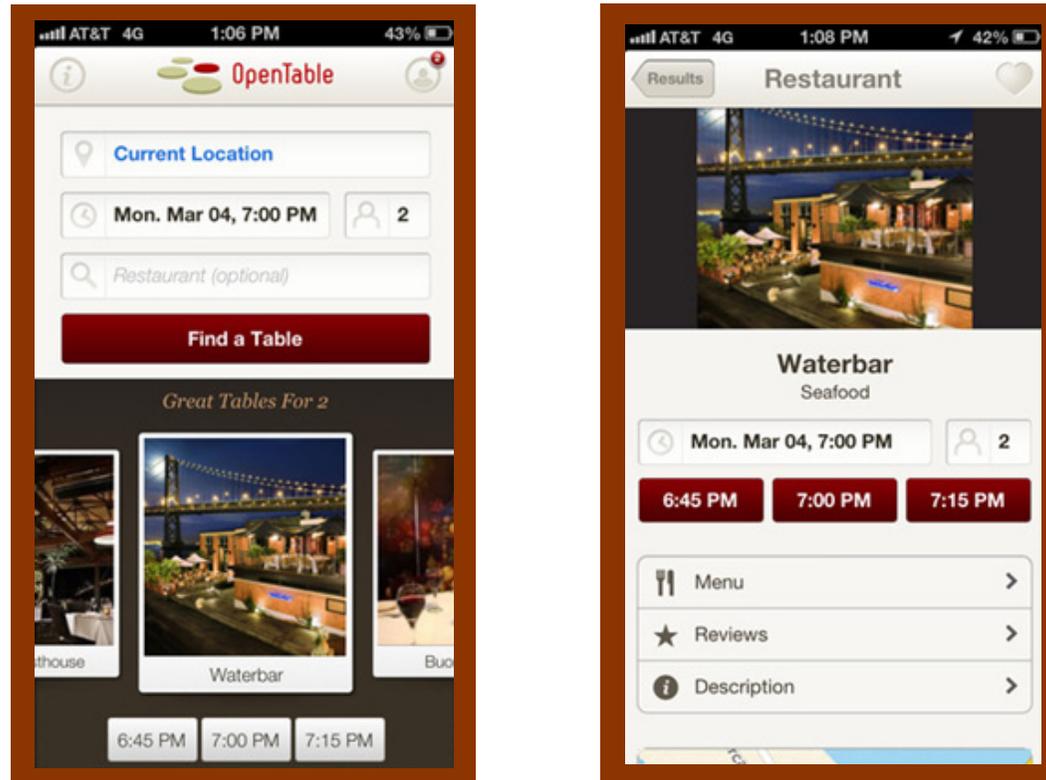
### *Sistema Operativo:*

iOS, Android, Windows Phone y BlackBerry.

Una aplicación dedicada a la promoción de restaurantes a través de la retroalimentación de los usuarios (feedback). Permite subir fotografías directamente a la aplicación para que otros usuarios puedan observar las. Foodspotting se enfoca en los platos antes que los restaurantes, agregando el valor de los ratings.

Hablando un poco de la forma, la estética de Foodspotting se basa principalmente en formas rectangulares (menús, botones, imágenes, etc.) Contiene muy poca información acerca de cada restaurantes del cual se refiere, por lo que principalmente la hace para la interacción con otros usuarios.

## 5.3 (App) OpenTable (2012)



21

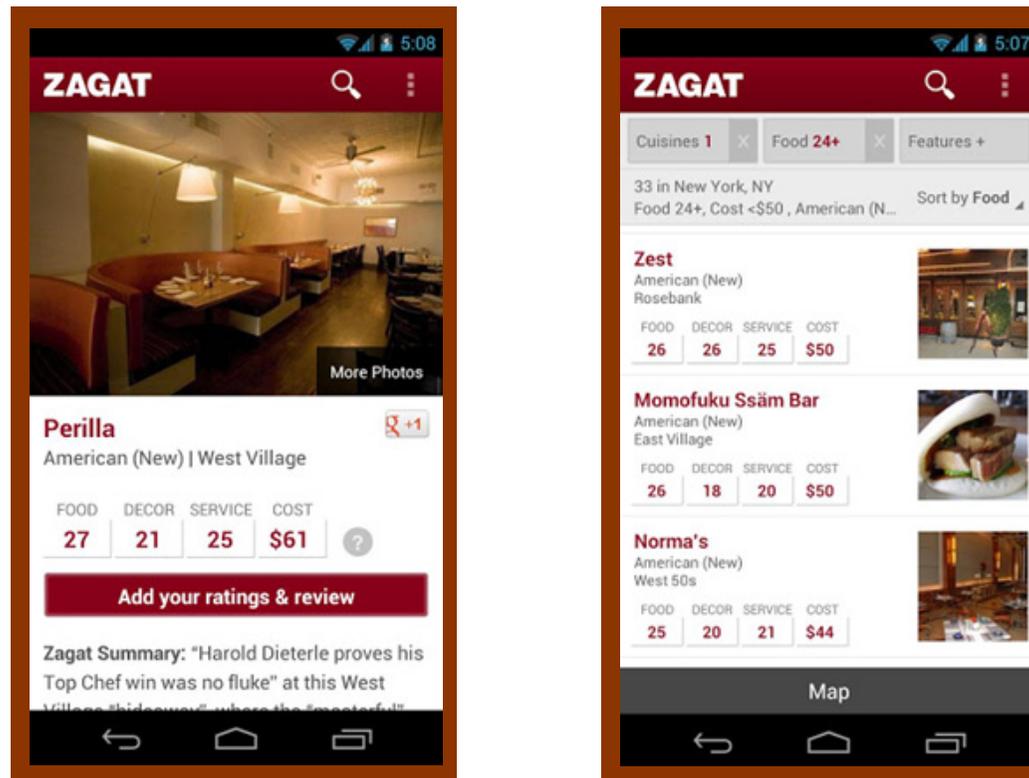
### *Sistema Operativo:*

iOS, Android, Windows Phone, Blackberry.

Esta aplicación, se enfoca en realizar reservas en diferentes restaurantes principalmente en Estados Unidos, está diseñada para todo sistema operativo (Dispositivos móviles).

Las imágenes encontradas aquí no muestran mucha información acerca de los restaurantes más que una idea de los mismos. Los elementos gráficos ayudan con la jerarquía que se pretende dar a la información que brinda acerca de cada local. No posee una botonería muy extensa, por lo que hace que el usuario no tenga mucho problema al momento de buscar un restaurante.

## 5.4 (App) Zagat (2012)



22

### *Sistema Operativo:*

PC, Mac y Android.

Enfocada principalmente a revisiones y comentarios acerca de los restaurantes por parte de los usuarios, de igual manera ésta aplicación se encuentra en Estados Unidos, pero no solo tienen la guía digital, también venden guías impresas como listas de restaurantes de cada ciudad, nocturnas, de compras, etc.

Debido a que la función principal de la app es generar comentarios acerca de los diferentes sitios gastronómicos, su forma se basa principalmente en mostrar la mayor cantidad de información posible para que el usuario pueda tener una imagen más clara acerca de qué restaurante, bar o cafetería asistir en un momento específico.



23. Black Pepper. Restaurante reconocido por su deliciosa comida.

## 6. CONCLUSIÓN

La gastronomía sin duda alguna es una fuente de turismo y promoción mediante la cual se pueden aprovechar los recursos para generar nuevos métodos de publicidad en una ciudad que tiene mucho por explorar en el ámbito tecnológico. La información previamente indicada, nos servirá principalmente para desarrollar de una manera más comprensiva la programación del proyecto. Uno de los recursos que más podemos rescatar para esto será la interfaz y navegación que desearemos manejar en este proyecto sin descartar la cromática, tipografía y diseño que éste conlleve.



**CAPÍTULO**

**2**

**PROGRAMACIÓN**

# 1. TARGET

Nuestro publico meta, o target, se dirige principalmente a los turistas tanto nacionales como extranjeros, sin descartar a la comunidad a la cual esta dirigida esta aplicaci3n en s3.



24

Deben poseer las siguientes caracter3sticas:

- Hombres y mujeres desde los 15 a3os de edad en adelante.
  - Poseen un Smartphone o Tablet (Iphone, Ipad, etc.)
  - Les gusta variar su comida y probar nuevas tendencias.
- Desean tener m3s informaci3n acerca de los restaurantes, bares o cafeter3as en los cuales desean pasar un momento agradable.
- Cierta gusto por la tecnolog3a y la r3pida adaptaci3n a la misma.

# 2. FORMA Y FUNCIÓN

Se ha considerado el desarrollo de una aplicación móvil como guía turística para emprender una iniciativa en la ciudad de Cuenca, la cual genere expectativa entre los usuarios y al mismo tiempo, administradores de los restaurantes/bares/cafeeterías. Las siguientes características se deberán tomar en cuenta para el momento de diseñar dicha aplicación:

## **Formato**

El formato de pantalla aquí presentado es para sistema operativo iOS, debido a que la aplicación se realizará para un iPhone.

640 x 960 px (iPhone)

## **Diagramación**

El estilo de diagramación para este proyecto será la previamente investigada, retícula jerárquica. (véase la página 21).

## **Tipografía**

Para la aplicación usaremos 3 tipografías Sans-Serif, ya que se ha estudiado el diseño de las mismas en dispositivos móviles, siendo esta familia muy legible para las aplicaciones informativas.

Tipografías a usar

## Helvetica Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Textos informativos

## Century Gothic Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Títulos y textos especiales  
Tipografía del Menú

## Helvetica Rounded Bold LT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Nombre de los Restaurantes/Bares/Cafeterías

## Cromática

Los colores han sido elegidos de acuerdo a la temática que se trata en la aplicación, en este caso, por ser un proyecto gastronómico, se han escogido colores relacionados al mismo, estos son:

	C 0% M 100% Y 100% K 50%		C 0% M 100% Y 100% K 80%		C 0% M 76% Y 100% K 50%		Negro
	R 138 G 16 B 2		R 80 G 8 B 0		R 142 G 56 B 0		Blanco
	Hexa: 8A1002		Hexa: 500800		Hexa: 8E3800		

## Plano Estratégico

Sistema Híbrido, se mantendrá y recolectará a un mismo nivel de importancia toda la información que se observe en la aplicación.

## Interfaz

El plano esqueleto contiene la siguiente información:

- Lista completa de restaurantes, bares y cafeterías afiliados a la aplicación.
- Información detallada de cada uno: Fotografías, tipo de restaurante, costo promedio de menú, rating de restaurante generado por los usuarios, ubicación, contactos y reservas, comentarios.
- Pantalla de inicio es el motor de búsqueda.
- Enlace de cada restaurante, bar, cafetería a las redes sociales (en caso de aplicar).
- Actualización de datos en tiempo real (disponibilidad de mesas en caso que aplique).
- Botones para favoritos, promociones y ajustes de la aplicación.

# 3. TECNOLOGÍA

## Sistema Operativo

El sistema operativo a utilizar en la aplicación es el nativo de Apple: iOS

## Diseño de Interfaz

Para realizar el diseño se usarán varios programas de bocetaje digital y del mismo modo programas para realizar prototipos. Aquí algunos programas a utilizar en este proyecto: Adobe Ilustrador CS5, Blueprint (iPad app), InVision (Pc App) y bocetaje tanto a mano alzada como digital.

## Diseño y Programación

En cuanto a la programación de la aplicación se usará un programa especializado en el desarrollo de apps llamado Appcelerator, el cual permite realizar la programación nativa para iOS y Android simultáneamente.

## Descargas de la Aplicación

Una vez que se realice el prototipo de la aplicación, se procederá a realizar pruebas de validación de la misma, para estudiar la interfaz y navegación con los resultados de las mismas. Una vez completa esta etapa, la app se podrá encontrar en la App Store, tienda de apps directa de Apple.

## Formato

El formato será estrictamente vertical, de este modo toda la información de cada restaurante se mantendrá en orden jerárquico.

# 4. CONCLUSIÓN

Se busca el fácil uso de la aplicación para los usuarios, una interfaz ergonómica. La importancia de mostrar las principales cualidades de cada restaurante, bar o cafetería es importante para los administradores de los mismos, por eso se entregará un diseño en el cual todas las pantallas contengan la suficiente información para que los usuarios conozcan todo sobre estos.



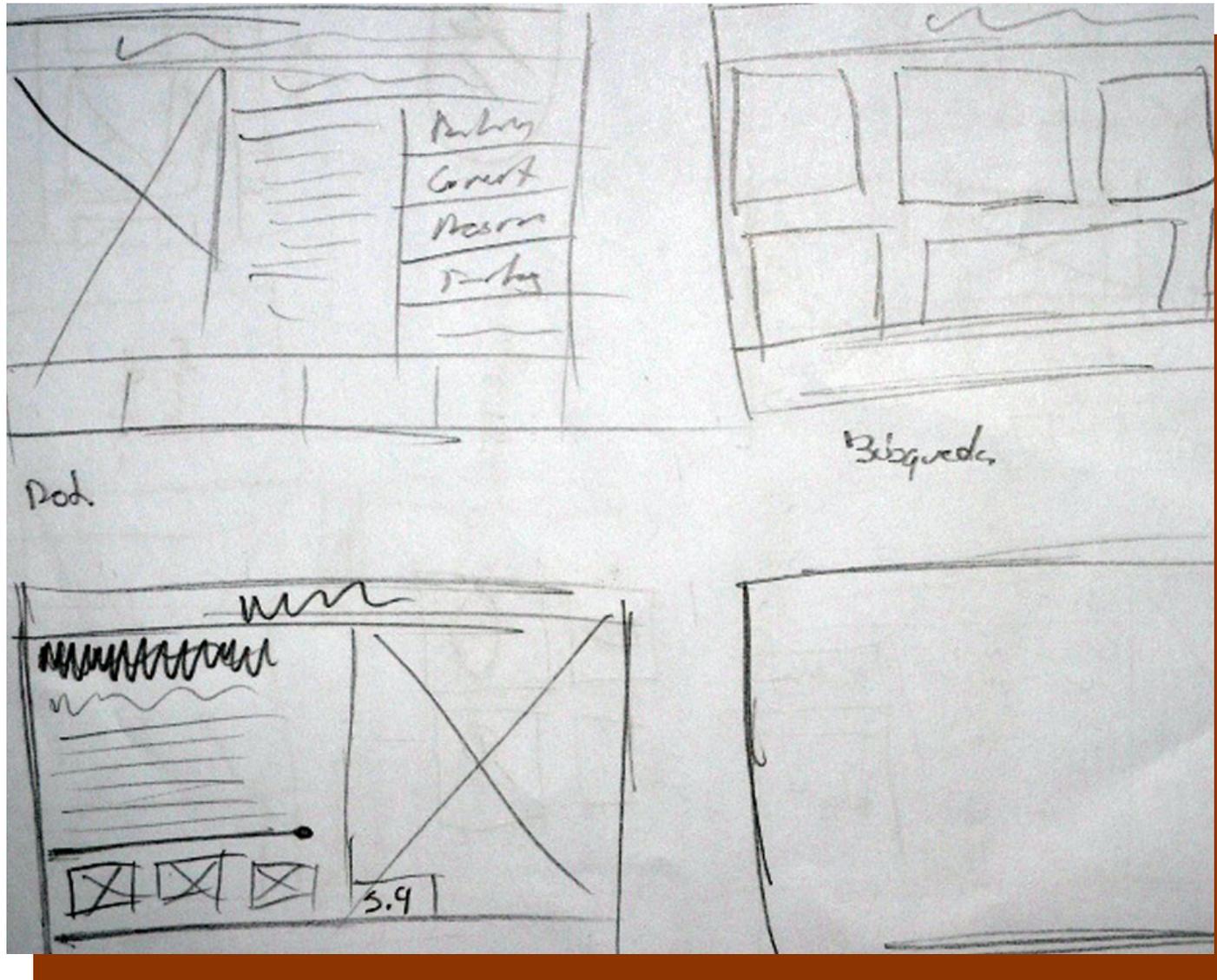
**CAPÍTULO**

**3**

**DISEÑO**

# 1. BOCETOS

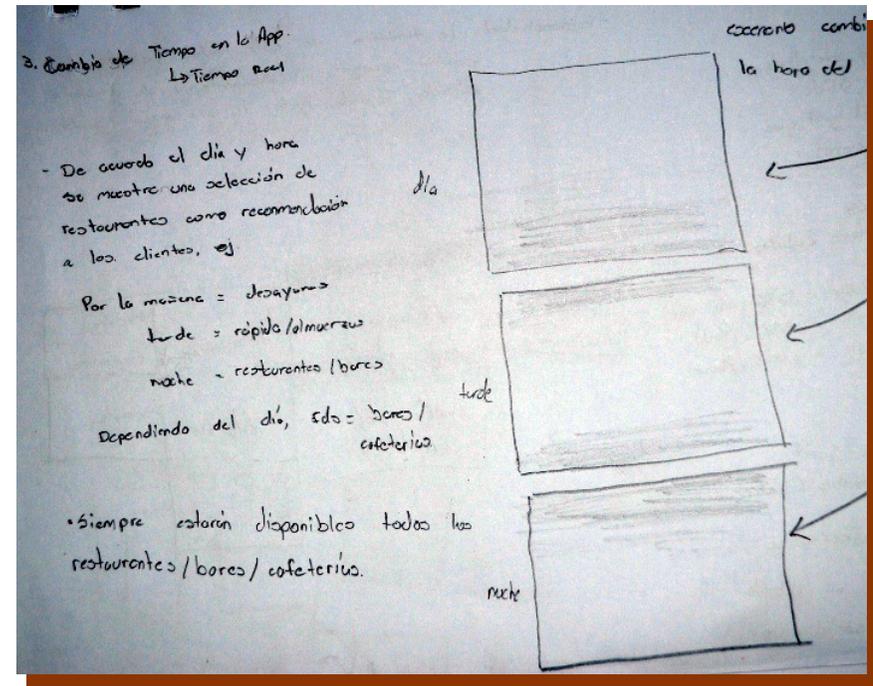
## 1.1 Bocetos a mano alzada



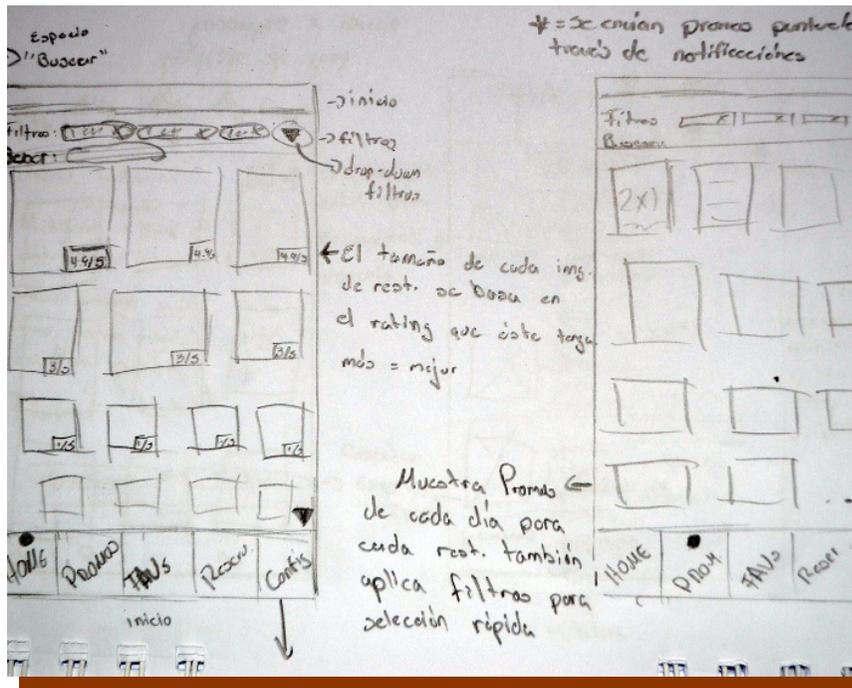
Primeros bocetos a mano alzada. Se muestra la diagramación de los diferentes elementos gráficos y la información.



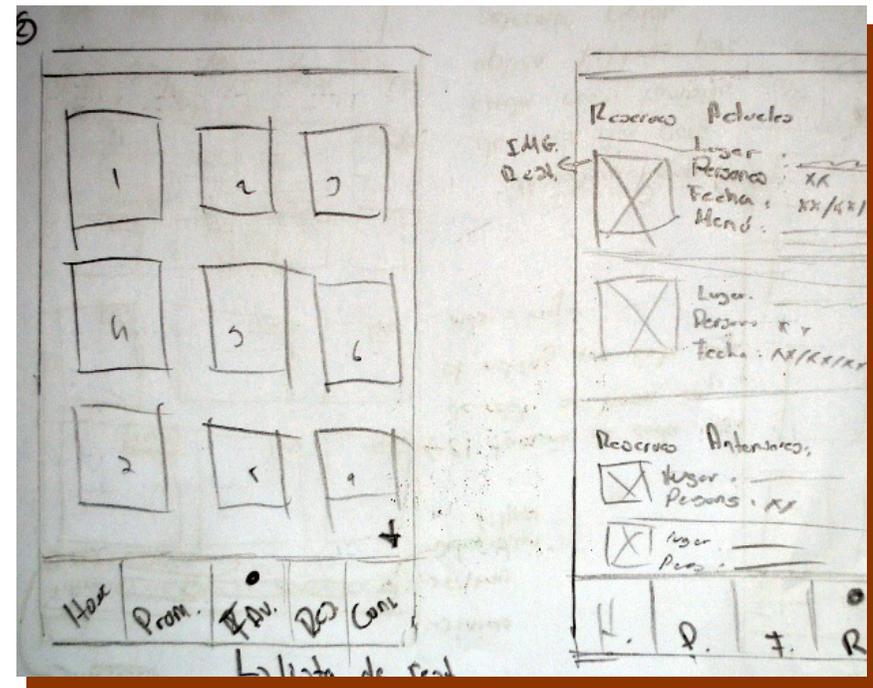
Bocetos en pantalla horizontal. Pantalla principal.



Idea 2: Cambio de fondo de pantalla de acuerdo a la hora en que se consulta la app.



Bocetos de pantalla de búsqueda y promociones.

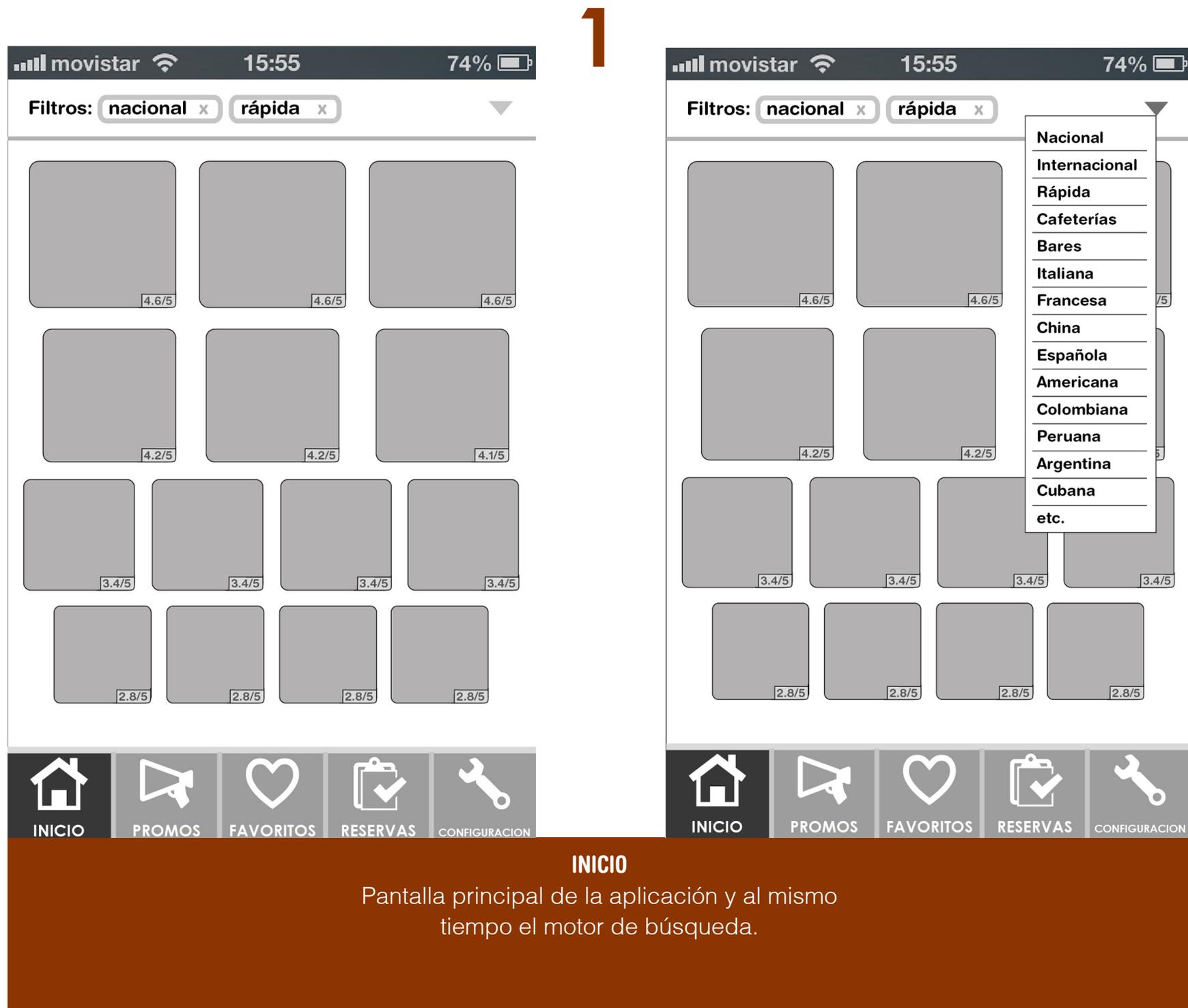


Pantalla Reservas y favoritos.

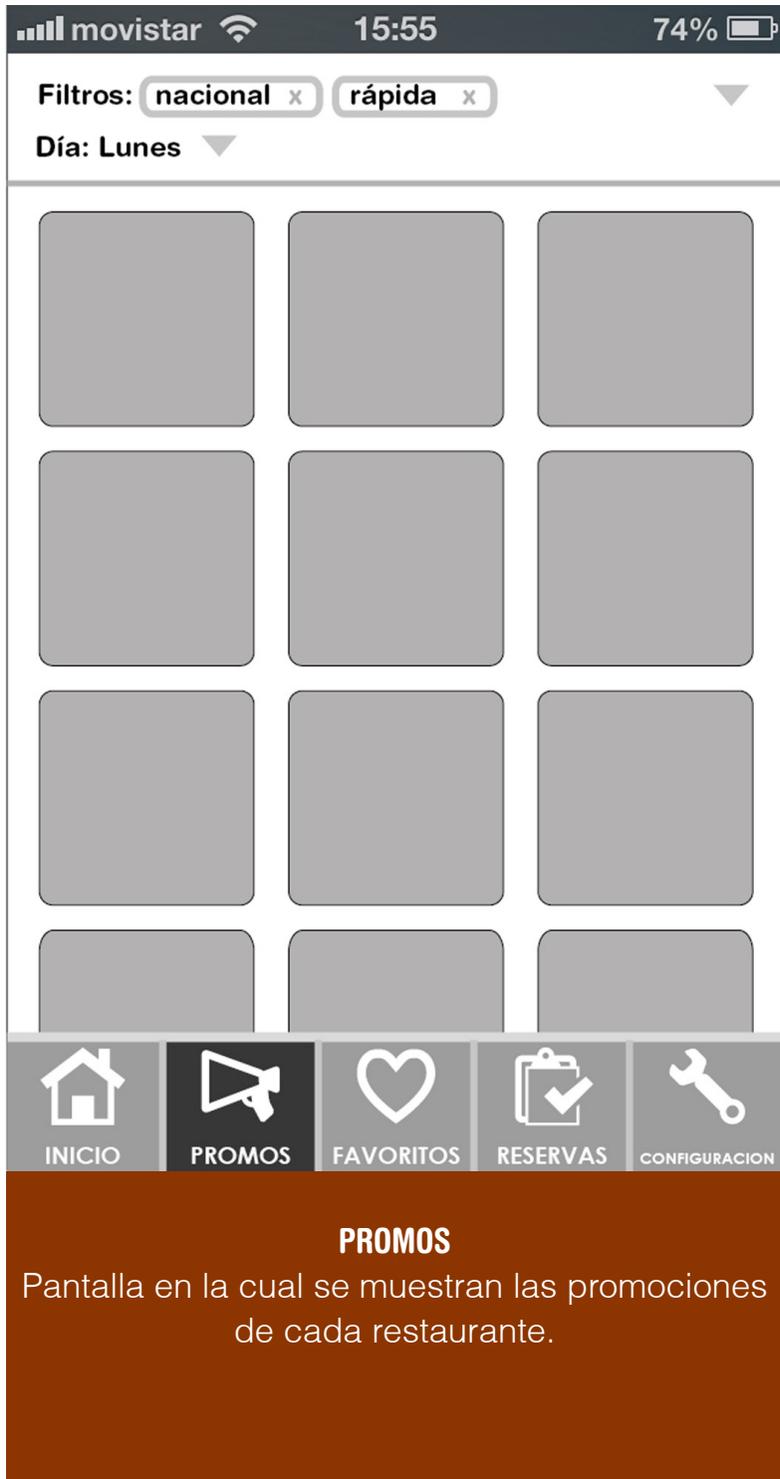


## 1.2 Bocetos digitales

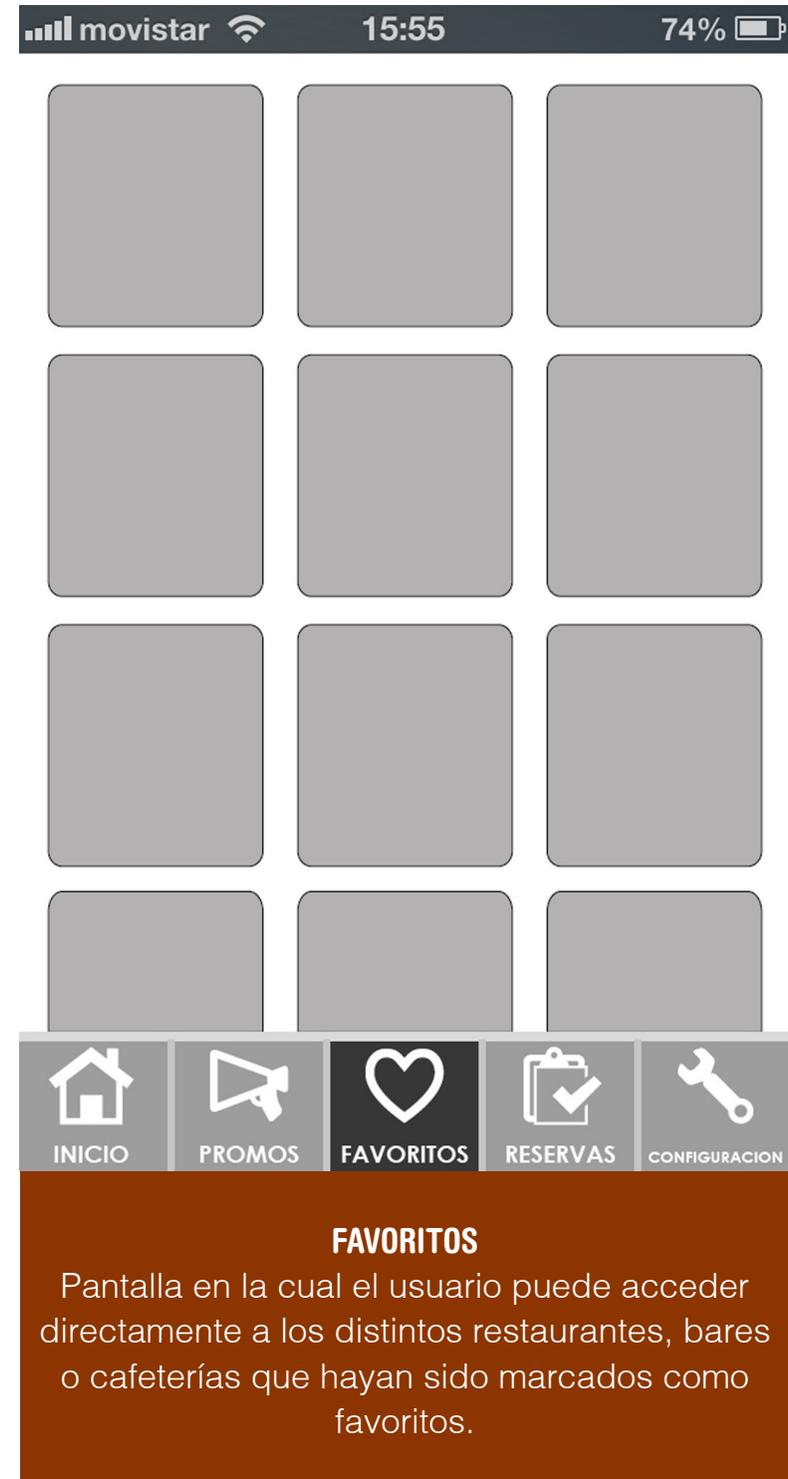
Una vez realizados los primeros bocetos a mano, se procedió a realizar el bocetaje digital de acuerdo a las mejores ideas trabajadas previamente. En el punto 2 (Pg.61), se explica con mayor detalle cómo funciona cada pantalla.



## 2



## 3



# 4



## Reservas Actuales:



(img del local)



confirmado

Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas  
Fecha / Hora: 21 de Julio, 2013 / 22:15  
Menú: xxxx xxxxxxxx  
xxxxxxx  
xxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxx

## Reservas Anteriores:



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas  
Fecha: 21 de Julio, 2013



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas  
Fecha: 21 de Julio, 2013



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas



### RESERVAS

Pantalla mediante la cual el usuario puede revisar sus reservas actuales o las realizadas en otras ocasiones.

# 5



## Configuración:

Recibir notificaciones de promociones y actualizaciones?

Enviar una notificación 1 hora previa a su reserva como recordatorio?

Compartir su actividad en las redes sociales? (Favs, reservas, etc.)

Otras... etc

## Cuenta:

Usuario: fandrdec@hotmail.com



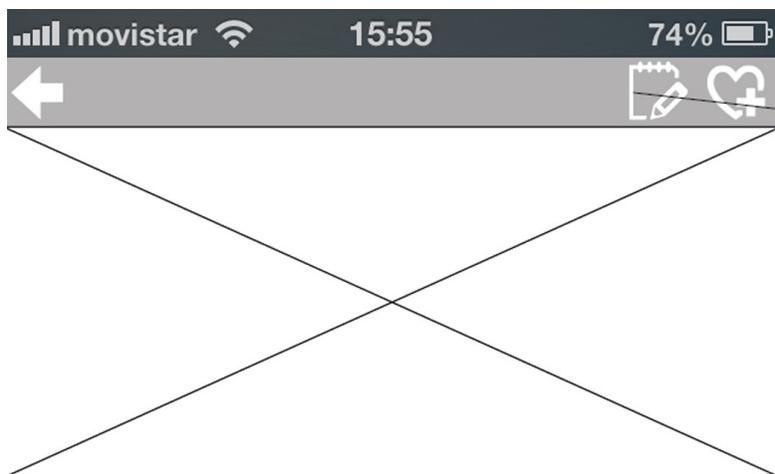
cerrar sesión



### CONFIGURACIÓN

Pantalla de ajustes de usuario y de la aplicación.

6



**NOMBRE REST**

**Info**

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
 XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
 XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
 XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
 XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
 XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**Compártenos!**



**Contactos /Reservas**

**Costo Promedio**  
\$12.30

**Ver Menú Completo**

**Fotos/Comentarios**

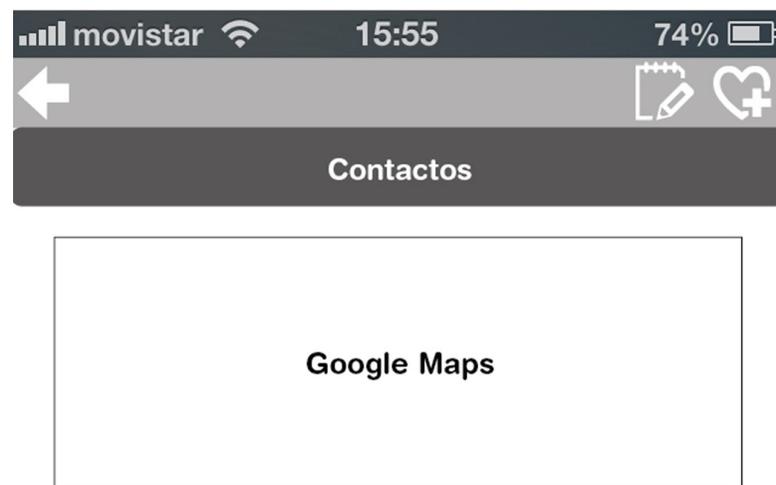
**Mesas Disponibles**  
15



**RESTAURANTES-BARES-CAFETERÍAS**

Pantalla principal de cada local gastronómico en la cual se detalla la información más relevante de los mismos.

7



**Contactos**

**Google Maps**

**Dirección:** xx xxxxx xxxxxxxx xxxxx

XXXXXXXXXXXX

**Telefonos:** 2213-54664

5549-54664

**E-Mail:** ksdapad@hotmail.com

**Horarios de Atención**

<b>Lun-Mié</b> 11:30 - 17:30	<b>Jue-Vie</b> 10:30 - 20:30	<b>Sábado</b> 11:30 - 17:30	<b>Domingo</b> 11:30 - 17:30
---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

**Reservas**

**Domicilio**



**CONTACTOS**

Pantalla informativa de contactos y mapa de cada local gastronómico.

# 8

movistar 15:55 74%

Contactos

Reservas

Nombre:

Telf:

Cédula:

E-Mail:

No. de Personas: 1

Fecha: 2 / 5 / 2013

Hora:

Reservar

\*Se enviará una notificación confirmando su reserva

Domicilio

INICIO PROMOS FAVORITOS RESERVAS CONFIGURACION

**RESERVAS**

Pantalla con un formulario para realizar la reserva en "x" local.

# 9

movistar 15:55 74%

Fotos

+Sube tus fotografías de este restaurant, aporta a la comunidad!  
+Agrega todos los datos posibles sobre la misma (plato, detallesm etc)

Agrega Fotografías

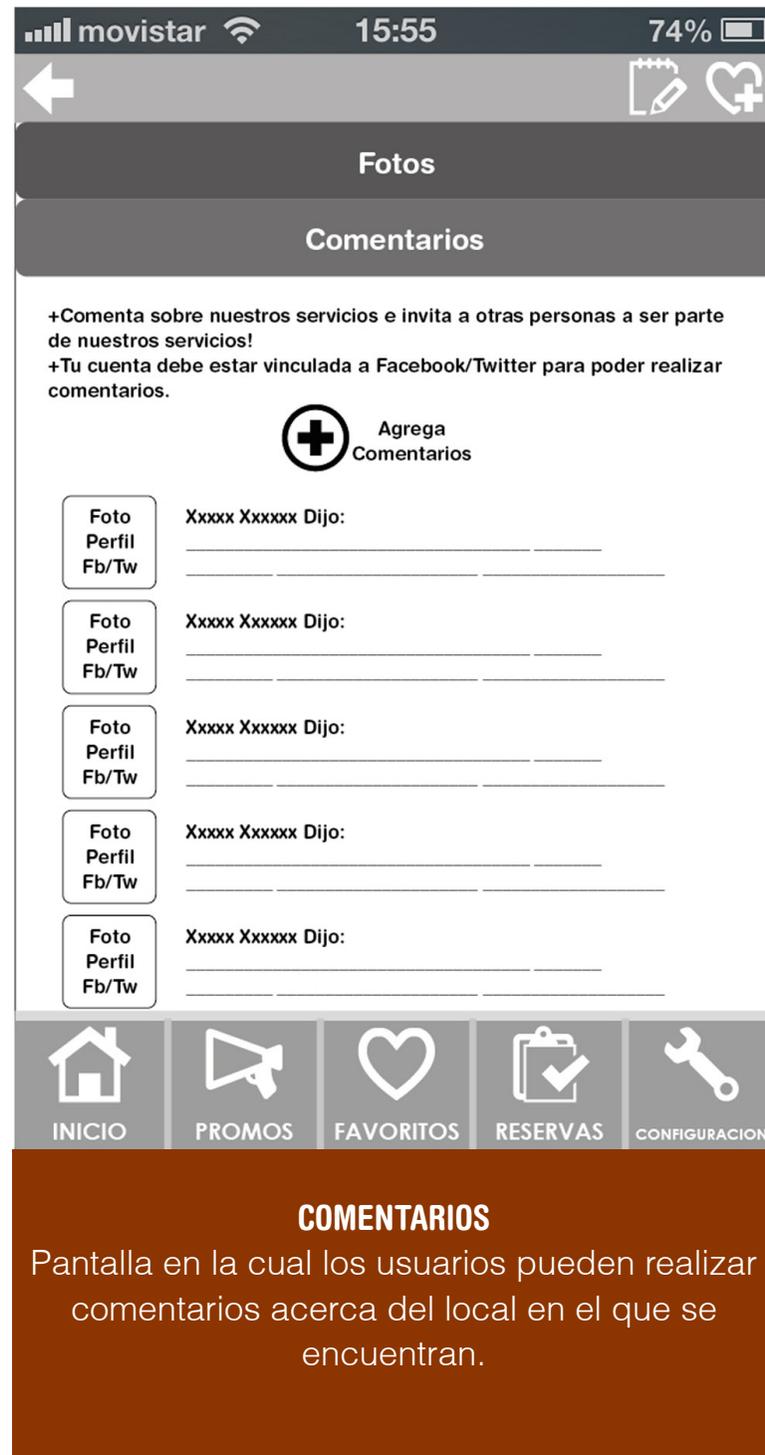
Comentarios

INICIO PROMOS FAVORITOS RESERVAS CONFIGURACION

**FOTOS**

Pantalla en la cual los usuario pueden ver y subir fotografías acerca del local en el que se encuentran.

# 10



# 2. NAVEGACIÓN E INTERFAZ

Tomando en cuenta los bocetos realizados anteriormente, se realizó la navegación, interfaz e interacción de la app con el usuario, cada una de estas pantallas se detallan a continuación basado en el número que se le dió a cada pantalla de los bocetos digitales:

---

## INICIO

1

- + Pantalla inicial de la aplicación.
- + Filtros: Los usuarios podrán aplicar filtros para mejorar su búsqueda de acuerdo a sus necesidades.
- + En caso de tener la pantalla completa de restaurantes, se activa el “slide” hacia abajo. De esta manera se siguen mostrando todos los restaurantes dentro de las categorías seleccionadas por el usuario.
- + La Aplicación y el motor de búsqueda, cambia simultáneamente con el tiempo (real). Ejemplo: Si es de día, se mostrarán lugares en donde se puede desayunar, si es de tarde, almuerzos y noche bares, restaurantes, etc.

## INICIO

**2**

+ Muestra las promociones que cada restaurante/bar/cafetería poseen en ese momento. También aplica filtros para seleccionar rápidamente.

+ También se envían promociones mediante las notificaciones a todos los usuarios de la app. (Config > Notificaciones).

+ Se puede seleccionar el día de la semana para que los usuarios puedan observar las diferentes promociones que cada restaurante/bar/cafetería posee.

---

## PROMOS

**3**

+ Muestra una lista completa de restaurantes / bares y cafeterías seleccionadas como “favoritos” en la app. Sirve para rápido acceso del usuario.

---

## FAVORITOS

**4**

+ Se muestra las reservas realizadas por el usuario, con los datos de Lugar, Personas, Fecha/Hora, Menú (en caso que aplique). También un símbolo de aprobado o no si la reserva ha sido confirmada por parte del local.

+ Muestra reservas realizadas previamente por los usuarios con sus respectivos datos.

+ Muestra el menú cuando el usuario ha realizado la reserva seleccionando un menú específico desde la carta.

## CONFIGURACIONES

**5**

- + Lista de configuraciones para notificaciones y privacidad del usuario.
  - + Recibir notificaciones de promociones y actualizaciones de sus favoritos
  - + Enviar una notificación 1 hora previa a su reserva como recordatorio
  - + Compartir sus actividades en las redes sociales
  - + Conectar con: Facebook/Twitter
  - + Cerrar Sesión / Iniciar Sesión
- 

## RESTAURANTES-BARES-CAFETERÍAS

**6**

- + Pantalla principal de cada rest/bar/caf.
- + Se muestra una imagen principal del local, su nombre, la información básica del mismo.
- + En la parte derecha de la pantalla, observamos un sub menú en el cual podemos seleccionar: Compártenos, Contactos/Reservas, Menú Completo, Fotos/Comentarios.
- + Costo Promedio y Mesas disponibles no son seleccionables.
- + En la barra superior, tenemos 2 botones, el uno para calificar el restaurante (pop-up) y el otro para agregarlo a favoritos. En el sector izquierdo, tenemos un botón para regresar a la pantalla anterior.

## CONTACTOS

- 7** + En la pantalla de contactos, observamos un mapa con el sistema de Google Maps, mostrando la ubicación en Cuenca.
  - + Dirección del local.
  - + Teléfonos, Fax, Celular.
  - + E-Mail para contactar al local.
  - + Horarios de atención del local detallado por día y hora.
  - Slide up/down de los botones reservas/domicilio (Solo si aplican).
- 

## RESERVAS

- 8** + Pantalla Reservas: Aquí se llena el formulario el cual será enviado al respectivo local para su aprobación. Una vez aprobado por el mismo, le llegará al usuario una notificación con la confirmación.
- + Datos:
  - Nombre
  - Teléfono
  - Cédula
  - E-Mail
  - No. De Personas
  - Fecha (Con calendario para seleccionar la misma)
  - Hora

## FOTOS

9

+ Pantalla Fotos: Los usuarios podrán agregar sus propias fotografías del local en el cual se encuentran.

+ Botón + para agregar las mismas.

+ Cada fotografía se podrá hacer un click (tap) la cual aparecerá en tamaño más grande. (zoom)

+ Se muestra qué usuario subió la foto, y un respectivo comentario en caso de ser agregado por él mismo.

---

## COMENTARIOS

10

+ Pantalla de Comentarios (Slide-up/down).

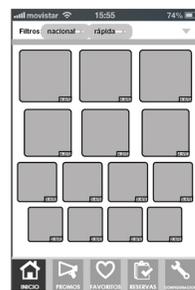
+ Los usuarios podrán postear comentarios acerca del restaurante/bar/cafetería.

+ Se usarán filtros de palabras para que no exista lenguaje vulgar, ofensivo, inapropiado.

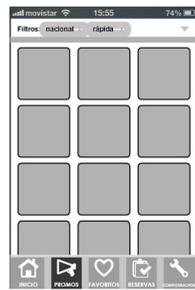
+ Se requiere de que el usuario tenga su cuenta conectada a las redes sociales.

# Flujo

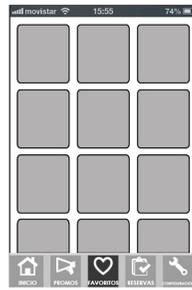
INICIO  
ANIMACION



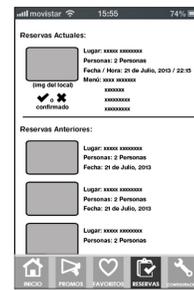
INICIO



PROMOS



FAVORITOS



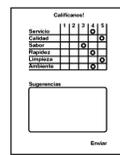
RESERVAS



AJUSTES



REST / BAR / CAF



CONTACTOS



RESERVAS



FOTOS



COMENTARIOS



# 3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Teniendo en cuenta la cromática y los bocetos iniciales de este proyecto, se desarrolló la primera propuesta gráfica con interfaz completa de la aplicación, a través de las diferentes revisiones tanto con el docente como con los programadores se realizaron cambios vitales para la misma, en esta sección se mostrarán algunos de los cambios principales que se realizaron.

### 3.1 Versión 1



Del bocetaje a la primera propuesta o versión de la app, el cambio más notorio es la barra principal de menú. El botón inicio fue cambiado hacia el centro y ha tomado una nueva forma como se puede observar en la imagen superior. A continuación se presentan las demás propuestas de esta misma versión:

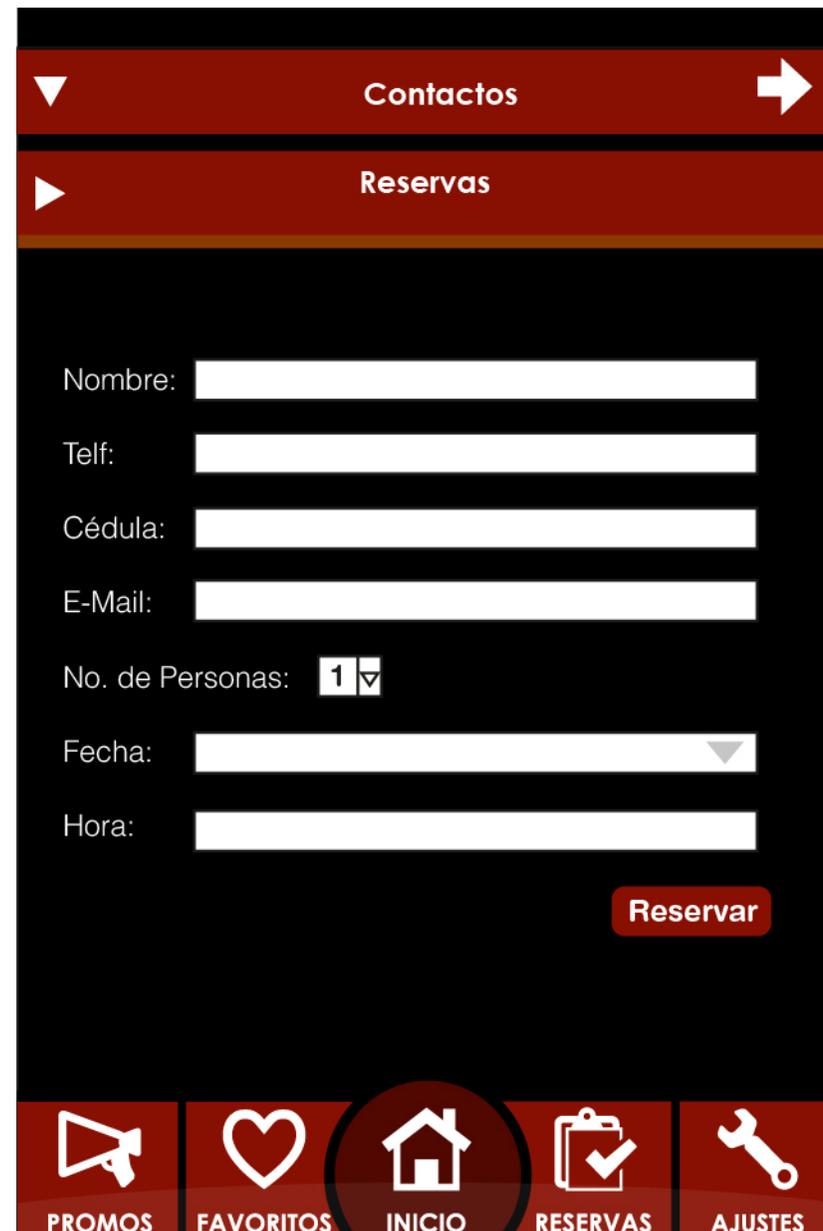


## 3.2 Versión 2

Los cambios realizados para esta versión consisten básicamente en reorganizar y ocupar mejor los espacios en cada pantalla. También se agregan algunos elementos gráficos y la generación de más pantallas.

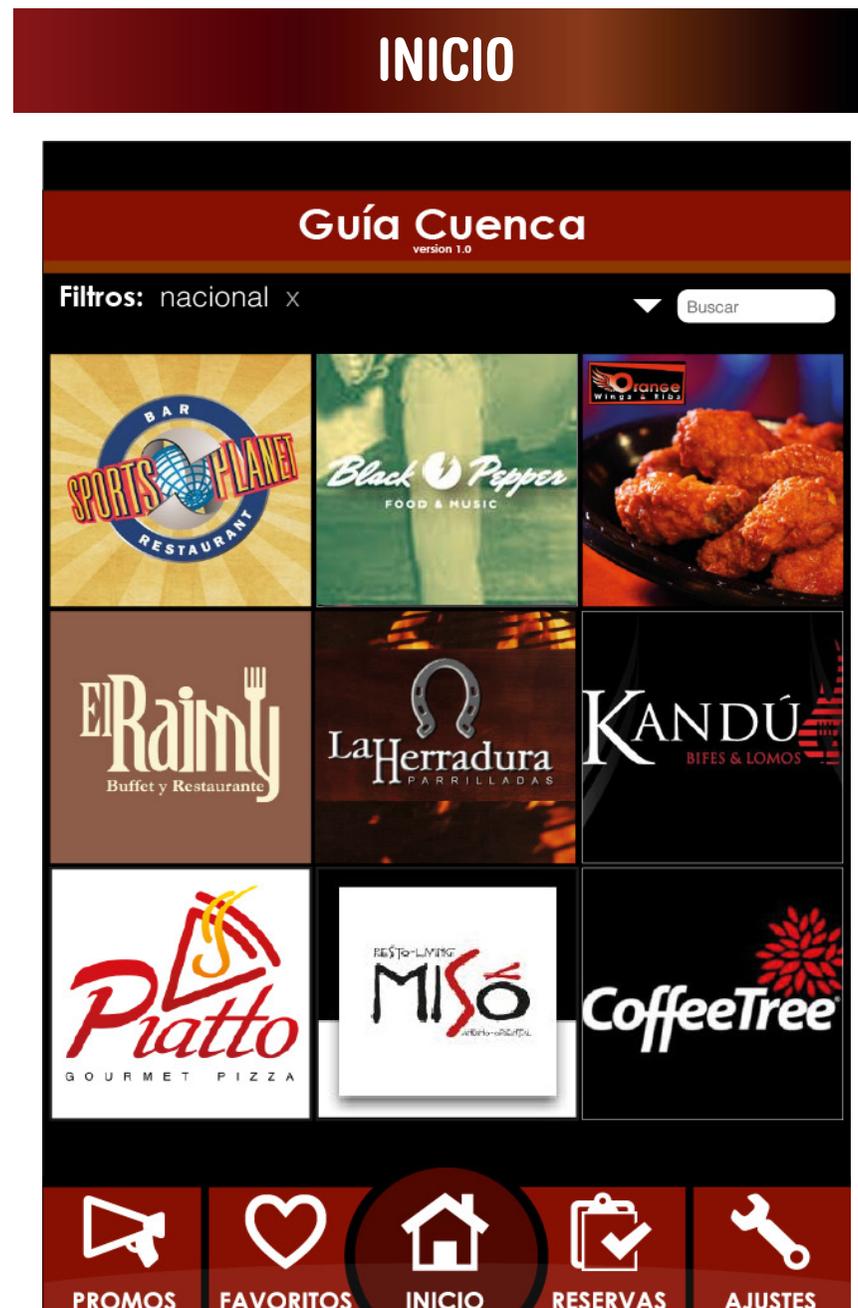


## Pantallas de fotografías y reservas



# 4. DISEÑO FINAL

Luego de haber tratado con varios diseños, desde el bocetaje a mano, hasta el digital, se pudo lograr un diseño completo de la aplicación el cual cumple con los objetivos tratados inicialmente y cumpliendo con toda la programación previamente explicada.



## PROMOS



Pantalla en la cual los usuarios pueden acceder a las promociones de cada día realizada por los diferentes locales gastronómicos.

## FAVORITOS



Favoritos - Accede a los locales marcados como favoritos para un acceso más rápido.

## RESERVAS

### Guía Cuenca

version 1.0

Reserva Actual:



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas  
Fecha / Hora: 21 de Julio, 2013 / 22:15  
Menú: xxxxx xxxxxxxx  
xxxxxxx  
xxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxx

---

Reservas Anteriores



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas  
Fecha / Hora: 21 de Julio, 2013 / 22:15  
Menú: xxxxx xxxxxxxx  
xxxxxxx  
xxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxx



Lugar: xxxxx xxxxxxxx  
Personas: 2 Personas

PROMOS FAVORITOS INICIO RESERVAS AJUSTES

En esta sección, el usuario accede a toda la información acerca de sus reservas realizadas tanto actualmente como posteriormente.

## AJUSTES

### Guía Cuenca

version 1.0

Configuración:

Recibir notificaciones de promociones y actualizaciones?

Enviar una notificación 1 hora previa a su reserva como recordatorio?

Compartir su actividad en las redes sociales? (Favs, reservas, etc.)

Otras... etc

---

Cuenta:

Usuario: fandradec@hotmail.com

 Connect with Facebook  Connect with Twitter

cerrar sesión

PROMOS FAVORITOS INICIO RESERVAS AJUSTES

Los ajustes de la App es la pantalla en la cual los usuarios pueden seleccionar que tipo de notificaciones desean recibir. De igual manera conectarse a su cuenta de Facebook o Twitter.

## RESTAURANTES-BARES-CAFES

## MENÚ ABIERTO



Cuando el usuario realiza un “tap” en la flecha que se encuentra sobre la barra de menú principal, se despliega un menú con las diferentes botones que llevan a otra información de cada local.



Pantalla principal de cada local, contiene información básica acerca del mismo.

## CONTACTOS

Contactos

Dirección: xx xxxxx xxxxxxxx xxxxx  
xxxxxxxxxxxx

Telefonos: 2213-54664  
5549-54664

E-Mail: ksdapad@hotmail.com

**Horarios de Atención**

Lun-Mié	Jue-Vie	Sábado	Domingo
11:30 - 17:30	10:30 - 20:30	11:30 - 17:30	11:30 - 17:30

Reservas

PROMOS FAVORITOS INICIO RESERVAS AJUSTES

Pantalla de contactos en la cual observamos toda la información elemental de cada local.

## RESERVAS

Contactos

Reservas

Nombre: [input]

Telf: [input]

Cédula: [input]

E-Mail: [input]

No. de Personas: 1

Fecha: [dropdown]

Hora: [input]

Reservar

PROMOS FAVORITOS INICIO RESERVAS AJUSTES

Formulario para realizar una reserva.

## FOTO - AGRANDADA



Imagen agrandada de cada fotografía.

## FOTOS



Sección en la cual encontramos toda las imagenes de cada local, que han sido subidas por los usuarios de la aplicación.

# COMENTARIOS

▼ Fotos →

▶ Comentarios

+Comenta sobre nuestros servicios e invita a otras personas a ser parte de nuestros servicios!  
+Tu cuenta debe estar vinculada a Facebook/Twitter para poder realizar comentarios.

 **Agrega Comentarios**

**Foto Perfil Fb/Tw** **Xxxxx XXXXXX Dijo:**  
\_\_\_\_\_

 **PROMOS**  **FAVORITOS**  **INICIO**  **RESERVAS**  **AJUSTES**

# 5. CONCLUSIONES

Desde el bocetaje hasta el diseño final, ha sido un trayecto lleno de cambios e ideas nuevas, los diseños fueron concebidos de acuerdo a las especificaciones de la programación y de igual manera con los diagnósticos e información investigada del capítulo 1. La app tiene un gran potencial en el mercado ya que en la ciudad de Cuenca existen varios usuarios que poseen smartphones y por lo tanto podrán descargarse esta aplicación para facilitarles mucho la búsqueda de sitios gastronómicos a través de la ciudad.



# CONCLUSIONES GENERALES

Tras estudiar y definir una problemática en Cuenca, se realizó un proyecto visual e interactivo para poder alcanzar nuestro principal objetivo que es aportar a la difusión de la oferta gastronómica. Inicialmente se evaluaron algunas ideas acerca de cómo resolver este proyecto, desde libros y guías impresas, hasta catálogos interactivos multimedia. Una de las ideas que más llamó la atención era una app (aplicación para dispositivos móviles).

Este producto gráfico partió de ser una idea sin mucho alcance, pero con el paso del tiempo y algunos estudios, ésta mejoró de manera notable hasta llegar al presente proyecto y su diseño final manteniendo una interfaz, navegación e interacción manejable para cualquier usuario.

Para llegar a los colores que utilizamos en este proyecto, se estudió un poco acerca de la psicología del color relacionada a la gastronomía, la cual nos llevó a utilizar colores que generalmente se usan en el campo gastronómico para llamar la atención de las personas, estos colores se basan en la gama del rojo y los anaranjados, los cuales juntos con el color negro, hicieron que la gráfica sea muy agradable para la vista.

Ciertas dificultades surgieron a través del desarrollo del producto ya que se realizaban cambios en las ideas principales con mucha frecuencia, esto se debe a que al momento de mostrar las ideas (bocetos) a diferentes personas, pensaban o sugerían algunos cambios estéticos o funcionales para que la app sea más amigable con los usuarios y de esta manera simplificar los pasos para llegar de un punto a otro.

El resultado fue muy favorable, ya que se cumplieron las metas y objetivos del proyecto establecidos, con claridad y total satisfacción por parte de diferentes personas que pudieron observar el desarrollo de la app.



# ANEXOS

# BIBLIOGRAFÍA

1. PEDRO E. AVILES Y EMILIA ESTHER. “La Psicología y el Marketing para un servicio de calidad”. Lima, Perú. 2007
2. REGINA G. SCHLUTER. “Turismo y Patrimonio Gastronómico: Una Perspectiva”. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2006
3. JORDI DE SAN EUGENIO VELA. “Los restaurantes como recurso de promoción turística”, 2008
4. GABRIELA MAGRI HARSICH. “Reflexión Académica en Diseño y Comunicación”. Buenos Aires, Argentina. 2008
5. PAUL WATLZAWICK, JANET HELMICK BEAVIN y DON D. JACKSON. “Teoría de la Comunicación Humana”. Editorial Herder, Barcelona, 1985
6. TIMOTHY SAMARA. “Diseñar con y sin retícula”. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 2004
7. MOBILE MARKETING ASSOCIATION. Libro Blanco de Apps. “Guía de apps móviles”, 2011
8. ARFUCH LEONOR, “Diseño y Comunicación, Teorías y Enfoques Críticos”, Editorial Paidós, 1997
9. MAYER, R., “Teoría Cognitiva del Aprendizaje Multimedia”, 2005
10. GARRET J. JAMES. “The Elements of User Experience”, Editorial New Riders, Segunda Edición, 2010

# REFERENCIA DE IMÁGENES

Portada: Inca Bar - Cuenca

1. Conchas Asadas - Cebiches de la Rumiñahui

2. Catedral de Cuenca - Autor

3. Inca: Lounge & Bistro - Autor

4. iPhone 5. URL: <http://applethat.com/wp-content/uploads/2012/11/Apple-iPhone-5-white.jpg>

5. Kandinsky. URL: <http://img.creativosonline.org/blog/wp-content/uploads/2012/01/kandinsky-Composicion-VII.jpg>

6. RGB - Autor

7. Tipografía - Autor

8. Retícula Jerárquica. URL: <http://judithbetelgeuse.files.wordpress.com/2012/03/reticula2.jpg>

9. Blueprints. URL: <http://www.equipmentworld.com/files/2012/09/original.png>

10. Arquitectura de la Información - Autor

11. Acercamiento Arriba-Abajo - Autor

12. Acercamiento Abajo-Arriba - Autor

13. Información. URL: [http://3.bp.blogspot.com/-x3Erp1oT4BU/UUhIDt4whMI/AAAAAAAAAC\\_I/B9A-4D9Jdnk/s1600/iPhone+Apps+Development+++To+Serve+Ever+Rising+Routine+App+Requirements.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-x3Erp1oT4BU/UUhIDt4whMI/AAAAAAAAAC_I/B9A-4D9Jdnk/s1600/iPhone+Apps+Development+++To+Serve+Ever+Rising+Routine+App+Requirements.jpg)

14. Plano Esqueleto - Autor

15. Desarrollo del Diseño Visual según Garret - Autor

16. Apps

17. Patente iPhone. URL: [http://www.geek.com/wp-content/uploads/2009/04/apple\\_patent\\_20090100384\\_iphone\\_contacts\\_app\\_variable\\_row\\_height.gif](http://www.geek.com/wp-content/uploads/2009/04/apple_patent_20090100384_iphone_contacts_app_variable_row_height.gif)

18. Desarrollo de Apps. URL: <http://www.digiworks.es/blog/wp-content/uploads/Mind-Cracker-app-iphone.jpg>

19. Homólogos: Guía Gastronómica de Cuenca

20. Homólogos: FoodSpotting

21. Homólogos: OpenTable

22. Homólogos: Zagat

23. BlackPepper Food & Music - Autor

24. Turistas. URL: <http://4.bp.blogspot.com/-VMq4bErNuKU/TmqEcNcTHRI/AAAAAAAAADZ4/BE-dhbutWKK/>

s1600/001.JPG

25. Bocetos (Pg. 52-54) - Autor

26. Bocetos Digitales (Pg. 55-60) - Autor

27. Propuesta - Autor

28. Desarrollando la App. (Pg. 69-78) - Autor

