



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

EL DISEÑO UX EN LA APLICACIÓN MÓVIL CULTUREANDO

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Diseño Gráfico**

**ANDREA ALEXANDRA BARRIOS BARRIOS
(0009-0000-6156-6866)**

**Lima – Perú
2023**

A mi familia, por su apoyo incondicional y su guía constante. A mis mascotas, por brindarme siempre su cariño. Y finalmente, a mis amigos y colegas diseñadores, quienes me han acompañado en este camino.

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	6
Introducción.....	7
Capítulo I: Planteamiento del Problema	8
Problema de Investigación.....	8
Formulación del Problema.....	10
Justificación	10
Objetivos de la Investigación.....	11
Hipótesis	12
Capítulo II: Marco Teórico	13
Antecedentes de la Investigación.....	13
Bases Teóricas.....	15
Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca.....	20
Gestión del Branding	22
Definición de Términos Básicos.....	25
Capítulo III: Planteamiento de plan de marketing y estrategia.....	28
Definiciones e Indicadores	28
Tipos de Investigación y Análisis	29
Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución	30
Solución Principal.....	30

Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte	36
Fundamentaciones Gráficas.....	41
Costos del Proyecto: Diseño y Producción.....	46
Validación Final de la Propuesta de Diseño	47
Conclusiones.....	48
Recomendaciones	50
Referencias Bibliográficas.....	51
Anexos	55

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1.	23
Figura 2.	23
Figura 3.	24
Figura 4.	36
Figura 5.	37
Figura 6.	37
Figura 7.	38
Figura 8.	38
Figura 9.	39
Figura 10.	40
Figura 11.	40

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo, titulado "El diseño UX en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023", tiene como objetivo emplear las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para desarrollar una plataforma que funcione como un canal de promoción y difusión de eventos culturales. Para ello, se utilizará un enfoque descriptivo y seccional, aplicando el instrumento de encuesta a una población conformada por 55 personas residentes de Lima metropolitana con edades comprendidas entre los 18 y 35 años.

En el primer capítulo, se expondrá la problemática a abordar, así como la solución propuesta, las hipótesis de investigación y los objetivos planteados con el fin de guiar el desarrollo del proyecto.

Durante el segundo capítulo, se llevará a cabo una revisión de trabajos previos de relevancia, buscando generar un mayor entendimiento del tema a tratar. Asimismo, se definirán los términos básicos para la lectura del proyecto y su identidad de marca.

En el tercer capítulo, se delimitarán las variables e indicadores a estudiar. Asimismo, se decidirá el enfoque de la investigación, el cual será clave para orientar el diseño de la solución propuesta.

El cuarto capítulo comprende la aplicación del instrumento de investigación, las conclusiones preliminares obtenidas y el desarrollo gráfico de la solución propuesta. Se incluirá, además, un desglose presupuestario del proyecto y las validaciones correspondientes.

Finalmente, en las dos últimas secciones de la monografía, podrán encontrarse las conclusiones del trabajo y las recomendaciones a seguir para su posterior aplicación u estudio.

Introducción

Esta investigación parte de solventar la problemática que surge en la promoción de eventos culturales al público peruano. En la actualidad, las instituciones encargadas de la organización de dichos eventos emplean principalmente medios de difusión tradicionales, tales como la radio, las notas de prensa y la utilización de afiches en lugares aledaños a recintos artísticos.

No obstante, el enfoque tradicional, aunque necesario, resulta ineficiente si lo que se busca es la promoción cultural masiva. De este modo, se ha optado por desarrollar una herramienta que fusione lo cultural y lo tecnológico, con el fin de acercarse al sector de la población que no cuenta con antecedentes de consumo cultural, sirviendo como medio de comunicación de las actividades artístico-culturales ofrecidas.

Este proyecto aprovecha la cotidianidad de la tecnología en la vida de la población limeña de adultos jóvenes, quienes constituyen un público potencialmente consumidor de cultura artística, para difundir las diversas iniciativas dadas tanto por entidades públicas como particulares. Asimismo, se busca aportar valor a entidades o asociaciones independientes, brindándoles un medio de comunicación con su público objetivo.

Como adicional, esta herramienta constituiría un canal de información importante tanto para público peruano como extranjero, fomentando el turismo en la capital. Se espera, a su vez, que esta solución contribuya con la revalorización del patrimonio peruano y la solidificación de la identidad nacional en los habitantes de Lima.

Capítulo I: Planteamiento del Problema

Problema de Investigación

En el panorama actual, el diseño de experiencia de usuario (UX) es una disciplina que se ha tomado relevancia en el desarrollo de soluciones digitales efectivas, volviéndose fundamental para que los productos y servicios digitales cumplan con las expectativas y necesidades de los usuarios, al mismo tiempo que generen valor para las empresas.

Según Cañas (2012), la capacidad de los usuarios para aprovechar al máximo la tecnología está directamente relacionada con la eficacia de las interfaces que se diseñan para interactuar con ella. Por lo tanto, la relevancia de este tipo de diseño radica en su capacidad de proporcionar experiencias digitales que sean útiles, fáciles de usar, atractivas y confiables.

En Lima, Perú, el diseño UX ha cobrado una importancia especial en los últimos años, como resultado de la adopción de tecnologías digitales por parte de los usuarios y la creciente demanda de servicios virtualizados. La globalización, por su parte, ha contribuido en gran manera a que los peruanos busquen maneras de conectarse con la gran cantidad de información disponible.

Según el INEI (2021) En el tercer trimestre del 2021, el acceso a Internet en los hogares del país alcanzó al 55% y el 76% de la población de 6 y más años del país accedió a Internet. Asimismo, el 95,6% de los hogares del país contaban con al menos una Tecnología de Información y Comunicación (TIC), cifra que era directamente proporcional al nivel de estudios del jefe de hogar.

En este contexto, se ha identificado el uso de las TIC como una oportunidad para difundir información masivamente. Esto debido a que el uso de estas tecnologías permite

ampliar el alcance, velocidad y calidad de la comunicación entre personas e instituciones. Además, las TIC facilitan la creación de espacios de comunicación, debate y colaboración entre ciudadanos, organizaciones y gobiernos, y ofrecen acceso a información relevante.

Gándara Vázquez (2021) afirma que las tecnologías digitales hicieron una aparición tímida en el campo de la divulgación del patrimonio cultural, a inicios de la década de 1990, despertando tanto admiración como críticas en el mundo de los museos, para luego ganar visibilidad y preminencia gracias al uso generalizado de Internet.

En este sentido, el uso de tecnologías digitales pueden ser una herramienta útil para la divulgación del patrimonio cultural y la promoción de la identidad nacional, contribuyendo a preservar y proteger la riqueza cultural del país.

La cultura peruana es reconocida a nivel internacional por ser el resultado de la mezcla de las culturas indígena, europea y africana, que se han fusionado a lo largo de los siglos; dando así lugar a una rica variedad de tradiciones, costumbres, artes, gastronomía y música únicas en el mundo. Por lo tanto, explorar la cultura del Perú es una experiencia enriquecedora que nos permite conocer y valorar nuestra identidad nacional.

Los habitantes de la ciudad de Lima poseen un gran interés y apreciación por su cultura, lo que se refleja en la búsqueda por las artes, la literatura, la música y el patrimonio histórico. Sin embargo, y pese a que la ciudad cuenta con una amplia oferta de actividades, el acceso a esta información se ve dificultado debido a la falta de un sitio centralizado que aglutine toda la oferta cultural disponible.

Por este motivo comienza el desarrollo de "Cultureando", una aplicación móvil creada con el objetivo de acercar a las personas a la oferta cultural presente en la capital. Esta herramienta, centralizará la oferta de actividades culturales de la ciudad en una sola

plataforma, brindando información actualizada y detallada sobre los eventos más importantes de Lima de forma sencilla e intuitiva.

Formulación del Problema

Problema General

¿Cómo debería realizarse el diseño UX en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023?

Problemas Específicos

¿Cómo debería realizarse el diseño de interfaz de la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023?

¿Cuáles serían los criterios por cumplir para que se lleve a cabo una correcta usabilidad en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023?

¿Cómo debería manejarse la arquitectura de la información en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023?

Justificación

Justificación Teórica

La presente investigación se justifica teóricamente porque parte de crear una experiencia de usuario positiva y atractiva en las aplicaciones móviles culturales. De esta forma, se pretende aprovechar el potencial de las TIC como herramientas para acercar a las personas a contenido que contribuyan al enriquecimiento de su identidad peruana. La implementación de estrategias de diseño UX en la plataforma digital "Cultureando" permitirá promover una mayor interacción y participación de los usuarios, generando un mayor interés en la exploración de la cultura peruana a través de la aplicación móvil.

Justificación Metodológica

Metodológicamente, esta investigación se justifica por el empleo del método científico durante el desarrollo del proyecto, además de tomar como referencia las pautas dadas por IDAT para la realización de trabajos monográficos.

Justificación Práctica

Esta investigación se justifica en el aspecto práctico porque servirá como referencia para las futuras investigaciones en el campo del diseño UX, el cual se encuentra en su apogeo. Además, contribuirá a fortalecer la identidad cultural de los peruanos al brindar una herramienta que facilita el acceso a actividades culturales y artísticas, promoviendo así la valoración y difusión del patrimonio del Perú. Asimismo, esta investigación también contribuirá al desarrollo de la industria cultural y artística en Lima al promover la participación y asistencia a eventos culturales, lo cual puede tener un impacto positivo en la economía local y en la promoción de artistas y creadores locales.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Establecer las características del diseño UX en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023.

Objetivos específicos

Establecer las características del diseño de interfaz de la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023.

Establecer los criterios a cumplir para la correcta usabilidad en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023.

Organizar la arquitectura de la información en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023.

Hipótesis

El diseño UX de la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023 debe seguir una metodología centrada en los usuarios, que permita identificar sus necesidades, expectativas y dificultades al acceder a contenidos culturales en Lima.

Hipótesis específicas

El diseño de interfaz de la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023 se realizará siguiendo las últimas tendencias de diseño de interfaz móvil, como el uso de animaciones, gestos, modo oscuro y tipografía legible, para crear una experiencia visualmente atractiva y fácil de navegar para los usuarios.

Los criterios que cumplir para que se lleve a cabo una correcta usabilidad en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023 serían: la velocidad de carga rápida de la pantalla, la coherencia entre las diferentes secciones y funciones de la aplicación, la adaptación a los diferentes tamaños y orientaciones de pantalla y la accesibilidad para personas con discapacidad visual o auditiva.

La arquitectura de la información en la aplicación móvil Cultureando. Lima, 2023 debería basarse en una estructura jerárquica y modular, que permita organizar el contenido por categorías y subcategorías según su relevancia para los usuarios.

Capítulo II: Marco Teórico

Antecedentes de la Investigación

Antecedentes Nacionales

Soria Morales (2021) en su investigación titulada Trajes del Perú, repositorio digital para valorar el patrimonio cultural inmaterial, tuvo como objetivo determinar de qué manera la interacción de las características de un repositorio digital cultural contribuye en la generación de valor a la comunidad.

Utilizando un método de enfoque cualitativo, mediante aplicación de encuestas abiertas a estudiantes, expertos y profesionales, Soria logró concluir que la apreciación del patrimonio en un espacio digital proporciona un valor tangible e intangible para los diferentes actores; y un repositorio de bienes culturales preserva las características y la evolución del objeto cultural, acercándolo y exhibiéndolo a la comunidad nacional e internacional para su apreciación y valoración.

Jordán Cacho (2022) en su tesis “Jironeando: Diseño de plataforma digital para la revalorización del patrimonio cultural arquitectónico del Jirón de la Unión en los ciudadanos de Lima Metropolitana—2022”, buscó contribuir a la revalorización del patrimonio arquitectónico del Jirón de la Unión en el Centro Histórico de Lima — 2022 a través del diseño multimedia, teniendo como pieza principal un sitio web.

Mediante el empleo de un método cualitativo, aplicado a través de consultas a profesionales especializados en áreas como educación y comunicación patrimonial, historia del arte, curaduría y arquitectura; y la aplicación de una encuesta a un grupo de 31 personas, ciudadanos de Lima metropolitana; Jordán concluyó que la plataforma “Jironeando” permite un acercamiento de la ciudadanía limeña con el patrimonio cultural arquitectónico que está presente en su entorno. Asimismo, con el empleo de recursos interactivos digitales se

favorece la comprensión de la información en un público joven habituado a las TIC, y se responde a la necesidad de replantear los métodos de investigar y comunicar el patrimonio cultural.

Agreda Delgado (2019) en su tesis de nombre El diseño de una app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C Arenales en el año 2019, tuvo el objetivo de evaluar el impacto que tiene el desarrollo de una aplicación para impulsar la lectura del cómic peruano en jóvenes limeños que frecuenten el C.C Arenales en Lince.

El estudio empleó un método cualitativo de alcance descriptivo correlacional, aplicado mediante encuestas hechas a un grupo de 100 lectores que asisten al C.C Arenales, así como consultas a autores de cómics y expertos en UX/UI. Así, Agreda concluyó que la utilización de una aplicación ayudaría a que los lectores puedan encontrar fácilmente un lugar donde leer comics peruanos y así difundir su valor cultural.

Antecedentes Internacionales

Idrovo Cuenca (2019) durante su tesis “Desarrollo de una aplicación móvil, para fomentar el consumo artístico cultural, del Microteatro Uio”; se planteó como objetivo potenciar el consumo artístico cultural de teatros ubicados en Quito mediante el uso de TIC, desarrollando, para ello, una aplicación móvil que sirviera como plataforma de difusión.

Mediante un enfoque mixto de tipo descriptivo- exploratorio, llevado a cabo mediante entrevistas a expertas en el área artístico-cultural y una encuesta aplicada a usuarios de eventos artístico-culturales del Centro Histórico de Quito, concluyó que existe una necesidad de una mejor difusión de eventos culturales hacia la población en general, resaltando la importancia de las nuevas tecnologías para lograr una difusión masiva de los mensajes.

Herrera Vizueté (2021) durante su investigación titulada Museo interactivo para promover el aprendizaje cultural del danzante de Pujilí, buscó diseñar un museo interactivo para promover el aprendizaje cultural del danzante de Pujilí, con el fin de contribuir con la difusión cultural y llegar a un mayor número de usuarios.

Mediante un método de abordaje cualitativo con un alcance descriptivo; y empleando entrevistas a adultos de la región y danzantes autóctonos, así como encuestas aplicadas a potenciales turistas; la autora concluyó que el empleo de nuevas tecnologías y estrategias interactivas en espacios culturales, permiten que el ser humano se adapte a estos entornos, y descubra varios métodos de aprendizaje que mejoran los procesos de difusión de la cultura.

Marti Gimenez (2023) durante su trabajo de máster titulado Feelocal: Diseño UX/UI de una app para fomentar la autenticidad de las experiencias turísticas, tuvo como objetivo desarrollar una solución TIC que permitiera a sus usuarios realizar un turismo local más auténtico y menos masificado. Utilizando un método de abordaje cualitativo, siguiendo las etapas del método Design Thinking, aplicando entrevistas y un diseño centrado en el usuario (DCU), concluyó que la aplicación Feelocal fomenta la interacción con la comunidad local y permite una mayor inmersión aconsejando sobre la cultura.

Bases Teóricas

Diseño UX

El Interaction Design Foundation (s. f.) define el diseño de la experiencia del usuario (UX) como el proceso que se utiliza para crear productos que proporcionan experiencias significativas y relevantes a los usuarios. Esta disciplina implica el diseño de todo el proceso de adquisición e integración del producto, incluidos los aspectos de marca, usabilidad y función.

Por su parte, Don Norman y Nielsen (s.f.), eminencias en esta disciplina, definen la "experiencia del usuario" (UX) como todos los aspectos de la interacción que tiene el usuario final con la empresa, sus productos y servicios. Señala también que es importante no confundir la experiencia total del usuario con la interfaz de usuario (UI), aunque esta última es crucial en el diseño.

Asimismo, Rodríguez y Sotelo (2018) proporcionan una definición más completa del concepto experiencia de usuario, señalando que se refiere a la medición y evaluación metódica de todo aquello que se experimenta al momento de interactuar con una plataforma digital, abarcando los momentos previos, intermedios y posteriores. Todo esto con la finalidad de establecer una mejora continua desde el diseño centrado en el usuario.

Aunado a esto, Roto et al (2009) nos dice que el campo de UX se ocupa de estudiar, diseñar y evaluar las experiencias que las personas tienen a través del uso o encuentro con un sistema. Además, el término 'experiencia de usuario' hace referencia a un encuentro, con un sistema, que tiene un principio y un final. Roto hace especial énfasis en el resultado y los recuerdos de una experiencia en lugar de su naturaleza dinámica. No enfatiza su naturaleza individual porque defiende que "una experiencia de usuario" puede referirse tanto a un individuo como a un grupo de personas que se encuentran juntas con un sistema.

Así, podemos definir el diseño de experiencia de usuario como el proceso utilizado para crear productos que brinden experiencias significativas y relevantes. Además, debe de precisarse que la experiencia del usuario abarca momentos anteriores, intermedios y posteriores a la interacción con una plataforma digital, y que puede referirse tanto a un individuo como a un grupo de personas que interactúan con un sistema juntas.

Interfaz de Usuario

Rizo Casado (2021) define el diseño de interfaz como la disciplina enfocada en diseñar de los elementos que forman parte de una interfaz. Así, son estos diseñadores quienes definen los elementos con los que los usuarios de un producto en concreto interactúan.

Por su parte, Marcus (2002), un conocido diseñador UX, afirma que el diseño de la interfaz de usuario podría definirse desde la perspectiva de una herramienta, (objeto físico) o comunicación. De cualquier manera, ambas definiciones incluirían la interacción como concepto. Sin embargo, es importante apreciar el significado completo de las interfaces de usuario como artefactos de comunicación.

Al respecto, Gómez (2000) defiende que la interfaz de usuario se refiere al conjunto de elementos, tanto hardware como software, de una computadora que tienen como objetivo presentar información al usuario y permitirle interactuar con el equipo. Además, señala que se puede incluir en la definición de IU la documentación que acompaña al hardware y software, como manuales, ayuda, referencia y tutoriales.

Aunado a esto, Stone et al (2005) nos dice que las aplicaciones informáticas son utilizadas por nosotros o para nosotros, de alguna manera, casi todos los días. La interfaz de usuario (o simplemente interfaz) es la parte del sistema informático con la que interactúa un usuario para llevar a cabo sus tareas y alcanzar sus objetivos.

Por lo tanto, la interfaz de usuario puede entenderse como un artefacto de comunicación que permite a los usuarios interactuar con la computadora para alcanzar sus objetivos. En consecuencia, podemos definir el diseño de interfaces como la disciplina que se enfoca en crear los elementos que conforman este instrumento de comunicación, lo cual es crucial para proporcionar una experiencia de usuario satisfactoria.

Usabilidad

Los diseñadores UX Allanwood y Beare (2014), definen la usabilidad como una medida de la facilidad con la que los usuarios pueden alcanzar un objetivo específico. Es, entonces, un concepto subjetivo que depende tanto del usuario como del contenido utilizado. Además, es una medida comparativa que busca determinar si varios diseños logran el mismo objetivo para los usuarios.

Por su parte, Hassan Montero (2002) la define como la disciplina encargada de analizar cómo diseñar páginas web para lograr una interacción óptima y natural entre los usuarios y la plataforma. Esta, a su vez, se encuentra directamente ligada al concepto de "findability", ya que la facilidad con la que un usuario navega por un sitio web influye en su capacidad para encontrar lo que busca. De esta forma, cuanto más intuitiva y cómoda sea la navegación, mayores serán las oportunidades de éxito en la búsqueda.

Al respecto, Enriquez y Casas (2014) ofrecen una definición igualmente interesante, al describir la usabilidad como la facilidad de uso de un elemento, ya sea una herramienta, un dispositivo electrónico u otro. Esencialmente, se trata de determinar si el elemento en cuestión permite realizar lo que se necesita de manera eficaz y con facilidad. Señalan además que, cuando se habla de la usabilidad de una aplicación de software, se refiere a la facilidad con que los usuarios pueden utilizarla para alcanzar un objetivo.

Sin embargo, la definición más aceptada es la brindada por la ISO 9241, que define usabilidad como la medida en que un sistema, producto o servicio puede ser utilizado por usuarios específicos para lograr objetivos con eficacia, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico.

En conclusión, la usabilidad es un concepto fundamental en la creación de elementos que garanticen una experiencia satisfactoria para los usuarios al interactuar con un sistema.

En este sentido, podemos definirla como la capacidad de un producto o servicio para ser utilizado con eficacia y eficiencia en la consecución de objetivos específicos.

Arquitectura de la Información

Morville y Rosenfeld (2006), considerados unos de los padres fundadores de la arquitectura de la información, señalan que esta disciplina se enfoca la estructuración, organización y etiquetado de la información para hacerla fácilmente accesible y manejable para los usuarios. Señalan que la arquitectura de la información es tanto un arte como una ciencia, y se necesita tanto la experiencia como la intuición para llevar a cabo esta actividad.

En tanto, Pérez-Montoro Gutiérrez (2010) la define en su libro como una disciplina que combina tanto el arte como la ciencia, y se enfoca en la tarea de organizar, estructurar y etiquetar los diferentes elementos presentes en los entornos informativos, con el objetivo de facilitar la localización o acceso a la información contenida en ellos.

Asimismo, Dillon (2002) añade que podemos definir a la arquitectura de la información como el término utilizado para describir el proceso de diseño, implementación y evaluación de espacios de información que sean humana y socialmente aceptables para sus destinatarios previstos.

Por su parte, Cuello y Vittone (2013) aportan que la arquitectura de información es la disciplina que se encarga de organizar el contenido y funciones de un producto, de forma que los usuarios puedan encontrarlos con mayor facilidad. Aunado a esto, explican que la arquitectura de información abarca también la relación existente entre los contenidos de diferentes pantallas.

De esta forma, podemos concluir que el concepto de arquitectura de la información se refiere a la disciplina encargada de organizar y etiquetar la información, con el objetivo de facilitar su acceso y manejo por parte de los usuarios. Es, además, una disciplina compleja ya

que no solo se basa en la estructuración de datos, sino que también requiere de intuición y criterio para lograr resultados óptimos.

Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca

Cultureando es una aplicación móvil que busca promover la cultura y las artes en la ciudad de Lima, mediante una plataforma que brinda información detallada acerca de eventos culturales y artísticos, permite la compra de boletos y ofrece recomendaciones personalizadas. Esta iniciativa tiene como objetivo llegar a una audiencia amplia y diversa, con especial atención a aquellos que enfrentan barreras económicas o geográficas para acceder a la cultura.

En este sentido, Cultureando busca crear un espacio inclusivo donde los usuarios puedan expandir su conocimiento, descubrir nuevas formas de expresión artística y apreciar la riqueza cultural de la ciudad. De esta manera, esta aplicación móvil contribuye a la democratización de la cultura y el acceso igualitario a la misma.

Misión

Facilitar el acceso y disfrute de la cultura y las artes en la ciudad de Lima a través de una plataforma digital innovadora, inclusiva y accesible para todos los ciudadanos.

Visión

Convertirnos en la aplicación móvil líder en la promoción, acceso y descubrimiento de la cultura en la ciudad de Lima, contribuyendo a la ampliación del conocimiento cultural de nuestra sociedad.

Esquema FODA

Fortalezas:

- Ofrecemos una amplia variedad de eventos culturales y artísticos en Lima en una sola aplicación.
- Se brindan recomendaciones personalizadas basadas en los intereses de los usuarios.
- Somos una aplicación moderna e inclusiva, que busca acercar la cultura a todos los ciudadanos de Lima, independientemente de sus ingresos o antecedentes culturales.

Oportunidades:

- Existe un gran interés y demanda por parte de la población limeña en conocer y participar en actividades culturales y artísticas.
- La aplicación puede ser promocionada en eventos culturales y artísticos para aumentar su visibilidad.
- Se puede colaborar con organizaciones culturales y artísticas en Lima para ofrecer descuentos especiales a los usuarios.

Debilidades:

- A pesar de que la aplicación es gratuita, no todos los ciudadanos tienen acceso a un smartphone y/o a una conexión de internet estable.
- Debido a que la agenda cultural cambia constantemente, puede resultar difícil mantener actualizada nuestra información sobre eventos y actividades.
- La aplicación depende de la disponibilidad y precisión de la información proporcionada por los organizadores de eventos culturales y artísticos.

Amenazas:

- Puede haber cambios en las políticas culturales del gobierno que afecten la oferta de eventos.
- Un panorama de inestabilidad política y económica en el país podría afectar el interés y la asistencia a los eventos culturales y artísticos.
- La competencia puede aumentar a medida que otras aplicaciones y servicios comiencen a ofrecer información similar sobre eventos culturales y artísticos en Lima.

Gestión del Branding

Para construir el branding de la aplicación Cultureando se ha decidido utilizar elementos culturales emblemáticos del imaginario peruano, como son los mantos tejidos de la sierra y la representación del sol como icono principal. Esta estrategia busca generar una identidad visual propia y diferenciadora, que refleje la esencia de la cultura y las artes del país.

Isotipo

En el proceso de creación del isotipo de la marca "Cultureando", se ha utilizado como fuente de inspiración diversos elementos culturales propios del imaginario peruano, como suelen serlo los motivos precolombinos y el estilo característico de las líneas de Nazca. Estos elementos se han sintetizado en conjunto con la imagen de un "pin" de localización y un perfil humano, con el propósito de establecer una conexión con la funcionalidad de la aplicación.

Para lograr una imagen visual clara y fácilmente reconocible, se ha utilizado formas geométricas y líneas sencillas en su diseño, con el objetivo de mantener el logo en una estética minimalista. De este modo, se ha pretendido favorecer su reconocimiento y su capacidad de adaptación a distintos contextos y formatos.

Figura 1. Isotipo Cultureando



Logotipo

Con el propósito de conseguir una armoniosa integración entre los elementos del isotipo y el resto de la identidad gráfica, se ha optado por ubicar el nombre del emprendimiento a la derecha del isotipo, dividiéndolo en tres líneas para lograr un equilibrio en el diseño.

Asimismo, la elección de la tipografía Braah One en su versión regular, se ha basado en su capacidad para transmitir una imagen moderna y fresca, lo que se ajusta al estilo de la marca. Además, su legibilidad y claridad facilitan la lectura del nombre del startup y contribuyen a su fácil reconocimiento.

Figura 2. Logotipo Cultureando

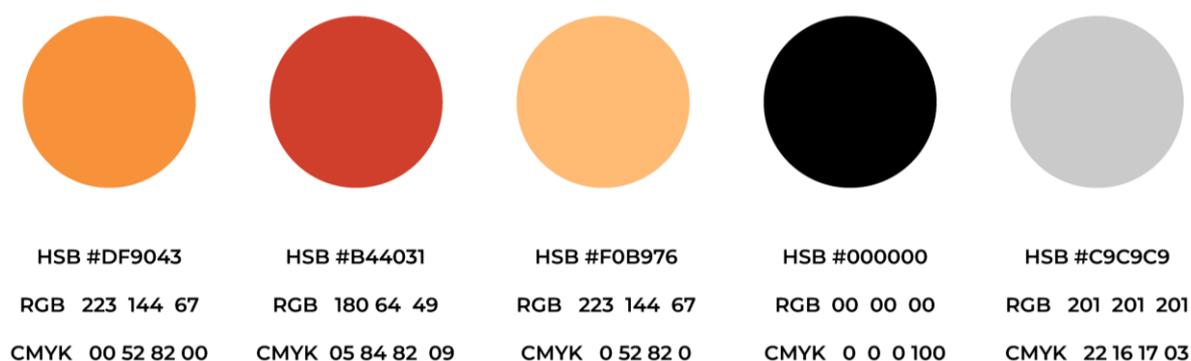


Colores corporativos

En el proceso de diseño de la marca se han seleccionado tonalidades vibrantes con un esquema análogo, con el propósito de comunicar cercanía y calidez al usuario. Se han elegido dos colores principales para el proyecto: un rojo brillante, que es un color simbólico presente en la bandera del país, y un amarillo rojizo, que representa el atardecer y el sol, elementos con una simbología fuertemente conectada al Perú.

Estos colores han sido elegidos cuidadosamente con el objetivo de crear una armonía visual atractiva para el usuario. Además, ambos colores se encuentran profundamente arraigados en el imaginario cultural del país.

Figura 3. Colores corporativos



Redes sociales

Twitter. Esta plataforma ofrece una oportunidad para establecer una comunicación directa con los usuarios, lo que permite recibir comentarios, sugerencias y retroalimentación en tiempo real. La estrategia en Twitter incluirá la interacción activa con los usuarios, la promoción de contenido de calidad y la respuesta oportuna a las consultas y comentarios, con el objetivo de fomentar la participación del público y construir una relación sólida con la comunidad.

Instagram. Como una aplicación que busca acercar a los peruanos a las actividades culturales en Lima, Instagram ofrece una oportunidad única para mostrar de manera creativa y atractiva el contenido cultural que "Cultureando" tiene para ofrecer. A través de imágenes, videos y stories, se pueden mostrar eventos culturales, exposiciones, artistas destacados, y otros contenidos visuales que sean de interés para su público objetivo.

Definición de Términos Básicos

Identidad Corporativa

Acerca de la definición del concepto identidad corporativa, Ind (1992) afirma que “La identidad de una organización es la percepción que tiene sobre ella misma, algo muy parecido al sentido que una persona tiene de su propia identidad, Por consiguiente, es algo único”

En este sentido, se entiende que la identidad corporativa de una organización se refiere a la totalidad de los componentes que definen su personalidad y la distinguen de otras entidades. Estos elementos pueden incluir el nombre, el logo, la paleta de colores, el eslogan, la tipografía y el estilo de comunicación que se utilizan. La finalidad de esta identidad es transmitir los valores, la misión y la visión de la organización a su audiencia interna y externa, y establecer una conexión emocional y una percepción positiva de la empresa en el mercado.

Wireframe

El Interactive Design Foundation (s.f.) se refiere a los wireframe como guías visuales básicas en las que los diseñadores proponen elementos para pantallas y páginas web y muestran cómo fluirían las soluciones experimentales para los usuarios objetivo.

Por lo tanto, un wireframe puede definirse como una representación gráfica de baja fidelidad que muestra la estructura y contenido de un sitio web o aplicación móvil. Su finalidad es exhibir la distribución y jerarquía de los elementos sin detallar aspectos de diseño, como colores, imágenes o tipografías.

Prototipo

Para Vittone (2013) los prototipos de una aplicación son, en esencia, representaciones gráficas de la misma y su función principal radica en la ejecución de pruebas con usuarios, destinadas a identificar errores a lo largo de las diferentes fases de desarrollo. Por lo general, estos prototipos no requieren de un nivel excesivo de detalle, ya que basta con tener la interacción suficiente que permita la navegación.

En esencia, un prototipo consiste en una representación interactiva de una aplicación que posibilita la evaluación de su funcionalidad, diseño y usabilidad antes de su desarrollo completo. Esta herramienta resulta fundamental para obtener retroalimentación de los usuarios y detectar posibles errores o mejoras en su diseño. Asimismo, los prototipos pueden ser de baja o alta fidelidad, según el grado de detalle y realismo que se busque alcanzar.

Design Thinking

Según Brown (2009) el Design Thinking es una disciplina que busca satisfacer las necesidades de las personas haciendo uso de tecnología y métodos de diseño en conjunto con una estrategia de negocios sólida y duradera en el tiempo.

En este sentido, se describe como una metodología que tiene como propósito generar ideas innovadoras y resolver problemas centrados en las personas y sus necesidades. Esta

disciplina se fundamenta en la comprensión del usuario a través de la interacción y exploración de posibilidades, y en la iteración y el enfoque de las soluciones mediante etapas.

User Research

Peña (2022) afirma que el UX research es la etapa en la que se investiga tanto al usuario como a la posible competencia, a fin de reconocer las oportunidades y amenazas a las que el proyecto se enfrenta. Esto permite adaptar propuestas y corregir errores durante la etapa de ideación.

En consecuencia, el user research se refiere al proceso de investigación y comprensión de las necesidades, motivaciones y comportamientos de los usuarios de un producto o servicio. Este proceso resulta fundamental para diseñar soluciones que se ajusten a las expectativas y preferencias de los usuarios, así como para validar las hipótesis de diseño.

Capítulo III: Planteamiento de plan de marketing y estrategia

Definiciones e Indicadores

En toda investigación, es esencial delimitar adecuadamente las variables que se estudiarán, así como los indicadores que permitirán medir dichas variables. En este apartado, se definirán y explicarán las variables e indicadores seleccionados para la presente monografía, con el objetivo de proporcionar una comprensión clara y detallada del objeto de estudio.

Definición Nominal

En el marco de la presente investigación, se procederá a delimitar conceptualmente el término UX (experiencia de usuario) como el conjunto de percepciones, emociones y respuestas conductuales que se suscitan en el usuario como resultado de su interacción con una plataforma digital. En este sentido, se definirá el diseño UX como la disciplina encargada de garantizar una experiencia de usuario satisfactoria en términos de usabilidad, accesibilidad y arquitectura de la información.

Definición Teórica

Peña (2022) señala que “La experiencia del usuario o UX hacen referencia a los momentos de interacción que tiene un usuario con los elementos de ciertos producto o servicios que han sido investigados en base a sus necesidades”. Este enfoque resalta la importancia de comprender y analizar las necesidades del usuario en el diseño de productos y servicios, con el objetivo de crear experiencias positivas y satisfactorias.

Definición Operacional

Con el objetivo de comprender a profundidad las características que componen el diseño UX, se ha planteado realizar un análisis detallado de diversos indicadores, tales como el diseño de interfaz, la usabilidad y la arquitectura de la información. A través de este enfoque, se pretende integrar en la plataforma digital "Cultureando" estrategias que potencien la comprensión y conexión por parte del usuario, con el propósito de diseñar una experiencia satisfactoria al interactuar con la plataforma.

Tipos de Investigación y Análisis

La presente investigación se enmarca en el enfoque descriptivo, ya que tiene como objetivo describir los beneficios que el diseño UX puede generar para los usuarios de la aplicación "Cultureando". Se busca analizar y comprender cómo la implementación de estrategias de diseño UX en esta plataforma digital puede contribuir a mejorar la experiencia del usuario, promoviendo una mayor interacción, participación y conexión con la plataforma.

Se presenta, además, un enfoque explicativo, ya que se profundizará en los beneficios del diseño UX como una estrategia para lograr una mejor difusión de las actividades del sector cultural y resaltar los elementos que conforman nuestra identidad. Mediante un análisis detallado de los indicadores, se busca comprender cómo estas características pueden influir en la promoción efectiva de eventos culturales.

Además, es importante destacar que esta investigación se realiza en un enfoque seccional, ya que la recolección de datos se llevará a cabo en una sola oportunidad. Esto implica que se analizará la muestra en un momento específico para comprender la relación entre el diseño UX de la aplicación "Cultureando" y la difusión de actividades culturales. Aunque esto limita la posibilidad de establecer relaciones causales a lo largo del tiempo, permite obtener un panorama claro de la situación actual y obtener insights valiosos.

Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución

Solución Principal

Aplicación del instrumento de investigación

Para la presente investigación, enfocada en la aplicación móvil "Cultureando" y destinada a operar en la ciudad de Lima Metropolitana, se llevará a cabo una encuesta dirigida a jóvenes y adultos con edades comprendidas entre 18 y 35 años. Este instrumento se aplica con el propósito de obtener información sobre el nivel de interés en la aplicación, así como también conocer los requerimientos y necesidades de los potenciales usuarios. Los datos obtenidos permitirán el diseño y desarrollo de una aplicación móvil con características adecuadas a las necesidades del público objetivo.

Por ello, se construyó el siguiente cuestionario para medir de los indicadores:

Estado del público

¿Cuánto te interesan las actividades culturales y artísticas en Lima?

a) Mucho b) Moderadamente c) Poco d) Nada

¿Con qué frecuencia participas en actividades culturales y artísticas en Lima?

a) Regularmente b) Ocasionalmente c) Raramente d) Nunca

¿Qué barreras has enfrentado para acceder a actividades culturales en Lima?

a) Falta de información sobre eventos culturales

- b) Falta de tiempo
- c) Dificultad para encontrar actividades accesibles económicamente

Usabilidad

¿Qué características consideras importantes en una aplicación móvil para acceder a actividades culturales en Lima?

- a) Interfaz intuitiva y fácil de usar
- b) Información completa y actualizada sobre eventos culturales
- c) Integración con redes sociales para compartir y comentar eventos

¿Cómo prefieres interactuar con una aplicación móvil?

- a) A través de iconos y botones en la interfaz
- b) A través de gestos en la pantalla

¿Te gustaría que la aplicación tenga un tutorial de uso al inicio?

- a) Sí, es importante que la aplicación tenga un tutorial de uso para los nuevos usuarios
- b) No me importa si la aplicación tiene un tutorial o no
- c) No creo que sea necesario un tutorial

¿Consideras importante que una aplicación cultural incluya opciones de accesibilidad para personas con discapacidades o limitaciones físicas? a) Sí

b) No

c) No estoy seguro

Diseño de interfaz

¿Qué tan importante es para ti la interfaz de una aplicación móvil?

a) Muy importante

b) Importancia moderada

c) Poco importante

d) No es importante para mí

¿Prefieres una interfaz de aplicación móvil clara y simple o una interfaz con muchos detalles y funciones?

a) Claro y simple

b) Con muchos detalles y funciones

c) Indiferente.

¿Qué elementos gráficos te gustaría ver en una aplicación móvil cultural?

a) Principalmente fotos b) Principalmente videos c) Principalmente ilustraciones

d) Tanto fotos como videos e) Tantas fotos como ilustraciones

Arquitectura de la información

¿Consideras importante que una aplicación cultural cuente con información actualizada y precisa sobre las actividades culturales de tu ciudad? a) Sí

b) No

c) No estoy seguro

¿Cómo te gustaría buscar actividades culturales en la aplicación?

a) Por ubicación (por ejemplo, cerca de mí)

b) Por tipo de actividad (por ejemplo, conciertos)

c) Por fecha (por ejemplo, hoy, mañana, este fin de semana)

d) Por precio (por ejemplo, gratis, con costo)

e) Por palabras clave (por ejemplo, nombre de artista, nombre de lugar)

¿Cómo te gustaría visualizar la información de las actividades culturales?

a) En una lista

b) En un calendario

c) En un mapa

d) En una vista de galería con imágenes

e) En una vista detallada con imágenes y descripción

¿Crees que una aplicación cultural debería tener una sección de noticias o artículos relacionados con la cultura local?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro

Estas encuestas fueron aplicadas los días del 26 de abril al 3 de mayo del 2023 a individuos residentes de Lima Metropolitana a través del formato “Google forms”.

Análisis de los resultados del instrumento

Tras la aplicación del instrumento a una muestra de 55 personas, se obtuvieron los siguientes resultados:

Usabilidad. El 50.9% de los encuestados considera que una de las características más importantes a tomar en cuenta en una aplicación móvil como Cultureando, es la presentación completa y organizada de la información. Asimismo, un 38.2% opina que es importante integración de una interfaz intuitiva y fácil de usar.

Asimismo, el 85.5% de los participantes, consideran fundamental la inclusión de opciones de accesibilidad y un 90.9% prefieren interactuar con la aplicación mediante iconos y botones dentro de la interfaz, en lugar de utilizar gestos de pantalla. Además, el 74.5% de los participantes señala la relevancia de contar con un tutorial de uso en la aplicación.

Interfaz. El 58.2% de los encuestados consideran muy importante un buen diseño de una interfaz en las aplicaciones móviles. Además, el 81.8% prefiere que esta interfaz mantenga un diseño claro y simple.

En cuanto a la presentación de contenidos visuales, el 33.4% prefiere contenido ilustrado, mientras que el 27.3% de los encuestados prefiere la inclusión de fotografías y vídeos, y solo el 20% de la muestra se inclina por una combinación de ambos tipos de contenido visual.

Arquitectura de la información. Se encontró que el 36.4% de los encuestados prefiere la categorización de los eventos según su tipo de actividad, mientras que un 25.5% de los mismos prefiere la organización del contenido por ubicación, Por otro lado, un 20% prefiere filtrar los resultados por fecha y sólo un 9.1% se inclina por la búsqueda de eventos por palabras clave.

Además, se observó que el 41.8% de los encuestados muestra preferencia por la visualización detallada del contenido, que incluye imágenes y descripciones. En cuanto a las otras opciones de visualización, la lista y el calendario obtuvieron un porcentaje similar de preferencia, con un 20% y un 21.8%, respectivamente. Por otro lado, un elevado porcentaje del total de encuestados (80%), considera importante la inclusión de una sección de artículos relacionados con la cultura local.

Conclusiones aproximativas

Tras la lectura e interpretación de los resultados podemos afirmar lo siguiente:

Para el éxito de la aplicación móvil "Cultureando", es fundamental prestar atención a la presentación completa y organizada de la información, así como la integración de una interfaz intuitiva, accesible y fácil de usar, ya que son características altamente valoradas por el público objetivo. Además, debería considerarse la preferencia de los usuarios por la interacción a través de botones y la inclusión de opciones de accesibilidad.

Asimismo, podemos concluir que el diseño de interfaz debe de enfocarse en pantallas sencillas y minimalistas para atraer y retener a la audiencia. En cuanto a los contenidos

visuales, los resultados sugieren que es importante incluir tanto fotografías como elementos gráficos para satisfacer a la mayor cantidad de usuarios posible.

Aunado a esto, puede afirmarse que los usuarios de la aplicación valoran la organización y visualización del contenido de manera detallada y ordenada. El hecho de que la mayoría de los encuestados prefiera la categorización por tipo de actividad sugiere que se debe considerar esta opción como una pauta importante al distribuir y categorizar la información. En cuanto a la sección de artículos relacionados con la cultura local, los resultados sugieren que se considere la implementación de esta sección.

Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte

En el presente apartado, se expondrán los wireframes de la aplicación Cultureando, los cuales han sido desarrollados tomando en cuenta las conclusiones obtenidas durante la etapa de user research.

En el apartado de usabilidad, se ha seguido la recomendación de implementar de una interfaz intuitiva. Para ello, se han tomado en cuenta diversos elementos de diseño que permitan al usuario interactuar de manera clara y sencilla con la aplicación.

Figura 4. Wireframe-Home Cultureando.

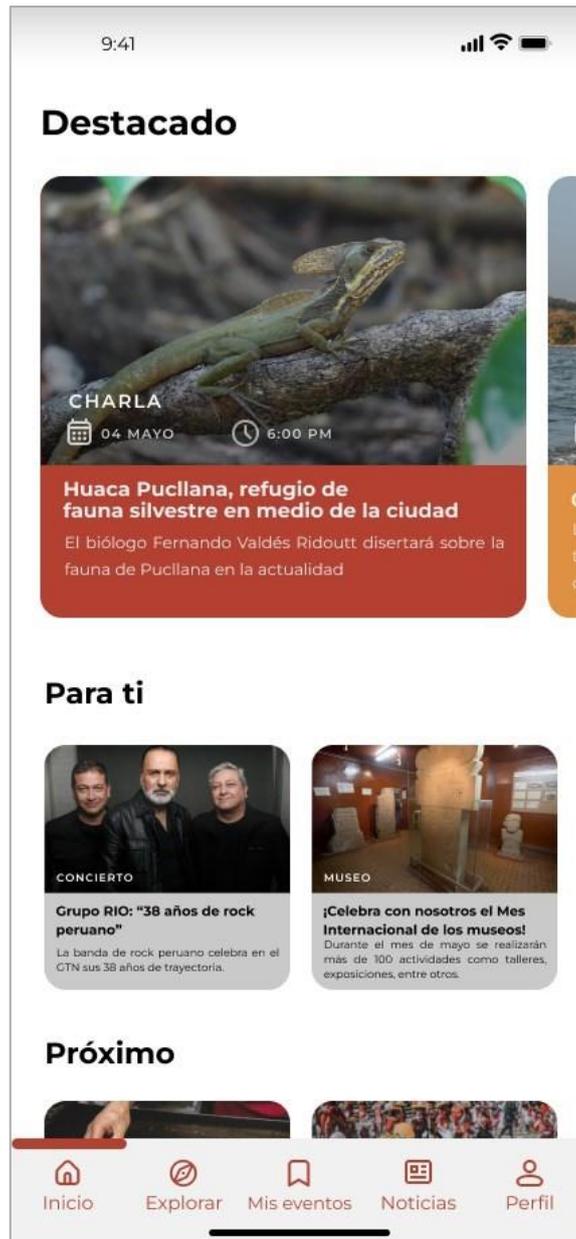
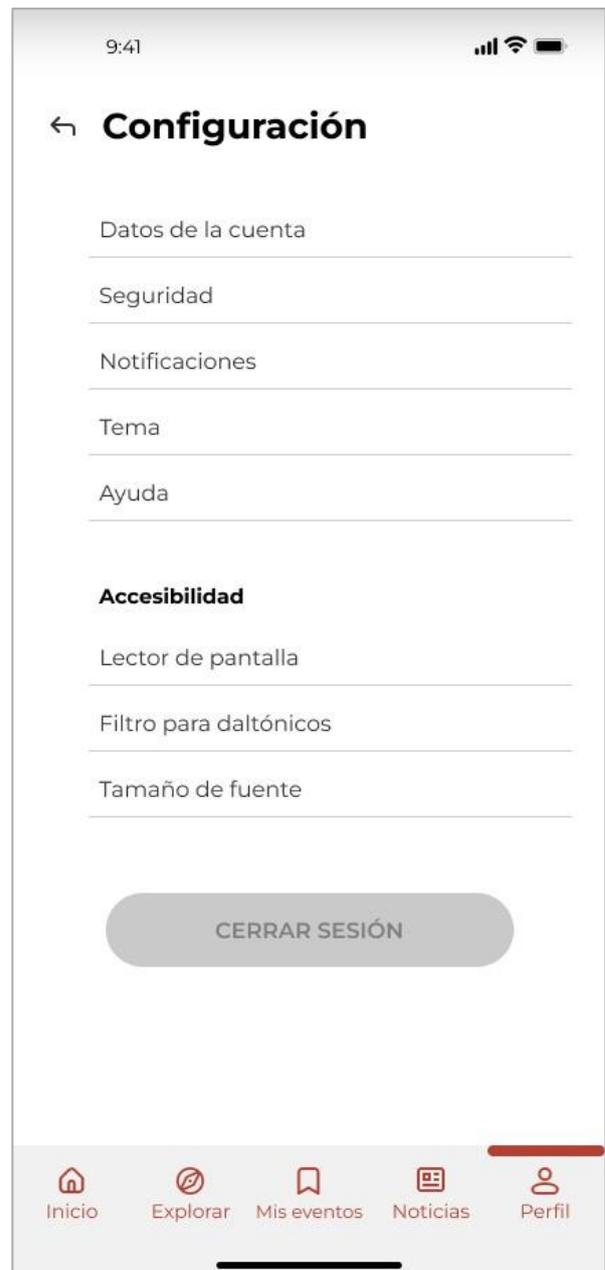
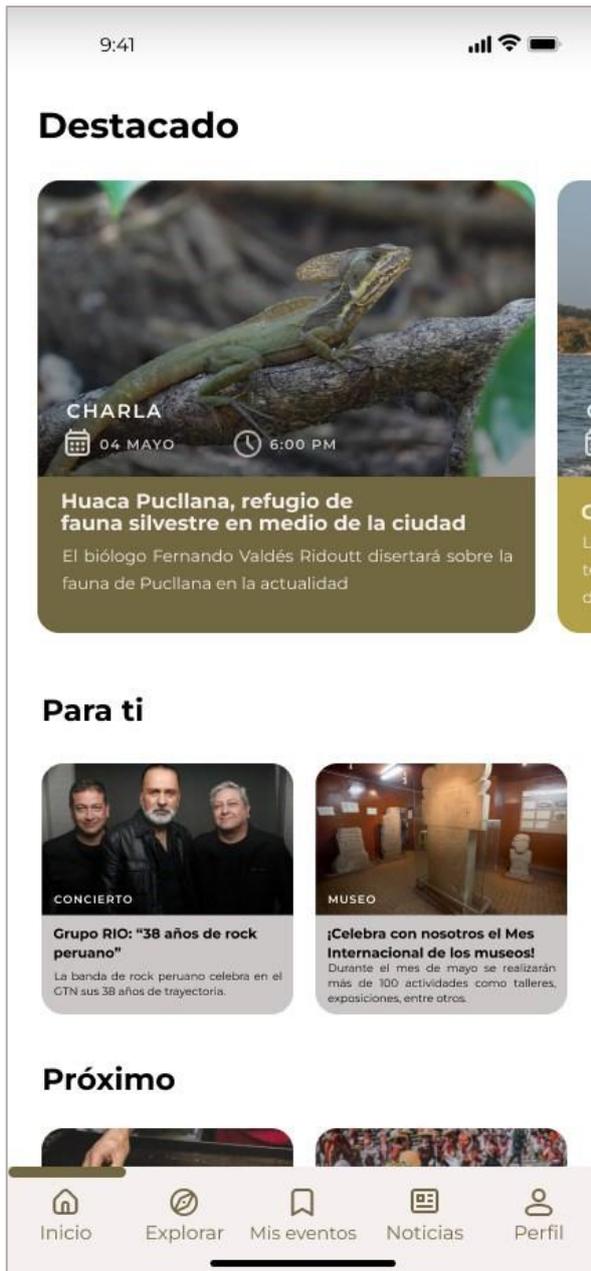


Figura 5. Wireframe-Configuración Cultureando.

Figura 6. Wireframe-Vista-Daltónicos Cultureando.



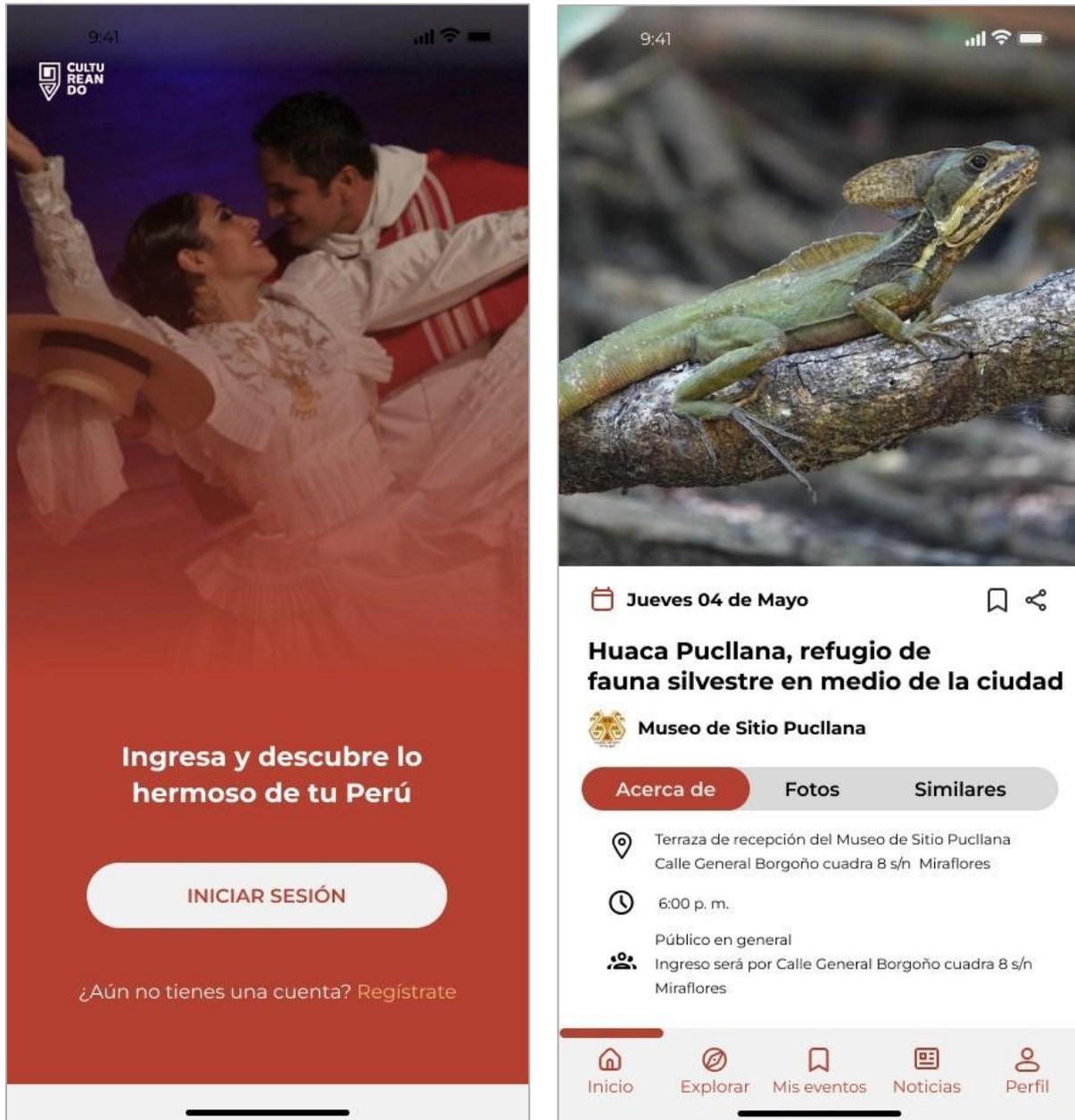
En cuanto al apartado de diseño de interfaz, los resultados obtenidos en la investigación indicaron que los participantes preferían una interfaz sencilla y, por lo que se ha tenido en cuenta esta preferencia en el diseño de los wireframes.

Además, se ha detectado una inclinación de los potenciales usuarios por el uso de fotografías y elementos vectoriales en la interfaz de la aplicación. Estos elementos visuales

permiten una mejor comprensión de los contenidos y generan un mayor atractivo visual en la aplicación.

Figura 7. Wireframe- Inicio Cultureando.

Figura 8. Wireframe-Vista-Evento Cultureando.



En lo que respecta al apartado de arquitectura de la información, se ha tomado en cuenta la preferencia de los encuestados por una organización basada en el tipo de actividad. Además, se han incluido los siguientes dos filtros más populares para facilitar aún más la búsqueda y selección de actividades.

Por otro lado, se ha decidido incluir el apartado de noticias sugerido por los usuarios, con el objetivo de ofrecer una experiencia más completa e informar sobre las últimas novedades en el ámbito cultural.

Figura 9. Wireframe-Explorar Cultureando.

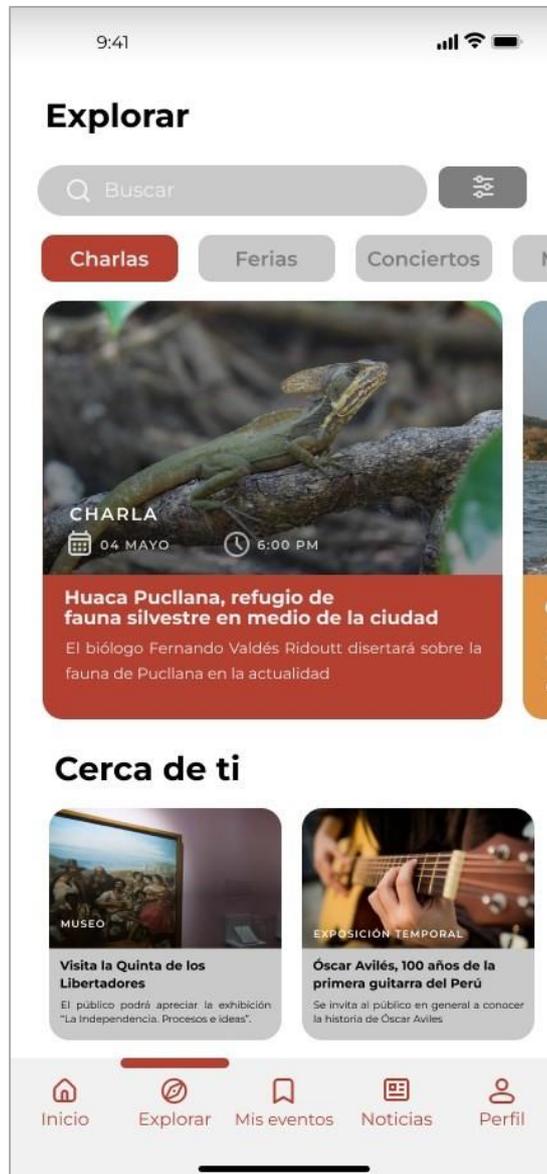
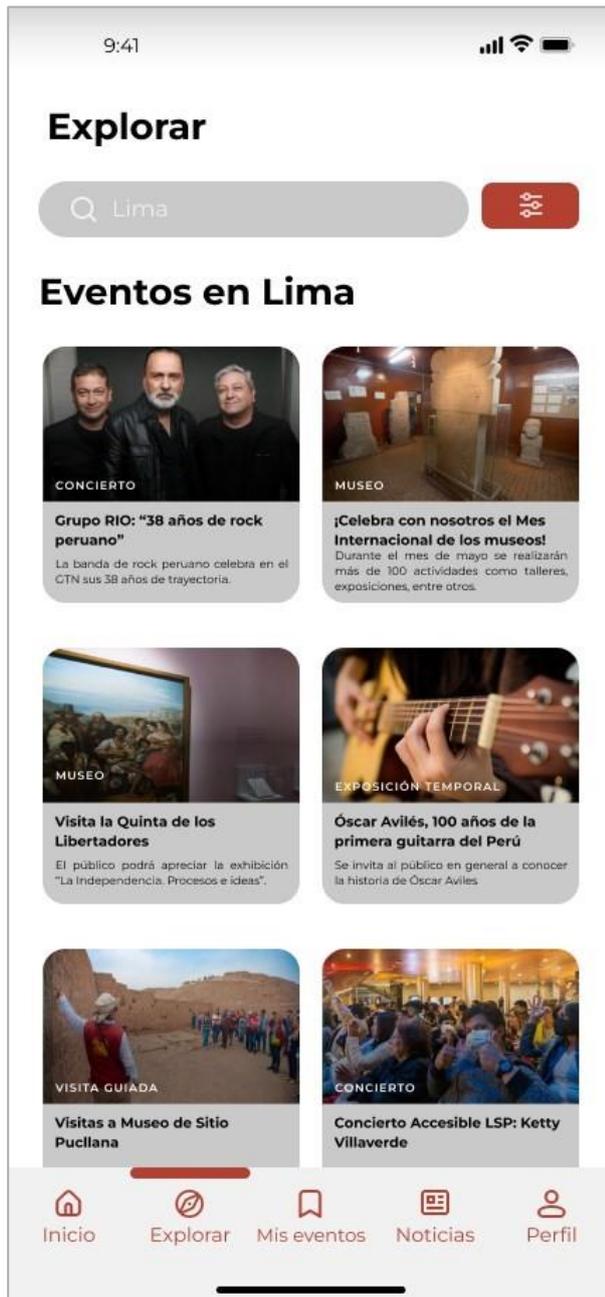


Figura 10. Wireframe-Explorar-Filtros-Lima Cultureando. **Figura**

11. Wireframe-Noticias Cultureando



Fundamentaciones Gráficas

Indicador Usabilidad

Con respecto al indicador de usabilidad, parte del desarrollo de una interfaz sencilla e intuitiva es el seguimiento de los estándares establecidos. Con este objetivo en mente, se diseñó una pantalla de inicio que utiliza una retícula de 5 columnas, cumpliendo con la regla

de separación de 8 puntos, para favorecer la comodidad visual del usuario. Este modelo se implementó en todas las pantallas del proyecto con el fin de garantizar la coherencia y facilitar la integración del mismo, contribuyendo así a mejorar la experiencia de uso.

En aras de continuar con el proceso de homogeneización y estandarización de la interfaz, se implementó una distribución jerárquica de las tarjetas de información en la pantalla de inicio, dando mayor énfasis a la fila de eventos destacados. Para mejorar la usabilidad de esta sección, se implementaron tarjetas expandibles, lo que permite al usuario acceder a información más detallada con relación a cada evento, contribuyendo a la claridad y comprensión de la información presentada.

Además, se optó por el uso de bordes redondeados en estas tarjetas, lo que aporta una estética más agradable y amigable a la vista. Asimismo, se decidió distribuir las tarjetas como deslizables en la pantalla de inicio, con la finalidad de que el usuario pueda navegar de manera práctica entre las diferentes opciones.

En lo que respecta al apartado de configuración, se encuentra disponible a través del perfil del usuario y cuenta con las opciones habituales para la administración de datos, incluyendo una sección de accesibilidad. Estas opciones se ubican alineadas a la izquierda y sin contenedores, con el objetivo de evitar distraer, saturar o confundir al usuario durante su navegación.

Asimismo, se decidió utilizar un botón de cierre de sesión de tonalidad gris desaturado. Esta elección de color no busca llamar la atención del usuario de forma agresiva, sino más bien atenuar su presencia en la interfaz para que no resalte excesivamente. Esto es especialmente relevante en el caso del botón de cierre de sesión, ya que se pretende que esta opción esté disponible, pero sin que el usuario la presione accidentalmente.

Como parte de la estrategia para garantizar una experiencia de usuario inclusiva, se decidió incorporar, además, una gráfica representativa de uno de los filtros para daltonismo. De esta forma, se buscó dar evidencia de la existencia y disponibilidad de estas funciones de accesibilidad en la aplicación.

Indicador Diseño de Interfaz

En cuanto al diseño de la interfaz de usuario, se tomó la decisión de hacer uso principalmente de fotografías. En la pantalla de inicio, se empleó una fotografía como elemento de mayor jerarquía con el objetivo de llamar la atención del usuario. Para garantizar una estética agradable, se consideró cuidadosamente la elección de los colores presentes en la imagen, optándose por una paleta triádica que armonizara con el tono principal de la marca. Para lograr una transición suave entre la imagen y el fondo rojo, se aplicó un degradado lineal.

A fin de simplificar la pantalla de inicio, se incluyó únicamente un botón para iniciar sesión y se destacó la opción de registro mediante un texto resaltado en color amarillo, sin incluir un botón adicional para su activación. Esta decisión se basó en la expectativa de que los usuarios ya cuenten con un perfil registrado y se deseó facilitar el acceso a la aplicación sin entorpecerlo con botones adicionales.

Para profundizar en los elementos que componen el diseño de la interfaz, se decidió incluir una gráfica representativa de la vista detallada del evento. En esta sección, se observa que la imagen es el elemento de mayor peso visual, ya que busca llamar la atención del usuario, seguida por el título y la pestaña de información. La interfaz busca ofrecer un

recorrido lineal claro para guiar al usuario y evitar que se sienta perdido. Por esta razón, se optó por utilizar un fondo blanco, con pequeños acentos en rojo y naranja, a fin de minimizar la contaminación visual y facilitar la concentración.

Con el propósito de generar una percepción agradable y acogedora, se decidió emplear elementos con bordes redondeados, esto se evidencia en la elección del borde de tarjetas, botones e iconos. Se consideró importante que los iconos fueran coherentes entre sí para una armonización efectiva, y se acentuaron de acuerdo a la importancia de la información que representan.

Asimismo, se incorporó una barra deslizable destacada en rojo para clasificar los diferentes apartados, tales como: información, fotografías y otros eventos relacionados, con el fin de brindar una experiencia de usuario más fluida y cómoda al explorar la información de interés.

Indicador Arquitectura de la información

En relación al indicador de arquitectura de la información, es importante destacar que la pantalla "explorar" es el elemento principal utilizado para su explicación, debido a su mayor importancia en la interfaz.

La clasificación de los eventos se lleva a cabo según tres criterios: reputación, pago por promoción y reputación de los anfitriones. De esta forma, se destacan aquellos eventos que tienen una mayor reputación, y se les otorgan acentos de color representativos de la marca, con el fin de que destaquen sobre el resto de los elementos.

Asimismo, se ha priorizado la clasificación de los eventos por tipo de actividad, tal como se sugirió durante la fase de investigación. En consecuencia, se ha agregado este

apartado como una opción de búsqueda de acceso rápido. De igual forma, se ha incorporado un botón de filtros que permite refinar la búsqueda según resulte pertinente, como se muestra en la figura N°10.

Es relevante destacar también la ubicación de los accesos en la barra de navegación, los cuales fueron colocados en la parte inferior del prototipo para una fácil visualización y acceso. Se determinaron los enlaces más relevantes, teniendo en cuenta el recorrido que seguiría un potencial usuario y la manera más efectiva de lograr que cumpla sus objetivos, minimizando las posibles trabas.

En este sentido, se evitó colocar estas opciones en menús desplegables o de tipo sándwich, ya que la obstrucción parcial de la vista que suelen proporcionar puede confundir al usuario. Asimismo, ocultar los enlaces dentro de dichos menús podría entorpecer la navegación.

En cuanto a la sección de noticias, su inclusión se debe a su popularidad en la fase de investigación, por lo que fue colocada como un acceso rápido en la barra inferior. Se jerarquiza la información según la fecha de publicación y la relevancia de la misma, siendo la nota de prensa con más peso visual la que se destaca como titular con una imagen ampliada y una breve descripción. Las demás notas se presentan en un diseño más compacto en segundo plano.

Para evitar la confusión del usuario entre esta sección y la de eventos, se optó por prescindir de los contenedores de color y permitir que la composición se dividiera en espacios guiados solo por la colocación de los elementos en una retícula invisible. Es importante destacar que esta sección, al igual que el resto de la interfaz, es totalmente deslizable para visualizar notas antiguas.

Costos del Proyecto: Diseño y Producción

La elaboración de una aplicación móvil es un procedimiento que engloba numerosos aspectos técnicos y de diseño. En este apartado, se presentará una estimación aproximada de los costos involucrados en el desarrollo de la aplicación, considerando las diversas etapas del proyecto y los recursos requeridos para cada una de ellas.

Tabla 1

Presupuesto aproximado para el desarrollo del proyecto

Ítem	Descripción	Precio aproximado (en PEN)
Diseño de la aplicación	Creación del diseño visual de la interfaz, incluyendo la selección de colores, tipografía, iconografía y diseño de las pantallas.	S/ 3,500
Desarrollo de la aplicación	Programación y desarrollo de la aplicación móvil.	S/ 12,000
Servidor	Configuración de un servidor y API para la aplicación.	S/2,500
Pruebas y depuración	Pruebas de calidad y depuración de errores.	S/ 3,500
Publicación	Registro y publicación de la aplicación en la tienda de Google.	S/300
Mantenimiento y actualizaciones	Actualizaciones y correcciones de errores de la aplicación después de su lanzamiento.	S/ 2,700
Total		S/24,500

De acuerdo con la información presentada previamente en la tabla, el costo total aproximado para el desarrollo del proyecto es de 24,500 nuevos soles.

Validación Final de la Propuesta de Diseño

Con el fin de obtener la aprobación de especialistas en el tema respecto a la propuesta actual de diseño UX para la aplicación móvil Cultureando, se llevó a cabo un proceso de validación externa mediante la utilización de fichas de validación. Este proceso contó con la participación de tres expertos.

Nº	Experto	Profesión
1	Luis Gerardo Bolivar Regalado	Diseñador Grafico
2	Guillermo Pacheco	Ingeniero de Sistemas
3	Suleika Eliana Ugaz Braco	Ingeniero Informático / Técnico en Diseño Gráfico

Conclusiones

Después de una investigación exhaustiva acerca de las metodologías de diseño UX, los procesos de estandarización y los principios generales que deben seguirse para el desarrollo adecuado de un prototipo, se logró determinar las características deseables de la aplicación móvil "Cultureando". Se consideró como óptimo el que la aplicación cuente con una interfaz minimalista e intuitiva, con funciones de accesibilidad y una jerarquía de información basada en la relevancia de su uso, con el objetivo de facilitar su uso a nuestro público y ofrecerles una experiencia satisfactoria.

Luego de un minucioso análisis del comportamiento del usuario y una investigación de las tendencias de diseño proyectadas, se logró establecer una pauta para el desarrollo del diseño de interfaz de la aplicación móvil "Cultureando". Se optó por un diseño minimalista y de fácil navegación, que brinde al usuario una sensación de mayor control y facilite su experiencia. Además, se decidió implementar una estructura modular que favorezca la legibilidad y comprensión del contenido, y se utilizaron colores neutros, empleando los tonos corporativos como elementos de acento.

Se concluyó que, para determinar que la aplicación Cultureando cuenta con una correcta usabilidad, es imprescindible incorporar opciones de accesibilidad que permitan la inclusión de diferentes tipos de usuarios. Además, se requiere que la navegación sea clara y no resulte abrumadora. En este sentido, se implementaron funcionalidades destinadas a personas con discapacidades visuales y se diseñó una interfaz de recorrido claro que minimizara las distracciones.

Además, a raíz de un estudio de los posibles usuarios y una investigación exhaustiva sobre la interacción con aplicaciones móviles, se llegó a la conclusión de que la arquitectura de la información en la aplicación "Cultureando" debería organizar el contenido según el tipo

de actividad realizada. Asimismo, se decidió proporcionar descripciones concisas de las actividades, a fin de asegurar su comprensión. La información se estructuró siguiendo el customer journey de la marca, conectando las pantallas del prototipo de la manera más eficiente posible.

Recomendaciones

Tras la finalización del proyecto, resulta necesario incluir recomendaciones con el fin de orientar el futuro de la aplicación:

En primer lugar, es importante mantener una imagen de la marca coherente, reforzada no sólo en la interfaz del producto, sino también en los diversos canales de comunicación a nivel interno y externo. Asimismo, la identidad corporativa deberá de someterse a constante evaluación y modernización.

Dado el rápido avance tecnológico, se sugiere explorar la integración de tecnologías emergentes, como la realidad aumentada o la inteligencia artificial, para enriquecer la experiencia del usuario en aplicaciones como Cultureando. Estas tecnologías podrían ofrecer nuevas formas de interacción, aprendizaje y descubrimiento cultural.

Se sugiere realizar estudios específicos para medir el impacto de la aplicación y tecnologías similares en la sociedad limeña. Estos estudios podrían incluir análisis de percepción y cambio de actitud hacia la cultura y las artes. Del mismo modo, servirían como punto de referencia al momento de identificar posibles oportunidades para promover la participación activa de los ciudadanos en eventos culturales.

Es recomendable, también, considerar la implementación de alianzas estratégicas entre la aplicación "Cultureando" y distintas instituciones culturales y artistas locales. Estas alianzas deben ser diseñadas de manera que se promuevan beneficios mutuos, se fomente la sinergia creativa y se exploren formas de colaboración, como la coorganización de eventos, exposiciones y la promoción conjunta de actividades culturales.

Por último, se recomienda llevar a cabo evaluaciones periódicas y recopilación de feedback de los usuarios, con el fin de identificar áreas de mejora y optimización de la experiencia del usuario.

Referencias Bibliográficas

- Don Norman , & Nielsen, J. (s.f.). *The Definition of User Experience (UX)*. Obtenido de Nielsen Norman Group: <https://www.nngroup.com/articles/definition-userexperience/>
- Ind, N. (1992). *La imagen corporativa: estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces*. Ediciones Díaz de Santos.
- Agreda Delgado, B. Á. (2019). *El diseño de un app para promover la lectura de cómics peruanos resaltando su valor cultural en lectores jóvenes que frecuentan el C.C. Arenales en el año 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Ciencias y Artes de América Latina]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12637/393>
- Allanwood , G., & Beare , P. (2014). *Diseño de experiencias de usuario* (2 ed.). Parramón Paidotribo S.L. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecavirtualidadat/titulos/226895>.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins.
- Cañas Delgado, J. J., Lorés Vidal, J., & Granollers i Saltiveri, T. (2012). *Diseño de sistemas interactivos centrados en el usuario*. Editorial UOC.
- Cuello, J., & Vittone, J. (2013). *Diseñando apps para móviles*. (J. Vittone, & J. Cuello, Edits.)
- Dillon, A. (2002). Information Architecture in JASIST: Just where did we come from? *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10150/105433>
- Enriquez, J. G., & Casas, S. I. (2014). *Usabilidad en aplicaciones móviles*. Informes Científicos Técnicos - UNPA. <https://doi.org/https://doi.org/10.22305/ictunpa.v5i2.71>

Gándara Vázquez, M. (2021). El impacto de la usabilidad de las tecnologías digitales en la divulgación del patrimonio cultural. En I. N. Historia, *Métodos computacionales y medios interactivos para estudiar y divulgar el patrimonio cultural*.

Gómez Leopoldo, S. (2000). Diseño de Interfaces de Usuario Principios, Prototipos y Heurísticas para Evaluación. Obtenido de <https://www.angelfire.com/journal2/lead/DIU.pdf>

Hassan Montero, Y. (2002). Introducción a la Usabilidad. *no solo usabilidad*(1). Obtenido de http://www.nosolousabilidad.com/articulos/introduccion_usabilidad.html

Herrera Vizuete, J. G. (2021). *Museo interactivo para promover el aprendizaje cultural del danzante de Pujilí* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] . Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3147>

Idrovo Cuenca, D. (2019). *Desarrollo de una aplicación móvil, para fomentar el consumo artístico cultural, del Microteatro Uio*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica Israel]. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2204>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*.

Interaction Design Foundation . (s.f.). *What is User Experience (UX) Design?* Obtenido de Interaction Design Foundation : <https://www.interactiondesign.org/literature/topics/ux-design>

Interactive Design Foundation . (s.f.). *What is Wireframing?* Obtenido de Interactive Design Foundation : <https://www.interaction-design.org/literature/topics/wireframing>

Interfaz de usuario. (s.f.). Recuperado el 24 de 3 de 2023, de Wikipedia, la enciclopedia libre: http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_de_usuario

- ISO 9241. (2018). *Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts*. Obtenido de ISO 9241:
<https://www.iso.org/standard/63500.html>
- Jordán Cacho, M. J. (2022). *Jironeando : diseño de plataforma digital para la revalorización del patrimonio cultural arquitectónico del Jirón de la Unión en los ciudadanos de Lima Metropolitana* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/22618>
- Marcus, A. (2002). *Dare We Define User-Interface Design?* En A. Marcus, *HCI and User-Experience Design*. Springer London. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6744-0>
- Marti Gimenez, C. (2023). *Feelocal: Diseño UX/UI de una app para fomentar la autenticidad de las experiencias turísticas* [Tesis de Licenciatura, Universitat Oberta de Catalunya]. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10609/147412>
- Morales, C. S. (2021). Trajes del Perú, repositorio digital para valorar el patrimonio cultural inmaterial. *DAYA*(10). <https://doi.org/10.33324/daya.v1i10.377>
- Morville, P., & Rosenfeld , L. (2006). *Information Architecture for the World Wide Web*. O'Reilly Media, Inc.
- Peña Zeta, B. A. (2022). *Diseño UX como herramienta metodológica para el desarrollo de un aplicativo móvil para Teleticket región Lima* [Tesis de Licenciatura, San Ignacio de Loyola - Escuela ISIL]. Obtenido de <https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/368>
- Pérez-Montoro Gutiérrez, M. (2010). *Arquitectura de la información en entornos web*. Ediciones Trea.
- Rizo Casado, E. (2021). *Más que diseño de experiencia (UX)*. Editorial ESIC.

- Rodriguez Viñas, C. D., & Sotelo Flores, D. (2018). *Aplicación de la metodología de experiencia de usuario (UX) en el proceso de diseño web en el curso de Taller Digital III de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL)* [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica del Perú]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12867/1774>
- Roto, V., Law, E., Vermeeren, A., & Hoonhout, J. (2009). Demarcating User Experience. *Human-Computer Interaction – INTERACT 2009*.
https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-03658-3_112
- Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M., & Minocha, S. (2005). *User Interface Design and Evaluation*.

Anexos

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

Encuesta Cultureando

¡Bienvenido/a!

Estamos en proceso de diseño de una aplicación móvil relacionada con la difusión y acceso a las actividades culturales y artísticas en la ciudad de Lima.

Para poder diseñar la mejor experiencia de usuario posible, necesitamos tu ayuda. Por favor, tómate unos minutos para completar esta encuesta que nos permitirá conocer tus intereses y necesidades.

¡Muchas gracias por tu colaboración!

* indica que la pregunta es obligatoria

1. Selecciona tu rango etario * *Marca solo un óvalo.*

- Menos de 18
- 18 - 25
- 25 - 35

2. ¿Cuánto te interesan las actividades culturales y artísticas? * *Marca solo un óvalo.*

- Me interesan mucho
- Me interesan de forma moderada
- Me interesan poco
- No me interesan

3. ¿Con qué frecuencia participas en actividades culturales y artísticas? * *Marca solo un óvalo.*

- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- No participo

4. ¿Qué barreras has enfrentado para acceder a actividades culturales? (Selecciona todas las opciones que apliquen) * *Marca solo un óvalo.*

- Falta de información sobre eventos culturales
- Falta de tiempo
- Dificultad para encontrar actividades accesibles económicamente Ninguna
-

5. ¿Estarías dispuesto a utilizar una aplicación que te permita acceder a información y reserva de entradas para eventos culturales * o artísticos en tu ciudad?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

6. ¿Qué características consideras más importantes en una aplicación móvil para acceder a actividades culturales? * Marca solo un óvalo.

- Interfaz intuitiva y fácil de
 Información completa, organizada y actualizada
 Integración con otras redes y elementos de accesibilidad
-

7. ¿Cómo prefieres interactuar con una aplicación móvil? * Marca solo un óvalo.

- A través de iconos y botones en la interfaz
 A través de gestos en la pantalla

8. ¿Te gustaría que la aplicación tenga un tutorial de uso al inicio? * Marca solo un óvalo.

- Sí, es importante que la aplicación tenga un tutorial de uso para los nuevos usuarios
 No me importa si la aplicación tiene un tutorial o no
 No creo que sea necesario un tutorial

9. ¿Consideras importante que una aplicación cultural incluya opciones de accesibilidad para personas con discapacidades o * limitaciones físicas? Marca solo un óvalo.

- Sí, es importante
 No, me parece una preocupación menor
 Me es indiferente

10. ¿Qué tan importante es para ti la interfaz de una aplicación móvil? * Marca solo un óvalo.

- Muy importante
 Importante
 Poco importante
 No es importante para mí

11. ¿Prefieres una interfaz de aplicación móvil clara y simple o una interfaz con muchos detalles y funciones? * Marca solo un óvalo.

- La prefiero clara y simple
 La prefiero con muchos detalles y funciones Me es
 indiferente

12. ¿Qué elementos gráficos te gustaría ver en una aplicación móvil cultural? * *Marca solo un óvalo.*

- Principalmente fotos
- Principalmente videos
- Principalmente ilustraciones y gráficos
- Tanto fotos como videos
- Tanto fotos como ilustraciones
- Solo ilustraciones
- Solo fotos
- Solo videos
-

13. ¿Consideras importante que una aplicación cultural cuente con información actualizada y precisa sobre las actividades * culturales de tu ciudad?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- No estoy seguro

14. ¿Cómo te gustaría buscar actividades culturales en la aplicación? * *Marca solo un óvalo.*

- Por ubicación (por ejemplo, cerca de mí)
- Por tipo de actividad (por ejemplo, conciertos)
- Por fecha (por ejemplo, hoy, mañana, este fin de semana)
- Por precio (por ejemplo, gratis, con costo)
- Por palabras clave (por ejemplo, nombre de organizador, nombre de lugar)

15. ¿Cómo te gustaría visualizar la información de las actividades culturales?

* *Marca solo un óvalo.*

- En una lista
- En un calendario
- En un mapa
- En una vista de galería con imágenes
- En una vista detallada con imágenes y descripción

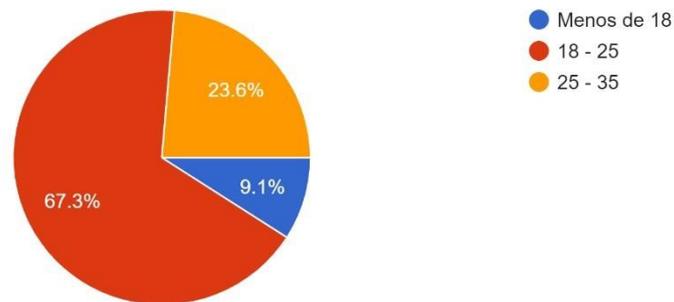
16. ¿Crees que una aplicación cultural debería tener una sección de noticias o artículos relacionados con la cultura local? * *Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

Anexo 2: Resultados del instrumento de investigación

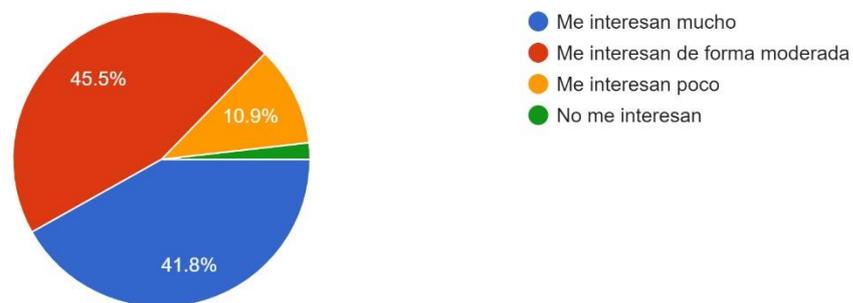
Selecciona tu rango etario

55 respuestas



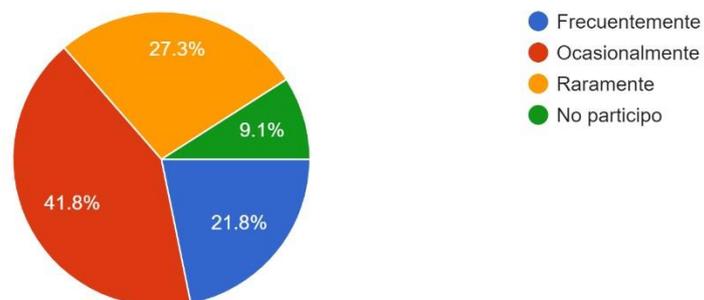
¿Cuánto te interesan las actividades culturales y artísticas?

55 respuestas



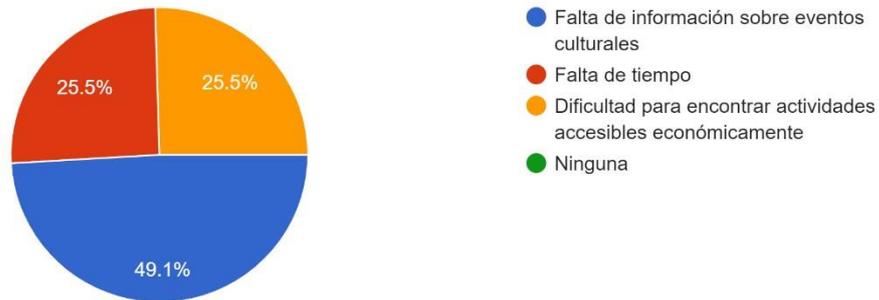
¿Con qué frecuencia participas en actividades culturales y artísticas?

55 respuestas



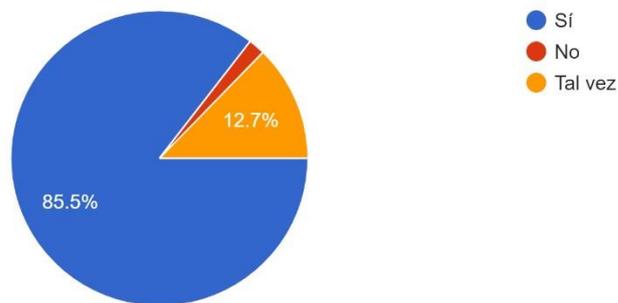
¿Qué barreras has enfrentado para acceder a actividades culturales? (Selecciona todas las opciones que apliquen)

55 respuestas



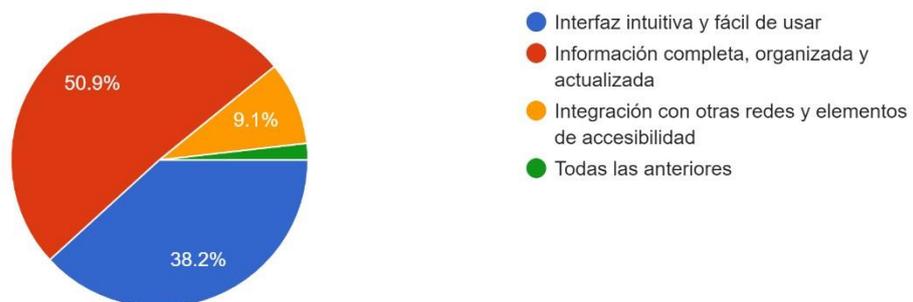
¿Estarías dispuesto a utilizar una aplicación que te permita acceder a información y reserva de entradas para eventos culturales o artísticos en tu ciudad?

55 respuestas



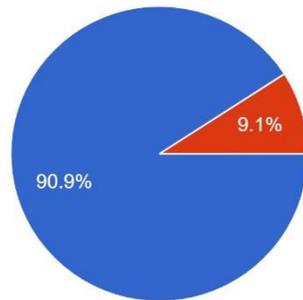
¿Qué características consideras más importantes en una aplicación móvil para acceder a actividades culturales?

55 respuestas



¿Cómo prefieres interactuar con una aplicación móvil?

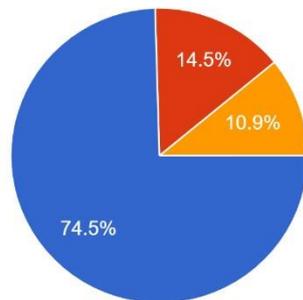
55 respuestas



- A través de iconos y botones en la interfaz
- A través de gestos en la pantalla

¿Te gustaría que la aplicación tenga un tutorial de uso al inicio?

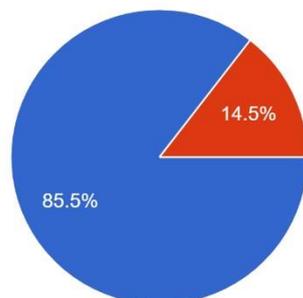
55 respuestas



- Sí, es importante que la aplicación tenga un tutorial de uso para los nuevos usuarios
- No me importa si la aplicación tiene un tutorial o no
- No creo que sea necesario un tutorial

¿Consideras importante que una aplicación cultural incluya opciones de accesibilidad para personas con discapacidades o limitaciones físicas?

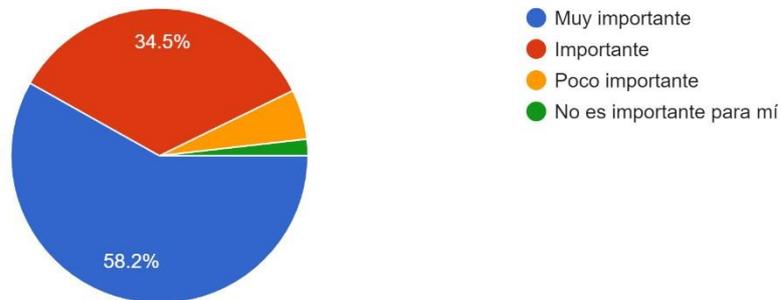
55 respuestas



- Sí, es importante
- No, me parece una preocupación menor
- Me es indiferente

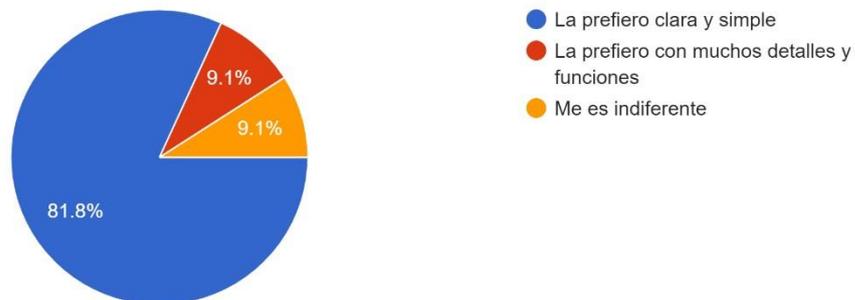
¿Qué tan importante es para ti la interfaz de una aplicación móvil?

55 respuestas



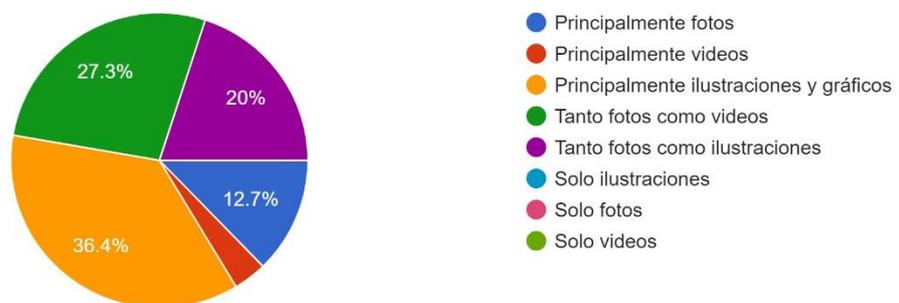
¿Prefieres una interfaz de aplicación móvil clara y simple o una interfaz con muchos detalles y funciones?

55 respuestas



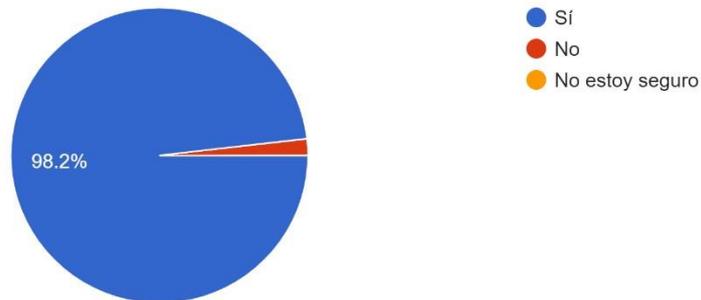
¿Qué elementos gráficos te gustaría ver en una aplicación móvil cultural?

55 respuestas



¿Consideras importante que una aplicación cultural cuente con información actualizada y precisa sobre las actividades culturales de tu ciudad?

55 respuestas



¿Cómo te gustaría buscar actividades culturales en la aplicación?

55 respuestas



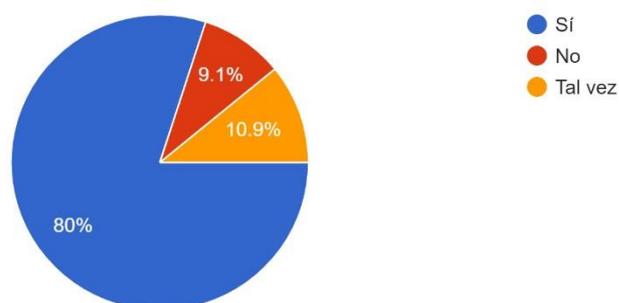
¿Cómo te gustaría visualizar la información de las actividades culturales?

55 respuestas



¿Crees que una aplicación cultural debería tener una sección de noticias o artículos relacionados con la cultura local?

55 respuestas



Anexo 3: Ficha de validación de instrumento

Ficha de validación N.º

Nombre y Apellido:

Profesión:

Centro de labor:

Marque con una X según corresponda

	Aprueba	Desaprueba	Observaciones
Gráfica 1			
Gráfica 2			
Gráfica 3			

Gráfica 4			
Gráfica 5			
Gráfica 6			
Gráfica 7			

Luego de la revisión de las propuestas de diseño se VALIDA / NO SE VALIDA las piezas gráficas del trabajo.

FIRMA

Anexo 4: Validación de expertos

Ficha de validación N.º 1

Nombre y Apellido: LUIS GERARDO BOLIVAR REGALADO

Profesión: DISEÑADOR GRAFICO

Centro de labor: LUGE

Marque con una X según corresponda:

	Aprueba	Desaprueba	Observaciones
Gráfica 1	X		
Gráfica 2	X		
Gráfica 3	X		

Gráfica 4	X		
Gráfica 5	X		
Gráfica 6	X		
Gráfica 7	X		

Luego de la revisión de las propuestas de diseño SE VALIDA las piezas gráficas del trabajo.



FIRMA

Ficha de validación N.º 2

Nombre y Apellido: Guillermo Pacheco

Profesión: Ingeniería de Sistemas

Centro de labor: NTT DATA EUROPE & LATAM

Marque con una X según corresponda

	Aprueba	Desaprueba	Observaciones
Gráfica 1	X		
Gráfica 2	X		
Gráfica 3	X		Aumento de fuente de letra en noticias

Gráfica 4	X		
Gráfica 5	X		
Gráfica 6	X		
Gráfica 7	X		

Luego de la revisión de las propuestas de diseño SE VALIDA las piezas gráficas del trabajo.



FIRMA

Ficha de validación N.º 3

Nombre y Apellido: Suleika Eliana Ugaz Braco

Profesión: Ingeniero Informático / Técnico en Diseño Gráfico

Centro de labor: USAT / IDAT

Marque con una X según corresponda

	Aprueba	Desaprueba	Observaciones
--	---------	------------	---------------

Gráfica 1	x		Recomiendo que en general las gráficas sean más centradas en los objetos que se quieren resaltar
Gráfica 2	x		
Gráfica 3	x		
Gráfica 4	x		
Gráfica 5	x		
Gráfica 6	x		
Gráfica 7	x		

Luego de la revisión de las propuestas de diseño SE VALIDA las piezas gráficas del trabajo.



FIRMA