



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA
BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO (A)
EN DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA

AUTOR(A):

JOSÉ VICTOR CANCIO AYOVÍ

TUTOR:

JONATAN PORTUGAL, MGTR.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2021 - 2022

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, **José Víctor Cancio Ayoví**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, titulado: **“DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.



JOSÉ VICTOR CANCIO AYOVÍ

C.C. 2300443237





Factura: 001-002-000000869



20220901062D00727

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20220901062D00727

Ante mí, NOTARIO(A) PEDRO CESAR ZAMBRANO PARRA de la NOTARÍA SEXAGESIMA SEGUNDA , comparece(n) JOSE VICTOR CANCIO AYOVI portador(a) de CÉDULA 2300443237 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 23 DE FEBRERO DEL 2022, (11:55).



JOSE VICTOR CANCIO AYOVI
CÉDULA: 2300443237



NOTARIO(A) PEDRO CESAR ZAMBRANO PARRA
NOTARÍA SEXAGESIMA SEGUNDA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 2300443237

Nombres del ciudadano: CANCIO AYOVI JOSE VICTOR

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/STO DGO TSACHIL/SANTO
DOMINGO/SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

Fecha de nacimiento: 24 DE OCTUBRE DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Datos de la Padre: No Registra

Nacionalidad: No Registra

Datos de la Madre: CANCIO AYOVI ELDA ZENOVIA

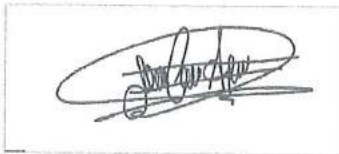
Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 9 DE ENERO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE POR LEY

Información certificada a la fecha: 23 DE FEBRERO DE 2022

Emisor: PEDRO CESAR ZAMBRANO PARRA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 62 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 226-683-40830



226-683-40830

J. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente








REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
 APELLIDOS Y NOMBRES
CANCIO AYOVI JOSE VICTOR

LUGAR DE NACIMIENTO
**STO DGO TSACHIL
 SANTO DOMINGO
 S DOMINGO DE LOS GLDS**

FECHA DE NACIMIENTO **1994-10-24**
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
 SEXO **M**
 ESTADO CIVIL **SOLTERO**

No. **230044323-7**

INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
 XXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXX

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
CANCIO AYOVI ELDA ZENOVIA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**GUAYAQUIL
 2013-01-09**

FECHA DE EXPIRACIÓN
2023-01-09

E3343V2242





DIRECTOR GENERAL PRIMA DEL CEDULADO




CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: **GUAYAS**

CIRCUNSCRIPCIÓN: **2**

CANTÓN: **GUAYAQUIL**

PARROQUIA: **TARQUI**

ZONA: **24**

JUNTA No. **0001 MASCULINO**

N° **27061071**
 7300443237



CC N° **2300443237**

CANCIO AYOVI JOSE VICTOR



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing., Jonatán Portugal, Mgtr., en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico Multimedia, cuyo tema es: **“DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, fue elaborado por el Sr. **José Victor Cancio Ayoví**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

Jonatán Portugal, Mgtr.
Magíster en Diseño y Gestión de Marcas
Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

El proyecto lo dedico a Dios, por las habilidades y paciencia que me brindo para culminar la carrera y a pesar de las adversidades me encuentro aquí desarrollando mi tema de tesina, si no fuese por la constancia y perseverancia no hubiera seguido esta carrera que mucho me gusta. Y, en segundo lugar, pero no menos importante dedico esto a las personas que creyeron en mí y en mi dedicación constante de mejorar día a día.

José Victor Cancio Ayoví

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a los profesores que formaron parte de mi desarrollo académico, los mismos me enseñaron no solo temas de diseño, sino temas de la vida profesional, su actuación de vital importancia, ya que amasan y nos dan rienda suelta a nuestra creatividad y habilidades que ni sabemos que tenemos. Agradezco a las personas que fueron parte de este proceso en especial a nuestro Tutor quien fue guía para la elaboración de este proyecto.

José Victor Cancio Ayoví

INDICE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN	6
1.1. MARCO HISTÓRICO	6
1.2.1. Historia del Diseño	6
1.2.2. Historia de las aplicaciones móviles.....	7
1.2.3. Historia de las aplicaciones en el Ecuador	8
1.2.4. Historia de la empresa Blúbiser.....	8
1.2. MARCO TEÓRICO	10
1.2.1. Diseño Gráfico.....	10
1.2.2. Aplicaciones móviles.....	10
1.2.3. UI o Interfaz del usuario	11
1.3. MARCO CONCEPTUAL.....	12
1.3.1. Accesibilidad	12
1.3.2. App	12
1.3.3. Benchmarking.....	12
1.3.4. Compilar	12
1.3.5. Contexto de uso	12
1.3.6. CSS	13
1.3.7. Densidad de Pantalla	13
1.3.8. DP.....	13
1.3.9. Escenario	13
1.3.10. Experiencia de Usuario o UX.....	13
1.3.11. Interfaz o UI.....	14
1.3.12. Feedback.....	14
1.3.13. HTML.....	14
1.3.14. Interfaces Gráficas de Usuario	14

1.3.15. Javascript	15
1.3.16. KPI.....	15
1.3.17. Librería	15
1.3.18. Monetizar.....	15
1.3.19. Móvil	15
1.3.20. Orientación	15
1.3.21. Persona	16
1.3.22. Píxel o PX.....	16
1.3.23. Ranking.....	16
1.3.24. Resolución de Pantalla.....	16
1.3.25. SDK	16
1.3.26. Simulador	16
1.3.27. Sistema operativo o SO	17
1.3.28. SP.....	17
1.3.29. Tamaño de pantalla.....	17
1.3.30. Tema	17
1.3.31. Tienda	17
1.3.32. Usabilidad.....	18
1.3.33. Usuario	18
1.3.34. Adobe Illustrator.....	18
1.4. MARCO JURIDICO	19
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.....	19
1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo (2021 - 2025) Creación de Oportunidades	20
1.4.3. Ley de Comunicación.....	20
1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual	21
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	23
2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	23

2.1.1. Descriptiva.....	23
2.1.2. Explicativa.....	23
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.2.1. Enfoque Cualitativo.....	23
2.2.2. Enfoque Cuantitativo.....	24
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	24
2.3.1. Métodos Teóricos.....	24
2.3.2. Métodos Empíricos.....	25
2.3.3. Métodos Estadísticos.....	26
2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	27
2.4.1. Análisis de los resultados de encuestas.....	27
2.4.2. Análisis de los resultados de entrevistas.....	29
2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....	31
2.5.1. Análisis PEST.....	31
2.5.2. Análisis DAFO (FODA).....	32
2.5.3. Modelo CAPA.....	33
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	35
3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	35
3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	35
3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	35
3.3.1. Estado inicial de proyecto.....	35
3.3.2. Requerimientos de desarrollo.....	35
3.3.3. Planificación de desarrollo.....	38
3.3.4. Fase 1: Planteamiento de Idea.....	40
3.3.5. Fase 2: Diseño digital de la interface.....	41
3.3.6. Fase 3: Implementación.....	43
3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....	44

3.4.1. Factibilidad administrativa	44
3.4.2. Factibilidad económica.....	45
3.4.3. Factibilidad legal	45
3.4.4. Factibilidad ecológica.....	46
3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA	46
3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA .	46
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	54

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Requerimientos técnicos.....	36
Tabla 2. Requerimientos operativos	36
Tabla 3. Requerimientos económicos.....	37
Tabla 4. Planificación de desarrollo	38

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA.....	55
ANEXO 2. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA MÁSTER EN DISEÑO DE INTERFACES PARA APLICACIONES MÓVILES.....	56
ANEXO 3. FORMATO DE LA ENCUESTA	57
ANEXO 4. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA MÁSTER EN DISEÑO DE INTERFACES PARA APLICACIONES MÓVILES.....	60
ANEXO 5. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA DISEÑADORA GRÁFICA.....	62
ANEXO 6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA	64
ANEXO 7. ESTUDIO PREVIO ACERCA DEL MERCADO DE LOS ARTÍCULOS PROMOCIONALES	67
ANEXO 8. ESTUDIO PREVIO DE LOS CONTENIDOS PARA EL DISEÑO DE UNA INTERFACE	68
ANEXO 9. BOCETAJE DE LA INTERFACE DE LA APLICACIÓN MÓVIL	69
ANEXO 10. BÚSQUEDA DE RECURSOS NECESARIOS PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE	70
ANEXO 11. COLORES CORPORATIVOS PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE	71
ANEXO 12. SELECCIÓN TIPOGRÁFICA PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE	72
ANEXO 13. VECTORIZACIÓN DEL CONTENIDO VISUAL DE LA INTERFACE	73
ANEXO 14. EXPORTACIÓN DE DISEÑOS Y PREVISUALIZACIONES DE LA INTERFACE	74
ANEXO 15. CONFIGURACIÓN DE RECORRIDO EN ADOBE ILLUSTRATOR ..	75
ANEXO 16. MOCKUP Y DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL DE LA APLICACIÓN MÓVIL.....	76

ANEXO 17. INTERFACE DE LA APLICACIÓN MÓVIL DE LA EMPRESA
BLÚBISER..... 77



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación "**DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**"

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **JOSÉ VICTOR CANCIO AYOVI** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

RESUMEN

La empresa Blúbiser actualmente presenta inconvenientes para ofrecer sus artículos promocionales en la ciudad de Guayaquil, buscan que sus productos lleguen a empresas corporativas que necesiten promocionar sus marcas. Buscamos ser una buena opción al momento de buscar este tipo de artículos, por ese motivo queremos implementar una aplicación móvil que nos permitirá estar más cerca de sus clientes, además de darle un estatus a la marca Blúbiser entre la competencia. Queremos implementar una interfaz dinámica, sencilla y directa; que permita que el cliente pueda obtener toda la información necesaria y oportuna al momento de estar buscando nuestros productos. Es importante mencionar que en la actualidad este tipo de herramientas digitales están tomando más espacio en el mundo de los negocios, en todo el territorio ecuatoriano y Blúbiser no quiere quedarse atrás; después de la crisis sanitaria mundial que aún vivimos somos testigos que la tecnología e innovación son el mañana y debemos adaptarnos a las nuevas tendencias para que esto sea un plus ante nuestra competencia.

ABSTRACT

The company Blúbiser currently has problems to offer their promotional items in the city of Guayaquil, they seek that their products reach corporate companies that need to promote their brands. We seek to be a good option when looking for this type of article, for that reason we want to implement a mobile application that will allow us to be closer to its customers, in addition to giving the Blubiser brand a status among the competition. We want to implement a dynamic, simple and direct interface; That allows the client to obtain all the necessary and timely information when looking for our products. It is important to mention that at present this type of digital tools are taking more space in the business world, throughout the Ecuadorian territory and Blubiser does not want to be left behind; After the global health crisis that we are still experiencing, we are witnesses that technology and innovation are tomorrow, and we must adapt to new trends so that this is a plus compared to our competition.

INTRODUCCIÓN

Una aplicación en la actualidad es muy utilizada gracias a las facilidades que la misma brinda, obviamente con el uso de internet y los avances de la tecnología, los mismos han permitido incrementar la conexión vendedor-cliente. Es bueno recordar que los sistemas operativos en la actualidad facilitan desarrollar aplicaciones de manera gratuita y que las mismas puedan ser instaladas en dispositivos móviles.

En Ecuador el empleo de aplicaciones durante y después de la crisis sanitaria mundial que vivimos, no has dejado claro que lo de hoy son las aplicaciones móviles, ya que muy aparte de conectar con personas, permite realizar cualquier otro tipo de actividad mercantil, ya sea solicitar comida, movilidad, servicios, entre otras.

Este proyecto busca explotar el medio digital, que sin duda alguna tendrá una buena acogida en el mercado corporativo y publicitario, puesto que buscamos vender artículos promocionales como: bolígrafos, llaveros, termos, souvenirs médicos, entre otros; permitiendo que las marcas puedan darse a conocer cada vez más, tanto a nivel nacional como internacional.

La empresa BÚBLISER busca la manera de publicitar artículos promocionales en la ciudad de guayaquil, llegar a objetivo deseado que son las empresas, corporaciones, imprentas, entre otras, distribuir de manera masiva sus productos y ser el medio para que estas entidades puedan dar a conocer más su marca.

La interfaz permitirá que el cliente potencial pueda validar el producto que tenemos en stock en la aplicación móvil, solicitar el mismo sin ningún problema, añadiendo la cantidad deseada y de ser el caso, solicitar la ayuda de un asesor comercial, que podrá brindarle más información, descuentos, promociones, entre otras.

Es una buena pregunta, sabiendo que en la actualidad muchas empresas optan por adquirir una aplicación móvil, para comercializar de manera masiva, brindando al usuario una opción más rápida y sencilla, si a esto le añadimos un buen diseño de interfaz que capture la mirada del consumidor podremos tener buenos resultados.

En Blúbiser buscamos que la interfaz contenga un diseño sencillo y directo, que los colores corporativos que conforman la marca puedan enamorar al instante al consumidor, sobre todo queremos transmitir que nuestra aplicación móvil denote

distinción, que transmita un buen gusto, pero con la versatilidad de que ofrecemos productos accesibles para el consumidor.

Con este proyecto buscamos crear una aplicación móvil que permita al consumidor acceder de manera fácil y directa, solicitando el artículo promocional a su gusto, en la actualidad las empresas que distribuyen estos productos prefieren brindar información limitada, creando reuniones presenciales, generando cierto compromiso al usuario con la empresa, sintiéndose forzado a comprar los productos.

En Blúbiser queremos que el consumidor tenga la información completa del producto, precios, tiempos de entrega, que el único contacto con nuestros asesores comerciales sea solo cuando ya se confirme la compra, para así darle un seguimiento para que el usuario sienta la confianza que su solicitud llegara a salvo hasta el destino.

Además, por medio de la aplicación móvil queremos mostrar la variedad de artículos promocionales y en cada uno brindar la información necesaria para que el usuario pueda tener un abanico de opciones, según la necesidad por el que quiera adquirir los productos.

Por tal motivo decidimos hacer este proyecto que busca dar un apoyo digital, permitiendo conectar a las empresas con nuestros productos, brindar un apoyo promocional y visual a las marcas en la ciudad de Guayaquil.

Este proyecto busca simplificar los procesos de negociación a los que comúnmente se ven relacionado este tipo de empresa, recordemos que con la llegada de la tecnología e innovación muchos procesos se van automatizando, lo que permitirá que el usuario pueda realizar la selección de sus productos, continuando con el pago del mismo por medio del ingreso de una tarjeta de débito o crédito y dando por culminado la transacción.

Además, que le brindamos confianza al usuario, ya que en todo el proceso tendrá la opción de solicitar ayuda de un asesor comercial, quitando cualquier inquietud que el mismo tenga, obviamente brindando un servicio de posventa para que nuestro consumidor se sienta bien atendido

En esta aplicación móvil buscamos la imparcialidad, queremos vender un producto de buena calidad, que el usuario no tenga que negociar precios con la típica empresa, sin saber si la materia prima del artículo promocional que está adquiriendo es de buena calidad o que el mismo dude si efectúo una buena negociación.

Al crear una aplicación móvil enviamos una imagen corporativa más seria y responsable, creando una confianza en el usuario y demostrando que no somos cualquier empresa que solo busca hacer una transacción, todo lo contrario, que somos un equipo de trabajo encargado de vender productos de calidad y durabilidad para sus campañas publicitarias.

Como ya se ha mencionado, será útil para conectar de manera confiable y directa con el cliente que algún artículo promocional, es importante conocer que hoy en día todo ingresa por nuestro sentido visual, y si a eso se le agrega un artículo de buena calidad, será muy bien aceptado al momento de generar su campaña publicitaria.

También mantendrá actualizado sobre el stock de artículos que tendremos, esto también puede ser de gran ayuda para aquellas empresas que recién inician y brindan el servicio de marketing publicitario, ya que de ser el caso se puede dar descuento o promociones, según la cantidad que lleven en artículos promocionales.

Al tener contacto con un asesor comercial también tendremos la opción de plasmar el logotipo de la empresa que lo necesite o solicite sin ningún problema, cabe señalar que el fin primario de la aplicación móvil es vender artículos promocionales, pero si requieren el producto ya terminado con el logotipo del mismo, nuestra área de marketing, estará predispuesta a brindar su ayuda.

Bueno primero se implementará la propuesta del diseño de la interface, luego de eso se procederá a revisar detalles por parte de una persona encargada de la Experiencia del Usuario (UX), el mismo indicará que añadir o eliminar de la aplicación móvil, todo con la finalidad de dar una herramienta fácil de usar para el usuario.

El proceso será también sondeado por un estudio de mercado, realizaremos encuestas de nuestros clientes, entrevistas a personas que conocen del tema, análisis de la competencia, entre otras, lo que buscamos es que nuestra aplicación móvil tenga la aprobación y estudio necesario para lanzarlo al mercado.

Crearemos un plan de marketing publicitario interno y externo, para que nuestros usuarios conozcan de esta nueva herramienta adquirida y que los mismos puedan hacer empleo de sus beneficios, lo importante es demostrar que como empresa estamos prestos para actualizar e innovar nuestros procesos de venta.

En un mundo en constante cambio es necesario adaptarse a las nuevas tendencias para no desaparecer en el intento y eso es lo que buscamos que Blúbiser, dar un paso

adelante frente a nuestra competencia, generar esa versatilidad para nuestros clientes, no solo para los clientes actuales sino para los futuros clientes potenciales.

La crisis sanitaria mundial obligó a toda empresa a pasarse al lado digital como alternativa comercial, lo podemos ver en algunas empresas que no lo hicieron y poco tiempo después tuvieron que cerrar sus puertas, es todo lo contrario a lo que deseamos.

En unos años podemos asegurar que la mayoría de empresas se manejarán de manera online, agilizando procesos, generando pagos en línea, entre otras; generando un universo de posibilidades a la hora de negociar con un producto o servicio; y eso es lo que queremos para nuestra marca.

Este proyecto busca aprovechar las ventajas del diseño gráfico y pasarlo a una aplicación móvil, haciendo uso de todo lo aprendido en ámbito creativo y visual dentro del Instituto Tecnológico de Formación, ya que no es novedad que todo diseño ingresa primero por la vista, desde ese momento pueden pasar dos cosas, que el cliente se sienta atraído como lo contrario.

Queremos que el diseño que vamos a implementar sea parte de la experiencia del usuario, poder validar si nuestro diseño de interfaz puede cautivar a nuestros clientes y si no sucede eso, podemos en futuro implementar mejoras en la aplicación móvil, recordemos que el diseño gráfico es subjetivo y que no hay arte gráfico que se pueda mejorar o simplificar para el bien de la empresa.

Nuestro principal objetivo es diseñar una interfaz gráfica, donde el cliente pueda conocer los productos que tenemos en stock, cantidades, materia prima, promociones, beneficios, entre otras; y que pueda realizar la transacción sin ningún inconveniente.

Poder saltar la tediosa tarea de ir directamente a nuestra empresa, exponiéndose a muchos factores externos, también queremos ser pioneros ante nuestra competencia, ya que así el cliente evitara estar yendo de un lugar a otro buscando el producto deseado.

Nuestra aplicación móvil tendrá la información necesaria, en caso de que el cliente necesite alguna guía o tenga sugerencias o reclamos, tendremos alguien encargado en la atención al usuario, que reforzará esta herramienta digital; permitiendo que el cliente disfrute de una buena experiencia de usuario y de esta manera pueda recomendarnos.

El objetivo del presente trabajo de investigación es diseñar una interfaz gráfica que pueda ser usada en la comercialización de artículos promocionales para la empresa Blúbiser de la ciudad de Guayaquil.

Esto permitirá que nuestros clientes puedan conocer más sobre el stock disponible de nuestros productos, materia prima, beneficios, promociones, entre otras.

También permitirá que nuestros clientes estén actualizados con nuevos artículos promocionales para que las empresas puedan confiar en nosotros y puedan crear sus campañas publicitarias con el marketing tradicional con sus marcas.

Nuestro enfoque es trabajar en el diseño gráfico de cada una de las interfaces que al final generaran la aplicación móvil que representara a Blúbiser, queremos destacar y que la misma sea un referente para que nuestros clientes nos recomienden y así atraer a más empresas que quieran adquirir nuestros artículos.

En Ecuador son pocas las empresas que producen una aplicación móvil para comercializar sus productos de manera digital, pero ese grupo de empresas están invirtiendo en algo que los beneficiara en futuro, recordemos que cada vez las herramientas automatizadas van ganando terreno en el mundo laboral, provocando que personas pierdan sus puestos laborales, ya que una aplicación hará su trabajo.

Es por eso que, aunque todos los avances tecnológicos no lleguen a Ecuador, no significa que nunca llegaran, en Blúbiser queremos ser visionarios y no deseamos quedarnos atrás, todo lo contrario, buscamos ser parte de ese grupo pequeño de empresas visionarias que buscan mejorar y crecer.

Y para nosotros será un buen comienzo probar con la ciudad de Guayaquil, ya que podremos hacer un estudio del mercado y de nuestra competencia; para en un futuro no muy lejano poder ampliarnos a otras ciudades, implementando procesos como envíos a nivel nacional y creando cada vez nuevas conexiones con empresas que buscan promocionar su marca.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1. MARCO HISTÓRICO

1.2.1. Historia del Diseño

El diseño en la actualidad es aplicado en muchos procedimientos o trabajos en el día a día, está en casi todo lo que nos rodea, lo podemos observar en la composición simple de un ser vivo (planta, animales y humanos), como en la elaboración o construcción de obras simples a complejas. Es algo difícil saber exactamente cuando el diseño hizo su aparición, pero de lo que si podemos estar seguros es su presencia en las pinturas rupestres que se remontan hace casi 20 mil años a.C. y no eran más que dibujos hechos a mano en cuevas, donde sus creadores reflejaban un mensaje usando el diseño.

Al avanzar en el tiempo llegamos al Antiguo Egipto, donde encontramos el sistema de escritura más conocido como jeroglífico, ellos utilizaron símbolos que representaban ya sea los sonidos o fonemas, todo con la finalidad de poder tener una comunicación más fluida y entendible en aquella época.

No fue hasta la edad media, aproximadamente por el año 1440 donde aparece la tan conocida Imprenta, significo un avance muy grande para la comunicación visual y en papel de aquella época, siendo en punto de inicio para grandes inventos enfocados en la comunicación de nuestra vida actual.

Pero el gran salto del diseño en la sociedad sucedió en el siglo XVIII, durante la conocida Revolución Industrial, en este periodo pasamos de los trabajos hechos a mano, a los realizados por equipos mecánicos que dieron un giro importante a los sectores, ya que permitió que la comunicación visual pudiera ser apreciada por más personas en distintos lugares del planeta.

A partir del siglo XIX y XX el diseño gráfico siguió evolucionando, en aquella época ya la comunicación no era problema, ahora se enfocan en transmitir una idea y convertirla en arte, fue este periodo donde surgieron un sinnúmero de corrientes del diseño. Podemos mencionar muchas fechas relevantes y representativas, pero debemos basarnos en las más relevantes que permitirán el avance de esta investigación, el mismo está enfocado en el diseño de las aplicaciones móviles.

1.2.2. Historia de las aplicaciones móviles

Como introducción podemos definir a una aplicación móvil, como un programa informático que es ejecutado por un teléfono móvil para realizar una tarea específica, las mismas en la actualidad ya están integradas en nuestras vidas. Han permitido actuar un sinnúmero de acciones, como comunicarte con alguien a pesar de la distancia, trabajar desde casa, buscar servicios o producto, entre otras más; su versatilidad ha permitido que el mundo digital avance.

Hace apenas 30 años las personas debían informarse a través de los medios de comunicación más conocidos como la televisión, la radio, el periódico, el teléfono, la revista, entre otras, o simplemente por medio de la comunicación tradicional del habla, muchas veces estos medios generaban más desinformación.

La aparición de las primeras aplicaciones móviles surgió a finales de los años 90 y fueron las apps de contacto, agenda, editores de tono de llamadas, entre otras, eran aplicaciones algo básicas. Todo inicio con la iniciativa de una compañía sueca de telecomunicaciones llamada Nokia, quien decidió incorporar en sus equipos móviles de una réplica de un videojuego antiguo, más conocido como “La serpiente”, la finalidad de esta aplicación era de matar el tiempo de los usuarios y a la vez poder fidelizarlos con la marca.

A inicios de los 2000’s las aplicaciones móviles evolucionaron a la mano de Apple y tiempo después con Android, donde los diseñadores gráficos y desarrolladores pudieron explotar su potencial en el mercado digital, brindando nuevas aplicaciones y experiencias a los usuarios. En la actualidad conocemos a dos proveedores de aplicaciones, entre ellas esta App Store y Google Play.

Para continuar es importante saber que las aplicaciones fueron hechas con la finalidad de organizar el trabajo de ejecutivos, profesionales, entre otros; facilitando sus actividades en el transcurso del día, pero en la actualidad las aplicaciones han tomado otro rumbo que es el mundo del entretenimiento, servicios y productos. Punto inicial para que cualquier empresa pueda usar este tipo de herramienta para su crecimiento.

1.2.3. Historia de las aplicaciones en el Ecuador

Recordemos que las aplicaciones surgieron en a finales de los años 90 por compañías de telecomunicación que, por medio de sus dispositivos móviles, se pudo dar a conocer más sobre las aplicaciones. En Ecuador vivimos un proceso, pero no fue hasta por el 2012 donde las empresas vieron un potencial en este tipo de herramienta digital. Esto fue el inicio del comienzo de grandes proyectos que hoy en día se mantienen y han conseguido un gran espacio en el mercado ecuatoriano.

Esto también se debe a que los teléfonos inteligentes tienen origen a fines de la década de los 2000 y estos se popularizaron en el transcurso de la década de 2010, permitiendo conocer grandes ventajas de estos equipos y entre ellas las ya conocidas aplicaciones móviles. En Ecuador con la llegada de estos equipos y nuevas tecnologías, permitió que personas interesadas en el tema se introdujeran en el mundo de la programación y el diseño gráfico. Resaltando a estos últimos como parte fundamental para que una interfaz sea bien apreciada por el usuario.

Es importante saber que con la proliferación de los dispositivos móviles (smartphones o tablets) las aplicaciones móviles le permiten al usuario acceder a un universo de posibilidades, donde tendrá suficiente información a su alcance. También esta herramienta permite que los negocios puedan hacer uso de las aplicaciones facilitando las operaciones, optimizando los recursos, hoy en día se debe considerar a la tecnología como nuestra arma aliada, ya sea para dar a conocer nuestra empresa.

Podemos mencionar los diversos beneficios que se tienen con una aplicación móvil, pero lo que hace que una interfaz sea efectiva es utilizarla de manera estratégica, ya sea para agilizar algún un proceso en la vida cotidiana, como para la productividad de una empresa, en torno a la excelencia que demanda el mercado nacional e internacional.

1.2.4. Historia de la empresa Blúbiser

La empresa Búbliser nació en el año 2016 en la ciudad de Guayaquil con la iniciativa de ser un apoyo para marcas de manera freelance, implementando servicios de diseño gráfico, venta de artículos promocionales, servicios de impresión, entre otros; con el paso del tiempo se dieron cuenta de que no podían tener algunos servicios y hacerles frente a todos a la vez, así que decidieron enfocarse en uno que pueda ser su fuerte y dejar los otros servicios como segunda opción para ciertos casos.

Después de definir el producto estrella se fueron enfocando en ver la manera de que puedan potenciar la comercialización del mismo, aplicaron algunas estrategias de marketing digital y tradicional, ambas ayudaron al crecimiento de la marca, pero no lograron el posicionamiento, en medio de marcas ya conocidas en la ciudad.

Cabe señalar que, aunque el número de nuevos clientes crecía, se buscaba que la marca transmitiera una imagen corporativa y de nivel para grandes empresas; se implementaron estrategias para vender los artículos promocionales a empresas y corporaciones grandes de Guayaquil.

En el 2020 la crisis sanitaria mundial nos cerró muchas puertas con él quiebre de algunos negocios que nuestros clientes manejaban, pero también no abrió otro mundo de posibilidades que es la implementación de herramientas digitales como lo son las aplicaciones móviles, considerándolas una buena opción en este mundo tan evolucionado y con la cultura apresurada de las personas.

Blúbiser busca a través de esta interfaz poder capturar a más clientes que tengan la iniciativa de potenciar sus marcas a través del marketing tradicional haciendo uso de artículos promocionales tales como: tomatodos, agendas, esferos, gorras, llaveros, botones, jarros, entre tantos; claro está que todo esto está creado bajo una planificación.

Utilizar esta herramienta nos hará salir de nuestra zona de confort, motivando a los que conforman la empresa, adaptarse a los clientes, incluyendo a nuestros clientes quienes también serán parte de este proceso que sin duda alguna nos traerá buenas enseñanzas.

1.2. MARCO TEÓRICO

La presente investigación busca responder cada duda que se presente en el transcurso de este proyecto, ya que nos basaremos en las varias opiniones impartidas por personas que han realizado algún tipo de proyecto referente a este tema.

1.2.1. Diseño Gráfico

Debemos partir del punto base de este proyecto, como ya lo mencionamos el diseño es aplicado en diferentes ámbitos de la vida, su versatilidad con la sociedad ha hecho que esté presente en casi todo lo que nos rodea y fue un punto muy importante por el cual decidí estudiar esta carrera.

Según Frascara, (1997). “Para que las comunicaciones tengan un impacto en el conocimiento de las personas, el comportamiento y las actitudes; deben ser atractivas, convincentes y detectables. Deben estar basadas en una investigación sobre la psicología de las personas a las que queremos llegar”.

Jorge nos interpreta un hecho muy real a la hora de comunicar un mensaje, ya que muchas veces nos enfrentamos a un público muy amplio y creemos ya tener la idea ganadora, esa que permitirá que nuestro trabajo visual sea bien aceptado, pero no es así, debemos reconocer muy bien a nuestro buyer persona, hacer un análisis minucioso de su conducta, preferencias, las costumbres, los valores, entre otras. Algo similar sucede al momento de realizar el diseño de una aplicación, debemos considerar los puntos señalados anteriormente por Jorge, ya que el público debe sentirse identificado al momento de usar nuestra aplicación, y para eso se deben hacer prototipos para luego ser examinados por un perfil similar al público que deseamos llegar.

1.2.2. Aplicaciones móviles

En la actualidad nos vemos bombardeados con mucha tecnología con nuevos beneficios, las empresas que crean este tipo de tecnología crean una necesidad (aunque esto no exista), con la finalidad de vendernos sus productos. Estas compañías han visto un gran potencial en las aplicaciones y la adaptabilidad que tienen, para ser usados en distintos dispositivos móviles.

(Sebastián Serna (2016).) “Somos testigos que las plataformas digitales han permitido que pequeños startups se convirtieran en grandes compañías en solo pocos años. Esto ha sido parte de gran motivación para aquellos que buscan lanzar sus proyectos”.

Sebastián hace un gran aporte con su comentario, pienso que ya todos somos testigos de lo que la globalización y la crisis mundial han provocado, pero si lo vemos de una manera positiva y buscamos sacarle algún provecho a esta situación es a través de las aplicaciones que han permitido dar a conocer a las empresas y así llegar a distintas partes del mundo. Esta tecnología está al alcance de todos y nosotros debemos enfocarnos en aprovechar este tipo de oportunidad.

(Enríquez, J. G., & Casas, S. I. (2014).) “Con el avance de la tecnología y la aparición de las aplicaciones móviles, la usabilidad ha sido un punto fuerte de investigación, debido a eso podemos contar con metodologías para medir la usabilidad de las aplicaciones”.

El aporte de Enríquez es importante, ninguna aplicación será exitosa si no dispone de una interfaz que sea de fácil y sencillo su manejo, porque recordemos que una aplicación como tal va a ser usada por cualquier persona sin importar la edad, y es importante tener bien claro todos los puntos relevantes al crear una aplicación móvil.

1.2.3. UI o Interfaz del usuario

La interfaz de usuario no es un tema nuevo, cada que visitamos una página web debemos seguir una serie de pasos para llegar a la página deseada, todo esto se da con el análisis de nuestro público, se realizan estudios para saber si una interfaz es fácil de manejar, si la respuesta es contraria, debemos seguir estudiando a nuestro público objetivo hasta dar con una buena reacción por parte del usuario.

(María Albornoz (2014).) “Una buena interfaz determinará si el producto se vuelve o no competitivo. Si el usuario consigue concretar una acción y al final de esta se siente satisfecho podemos decir que el producto digital logro el objetivo”.

María nos aclara sobre el tema, esto debemos recordarlo al momento de realizar una aplicación móvil y que la aceptación que genere esta sea positiva.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

1.3.1. Accesibilidad

Posibilidad de acceso a los contenidos por cualquier persona independientemente de sus capacidades físicas. A nivel visual está determinada, entre otras cosas, por el tamaño de los textos y botones y por el contraste que estos elementos tienen con el fondo. Una app accesible también hace referencia a una correcta programación del código que permite, por ejemplo, que los contenidos puedan ser interpretados por accesorios para ciegos.

1.3.2. App

Es el nombre usado comúnmente para referirse a las aplicaciones, que surge de acortar el vocablo inglés application. Es una pieza de software que se ejecuta en teléfonos móviles y tabletas y, como te habrás dado cuenta, es el objeto de estudio de este libro. Si aún no entiendes lo que es una app te recomendamos leer este libro con más atención.

1.3.3. Benchmarking

El benchmarking es un proceso sistemático para evaluar comparativamente productos, servicios y procesos. En nuestro contexto, es entonces el estudio comparativo y analítico de otras aplicaciones, con el fin de determinar la calidad y características de cada una de ellas, tomándolas como parámetros de referencia.

1.3.4. Compilar

Es la acción de empaquetar un código. El resultado de compilar el código de una aplicación es el archivo final que está listo para ser subido a la tienda.

1.3.5. Contexto de uso

Entorno general conformado por la ubicación y espacio físico que rodea al usuario y al dispositivo. El contexto de uso determina, además, la forma en que estos dos componentes se relacionan e interactúan entre sí.

1.3.6. CSS

Siglas de Cascading Style Sheets, que en español sería «Hojas de estilo en cascada». Ya sea en archivos separados o dentro del código HTML, este lenguaje determina la apariencia visual de una web o aplicación web definiendo, entre otras cosas, los colores y tamaños de fuente.

1.3.7. Densidad de Pantalla

Es la cantidad de píxeles por espacio físico que tiene una pantalla. Generalmente se mide en «píxeles por pulgada» o DPI por las siglas en inglés de Dots per inch. Las densidades son diferentes por cada modelo de móvil y se dividen por lo general en bajas, medias o altas, denominación que puede variar dependiendo del sistema operativo.

1.3.8. DP

Corresponde a las siglas de Density-independent pixels o «píxeles independientes de la densidad». Es una unidad de medida empleada por Android que está relacionada con la densidad física de la pantalla. Los DP son unidades relativas a las pantallas de 160 DPI, en las cuales un DP equivale a un píxel.

El uso de DP en lugar de píxeles es una solución propuesta para adaptar correctamente una interfaz cuando se lleva a otras densidades de pantalla.

1.3.9. Escenario

Se refiere a la combinación de contexto de uso y «Persona». Determina la manera como un usuario se relaciona con el móvil en una situación específica.

1.3.10. Experiencia de Usuario o UX

Concentra las emociones y percepciones que tiene una persona al usar una interfaz o producto. En el caso de las apps, está influida por un conjunto de factores que

determinan si la experiencia es positiva o negativa, entre ellos, la accesibilidad, diseño visual, diseño de interacción y usabilidad.

1.3.11. Interfaz o UI

La interfaz o User Interface es la capa que existe entre el usuario y el dispositivo, que le permite interactuar con este último. En las aplicaciones se trata del componente gráfico que contiene elementos que producen reacciones al pulsarlos y permiten al usuario realizar tareas, como también, aquellos estáticos sobre los cuales se interpretan los contenidos.

1.3.12. Feedback

Es la respuesta, generalmente inmediata, de la interfaz para mantener al usuario informado de las acciones que acaba de realizar. En este sentido, puede ser la confirmación de éxito o de error obtenida al ejecutar una tarea y puede manifestarse a través de avisos o por medio de elementos visuales más sutiles. El feedback también puede referirse a las observaciones y comentarios de usuarios, que sirven como parámetros o indicadores para mejorar una app.

1.3.13. HTML

Corresponde a las siglas de HyperText Markup Language. Es el lenguaje que se utiliza tradicionalmente para construir páginas web y aplicaciones web para móviles. Define la estructura de un documento web basado en una serie de etiquetas.

1.3.14. Interfaces Gráficas de Usuario

Conocida también como GUI (del inglés graphical user interface), es un programa informático que actúa de interfaz de usuario, utilizando un conjunto de imágenes y objetos gráficos para representar la información y acciones disponibles en la interfaz. Su principal uso consiste en proporcionar un entorno visual sencillo para permitir la comunicación con el sistema operativo de una máquina o computador.

1.3.15. Javascript

Lenguaje de programación utilizado principalmente en proyectos web como sitios o aplicaciones, que muchas veces actúa en conjunto con HTML y CSS para dotarlos de funcionalidad.

1.3.16. KPI

Del inglés Key Performance Indicator, son los «indicadores clave de desempeño» que miden las variables de ejecución de un proceso, con el fin de obtener datos relevantes para determinar el rendimiento general y conocer si se han alcanzado los objetivos fijados.

1.3.17. Librería

En programación, se llama así al conjunto de código externo que puede aprovecharse para conseguir determinados comportamientos. Tiene relación directa con el lenguaje de programación elegido.

1.3.18. Monetizar

Acción de obtener rédito económico. En una aplicación, tiene que ver con las formas de obtener ingresos de ella y está directamente relacionada con el modelo de negocio y la estrategia comercial.

1.3.19. Móvil

También llamado (teléfono) celular en algunos países de América Latina, es un artefacto electrónico de tamaño variable donde funcionan las aplicaciones y estamos casi seguros de que tienes uno en tu mano o bolsillo ahora mismo.

1.3.20. Orientación

Es la manera en que se muestra el contenido en pantalla, dependiendo de la forma en que el usuario sostiene su tableta o teléfono. Puede ser vertical u horizontal.

1.3.21. Persona

Personificación de los usuarios que surge como resultado de estudios basados en su comportamiento y características etnográficas. Esta investigación está basada en los patrones comunes que se detectan en los usuarios. El concepto de «Persona» fue creado por Cooper y es una herramienta habitual en el diseño de interacción.

1.3.22. Píxel o PX

Unidad física mínima formada por puntos de color que se reparten a lo largo de la superficie de una pantalla. En diseño también suele usarse como unidad de medida para los componentes gráficos de la interfaz en los diferentes programas de edición.

1.3.23. Ranking

Clasificación ordenada que se da a las aplicaciones en cada una de las tiendas, dependiendo de factores como cantidad de descargas o cantidad de valoraciones positivas.

1.3.24. Resolución de Pantalla

Es la cantidad de píxeles que puede ser mostrada en la pantalla de un dispositivo y consiste en una relación entre el ancho y alto de la misma.

1.3.25. SDK

El Software Development Kit o «Kit de desarrollo de software» provee a los programadores herramientas necesarias para desarrollar el código de una aplicación. Tanto Android, como iOS y Windows Phone, ofrecen uno diferente.

1.3.26. Simulador

Un simulador permite probar la aplicación sin necesidad de contar con un móvil. De esta forma, se puede ejecutar el código en el ordenador y ver los resultados en la pantalla, con el fin de realizar comprobaciones preliminares sobre el funcionamiento de la app.

1.3.27. Sistema operativo o SO

Es el software que contiene cada uno de los teléfonos y sobre el cual se ejecutan las aplicaciones. Las distintas versiones de Android, iOS y Windows Phone, son ejemplos de sistemas operativos.

1.3.28. SP

En Android se llama así a los Scale-independent pixels o «píxeles independientes de la escala», usados para textos. En diseño, estos tienen el mismo comportamiento que los DP, con la diferencia que el tamaño medido en SP también puede ser afectado por las preferencias del usuario.

1.3.29. Tamaño de pantalla

Es el tamaño físico que tiene la pantalla de un extremo al otro, en forma diagonal y medido, generalmente, en pulgadas.

1.3.30. Tema

Combinación de colores que usan Android y Windows Phone de forma preestablecida. En Windows Phone, el usuario puede elegir entre una serie de temas que afectan el color de fondo y elementos destacados a través de las pantallas de todo el sistema operativo.

1.3.31. Tienda

Es el canal de distribución y comercialización de aplicaciones, desde donde pueden descargarse de forma gratuita o paga. Cada uno de los sistemas operativos móviles mencionados en este libro tiene una tienda oficial; sin embargo, en el caso de Android, existen varias opciones alternativas además de Google Play; cómo la tienda de apps de Amazon o Samsung.

1.3.32. Usabilidad

En su sentido más amplio, está relacionada con la eficacia y eficiencia de la interfaz de una aplicación para permitir a un usuario determinado realizar una tarea o cumplir un objetivo. La usabilidad no puede analizarse de forma aislada, ya que está vinculada con un contexto particular y un usuario específico; por tanto, está directamente asociada a la experiencia de usuario.

1.3.33. Usuario

El usuario es quien realiza interacciones con la aplicación a través de su interfaz. Es el foco del llamado «diseño centrado en el usuario» que tiene como eje sus necesidades, para proponer soluciones que resuelvan los problemas, considerando sus emociones y expectativas.

1.3.34. Adobe Illustrator

Es una plataforma de diseño que permite plasmar tus ideas creativas, colores, efectos y tipografías. En esta plataforma puedes elaborar distintas piezas gráficas tales como: impresiones, videos, publicaciones en redes sociales, banners para páginas web, portafolio, entre otros.

1.4. MARCO JURIDICO

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Con nuestra aplicación móvil buscamos crear esa accesibilidad en toda la ciudad, que puedan conseguir el artículo promocional que están buscando, desde la comodidad de la casa o el trabajo; la aplicación al tener una interfaz sencilla y directa, busca de cierta manera que las personas con discapacidad puedan hacer uso de la misma con toda tranquilidad, queremos que esta herramienta de un plus en la marca Blúbiser.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

6. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Con esta aplicación móvil se busca que Blúbiser se pueda desenvolver de manera comercial en la ciudad de guayaquil. Manejando los principios antes mencionados buscando ser más solidarios con la economía, responsables con la sociedad y minimizando el impacto a nivel ambiental.

1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo (2021 - 2025) Creación de Oportunidades

Eje 1. Económico

Objetivo 1.- Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

Política 1.1.- Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.

Al crear la aplicación móvil generaremos oportunidades laborales, tanto de manera indirecta como directa. Con esto nos referimos que, al generar gran demanda por nuestros consumidores, necesitaremos el stock suficiente por parte de nuestros proveedores, los mismos deberán evaluar si con el equipo de trabajo actual podrán abastecernos o si consideraran la oportunidad de contratar a más personal, generando más oportunidades de trabajo promoviendo la inclusión laboral.

1.4.3. Ley de Comunicación

Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales.

En Blúbiser creemos en el talento ecuatoriano y al generar más ventas a través de la aplicación móvil se espera que el equipo de trabajo crezca, donde acatando lo que indica la ley, el 80% deben ser ecuatorianos o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, todo esto con la finalidad de generar más oportunidades para el pueblo ecuatoriano.

1.4.4. Ley de Propiedad Intelectual

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones;
 - b) Los dibujos y modelos industriales;
 - c) Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g) Los nombres comerciales;
 - h) Las indicaciones geográficas; e,
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
3. Las obtenciones vegetales.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

Al crear la aplicación móvil para Blúbiser, la herramienta digital pasa a ser propiedad intelectual de la empresa, legalizándola y siguiendo las normas necesarias para que el día de mañana nadie se quiera apropiarse de la idea, afectando el trabajo de las personas de manera directa como indirecta, que forman parte de la empresa y que afecte a sus ingresos económicos.

Art.2. Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador

Art.3. El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), es el Organismo Administrativo Competente para propiciar, promover, fomentar, prevenir, proteger y defender a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la presente Ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

Art.4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

En los artículos 2,3 y 4; nos dejan en claro que la aplicación móvil al ser creada en territorio ecuatoriano, tendrá apoyo legal ante cualquier falta que exista y perjudique al creador intelectual, protegiendo no solo a la marca sino también al ingreso económico de todo el equipo humano que conforma Blúbiser.

Art.5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas

Este artículo nos deja en claro que, al momento de crear una obra, tu derecho de autor nace y es protegida por el estado; no importa el mérito, destino o modo de expresión. Esto permite que Blúbiser tenga esta herramienta digital protegida, protegiendo no solo al creador de la misma, sino a todos que forman parte de la empresa.

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

Para nuestra investigación realizamos un análisis de los diferentes tipos de investigación en las que nos podemos apoyar para conseguir información que aporte al resultado de este proyecto que será destinado para la empresa Blúbiser.

2.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Descriptiva

Hicimos uso del método descriptivo, ya que para poder crear una aplicación móvil debemos partir con la búsqueda de información necesaria, contenido en libros, entrevistas, páginas web, todas aquellas que permitan reforzar cualquier duda de la presente investigación. Para luego de esto proceder a revisar, analizar, y crear una propuesta.

2.1.2. Explicativa

Escogimos este tipo investigación, ya que partiremos de una idea general y luego poder analizar cada uno de sus aspectos, ampliaremos el conocimiento de algo que sabemos poco o nada. Esto nos ayuda a obtener nuevos conocimientos que ayudarán al avance de esta investigación.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Enfoque Cualitativo

Nos basamos en las características cualitativas como la experiencia de usuario, las emociones, las tendencias, entre otras; ya que primero necesitamos conocer sobre la forma de actuar del consumidor, esta información es vital para la creación de una aplicación móvil. Recordemos que esta herramienta digital la manejaran personas de distintas edades y nuestro enfoque estará en el diseño de la interfaz, que sea sencilla y directa para el cliente.

2.2.2. Enfoque Cuantitativo

Se hizo el uso de la tabulación sacada de las encuestas, ya que aquí podemos medir y obtener una idea de lo que las personas buscan o desean, entre otro caso podremos conocer que les incomoda, en fin, estos datos permitirán ir perfeccionando a la aplicación, porque podremos visualizar su aceptación con los clientes. Tener métricas también es una ventaja para nosotros, puesto que podemos emplearlas a nuestro favor y obtener buenos resultados con la implementación de esta herramienta.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Métodos Teóricos

2.3.1.1. Método Analítico y Sintético

En esta investigación se hizo uso de este método, ya que para la creación de una aplicación móvil primero debemos hacer un estudio del mercado al que nos enfrentamos y al que deseamos llegar, un producto o servicio no se crea de la noche a la mañana si no se tiene información estadística, cifras, base de datos, entre otras; es así que nuestro método investigativo hizo énfasis en conocer más sobre las aplicaciones móviles, ventajas, desventajas, la usabilidad, su target, entre otras.

Una vez obtenida esta información comenzaremos a armar y diseñar nuestra aplicación, es aquí donde reconoceremos si cada parte investigada será buena para emplearla o si tendremos que modificar algunos detalles en la misma, lo importante es reconocer a tiempo para que cuando ya la aplicación esté lista nos permita conocer sobre su aceptación por parte de los clientes de Blúbiser.

2.3.1.2. Método Histórico- Lógico

La investigación hizo uso este método para analizar a los clientes que forman parte de la empresa Blúbiser en la ciudad de Guayaquil, ya que es a este segmento al que queremos llegar principalmente, para posterior apuntar a otras ciudades, recordemos que para que una aplicación móvil tenga un gran impacto primero se debe analizar a un grupo inicial de usuarios. Observando sus comportamientos, aperturas de la App durante el día, el target que más utiliza la App, entre otras cosas. Si examinamos él antes versus la

actualidad, las aplicaciones han obtenido un rol importante en Guayaquil y por ese motivo deseamos aprovechar esa oleada digital que tenemos a nuestro alcance.

Es evidente darnos cuenta de los beneficios que brinda una aplicación móvil, permite conectar a las personas sin importar la distancia, dirigir empresas, organizar proyectos o tareas, emprender algún tipo de negocio, entre otras más; hay que saberlas aprovechar al máximo. Las aplicaciones buscan un fin en común, que es resolver un problema existente y es lo que queremos lograr con nuestra aplicación.

2.3.1.3. Método Inductivo - Deductivo

En el desarrollo de este proyecto manejamos un método inductivo partiendo de observaciones y llegando a una conclusión, como es el uso de aplicaciones móviles y el aumento en pleno 2021, demostrando la relación existente entre el ser humano y la tecnología, podemos decir que este proyecto tendrá una acogida por parte de los clientes de Blúbiser.

En el método deductivo podemos darnos cuenta de que con el paso del tiempo nuestras vidas estarán conectadas cada vez más con las aplicaciones móviles, podemos tomar como ejemplo que en la actualidad toda empresa usa aplicaciones móviles básicas para comunicarse, como WhatsApp, Messenger, Instagram, Zoom, entre otras; basados en esta teoría podemos decir que el ser humano tendrá una conexión más cercana con este tipo de herramientas, al punto que su vida gire en torno a ellas.

2.3.2. Métodos Empíricos

Los métodos que hicimos uso para esta investigación son los siguientes:

2.3.2.1. Entrevista

Se realizaron dos entrevistas que fueron aplicadas respectivamente a personas que han tenido experiencia con la creación de aplicaciones móviles, todo esto, para conocer más sobre el mundo de las interfaces, consejos y sugerencias. Cabe señalar que para todo siempre hay una primera vez, contar con estas dos opiniones nos permite destacar que el mundo digital está más presente en la rutina diaria de las personas.

2.3.2.2. Encuesta

Una vez que hemos determinado a nuestro universo (clientes de la marca) se procedió a la creación de una encuesta, la misma fue enfocada a conocer más sobre los gustos de las personas referentes a las aplicaciones móviles, se realizó preguntas directas y concretas, los resultados ayudaron a entenderlos un poco más, ya que recordemos que el universo definirá si la aplicación es buena o no y con base en esa información procedemos a pulir nuestra aplicación móvil.

2.3.3. Métodos Estadísticos

2.3.3.1. Universo

El universo o población está conformado por un total de 19 personas, entre los cuales tenemos a clientes y personas que forman parte de Blúbiser, el enfoque fue directo a ellos para analizarlos y con base a los resultados poder plantear ideas no solo para la aplicación móvil sino para temas como marketing o ventas, ya que la reacción de los mismos puede definir un antes y un después para la empresa.

2.3.3.2. Muestra

La empresa Blúbiser cuenta con un total de 37 personas entre los cuales una parte son de las personas que trabajan dentro de la empresa y la otra parte vienen a ser clientes de la marca, donde el número total de encuestados que nos ayudaron con esta investigación fue un total de 19 personas.

$$n = \frac{N z^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + z^2 p (1-p)}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra.

N = es el tamaño de la población.

z = vale 1,96 para una confiabilidad del 95 % y 2,58 para un 99 %.

p = es la proporción poblacional que deseamos estimar. La muestra piloto aplica aquí también.

e = el error máximo que estamos dispuestos a cometer en la estimación (en forma de proporción).

2.4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

En este apartado podremos visualizar los resultados arrojados por parte de los métodos investigativos que hemos hecho uso en la investigación de este proyecto para la empresa Blúbiser.

2.4.1. Análisis de los resultados de encuestas

Se aplicó una encuesta, basada en un universo y una muestra, el total de encuestados para este trabajo de investigación fueron 19 personas, las mismas nos dejaron conocer más sobre lo que piensan de las aplicaciones móviles. Las preguntas se realizaron con el fin que dieran un aporte a esta investigación con temas relevantes relacionados con las aplicaciones móviles.

El formato de la encuesta se puede visualizar en el **Anexo 3** y los resultados los pueden encontrar en el **Anexo 6**.

Pregunta 1: ¿Cuéntanos qué edad tienes?

Para iniciar con esta encuesta, primero se quiso conocer la edad de las personas que fueron parte de este proceso, según la misma podemos visualizar los siguientes porcentajes: El 0% corresponde a personas menores a 20 años; el 57,9% representa a personas de entre 21 a 30 años de edad; el 31,6% está relacionado con personas de entre 31 a 40 años de edad; el 10,5% son personas de 41 a 50 años de edad y por el último tenemos el 0% con personas de 51 años en adelante. Estas estadísticas nos permiten saber a qué público se debe diseñar la interfaz gráfica.

Pregunta 2: ¿Usas aplicaciones móviles para adquirir algún producto al por mayor?

Continuando con la encuesta en esta pregunta tuvimos como resultado que el 68,4% respondió que no utiliza aplicaciones móviles para realizar este tipo de

transacciones, en cambio, el 31,6% indico que si ha utilizado esta herramienta para hacer compras al por mayor.

Pregunta 3: ¿Has utilizado una aplicación móvil para cotizar y comprar artículos promocionales publicitarios en la ciudad de Guayaquil?

Las estadísticas que arrojan esta pregunta nos permiten visualizar un buen panorama, por la simple razón que el 78,9% señalo que no utiliza una aplicación móvil para cotizar y comprar; en cambio, el 21,1% señalo que si ha hecho uso de esta herramienta. Es bueno conocer esto, ya que nos permite proponer una herramienta digital a los clientes de Blúbiser, que con el suficiente estudio puede agradar a futuros clientes potenciales.

Pregunta 4: Basándonos en la pregunta anterior, si la respuesta fue “Si”, escríbenos el nombre de la aplicación móvil.

Es interesante saber que entre las aplicaciones más conocidas y usadas por los encuestados las que más resaltan son AliExpress y Mercado Libre. Esto nos direcciona a conocer que aplicación les genera más confianza a los clientes y sacar alguna idea de las mismas.

Pregunta 5: ¿En qué te basas para adquirir un artículo promocional publicitario?

Es interesante saber que en esta pregunta el 42,1% de encuestados buscan un producto de calidad mientras que el 31,6% prefiere buenos precios y el 26,3% busca que el artículo promocional sea funcional para el consumidor final. Esto nos da una idea para futuras promociones u ofertas que beneficien a la marca.

Pregunta 6: ¿Qué beneficios te gusta que generen en una aplicación móvil?

En esta pregunta nos podemos dar cuenta que los encuestados prefieren promociones con un 57,9% que sobrepasa al 42,1% de los descuentos, si relacionados estas respuestas con la anterior pregunta, tenemos métricas de las cuales poder trabajar para futuras campañas comerciales

Pregunta 7: ¿Te gustaría recibir una atención más personalizada por parte de un asesor comercial, al adquirir productos a través de una aplicación móvil?

Los resultados obtenidos en esta pregunta nos demuestran que el 94,7% utiliza aplicaciones móviles, pero prefiere recibir la atención de una persona que los pueda ayudar con cualquier inquietud, en cambio, el 5,3% indica que no desean la ayuda, con

esto ya podemos tener una idea de que recurso implementar para ayudar a nuestros clientes cuando lo requieran.

Pregunta 8: ¿Te gustaría que, al momento de realizar tu compra en una aplicación móvil, tengan el servicio a domicilio?

En la actualidad muchas empresas han implementado esta opción, para facilitarles la vida a muchas personas, los resultados arrojan que el 94,7% quieren recibir este servicio, en cambio, el 5,3% indica que no lo prefieren, algo similar sucede con la pregunta anterior, y es que debemos considerar este tipo de recurso a nuestro equipo de trabajo.

Pregunta 9: ¿Con qué métodos de pago te gusta realizar tus compras?

Según nuestros encuestados el 68,4% prefiere pagar en efectivo; el 15,8% lo quiere realizar con una tarjeta de débito y el 15,8% lo puede hacer con una tarjeta de crédito. Es interesante este tipo de métricas, ya que nos permite saber que la mayoría de personas no encuentra confiable a las aplicaciones móviles que tienen este método de cobro que puede ser con tarjetas de débito o crédito, aun el ecuatoriano no se siente seguro al realizar este tipo de transacciones por el miedo a ser estafados.

2.4.2. Análisis de los resultados de entrevistas

Se realizaron dos entrevistas en las que formulamos preguntas directas y necesarias para la elaboración de esta investigación, por temas adversos las entrevistas fueron realizadas de manera digital, por tema tiempo y por precautelar la salud de ambas partes.

La primera entrevista fue efectuada por una Máster en comunicación digital, quien ya ha tenido la oportunidad de diseñar interfaces tanto para páginas web como para aplicaciones móviles, su nombre es Cathy Morales, nos supo comentar sobre algunos puntos que se deben revisar al crear una interfaz, así como sus ventajas y desventajas. Nos compartió la importancia de saber para qué fin vamos a utilizar una aplicación móvil y saber si vendrá atada a algún método de pago para cancelar con tarjeta de crédito o débito, también conocer para qué segmento irá dirigida esta aplicación. Nos comentó una de las ventajas de las aplicaciones que son la conectividad de las mismas, y el acceso a la tecnología de gran parte de la población, ya sea un celular o una Tablet, entre otras. Pero también señalo una gran desventaja y es que una aplicación móvil debe adaptarse a cada dispositivo y sistema, en algunos casos se debe diseñar la interfaz en distintos tamaños

para que puedan adaptarse, un trabajo que puede ser algo tedioso. Nos comentó por qué en Ecuador no se explota este tipo de herramientas y esto se debe a la poca confianza que genera un país donde existe demasiada corrupción, el usuario prefiere buscar aplicaciones que ya tengan trayectoria y la seguridad suficiente como para comprar por medio de un link de pago. También señala el rastro digital que uno deja al compartir información de las tarjetas de débito o crédito, información que puede ser usada de manera ilícita, hoy en día existen empresas que señalan la importancia de tener cuidado al usar aplicaciones móviles.

El formato de la entrevista se lo puede visualizar en el **Anexo 2** y las respectivas respuestas de la primera entrevista se pueden visualizar en el **Anexo 4**.

La segunda entrevista fue realizada por una Tecnóloga en Diseño Gráfico, la misma se llama Tania Holguín, quien tuvo la oportunidad de crear una interfaz para aplicación móvil, su respuesta fue enfocada a la funcionalidad de la interfaz y cuál va a ser el público que consumirá o hará uso de esa herramienta digital.

Revisando sus respuestas nos comenta que la interfaz debe ser directa y sencilla, que permita la comunicación con los clientes y que ellos opten por preferirnos por la facilidad de adquirir un artículo publicitario, nos señaló que lo que le agrada de una aplicación es la poca o nula aparición de publicidad en banners que suelen aparecer en algunas aplicaciones móviles. De esta entrevista podemos destacar que siempre se debe hacer un seguimiento a este tipo de herramientas, para ir las mejorando con el paso del tiempo, acoplándonos a nuestros usuarios. También nos compartió que existen aplicaciones que pueden ser guía para la ejecución de esta investigación, tales como: Amazon, eBay, Mercado Libre, Alibaba, entre otras; ya que son aplicaciones móviles que suelen ser empleadas actualmente por parte de una gran parte de la población.

El formato de la entrevista se lo puede visualizar en el **Anexo 2** y las respectivas respuestas de la segunda entrevista se pueden visualizar en el **Anexo 5**.

2.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

2.5.1. Análisis PEST

Factor Político

En el mundo del diseño tenemos de nuestro a la institución ecuatoriana llamada SENADI, organismo enfocado en proteger y defender los derechos intelectuales del área artística, esta entidad permite que muchas personas creativas puedan implementar nuevas ideas a beneficio del país, dándoles tranquilidad al ser un ente que busca salvaguardar la propiedad intelectual.

Factor Económico

En la actualidad tenemos algunas oportunidades con la creación de aplicaciones móviles, el sector económico cada vez se ve obligado a incorporar métodos digitales en sus labores, en el país tenemos muchas empresas que están en ese proceso de innovación. Y no solo con este tipo de herramientas, actualmente las grandes compañías invierten en tecnologías que apalancadas a las aplicaciones móviles permiten recopilar información relevante de los posibles futuros usuarios.

Factor Social

El uso de aplicaciones móviles es casi indispensable en el día a día, por ese motivo estamos convencidos de que este tema tiene grandes beneficios para el futuro de las empresas, casi todo se maneja con medios digitales y tener una aplicación móvil que permita conocer tu producto a un sinnúmero de personas es interesante. Con la implementación de esta herramienta le daremos un plus a la marca, destacando con la competencia, así demostramos que estamos listos para cualquier situación que se presente.

Factor Tecnológico

La tecnología está de nuestro lado en la ejecución de una aplicación móvil, y no únicamente con este producto digital, sino con otros temas relacionados con el diseño gráfico en general, cada vez más personas se cambian de lo impreso a lo digital y es aquí que debemos aprovechar esta oportunidad. Emparejando algunas herramientas digitales que estén a nuestro favor, como Páginas web, redes sociales, entre otras; con esta investigación buscamos llegar a nuestro usuario de manera directa e indirecta, que recuerde a la marca Blúbiser.

2.5.2. Análisis DAFO (FODA)

Fortalezas

- Fortalecimiento para la empresa, ya que permitirá ganar un nivel más profesional al momento de presentarse a clientes potenciales de diferentes marcas, potencializando la confianza para aquellas empresas que buscan souvenirs publicitarios.

- Fidelización con los clientes, al presentar a Blúbiser con una aplicación móvil, proyectamos que son una empresa sólida y confiable, que llegarán a más clientes y empresas de nuestro entorno.

- Mayor visibilidad de los artículos promocionales con los que cuenta la empresa, de poco a poco nos introduciremos en el ámbito digital, proyectando nuestro crecimiento profesional y tecnológico.

Debilidades

- En la actualidad aun la tecnología batalla con un grupo específico de personas, que aún no confían mucho en las aplicaciones móviles y no los culpo, ellos crecieron con la interacción de personas y el comercio de manera bilateral, es por eso que creo que la aplicación móvil al principio tendrá poca aceptación, pero gradualmente será impuesta para que los usuarios empiecen a usarla.

- Al principio se deberá evaluar la evolución de la aplicación móvil, posiblemente no tenga resultados alentadores al principio, pero, por otro lado, podremos analizar nuestro entorno y aplicar nuevas estrategias con el marketing digital con el paso de los meses.

Amenazas

- Competencia por parte de empresas o marcas que realizan la misma actividad económica que Blúbiser, generando que las mismas apliquen alguna estrategia que atraiga a nuestros clientes potenciales como, por ejemplo, promociones o descuentos, que es lo que comúnmente atrae a las personas.

- Que la aplicación móvil no reciba el reconocimiento pensado por parte de los clientes de Blúbiser, provocando cierto rechazo al principio.

Oportunidades

- Llegar cada vez a más clientes potenciales, con una buena campaña de marketing digital, se tiene visualizado llegar a más personas que están buscando algún souvenir personalizado publicitario.

- Este proyecto será una gran oportunidad para las personas que lo van a ejecutar, ya que expondrá las habilidades con las que cuenta y la versatilidad que tiene. Recordemos que el diseño en sí es un mundo amplio y que oportunidades existen para todos, así que debemos aprovechar.

- Tener otro canal de venta para la empresa, permitirá que los clientes puedan comunicarse fuera de los horarios laborales, con la confianza que sus solicitudes serán revisadas el mismo día o el día siguiente y posterior a eso darle un seguimiento personalizado por parte de un asesor de Blúbiser.

2.5.3. Modelo CAPA

Potenciar Fortalezas

- Realizar convenios con empresas que sean clientes de Blúbiser y aplicar algún tipo de beneficio para generar más transacciones con la misma, afianzando cada vez más a la marca, esto ayudara a que también refieran los productos con los que comercializa.

- Como en el caso anterior, se tiene pensado aplicar métodos de estrategia para captar a más clientes, para que los proveedores que ejecutan el trabajo de freelancer, aprovechen algún tipo de descuento o beneficio.

- Aplicar una interfaz con una línea gráfica atractiva para el cliente potencial, ya que es bueno recordar que todo ingresa por la vista y es ahí que el diseño gráfico hace su trabajo.

Corregir debilidades

- Implementar una interfaz gráfica fácil de usar, aparte, se considera implementar un video que muestre el proceso de solicitud de algún souvenir publicitario, también existirá la persona encargada que dará soporte técnico y atención a los usuarios, creando así lazos comerciales cada vez más fuertes.

- Puede que no se tenga buenos resultados al principio, pero lo bueno de analizar las fallas de un proyecto es que no volveremos a cometer los mismos errores, cada falla que presente la aplicación móvil será nuestro punto de partida para ir mejorando.

Afrontar Amenazas

- A toda amenaza debemos ver el lado positivo, existe competencia eso no lo podemos negar, pero es aquí que debemos ser estratégicos, para llegar a más clientes se puede aplicar publicidad en vallas o medios impresos, en puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil, dar a conocer de forma masiva en esta ciudad.

- Al principio será complicado llegar al cliente, pero ¿Qué aplicación móvil la ha tenido fácil?, pues la respuesta es ninguna, solo debemos esperar con paciencia los fallos o inconvenientes que presente, para así poder atacar con una idea que ayudara alzar ese pequeño error.

Aprovechar Oportunidades

- Aplicar métodos estratégicos de marketing o algún beneficio si compras algún artículo publicitario, incluso promover actividades o sorteos a los clientes que les provoquen seguir consumiendo nuestro producto, eso sin mencionar de la tarea tan grande afianzar a los mismos, para así evitar que busquen otra empresa.

- Toda oportunidad de realizar algo nuevo en la vida, es positivo, ya que tendremos o captaremos nuevas habilidades que desconocíamos que teníamos, y al realizar este primer proyecto de una aplicación móvil para una empresa que vende artículos publicitarios será una buena experiencia para futuros trabajos similares.

- Debemos transmitir al consumidor confianza, al saber que será atendido y guiado en cualquier parte del proceso de la transacción, él no dudará dos veces en elegirnos, ya que lo que se busca es quitarle un peso de encima al cliente, de transportarse a otro lugar para cotizar, pudiéndolo hacer directamente de nuestra aplicación.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de aplicación móvil implementado UI, que comercializará con artículos promocionales para la empresa Blúbiser S.A. en la ciudad de Guayaquil.

3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Diseñar el recorrido y línea gráfica de la aplicación móvil que implementará la empresa Blúbiser S.A.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.3.1. Estado inicial de proyecto

La investigación nos mostró que, en la ciudad de Guayaquil pocas son las empresas que no hacen uso de una aplicación móvil para llevar un proceso comercial más eficiente y provechoso, sin duda nuestra aplicación tendrá altibajos, pero como en todas aplicaciones siempre existirán errores que debemos aprovecharlos para no volverlos a cometer.

3.3.2. Requerimientos de desarrollo

A continuación, compartiremos los requerimientos necesarios para que el proyecto para la tesina pueda realizarse, entre ellos indicaremos los requerimientos técnicos, operativos y económicos. Esta información es necesario, ya que con la misma podemos medir el nivel de inversión que podemos hacer.

3.3.2.1. Requerimientos técnicos

Describiremos detalladamente los insumos necesarios para poder desarrollar la aplicación móvil para la empresa Blúbiser, luego de realizar un completo análisis pasaremos a enumerar los requerimientos técnicos, los cuales son los siguientes:

Tabla 1. Requerimientos técnicos

CANTIDAD	RECURSO	DESCRIPCIÓN
1	Computadora	<ul style="list-style-type: none"> • PC de Escritorio • Procesador Core i7 • Memoria RAM de 16Gb • Disco sólido de 1Tb • Tarjeta Gráfica de 2Gb • Mouse, Teclado y Parlantes
1	Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome • Brave
4 meses	Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 20Mbps
4 meses	Paquete de Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Adobe Illustrator
4 meses	Viáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Alimentación
12 meses	Respaldo de la nube	<ul style="list-style-type: none"> • Google Drive

Elaborado por: Cancio, 2022

3.3.2.2. Requerimientos operativos

Tabla 2. Requerimientos operativos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES
1	Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una investigación de la competencia.

		<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar información relacionada a las aplicaciones móviles en el mercado. • Diseño de pantallas y puntos de contacto con el usuario. • Visualizar al producto en pantallas y dispositivos diferentes (diseño responsivo). • Crear una paleta de colores que vaya acorde con el producto digital. • Seleccionar las fuentes y tipografías a usar. • Definir las interacciones para cada elemento de la UI • Establecer guías de estilo, que permitan el desarrollo del producto digital según los parámetros y principios que definen a cada usuario. • Desarrollar y probar los prototipos de UI.
--	--	--

Elaborado por: Cancio, 2022

3.3.2.3. Requerimientos económicos

Tabla 3. Requerimientos económicos

RECURSO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora	<ul style="list-style-type: none"> • PC de Escritorio 	1	\$1599.00	\$1599.00

	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Core i7 • Memoria RAM de 16Gb • Disco sólido de 1Tb • Tarjeta Gráfica de 2Gb • Mouse, Teclado y Parlantes 			
Browser	<ul style="list-style-type: none"> • Google Chrome • Brave 	1	Gratuito	Gratuito
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de 20Mbps 	4 meses	\$36.96	\$147.84
Paquete de Adobe	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Adobe Illustrator • Adobe XD 	4 meses	\$52.99	\$211.96
Viáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Alimentación 	4 meses	50.00	200.00
Respaldo de la nube	<ul style="list-style-type: none"> • Google Drive 	12 meses	\$10.80	\$129.60
Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la interfaz de la aplicación móvil 	4 meses	\$500.00	\$2000.00
Total				\$4288.40

Elaborado por: Cancio, 2022

3.3.3. Planificación de desarrollo

Tabla 4. Planificación de desarrollo

Fase 1: Planteamiento de idea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Estudio previo acerca del mercado de los artículos promocionales				

Estudio previo de los contenidos de la interfaz				
Bocetaje de la interfaz				
Búsqueda de recursos				
Fase 2: Diseño digital de la interface	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Combinación de colores				
Selección tipográfica				
Vectorización de contenido visual de la aplicación				
Maquetación de la aplicación				
Fase 3: Implementación	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Exportación de diseños y pre visualizaciones de la interface				
Configuración de recorrido en Adobe Illustrator				
MockUp y diseño de material promocional de la aplicación				
Presentación final y aprobación por parte de la empresa				

Elaborado por: Cancio, 2022

3.3.4. Fase 1: Planteamiento de Idea

3.3.4.1. Estudio previo acerca del mercado de los artículos promocionales

Para el avance de este proyecto se realizó un previo estudio del mercado de los artículos promocionales, fue realizado primero dentro de la empresa, para Blúbiser su enfoque fue conocer los productos que más solicitan los clientes ya fijos, también se realizó un estudio a la competencia existente en Guayaquil y nos fijamos en puntos relevantes al momento que un cliente compra, tales como: la calidad, los precios, promociones, descuentos, entre otras; esta información es de vital importancia para basarnos en la misma y generar algún tipo de campaña de marketing digital. (Anexo 7) Para poder lanzar al mercado una aplicación móvil, debemos conocer cuál será el territorio al que nos veremos expuestos, es por tal motivo que la interfaz al inicio contará con un número limitado de artículos, todo esto para ir analizando más a nuestros clientes, y posterior a eso implementar estrategias adecuadas al entorno. Puedes visualizar nuestra competencia en el **Anexo 7**.

3.3.4.2. Estudio previo de los contenidos de la interfaz

En este paso buscamos contenido que nos pudiera orientar a crear una interfaz limpia, directa y profesional; que permita que toda persona que ingrese puede realizar su compra de una manera fácil y directa. También se consideró revisar ciertas aplicaciones móviles que ya están en el mercado nacional e internacional, para tener una guía y nos permita generar más ideas. Recopilar la suficiente información es importante, ya que también buscamos experiencias de personas que trabajan en el mundo de la creación de interfaces para las aplicaciones móviles, porque sus vivencias y recomendaciones nos aportaran gran valor a nuestro proyecto. En el **Anexo 8** podrás encontrar las guías que usamos para iniciar con el diseño de la interfaz.

3.3.4.3. Bocetaje de la interfaz

Luego de toda la recopilación de información referente a las aplicaciones móviles, interfaces, entre otras; procedemos al bocetaje de las mismas, es importante señalar que primero debemos diseñar el circuito por el que un cliente va a pasar, conocer cuantas interfaces necesitara nuestra aplicación móvil es necesario, los diseños no saldrán a la

primera, pero debemos tener la mente clara al crear estas interfaces, para crear y colocar los componentes necesarios para que la usabilidad de las personas sea de un buen agrado. Por medio de este paso podemos ya irnos dando una idea de cómo aplicar los detalles, ya sean los colores corporativos, tipografías, botones, barras, entre otras; el proceso es tedioso, pero satisfactorio cuando ya tiene señalado la función de cada interfaz. En el **Anexo 9** podrás encontrar los bocetos que realizamos.

3.3.4.4. Búsqueda de recursos

Ya una vez definido el paso anterior procedemos a conseguir los recursos necesarios para empezar con el diseño de cada una de las interfaces de la aplicación móvil para Blúbiser, cuando hablamos de recursos, nos referimos a todo lo que tenga que estar asociado a las imágenes, vectores, colores, tipografías, entre otras; esta es la parte donde nuestra imaginación puede volar y hacer un sinnúmero de creaciones. Al ser Blúbiser, la empresa que debemos representar, debemos crear una interfaz que sea digna y refleje la esencia de la marca, para que toda persona que visita la aplicación móvil pueda llevarse una grata experiencia que los motive a volver a ingresar y se sientan atraídos a comprar artículos promocionales para consumo propio o externos a ellos. Solicitamos el logotipo de la empresa para utilizar como guía y lo puedes visualizar en el **Anexo 10**.

3.3.5. Fase 2: Diseño digital de la interface

3.3.5.1. Combinación de colores

En este punto aplicamos los colores corporativos que forman parte de la marca Blúbiser, analizamos que colores representarían mejor a la marca, obviamente se realizaron propuestas para así validar cuál sería la mejor opción para Blúbiser. Se procedió a hacer una interfaz limpia y dinámica, donde el color blanco predominara en la interfaz, algunos colores como el celeste serán usados en algunos botones para darle dinamismo a la aplicación y que tenga una buena acogida por los clientes. Lo puedes visualizar en el **Anexo 11**.

3.3.5.1. Selección tipográfica

Para el diseño de las interfaces hicimos empleo de una tipografía que sea legible y sencilla, ya que al presentarse de manera digital a la vista de las personas debe ser una tipografía sin serifa, la familia tipografía se llama LATO, la misma transmite lo que anteriormente hemos mencionado, la aplicación móvil debe ser un referente que sea recomendado por las personas que la visitan y que sean los detalles mínimos como el tipo de letra que demuestre un trabajo bien hecho. En el **Anexo 12** conocerás de la tipografía que hicimos uso.

3.3.5.1. Vectorización de contenido visual de la aplicación

Una vez seleccionado todos los recursos necesarios, procedemos a la parte más importante que es la vectorización de nuestra interfaz, es clave señalar que el diseño de la interfaz no será rápido, ya que pueden surgir cambios o nuevos requerimientos que afecten el diseño o tiempo de entrega, pero es ahí que debemos aplicar nuestra creatividad que será el punto ancla de para que este proyecto se lleve a cabo. En el proceso de la vectorización, pudimos plantearnos nuevas propuestas que le den un plus a la aplicación móvil, pero nos enfocamos en lo principal y necesario para la interfaz. Así avanzamos de la mejor manera guiándonos con algunas aplicaciones móviles ya existentes en el mercado digital. Cuando diseñamos la interfaz nuestro enfoque era que la misma tenga una estética clara y limpia, aplicamos un fondo general de color blanco que permita a la persona poder leer y apreciar el contenido del mismo, usamos el color celeste en ciertos detalles para resaltar y en algunas interfaces. El proceso de vectorización fue interesante, ya que genero expectativa, los cambios que se hicieron fueron necesarios para resaltar el alma de la marca Blúbiser, consideramos que esta aplicación móvil tendrá una buena acogida por parte del público en general. En el **Anexo 13** colocamos el contenido visual que nos ayudara en la creación de la aplicación móvil.

3.3.5.1. Maquetación de la aplicación

Este es un punto igual de interesante que el anterior, porque es aquí donde debemos reflejar los parámetros que queremos que tenga la aplicación móvil, es decir cuando espacio queremos que tenga cada una de las interfaces, hasta donde admitimos el tamaño de ciertos objetos o hasta que lugar queremos que se visualice cierto botón o

icono. Maquetar una interfaz es necesario no solo en las aplicaciones móviles, sino también en las páginas web, es importante señalar que la maquetación fue realizada con un tamaño estándar para los dispositivos móviles donde puede ser usado. Una vez que tuvimos las interfaces diseñadas procedimos a analizar el recorrido de las mismas para verificar si debíamos añadir alguna más para poder presentar este proyecto de la mejor manera. Ya en el **Anexo 14** empezamos con el diseño de la interfaz, es donde se hizo algunos borradores para llegar al resultado final.

3.3.6. Fase 3: Implementación

3.3.6.1. Exportación de diseños y previsualizaciones de la interface

En este paso logramos analizar con mayor detalle el recorrido de toda la interfaz, nos dimos cuenta el trabajo analítico que debemos hacer para crear una aplicación móvil, ya que no solo consiste en diseñar las interfaces y ya, sino que debemos acompañarlas con cada detalle y ponernos en los zapatos de los clientes, entender sus necesidades y aplicarlas en cada interfaz. El proceso tomó tiempo, pero lo pudimos culminar con buenos resultados, queremos que la aplicación móvil de Blúbiser sea atractiva a la vista del público general y sobre todo que tenga acogida por parte de los clientes de la empresa, que su experiencia de usuario sea tan buena que ellos recomienden a la marca, por lo digital e innovadores que se volverán, que esta herramienta que añadimos sea un indicativo que sobresalga en nuestra competencia y nos prefieran.

3.3.6.2. Configuración de recorrido en Adobe Illustrator

Para apalancar el punto anterior hicimos uso de un programa que nos permite trazar el recorrido para ir analizando si falta o sobra alguna interfaz, este punto es importante, ya que al estar en la fase final debemos revisar todos los errores que existan. En este proyecto investigativo intervino un poco el tema de experiencia del usuario, es necesario realizarlo, puesto que así determinaremos como será vista nuestra aplicación por parte del público generar, conoceremos que puntos clave serán visitados, esto nos obligara resaltarlos de la mejor manera para el bien de la aplicación. Tener el diseño de una interfaz para aplicación móvil fue un reto que se pudo cumplir y para esto se necesitó el apoyo de algunas personas que con sus opiniones y comentarios logramos obtener una

herramienta que será de buen empleo para la empresa Blúbiser. Puedes visualizar el recorrido de la aplicación móvil en el **Anexo 15**.

3.3.6.3. MockUp y diseño de material promocional de la aplicación

Una vez que tengamos el recorrido de nuestra aplicación móvil, pasaremos a la parte esencial de este proyecto que es el MockUp, donde por medio de un fotomontaje se podrá presentar nuestra propuesta, todo esto con el fin que la empresa Blúbiser pueda visualizar una idea más aproximada de cómo se verá la aplicación móvil una vez que se la envié al diseñador web, con el diseño del material promocional podemos hablar de todo el dinero que se ahorra la empresa, ya que en el caso que no nos acepten el diseño de la interfaz o nos soliciten cambios en la misma, podremos defenderla como tal hasta llegar a un punto neutro, donde todos salgamos ganando y nos enfoquemos en los próximos retos, además debemos señalar que la toma de decisión puede acelerarse con el uso de los MockUps, ya que con futuros clientes el simple hecho de mostrarles estos diseños permitirán que sientan la confianza de trabajar con nosotros. Visualiza nuestras propuestas en el **Anexo 16**.

3.3.6.4. Presentación final y aprobación por parte de la empresa

Llegar a este punto decisivo es importante, puesto que al haber pasado las fases anteriores solo estamos a la potestad de la última palabra del dueño de la empresa, recordemos que sea cual sea la respuesta, debemos tomarlo con toda la madurez, y este es un fiel ejemplo que nuestro trabajo y dedicación tendrán como resultado un buen diseño de interfaz. Al presentar el proyecto final, se lo hizo con la medida necesaria de profesionalismo frente a la persona de la empresa Blúbiser que nos brindó la autorización para iniciar con el proyecto y su respuesta fue positiva para suerte nuestra. El **Anexo 17** contiene todas las interfaces que conforman la aplicación móvil.

3.4. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1. Factibilidad administrativa

La empresa Blúbiser reconoció la importancia que como marca con algunos años en el mercado ya era el momento de subir un peldaño más para resaltar ante la

competencia, y poder tener una aplicación móvil para poder impulsar sus artículos promocionales resulta una estupenda oportunidad que no se debe dejar pasar. Poder trabajar de la mano de esta empresa nos ayuda también a aprender y conocer más a las personas que hacen uso de una aplicación móvil, también el simple hecho de compartir ideas con el representante de la marca Blúbiser nos hizo sentir como un equipo, todos enfocados por un fin en común.

La implementación de esta herramienta digital no afectará en nada con los procesos administrativos de la empresa, al contrario, podría ser una apertura a nuevos conocimientos y quien quita a nuevas oportunidades laborales, ya que, si recomendamos que exista una persona encargada de manejar el tema de la atención de los clientes, la misma se encargara de dar soporte de ser el caso o direccionarlos, detrás de toda oportunidad vienen futuras cosechas de prosperidad.

3.4.2. Factibilidad económica

En este punto consideramos que si se requiera de un presupuesto adicional para que un programador pueda realizar el debido ajuste digital y colocación en una plataforma de descarga de aplicaciones, además de adicionar algún link de pago según los planes económicos de ciertas empresas que ya están en el mercado, debemos recordar que esto no es un gasto para la empresa, todo lo contrario, es una inversión que talvez al principio no tenga retorno, pero con las medidas necesarias, donde se incluyan estrategias de marketing, es más que seguro que nuestra aplicación móvil cosechara buenos resultados a favor de la empresa Blúbiser, permaneceremos en constante evaluación, semana a semana revisando los resultados existentes por parte de nuestra herramienta digital.

3.4.3. Factibilidad legal

El presente proyecto no afecta a ninguna ley nacional, en puntos anteriores podemos visualizar el apoyo por parte del área legal ecuatoriano, que apoya todo emprendimiento que permita el incremento de oportunidades y apoye la fluidez de la economía a nivel nacional. Con respecto a la parte práctica, el diseño de esta interfaz es de autoría propia del diseñador, pero al ser un proyecto investigativo, requisito necesario para poder graduarme, accedimos a otorgar toda la información referente a los diseños de las interfaces de la aplicación móvil, todo esto nos apoyamos a un marco jurídico en

donde tenemos detallado las leyes correspondientes que cumplen con nuestro proyecto investigativo.

3.4.4. Factibilidad ecológica

Consideramos que esta aplicación móvil no afectara al medio ambiente, el mundo digital permite llegar cada vez más lejos a las empresas con un mínimo impacto a nuestro ecosistema, esta es la oportunidad que una empresa que se dedica a la comercialización de artículos promocionales pueda darse a conocer dentro de la ciudad de Guayaquil y en un futuro llegar a ser conocido a nivel nacional, esperamos que el simple hecho de ser amigables con el medio ambiente nos dé un plus con aquellos clientes que optan cada vez a ser más conscientes con el daño que generan en su entorno y vean en Blúbiser a una empresa responsable y comprometida con el Ecuador.

3.5. FORMAS DE SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA

Una de las maneras para brindarle un seguimiento a este proyecto es de establecer fechas respectivas para evaluar el avance de la aplicación, ver la cantidad de clientes activos, cuanto tiempo usan la aplicación, cuantos usuarios vuelven después de la primera visita, el número de artículos promocionales vendidos, cuantas personas usan la aplicación, los comentarios que emitan los clientes, entre otras más; todo esto se podría realizar en días hábiles durante el lapso de seis meses en donde aportaremos más ideas que ayuden a la empresa Blúbiser a crecer. Es importante señalar que, si esta aplicación móvil es bien aceptada y acogida por el público en general, nosotros ya estamos ganando, ya que en el área del diseño gráfico debemos ser expertos en algunos temas, puesto que, nosotros una vez que analizamos el problema, nos enfocamos en dar una solución, y la misma se dará con las métricas que arrojen la aplicación móvil.

3.6. RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

Se espera que después de que el programador web haga su trabajo y como tal la aplicación móvil empiece a circular, la empresa Blúbiser considera la oportunidad de permitirnos seguir haciendo mejoras a la aplicación móvil, ya que seis meses será el tiempo donde daremos el apoyo necesario para el funcionamiento de la aplicación. Es

fundamental señalar que se busca que este proyecto tenga buena acogida y genere grandes beneficios para la marca y al ser un primer proyecto queremos verlo florecer, así que enviamos todas nuestras buenas vibras para que esto sea un precedente en Blúbiser.

Finalmente, esperamos que esto permita el incremento de oportunidades de manera directa como indirecta para la empresa, que permita el crecimiento económico en la ciudad de Guayaquil, ya que recordemos que hoy ciertas empresas hacen uso de los beneficios de implementar aplicaciones móviles para la mejora de las mismas, así que estamos en el momento exacto para ser parte de esta gran ola digital que se avecina para todo el Ecuador.

CONCLUSIONES

Una vez que llegamos a este punto del trabajo investigativo, podemos mirar atrás y observar que Blúbiser tendrá un gran camino que atravesar, pero que sin duda cosechará buenos resultados, la aplicación móvil que implementaremos a la marca le dará un plus a la misma, distinguiendo frente a la competencia y tendremos buenos resultados a largo plazo para el bien de todos.

Hoy en día muchas personas hacen uso de aplicaciones móviles para cada una de sus actividades diarias, consideraría que como mínimo una aplicación debe de usar en el transcurso de sus días para poder ejecutar sus labores personales como profesionales, así que darnos a conocer al mercado ecuatoriano, demasiado exigente es nuestra oportunidad para aprender y adaptarnos a nuestro entorno, cosa que no todas las empresas de la competencia están haciendo.

Este va más allá de realizar una venta exitosa con un cliente, es el demostrar que Blúbiser tiene las agallas de plantar cara a la adversidad con una herramienta digital que busca la comodidad de las personas, que no deban transportarse de un lugar a otro para adquirir artículos promocionales, atentando con su seguridad y las de sus familias, además que agregamos valor a la marca que es algo que hoy en día se ve mucho en algunas marcas con actividades comerciales distintas a las nuestras, pero que sin duda nos enseñan mucho para nosotros también poder mejorar.

Blúbiser tiene el equipo completo, ya que se implementará recursos específicos para dar un servicio de calidad, desde que el usuario ingresa a la aplicación móvil, hasta que recibe el producto en sus manos, que sin duda será un punto a resaltar, esperamos poder seguir trabajando con la empresa en busca de estrategias que refuercen a esta herramienta digital, que, con mente positiva, será de agrado para muchos.

Las aplicaciones móviles mejoran año tras año y el momento de hacer una no es mañana ni ayer, sino hoy, porque cuando queramos explorar ese mundo digital talvez sea tarde o ya no tengamos la misma oportunidad como la de ahora, este punto fue muy importante al dialogar con el representante de la empresa, ya que esto no es algo nuevo para nadie, sino que estás actualizado con las nuevas tendencias, te puedes quedar atrás y poco a poco tu marca puede ir perdiendo credibilidad hasta desaparecer, y eso es lo que menos queremos que pase.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que la empresa ejecute de manera ordenada nuestras indicaciones, como que revisen cada cierto tiempo las métricas que arroja la aplicación móvil para así poder evaluar medidas de marketing que puedan servir para afianzar a los clientes y futuros clientes.

Es importante que cada vez existan más instituciones que brinden más información académica para la creación de herramientas digitales, ya que el mundo del Diseño Gráfico es amplio y uno debe escoger al que mejor se adapte y le beneficie; y que más tener la oportunidad de crear aplicaciones móviles y potencie la economía a nivel nacional.

Que las empresas puedan abrirse al cambio e implementen recursos que realicen este tipo de trabajos, para así tener un crecimiento en el ámbito digital en Ecuador, ya que como país si tenemos un grado de atraso en la tecnología, pero que eso no sea un impedimento para destacar como nación, lo más relevante es saber que si queremos un cambio debemos cambiar primero nosotros mismos y dar lo mejor, solo así podremos destacar ante cualquier ente o empresa.

Es momento que podamos cambiar el curso de una nación con el trabajo y la creatividad que aplicamos en el mundo del Diseño Gráfico, ya todo está hecho, únicamente debemos darle nuestro toque único e inigualable que sobresalga, que con seguridad será bien aprovechado por empresas y marcas que sin duda querrán trabajar con nosotros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A., C. (2004). *Obtenido de Degerencia. Análisis DOFA y análisis PEST*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulos.php>.
- Albornoz, M. C. (Septiembre de 2017). *Obtenido de Semantic Scholar. Interfaz gráfica de usuario: el usuario como protagonista del diseño*. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/Interfaz-gr%C3%A1fica-de-usuario%3A-el-usuario-como-del-Albornoz-Ber%3%B3n/df2bc212b2b6dea20c53c2dd442e8835df5b5d05>
- Avalos, O. P. (2018). Maquetación de componentes para aplicaciones móviles bajo normas formales de diagramación.
- Avila, A. (Agosto de 2015). *Obtenida por Blogspot. Historia y evolución de las aplicaciones móviles mas conocidas*. Obtenido de <https://alejandrapplicacionesmoviles.blogspot.com/>
- Barrientos, D. J. (2020). Técnicas, métodos y herramientas para la medición de Usabilidad en sistemas web y aplicaciones móviles: Una revisión sistemática de la literatura.
- Begoña, M. (1992). Técnicas y métodos en investigación cualitativa.
- C., B. Z. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. En *Revista Espacios*, 39(7), 1-15.
- Castellanos, L. R. (Febrero de 2014). *De Tecnología y Otras Cosas*. Obtenido de <https://dtyoc.com/2016/10/03/sistemas-operativos-moviles/>
- Castillo, B. (Octubre de 2020). *Obtenida de Guía Universitaria. 6 tipos de métodos de investigación*. Obtenido de <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- clic, P. (2020). *Utilice lápiz para el diseño de bocetos de la interfaz de usuario*. Obtenido de <https://programmerclick.com/article/95741233306/>
- Cobo, G. (2013). Desarrollo de aplicaciones móviles.
- COMERCIO, G. E. (2013). *Obtenida de Revista Lideres. Los servicios de las aplicaciones se expanden en Ecuador*. Obtenido de

<https://www.revistalideres.ec/lideres/servicios-aplicaciones-expanden-ecuador.html>

Constitución Política de la República del Ecuador, R. O. (2021). Constitución de la República del Ecuador. Quito - Ecuador.

Corporation, I. (2015). *Creación de un boceto de interfaz de usuario*. Obtenido de <https://www.ibm.com/docs/es/elm/6.0.1?topic=interface-creating-user-sketch>

Creativa, F. (Febrero de 2019). *Ventajas y desventajas de las aplicaciones móviles*. Obtenido de <https://www.factoriacreativabarcelona.es/ventajas-y-desventajas-de-las-aplicaciones-moviles/>

Dimensiona. (Diciembre de 2020). *Obtenida de Dimensiona. 10 beneficios de las aplicaciones móviles para las empresas*. Obtenido de <https://www.dimensiona.com/es/beneficios-de-las-aplicaciones-moviles-para-las-empresas/>

Duacode. (Junio de 2019). *Obtenida de Duacode. Aplicaciones móviles: Historia y desarrollo*. Obtenido de <https://www.duacode.com/es/blog-noticia/aplicaciones-moviles-desarrollo-historia>

Ecuador, C. P. (2019). Ley Orgánica de Comunicación. Quito - Ecuador.

Encalada Jumbo, D. C. (2021). ¿Qué influye en el uso de Apps? Un estudio en el contexto de la pandemia COVID-19, en Loja-Ecuador. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 33(3), 56–67.

Enriquez, J. G. (2014). *Obtenida de Informes Científicos Técnicos - UNPA. Usabilidad en aplicaciones móviles*. Obtenido de <https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v5i2.71>

Escribano, D. (Noviembre de 2018). *Obtenida de Skyscanner. Esta es la historia de las aplicaciones móviles*. Obtenido de <https://www.skyscanner.es/noticias/esta-es-la-historia-de-las-aplicaciones-moviles>

Espinoza, N. B. (2021). *Gestión administrativa de aplicaciones móviles y su efecto en la comercialización de productos de consumo masivos en el cantón Quevedo. Plan de gestión administrativa*.

Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires.

- Garduño, S. (2002). *Enfoques Metodológicos en la Investigación Educativa*. México.
- Herrera, S. P. (2020). *Análisis de la usabilidad de las aplicaciones móviles más utilizadas para pedidos a domicilio en Ecuador ante la emergencia sanitaria y restricción de movilidad por el coronavirus COVID-19*.
- Holaskova, C. F. (2020). Aplicación móvil para la búsqueda de información sobre la accesibilidad para minusválidos de establecimientos y servicios.
- Humphrey, A. &. (2004). *Análisis de matriz DOFA*. Obtenido de <https://www.academia.edu/download/45320229/AnalisisFODAyPEST.pdf>.
- Luna, L. (Septiembre de 2004). *Repositorio Universitario de la DGTIC*. Obtenido de <https://www.ru.tic.unam.mx/handle/123456789/775>
- Montero, Y. H. (2005). La experiencia del usuario. No solo usabilidad, 2005, no 4.
- Moral, M. E. (2019). Evaluación de la potencialidad creativa de aplicaciones móviles creadoras de relatos digitales para Educación Primaria. En O. R. lectura..
- Moreno., J. M. (2017). El impacto de las aplicaciones móviles en la gestión empresarial en Latinoamérica. . *INNOVA Research Journal*, 2(2), 37-44.
- Pérez, Y. (Febrero de 2021). *Obtenida de Crehana. Los principales tipos de aplicaciones móviles que debes conocer*. Obtenido de <https://www.crehana.com/cr/blog/desarrollo-web/tipos-aplicaciones-moviles/>
- Polanco, K. M. (2011). “Android” el sistema operativo de Google para dispositivos móviles. *Negotium: Revista de ciencias gerenciales.*, 7(19), 79-96.
- Ponce, J. P. (2021). Ecuador Estado Digital. Ecuador.
- Primicias. (Junio de 2019). *Obtenida de Primicias. Las aplicaciones hechas en Ecuador ofrecen juegos de azar, taxis y mensajería*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/apps-ecuatorianas-entretenimiento-mensajeria-transporte/>
- Ramírez, R. (2019). Métodos para el desarrollo de aplicaciones móviles.
- Rivera, Y. M. (2012). Sistema operativo Android: características y funcionalidad para dispositivos móviles .

- Rodríguez, A. (Noviembre de 2019). *Obtenida de EL COMERCIO. Una 'app' desarrollada en Ecuador se destaca a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/guaifai/app-desarrollada-ecuador-destaca-nivel.html>
- Rodríguez, J. (2006). *Obtenida de Logo-arte.com. ¿Qué es la vectorización y en qué consiste una curva Bézier?* Obtenido de <https://www.logo-arte.com/vect4.htm>
- S., F. (Mayo de 2014). *Obtenida de Historia y teoría del diseño latinoamericano. Historia del Diseño en América Latina y el Caribe - Ecuador*. Obtenido de <https://historiadeldisenolatinoamericano.blogspot.com/2014/05/historia-del-diseno-en-ecuador.html>
- Schrage, M. (2019). Las estrategias inteligentes requieren KPI más inteligentes. En *Harvard Deusto Márketing y Ventas, (158), 54-60*.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV). En Senplades. Quito - Ecuador.
- Serna, S. (2006). *Diseño de interfaces en aplicaciones móviles*.
- Snedecor, G. W. (1971). *Métodos Estadísticos*. México.
- Veleta, M. (Mayo de 2020). *Obtenida de Phidev Digital Marketing Agency. La importancia de las aplicaciones móviles para empresas*. Obtenido de <https://phidevinc.com/es/la-importancia-de-las-aplicaciones-moviles-para-empresas#:~:text=Las%20aplicaciones%20m%C3%B3viles%20permiten%20a,Un%20claro%20ejemplo%20es%20Starbucks>.
- Vittone, J. C. (2013 - 2017). *Obtenida de App Design Book. Diseñando apps para móviles*. Obtenido de <https://appdesignbook.com/es/contenidos/glosario/#:~:text=Accesibilidad,elementos%20tienen%20con%20el%20fondo>.
- Vittone, J. C. (2013). *Diseñando apps para móviles*.
- Yanquén, C. (2016). Medición de la usabilidad en el desarrollo de aplicaciones educativas móviles. En *Obtenida de Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. .

ANEXOS

ANEXO 1. CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA EMPRESA

Carta de autorización en el desarrollo de tema de tesina

Guayaquil, 18 de diciembre del 2021

Licenciado,
Erick Pérez Cedeño
Representante legal de Blúbiser

De mi consideración

Yo, **José Victor Cancio Ayoví** con número C.I.: **2300443237** estudiante de la carrera **Diseño Gráfico y Multimedia** en el **Instituto Tecnológico de Formación Profesional, Administrativo y Comercial** de la ciudad de Guayaquil me encuentro realizando la Tesis para mi grado con el tema "DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL". Por lo que solicito muy gentilmente se me ayude proporcionando información y/o documentación; esto me servirá de sustento para la elaboración de mi tesis


Con sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Sr. José Victor Cancio Ayoví

**Estudiante de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia
Instituto Universitario Tecnológico de Formación**



Lic. Erick Pérez Cedeño
Representante legal de Blúbiser

ANEXO 2. FORMATO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA MÁSTER EN DISEÑO DE INTERFACES PARA APLICACIONES MÓVILES



ENTREVISTA

Entrevista realizada a una Diseñadora Gráfica que tiene experiencia con respecto a la creación de aplicaciones móviles, brindándonos su opinión y consejo con respecto al tema central.

TEMA: “DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

PREGUNTAS:

- 1. ¿Qué consideras primero al crear una aplicación móvil?**
- 2. ¿Según tu experiencia cuáles son las ventajas y desventajas al generar una aplicación móvil para comercializar un producto?**
- 3. ¿Conoces de alguna empresa que comercialice con artículos promocionales a través de una aplicación móvil?**
- 4. ¿Qué no te agrada de una aplicación móvil al momento de comprar un artículo?**

ANEXO 3. FORMATO DE LA ENCUESTA



ENCUESTA

Dirigida a un grupo de 19 personas, algunos clientes y otras personas que laboran en Blúbiser.

TEMA: “DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha:

Nombre del entrevistado:

PREGUNTAS:

1. ¿Cuéntanos qué edad tienes?

- Menor a 20
- 21 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 o más

2. ¿Usas aplicaciones móviles para adquirir algún producto al por mayor?

- Sí
- No

3. ¿Has utilizado una aplicación móvil para cotizar y comprar artículos promocionales publicitarios en la ciudad de Guayaquil?

Sí

No

4. Basándonos en la pregunta anterior, si la respuesta fue "Sí", escríbenos el nombre de la marca o marcas

5. ¿En qué te basas para adquirir un artículo promocional publicitario?

La calidad del material

El precio del producto

Funcionalidad del producto

6. ¿Qué beneficios te gusta que generen en una aplicación móvil?

Descuentos

Promociones

7. ¿Te gustaría recibir una atención más personalizada por parte de un asesor comercial, al adquirir productos a través de una aplicación móvil?

Sí

No

8. ¿Te gustaría que, al momento de realizar tu compra en una aplicación móvil, tengan el servicio a domicilio?

Sí

No

9. ¿Con qué métodos de pago te gusta realizar tus compras?

- Efectivo
- Tarjeta de débito
- Tarjeta de crédito

ANEXO 4. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA MÁSTER EN DISEÑO DE INTERFACES PARA APLICACIONES MÓVILES



ENTREVISTA

Entrevista realizada a una Diseñadora Gráfica que tiene experiencia con respecto a la creación de aplicaciones móviles, brindándonos su opinión y consejo con respecto al tema central.

TEMA: “DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha: 18/08/2022

Nombre del entrevistado: Cathy Alexandra Morales López

Máster en Comunicación Digital

PREGUNTAS:

1. ¿Qué consideras primero al crear una aplicación móvil?

Respuesta: Lo primero que considero es saber si esa tecnología va a tener que estar atada a algún medio de pago con tarjeta de crédito o algo similar y en diseño una de las primeras cosas para crear la interfaz de la aplicación es saber a qué segmento voy a dirigir esta aplicación porque de acuerdo procedemos con la parte gráfica y visual de la aplicación móvil.

2. ¿Según tu experiencia cuáles son las ventajas y desventajas al generar una aplicación móvil para comercializar un producto?

Respuesta: Ventaja: es que la gran parte de personas tiene acceso a un dispositivo móvil, no tendrán una computadora, pero si un celular o Tablet que tienen conexión a internet, lo que permite llegar fácilmente cada vez a más personas sin importar el lugar donde se encuentren. Desventaja: Al realizar una aplicación nativa todo depende del sistema

operativo, en el que cambia el código de programación, por ejemplo, debes desarrollar para Android, otro desarrollo para iPhone y así sucesivamente; todavía se utiliza este tipo de métodos, pero otro inconveniente es el desarrollo individual por cada equipo móvil, no es lo mismo programar para iPhone 7 versus un iPhone 12, ya que ambos tienen un código fuente diferente y lleva más tiempo.

3. ¿Conoces de alguna empresa que comercialice con artículos promocionales a través de una aplicación móvil?

Respuesta: Si por supuesto, Amazon es una tienda que funciona muy bien a través de la aplicación, puedo hacer la compra, pagar el pedido, ver la ruta, entre otras. Comparando Amazon con otras aplicaciones locales, podemos decir que la primera ya ha pasado por un proceso de fallas, que han sido resueltas y mejoradas, siguieron con la interfaz mejorando sus funciones y acoplándose al consumidor.

4. ¿Qué no te agrada de una aplicación móvil al momento de comprar un artículo?

Respuesta: Algo que no me agrada de las aplicaciones es el proceso de compra, donde debes ingresar los datos personales de tu tarjeta de crédito o débito, dejando un registro que puede ser usado con mala intención, en Latinoamérica existe mucho el tema de los hackers, generando desconfianza en aquellas aplicaciones que son nuevas y recién empiezan, por lo general tengo más confianza en aplicaciones extranjeras que nacionales, Ecuador aún está acoplándose a este tipo de herramientas digitales, pero le falta mucho para llegar a un nivel que genere confianza. También las aplicaciones que tienen una interfaz pesada y confusa, generando una mala experiencia al usuario y perdiendo un posible comprador.

ANEXO 5. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A UNA DISEÑADORA GRÁFICA



ENTREVISTA

Entrevista realizada a una Diseñadora Gráfica que tiene experiencia con respecto a la creación de aplicaciones móviles, brindándonos su opinión y consejo con respecto al tema central.

TEMA: “DISEÑO DE INTERFACE DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA EMPRESA BLÚBISER EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fecha: 18/08/2022

Nombre del entrevistado: Tania Stefanie Holguín Zambrano

PREGUNTAS:

1. ¿Qué consideras primero al crear una aplicación móvil?

Respuesta: Se deben considerar ciertos puntos importantes, ya que crear una app es un proceso complejo, pero puede tener grandes beneficios. Se considera principalmente su funcionalidad que sea básica y a la vez personalizada, mejoras o modificaciones a futuro, su diseño la distribución del contenido, y así mismo considerar que debe facilitar la comunicación con los clientes.

2. ¿Según tu experiencia cuáles son las ventajas y desventajas al generar una aplicación móvil para comercializar un producto?

Respuesta: Ventajas: que el diseño es dinámico, rápido, se tiene más libertades para programar, la mayoría es de código abierto y existen muchas fuentes de información. Desventaja: el modelo de desarrollo segura de la aplicación no se toma en cuenta normativa como el Owasp, escatimar control y calidad, y confiar en tecnologías emergentes que son nueva y no se conoce su desempeño.

3. ¿Conoces de alguna empresa que comercialice con artículos promocionales a través de una aplicación móvil?

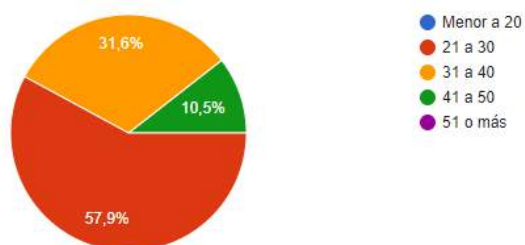
Respuesta: Aplicaciones móviles que promocionen artículos tenemos algunas, empezando por Amazon, eBay, mercado libre, Alibaba, etc. Las aplicaciones que manejo en mi celular Huawei son Wiz, depop, videdressing, entre otras.

4. ¿Qué no te agrada de una aplicación móvil al momento de comprar un artículo?

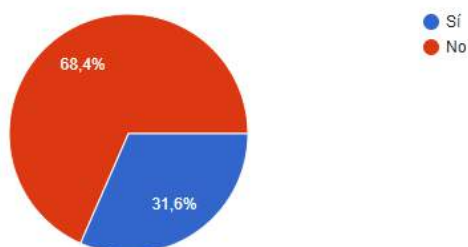
Respuesta: Que se han muy invasivas con la publicidad.

ANEXO 6. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA

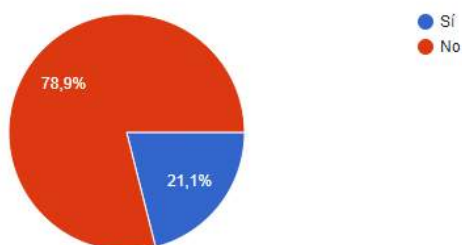
Pregunta 1: ¿Cuéntanos qué edad tienes?



Pregunta 2: ¿Usas aplicaciones móviles para adquirir algún producto al por mayor?



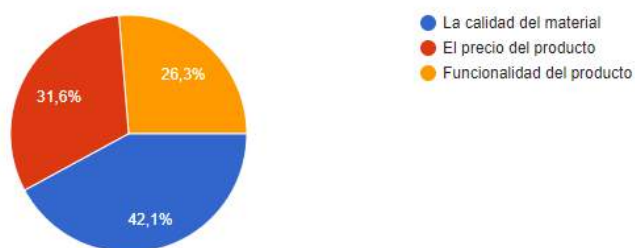
Pregunta 3: ¿Has utilizado una aplicación móvil para cotizar y comprar artículos promocionales publicitarios en la ciudad de Guayaquil?



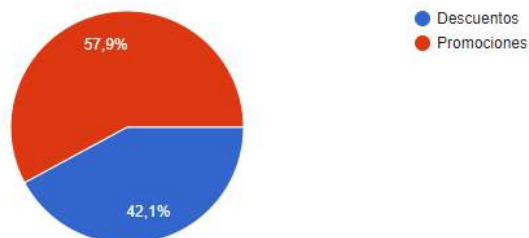
Pregunta 4: Basándonos en la pregunta anterior, si la respuesta fue "Sí", escríbenos el nombre de la marca o marcas

Mercado libre
Bantex
Ropa como Marathon o De Prati
Aliexpress

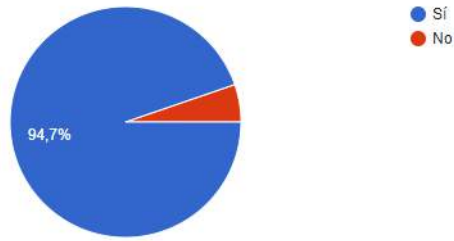
Pregunta 5: ¿En qué te basas para adquirir un artículo promocional publicitario?



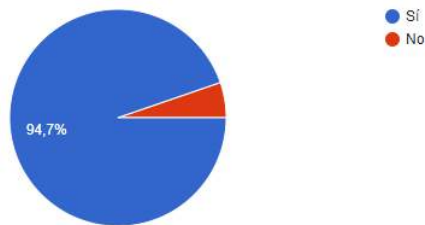
Pregunta 6: ¿Qué beneficios te gusta que generen en una aplicación móvil?



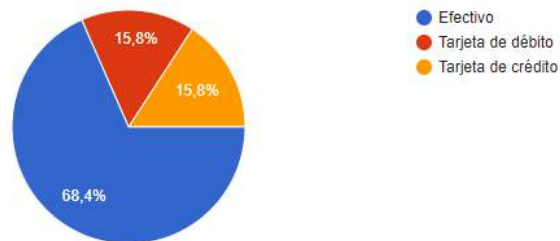
Pregunta 7: ¿Te gustaría recibir una atención más personalizada por parte de un asesor comercial, al adquirir productos a través de una aplicación móvil?



Pregunta 8: ¿Te gustaría que, al momento de realizar tu compra en una aplicación móvil, tengan el servicio a domicilio?

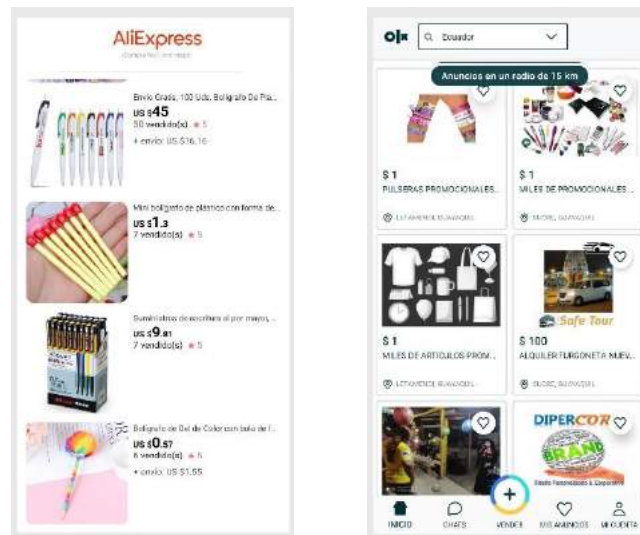
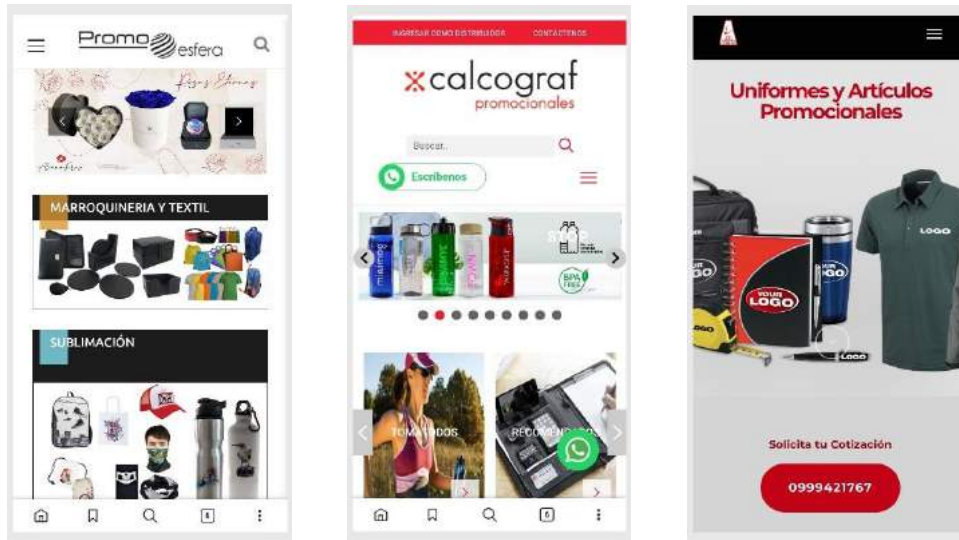


Pregunta 9: ¿Con qué métodos de pago te gusta realizar tus compras?



ANEXO 7. ESTUDIO PREVIO ACERCA DEL MERCADO DE LOS ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Para iniciar con este proyecto se realizó un estudio de mercado de las marcas que se dedican a la venta de artículos promocionales.



ANEXO 8. ESTUDIO PREVIO DE LOS CONTENIDOS PARA EL DISEÑO DE UNA INTERFACE

Tomamos de muestra algunas ideas descargadas de internet para poder diseñar la interface de la aplicación móvil.



ANEXO 9. BOCETAJE DE LA INTERFAZ DE LA APLICACIÓN MÓVIL



ANEXO 10. BÚSQUEDA DE RECURSOS NECESARIOS PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE

Para dar comienzo a este proyecto solicitamos el logotipo de marca Blúbiser para que sea nuestro referente y guía para la creación de la interface de la aplicación móvil.

Isotipo

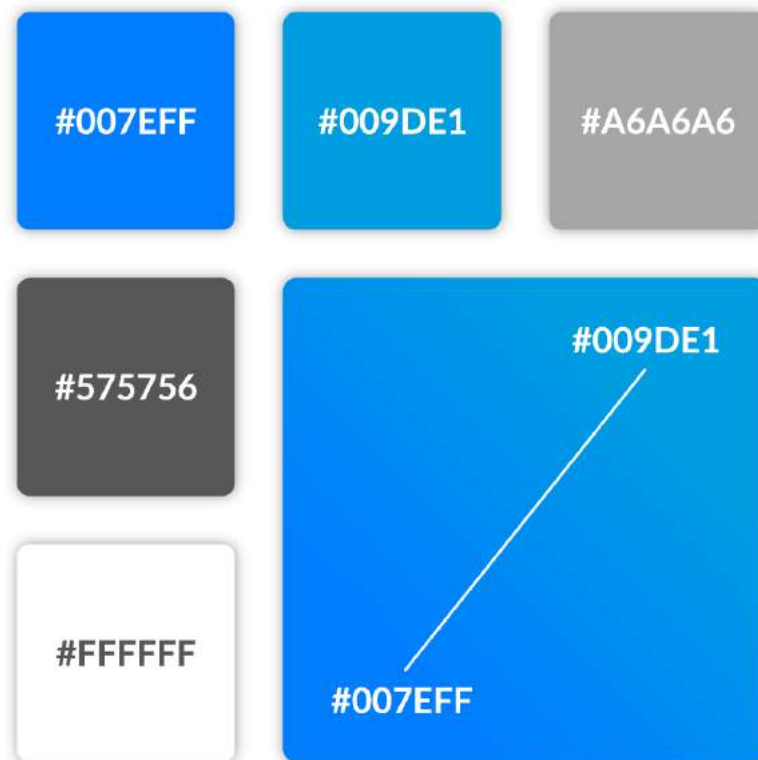


Logotipo

Blúbiser

ANEXO 11. COLORES CORPORATIVOS PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE

Para el diseño de esta interface hicimos uso de los colores que acompañan a la marca Blúbiser, para manejarnos dentro de los parámetros ya establecidos por parte de la empresa.



ANEXO 12. SELECCIÓN TIPOGRÁFICA PARA EL DISEÑO DE LA INTERFACE

Siguiendo los estándares del diseño plano de las interfaces móviles, se hizo uso de una tipografía Sans Serif, ya que al trabajar en un área reducida como lo es una aplicación móvil debemos buscar la armonía y equilibrio dentro del diseño, sobre todo debemos enfocarnos en que la misma sea legible para que el usuario final pueda visualizar. Utilizamos la tipografía llamada LATO para el diseño de la aplicación móvil.



LATO REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;.:?;!*-+ /



LATO MEDIUM
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;.:?;!*-+ /



LATO SEMIBOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;.:?;!*-+ /

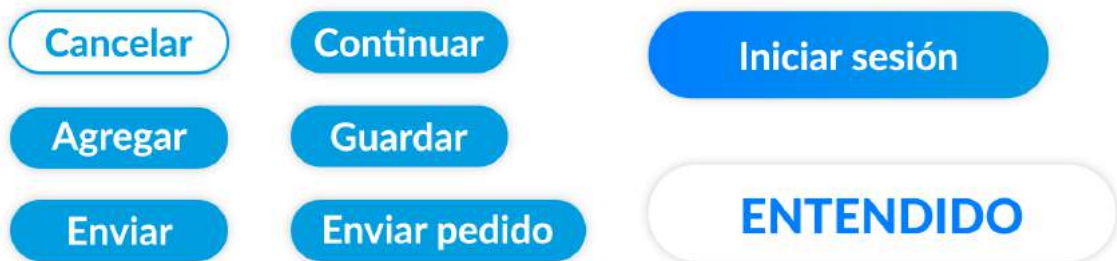


LATO BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,;.:?;!*-+ /

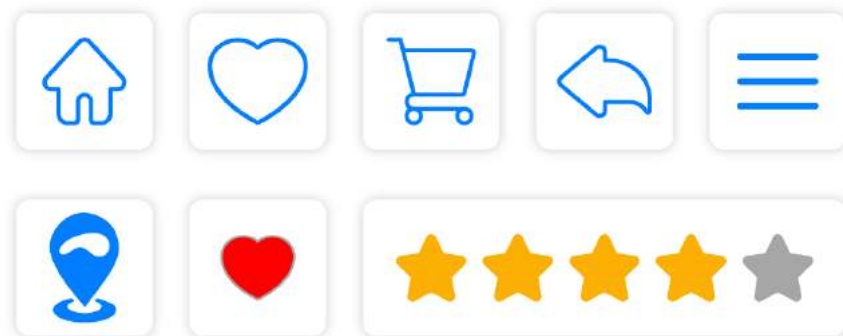
ANEXO 13. VECTORIZACIÓN DEL CONTENIDO VISUAL DE LA INTERFACE

Para continuar con este proyecto analizamos que contenido visual son más usados en aplicaciones móviles relacionadas con la venta de artículos, y diseñamos estos botones que le darán un plus a la interface ya que juegan con los colores corporativos antes mencionados.

Botones de acción



Botones con iconos

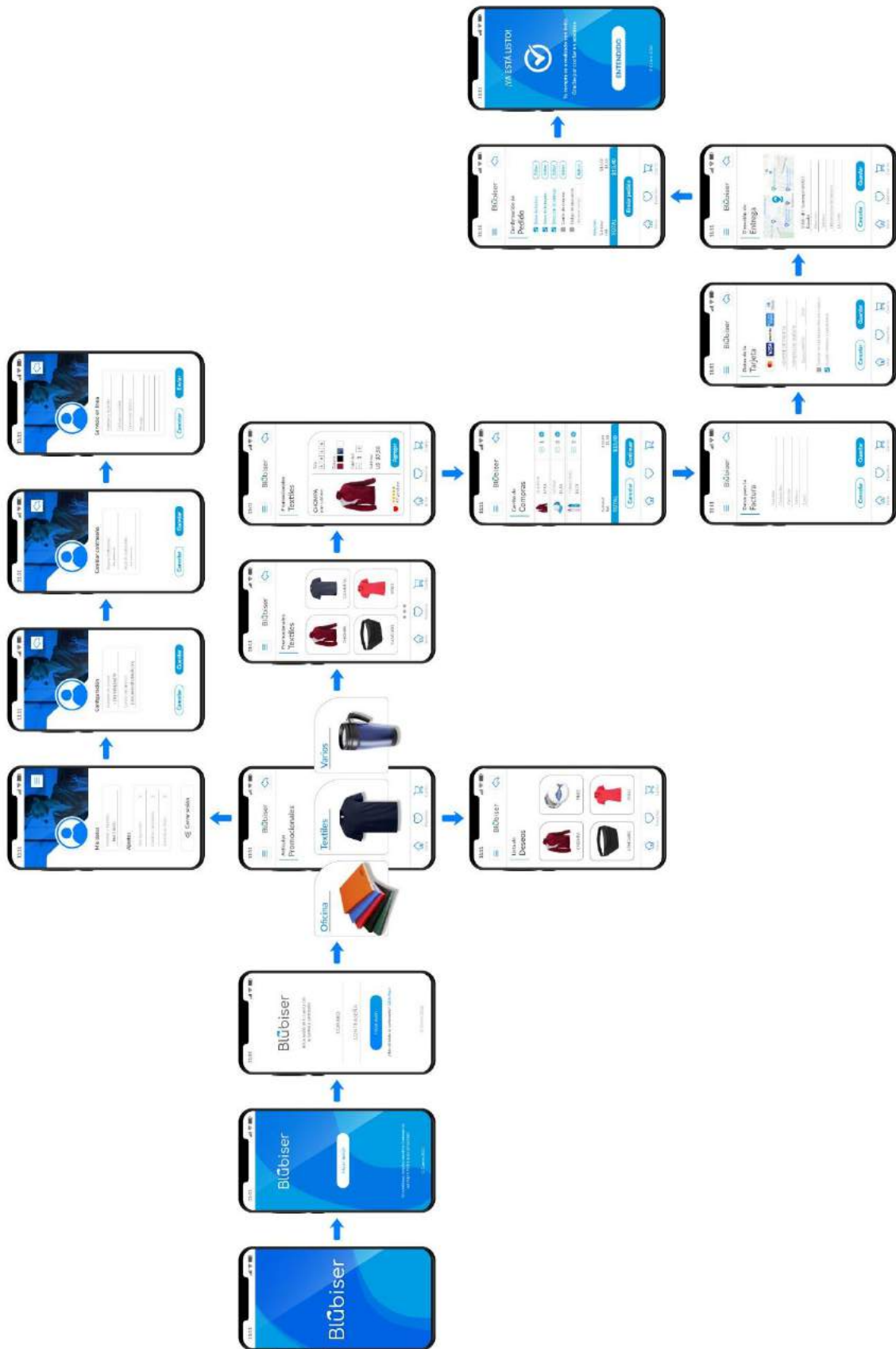


ANEXO 14. EXPORTACIÓN DE DISEÑOS Y PREVISUALIZACIONES DE LA INTERFACE

Se realizaron algunos borradores, pero al final decidimos escoger un diseño sencillo y limpio, permitiendo que la acción que realice el usuario sea directa.

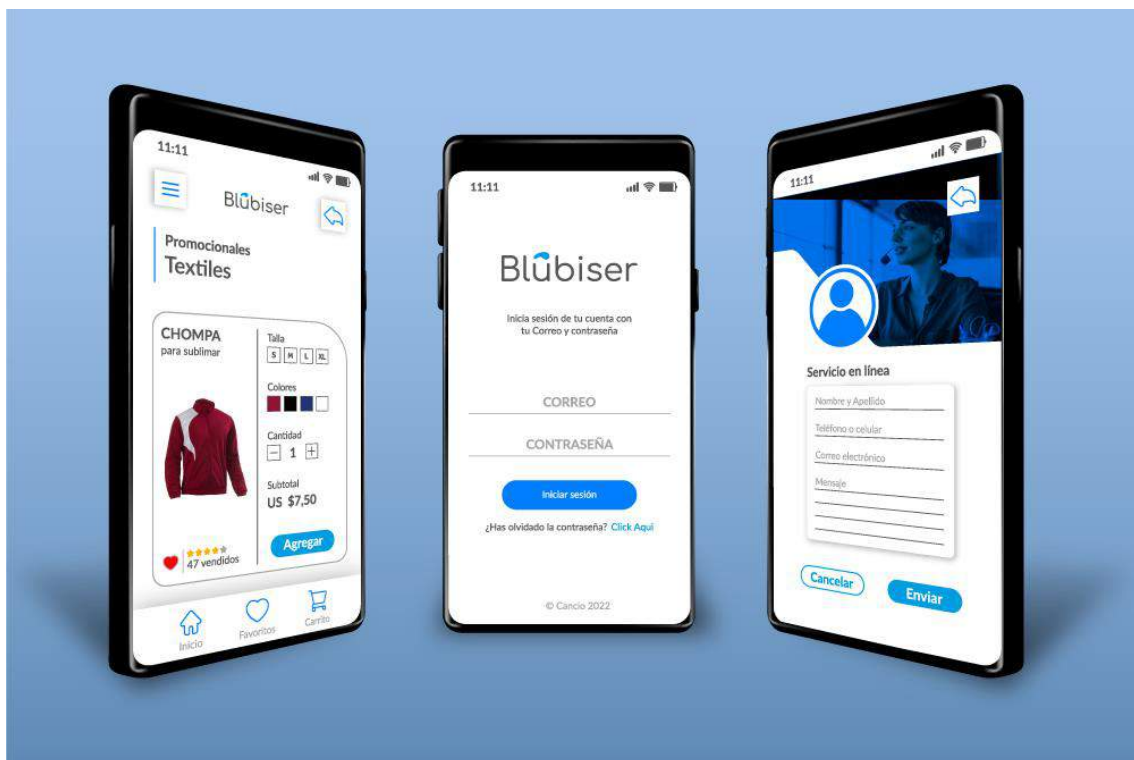


ANEXO 15. CONFIGURACIÓN DE RECORRIDO EN ADOBE ILLUSTRATOR



ANEXO 16. MOCKUP Y DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL DE LA APLICACIÓN MÓVIL

Antes de presentar el proyecto debemos realizar un mockup, que no es más que un fotomontaje a través del cual podemos visualizar la propuesta de la aplicación móvil para la empresa Blúbiser.



ANEXO 17. INTERFACE DE LA APLICACIÓN MÓVIL DE LA EMPRESA BLÚBISER

Al diseñar una aplicación móvil debemos conocer el número necesario de interfaces para que al momento de ser usada por parte del usuario su experiencia con la app sea de lo más clara y directa posible.



