

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

TEMA:

**Parametrización para el diseño de aplicaciones Startups, como
soporte para la innovación de nuevas empresas.**

AUTOR:

León Prado, Diego Leonardo

**Componente Práctico del Examen Complexivo previo a la
obtención del título de Ingeniero en Producción y Dirección de
Artes Multimedia**

TUTOR:

Lic. Moreno Díaz, Víctor Hugo, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

20 de septiembre del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **León Prado, Diego Leonardo**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia**.

TUTOR

f. _____

Lic. Moreno Díaz, Víctor Hugo, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lic. Moreno Díaz, Víctor Hugo, Mgs.

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **León Prado, Diego Leonardo**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, Parametrización para el diseño de aplicaciones Startups, como soporte para la innovación de nuevas empresas** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022

EL AUTOR

f. _____

León Prado, Diego Leonardo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **León Prado, Diego Leonardo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del **componente práctico del examen complejo “Parametrización para el diseño de aplicaciones Startups, como soporte para la innovación de nuevas empresas”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de septiembre del año 2022

EL AUTOR:

f. _____

León Prado, Diego Leonardo

Guayaquil, 15 de septiembre del 2022

Ingeniera

Sara Cabanilla

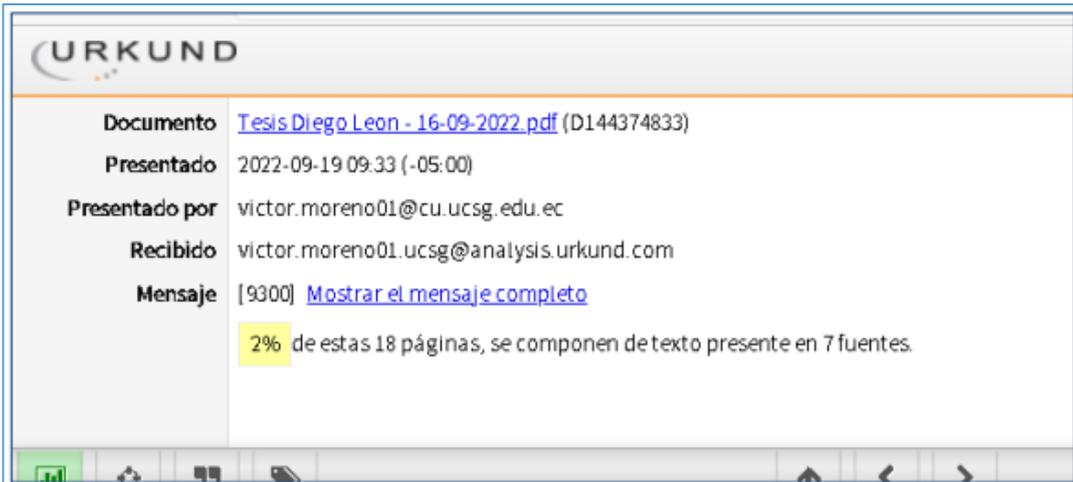
Coordinadora de Titulación

Producción y Dirección en Artes Multimedia

Presente

Estimada Coordinadora,

Sírvase encontrar a continuación el presente el print correspondiente al informe del software anti plagio URKUND, una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con el estudiante LEÓN PRADO DIEGO LEÓN, a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el documento del Trabajo de Titulación del mencionado estudiante.



URKUND	
Documento	Tesis Diego Leon - 16-09-2022.pdf (D144374833)
Presentado	2022-09-19 09:33 (-05:00)
Presentado por	victor.moreno01@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	victor.moreno01.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	[9300] Mostrar el mensaje completo
	2% de estas 18 páginas, se componen de texto presente en 7 fuentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**VICTOR HUGO
MORENO DIAZ**

Lic. Víctor Hugo Moreno, Mgs.

Docente Tutor

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a mi familia, amigos por su apoyo constante e incondicional durante todo este proceso y un pequeño grupo de personas que contribuyeron de diferentes maneras misteriosas a la realización plena de esta investigación.

- ❖ Al profesor Víctor Hugo Moreno por su apoyo y guía como Tutor.
- ❖ A Normita Bohórquez por estar siempre pendiente de mis materias.
- ❖ A la empresa Go Girl por permitirme el rediseño de su app.
- ❖ A Vicente Cárdenas por su ayuda en la numeración del documento.
- ❖ A Erika Caicedo por su ayuda con la estructura del proyecto.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo es dedicado principalmente a Dios y a mis padres Diego León León, Clara Abad de León, Alba Prado y Rómulo Guijarro por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Es un orgullo el privilegio de ser su hijo, son los mejores padres. También se lo dedico a mis hermanos y sobrinos Santiago León, María Cecilia Moreno, Gaby León, Vale León y Santi León, por el apoyo que me dan y a Anggie Mena Loaiza por su amor y apoyo incondicional, por hacer de mis metas las suyas y por darme la fuerza que muchas veces necesité durante todo este proceso, a toda mi familia y amigos porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
MULTIMEDIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lic. Mite Basurto, Alberto Ernesto, Mgs.
DIRECTOR DE LA CARRERA O SU DELEGADO

f. _____

Ing. Veloz Arce, Alonso Eduardo, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Lic. Chalén Ortega, Jessenia Guadalupe, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES MULTIMEDIA

CALIFICACIÓN

f. _____

Lic. Moreno Díaz, Víctor Hugo, Mgs.

TUTOR

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
RESUMEN	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I	3
1. Presentación del problema.....	3
1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo General.....	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Justificación y delimitación.....	5
1.5. Marco Conceptual.....	6
1.5.1. Startups	6
1.5.2. Aplicaciones	8
1.5.3. Go Girl	10
1.5.4. Startups apoyados en planes de negocios	10
1.5.4.1. Feelfeat	10
1.5.4.2. Unigad	12
1.5.4.3. Multifit	13
1.5.4.4. Inverting.....	15
1.5.4.5. UX	18
1.5.4.6. UI.....	20
CAPÍTULO II	21
Presentación de la propuesta de intervención.....	21

2.1.	Planteamiento de la solución	21
2.1.1.	Objetivo	21
2.1.2.	Identificación de propuestas del mercado	22
2.1.2.1.	Rappi	22
2.1.2.2.	Tiendamía.....	22
2.1.2.3.	Shein	23
2.1.2.4.	Fast Farma	23
2.1.2.5.	Picker.....	23
2.1.2.6.	Airbnb	23
2.1.2.7.	Uber.....	23
2.1.2.8.	Cabify	24
2.1.2.9.	Indriver.....	24
2.1.2.10.	Nubank	24
2.1.2.11.	Lifemiles.....	24
2.1.3.	Evaluación de propuestas del mercado.....	24
2.1.3.1.	Rappi	24
2.1.3.2.	Tiendamía.....	26
2.1.3.3.	Shein	27
2.1.3.4.	Fast Farma	29
2.1.3.5.	Picker.....	31
2.1.3.6.	Airbnb	32
2.1.3.7.	Uber.....	33
2.1.3.8.	Cabify	34
2.1.3.9.	Nubank	37
2.1.3.10.	Lifemiles.....	38
2.1.4.	Identificación de parámetros idóneos	39
2.2.	Diseño de propuesta.....	40

2.2.1.	Bocetos.....	41
2.2.2.	Definición de línea gráfica	42
2.2.3.	Implementación de parámetros idóneos.....	42
2.2.3.1.	Diseño relevante y eficiente.....	42
2.2.3.2.	Elementos Familiares	43
2.2.3.3.	Visualizar el estado.....	43
2.2.3.4.	Coherencia digital	44
2.2.3.5.	Control total	44
2.2.3.6.	Uso de memoria del usuario.....	45
2.2.3.7.	Prevenir errores.....	45
2.2.3.8.	Personalización y atajos	46
2.2.3.9.	Ayudas y soporte	46
2.2.3.10.	Reporte de errores.....	47
2.2.4.	Diagramación y distribución de información	47
2.2.5.	Especificaciones técnicas.....	50
2.2.5.1.	Servicios y Recursos utilizados	50
2.2.5.2.	Recomendaciones técnicas.....	50
	CONCLUSIONES.....	51
	RECOMENDACIONES	52
	BIBLIOGRAFÍA	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aplicaciones identificadas en el mercado	22
Tabla 2. Servicios y recursos utilizados.....	50
Tabla 3. Recomendaciones técnicas.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ventajas e inconvenientes de los tipos de apps	9
<i>Figura 2.</i> Aplicación Feelfeat.....	11
Figura 3. Modelo Canvas de Feelfeat	12
Figura 4. Modelo Canvas de Unigad.....	13
Figura 5. Interfaz gráfica de la aplicación Multifit	14
Figura 6. Modelo Canvas de Multifit.....	15
Figura 7. Prototipo de la aplicación móvil Inverting.....	16
Figura 8. Modelo Canvas de Inverting	17
<i>Figura 9.</i> Enfoque de UX.....	18
<i>Figura 10.</i> Enfoque UI	20
Figura 11. Diseño de Rappi	25
Figura 12. Tipografía de la Aplicación de Rappi	25
Figura 13. Diseño de Tiendamia	26
Figura 14. Tipografía de Tiendamía.....	27
Figura 15. Línea de color	27
Figura 16. Diseño de Shein.....	28
Figura 17. Interfaz de Shein.....	28
Figura 18. Diseño de FastFarma	30
Figura 19. Tipografía de FastFarma.....	30
Figura 20. Diseño de Picker.....	31
Figura 21. Diseño de aplicación de Airbnb.....	32
Figura 22. Diseño de Uber	33
Figura 23. Diseño de Cabify.....	34
Figura 24. Tipografía de la aplicación de Cabify	35
Figura 25. Línea de colores de Cabify	35
Figura 26. Logo de Cabify.....	36

Figura 27.	Ilustraciones de Cabify.....	36
Figura 28.	Diseño de interfaz de Cabify	37
Figura 29.	Diseño de Nubank	37
Figura 30.	Tipografía de la aplicación Nubank.....	38
<i>Figura 31.</i>	<i>Diseño de LifeMiles.....</i>	<i>39</i>
Figura 32.	Boceto de diagramación	41
<i>Figura 33.</i>	<i>Diseño de Logotipo</i>	<i>42</i>
<i>Figura 34.</i>	<i>Diseño de bienvenida</i>	<i>42</i>
<i>Figura 35.</i>	<i>Diseño de iconos</i>	<i>43</i>
<i>Figura 36.</i>	<i>Diseño de pantalla de carga inicial</i>	<i>43</i>
<i>Figura 37.</i>	<i>Iconos estándares de Interfaz.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 38.</i>	<i>Botones de navegación</i>	<i>44</i>
Figura 39.	Iconos con soporte de texto	45
<i>Figura 40.</i>	<i>Autocompletados y búsquedas</i>	<i>45</i>
<i>Figura 41.</i>	<i>Atajos y personalización de ubicaciones.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 42.</i>	<i>Botones de ayuda y soporte.</i>	<i>46</i>
<i>Figura 43.</i>	<i>Reporte de uso.</i>	<i>47</i>
<i>Figura 44.</i>	<i>Diagramación de entrada.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 45.</i>	<i>Diagramación de navegación.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 46.</i>	<i>Diagramación de métodos de pago</i>	<i>48</i>
<i>Figura 47.</i>	<i>Diagramación de solicitud de viajes</i>	<i>49</i>
<i>Figura 48.</i>	<i>Diagramación de seguridad</i>	<i>49</i>

RESUMEN

El objetivo principal de este proyecto es plantear una forma de diseñar conscientemente para el usuario de apps móviles desde el punto de vista de emprendedores innovadores como lo son los de tipo Startups, con la finalidad de que logren mayor número de descargas y mayor cantidad de usuarios, los mismos que serán demostrados a través de una serie de parámetros que van acorde a la generación que se está desarrollando actualmente con dispositivos móviles, tomando como ejercicio una empresa ecuatoriana de transporte exclusivo para el género femenino, con esto se busca que las nuevas empresas tengan una mayor competitividad y plasmar la idea de su negocio en los usuarios para los que buscan llegar.

Palabras Claves: Startups, Dispositivos móviles, aplicaciones móviles, emprendimiento, diseño móvil, experiencia de usuario

ABSTRACT

The main objective of this project is to propose a way to consciously design for the user of mobile apps from the point of view of innovative entrepreneurs such as Startups, in order to achieve a greater number of downloads and more users, The same that will be demonstrated through a series of parameters that go according to the generation that is currently developing with mobile devices, taking as an exercise an Ecuadorian company of exclusive transportation for the female gender, with this it is sought that the new companies have a greater competitiveness and capture the idea of their business in the users for which they seek to reach.

Keywords: Startups, mobile devices, mobile applications, entrepreneurship, mobile design, user experience, mobile devices, user experience

INTRODUCCIÓN

Durante los años más recientes se viene apreciando el desarrollo y crecimiento del movimiento emprendedor en América Latina, tomando en consideración que en Ecuador la razón ha sido principalmente por la crisis económica más que por la necesidad de transformarse en un país con un mercado productivo desarrollado. El mundo se encuentra en constante desarrollo, sobre todo el mundo empresarial que evoluciona con gran rapidez para lograr adaptarse a los cambios del mercado para no solo sobrevivir sino también llenar las expectativas y satisfacer las necesidades que demanden los consumidores. Todas las empresas desde las más grandes hasta las más pequeñas han sentido en al menos un aspecto de sus procesos empresariales la necesidad de adaptación de su estructura a las nuevas realidades de mercado que incluyen el uso de innovaciones tecnológicas para ayudar a disminuir costes, aumentar el índice de producción, disminuir los tiempos de espera y hasta manejar de mejor manera los tiempos de respuesta a las quejas de los consumidores. La tecnología se ha posicionado como un medio disruptivo del tipo herramienta ejecutora para liderar la nueva revolución industrial, la revolución digital, gracias a la misma se debe hacer un uso que aporte a una experiencia intuitiva y fácil para el usuario.

CAPÍTULO I

1. Presentación del problema

1.1. Planteamiento del Problema

El auge reciente del emprendimiento e innovación nunca ha sido en la historia como lo es en la actualidad, especialmente por su capacidad de transformar industrias y paradigmas a la velocidad en que lo hace.

Latinoamérica es una región del planeta que está evocando un interés especial de los fondos de capital privado, y aunque en el 2020 aconteció una crisis económica en una variedad de sectores, de igual manera surgieron varias oportunidades para nuevos proyectos, concentrados en aprovechar las oportunidades en medio de las crisis.

Los emprendedores son quienes, a través de los *startups*, han decidido ir tras una visión, conseguir el capital para hacerlo y generar empleo, oportunidades y movimiento económico. A pesar de que 90 de cada 100 *startups* fracasan en un promedio de 2 años, los 10 restantes tienen toda la capacidad de generar un importante valor económico y social, por el que incluso vale la pena haber invertido en los 90 *startups* que ya quedaron fuera. (Torres, 2021)

Un *startup* es una empresa de nueva creación o incipiente con gran potencial para desarrollar y comercializar productos y servicios mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. El mismo estudio encontró que las nuevas empresas latinoamericanas lograron la enorme hazaña de atraer \$ 7.2 mil millones en inversiones de capital en el segundo trimestre de 2021. (Cámara de Comercio de España, 2020).

En el contexto de Ecuador, el crecimiento de *startups* estaba en un 10% antes de la pandemia, pero en 2020 el número de emprendimientos tecnológicos del país se incrementó en un 31%, según Buen Trip Hub, incubadora de esta clase de negocios. (Coba, 2021)

Un restaurante utilizó la metodología SOSTAC para establecer su plan de marketing digital y el mismo proceso de investigación le brindó puntos de vista

detallados sobre las estrategias de marketing que la compañía tendría que usar para estar por encima de la competencia. (Ghimire, 2018)

Las aplicaciones se han convertido en algo muy importante para el éxito de un negocio, especialmente para un *startup*. Hay grandes ideas de aplicaciones web si miramos a nuestro alrededor. Vamos a centrarnos en algunas para que tu mente se ponga en marcha.

En el caso de esta investigación, se tratará especialmente sobre estrategias de marketing digital. En el mundo digital, especialmente luego del período de pandemia 2020-2021, las estrategias que corresponden al mismo son cada vez más útiles, necesarias y de impacto para la cada vez mayor cantidad de usuarios expuestos en línea.

Los emprendedores tienen una ventaja considerable con la situación mencionada. Ellos pueden crear una idea, publicarla en un espacio virtual, compartir sobre ella, conseguir seguidores, etc. Sin embargo, si esta idea no se sujeta a una estrategia específica de marketing digital, es más probable que el emprendedor no logre los objetivos que en principio tuvo con su idea concebida.

La herramienta en todo caso es una versión automatizada de la metodología SOSTAC para que los emprendedores de *startups* no vean a sus negocios estancarse o ser poco visibles dentro del nicho al cual buscan impactar. Lo ideal es que un usuario use esta herramienta para que las actividades dentro de su emprendimiento tengan coherencia con los objetivos formulados para el mismo.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué forma, el diseño de *startups*, basado en las nuevas tecnologías, aportará a la innovación de futuras empresas en el mercado?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Identificar los parámetros requeridos para el diseño óptimo de una aplicación *Startup* con el uso de las nuevas tecnologías como soporte para la innovación de futuras empresas.

1.3.2. Objetivos Específicos

Identificar aplicaciones de *Startups* exitosas en el mercado, que permitan evaluar sus características comunes.

Evaluar y Definir las características y parámetros idóneos de los *Startups* seleccionados como guía para plantear una alternativa idónea para el caso de estudio.

Diseñar una propuesta inicial de aplicación de *Startups* para la empresa GoGirl, basada en los parámetros determinados.

1.4. Justificación y delimitación

Hoy en día el factor principal de las herramientas digitales en la sociedad y en el ámbito empresarial es el uso de aplicaciones móviles lo cual permite un nuevo gran abanico de posibilidades para nuevos tipos de negocios, tanto tradicionales como digitales o virtuales.

Hay muchos negocios virtuales, seguramente basados en ideas con mucho potencial o que podrían brindar una solución inédita a muchos problemas, pero no son debidamente expuestos al público que ha de necesitarlos. Todo esto podría cambiar con la utilización de parámetros estandarizados producto del estudio de lo que mejor les ha funcionado a los *startups* actuales que han tenido éxito, consiguiendo así dar con resultados más óptimos y eficaces.

La herramienta también representa una opción más ágil y económica en comparación a la inversión en cursos de marketing digital o en asesorías con agencias publicitarias. Un emprendedor de *startups* que no está muy seguro del retorno de

inversión a largo plazo podría acudir preferiblemente a una herramienta que le ayude a anticipar de forma general el efecto de sus movimientos y acciones con el negocio.

1.5. Marco Conceptual

1.5.1. Startups

Es una empresa de nueva creación que comercializa productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), con un modelo de negocio escalable el cual le permite un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo.

Este fuerte componente tecnológico les permite poder escalar su negocio de forma ágil y rápida, y con una necesidad de capital inferior a las empresas tradicionales.

Características de los *startups*

A menudo desarrollan modelos de negocio innovadores.

Su objetivo principal es crecer rápidamente.

Recibir financiación principalmente de inversores privados o business angels.

Por lo general, no requieren grandes inversiones de capital para crecer. Sin embargo, el uso generalizado de la tecnología les permite generar ventajas de escala, lo que se traduce en ingresos sustanciales.

La principal herramienta para hacerse famosos en el mercado es Internet, al invertir recursos económicos en la contratación de profesionales capacitados para ejecutar estrategias exitosas de marketing online.

El servicio al cliente suele ser un área que valoran mucho.

A menudo operan con un organigrama plano y en constante cambio. Siempre están buscando formas de adaptarse a su constante desarrollo.

Los trabajadores de este tipo de negocios deben ser altamente calificados.

Naturalmente, toman riesgos para tener éxito, probando nuevas formas de trabajar y comunicarse con los consumidores. El fracaso es siempre un camino de aprendizaje.

Ventajas de los startups

Las compañías *startup*, tienen muchas posibilidades de expansión en comparación con otro tipo de empresas debido a la intensa utilización de TIC's. Éstas les permiten reducir costes operativos y llegar a un público mayor, realizando una menor inversión.

La previsión de poder generar beneficios en un espacio de tiempo relativamente corto, anima a los inversores privados, caracterizados en la figura de los business angels, a realizar grandes aportaciones de capital e incluso personal para apoyar el crecimiento de la empresa. En muchos casos ofrecen incluso ideas y juegan un importante papel de mentor para favorecer dicho desarrollo.

Existen las denominadas incubadoras de *startups*, que ayudan a los emprendedores en su fase de creación. Así mismo, las aceleradoras de *startups* ayudan a estas empresas una vez creadas a crecer más rápidamente.

Algún *startup* desarrolla su actividad incluso sin necesidad de tener un espacio físico, puesto que cada trabajador puede trabajar en remoto. En muchos casos, tampoco requieren gran cantidad de personal.

Esta clase de compañías fomenta el trabajo en equipo y la creatividad, con el fin de poder desarrollar ideas innovadoras.

La implementación de nuevos modelos de negocio y de comunicación logran satisfacer las expectativas de los usuarios o clientes, puesto que permiten a éstos expresar ideas y comentarios propios acerca de los productos o servicios recibidos. El resultado, en muchos casos, es un aumento de la calidad y eficiencia.

Generalmente, los integrantes de una empresa emergente son jóvenes, aunque también se cuenta con la participación de personas con mayor experiencia independientemente de su edad.

1.5.2. Aplicaciones

Una app es una aplicación informática diseñada para ejecutarse en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Por lo general, están disponibles a través de plataformas de distribución, pertenecientes a empresas con sistemas operativos móviles como: Android, iOS o Windows Phone, entre otros. Hay aplicaciones móviles gratuitas o de pago, donde el costo promedio de la aplicación en un porcentaje de 20/30, una parte para el distribuidor y el resto para el desarrollador. Desde la aparición de las primeras aplicaciones en los años 90, con funciones muy sencillas, ha habido un rápido desarrollo, principalmente debido a las innovaciones en la tecnología WAP, la transmisión de datos y el desarrollo de los teléfonos móviles.

Tipos de aplicaciones

Existen tres tipos de aplicaciones móviles: las apps nativas, las web apps y las apps híbridas. A continuación, se detallan:

Aplicación nativa: se trata de una app especialmente desarrollada para un determinado sistema operativo (Software Development Kit o SDK) de un smartphone. Se instalan en el sistema de archivos de cada dispositivo y serán distribuidas por los mercados de aplicaciones móviles, como App Store (usando el sistema operativo iOS) o Play Store (usando el sistema operativo Android). Para que una aplicación esté disponible en todas las plataformas, algunas aplicaciones deben crearse en el idioma del sistema operativo seleccionado. Están desarrollados con lenguajes como Java (para Android), ObjectiveC (para iOS), Net (para teléfonos con Windows) pero existen alternativas como Appcelerator que permite desarrollarlos en JavaScript puro, para ambas plataformas. Por definición, se debe poder acceder a estas aplicaciones mediante el navegador predeterminado del dispositivo. Está desarrollado con lenguajes muy conocidos, como HTML, Javascript y CSS. La principal ventaja sobre los nativos es la capacidad de programar independientemente del sistema operativo en el que se utilizará la aplicación. De esta manera, se pueden ejecutar en diferentes dispositivos sin tener que crear varias aplicaciones.

Aplicación web: estas aplicaciones se ejecutan en el navegador web del dispositivo a través de una URL. El contenido se adapta a la pantalla, obtenga la interfaz de navegación de la aplicación. No es necesario instalarlos, por lo que no pueden aparecer en la tienda de aplicaciones, y la publicidad y el marketing deben realizarse de forma independiente. Son una buena opción cuando el objetivo es adaptar un sitio web al formato visual de los dispositivos móviles. Para usarlos, el teléfono inteligente requiere una conexión a Internet.

Aplicación híbrida: es una combinación de las dos anteriores, se puede decir que reúne lo mejor de cada una. Las aplicaciones híbridas se desarrollan utilizando los lenguajes propios de la web, es decir, HTML, Javascript y CSS, lo que les permite ser utilizadas en diferentes plataformas, pero también brindan acceso a muchas funciones de software y hardware del dispositivo. La principal ventaja es que, aunque desarrollado en estos lenguajes web, es posible agrupar los códigos y distribuirlos en la App Store, donde se utilizan herramientas informáticas específicas, siendo Phonegap la más utilizada, que permite construir aplicaciones utilizando HTML5, CSS3, y Javascript, pero se empaquetarán como aplicaciones nativas. Muchos nuevos lanzamientos web y de aplicaciones nativas se desarrollan de esta manera.

Tipo de app	Ventajas	Inconvenientes
Nativas	<ul style="list-style-type: none"> Utilización de los recursos del dispositivo, software, hardware, contenidos Permite ser publicada en tiendas para su distribución No necesitan conexión a Internet 	<ul style="list-style-type: none"> Solo pueden ser utilizadas por un dispositivo que cuente con el sistema para el cual fue desarrollada Necesitan aprobación para ser publicadas en la plataforma No son compatibles con su utilización para la web
Web app	<ul style="list-style-type: none"> Pueden ser utilizadas desde cualquier dispositivo sin importar el sistema operativo El coste de desarrollo es mucho menor que las nativas No requieren de aprobación para su publicación 	<ul style="list-style-type: none"> No pueden ser publicadas en plataformas para su distribución No utilizan los recursos del sistema ni del dispositivo de manera óptima., ni acceden a contenidos del <i>smartphone</i> Necesitan conexión a Internet para ejecutarse a través del navegador
Híbrida	<ul style="list-style-type: none"> Uso de los recursos del dispositivo y del sistema operativo Son multiplataforma Permite distribución a través de las tiendas de su respectiva plataforma En general incorporan las ventajas de las nativas y las apps web 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño visual no siempre relacionado con el sistema operativo que se muestre

Figura 1. Ventajas e inconvenientes de los tipos de apps

Nota: Adaptado de

http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/6._startups_y_apps_nueva_formula_del_hacer_juvenil.pdf

La elección entre una de las tres alternativas de app depende fundamentalmente de cuatro factores: el presupuesto que se tiene para el desarrollo, la necesidad de conectarse a Internet con la aplicación, el tipo de cliente al que se quiere atender (si es un cliente exclusivo de smartphone o Tablet, o bien si quiere dirigirse a cualquier usuario), la conveniencia de acceder a la cámara u otro dispositivo o archivo del smartphone. Si la inversión no supone un problema, siempre será más aconsejable una solución híbrida.

1.5.3. Go Girl

En el mundo entero ocurre mucha violencia, mayormente enfocada al género femenino. La abogada Jennifer Martínez decidió dejar su trabajo y comenzar en un terreno inseguro y desconocido empezando desde cero, siendo ella y cinco conductoras comprometidas que lograron salir adelante y en menos de una semana empezar a crecer rápidamente. Consecuentemente, el esfuerzo prolongado las llevó a contratar más personal de apoyo para ejecutar las tareas simples inherentes al trabajo como contestar mensajes, como lo dice ella en una entrevista a Forbes: “No vendemos transporte, vendemos seguridad”

1.5.4. Startups apoyados en planes de negocios

1.5.4.1. Feelfeat

Una empresa tecnológica nueva creó un plan de negocios para tener una perspectiva de la aplicación móvil que permitiría a los usuarios pedir digitalmente los artículos seleccionados. Básicamente, el funcionamiento de la app consiste en que seleccionas el plato que quieres y luego puedes elegir entre dos o tres restaurantes que están conectados al *Startup*. El objetivo es seleccionar la comida, no el restaurante.

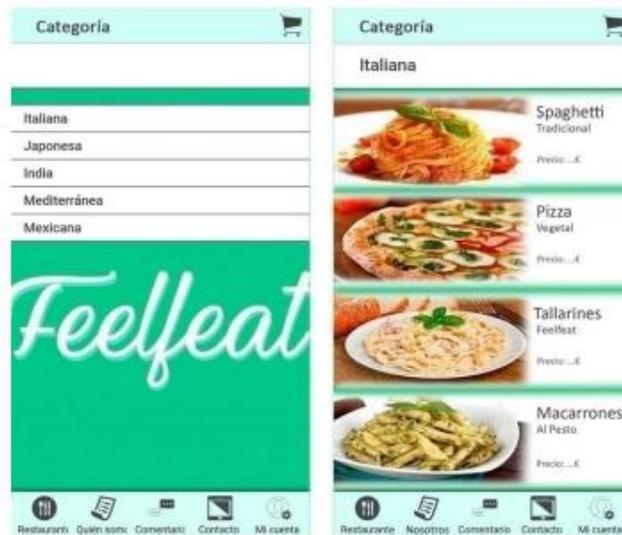


Figura 2. Aplicación Feelfeat

Nota. Interfaz gráfica de la app Feelfeat Fuente:

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85139/48595493N_TFG_1499350249297978943009359221678.pdf?sequence=2

La empresa rompe con la imagen que se ha impuesto en la sociedad de centrarse en la calidad de los alimentos y llevar a casa comidas caseras de diferentes culturas desde una perspectiva consciente de la salud. El modelo de negocio Canvas fue cuestionado por requerir una gran inversión debido al uso de sus propias cocinas y los constantes costes mensuales de mantenimiento. Así que decidieron ponerse en contacto con algunos restaurantes de sus respectivas culturas y pedirles que prepararan los platos que habían aprendido antes. Una vez establecido el modelo de negocio, hay que analizar la política de precios estimados. Esto se debe a que esta política determinará la rentabilidad de la empresa (Hernández jarque, 2018)

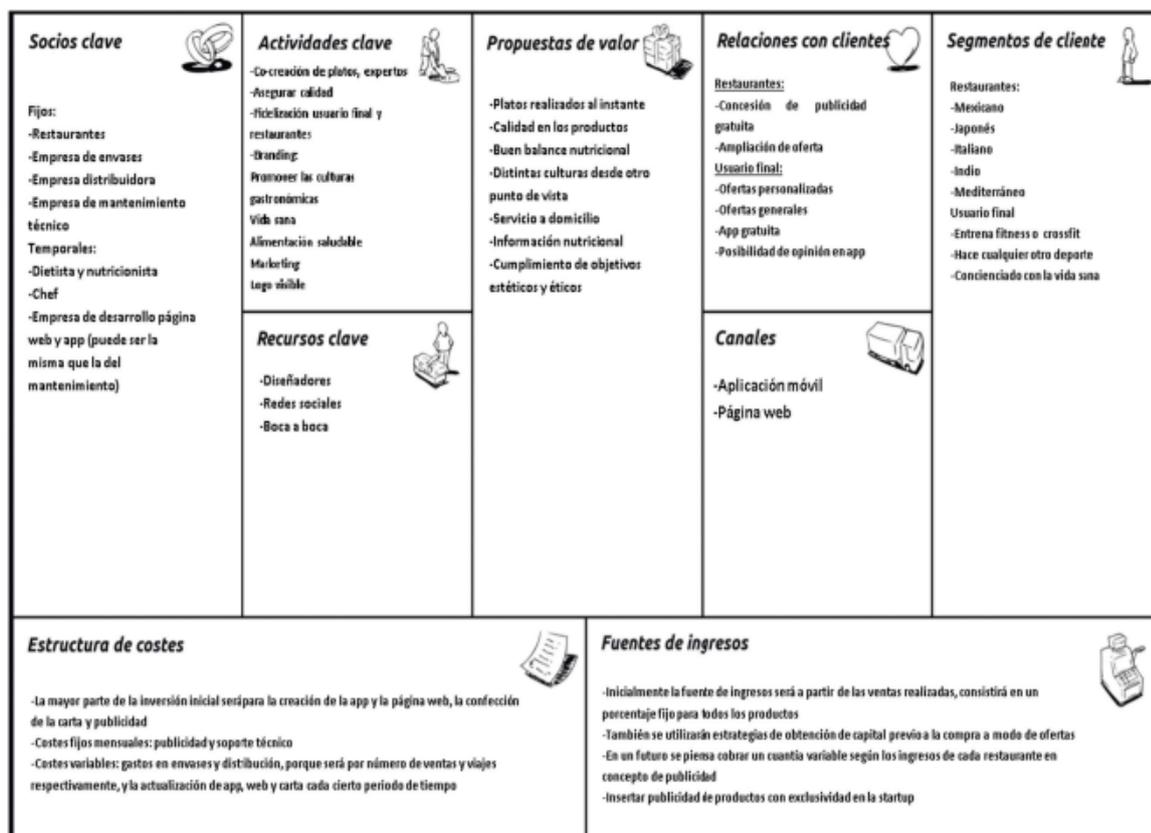


Figura 3. Modelo Canvas de Feelfeat

1.5.4.2. Unigad

El *startup* presentado se basa en el concepto de negocio de ofrecer a los clientes, a través del comercio electrónico y la venta por internet, artículos y muebles a precios bajos que cubran pequeñas necesidades no cubiertas de la sociedad moderna con elementos de alta calidad y únicos. La idea de negocio en la que se basa el plan de empresa para la puesta en marcha es la siguiente La comercialización de productos vestibles, gadgets y muebles innovadores desarrollados en la universidad. El objetivo de esta idea es promover la innovación en las universidades y motivar a los estudiantes para que piensen y trabajen en proyectos que realmente tengan sentido y valgan la pena.

Por ello, han estudiado este modelo con el objetivo de aportar una visión global de la idea de negocio. El modelo ofrece una visión sencilla y universal de la empresa y la resume mediante la intervención de nueve elementos (Romero Fiol, 2017).

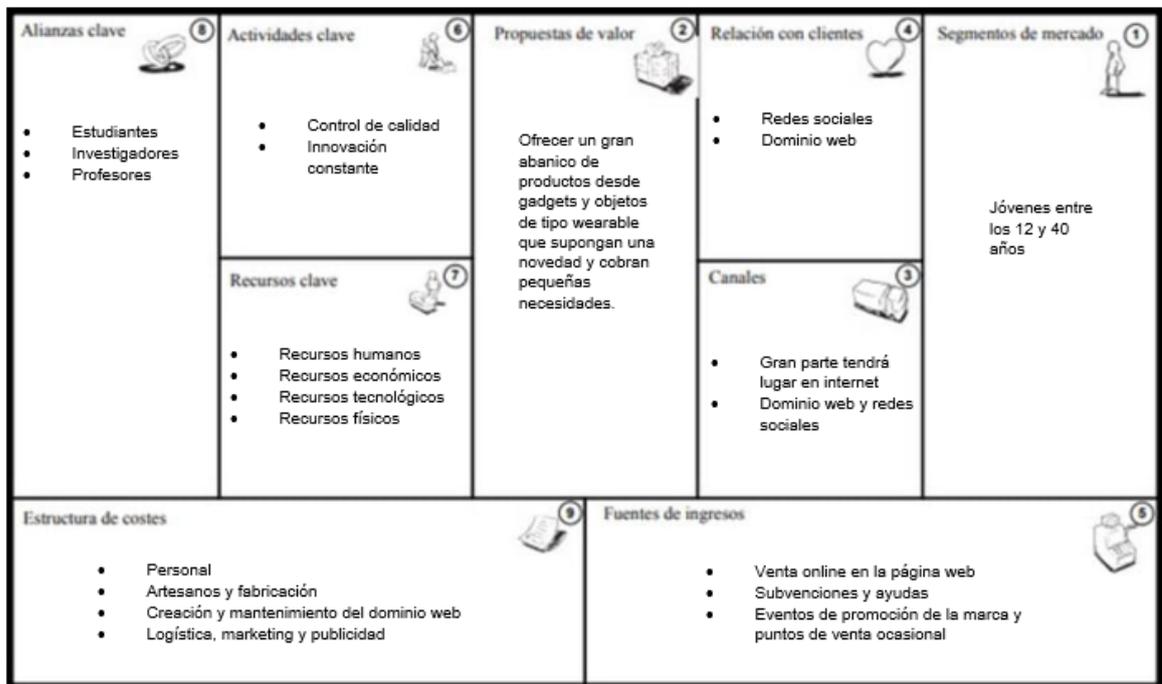


Figura 4. Modelo Canvas de Unigad

Nota: Modelo Canvas de Unigad Elaborado por: (León, 2022) Adaptado de: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/110302/Memoria_definitiva_TFG_Victor_Marroqui_n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

1.5.4.3. Multifit

Multifit es una aplicación que ofrece una diversidad de programas relacionadas con entrenamiento, nutrición y fisioterapia, que son dirigidos por los profesionales de cada área en tiempo real, estos profesionales van hasta el lugar en el que la persona quiere recibir su servicio. Además, cuenta con programas de nutrición, entrenamiento, fisioterapia, estos van dirigidos de acuerdo con las necesidades de cada cliente. Los profesionales de cada área trabajan en tiempo real mediante visitas presenciales y videollamadas. En cada paso, un profesional está disponible para cambiar la práctica del cliente.

Los datos recogidos por el médico también se suben a la aplicación y pueden verse en la pestaña de progreso, creando un registro para su uso posterior. La aplicación está disponible para Android y iOS en Play Store y App Store. Se contacta

con los clientes a través del chat de la aplicación, las redes sociales, el correo electrónico o el teléfono (Murcia, 2021).

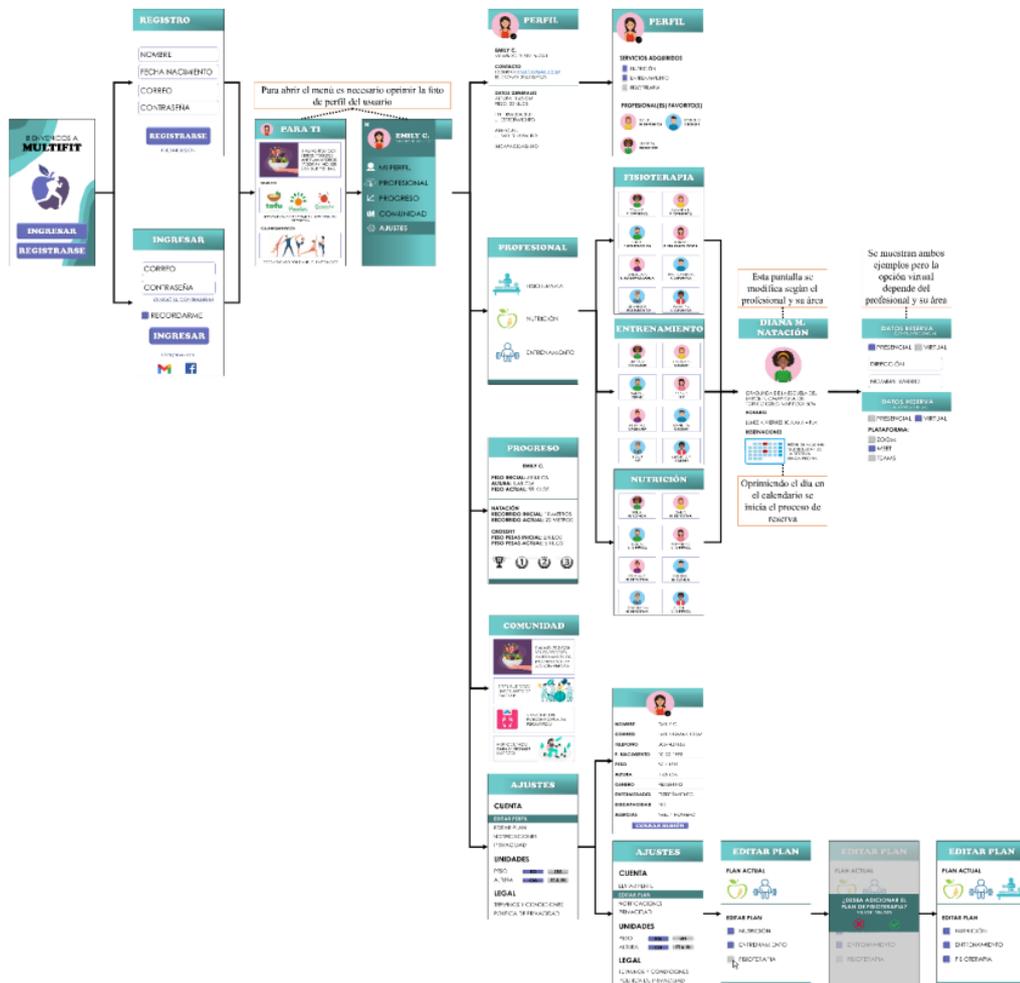


Figura 5. Interfaz gráfica de la aplicación Multifit
Elaborado por: (Murcia, 2021).

Este modelo de negocio ofrece servicios deportivos, nutrición y aplicaciones de recuperación física con las actividades que los usuarios desean y que mejor se adaptan a sus necesidades, 24 horas al día, 7 días a la semana, con servicios en clases individuales, grupales y virtuales, en comparación con los gimnasios tradicionales, a un menor coste. Los ingresos se generan a través de aplicaciones en las que los clientes pagan dinero por los servicios que desean, además de otros ingresos generados a través de la publicidad.

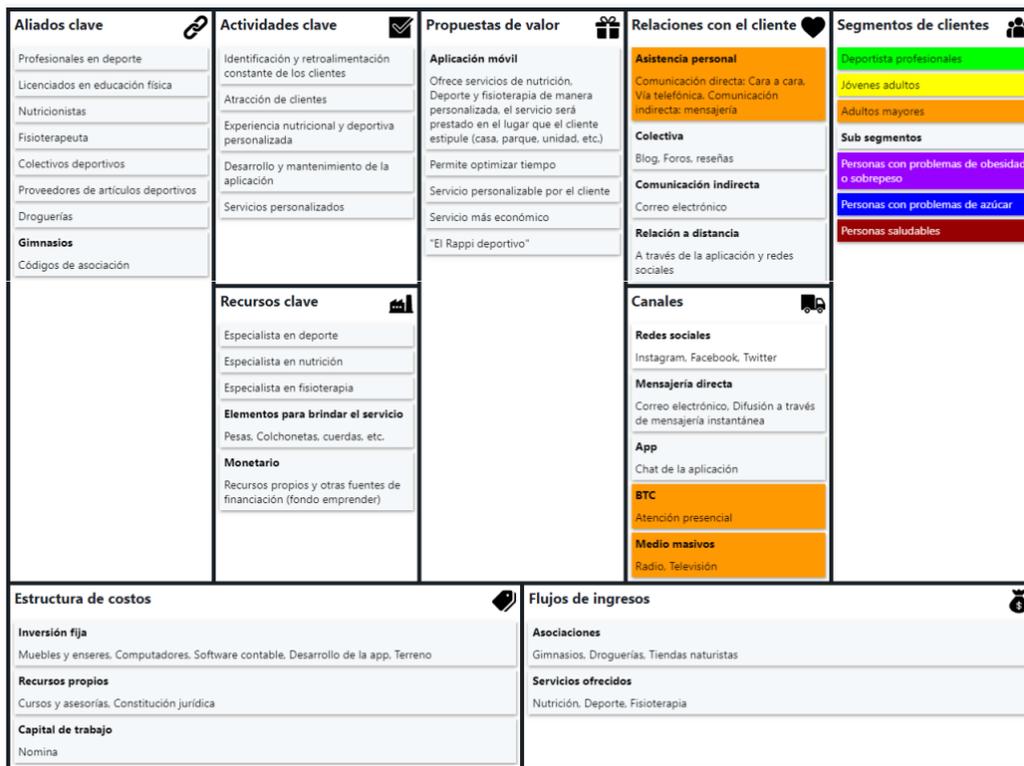


Figura 6. Modelo Canvas de Multifit

Nota. Modelo Canvas de Multifit Fuente: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/21530/Plan-Negocio-Creaci%C3%B3n-Murcia-Carolina-3845-2021.pdf?sequence=1>

1.5.4.4. Inverting

Es una aplicación móvil que, a través de diferentes métodos de ahorro fáciles, estructurados y constantes, busca ayudar al usuario a acumular reservas económicas, para que, posteriormente, estas sean invertidas en diferentes activos financieros y se obtenga así una rentabilidad. Se trata de un modelo de negocio que propone una aplicación de ahorro inversión para jóvenes permitiéndoles además obtener información financiera básica durante el proceso.

La aplicación se basa en tres cimientos fundamentales: ahorro, inversión y formación. Sin alguno de estos pilares, la propuesta de valor de la aplicación se desmoronaría. La aplicación provee un excelente servicio de atención al cliente para solucionar cualquier problema del usuario, utilizando un chat integrado en la aplicación.

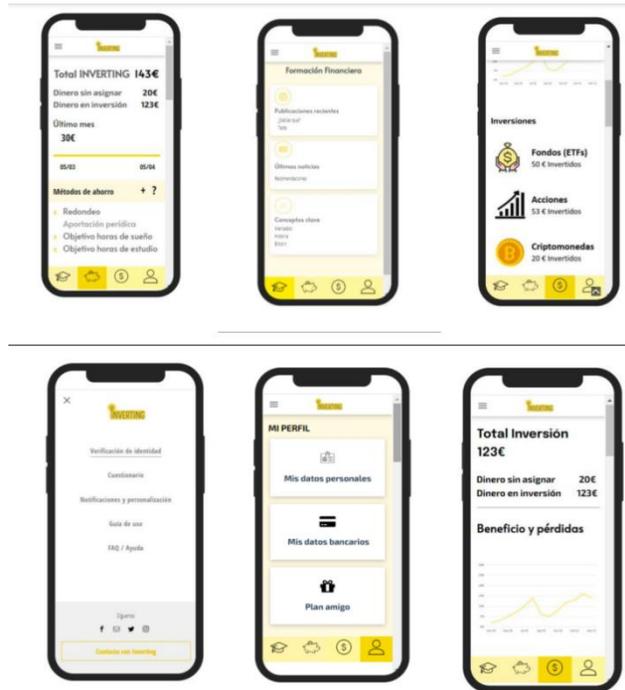


Figura 7. Prototipo de la aplicación móvil Inverting
 Elaborado por: (García Luján, 2021)

Para el desarrollo del plan de negocio (García Luján, 2021), utilizando el modelo Canvas, el proyecto analizó diferentes grupos objetivos y pidió a personas de entre 18 y 38 años sin educación financiera que devolvieran sus ahorros y ofrecieran este servicio, al menos en los primeros años del mercado español. Con la información recogida en la investigación realizaron el modelo Canvas.

Figura 8. Modelo Canvas de Inverting

Business Model Canvas de INVERTING				
<p><u>Asociaciones clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas que proveen aplicaciones móviles: Google Play y Apple Store • Empresas/plataformas especializadas en inversión, a través de las cuáles se invertirá el dinero de los usuarios • Universidades • Propios usuarios de INVERTING 	<p><u>Actividades clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y mantenimiento de la aplicación móvil • Campañas de publicidad y alto nivel de actividad en las RRSS • Negociación con plataformas de inversión y resolución de problemas de los clientes <p><u>Recursos clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos informáticos: app, nube de almacenamiento, computadoras, perfiles de RRSS, etc. • Recursos humanos • Recursos de propiedad intelectual: marca y logo • Recursos económicos 	<p><u>Propuesta de valor</u></p> <p>Aplicación móvil (app) de ahorro, inversión y formación financiera para los más jóvenes, que destaca por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Métodos de ahorro diferentes y novedosos • Bajas comisiones para invertir y gran variedad de activos financieros • Formación integral acerca del mundo financiero • Transparencia y gran soporte técnico 	<p><u>Relaciones con los clientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Principalmente: Servicios automatizados: perfil de riesgo y preferencias de ahorro e inversión • Ocasionalmente: Relaciones personales: soporte y promociones por fidelidad <p><u>Canales de distribución</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispositivos móviles • Plataformas de distribución de apps: Google Play y Apple Store • Redes sociales: <i>Instagram, Facebook y Tik tok</i>) • Chat y teléfono de soporte 	<p><u>Segmentos de clientes</u></p> <p>- En general: Nicho de mercado: Jóvenes españoles de 18 a 38 años, sin formación financiera y que buscan sacar una rentabilidad a sus ahorros</p> <p>- Sub-segmentos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jóvenes de 18 a 25 años (generación Z) 2. Jóvenes de 26 a 38 años (generación Y)
<p><u>Estructura de costes</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costes iniciales: gastos de constitución de la empresa, desarrollo de la aplicación móvil y página web, publicidad y promociones a través de las RRSS e internet 2. Costes operacionales anuales: salarios, mantenimiento <i>app</i>, margen de comisiones y marketing 		<p><u>Fuentes de ingresos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comisiones por operaciones de compra y de venta de activos financieros: Fondos ETF -0,75%-, criptomonedas -1,5%- y <i>small caps</i> -1%- 2. Futuros ingresos por <i>partnerships</i> o publicidad 		

Elaborado por: (García Luján, 2021)

1.5.4.5. UX

La experiencia del usuario (UX) es la experiencia completa de una persona cuando utiliza un producto, sistema o servicio. Incluye la percepción del usuario de aspectos como la facilidad de uso, la usabilidad y la eficiencia, así como los aspectos que determinan la relación entre las personas y los sistemas informáticos y la propiedad de los productos. Es el conjunto de factores y elementos asociados a la interacción de un usuario con un determinado entorno o dispositivo que conducen a una percepción positiva o negativa de ese servicio, producto o dispositivo. Los profesionales buscan todas las formas posibles de hacer más agradable la vida del usuario, lo que requiere la incorporación de diversas ideas psicológicas (More, 2019):



Figura 9. Enfoque de UX

Fuente: <https://blog.acantu.com/que-es-ux-y-ui/>

La percepción: Hay que saber qué atrae la atención de la gente, cómo les afectan los colores y cómo mueven su mirada por la pantalla.

Las emociones: Las emociones no son reacciones automáticas, por lo que es necesario entender cómo surgen y cómo nos afectan. Es importante prestar atención a las emociones porque las personas suelen guiarse por ellas.

La memoria: A la hora de diseñar un sitio web, hay que tener en cuenta las limitaciones de la memoria humana. A menudo no se tiene en cuenta el camino de vuelta al punto de partida, lo que puede resultar confuso para los usuarios.

La mentalidad: Los usuarios deben tener creencias, estereotipos y sus propias interpretaciones de la sociedad y de las personas que les rodean. Siguiendo con esta línea de pensamiento, parece que no sólo hay desconfianza, sino también algunos prejuicios y creencias sobre por qué cada vez más usuarios buscan las valoraciones de otras personas en Internet.

La motivación: Los usuarios podrían abandonar si no están motivados, no sólo al principio sino a lo largo de su visita al sitio web.

El aprendizaje: Los usuarios se convierten en aprendices desde el momento en que entran en un sitio web. Por lo tanto, hay que enseñarles los pasos que deben dar para alcanzar sus objetivos. Además, la estructura de la información debe ser tal que el usuario pueda comprender fácilmente todo el contenido del sitio web.

Algunas personas aún no están seguras de qué es la UX y para qué se utiliza, pero en realidad hay una amplia gama de áreas en las que se puede utilizar la UX. Aquí están algunos de ellos:

UX Research: Centrarse en el perfeccionamiento y la realización de encuestas a los usuarios con el objetivo de identificar el comportamiento, las necesidades y las quejas de los consumidores.

UX Developer: responsable del desarrollo de herramientas y soluciones.

UX Writing: responsable del área editorial especializada en mejorar la experiencia del usuario en la parte textual y escrita de las soluciones ofrecidas.

Product Design: Responsable de los aspectos visuales de los productos, el software y las aplicaciones.

UX Strategy: Vincular la experiencia del usuario y la estrategia empresarial.

Usability Analyst: responsable del análisis y la visualización de las soluciones ofrecidas.

Information Architect: Toda la información está estructurada y se ofrece a los usuarios de forma fácil e interactiva.

1.5.4.6. UI

Una interfaz de usuario (UI) es un conjunto de elementos de pantalla que permiten a los usuarios interactuar con una página web. Jakob Nielsen, uno de los mayores expertos mundiales en interfaces de usuario, ha trabajado en numerosas mejoras de usabilidad e interfaces en Internet. Según Nielsen, los elementos más importantes de una interfaz de usuario son:

Propósito del sitio: Debe quedar claro a quién pertenece el sitio web y qué funciones puede cumplir.

Ayuda al usuario: El sistema de navegación debe ser visible e incluir un sistema de búsqueda.

Mostrar el contenido: Utilice elementos de texto (por ejemplo, títulos, texto en negrita, etc.) para garantizar la claridad y la legibilidad.

Diseño gráfico funcional: Los elementos gráficos deben ayudar a los usuarios a encontrar lo que buscan y no deben ser sólo decoración.

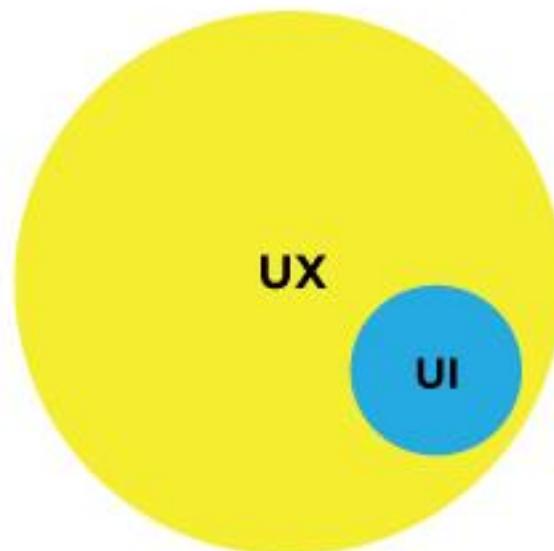


Figura 10. Enfoque UI

Fuente: <https://blog.acantu.com/que-es-ux-y-u>

CAPÍTULO II

2. Presentación de la propuesta de intervención

2.1. Planteamiento de la solución

Una buena idea debe estar acompañada de una buena ejecución en todos los niveles necesarios, tanto operativa, estética como funcionalmente. Es por ello que el desarrollo de esta tesis representa una eficaz herramienta a ser tomada como lineamientos para la parametrización de principios que podrán ser usados por futuros emprendimientos tales como Go Girl, que es un ejemplo de *startup* ecuatoriano.

2.1.1. Objetivo

En el mundo entero se evidencia que la violencia mayormente está enfocada al género femenino, por ello, la abogada Jennifer Martínez decidió dejar su trabajo y emprender en un terreno desconocido: el servicio de transporte puerta a puerta de mujeres para mujeres.

Ella comenzó desde cero con cinco conductoras, y al ser este un servicio novedoso, empezaron a crecer tan rápido que en menos de una semana tuvieron la necesidad de tener que contratar más personas para ayudarla en tareas sencillas como contestar mensajes, así lo dice en una entrevista a Forbes, “No vendemos transporte, vendemos seguridad”. Esto nos deja ver un claro valor diferencial con su idea.

2.1.2. Identificación de propuestas del mercado



Tabla 1. Aplicaciones identificadas en el mercado
Fuente: Elaboración propia

2.1.2.1. Rappi

Rappi es una empresa que nace de la idea, resaltando la posibilidad de ahorrar tiempo y además comprar todos tus insumos y/o artículos profesionales sin salir de tu casa. Rappi se fundó en 2015 en Colombia, preferiblemente de manera directa a tu casa, ofreciendo solo alimentos y bebidas. Se encarga de crear nuevos canales de comunicación y comerciales para diferentes tipos de negocios, desde los que venden empresas que venden determinados productos, como tiendas de mascotas y productos orgánicos (TransportaMex, 2020).

2.1.2.2. Tiendamía

Es una tienda en línea, enfocada al mercado consumidor latinoamericano, y como tal, sólo puede procesar órdenes de una persona ubicada en el país del que se desea realizar la compra (Tiendamia, 2020).

2.1.2.3. Shein

Es un minorista chino de moda rápida y ropa deportiva. Tiene otra tienda con el nombre de Romwe. Fundada en 2008 por Chris Xu en Guangzhou, China. Actualmente trabaja en más de 220 países. La empresa es conocida por sus prendas de vestir económicas que se fabrican directamente en China. Se sabe que tienen ropa barata y de calidad variable.

2.1.2.4. Fast Farma

Es una farmacia en línea que ofrece una amplia gama de productos para la salud y que actualmente opera en Quito, Guayaquil y Ciudad de México (González, 2021).

2.1.2.5. Picker

Picker es una plataforma que te conecta con personas que pueden pagar, recoger, entregar y hacer cosas por ti en cualquier momento y lugar (Picker, 2018).

2.1.2.6. Airbnb

Airbnb es un portal que pone en contacto a buscadores y proveedores de pisos. Las sencillas ideas ofrecidas bajo el concepto de experiencias familiares y únicas han sido adoptadas por 15 millones de huéspedes hasta la fecha (Faura, 2020).

2.1.2.7. Uber

Uber Technologies ("Uber") es un proveedor de servicios móviles en los Estados Unidos. Sus servicios incluyen el transporte en red, la entrega de comidas (Uber Eats y Postmates), servicios de mensajería, transporte de mercancías, alquiler de bicicletas y Scooter electrónicos en asociación con Lime y transporte en ferry en asociación con operadores locales. Alquiler de Scooter y transporte en ferry en colaboración con operadores locales. Las tarifas se comunican a los clientes con antelación, pero el modelo de precios dinámicos fluctúa en función de las condiciones locales de oferta y demanda en el momento de la reserva (Wikipedia, 2022).

2.1.2.8. Cabify

Cabify es una empresa de transporte española que ofrece una aplicación móvil para sus smartphones. Los vehículos son conducidos por proveedores de servicios autónomos. Cabify, una de las mayores plataformas tecnológicas móviles del mundo hispanohablante, opera en España, Portugal y Latinoamérica (Colombia, México, Argentina, Perú, Chile, Brasil, Panamá, Ecuador, República Dominicana y Uruguay) y ofrece dos tipos de servicios: para empresas y para particulares (Cabify, 2022).

2.1.2.9. Indriver

De acuerdo con la misión de (Indriver, 2020) esta aplicación permite al usuario establecer libremente el precio de su viaje, dependiendo de la distancia que se encuentren los conductores y los que se estén de acuerdo con viajar por el monto ofrecido por el usuario de la aplicación pueden aceptar la solicitud.

2.1.2.10. Nubank

El banco digital independiente más grande del mundo. Somos una empresa de tecnología que se ha propuesto liberar a millones de personas de la complejidad financiera (Nubank, 2020).

2.1.2.11. Lifemiles

En el marco de este programa, puedes ganar LifeMiles por las compras de combustible en los quioscos Terpel. Las millas obtenidas pueden canjearse no sólo por billetes de avión, sino también por repostar en los quioscos participantes y por productos en las tiendas Altruk (Viajala, 2020).

2.1.3. Evaluación de propuestas del mercado

2.1.3.1. Rappi

Diseño

La representación del logo es un clásico bigote que hace referencia a los tenderos, recordando el compromiso de llevar al mundo moderno los valores de un trato alegre y práctico.



Figura 11. Diseño de Rappi
Nota: Lista previa del menú. Fuente: (Google Play, 2021)

Tipografía

La aplicación tiene una interfaz sencilla para hacer pedidos rápidos y ofrece la posibilidad de repetirlos a través de la aplicación. Puede hacer una compra y pagar con tarjeta de crédito o, si lo prefiere, pagar en efectivo en casa.



Figura 12. Tipografía de la Aplicación de Rappi
Nota. Servicios que ofrece la app. Fuente: (Jimenez, 2022).

Experiencia del Usuario

Confiable, toman en cuenta los comentarios de los usuarios.

Diseño de Interfaz

Intuitivas, al hacer clics en selección tu ciudad no funciona correctamente.

2.1.3.2. Tiendamía

Diseño

Diseño Maximalista: A diferencia del minimalismo este tipo de diseño se caracteriza por el exceso de elementos, patrones y colores, lo que provoca la saturación de los sentidos, por lo que Tiendamía no se ata con ningún esquema rígido, sin simetría ni convencionalismos.

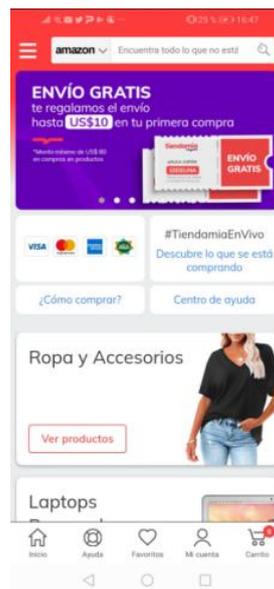


Figura 13. Diseño de Tiendamía

Nota. diseño agradable para la vista del usuario. Fuente: (tiendamania, 2019)

Tipografía

La tipografía seleccionada por Tiendamía cuenta con un estilo sobrio que contrasta con su estilo maximalista, tal como se lo muestra a continuación.

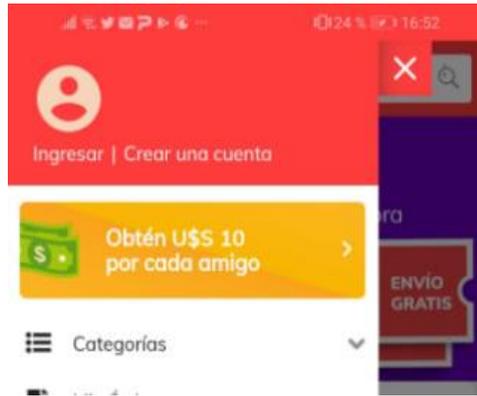


Figura 14. Tipografía de Tiendamía
Nota. Tabla de contenido. Fuente: (tiendamania, 2019)

Línea de color

Los colores optados por Tiendamía es el color rojo, el morado y el azul, lo que resalta que esta amalgama de colores busca brindarle a los usuarios energía, confianza, seguridad y creatividad. En cuanto a su diseño UX y UI sus características son:

Micro interacciones: este parámetro brinda una alternativa atractiva visualmente y en este caso la aplicación cuenta con un carrusel interactivo, en dónde se detalla promociones y noticias, como se lo indica de modo ipso fato.



Figura 15. Línea de color
Nota. Tabla de contenido. Fuente: (tiendamania, 2019)

2.1.3.3. Shein

Diseño

La aplicación ofrece una interfaz sencilla para encontrar estos artículos. Novedades, vestidos, zapatos, accesorios, tallas grandes y camisetas. Está diseñado para ser fácil de usar y amigable.

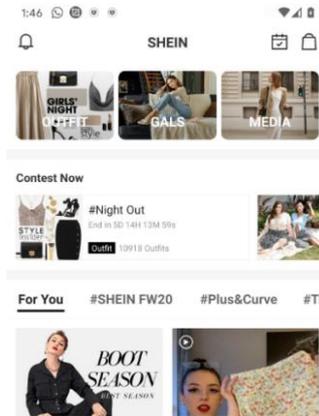


Figura 16. Diseño de Shein

Nota. aplicación de compras online vendidas en EE.UU. Fuente: (Estapé, 2018)

Línea gráfica

Está asociada al color negro y blanco siendo énfasis en la elegancia y el poder.

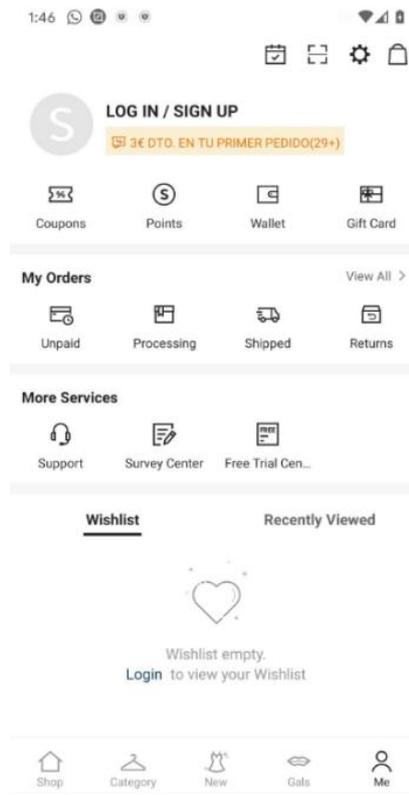


Figura 17. Interfaz de Shein

Nota. instructivo de la app que ofrece a los usuarios. Fuente: (Google play, 2020).

Características

Cada día hay más de 200 productos nuevos.

Servicio de atención al cliente 24/7.

Publica tus conjuntos y vota a otros usuarios.

Crea una lista de deseos para futuras compras.

Sigue a otros blogueros y sus estilos de moda.

Reciba notificaciones sobre el estado del pedido y las promociones.

Obtenga un descuento de 3 euros en su primer pedido.

Los pedidos se reciben en una semana.

Precios medios de los productos de menos de \$10.

Experiencia del Usuario

Los usuarios tienen confianza al utilizar la app

Diseño de Interfaz

Intuitiva y confiable.

2.1.3.4. Fast Farma

Diseño

Como el diseño de la etiqueta forma parte de la autorización de comercialización, debe cumplir la normativa aplicable. En general, y dependiendo del tipo de medicamento, el reglamento de aplicación especifica qué información (texto) se requiere en la etiqueta, qué información y cuándo no se requiere (por ejemplo, el braille para los medicamentos utilizados en los hospitales) y qué otra información no está permitida (por ejemplo, información destinada a promocionar el medicamento, como "X es un producto muy eficaz e innovador". información, información que podría ser engañosa) se definirá en las medidas de aplicación.



Figura 18. Diseño de Fast Farma

Tipografía

La tipografía seleccionada por Fast Farma cuenta con un estilo simple tal cual se muestra en la siguiente imagen.

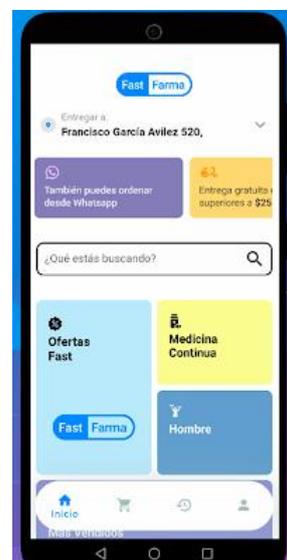


Figura 19. Tipografía de Fast Farma

Experiencia del Usuario

En México no permite poner dirección, buena experiencia

Diseño de Interfaz

Navegación intuitiva

2.1.3.5. Picker

Diseño

Gestione todas sus ubicaciones y envíos en la misma plataforma. Puede editar y ver las especificaciones de todos los pedidos (Store, 2019).



Figura 20. Diseño de Picker

Nota. vista de la presentación principal. Fuente: (Store, 2019)

Línea Gráfica

Utiliza un símbolo de mensajero para identificar el lado del sistema de entrega del mensaje, al tiempo que indica el origen y el destino. En este caso, el blanco representa el crecimiento y el azul claro da una asociación con la relación y la tranquilidad.

Experiencia del Usuario

El GPS no funciona correctamente, problema con métodos de pago.

Diseño de Interfaz

En iPhone la app se cierra y no es fluido.

2.1.3.6. Airbnb

Diseño

Este *Startup* se ha concentrado en mejorar su diseño para que sea más práctico para el público.



Figura 21. Diseño de aplicación de Airbnb

Nota. en la plataforma se observa los precios de los alojamientos. Fuente: (Google play, 2022)

Experiencia del Usuario

Existe un sinnúmero de comentarios por parte de los usuarios entre los más destacados es que la app funciona bien, tiene excelente distribución.

El mapeo de resultados es una herramienta clave de la mayoría de sitios de viaje. Además, su barra de búsqueda es muy eficiente.

Diseño de Interfaz

Se cierra inesperadamente y al momento de abrirla se congela.

Anteriormente existía una barra de registro y no se podía cerrar.

2.1.3.7. Uber

Diseño

Esta nueva app no sólo presenta un diseño más limpio, sobre todo sin el aspecto tradicional de Google Maps, sino que también emplea inteligencia artificial y datos que alimentan la aplicación cada vez que la utilizas (uber, 2020).

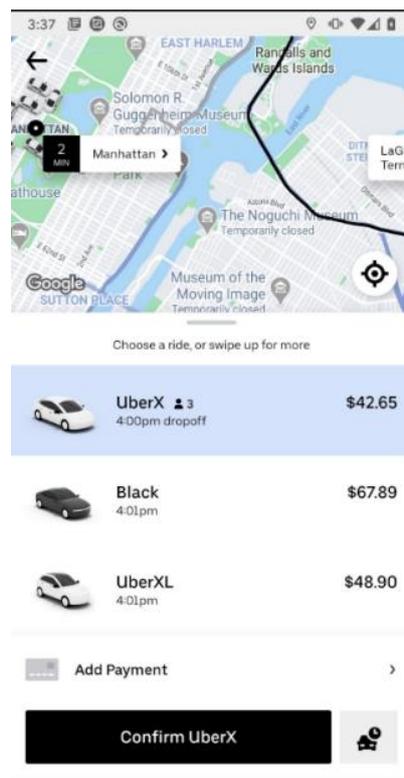


Figura 22. Diseño de Uber

Nota. en la plataforma se observa los precios y la ubicación. Fuente: (Google play, 2022)

Tipografía

Se llama Uber Move y está inspirada en las fuentes del metro de Londres y Nueva York. Está diseñado para "maximizar el uso de todas las aplicaciones sin dejar de ser legible".

Experiencia del Usuario

Los clientes sienten confianza al realizar los pedidos por medio de esta app, valora las opiniones del usuario, la posición del conductor refleja retraso y al momento de cancelar con tarjeta primero descuentan y luego asignan al conductor.

Diseño de Interfaz

Intuitivo al momento de pedir un conductor, la búsqueda de los reclamos es difícil de encontrar.

2.1.3.8. Cabify

Diseño

Los íconos que presenta la aplicación mantienen un mismo patrón el cual hace contraste con el fondo optado por aplicación, tal como se lo indica a continuación.

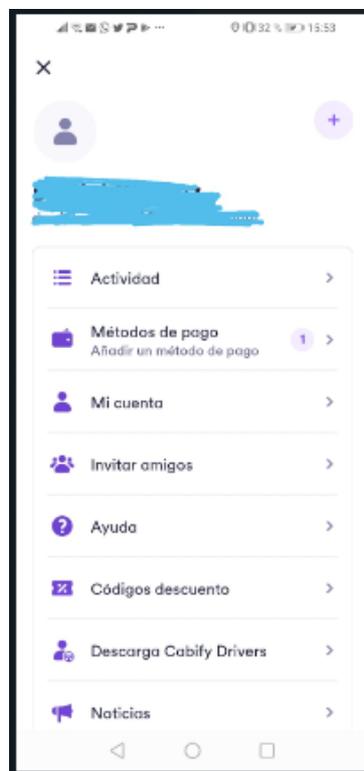


Figura 23. Diseño de Cabify

Nota. imagen referencial de la vista principal de la app. Fuente: (Goggle play, 2022)

Tipografía

Utiliza un tipo de letra sumamente legible y optó por un estilo sobrio que resalta el esquema de la aplicación.

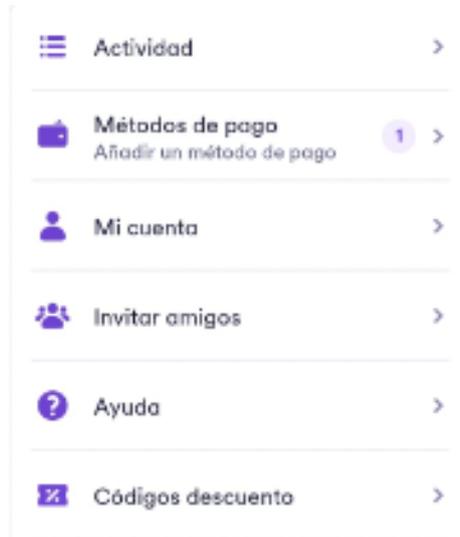


Figura 24. Tipografía de la aplicación de Cabify

Nota. cuadro de opciones que presenta a sus usuarios. **Fuente:** (Goggle play, 2022).

Línea gráfica

El color que más resalta en la plataforma es el morado, el cual está ligado a la creatividad y a la autenticidad.

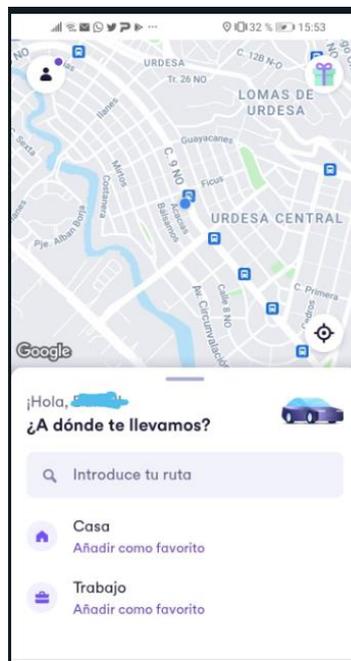


Figura 25. Línea de colores de Cabify

Nota. vista previa de colocar la ubicación y punto de llegada. **Fuente:** (Goggle play, 2022)

Diseño de logotipo

Siguiendo con la filosofía minimalista es importante resaltar que el logo de Cabify se destaca por ser sumamente limpio y esto se lo puede observar en que la elección de la paleta de colores solo se optó dos tonos el morado y el blanco tal como se lo muestra a continuación:



Figura 26. Logo de Cabify

Nota. Logo de la plataforma. Fuente: (Goggle play, 2022)

Experiencia del Usuario

Ilustraciones: Las ilustraciones cada vez abarcan mayor importancia en el UX y UI, ya que los usuarios se sienten atraídos por estos recursos en gran medida. Cabify brinda diversos tipos de ilustraciones de acuerdo a la opción seleccionada, tal como se lo muestra a continuación

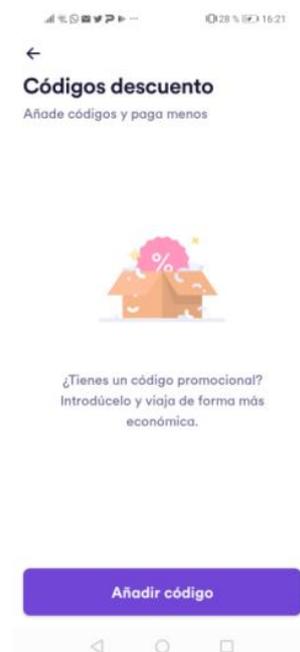


Figura 27. Ilustraciones de Cabify

Nota. demostración de los servicios extras que ofrece la aplicación. Fuente: (Goggle play, 2022)

Diseño de Interfaz

Una de las grandes características que ofrece esta plataforma es visualizar la ruta del auto, lo que le da un mayor dinamismo a la aplicación.

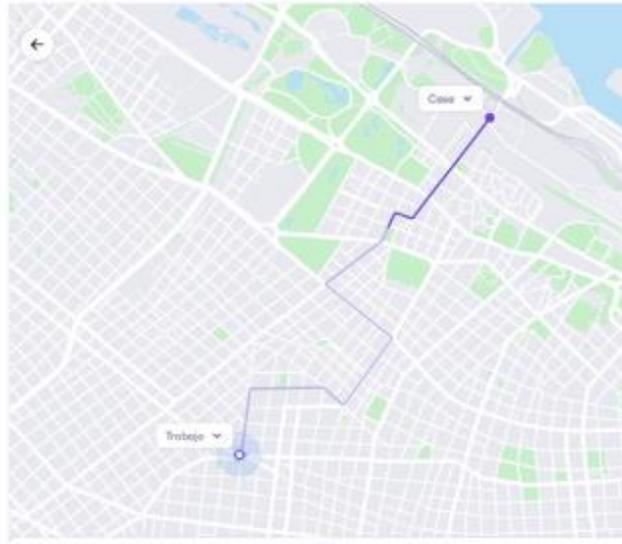


Figura 28. Diseño de interfaz de Cabify
Nota. mapa del punto de llegada y partida. Fuente: (Goggle play, 2022)

2.1.3.9. Nubank

Diseño

Los productos sencillos e intuitivos diseñados para eliminar la complejidad de su vida financiera. No hay papeleo, no hay que hacer nada.



Figura 29. Diseño de Nubank
Nota. imagen representativa de Nubank. Fuente: (Ataka, 2019)

Tipografía

Como dos cintas retorcidas, el cambio que fluye representa el movimiento que nunca se detiene, y el desarrollo que nunca se detiene: el blanco para el crecimiento y la justicia, el morado para la confianza y la verdad.

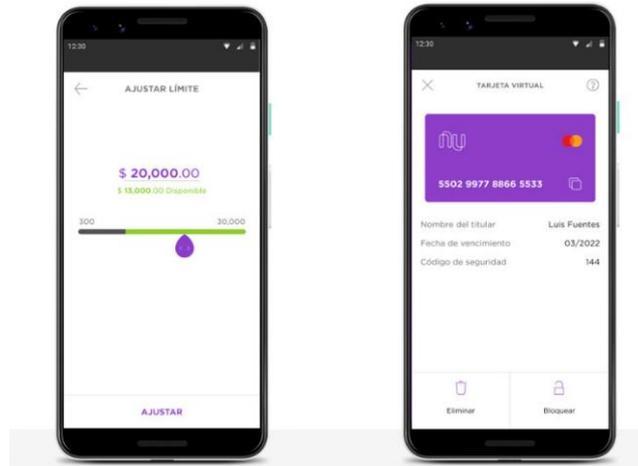


Figura 30. Tipografía de la aplicación Nubank

Nota. vista de la aplicación Nubank en el celular. **Fuente:** (Ataka, 2019)

Experiencia del Usuario

No brinda opción a informes de buró de crédito

Diseño de Interfaz

Intuitivo

2.1.3.10. Lifemiles

Línea Gráfica

Sus iniciales en color rojo con fondo blanco, simple pero memorable, el color significa limpieza, crecimiento y paz, el color rojo asociado a la elegancia y glamour con un cloro ejemplo hacia la alfombra roja.



Figura 31. Diseño de LifeMiles

Nota. Vista de la plataforma LifeMiles. Fuente: (Play, 2020)

Experiencia del Usuario

Los usuarios comentan que tienen la facilidad de gestionar sus millas

Diseño de Interfaz

No es intuitivo y presenta límites.

2.1.4. Identificación de parámetros idóneos

Parámetros idóneos para la mejor experiencia del usuario:

- Diseño relevante y eficiente sin decoraciones que no aportan a la interacción del usuario evitando sobrecarga visual.
- Utilizar un lenguaje familiar comparado con elementos que ya conoce con el que el usuario no se confundirá haciendo la app más natural.
- Visualizar el estado del sistema, se debe mantener actualizado al usuario de lo que está pasando en la app.
- Coherencia con el entorno digital de las otras aplicaciones siguiendo patrones establecidos que ya son estándares para la experiencia del usuario.
- Control total de la pantalla donde se encuentra el usuario brindando ya sea opciones de salida, deshacer o rehacer creando una sensación de libertad.

- Minimizar el uso de la memoria del usuario en la mayor cantidad posible con opciones claras y siendo fácilmente reconocible.
- Prevenir que el usuario caiga en errores humanos usando asistencias, sugerencias, autocompletados y demás alternativas.
- Personalización para mejorar la eficacia del usuario al usar la app dependiendo del uso individual que le da a la app.
- Servicio de guía, ayuda y soporte adicional siempre disponible.
- Asistir al usuario a detectar, identificar y reformar los errores que encuentre.

2.2. Diseño de propuesta

La presente propuesta presenta parámetros a ser usados como lineamientos de soporte para el diseño y creación de aplicaciones *startups*. La propuesta se enfoca en la utilización de herramientas tecnológicas y se basó en el análisis de las características de los *startups* exitosos que actualmente funcionan en el mercado.

Como caso de estudio para presentar la aplicación de los parámetros mencionados se utilizó a la empresa GOGIRL.

2.2.1. Bocetos

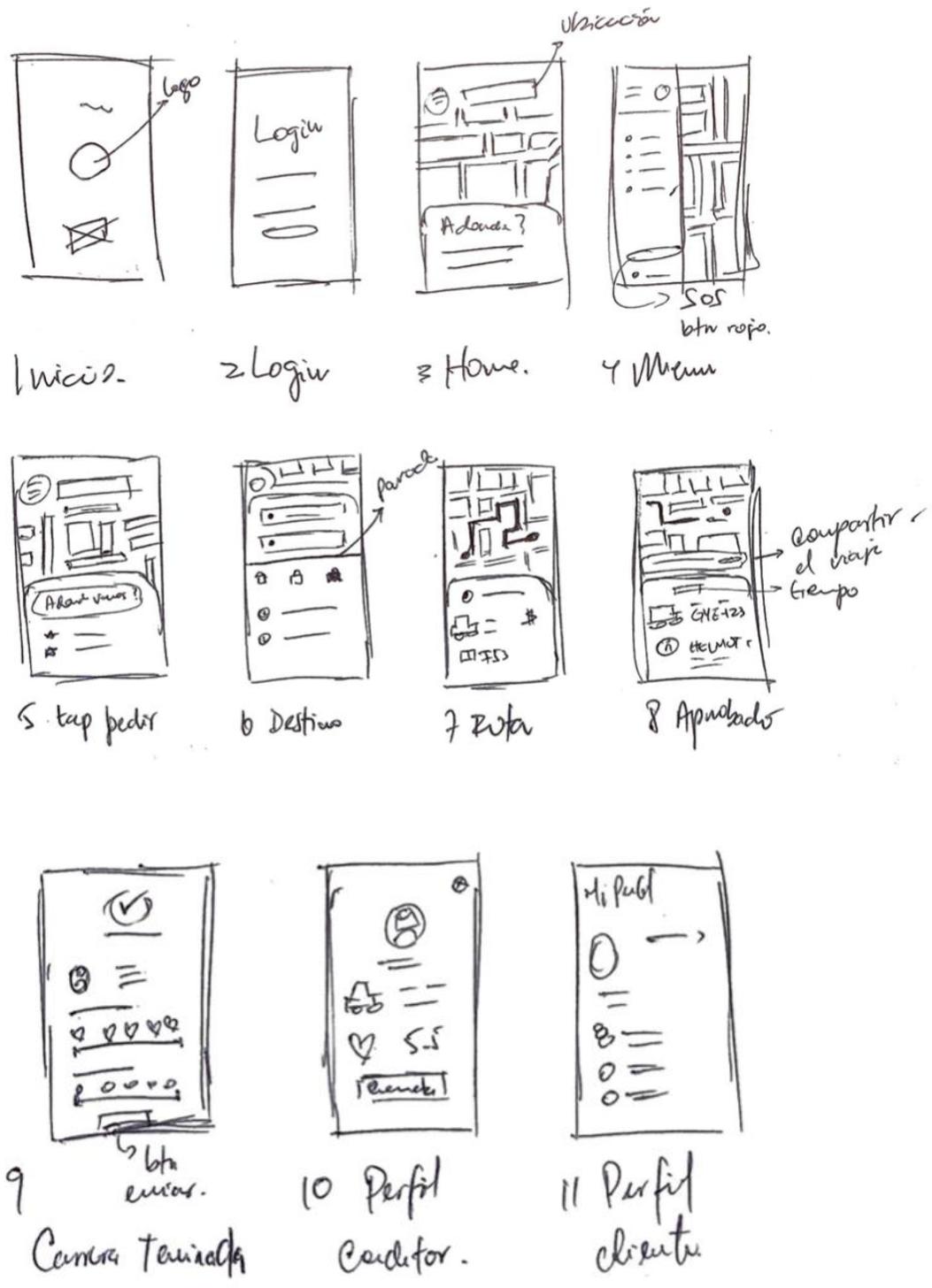


Figura 32. Boceto de diagramación
 Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Definición de línea gráfica

Propuesta de Logotipo usando como color principal un tono magenta y como color secundario el color complementario amarillo mostaza.



Figura 33. Diseño de Logotipo
Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Implementación de parámetros idóneos

2.2.3.1. Diseño relevante y eficiente

Evitar la sobrecarga visual



Figura 34. Diseño de bienvenida
Fuente: Elaboración propia

2.2.3.2. Elementos Familiares

Iconos comparados con elementos del mundo real

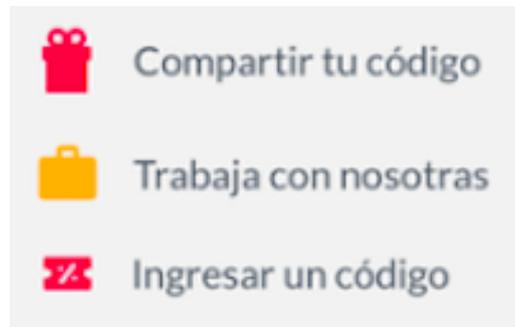


Figura 35. Diseño de iconos

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.3. Visualizar el estado

Pantallas de carga, transiciones, estado de batería y señal.



Figura 36. Diseño de pantalla de carga inicial

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.4. Coherencia digital

Iconos familiares como el conocido menú hamburguesa

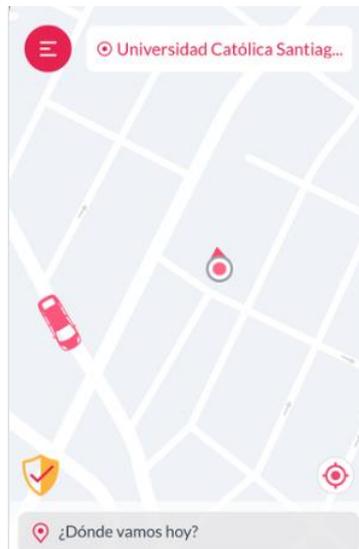


Figura 37. Iconos estándares de Interfaz
Fuente: Elaboración propia

2.2.3.5. Control total

Libertad de navegación con botones de confirmar o regresar y gestos táctiles como deslizar

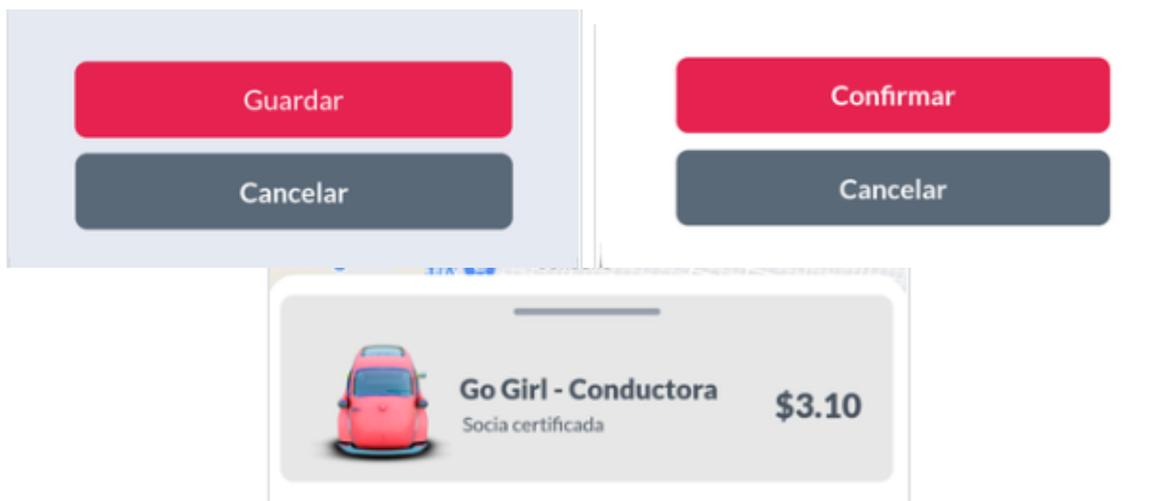


Figura 38. Botones de navegación
Fuente: Elaboración propia

2.2.3.6. Uso de memoria del usuario

Facilitar la lectura de opciones.

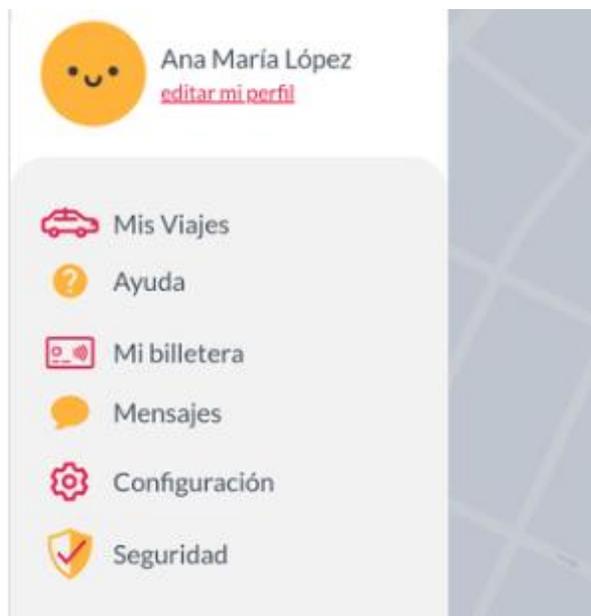


Figura 39. Iconos con soporte de texto

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.7. Prevenir errores

Funciones de autocompletado y búsqueda

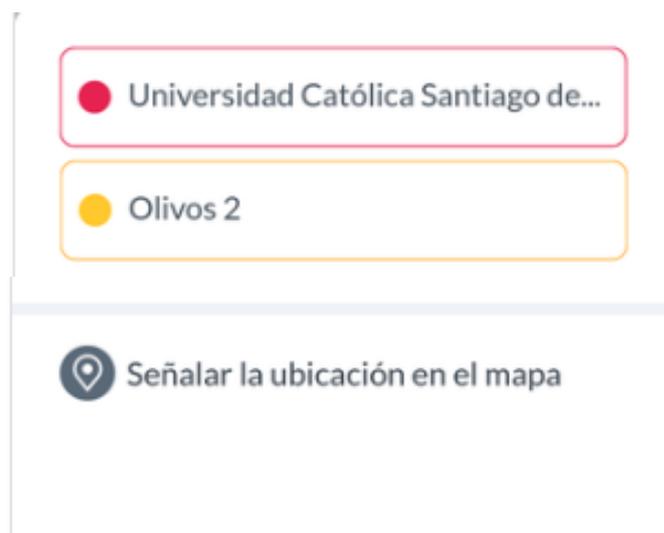


Figura 40. Autocompletados y búsquedas

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.8. Personalización y atajos

Personalización de perfil, ubicaciones recientes y favoritos.



Figura 41. Atajos y personalización de ubicaciones.

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.9. Ayudas y soporte

Funciones de centro de soporte con seguridad de monitoreo en ruta.

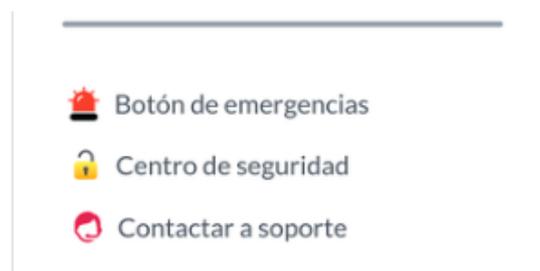


Figura 42. Botones de ayuda y soporte.

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.10. Reporte de errores

El usuario puede detectar e informar sobre errores tanto de uso o de la app.



Figura 43. Reporte de uso.
Fuente: Elaboración propia

2.2.4. Diagramación y distribución de información

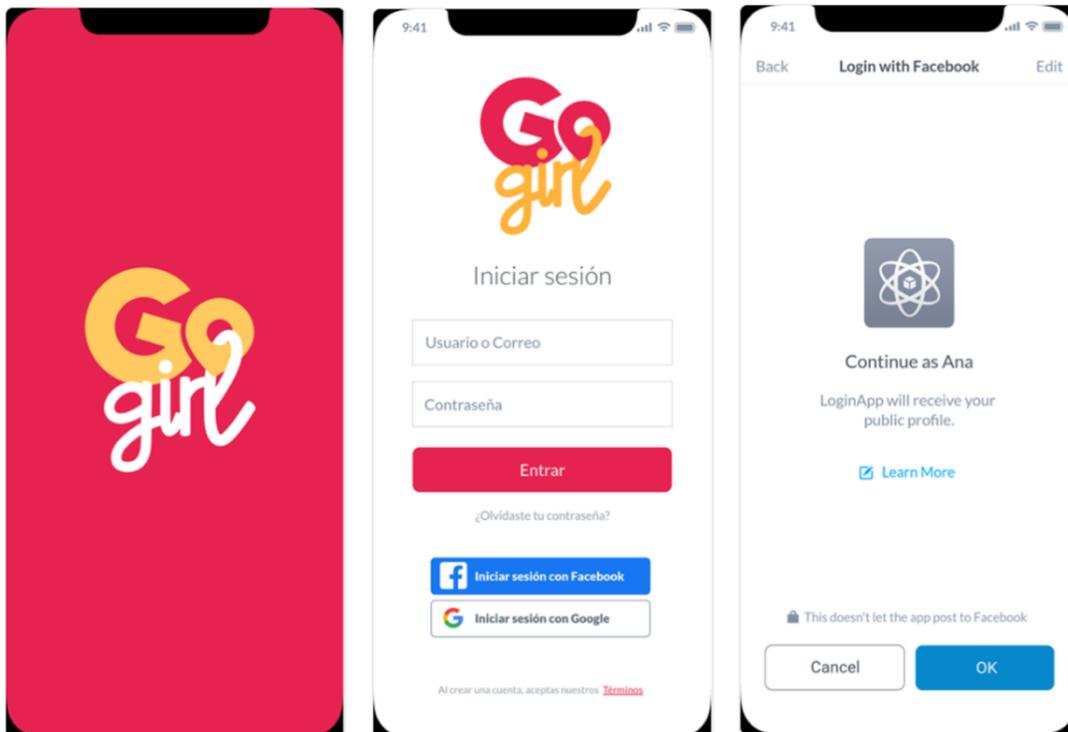


Figura 44. Diagramación de entrada
Fuente: Elaboración propia

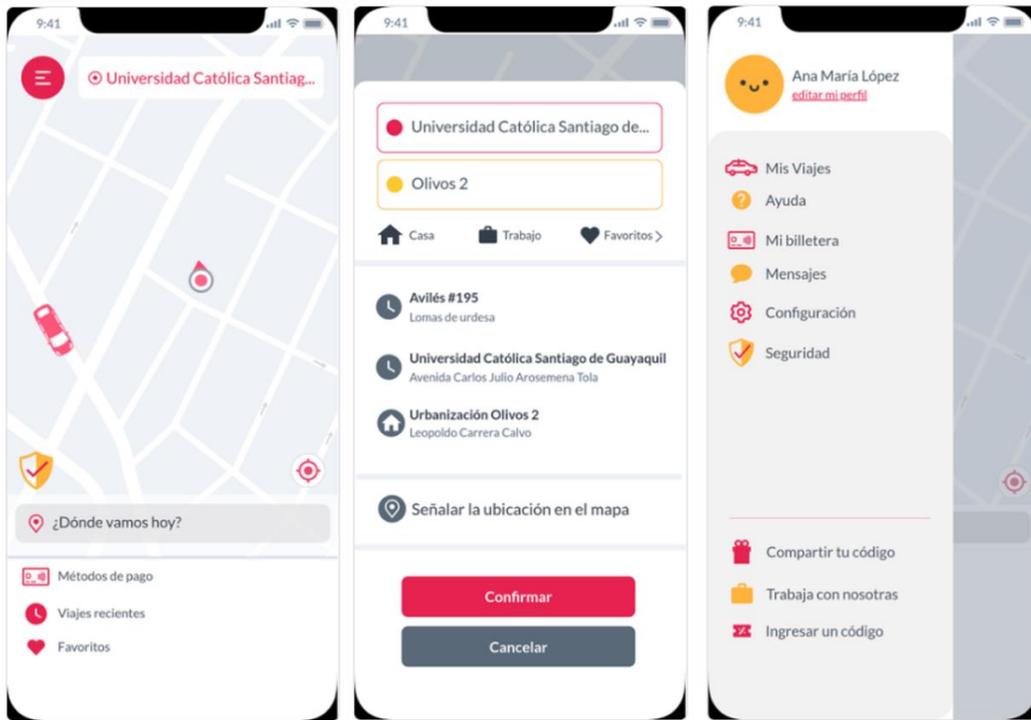


Figura 45. Diagramación de navegación
Fuente: Elaboración propia



Figura 46. Diagramación de métodos de pago
Fuente: Elaboración propia

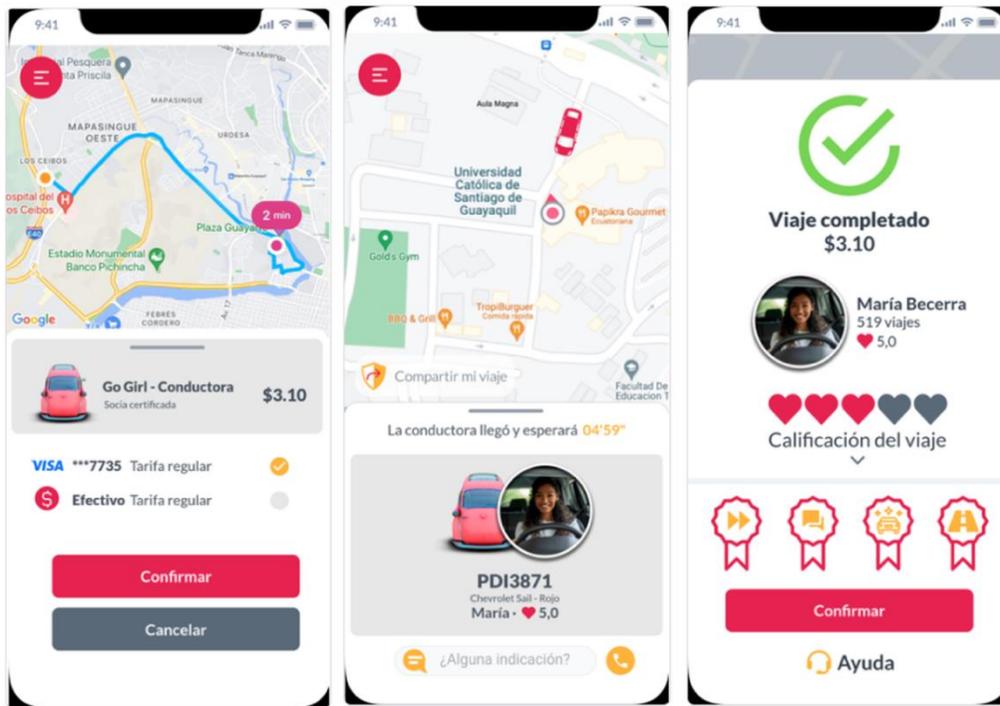


Figura 47. Diagramación de solicitud de viajes
Fuente: Elaboración propia



Figura 48. Diagramación de seguridad
Fuente: Elaboración propia

2.2.5. Especificaciones técnicas

2.2.5.1. Servicios y Recursos utilizados

Para poder alcanzar los resultados esperados en la presente investigación que nos permitieran crear parámetros que sirvan para el diseño de cualquier *Startup* se utilizaron una serie de servicios y recursos tanto en hardware como en software los cuales se detallan a continuación:

Servicio/Recurso	Especificación técnica
Computadora Mac	RAM: 12 Gb Procesador Intel Core i7 Sistema macOS Big Sur tarjeta gráfica Intel HD Graphics 5000
Cuaderno	Espiral A4 universitario sistema Whitelines
Smartphone	iPhone X acceso a internet
Internet	plan hogar 100 Mbps
Software	Adobe illustrator CC2020 Adobe Photoshop CC2020 Marvel App design platform

Tabla 2. Servicios y recursos utilizados

Fuente: Elaboración propia

2.2.5.2. Recomendaciones técnicas

Luego de la etapa en la que se encuentra la propuesta presentada, se recomienda que para un desarrollo óptimo se utilicen las siguientes recomendaciones:

Plataforma	Recomendación	Detalle
Apple iOS	Desarrollo iOS	lenguaje de programación Swift
	Archivo iOS	Formato .IPA
	Compatibilidad	iOS14 o posterior
Android	Desarrollo Android	Sistema Android Studio
	Archivo Android	Formato .SDK
	Compatibilidad	Android 11 o posterior
Hardware	Smartphone	RAM: 4 GB

Tabla 3. Recomendaciones técnicas

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

En la actualidad existen numerosas propuestas de aplicaciones en el medio en la categoría de Startups, basadas en las nuevas tecnologías para la implementación de un modelo innovador. Esta alternativa permite un crecimiento rápido y sostenible en el tiempo para la mayoría de las empresas que lo implementan. Es así que, el presente proyecto contempla la óptima Parametrización y cartelización que permita el óptimo diseño de estas nuevas alternativas.

Como componente primordial del presente estudio, se procedió con la identificación y selección de las aplicaciones que actualmente existen en el mercado donde el modelo Startups sea su estructura base, lo cual permitió además la selección del caso más apropiado para el estudio del proyecto, siendo GoGirl la empresa seleccionada y que corresponde a una empresa de transporte enfocada al género femenino.

A partir de la información levantada, se procedió con la caracterización de los parámetros más idóneos en el diseño de *Startups, mismos que pueden ser aplicables* a diferentes categorías tales como E-commerce, nuevos mercados y transporte.

Se procedió con la definición de las características óptimas a recomendar como estructura base para el diseño apropiado de nuevas propuestas de Startups, donde el manejo de las interfaces de las aplicaciones exitosas estudiadas, fueron la guía formal y visual para la propuesta final del presente estudio, donde se pretende sobre todo definir una estructura básica que pueda acoplarse a una experiencia óptima en plataformas como las móviles.

Para finalizar, es importante considerar que el presente proyecto tomó como caso estudio una app ecuatoriana dirigida a brindar seguridad sobre todo a usuarias del servicio personalizado de taxi, tomando en cuenta en todo momento los parámetros establecidos en esta investigación, permitiendo así el diseño apropiado de una propuesta para móvil.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a lo evidenciado en todo el recorrido de la presente investigación, se plantea sintetizar a continuación algunas recomendaciones relacionadas primordialmente al diseño óptimo de aplicaciones bajo la estructura de Startups.

Como punto inicial, es necesario considerar en nuevas propuestas de Startups la definición del usuario al cuál va dirigido la misma, de este factor dependerá mucho el diseño de la misma, aplicada sobre todo en la definición de la línea gráfica, interfaz y experiencia.

Otro punto a resaltar, es el valor diferencial que tiene la aplicación sobre su competencia al momento de responder a la pregunta ¿Qué hace esta app diferente a otras similares?; a partir de aquí, se debe desarrollar los parámetros correspondientes a la interfaz, donde el diseño de un buen boceto será primordial, debiendo además considerar los parámetros donde se prioriza sobre todo la experiencia – usuario.

Adicionalmente se debe considerar la participación activa por parte del usuario, ya que esta se relaciona directamente con la experiencia participativa e interactiva, que este pueda tener ya que esta será clave para permitir un mejor uso de la aplicación.

BIBLIOGRAFÍA

Ataka. (2019). *Nubank primera tarjeta de crédito del banco 100% digital que promete ser la única gold sin anualidad*. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://www.xataka.com/comercio-electronico/nubank-lanzara-mexico-nu-primera-tarjeta-credito-banco-100-digital-que-promete-ser-unica-gold-anualidad>

Autocasión. (2020-2022). *como funciona cbifi, el chofer a domicilio*. informativo , vocento. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://www.autocasion.com/actualidad/reportajes/como-funciona-cabify-el-chofer-a-domicilio#:~:text=Cabify%20es%20una%20aplicaci%C3%B3n%20de,y%20precio%20relativos%20al%20trayecto>.

Cabify. (2022). *¿Qué es Cabify?* Obtenido de <https://help.cabify.com/hc/es/articles/360021372159--Qu%C3%A9-es-Cabify->

Cámara de Comercio de España. (23 de enero de 2020). Obtenido de *Que es una startup*: <https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-una-startup>

Coba, G. (29 de julio de 2021). *Economía Primicias Ec*. Obtenido de *Primicias Ec*: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inversiones-startups-latinoamerica-negocios-tecnologia/>

Estapé, J. A. (2018). *Shein la tienda china de la ropa barata online que amenaza a Zara, Primark o h&M*. articulo . Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://computerhoy.com/reportajes/industria/que-es-shein-ropa-barata-online-887127>

Faura, R. (2020). *Airbnb renueva su marca*. Obtenido de <https://brandemia.org/airbnb-renueva-su-marca#:~:text=El%20s%C3%ADmbolo%2C%20al%20que%20los,coraz%C3%B3n%20invertido%2C%20pero%20bueno>).

García Luján, J. (abril de 2021). *Inverting: Desarrollo del plan de negocio de una idea de un mundo Fintech*. Obtenido de

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/46539/TFG-%20Garcia%20Lujan%2c%20Javier.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Ghimire, A. (2018). Marketing Plan: A case study of Pizza King Restaurant. *Degree Programme in International Business*. Arcada University of Applied Sciences, Helsinki, Finlandia.

Goggle play. (2022). *Cabify: viajes en auto o taxi*. informativo , app store. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cabify.rider&hl=es_EC&gl=US

González , P. (2021). Una farmacia en línea con enfoque en el servicio. *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/farmacia-linea-enfoque-servicio-emprendedores.html#:~:text=Fue%20Grupo%20Link%20quien%20lider%C3%B3,Guayaquil%20y%20Ciudad%20de%20M%C3%A9xico>.

Google play. (2020). *Shein-compras de moda en línea*. Informativo, Roadget Business PTE. LTD. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zzkko&hl=es_EC&gl=US

Google Play. (2021). *Rappi: super, comida y mas*. informativo. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.grability.rappi&hl=es_EC&gl=US

Google play. (2022). *uber: Viajes económicos*. informativo , Estados unidos. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de https://play.google.com/store/search?q=uber&c=apps&hl=es_EC&gl=US

Hernández jarque, Á. (2018). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO DE UNA STARTUP DE BASE TECNOLÓGICA*. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85139/48595493N_TFG_1499350249297978943009359200021678.pdf?sequence=2

- Jimenez, J. (2022). *Servicios que ofrece Rappi y como adquirirlos*. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://howtocomo.com/es/servicios-ofrece-rappi-adquirirlos-pide-necesites.html>
- More, M. (19 de agosto de 2019). *Qué es la UX y la UI?* Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-la-ux-y-la-ui-analitica-usabilidad/>
- Murcia, C. (2021). *Plan de negocio para la creacion de la aplicacion Multifit*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/21530/Plan-Negocio-Creaci%C3%B3n-Murcia-Carolina-3845-2021.pdf?sequence=1>
- Nubank. (2020). *Que es Nubank?* Obtenido de <https://nu.com.co/>
- Picker. (2018). *¿Qué es Picker?* Obtenido de <https://picker.zendesk.com/hc/es/articles/360004432072--Qu%C3%A9-es-Picker->
- Play, G. (2020). *LifeMiles*. LifeMiles LTD. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mobile.lifemiles&hl=es_EC&gl=US
- Romero Fiol, V. M. (junio de 2017). *Plan de negocio de una start-up universitaria dedicada al diseño de objetos de uso cotidiano que se pueden producir mediante artesanía, la auto fabricación y la producción en serie industrial*. Obtenido de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/110302/Memoria_definitiva_TFG_Victor_Marroquin.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Store, A. (2019). *Picker- tu mensajero*. informativo. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://apps.apple.com/ec/app/picker-tu-mensajero/id1388224990>
- tiendamania. (2019). *Tiendamania, funciones, significado*. informativo. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://tiendamia.com/ar/que-es-tienda-mia>
- Tiendamia. (2020). *¿Qué es tiendamia?* Obtenido de <https://tiendamia.com/ec/que-es-tienda-mia#:~:text=Tiendamia%20es%20una%20tienda%20en,se%20desea%20realizar%20la%20compra.>

- Torres, J. (11 de 01 de 2021). Startups para la prosperidad en Latinoamérica en 2021. *Forbes Colombia*, <https://forbes.co/2021/01/11/red-forbes/startups-para-la-prosperidad-en-latinoamerica-en-2021/>. Obtenido de <https://forbes.co/2021/01/11/red-forbes/startups-para-la-prosperidad-en-latinoamerica-en-2021/>
- TransportaMex. (2020). *¿Cómo funciona Rappi?* Obtenido de <https://transportamex.com/aplicacion/rappi/como-funciona/>
- uber. (2020). *Funcionamiento y uso de la plataforma Uber*. informativo . Recuperado el 22 de 07 de 2022, de <https://help.uber.com/es/riders/article/c%C3%B3mo-funciona-uber?nodeId=738d1ff7-5fe0-4383-b34c-4a2480efd71e>
- Viajala. (2020). *LifeMiles: todo lo que debes saber para ser parte del programa*. Obtenido de <https://viajala.com.co/blog/lifemiles-el-programa-de-viajero-frecuente-de-avianca-taca>
- Wikipedia. (2022). *Uber*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Uber>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **León Prado, Diego Leonardo**, con C.C: # **0930166400** autor/a del componente práctico del examen complejo: **Parametrización para el diseño de aplicaciones Startups, como soporte para la innovación de nuevas empresas** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de septiembre de 2022

f. _____

Nombre: **León Prado, Diego Leonardo**

C.C: **0930166400**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TEMA Y SUBTEMA:	Parametrización para el diseño de aplicaciones Startups, como soporte para la innovación de nuevas empresas	
AUTOR(ES)	León Prado, Diego Leonardo	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lic. Moreno Díaz, Víctor Hugo, Mgs.	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Artes y Humanidades	
CARRERA:	Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Multimedia	
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Multimedia	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de septiembre de 2022	No. DE PÁGINAS: 56
ÁREAS TEMÁTICAS:	Aplicación, Emprendedores, Diseño	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Startups, Emprendimiento, Aplicación móvil	
RESUMEN/ABSTRACT:	El objetivo principal de este proyecto es plantear una forma de diseñar conscientemente para el usuario de apps móviles desde el punto de vista de emprendedores innovadores como lo son los de tipo Startups, con la finalidad de que logren mayor número de descargas y mayor cantidad de usuarios, los mismos que serán demostrados a través de una serie de parámetros que van acorde a la generación que se está desarrollando actualmente con dispositivos móviles, tomando como ejercicio una empresa ecuatoriana de transporte exclusivo para el género femenino, con esto se busca que las nuevas empresas tengan una mayor competitividad y plasmar la idea de su negocio en los usuarios para los que buscan llegar.	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-984889855	E-mail: diegolen13@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Sara Cabanilla Urrea, Mgs.	
	Teléfono: +593-984511945	
	E-mail: sara.cabanilla@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		