

Jango Dot.

Diseño de app
para la gestión de un
concurso de pintxos
pospandemia

Trabajo Fin de Máster

Presentado por: Iker Barba Rodero

Tipo de trabajo: 3

Directora: Rocío Martínez Gómez

Ciudad: Madrid

Fecha: 21/07/2022



Resumen

Jango Dot es un concurso gastronómico de pintxos que lleva organizándose en la comarca del Duranguesado en Bizkaia desde el año 2017. Tras la pandemia, la empresa organizadora se ha encontrado con el problema de cómo realizar la competición. La comarca es un entorno social donde se interactúa directamente al ir de pintxos. Para ello, se propone una solución a través del diseño de una aplicación móvil para gestionar el concurso en un contexto seguro. El objetivo es que el usuario tenga información detallada de los pintxos, localice a los participantes y pueda votar con total garantía. Para este proyecto se propone una metodología centrada en el usuario, un procedimiento iterativo que testea el diseño realizado antes de su implementación. Finalmente, se ha desarrollado una aplicación que garantiza una adecuada gestión del concurso y garantiza una experiencia gastronómica completa.

Palabras claves

Concurso, pintxos, competición, App móvil, Durangaldea

Abstract

Jango Dot is a pintxos contest that has been being organized in the Duranguesado region in Bizkaia since 2017. After the pandemic, the organizing company has encountered the problem of how to carry out the competition. Comarca region is a social environment where people can interact and converse while enjoying pintxos. For this, a solution is proposed through the desing of a mobile application to manage the competition securely. The goal is for the user to have access to detailed information about the pintxos, be able to locate the participants, and can vote with confidence. A user-centered methodology is proposed for this project: an iterative procedure that tests the desing before its implementation. Finally, an application has been developed that guarantees an adequate management of the contest and allows for a complete gastronomic experience.

Keywords

Contest, pintxos, competition, mobile App, Durangaldea

Índice

1. Introducción	10	4. Desarrollo específico de la contribución	38
1.1 Motivación	11	4.1 Briefing del proyecto	38
1.2 Planteamiento del trabajo	11	4.1.1 Acerca de la empresa	38
1.3 Estructura del trabajo	11	4.1.2 Descripción del proyecto	39
2. Marco referencial	14	4.2 Encuesta a usuarios potenciales	42
2.1 Situación de la restauración en contexto pandémico	14	4.2.1 Resultados y análisis de la encuesta	43
2.1.1 Evolución económica del País Vasco	15	4.3 Creación de fichas “persona”	50
2.1.2 Situación actual de Bizkaia	16	4.3.1 Funcionalidades de la app	54
2.2 <i>Benchmarking</i>	17	4.4 Arquitectura de la información	55
2.2.1 Análisis comparativo de marcas de eventos gastronómicos de la comarca del Duranguesado	17	4.5 Desarrollo de imagotipo para app	57
2.2.2 Análisis comparativo de aplicaciones de concursos de pintxos	19	4.5.1 Briefing de la marca Jango Dot	57
2.2.3 Conclusiones del <i>benchmarking</i>	31	4.5.2 Personalidad de la marca	58
2.2.4 Conclusiones finales	32	4.5.3 Mapa conceptual	60
3. Objetivos y metodología	34	4.5.4 <i>Naming</i> : creación del nombre Jango Dot	61
3.1 Objetivos	34	4.5.5 Evolución de la marca	62
3.1.1 Objetivo general	34	4.5.6 <i>Moodboard</i>	63
3.1.2 Objetivos específicos	34	4.5.7 Matriz de metáforas visuales	64
3.2 Metodología	34	4.5.8 Bocetaje del isotipo	65
		4.5.9 Colores de la marca	66
		4.5.10 Isotipo final	67
		4.5.11 Pruebas de tipografía	68
		4.5.12 Tipografía de la marca	69
		4.5.13 Diseño final de imagotipo. Variaciones	70
		4.5.14 Diseño <i>responsive</i>	73

4.6 Desarrollo iconográfico para app.....	74
4.6.1 Referencias	74
4.6.2 Bocetaje	75
4.6.3 Vectorización	75
4.7 Diseño de la aplicación	78
4.7.1 <i>Sketches</i>	78
4.7.2 <i>Wireframes</i>	79
4.7.3 Colores de la aplicación	80
4.7.4 Tipografía de la aplicación	81
4.7.5 Cuerpo iconográfico de la aplicación	81
4.7.6 Desarrollo de pantallas del prototipo	83
4.7.7 Prototipo de la aplicación	94
4.7.8 Enlace al prototipo de la aplicación	94
4.8 Evaluación de la aplicación	95
5. Conclusiones y trabajo futuro	102
5.1 Conclusiones	102
5.2 Trabajo futuro	104
6. Referencias bibliográficas	106
7. Anexos	110
Anexo 1. Resultados de la encuesta.....	110
Anexo 2. Bocetos de la aplicación.....	112
Anexo 3. <i>UX Wireflows</i>	116
Anexo 4. Evaluación de la aplicación	122

Índice de figuras

Figura 1. Estructura del trabajo	12	Figura 20. Imagotipo de Inmediobai S. L.	38
Figura 2. Jango Dot.....	17	Figura 21. Vías de comunicación actuales con el público objetivo.....	40
Figura 3. Jardunaldi gastronomikoak.....	17	Figura 22. Funcionalidades de la app según el <i>briefing</i> de empresa.....	41
Figura 4. Kazuelita lehiaketa.....	17	Figura 23. Género masculino y femenino.....	43
Figura 5. Jan Alai.....	17	Figura 24. Porcentajes por rangos de edad.....	43
Figura 6. Bacalaos Alkorta.....	17	Figura 25. ¿Le gusta ir de pintxos?	44
Figura 7. Logotipo y nombre de las aplicaciones móviles del análisis comparativo <i>benchmarking</i>	19	Figura 26. Cuando va de pintxos, ¿tiene en cuenta que el local tome medidas de precaución tras el inicio de la pandemia?	45
Figura 8. Aplicación “Bizkaiko Pintxo txapelketa”	20	Figura 27. ¿Cree que una aplicación móvil puede facilitarle hacer un recorrido de bares en un concurso de pintxos?	46
Figura 9. Aplicación “De Tapas por Zamora”	21	Figura 28. ¿Estaría dispuesto a votar en un concurso de pintxos a través de una aplicación móvil?.....	46
Figura 10. Aplicación “TapasVLL”	22	Figura 29. ¿Cree que una aplicación móvil puede ser útil para proporcionar fotos, vídeos y características de los pintxos?.....	47
Figura 11. Aplicación “Rutappa”	23	Figura 30. ¿Le parecería útil poder compartir información a través de una app durante el transcurso de un concurso de pintxos?	47
Figura 12. Aplicación “Ponte de Tapas”.....	24		
Figura 13. Aplicación “Tapes per Menorca”	25		
Figura 14. Aplicación “Arabako Pintxoaren Aste Nagusia”	26		
Figura 15. Aplicación “Quedamos de Tapas”.....	27		
Figura 16. Aplicación “Tapas de 10”	28		
Figura 17. Aplicación “Sabores de Ourense”	29		
Figura 18. Fortalezas y debilidades de apps de concursos de pintxos.....	32		
Figura 19. Fases de la Metodología <i>Design Thinking</i>	36		

Figura 31. En caso afirmativo, indique a través de qué redes la compartiría	48	Figura 47. Colores del isotipo.....	66
Figura 32. ¿Consideraría valioso pedir los pintxos de manera anticipada a través de una aplicación?	48	Figura 48. Isotipo final.....	67
Figura 33. Si utilizara una aplicación para disfrutar de una ruta de bares en un concurso de pintxos, ¿qué funcionalidades le gustaría que tuviera?	49	Figura 49. Pruebas de tipografía.....	68
Figura 34. Ficha persona de Aitziber.....	51	Figura 50. Tipografía de la marca.....	69
Figura 35. Ficha persona de Asier.....	52	Figura 51. Diseño final de imagotipo	70
Figura 36. Ficha persona de Kepa.....	53	Figura 52. Imagotipo en fondo blanco y negro.....	71
Figura 37. Funcionalidades de la aplicación.....	54	Figura 53. Variaciones de imagotipo en fondos de colores.....	72
Figura 38. Mapa de navegación	56	Figura 54. Diseño <i>responsive</i> del imagotipo	73
Figura 39. Etapas en el desarrollo de la marca Jango Dot.....	57	Figura 55. Imágenes referenciales de iconos existentes.....	74
Figura 40. Mapa conceptual.....	60	Figura 56. Primeros bocetos de los iconos	75
Figura 41. Análisis del significado de Jango Dot.....	61	Figura 57. Retícula para la creación de los iconos.....	75
Figura 42. Imagotipo del concurso 2017-2019.....	62	Figura 58. Iconos principales creados en la retícula durante el proceso de vectorizado.....	76
Figura 43. Imagotipo del concurso 2020-2022.....	62	Figura 59. Diseño final de iconos principales de la aplicación.....	77
Figura 44. <i>Moodboard</i>	63	Figura 60. Bocetos de las funcionalidades principales de la aplicación.....	78
Figura 45. Proceso de bocetaje del isotipo	65	Figura 61. <i>Wireframes</i> de las funcionalidades principales de la aplicación.....	79
Figura 46. Pruebas de color.....	66		

Figura 62. Colores de la aplicación.....	80	Figura 77. Prototipo de la aplicación.....	94
Figura 63. Silka, tipografía de la aplicación.....	81	Figura 78. Interactividad del prototipo.....	94
Figura 64. Vectorizado en cuadrícula de iconos secundarios de la app.....	82	Figura 79. Pantallas de la app antes y después de las mejoras propuestas.....	100
Figura 65. Diseño final de iconos secundarios de la app.....	82	Figura 80. Boceto de la funcionalidad mapa.....	112
Figura 66. Pantalla de bienvenida del prototipo.....	83	Figura 81. Boceto de la funcionalidad pintxos.....	113
Figura 67. Pantallas de acceso, registro y recuperar contraseña.....	84	Figura 82. Boceto de la funcionalidad pintxos favoritos.....	114
Figura 68. Pantallas de inicio, premiados y bases.....	85	Figura 83. Boceto de la funcionalidad votar.....	115
Figura 69. Pantallas de mapa del prototipo: cómo llegar.....	86	Figura 84. Wireflows de las pantallas de bienvenida, acceso y registros.....	116
Figura 70. Pantallas de mapa: más info, llamar y chat.....	87	Figura 85. Wireflows de las pantallas de inicio, premiados y bases.....	117
Figura 71. Pantallas de pintxos, pintxo Euskal oreo y Rolketa.....	88	Figura 86. Wireflows de las pantallas de mapa general, mapa del pintxo, cómo llegar, descripción, llamar y consultar por chat.....	118
Figura 72. Pantallas de pintxos: descripción, añadir a favoritos, vídeo, compartir, llamar y consultar por chat.....	89	Figura 87. Wireflows de las pantallas de pintxos: descripción, mapa y votar.....	119
Figura 73. Pantallas de pintxos: mapa y votar.....	90	Figura 88. Wireflows de las pantallas de pintxos favoritos: descripción, mapa y votar.....	120
Figura 74. Pantallas de pintxos favoritos: descripción, vídeo, compartir, llamar y consultar por chat.....	91	Figura 89. Wireflows de las pantallas de votar, votar el pintxo popular, valorar y QR.....	121
Figura 75. Pantallas de pintxos favoritos: mapa y votar.....	92		
Figura 76. Pantallas de votar, votar el pintxo popular, valorar y QR.....	93		

Índice de tablas

Tabla 1. Producto interior bruto de la C.A. de Euskadi por territorio histórico. Precios corrientes (miles de euros).....	16
Tabla 2. Análisis comparativo de marcas de eventos gastronómicos de la comarca del Duranguesado	18
Tabla 3. Análisis comparativo de funcionalidades y características de aplicaciones de concursos de tapas y pintxos.....	30
Tabla 4. Personalidad de la marca: si la marca fuera	59
Tabla 5. Personalidad de la marca: gradación de atributos de la marca.....	59
Tabla 6. Matriz de metáforas visuales	64
Tabla 7. Escenarios y tareas elaboradas para la realización del test de usuarios.....	96
Tabla 8. Situación contextual de los test de guerrilla realizados en los bares.....	97
Tabla 9. Análisis de los errores y mejoras obtenidas del primer test de usuarios de guerrilla.....	98
Tabla 10. Análisis de los errores y mejoras obtenidas del segundo test de usuarios de guerrilla.....	99

1 Introducción



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

1. Introducción

La Real Academia Española [RAE] define tapa como “pequeña porción de algún alimento que se sirve como acompañamiento de una bebida”. El pincho “porción de comida tomada como aperitivo, que a veces se atraviesa con un palillo”. Pintxo sería su equivalente en la gastronomía del País Vasco donde ha evolucionado desde lo más sencillo a lo más sofisticado. Principalmente se acompaña de vino o cerveza pudiendo ser también cualquier otra bebida. No solo es habitual encontrarlos en bares del País Vasco. Su consumo se ha extendido a otras comunidades como Cantabria, La Rioja y Navarra, e incluso también se pueden degustar en otras zonas de España.

Según la agencia EFE de noticias multimedia [2021], El Concurso Nacional de Pinchos y Tapas y El Campeonato Mundial de Tapas, que tienen lugar en la ciudad de Valladolid, constatan la importancia del pintxo. Las acepciones son diferentes según los países, *tapa* en España, *platillo* en México o *petisco* en Portugal. El pintxo constituye un pequeño bocado que se puede encontrar en la barra de bares y restaurantes. Supone una experiencia gastronómica con trascendencia internacional de primer nivel en cualquier momento del año.

Por otra parte, conforme al portal económico Statista [2022] se produjo un incremento gradual del número de viviendas con uno o más teléfonos móviles en el periodo comprendido entre 2005 y 2021. Casi un 7% más de casas con telefonía móvil en diez años. Un 97% en 2021 comparado con el 90,7 % del año 2011. Adicionalmente, la hostelería ha ido incrementando el uso de la tecnología en su día a día. La digitalización ha supuesto la renovación y modernización del sector de la restauración permitiendo una gestión más completa de los negocios.

Toda esta tecnología está calando en todos los campos del ámbito hostelero. Los concursos gastronómicos están incorporando la utilización de aplicaciones móviles para hacer más productiva la gestión de los mismos. Todo en aras de garantizar una experiencia más satisfactoria de cara al usuario final. Siguiendo a Ryu et al. [2012] existen tres factores determinantes para garantizar una experiencia gratificante del cliente cuando acude a un restaurante. Estos condicionantes son un servicio de alta calidad, unos alimentos de primera clase y un ambiente físico agradable.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

1.1 Motivación

Jango Dot es un concurso gastronómico de pintxos que lleva organizándose en la comarca del Duranguesado en Bizkaia desde el año 2017 con gran repercusión y afluencia en el ámbito hostelero y de la restauración.

La llegada de la pandemia supuso la suspensión del certamen. El Covid-19 ha cambiado costumbres, ha paralizado la hostelería y ha generado un temor al contacto. De acuerdo con Hostelería digital [2020], el informe “Impacto de Covid-19 en la Hostelería de España” nos revela la debilidad que ha sufrido el sector frente a la pandemia global reciente derivada de la crisis del Covid-19, como márgenes de ingresos reducidos y falta de liquidez. La celebración del concurso Jango Dot tenía lugar con soportes gráficos tradicionales como cartelería, dípticos y panfletos entre otros. La pandemia ha hecho necesaria la digitalización.

La empresa organizadora Inmediobai S. L., se ha encontrado con el problema de cómo gestionar el concurso y en concreto todo el sistema de votación ante las nuevas circunstancias. Un entorno donde está arraigado socialmente “ir de potes y de pintxos”, y se interactúa físicamente de una manera muy directa.

1.2 Planteamiento del trabajo

Para ello se propone una solución a través del diseño de una app para la interfaz del concurso, y gestionar así todo el sistema de votación e información de pintxos y establecimientos participantes. Se facilita así la afluencia del público de una manera segura con el fin de garantizar una experiencia de usuario completa en un contexto pandémico. La configuración del prototipo resultaría innovadora en la comarca donde tradicionalmente se han realizado otros eventos de esta índole de una manera convencional y analógica.

1.3 Estructura del trabajo

El presente trabajo se ha estructurado en cinco capítulos que pasan a ser descritos a continuación:

Primeramente, se introduce el trabajo de investigación justificando la novedad del proyecto y presentando los motivos que se argumentan para la realización del mismo. Un segundo capítulo en el que se hará una descripción de la situación actual de la hostelería en el contexto de la pandemia.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

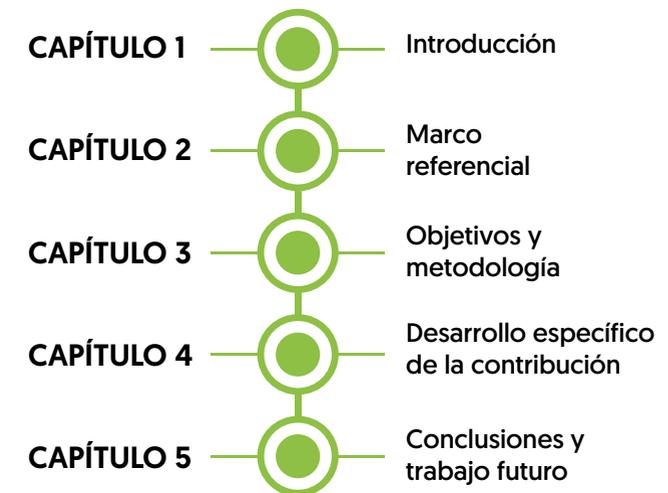
Se estudian los diferentes eventos gastronómicos de la comarca del Duranguesado donde tiene lugar el concurso de pintxos Jango Dot. Se realiza una comparativa de sus características más destacadas. Para terminar, se analizan las principales aplicaciones de concursos de pintxos y tapas del mercado. En el tercero se abordan los objetivos, primero el general y luego los específicos. También, se establece la metodología a llevar a cabo para desarrollar el trabajo.

Teniendo en cuenta todo lo anterior en el cuarto capítulo se desarrolla toda la aplicación. Esto comprende la realización de un *briefing* inicial para conocer las necesidades de la empresa impulsora del proyecto. Seguidamente, la elaboración de encuestas para comprender al usuario potencial de la aplicación. Continuando con la construcción de fichas “persona”, donde se plasmarán los datos obtenidos tras la investigación realizada previamente. De ahí, se obtendrán los *insights* que servirán de base para crear la arquitectura de información.

El siguiente paso es la construcción de prototipos de baja y alta fidelidad. Esto comprende desde la elaboración de *wireframes* hasta la realización final de un prototipo funcional. Para configurar el diseño visual se realizará un rediseño de la marca

adaptándola a los nuevos tiempos y respetando los valores y la personalidad de la misma. Se concluye esta etapa elaborando un test de usuarios para evaluar la funcionalidad de la aplicación. Por último, en el quinto capítulo se presentarán las conclusiones teniendo en cuenta los objetivos planteados. Como cierre final se marcarán las líneas a desarrollar en el futuro.

Figura 1. Estructura del trabajo.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

2 Marco referencial



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

2. Marco referencial

En el presente proyecto se han realizado dos tipos de estudio. Una primera aproximación a la situación de la restauración en el contexto pandémico actual en el territorio español. Se ha profundizado en el País Vasco y más concretamente en Bizkaia, el área donde tiene lugar el concurso de pintxos en la comarca del Duranguesado. Se efectúa un análisis de la evolución de las principales variables económicas en los últimos tiempos.

Por otro lado, se han realizado análisis comparativos a través de técnicas de *benchmarking* tanto de los principales concursos de pintxos de la comarca, como de las aplicaciones digitales de eventos gastronómicos celebrados en España.

2.1 Situación de la restauración en contexto pandémico

Según Balluerka et al. (2020), la crisis producida por la pandemia del Covid-19 puede tener consecuencias a nivel psicológico que pueden perdurar en el tiempo y estancarse de manera permanente.

El sector servicios, en concreto la hostelería y restauración, son determinantes en el curso de la economía española. Los bares y restaurantes forman parte del patrimonio cultural y gastronómico del país.

Conforme al estudio realizado por de Pedraza y Vicente (2021), la decisión de las administraciones que permitieron mantener cierta apertura de bares y restaurantes ayudó a paliar el efecto negativo que la pandemia produjo en el ciudadano. Se constató que los efectos adversos no tenían una relación directa con la situación personal del individuo.

En lo que concierne a la cifra de negocios dentro del sector servicios, el Instituto Nacional de Estadística (INE) en un informe en el primer trimestre de 2022, sitúa a la hostelería española con un crecimiento del 101,7 %. Esta cifra sitúa a la hostelería por encima de otros servicios como actividades administrativas y servicios auxiliares, transporte y almacenamiento, actividades profesionales, científicas y técnicas o el sector de la información y las comunicaciones.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

2.1.1 Evolución económica del País Vasco

Euskadi es un territorio con un gran patrimonio cultural y una amplia tradición gastronómica. La pandemia ha afectado negativamente a bares y restaurantes en el número de visitantes. La climatología tampoco ayuda al contar con un verano no tan cálido como otras regiones.

Partiendo de esta situación, el acta de la Asamblea General Ordinaria que presenta la Asociación de Hostelería de Bizkaia (2021), indica que se produjo un descenso en las ventas de locales de restauración de un 42% del año 2019 al 2020. La pandemia ha afectado negativamente en las cifras económicas y ha modificado el comportamiento de los clientes de hostelería, demandando espacios de consumo más abiertos.

De acuerdo al Instituto Vasco de Estadística, Eustat (2022), en el último trimestre del año 2021 en la hostelería vasca se ha generado un crecimiento de las ventas del 44,8 %. Esa recuperación se ha producido en las tres provincias siendo en Álava del 16,1 %, más de tres puntos con respecto a Bizkaia y Gipuzkoa.

Referente al producto interior bruto (PIB), la recuperación en la Comunidad Autónoma Vasca ha sido de un 5,6% con respecto al año 2021. Dentro del sector servicios, el área de Comercio, Hostelería y Transporte ha registrado un aumento del 12,2 % en el primer trimestre de 2022 en comparación al primero de 2021.

Todos estos datos muestran una recuperación gradual en el ámbito económico en relación con el primer golpe de la pandemia en 2020. La hostelería necesita del movimiento de personas y la demanda de servicios. La organización de eventos gastronómicos resulta un gran apoyo para bares y restaurantes en orden a promover el movimiento de personas y el consumo por parte de los consumidores.

La creación de una aplicación para gestionar la organización del concurso de pintxos en la comarca vasca, ayudará a facilitar al usuario la participación en el mismo. También, servirá como motor para impulsar la recuperación en términos económicos tras el periodo de crisis actual generado por la pandemia del Covid-19.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

2.1.2 Situación actual de Bizkaia

Conforme a la Asociación de Hostelería de Bizkaia (2021), la disminución de un 5% del empleo en el sector de la hostelería a finales del 2020 es una de las primeras consecuencias derivadas de la pandemia en comparación al año 2019.

A pesar de este antecedente de empeoramiento en el sector servicios en un primer momento, se va avanzando lentamente hacia una recuperación de la economía local. Una de las medidas más aplaudidas por las asociaciones del sector hostelero son las propuestas desde algunos ayuntamientos para fomentar el consumo. Esto se lleva a cabo a través de bonos para gastar en bares y restaurantes. Un síntoma más de que la recuperación de la hostelería camina en una buena dirección con el apoyo de iniciativas gastronómicas de toda índole.

De acuerdo a los acontecimientos descritos, la celebración de concursos de pintxos locales tiene lugar para sumar esfuerzos en beneficio de la reactivación económica del sector de la restauración. Según muestra Eustat (2022), Bizkaia es la provincia del territorio vasco con un mayor PIB en 2021 con una cifra de 39.003.275 [miles de euros] en comparación de sus vecinas

Álava y Gipuzkoa. Como se observa en la Tabla 1, las tres provincias recogen datos superiores en 2021 con respecto al año anterior, siendo Bizkaia la que más aumenta de un año a otro.

Tabla 1. Producto interior bruto de la C.A. de Euskadi por territorio histórico. Precios corrientes [miles de euros].

	2020	2021
C.A. de Euskadi	71.528.127	77.300.228
Araba / Álava	11.238.482	12.215.062
Bizkaia	36.181.562	39.003.275
Gipuzkoa	24.108.083	26.081.891

Fuente: Instituto Vasco de Estadística (Eustat), 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

2.2 Benchmarking

2.2.1 Análisis comparativo de marcas de eventos gastronómicos de la comarca del Duranguesado

Como se observa en la Tabla 2, mediante una comparativa se han reflejado la difusión y presencia, tanto en soportes gráficos tradicionales como en medios digitales de los concursos de pintxos de la comarca del Duranguesado. La información se ha obtenido a través del contacto con el departamento de cultura

de los ayuntamientos organizadores o asociaciones al frente de los mismos. La empresa Inmediobai S. L. para la que se realiza el presente proyecto, ha proporcionado la imagen de su marca Jango Dot para el estudio y la comparativa con los eventos gastronómicos de la comarca. En las Figuras 2, 3, 4, 5 y 6, se muestran algunas piezas gráficas en soportes físicos con los que cuentan las cinco marcas de concursos de pintxos locales del Duranguesado.

Figura 2. Jango Dot.



Fuente: Inmediobai S. L., 2018.

Figura 3. Jardunaldi gastronomikoak.



Fuente: Asociación G. Lobiano, 2021.

Figura 4. Kazuelita lehiaketa.



Fuente: Asociación Gastronómica Lobiano, 2022.

Figura 5. Jan Alai.



Fuente: Ayuntamiento de Amorebieta-Etxano, 2020.

Figura 6. Bacalaos Alkorta.



Fuente: Ayuntamiento de Eibar, 2021.

Tabla 2. Análisis comparativo de marcas de eventos gastronómicos de la comarca del Duranguésado.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

			Publicidad convencional		Publicidad digital				Redes sociales					Ediciones	
	MUNICIPIO	CONCURSO	CARTELES	PANFLETOS	VÍDEOS	BANNERS	WEB	APP	INSTAGRAM	TWITTER	FACEBOOK	YOUTUBE	OTROS	ÚLTIMA	PRÓXIMA
Jango Dot	Durango Iurreta Abadiño Zaldibar	Pintxos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	2020	2022
Jardunaldi gastronomikoak	Ermua	Pintxos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	2021	—
Kazuelita lehiaketa	Ermua	Cazuelitas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	2022	—
Jan Alai	Zornotza	Pintxos	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	2019	—
Bacalaos Alkorta	Eibar	Pintxos Bacalao	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	2021	—

Fuente: Elaboración propia, 2022.

● = Sí ● = No

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

2.2.2 Análisis comparativo de aplicaciones de concursos de pintxos

Se ha realizado una comparativa de las características y funcionalidades de las principales apps de concursos de pintxos a través de un *benchmarking*. Como resultado de este estudio, se han podido reflejar las debilidades y fortalezas de las aplicaciones. Para descargar las aplicaciones se han realizado búsquedas tanto en Apple Store como en Google Play, la primera para dispositivos iOS y la segunda para Android, de aplicaciones que incluyeran palabras clave como “concurso”, “pintxos”, “tapas” y “competición” entre otras. Algunas de estas

apps solo están activas durante la celebración del evento. Para poder completar la investigación se ha recurrido a fuentes adicionales del tipo páginas web, departamento de cultura en ayuntamientos y artículos de prensa. El estudio se ha llevado a cabo a través de la navegación en las aplicaciones descargadas para observar su funcionamiento y determinar así las particularidades más destacadas de las mismas. En la Figura 7, se presentan los iconos específicos de cada aplicación seleccionada entre diferentes puntos de la geografía española. En la Tabla 3 de la página 30, se reflejan las características y funcionalidades de las apps como resultado de la exploración efectuada para este proyecto.

Figura 7. Logotipo y nombre de las aplicaciones móviles del análisis comparativo benchmarking.



Fuente: Plataformas de Apple Store, Google Play y páginas web de los concursos, 2022.

○ Introducción

● Marco referencial

○ Objetivos y metodología

○ Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

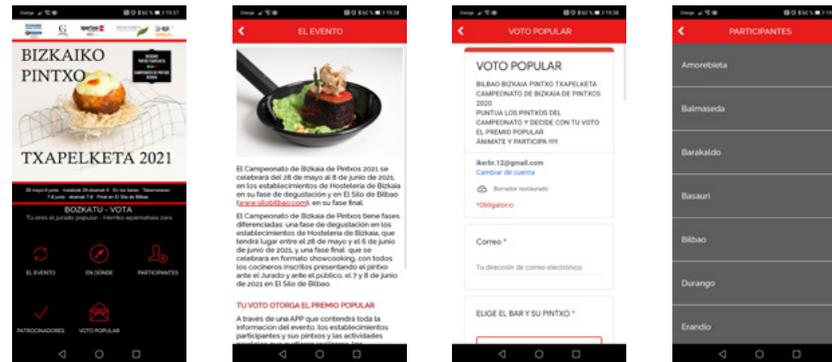
○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Bizkaiko Pintxo Txapelketa

Bizkaiko Pintxo Txapelketa es un campeonato de pintxos celebrado en la provincia vasca de Bizkaia. Cuenta con una app propia que se descarga desde la página web del concurso, campeonatodebizkaidepintxos.com, a través del móvil. No es necesario un registro previo. Aunque la aplicación mantiene algunas informaciones en euskera la navegación es íntegramente en castellano.

Figura 8. Aplicación "Bizkaiko Pintxo txapelketa".



Fuente: campeonatodebizkaidepintxos.com, 2021.

Fortalezas

- Listado de todos los competidores por municipios bien jerarquizado.
- Cuenta con un buscador para localizar a los participantes.
- Facilita el voto popular puntuando en escala del 1 al 10.

Debilidades

- Faltan datos de descripción de los pintxos.
- La semántica asociada a la marca no es clara. Poco contraste visual de los iconos sobre el fondo de la app.
- No garantiza que se pruebe el pintxo para votar.
- La app solo en castellano en una zona bilingüe.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas

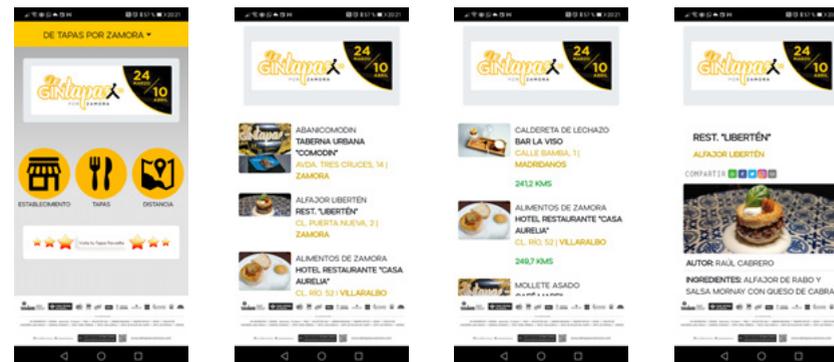


Anexos

De Tapas por Zamora

De Tapas por Zamora está organizado por la Asociación Zamorana de Empresarios de la Hostelería (Azehos). La app está disponible para los sistemas operativos iOS y Android. No es necesario un registro previo. Cuenta con un diseño visual destacado en sus iconos y poco contrastado en su logo identitario, que se mantiene constante en la navegación a través de las diferentes pantallas.

Figura 9. Aplicación "De Tapas por Zamora".



Fuente: Its Duero, 2022.

Fortalezas

- Posibilidad de compartir en redes sociales.
- A través de cualquier icono del menú central se puede acceder a la votación.
- Información completa y detallada de los pintxos.
- Enlace directo a web y redes de bares y restaurantes.

Debilidades

- Falta de contraste e integración del botón de votación.
- El voto popular no es decisorio en ninguna categoría.
- No garantiza que se pruebe el pintxo para votar.

○
Introducción

●
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

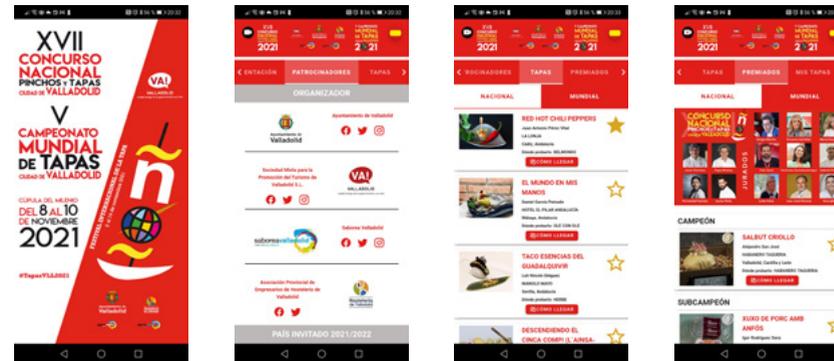
○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

TapasVLL

TapasVLL es una aplicación desarrollada para gestionar el Concurso Nacional de Pinchos Y Tapas y el Campeonato Mundial de Tapas de Valladolid. La navegación se produce de una manera intuitiva. No es necesario un registro previo. La imagen de marca asociada al certamen está consolidada y aunque dispone de un buen contraste visual su isotipo tiene algunos elementos confusos. La app está disponible para descargar en Apple Store y Google Play.

Figura 10. Aplicación "TapasVLL".



Fuente: TPM digitales, 2021.

Fortalezas

- Listado de premiados por diferentes categorías.
- Contenido bien estructurado con una doble categorización en nacional e internacional.
- Videos explicativos de la elaboración de los pintxos.
- Galería de fotos de las tapas elaboradas para el certamen.
- Canal de vídeos y noticias relacionadas con el campeonato.
- Disponible en inglés y castellano.
- Permite crear lista de favoritos.

Debilidades

- Posibilita valorar la tapa sin validez como voto popular.
- No garantiza que se pruebe el pintxo para valorar la tapa.
- No comparte redes sociales de bares y restaurantes.

○ Introducción

● Marco referencial

○ Objetivos y metodología

○ Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

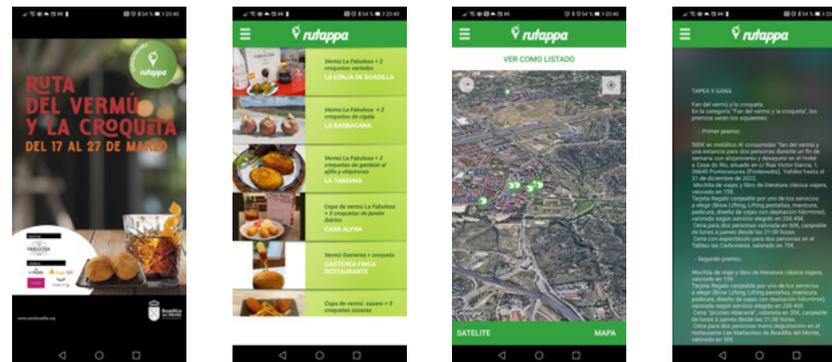
○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Rutappa

Rutappa es una app creada para la organización de eventos gastronómicos. No es necesario un registro previo. Se puede encontrar en las plataformas de Apple Store y Google Play. Solo funciona con el voto popular y dispone de un menú hamburguesa desplegable con iconos y nombres fácil de manejar.

Figura 11. Aplicación "Rutappa".



Fuente: Retalis Media sl, 2021.

Fortalezas

- Garantiza la estancia en el local para valorar la tapa validando un código.
- Cuenta con una imagen de marca limpia y clara.
- Permite compartir en redes sociales entre los consumidores.

Debilidades

- No se pueden crear listas de tapas favoritas.
- No facilita el acceso a las redes sociales de los locales.
- No enumera un listado de los concursos de tapas futuros.

○ Introducción

● Marco referencial

○ Objetivos y metodología

○ Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

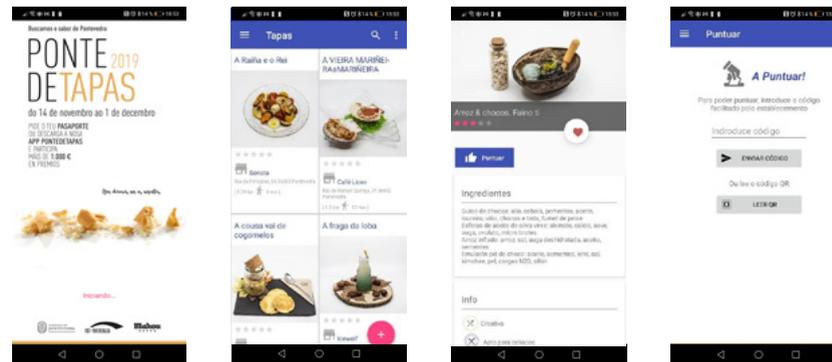
○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Ponte de Tapas

Ponte de Tapas es una app diseñada para la celebración del concurso de tapas efectuado en la ciudad de Pontevedra. De funcionamiento sencillo, solo se puede descargar en Google Play. Es necesario registrarse y está disponible en ambos idiomas, gallego y español. Utiliza un único voto popular y el menú hamburguesa superior es simple y de fácil comprensión.

Figura 12. Aplicación "Ponte de Tapas".



Fuente: Emilio Rdg, 2019.

Fortalezas

- Dispone de un buscador para elegir entre tres categorías, tradicional, creativa y cócteles.
- Propone opciones para veganos, vegetarianos y celíacos.
- Proporciona dos métodos seguros de votación, por código y escaneando el QR.
- Bilingüe en gallego y español.

Debilidades

- No hay un logo identitario vinculado a la competición.
- No posibilita compartir información con otros usuarios.
- No facilita redes sociales de los participantes.

○ Introducción

● Marco referencial

○ Objetivos y metodología

○ Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

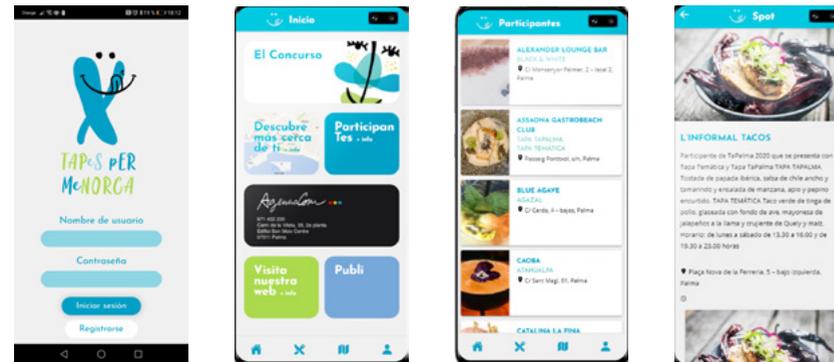
○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Tapes per Menorca

Tapes per Menorca es una app para gestionar el concurso de tapas que tiene lugar en la isla española de Menorca. Existen dos modalidades, el concurso, que no es obligatorio, y la ruta. La competición se divide en dos categorías, tapa libre y tapa temática. Los establecimientos participan en ambas categorías. Es necesario registrarse y solo puede descargarse para Android en Google Play.

Figura 13. Aplicación "Tapes per Menorca".



Fuente: AgenciaCom, 2021.

Fortalezas

- Elementos de diseño visual alegres y frescos acordes con la geolocalización de la isla.
- Todo lo relativo a las tapas especificado de manera precisa.
- Utiliza las lenguas cooficiales.

Debilidades

- El menú inferior de iconos sin nombres puede generar cierta confusión.
- No hay un voto popular ni se valora la tapa. El jurado es profesional.

○
Introducción

●
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Arabako Pintxoaren Aste Nagusia

Arabako Pintxoaren Aste Nagusia es un campeonato de pintxos celebrado en la provincia vasca de Álava. La app relativa al concurso se descarga desde la web www.semanadelpintxodealava.com, directamente desde el móvil. No es necesario registrarse. Aunque la web está disponible en euskera y en castellano, la app solo mantiene algunas informaciones en ambos idiomas.

Figura 14. Aplicación "Arabako Pintxoaren Aste Nagusia".



Fuente: semanadelpintxodealava.com, 2021.

Fortalezas

- Fácil acceso a los participantes organizados alfabéticamente.
- Posibilita el voto en una escala amplia del 1 al 10.
- Dispone de un buscador para localizar a los competidores.

Debilidades

- Poca información referente a los pintxos.
- No garantiza que se pruebe el pintxo para votar.
- La app no es totalmente bilingüe.
- Aunque los elementos visuales contrastan bien, hay demasiados iconos pudiéndose agrupar.

○
Introducción

●
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

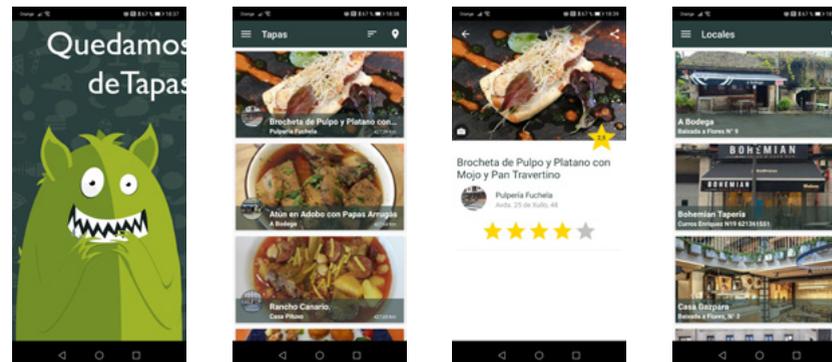
○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Quedamos de Tapas

Quedamos de Tapas es una aplicación configurada para encontrar concursos de tapas en diferentes puntos geográficos. No requiere registrarse previamente. Se puede configurar para ambos sistemas operativos, iOS y Android. Su interfaz resulta intuitiva y de fácil aprendizaje. Cuenta con una navegación sencilla a través del menú hamburguesa superior.

Figura 15. Aplicación "Quedamos de Tapas".



Fuente: Taptil, 2022.

Fortalezas

- Ordena las tapas por valoración, proximidad o alfabéticamente.
- Plurilingüe: inglés, gallego y español.
- Contiene un canal de noticias propio.
- Informa sobre la presencia de alérgenos.
- Diferencia entre concursos activos y finalizados.

Debilidades

- No permite votar.
- No asegura permanecer en el local participante para hacer una evaluación de la tapa.
- El diseño visual no es acorde a una aplicación gastronómica.

○
Introducción

●
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

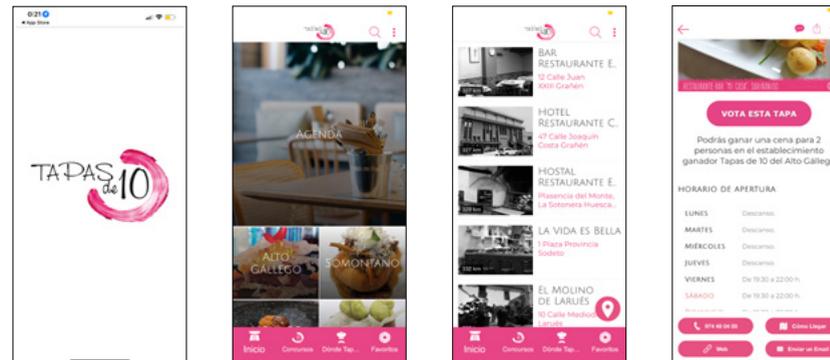
○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Tapas de 10

Tapas de 10 es una aplicación creada por la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la provincia de Huesca para disfrutar de las tapas en la ciudad que te encuentres de la provincia. No necesita de registro previo y está disponible solo para Apple Store. Su funcionamiento es manejable y accesible. App muy completa, con buen diseño visual y notable evaluación en la plataforma.

Figura 16. Aplicación "Tapas de 10".



Fuente: Marketing Divertido S.L., 2020.

Fortalezas

- Permite escribir comentarios y enviarlos.
- Contiene información sobre los alérgenos alimentarios.
- Geolocalización a través de Apple Maps y Google Maps.
- Unifica la identidad corporativa de los concursos de tapas de la provincia.
- Permite compartir las tapas con usuarios en redes sociales.
- Contacto con bares y restaurantes por diferentes canales de comunicación.

Debilidades

- No asegura la presencia en bares para puntuar la tapa.
- Solo disponible para el sistema operativo iOS.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas

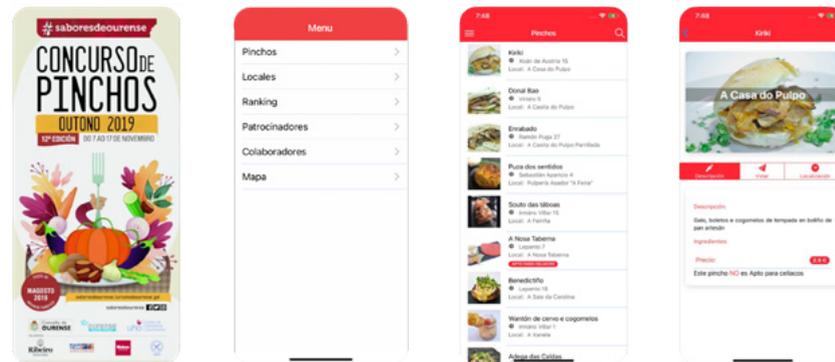


Anexos

Sabores de Ourense

Sabores de Ourense es el nombre de la aplicación para disfrutar del concurso de pintxos en la ciudad de Ourense. Aunque la aplicación mantiene algunas informaciones en gallego la navegación es íntegramente en castellano. Su acceso es sin registro previo. La navegación es simple y con buen contraste visual. La iconografía asociada a la app es apropiada.

Figura 17. Aplicación "Sabores de Ourense".



Fuente: Oscar Barba Seara, 2019.

Fortalezas

- Información destacada para celíacos.
- Secciones centrales tipo botonera bien categorizadas para informar, votar y localizar los pintxos.
- Buscador para seleccionar los pinchos participantes.

Debilidades

- Faltan datos de horarios de elaboración de los pintxos.
- La app solo en castellano en una población bilingüe.
- Falta iconografía en el menú hamburguesa principal.

Tabla 3. Análisis comparativo de funcionalidades y características de aplicaciones de concursos de tapas y pintxos. Fuente: Elaboración propia, 2022.

● = Sí ● = No

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Funcionalidades y características de aplicaciones de concursos de tapas y pintxos																				
	Mapa	Horario de elaboración de las tapas	Geolocalización	Integración con Google Maps	QR	Información para celiacos y alérgenos	Redes sociales	Compartir en redes	Ranking de premiados	Favoritos	Permite votar	Descripción de tapas	Videos	Noticias	Enlaces a páginas web	Más de un idioma	Buscador	Registro	Buzón de sugerencias	Garantiza estancia en el local
Bizkaiko Pintxo txapelketa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
De Tapas por Zamora	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
TapasVLL	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Rutappa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Ponte de tapas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Tapes per Menorca	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Arabako Pintxoren Aste Nagusia	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Quedamos de Tapas	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Tapas de 10	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sabores de Ourense	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

2.2.3 Conclusiones del *benchmarking*

Tras el análisis realizado de la investigación del *benchmarking* se pueden determinar las características y funcionalidades más importantes que se han observado en la mayoría de las aplicaciones estudiadas.

Por una parte, del análisis de las marcas locales de concursos de pintxos, todas sin excepción, carecen de una aplicación móvil para gestionar el concurso. La mayoría cuenta con los soportes gráficos tradicionales para difundir la información relativa al concurso vía cartelería, *flyers* o programas de mano. La marca Jango Dot impulsora de este estudio es la única de la comarca que cuenta con redes sociales propias. También destaca por tener página web. El formato vídeo se presenta en todas las marcas con acciones promocionales en reportajes o informativos de ámbito local. Además, la publicidad a través de *banners* se desarrolla tanto en esta última como en el certamen *Jan Alai* celebrado en la localidad de Amorebieta-Etxano.

Por otro lado, del análisis realizado a través de la navegación de las distintas aplicaciones de concursos de tapas y pintxos se concluyen los siguientes resultados:

Todas parten de las categorías “estilo de vida” o “comida y bebida”. En cuanto a las fortalezas, el mapa y la geolocalización están presentes en las diez aplicaciones conectando con Google Maps, exceptuando una de Ilegas que también dispone de Apple Maps. A su vez, la descripción detallada de los pintxos y su elaboración aparece bien definida en la mayoría de las aplicaciones. Otro punto fuerte a destacar, sería la posibilidad de votar o evaluar la tapa, una o ambas modalidades se pueden realizar en las distintas aplicaciones. La participación directa del público emitiendo su voto es uno de los aspectos más importantes a desarrollar en una aplicación de esta tipología.

Con respecto a las debilidades, no todas las aplicaciones garantizan que el voto sea emitido una vez que se ha degustado el pintxo en el local. Las que permiten votar lo realizan principalmente enviando un código facilitado por el establecimiento. Solo una lo efectúa través de código QR. Esta modalidad es importante desarrollar para mantener las condiciones de seguridad ante la nueva realidad pandémica. Otro de los aspectos relevantes son las redes sociales y la posibilidad de que el usuario comparta información del concurso a través de ellas. Algunas aplicaciones solo disponen de redes propias y no facilitan las de los establecimientos.

○
Introducción

●
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Los canales de noticias, vídeos y las páginas web son herramientas imprescindibles para desarrollar la comunicación digital y no están presentes en la mayoría de las apps estudiadas. El usuario tampoco puede compartir contenido en gran parte de ellas. El buzón de sugerencias se introduce solo en una aplicación. Además, las listas de favoritos o la información relativa a alérgenos alimentarios no son frecuentes en muchas de estas. Estos aspectos se tendrán en cuenta en el desarrollo de la interfaz del prototipo y según señala la metodología DCU, pensando en el usuario como eje central del proceso de diseño.

2.2.4 Conclusiones finales

Como se observa en la Figura 18, de la comparativa de las fortalezas frente a las debilidades de las apps estudiadas, se pueden extraer puntos fuertes y oportunidades para el desarrollo de la aplicación. Se precisará constatar estas características en el estudio que se haga a través de las preguntas en las encuestas realizadas a los posibles usuarios. Después de lo aportado en el *benchmarking* y de los resultados de encuestas, se podrá definir una estructura de aplicación con unas funcionalidades más específicas que servirán de base para construir un prototipo innovador, tecnológico y diferenciado.

Figura 18. Fortalezas y debilidades de apps de concursos de pintxos.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

3

Objetivos y metodología

○
Introducción

○
Marco referencial

●
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

3. Objetivos y metodología

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general

Diseñar una app para la interfaz del concurso de pintxos que se celebra en la comarca del Duranguesado, y gestionar así todo el sistema de votación e información de establecimientos participantes en una nueva realidad tras la pandemia.

3.1.2 Objetivos específicos

- Facilitar la afluencia del público de una manera segura con el fin de garantizar una experiencia de usuario completa en un contexto pospandémico.
- Asegurar que los usuarios realicen la votación una vez estando en el establecimiento y garantizando que han degustado el pintxo sobre el que se emite el voto.
- Dar información detallada sobre las características del concurso, posibilitando conocer datos específicos sobre los pintxos, los participantes o los horarios.

- Permitir a los usuarios comunicarse y compartir contenido relativo al concurso a través de aplicaciones y redes sociales como Facebook, Instagram o WhatsApp.
- Proporcionar una ruta sencilla de acceso a bares y restaurantes que facilite la búsqueda rápida al usuario y le haga más fácil su localización y participación.
- Ahorrar tiempos de espera en los pedidos de los pintxos con el fin de garantizar unas condiciones de seguridad que reduzcan la exposición y proximidad entre los usuarios.
- Diseñar una interfaz que permita disfrutar de una experiencia gastronómica completa y divertida cubriendo todas las necesidades del público objetivo.

3.2 Metodología

Para realizar el proyecto de desarrollo de la interfaz de la aplicación se va a utilizar la metodología del DCU, diseño centrado en el usuario. El término DCU engloba una serie de metodologías y procesos siempre centrados en el usuario.

○
Introducción

○
Marco referencial

●
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Se trata de diseñar pensando en conocer a las personas y dando respuesta a todas las necesidades reales de las mismas. Todo este mecanismo consiste en detectar los problemas, llegar a definirlos para finalmente resolverlos teniendo siempre como foco de atención al usuario final.

Para llegar a completar este recorrido se recurre a la metodología de *Design Thinking*. Existen cinco fases dentro de este proceso: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. El objetivo final va encaminado a la creación del prototipo. Finalmente quedaría implementarlo, última etapa del método de creación de la interfaz. Siguiendo a Brown [2009] todo este proceso se efectúa de una manera iterativa. Se fundamenta en la propia naturaleza del procedimiento, donde la exploración hace que los nuevos descubrimientos vayan incorporándose de nuevo al proceso en marcha sin afectarlo.

En la primera etapa se precisa comprender la problemática a resolver, siempre poniéndose en la posición del usuario. Para ello se recurren a varias técnicas de investigación. Se empezaría por realizar un *briefing* inicial a la empresa para conocer sus inquietudes y necesidades. Seguidamente, se realizaría un *benchmarking* y encuestas a posibles usuarios.

Se continúa en el proceso definiendo y recopilando toda esa información reunida para tratar de encontrar los *insights*. Para ello se crean “personas” tratando de identificar los problemas, deseos, necesidades y frustraciones de los usuarios.

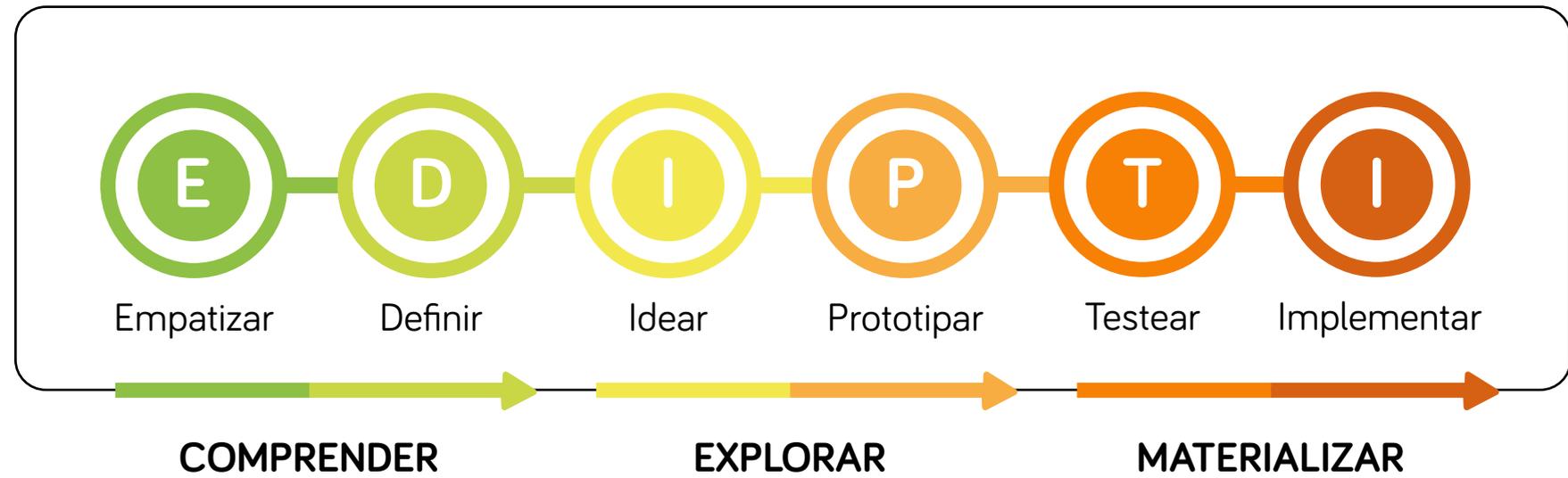
En una tercera fase de ideación se crea la arquitectura de información. Se organizan y ponen en valor todos los datos relevantes obtenidos en las fases anteriores para llegar a la fase de prototipado.

Antes se realizará el rediseño del logotipo fijando la tipografía y los colores identitarios, siempre respetando los valores de marca inicialmente descritos en el *briefing*. Durante la fase de diseño de la aplicación se efectuarán *wireframes* hasta llegar al prototipo de alta fidelidad.

La última etapa consiste en la evaluación del prototipo. Se trata de testear con el usuario el modelo que se ha creado para validar su funcionamiento. El proceso efectuado, como se ha descrito anteriormente, es cíclico y reiterativo. Se corrige el prototipo detectando sus fallos para mejorarlo hasta llegar a la implementación final. En la figura 19, se muestran las distintas fases de la metodología *Design Thinking*.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 19. Fases de la metodología Design Thinking. Fuente: Elaboración propia, 2022.



4

Desarrollo
específico de
la contribución

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

4. Desarrollo específico de la contribución

4.1 Briefing del proyecto

Se ha contactado con la empresa organizadora Inmediobai S. L. impulsora del proyecto para realizar un *briefing* y determinar así las condiciones y necesidades específicas del mismo. La información extraída queda determinada a través de las respuestas a las preguntas del documento.

4.1.1 Acerca de la empresa

Inmediobai S. L. es una empresa privada que se dedica a la asesoría y estrategia de comunicación. Tiene más de diez años de experiencia en el sector de medios de comunicación. Además, cuenta con un equipo amplio de profesionales en producción audiovisual, diseño gráfico y social media. Ofrece servicios a todo tipo de empresas e instituciones ante la necesidad de las mismas para canalizar la comunicación. En la Figura 20, se muestra el imago tipo actual correspondiente a la empresa de marketing, publicidad y comunicación, Inmediobai S. L.



Figura 20. Imago tipo de Inmediobai S. L. Fuente: Inmediobai S. L., 2018.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.1.2 Descripción del proyecto

¿En qué consiste la aplicación a desarrollar?

Jango Dot es una aplicación para poder gestionar todo lo relativo a la organización de un concurso de pintxos. Desde el sistema de votación a la facilitación de información y localización de locales participantes, pintxos y demás características del evento gastronómico. Todo ello garantizando las máximas condiciones de seguridad y estabilidad en un contexto pospandémico.

¿Quiénes son los competidores?

No existe ninguna app en el mercado de la comarca del Duranguesado que gestione concursos de pintxos y tapas. Existen varios certámenes en el entorno que realizan eventos gastronómicos. Muchos de ellos gestionados directamente por ayuntamientos y otros por asociaciones gastronómicas.

Existen una serie de aplicaciones en el mercado que gestionan la información, el sistema de votación y la localización de establecimientos participantes en concursos gastronómicos

de tapas y pintxos. “Rutapa”, “TapaVLL” o “Bizkaiko Pintxo Txapelketa”, entre otras, son algunas de las aplicaciones que quedaron reflejadas en la comparativa del *benchmarking*.

¿Qué les distingue de la competencia?, ¿cuáles son los puntos fuertes de la aplicación?

- La posibilidad de ofrecer una experiencia gastronómica digital a través de una app, única en la comarca, donde poder informarse y comunicarse de todo lo relacionado con el concurso.
- Garantizar un sistema de votación fidedigno y transparente aprovechando las últimas tecnologías del mercado.
- Sistemas de comunicación que garanticen un menor contacto interpersonal. La finalidad es intentar disminuir los tiempos de espera en el local para garantizar un aforo más fluido y un entorno más seguro.

Introducción

Marco referencial

Objetivos y metodología

Desarrollo específico de la contribución

Conclusiones y trabajo futuro

Referencias bibliográficas

Anexos

¿Cuál es el público objetivo al que va dirigida la aplicación?

Jango Dot proporciona un punto de encuentro y conexión entre familias y amigos. Es una app destinada a un público amplio que abarca desde un mercado joven hasta un público adulto con uso y costumbre en la utilización de aplicaciones móviles. Siempre con un aprendizaje sencillo para que la experiencia sea gratificante y satisfactoria.

¿Cómo ha sido la comunicación con el público objetivo hasta el momento actual?

Como queda representado en la Figura 21, se han utilizado diferentes medios de comunicación físicos del grafismo tradicional como carteles, *flyers* o panfletos tipo programas de mano. Las redes sociales han jugado un papel importante a través de medios como Instagram, Facebook y Twitter, o canales de comunicación como WhatsApp. También *banners* publicitarios con la publicación de fechas del concurso. Por medio de la web www.jangodot.eus se ha podido consultar toda la información relativa a pintxos, bares y restaurantes y condiciones del concurso, así como premiados y ganadores de ediciones realizadas hasta el momento.

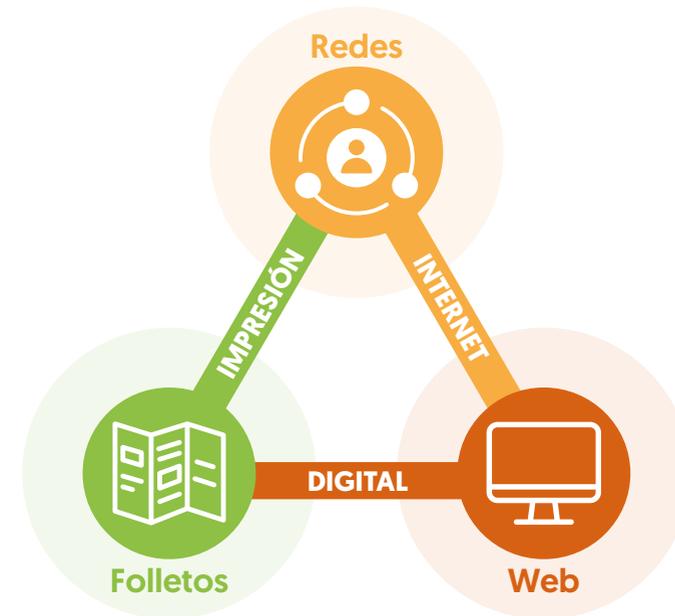


Figura 21. Vías de comunicación actuales con el público objetivo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

¿Qué funcionalidades debe tener la app?

- Elección de pintxos participantes
- Votaciones seguras
- Geolocalización de bares y restaurantes asistentes
- Listado de favoritos
- Registro de premiados y ganadores
- Canal de noticias

¿Cuál es el presupuesto?

Se cuenta con un presupuesto medio inicial para la ejecución del mismo con la entrega de un prototipo en formato Adobe XD. Se intentará ajustar a los medios requeridos para no incrementar el coste.

¿Qué previsión está marcada para el *deadline*?

La previsión de la duración del proyecto es de tres meses. Fecha límite de entrega en julio de 2022. Se prevé ponerla en marcha en otoño de 2022 tras el periodo estival con la presentación de la nueva imagen del concurso.

Figura 22. Funcionalidades de la app según el briefing de empresa.

- Elección de pintxos
- Votaciones seguras
- Geolocalización de bares
- Listado de favoritos
- Registro de premiados
- Canal de noticias

Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.2 Encuesta a usuarios potenciales

Para el presente proyecto se ha realizado una encuesta con la finalidad de conocer las preferencias de los usuarios potenciales de la aplicación. Como se ha mencionado previamente, la investigación gira en torno al usuario, por lo que es fundamental conocer las necesidades, frustraciones y preferencias del mismo. De este modo, se desarrollará una aplicación acorde a las necesidades de la empresa organizadora del certamen.

La muestra de 55 personas se ha llevado a cabo en la provincia de Bizkaia, dentro de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Se ha centrado principalmente en la comarca del Duranguesado, punto de encuentro del concurso de pintxos Jango Dot. Una comarca constituida por catorce municipios, Durango, Iurreta, Izurtza, Mañaria, Garai, Amorebieta, Berriz, Zaldibar, Atxondo, Elorrio, Mallabia, Ermua, Abadiño y Otxandiano.

La encuesta se ha realizado a 55 personas pertenecientes a cuatro rangos de edad en un amplio abanico correspondiente al *target* de la empresa organizadora. Un público adulto joven y maduro que está acostumbrado al uso de tecnología y que comparte tiempo de ocio y socialización con amigos y familia.

Se han formalizado cuatro categorías de preguntas:

- Preguntas demográficas
- Preguntas relativas a pintxos y gastronomía
- Preguntas sobre la pandemia y la relación con los bares y restaurantes
- Preguntas sobre aplicaciones móviles relacionadas con los pintxos y funcionalidades

Las preguntas relativas a la situación del Covid se han realizado sobre la base del contexto actual de la pandemia. Por lo tanto, quedaron fijadas las medidas nuevas sanitarias con respecto a bares y restaurantes de supresión de mascarillas.

En el Anexo 1 de la página 111, se puede acceder a las preguntas del cuestionario en su totalidad, a los resultados íntegros de la encuesta y a los gráficos no desarrollados con posterioridad.

La encuesta consta de preguntas abiertas y cerradas y se efectuó de manera digital a través de la sección de formularios de Google. Las preguntas abiertas están enfocadas a descubrir patrones de comportamiento con el fin de diseñar un prototipo acorde a las necesidades del usuario final.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.2.1 Resultados y análisis de la encuesta

Los resultados presentados a continuación reflejan los principales datos cuantitativos y gráficos del estudio.

En lo que respecta a las preguntas demográficas, se concluye que un 49,1% corresponde a personas del género masculino, un 47,3% al femenino, un 1,8% se identifica con otro género y el 1,8% restante prefiere no contestar.

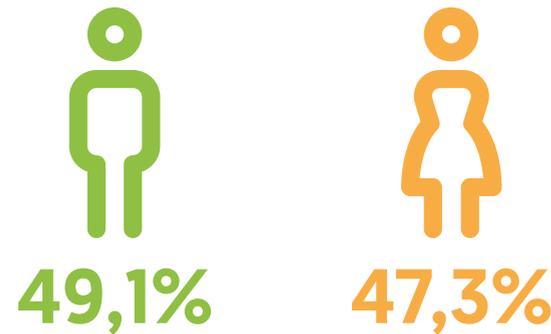


Figura 23. Género masculino y femenino. Fuente: Elaboración propia, 2022.

Los rangos de edad se dividen en cuatro con un 12,7% de personas encuestadas entre 25 y 34, un 36,4% entre 35 y 44, otro 36,4% en el rango de 45 a 54 y el último 14,5% correspondiente a más de 54. Las personas comprendidas entre 35 y 54 años corresponden al mayor porcentaje de la encuesta. Como se pudo reflejar en el *briefing* de empresa abarca un *target* amplio configurado por un público diverso que se reúne para socializar. Este comprende desde un grupo adulto principal hasta un mercado más joven y otro más maduro.

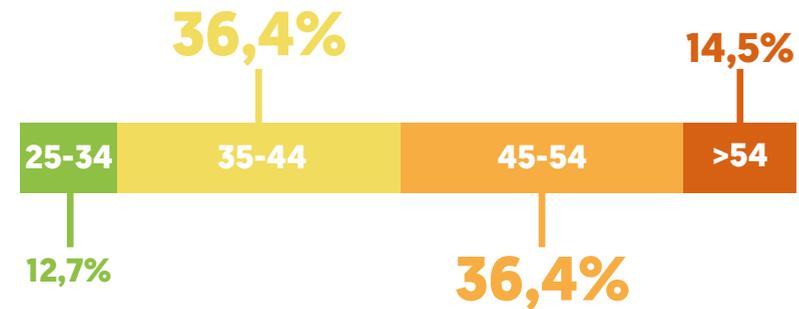


Figura 24. Porcentajes por rangos de edad. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

En cuanto al resto de preguntas de la encuesta, se destacan a continuación las catorce más relevantes:

1. ¿Le gusta ir de pintxos?
2. En caso afirmativo, ¿qué es lo que más le gusta de su experiencia de salir de pintxos?
3. ¿Y lo que menos?
4. Cuando va de pintxos, ¿tiene en cuenta que el local tome medidas de precaución tras el inicio de la pandemia?
5. En caso afirmativo, ¿qué medidas le gustaría que tomaran bares y restaurantes para maximizar la seguridad?
6. ¿Cree que una aplicación móvil puede facilitarle hacer un recorrido de bares en un concurso de pintxos?
7. ¿Estaría dispuesto a votar en un concurso de pintxos a través de una aplicación móvil?
8. ¿Cree que una aplicación móvil puede ser útil para proporcionar fotos, vídeos y características de los pintxos?
9. ¿Le parecería útil poder compartir información a través de una app durante el transcurso de un concurso de pintxos?
10. En caso afirmativo, indique a través de qué redes la compartiría
 - a) Facebook b) Instagram c) Twitter d) TikTok
 - e) WhatsApp f) Otras

11. ¿Consideraría valioso pedir los pintxos de manera anticipada a través de una aplicación?
12. ¿Por qué?
13. Si utilizara una aplicación para disfrutar de una ruta de bares en un concurso de pintxos, ¿qué funcionalidades le gustaría que tuviera?
14. ¿Qué más le gustaría encontrar?

A la pregunta si les gusta ir de pintxos, el 92,7% respondió que sí siendo un 45,3% los que lo realizan una vez a la semana, un 15,1% de los encuestados más de una vez a la semana y con un 39,6% los que les gusta ir de pintxos alguna vez al mes.

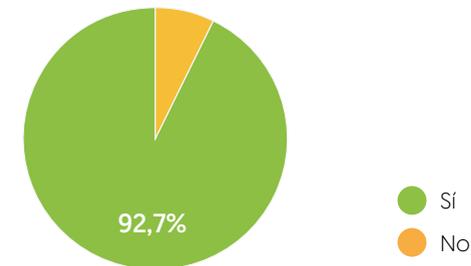


Figura 25. ¿Le gusta ir de pintxos? Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

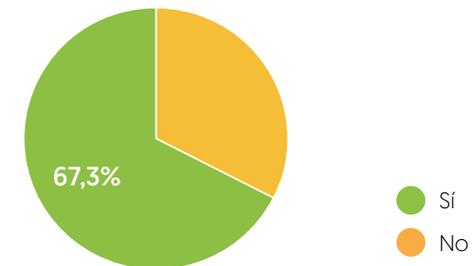
○
Anexos

En cuanto a qué es lo que más les gusta de su experiencia al ir de pintxos destacan la variedad, la calidad de los pintxos y el poder socializar y estar con amigos además de no estar todo el tiempo en el mismo establecimiento. Estas contestaciones refuerzan la propia esencia del concurso que posibilita hacer una ruta de bares degustando una oferta amplia, diversa y de gran calidad.

En lo referente a qué es lo que menos les gusta, subrayan en primer lugar las aglomeraciones de gente seguido del precio de los pintxos. Esto nos indica que los locales congestionados son una de las mayores frustraciones en una ruta de pintxos porque impiden disfrutar de una buena experiencia gastronómica.

La respuesta obtenida a la pregunta “cuando va de pintxos, ¿tiene en cuenta que el local tome medidas de precaución tras el inicio de la pandemia?”, ha sido afirmativa en un 67,3% de los encuestados, como queda reflejado en el gráfico de la Figura 26. Dos tercios de las personas que respondieron a la encuesta constatan su prevención y cautela en el contexto pospandémico actual.

Figura 26. Cuando va de pintxos, ¿tiene en cuenta que el local tome medidas de precaución tras el inicio de la pandemia?



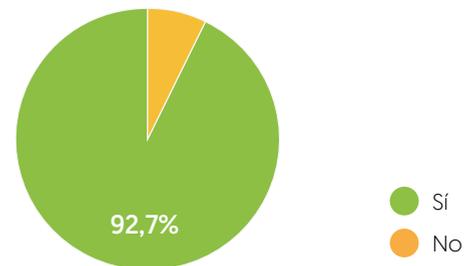
Fuente: Elaboración propia, 2022.

La siguiente pregunta hace referencia a las medidas que le gustaría al encuestado que tomaran bares y restaurantes para maximizar la seguridad. La distancia física y la protección de los pintxos son las principales preocupaciones, seguidas de mayor ventilación, control del aforo, limpieza y mascarilla obligatoria para el personal del establecimiento.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

El 92,7% de los encuestados han respondido que sí a que una aplicación móvil puede facilitar un recorrido de bares en un concurso de pintxos. Un total de 51 personas consideran positivo utilizar una app para recorrer los locales durante el certamen.

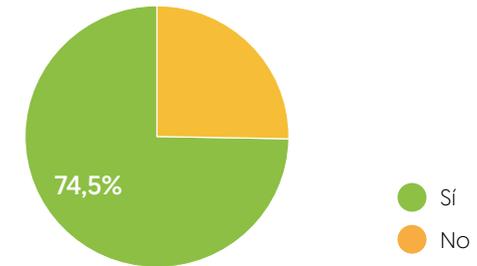
Figura 27. ¿Cree que una aplicación móvil puede facilitarle hacer un recorrido de bares en un concurso de pintxos?



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Seguidamente, se les preguntó si estarían dispuestos a votar en un concurso de pintxos a través de una aplicación móvil, contestando un sí el 74,5% de los encuestados y un no el 25,5%.

Figura 28. ¿Estaría dispuesto a votar en un concurso de pintxos a través de una aplicación móvil?

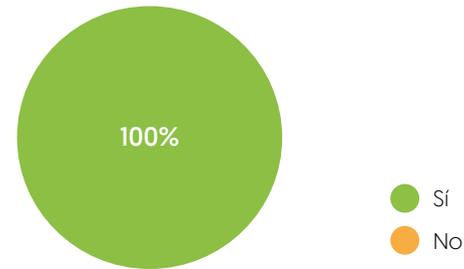


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En las dos siguientes preguntas el 100 % de los encuestados han respondido que sí. A la pregunta si creen que una aplicación móvil puede ser beneficiosa para proporcionar fotos, vídeos y características de los pintxos, el total de las personas que han respondido el cuestionario lo ha hecho afirmativamente.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 29. ¿Cree que una aplicación móvil puede ser útil para proporcionar fotos, vídeos y características de los pintxos?



Fuente: Elaboración propia, 2022.

El 100 % de las personas encuestadas también han dado una respuesta afirmativa a la pregunta si les parecería útil compartir información a través de una app durante el transcurso de un concurso de pintxos.

De estas dos últimas preguntas propuestas, se confirma que el móvil es una herramienta conveniente para compartir y difundir información entre consumidores de un evento gastronómico.

Figura 30. ¿Le parecería útil poder compartir información a través de una app durante el transcurso de un concurso de pintxos?

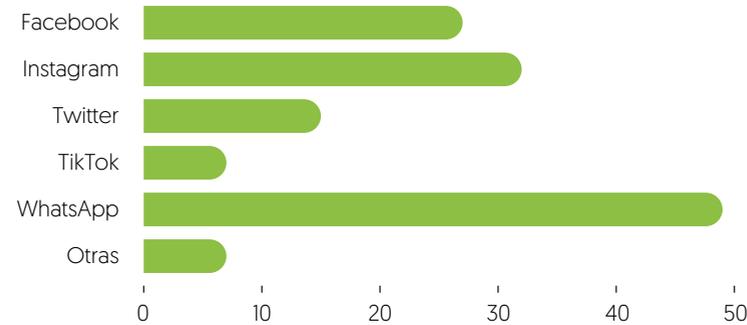


Fuente: Elaboración propia, 2022.

En cuanto a las redes por las que compartiría el encuestado la información, el 96% lo haría mayoritariamente por WhatsApp seguido de un 31% que utilizaría Instagram. En tercer lugar, contarían con Facebook respaldado por un 52% de los encuestados, con Twitter un 28% y, para finalizar otros medios y TikTok mantendrían el apoyo del 14% y el 12% respectivamente. De acuerdo a los resultados, se concluye que WhatsApp es el canal de comunicación mayoritario por el que compartirían la información los usuarios.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 31. En caso afirmativo, indique a través de que redes la compartiría.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

En el contexto actual, haciendo un recorrido por locales en un concurso de pintxos, se les plantea la pregunta si considerarían valioso pedirlos de manera anticipada a través de una aplicación. El 61,8% ha contestado que sí frente al 38,2% que ha respondido que no le resultaría provechoso pedirlos con antelación. Entre las razones que han expuesto para justificar su contestación las más reiteradas son:

Positivas:

- Mayor comodidad
- Ganar rapidez evitando colas y aglomeraciones
- Más seguridad sin concentración de clientes
- Menos tiempo de exposición de los pintxos

Negativas:

- Mejor ver los pintxos en la barra que a través de fotos
- Se pueden generar colas al recoger
- Se elimina el factor sorpresa y la esencia de los pintxos en barra

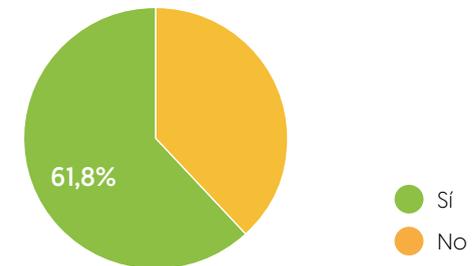


Figura 32. ¿Consideraría valioso pedir los pintxos de manera anticipada a través de una aplicación? Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Para finalizar, y en el contexto de utilización de una app durante la celebración de un concurso de pintxos, se les propuso elegir entre varias opciones las funcionalidades que les gustaría que tuviera la aplicación.

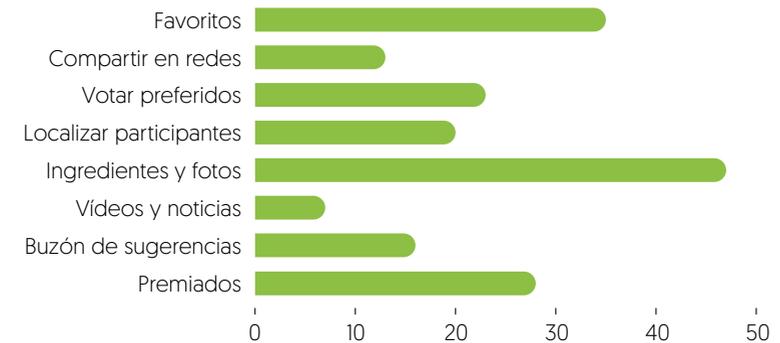
En primer lugar, con un 75,5% los ingredientes e imágenes de los pintxos seguido con un 63,6% el listado de favoritos. Un 50,9% consideró importante introducir los premiados dentro de la aplicación y, votar los pintxos preferidos reunió al 41,8% de los encuestados. El 36,4% manifestó como prioritario la localización e información de los participantes. Después se establecería el buzón de sugerencias y compartir en redes con un 29,1% y un 23,6% respectivamente. En último lugar, los encuestados consideraron con un 12,7% el disponer de un canal de noticias y vídeos.

Como cierre y complementando a la pregunta anterior, se les preguntó acerca de qué más les gustaría encontrar dentro de la aplicación. Las respuestas más destacadas quedan reflejadas a continuación:

- Comentarios y opiniones de los consumidores
- Información de alérgenos y pintxos veganos
- Premiados de otros años

- Chat con el establecimiento
- Recetas y tutoriales de los pintxos
- Notificación del aforo en bares y restaurantes
- Reservas

Figura 33. Si utilizara una aplicación para disfrutar de una ruta de bares en un concurso de pintxos, ¿qué funcionalidades le gustaría que tuviera?



Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.3 Creación de fichas “persona”

Del estudio tras el análisis de las encuestas y el *briefing* de empresa acerca del desarrollo del proyecto se obtienen una serie de características e *insights*. Estas informaciones servirán de base para constituir diferentes fichas “persona”. En ellas quedarán reflejados una agrupación de usuarios con unas cualidades, conductas y patrones de comportamiento comunes.

La herramienta “personas” constituye uno de los principios y fundamentos destacados dentro del diseño de interacción y el diseño centrado en el usuario. Siguiendo a Cooper et al. [2014], mediante las “personas” se verifican y constatan las ideas de diseño obtenidas durante la investigación. Todo ello a través de arquetipos formados por las conductas habituales halladas en los usuarios.

Para representar las motivaciones, anhelos y frustraciones de los usuarios de una manera efectiva, se debe aplicar con precisión y atención el procedimiento para identificar las pautas en el modo de pensar y actuar de los mismos. En las Figuras 34, 35 y 36 se representan las diferentes fichas “persona” elaboradas para este proyecto.

Figura 34. Ficha persona de Aitziber. Fuente: Elaboración propia, 2022. Foto: Freepik

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos



Edad: 37

Trabajo: Empleada

Ciudad: Bilbao (Bizkaia)

Bio
Aitziber trabaja como psicóloga en una consulta privada. Le encanta alternar con sus amigas, así que le parece cómodo y práctico utilizar las apps para buscar diferentes opciones de bares y restaurantes.

Objetivos

- Comunicarse con sus amigas compartiendo en redes todas sus vivencias gastronómicas
- Probar los pintxos y platillos ganadores

Motivaciones

- La calidad de los pintxos
- Le encanta que haya toda clase de pintxos y disfrutar de diferentes sabores

Frustraciones

- Que los bares estén lejos unos de otros puede resultar a veces pesado
- En ocasiones el precio es superior a la calidad

Redes

Hobbies

- Catas de vino
- Ferias gastronómicas
- Ir de pintxos y restaurantes

Aitziber

“Me gusta tener localizados los bares y saber con detalle todo lo que ofrecen”

Figura 35. Ficha persona de Asier. Fuente: Elaboración propia, 2022. Foto: Freepik

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos



Asier

“En un concurso me encanta probar pintxos más vanguardistas con otros más tradicionales”

Edad: 46

Trabajo: Autónomo

Ciudad: Durango [Bizkaia]

Bio
Asier es veterinario y tiene su propia clínica en la comarca del Duranguesado. El factor tiempo es importante en su trabajo, por eso, considera que la tecnología permite que los bares y restaurantes gestionen más rápido y de un modo más efectivo.

Objetivos

- Poder ordenar sus pintxos favoritos para disfrutar de una buena experiencia gastronómica
- Votar y valorar sus preferidos

Motivaciones

- Ir de un bar a otro resulta divertido y dinámico
- Tomar unos potes en compañía de los amigos y poder socializar

Frustraciones

- Las aglomeraciones de gente hacen que esté comiendo pegado a la barra
- Que no haya variedad de pintxos

Redes






Hobbies

- Cursos de cocina
- Comidas en txoko¹
- Concursos de tortilla y marmitako

¹Txoko: rincón, esquina. Locales de las sedes de las sociedades gastronómicas en el País Vasco.

Figura 36. Ficha persona de Kepa. Fuente: Elaboración propia, 2022. Foto: Freepik

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos



Edad: 63

Trabajo: Prejubilado

Ciudad: Abadiño (Bizkaia)

Bio
Kepa acaba de prejubilarse en una empresa de neumáticos en la que trabajaba como comercial del departamento de ventas. Le encanta cocinar para sus amigos por lo que disfruta en un concurso tomando nota de las recetas de pintxos elaborados.

Objetivos

- Conocer al detalle la tipología de los pintxos, categorías de veganos y distinción de alérgenos
- Comentar y dar su opinión como consumidor

Motivaciones

- Disfrutar de pequeños bocados ricos y sabrosos
- Los ingredientes con los que elaboran los pintxos conectan con las costumbres y las tradiciones

Frustraciones

- Que no se respete el aforo de los bares le hace sentir menos seguro
- Que los pintxos no estén protegidos

Redes

Hobbies

- Paelladas, parrilladas y comidas grupales
- Cocina elaborada y repostería

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

4.3.1 Funcionalidades de la app

Después de haber analizado los objetivos, frustraciones y motivaciones y tras la configuración de las fichas “persona” se puede concluir el valor que le va a aportar la aplicación al

usuario. En la Figura 37, se enumeran las principales funcionalidades de la aplicación obtenidas para el proyecto Jango Dot.

Figura 37. Funcionalidades de la aplicación.

- Seleccionar los pintxos
- Localizar en el mapa
- Crear listado de favoritos
- Votar los preferidos
- Ranking de premiados
- Compartir en redes
- Contactar con participantes
- Chat de comunicación

Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.4 Arquitectura de la información

Todos los componentes constituyentes de la aplicación que se va a desarrollar tienen que ser estructurados, organizados y etiquetados con el fin de que el usuario final pueda encontrarlos fácilmente. De esta manera se cumple con el objetivo de ayudar al público a encontrar los datos clave dentro de la aplicación. Así puede navegar a través de ella de una manera simple que haga su experiencia de uso más sencilla y satisfactoria.

Según Pérez-Montoro [2010], todas las definiciones de arquitectura de la información tienen una serie de palabras en común que se reiteran y que son claves para entender el concepto. Entre ellas, aparte de las ya mencionadas “estructura”, “organización” y “etiquetado”, se sumarían las nociones de “usuarios”, “información” y “localización”. Todos estos conceptos son decisivos para realizar un mapa de navegación que muestre los contenidos necesarios que debe contener la aplicación para su entendimiento.

El mismo autor considera que existen dos razones principales por las que se tiene la pretensión de organizar todos los objetos que rodean la realidad del individuo. La primera consistiría en

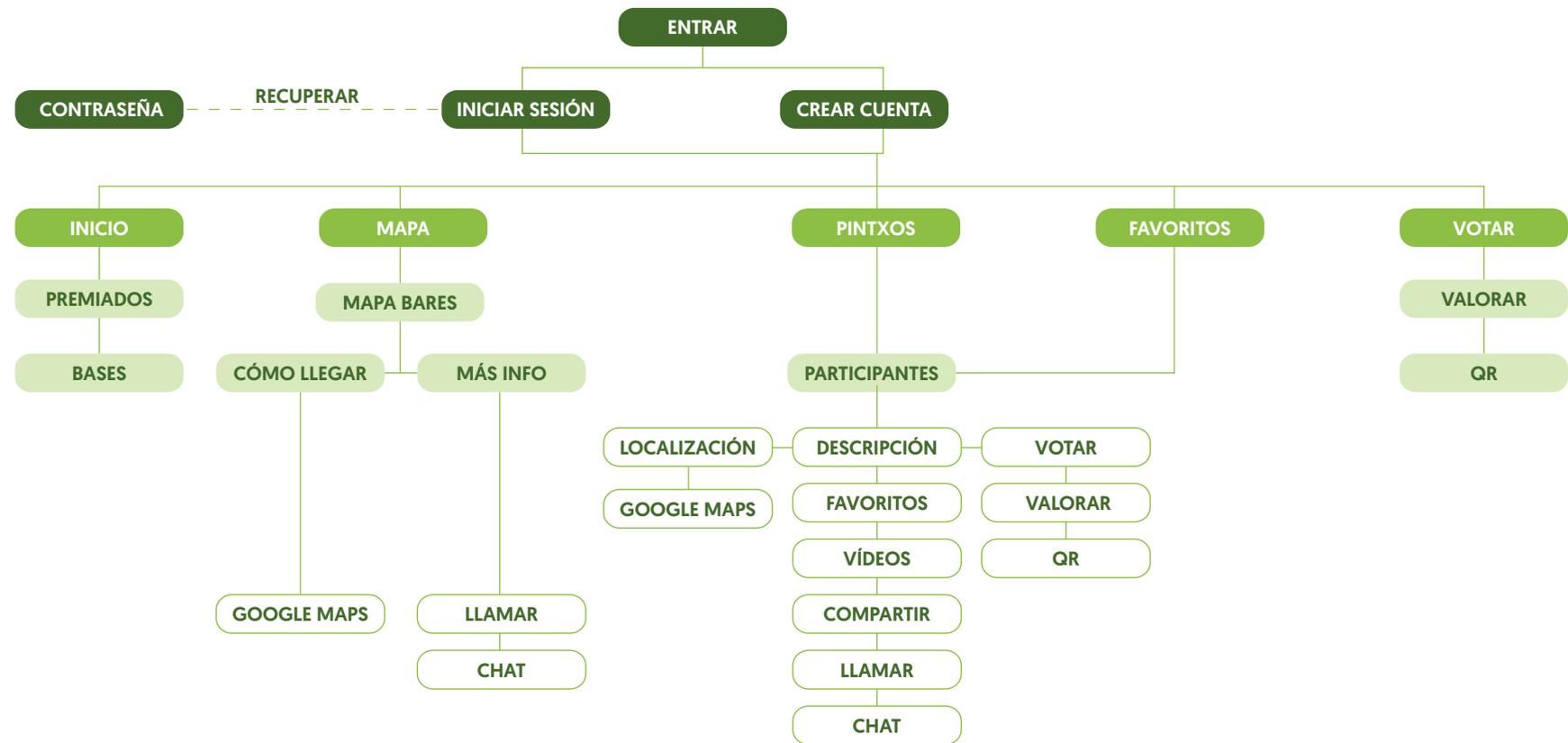
el deseo de clasificar y organizar por categorías todo lo que configura el entorno de elementos del ser humano. El segundo de los motivos tiene una explicación más práctica. Se realiza un notable trabajo de dedicación a estructurar y organizar todos los datos de los que disponemos. Su finalidad es reducir la labor de localizarlos cuando sean requeridos en un momento posterior en el tiempo.

En la Figura 38, se muestra el mapa de navegación de la aplicación Jango Dot. Como ya se indicó anteriormente en la creación de fichas “persona”, del análisis de los resultados de la encuesta a los usuarios potenciales y del *briefing* de empresa se obtuvieron una serie de *insights* y funcionalidades. Todas ellas relativas a la gestión de una aplicación de concurso de pintxos en contexto pospandémico.

La clasificación y organización de los datos relevantes y las diferentes conexiones que se establecen entre ellos quedan reflejados a continuación en la estructura organizativa del mapa. El propósito es favorecer la localización por parte del consumidor final de la aplicación.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 38. Mapa de navegación. Fuente: Elaboración propia, 2022.



- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5 Desarrollo de imago tipo para app

El imago tipo constituye un símbolo identificador de la marca. Como se puede ver en la Figura 39, para construir el imago tipo de la aplicación se tienen en cuenta una serie de etapas. Estos pasos siguen un proceso de diseño enfocado a crear una imagen que represente los valores de la marca Jango Dot.

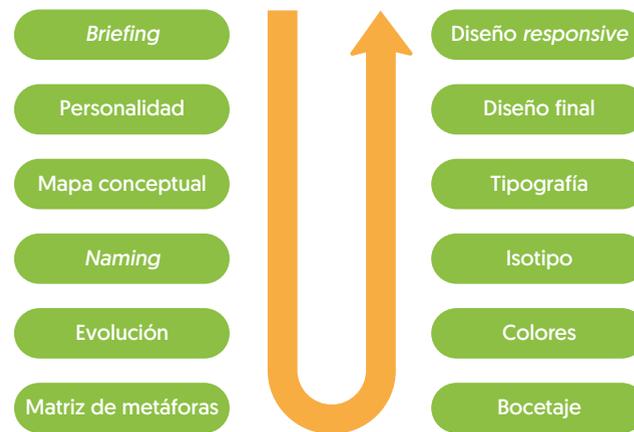


Figura 39. Etapas en el desarrollo de la marca Jango Dot.
Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.5.1 Briefing de la marca Jango Dot

La marca Jango Dot nació para promocionar la restauración de bocado en la comarca del Duranguesado. En este momento tras la pandemia resulta también una inyección a la recuperación económica de hosteleros y un impulso al consumo local.

Sector

Sector servicios dentro de la hostelería centrado en la restauración, promoción y difusión de las especialidades de bares y restaurantes.

Audiencia

Adultos jóvenes y maduros. Ámbito local y de cohesión social.

Palabras claves

Socialización, seguridad y modernidad.

Expectativas

- Promocionar una app completa y tecnológica que sirva para ofrecer una óptima experiencia gastronómica en la comarca.
- Posibilidad de crecimiento más allá del mercado local potenciando el turismo gastronómico de pintxos.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

Valores de marca

La filosofía de trabajo es poder ofrecer al público objetivo una experiencia gastronómica en un entorno seguro. Una experiencia divertida, familiar, desenfadada, en un entorno local seguro con una comunicación directa, ágil y potenciando el lado tecnológico y digital.

Difusión y medios

Crear una experiencia completa de soportes y canales de comunicación:

- Publicidad convencional en soportes gráficos tradicionales
- Redes sociales
- Página web
- App móvil

Colores corporativos

Se quiere rediseñar la imagen de la marca. El objetivo es trabajar en la recuperación de los colores originales marcando una evolución de los mismos. El verde se traduce en la naturaleza, la comarca, los montes y el valle de la región. El verde también impregna gran parte de los alimentos que se utilizan en la elaboración de los pintxos. El naranja se identifica con la vitalidad y conecta con los alimentos [ver colores de la marca].

Tipografía

Evolución hacia las formas redondas que denotan calidez y cercanía como la celebración de un evento gastronómico contiguo y próximo al público objetivo.

Elementos del logo

Rediseño del imago tipo modificando al completo la imagen y el texto de la marca.

4.5.2 Personalidad de la marca

Para definir la personalidad se ha recurrido a dos ejercicios que ayudan a nivel visual al desarrollo de la marca. A través de asociaciones directas fáciles de entender y de gradaciones de atributos se propuso esta doble actividad, a modo de juego, a la empresa Inmediobai S. L.

Como se puede observar en la Tabla 4 y en la Tabla 5, la finalidad de ambas propuestas es poder delimitar las propiedades concretas de la marca con el fin de rediseñar el imago tipo.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Tabla 4. Personalidad de la marca: si la marca fuera...

SI LA MARCA FUERA...	
UN ANIMAL	Una ternera
UN TIPO DE PERSONA	Alegre, divertida, amable, comidista
UN PAISAJE	Calles y pueblos entre montes y valles
UN MEDIO DE TRANSPORTE	Un patinete, una bicicleta, un ciclomotor
UN OBJETO PERSONAL	Un utensilio de cocina, olla, sartén, cazuela
UN TIPO DE LETRA	Redonda, cercana, amistosa, personal, caligráfica
UN COLOR	Naranja, verde, amarillo, rojo, colores vivos

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 5. Personalidad de la marca: gradación de atributos de la marca.

	2	1	0	1	2	
cara				✓		barata
ecológica		✓				indiferente
masculina			✓			femenina
adulta		✓				infantil
divertida	✓					seria
local	✓					internacional
accesible	✓					exclusiva
colorida		✓				neutra
elegante					✓	desenfadada
clásica					✓	moderna
orgánica				✓		tecnológica

Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.5.3 Mapa conceptual

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

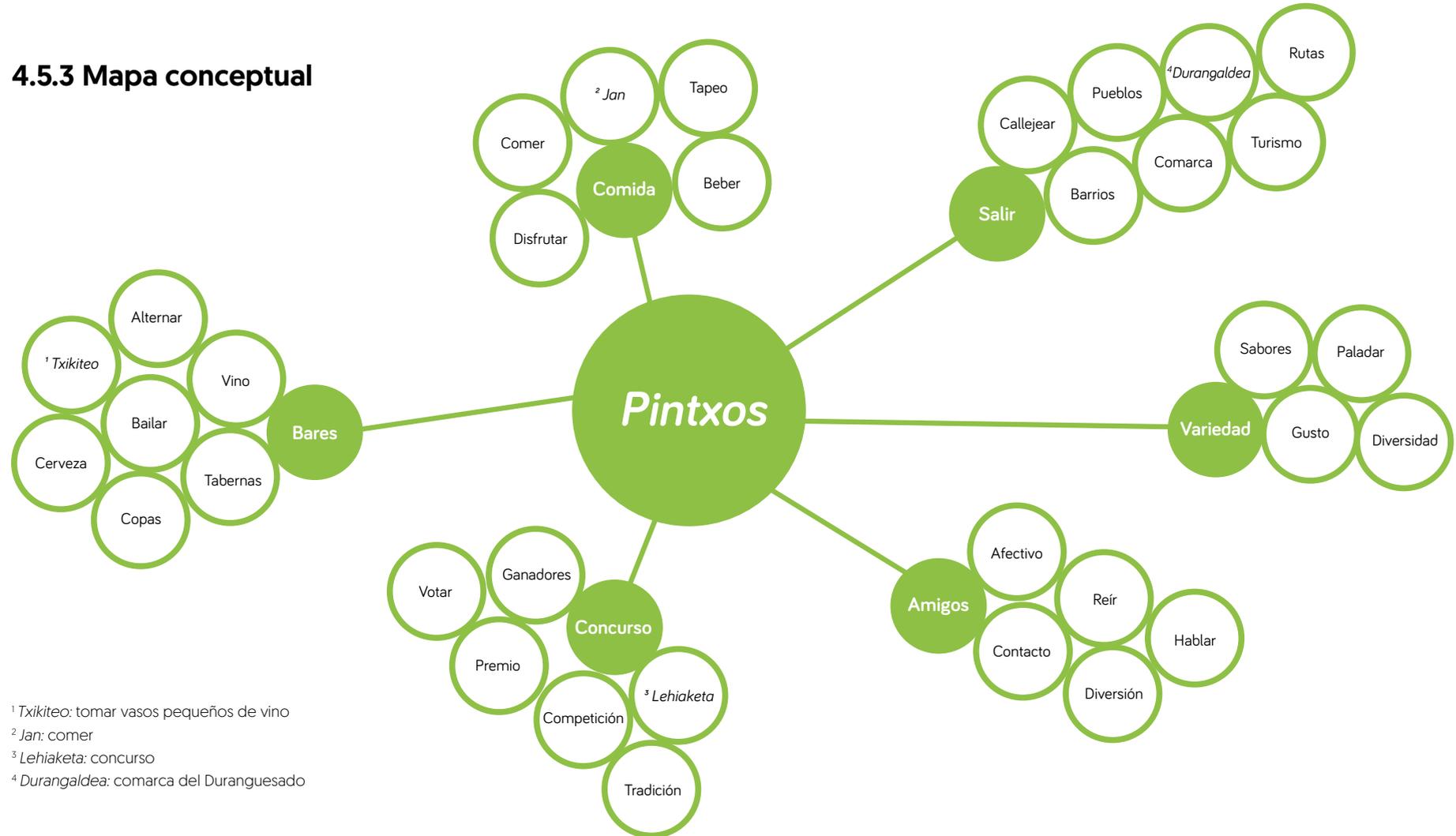


Figura 40. Mapa conceptual. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.4 Naming: creación del nombre Jango Dot

Jango Dot es un nombre proveniente del euskera, lengua que se habla principalmente en la Comunidad Autónoma Vasca, parte de Navarra y algunas zonas del sur de Francia. Como se refleja en la Figura 41, su construcción lo compone una forma verbal en modo indicativo y tiempo futuro simple. El verbo *jan* en euskera significa “comer”. Si se le añade el sufijo *-go* indicativo del futuro simple y la conjugación en primera persona del singular *dot*, obtendríamos el significado “lo comeré”, haciendo referencia a la acción de comer el pequeño bocado que supone un pintxo.

El euskera es un idioma que tiene diferentes variantes según las zonas o provincias donde se hable. La palabra *dot* es una variación en el dialecto vizcaíno de la conjugación *dut* del euskera batua estándar o unificado.

Además de indicar la primera persona del singular *dot* significa “lo tengo”, y es el nombre de uno de los principales productos de la empresa Inmediobai S. L., impulsora del proyecto. El grupo *dot komunikabideak* engloba el periódico *dot*, la televisión local *dotb* y gestiona las webs de noticias y de deportes *dotb.eus* y *dotkirolak.eus* respectivamente.

Figura 41. Análisis del significado de Jango Dot. Fuente: Elaboración propia, 2022.



El logotipo de la marca lleva asociado un segundo nombre, *Durangaldeko pintxo lehiaketa*, cuya traducción sería “Concurso de pintxos del Duranguesado”, complementando al nombre principal y delimitando el área de acción de la competición.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.5 Evolución de la marca

El concurso de pintxos Jango Dot nació en el año 2017 con la pretensión de promover la cultura gastronómica de los pintxos y potenciar su consumo en la comarca del Duranguesado. Desde entonces se han realizado varias ediciones en diferentes localidades de la zona. En las Figuras 42 y 43 se muestran, los

imagotipos de la marca del año 2017 al 2019 y del 2020 hasta la actualidad respectivamente. Tras los *briefings* realizados a la empresa se determinó rediseñar la imagen de la marca. El objetivo es establecer una línea más simple alejándose del skeumorfismo de los últimos años.



Figura 42. Imagotipo del concurso 2017-2019. Fuente: Inmediobai S. L., 2018.



Figura 43. Imagotipo del concurso 2020-2022. Fuente: Inmediobai S. L., 2020.

○ Introducción

○ Marco referencial

○ Objetivos y metodología

● Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

4.5.6 Moodboard

Un *moodboard* es una de las herramientas más útiles para el proceso de desarrollo del imagotipo de la aplicación. Es un *collage* compuesto principalmente de imágenes en el que se puede ver por dónde va la gráfica de la marca. Está configurado a modo de tablero y resulta una manera muy visual de asentar ideas.

Dentro del *moodboard* puede quedar definida la paleta de color de la gráfica y es un instrumento eficaz para llegar a conformar una identidad de marca coherente. En la Figura 44, se refleja el *moodboard* creado para el presente proyecto. Se han incluido imágenes de pintxos participantes de ediciones pasadas, ilustraciones de aplicaciones vinculadas a los conceptos de votación y competición y muestras de color con distintos grados de saturación.

Figura 44. *Moodboard*. Fuente: Elaboración propia, 2022. Fotos: Freepik. Inmediobai S. L.



- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.7 Matriz de metáforas visuales

Otro de los instrumentos efectivos en el proceso de construcción del imagotipo es la matriz de metáforas visuales.

Esta herramienta está formada por una tabla constituida por filas y columnas en las que se representan iconos o símbolos gráficos para desarrollar el imagotipo. Son los primeros bocetos a realizar. En las filas figuran los atributos de la marca, términos que hacen referencia a conceptos. La parte de las columnas enlaza objetos o palabras visualmente descriptivas, más concretas.

En la matriz de la Tabla 6, aparecen conceptos extraídos del mapa conceptual. Palabras como votación, socialización, competición, variedad y txikiteo, o términos más concretos como pintxos, bares, amigos, premios y pueblos.

Tabla 6. Matriz de metáforas visuales. Fuente: Elaboración propia, 2022.

	Pintxos	Bares	Amigos	Premios	Pueblos
Votación					
Socialización					
Competición					
Variedad					
Txikiteo					

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.8 Bocetaje del isotipo

De la matriz de metáforas visuales se extraen dos imágenes bocetadas para proceder a la deconstrucción de las mismas. La abstracción geométrica se genera de los atributos y palabras descriptivas relacionadas con la marca, “competición”, “pintxos”

y “pueblos”. En la Figura 45, se muestra el proceso de bocetaje donde se prolonga y duplica la línea del pintxo hasta formar un área. Esta conecta la silueta del Duranguésado, la comarca de celebración del concurso, con la geometría de la estrella, símbolo de la competición.

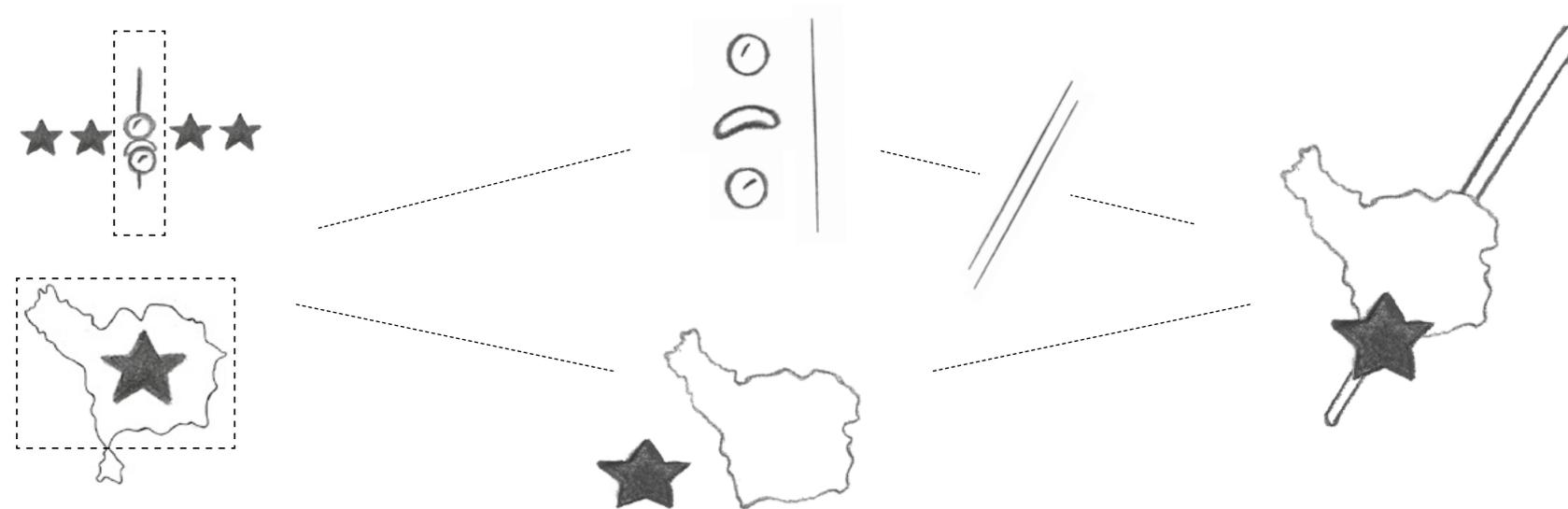


Figura 45. Proceso de bocetaje del isotipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.9 Colores de la marca

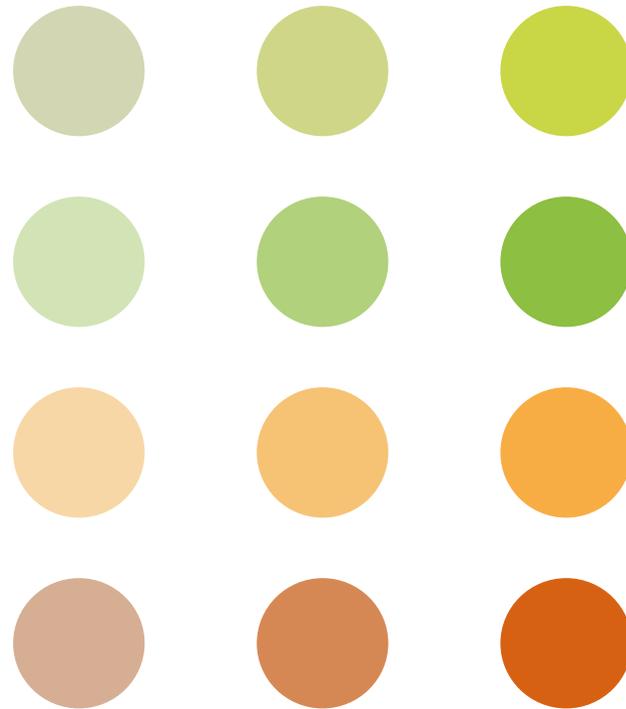


Figura 46. Pruebas de color. Fuente: Elaboración propia, 2022.

La representación de la marca cuenta con colores en cohesión y fusión con el entorno rural. En la Figura 46, se describen las pruebas de color realizadas para la marca. Seguidamente, en la Figura 47, se muestran los colores finales del isotipo. El verde representa la naturaleza y el medio ambiente. La comarca del Duranguesado se sitúa en un valle, rodeado del paisaje del Parque Natural de Urkiola. Esta conexión con lo natural aporta armonía y equilibrio.



Figura 47. Colores del isotipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

El naranja es otro de los colores presentes. Transmite calidez y vitalidad, estimula el apetito y conecta con los alimentos. También potencia los sentimientos de emoción y diversión, aspectos claves para la socialización que promueve el concurso. Además, los colores más anaranjados enlazan directamente con la tierra.

De acuerdo con Ambrose y Harris (2005), el color es una herramienta fundamental dentro del campo del diseño gráfico que sirve para informar y guiar al usuario con el fin de producirle una respuesta ante el estímulo recibido. Esta reacción viene condicionada en parte por aspectos culturales y personales y tiene un peso importante en la comunicación diaria.

4.5.10 Isotipo final

De los bocetos iniciales se conforma la gráfica final del isotipo, reuniendo los tres conceptos ya mencionados “competición”, “pintxos” y “pueblos”. La suma de todos ellos configura el isotipo de la marca reflejado en la Figura 48. Se han recuperado los dos colores de las primeras ediciones y se ha agregado un tono más rojizo. A través de un degradado se integra todo el conjunto destacando así la simbología de la estrella.



Figura 48. Isotipo final. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.11 Pruebas de tipografía



Figura 49. Pruebas de tipografía. Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.5.12 Tipografía de la marca

En el momento de seleccionar qué tipografía resulta más adecuada para el desarrollo de un logotipo hay que tener presentes los valores identitarios de la marca. Conforme a Kane [2012], a la hora de utilizar una tipografía se tiene que garantizar que la fuente que se emplee sea totalmente completa. No solo conocer de qué manera utilizarla, sino también que contenga más elementos que las letras, numerales y signos de puntuación convencionales.

Bariol es una tipografía *sans serif* de estilo humanista y textura limpia perteneciente a la Fundación Atipo. La familia completa cuenta de ocho pesos. Su uso permite utilizarse de manera versátil para todo tipo de proyectos incluyendo el desarrollo de logotipos y diseños de marca.

En la Figura 50, se observan los pesos *bold* y *regular* utilizados en el logotipo de la marca Jango Dot. Su forma redondeada conecta directamente con el carácter cercano y familiar de la marca. Además, la forma de sus trazos define bien la naturaleza social del concurso.

Bariol Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Bariol Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Figura 50. Tipografía de la marca. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.13 Diseño final de imagotipo. Variaciones



Figura 51. Diseño final de imagotipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

Introducción

Marco referencial

Objetivos y metodología

Desarrollo específico de la contribución

Conclusiones y trabajo futuro

Referencias bibliográficas

Anexos

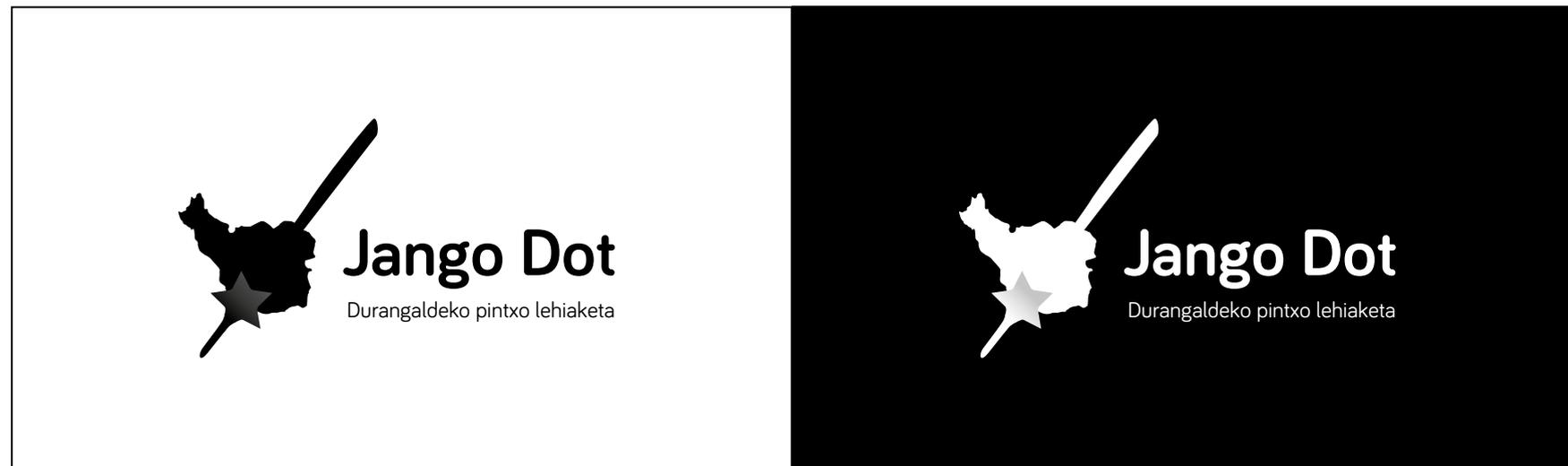


Figura 52. Imagotipo en fondo blanco y negro. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos



Figura 53. Variaciones de imagetipo en fondos de colores. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.5.14 Diseño responsive



Figura 54. Diseño responsive del imagotipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

4.6 Desarrollo iconográfico para app

Los iconos diseñados para la aplicación tienen que cumplir una serie de características para garantizar su efectividad. Deben entenderse desde el principio para resultar útiles. Es fundamental que sean diseñados con formas simples porque se configuran para espacios pequeños. También es crucial que sean *responsive* pensando en adaptarse a distintos tamaños. Para elaborar el cuerpo iconográfico de la aplicación se han seguido una serie de etapas materializadas en cuatro fases:

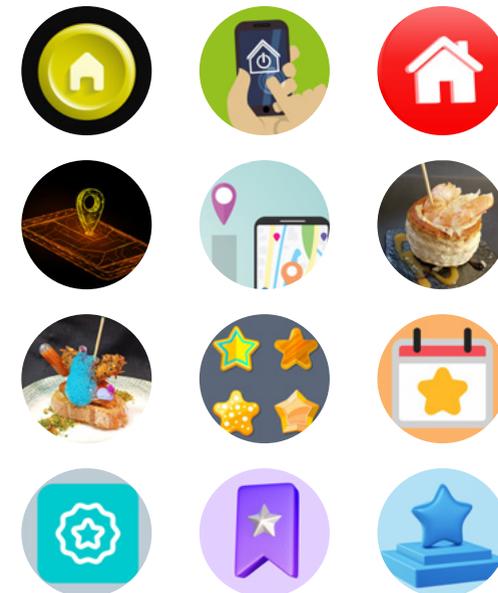
- Referencias
- Bocetaje
- Vectorización
- Implementación

A continuación, se desarrollan las tres primeras:

4.6.1 Referencias

Las referencias parten de las imágenes convencionales que se encuentran sobre los iconos existentes. En la Figura 55, se reflejan estos signos que identifican la misma funcionalidad.

Figura 55. Imágenes referenciales de iconos existentes.



Fuente: Elaboración propia, 2022. Fotos: Freepick. Inmediobai S. L.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.6.2 Bocetaje

Tras el análisis de símbolos comunes conocidos por el usuario se han desarrollado los primeros bocetos. En la Figura 56, se muestran algunos de estos bocetos realizados para la configuración de los iconos.



Figura 56. Primeros bocetos de los iconos. Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.6.3 Vectorización

Seguidamente se ha continuado con el refinamiento y la vectorización mediante el uso de una retícula. De acuerdo a Müller-Brockmann [2020], la retícula posibilita la partición de un espacio en subdivisiones de tamaño más pequeño. Como se observa en la Figura 57, se utiliza una cuadrícula con líneas delimitadoras para crear todos los iconos del mismo tamaño.

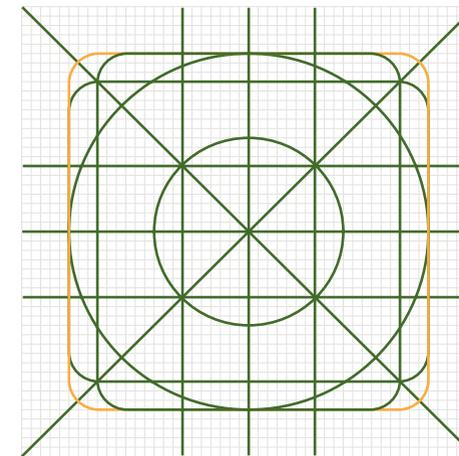


Figura 57. Retícula para la creación de los iconos. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Se han producido pequeños ajustes en su morfología manteniendo el concepto de lo representado. Se ha configurado con el programa Adobe Illustrator un set iconográfico de estilo lineal con un trazo de 3 mm y remate redondeado. Estos ajustes se alinean perfectamente con el carácter suave y cercano de la tipografía de la marca. Igualmente, la paleta de color corresponde a la establecida para el isotopo de la identidad de la marca. En la Figura 58, se presentan los iconos en la etapa de vectorizado.

Se produce una evolución propia manteniendo en síntesis el concepto principal con el que se identifican los iconos descritos. De esta manera, se garantiza una correcta asimilación y entendimiento por los futuros usuarios potenciales de la aplicación. Finalmente, se establece el set iconográfico para la aplicación Jango Dot formado por los siguientes iconos principales: inicio, localización, pintxos participantes, listado de favoritos y premiados. En la figura 59, se exponen los iconos en su diseño final.

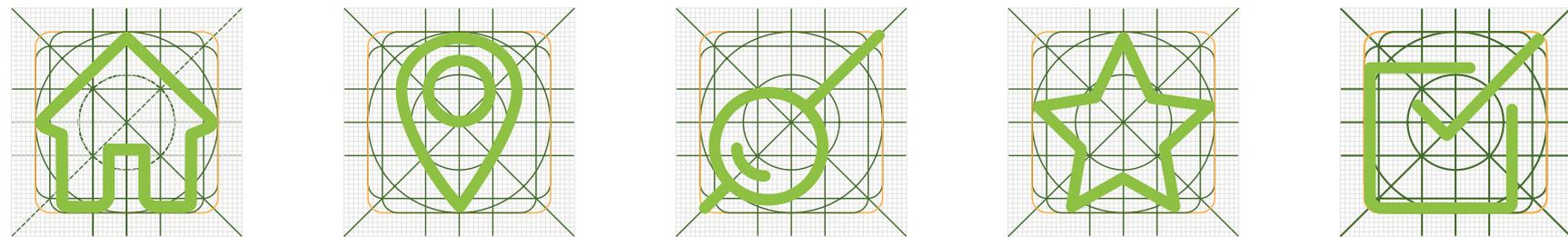


Figura 58. Iconos principales creados en la retícula durante el proceso de vectorizado. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 59. Diseño final de iconos principales de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.



- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.7 Diseño de la aplicación

Para llegar a diseñar un prototipo final de la aplicación se suceden diferentes etapas en la fase de prototipado. Se inicia con los primeros bocetos a lápiz continuando con los *wireframes* y *mockups* hasta llegar a conseguir un prototipo funcional de alta fidelidad.

4.7.1 Sketches

Los *sketches* son dibujos rápidos para trasladar una primera idea del diseño. Permiten leyendas, no contienen interactividad y son configurados fundamentalmente en papel. En la Figura 60, se muestran bocetadas las funcionalidades principales de la aplicación, y en el Anexo 2 de la página 112 el resto del proyecto.

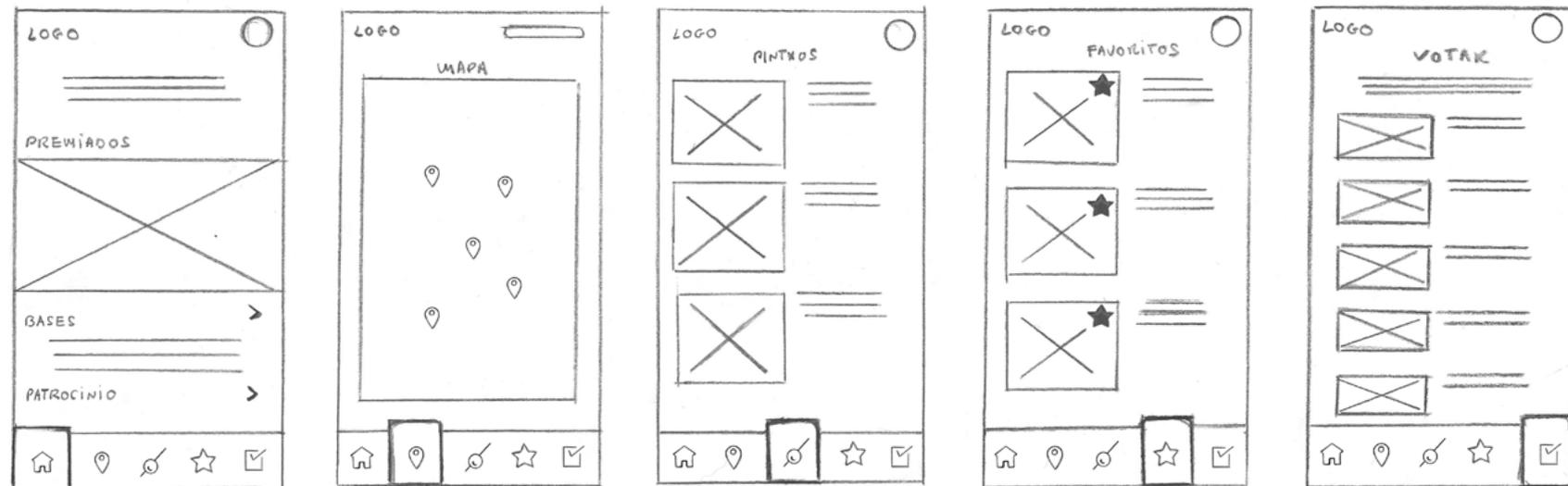


Figura 60. Bocetos de las funcionalidades principales de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.7.2 Wireframes

Los *wireframes* son un paso más en el prototipado. Se introducen en escala de grises y no pueden contener elementos de diseño visual como color y tipografía. En el *wireframe* se presenta el tamaño real en píxeles y se establece y consolida la estructura. Se trata de mostrar los elementos claves, y aunque por convención gráfica hay ausencia de color como ya se

ha indicado, se pueden destacar más intensos los elementos más importantes de la pantalla. Entre los componentes de la aplicación Jango Dot se acentuaría la botonera del menú inferior o la acción para seleccionar un pintxo del listado por medio de botones denominados CTA (*call to action*). Todas estas piezas integrantes aparecerían más sombreadas.

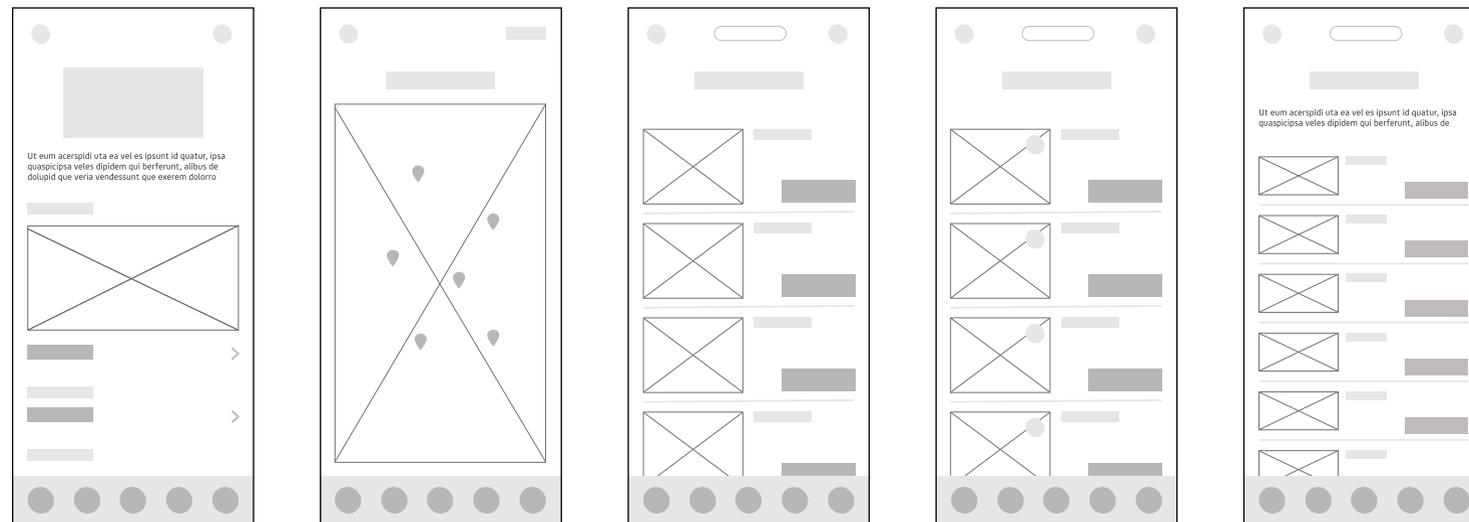


Figura 61. Wireframes de las funcionalidades principales de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

4.7.3 Colores de la aplicación

Para el diseño visual de la aplicación se introducen cinco colores entre los que destacan primeramente desarrollados para la marca. El verde para señalar principalmente los botones y los menús de navegación medio e inferior. El naranja se utiliza para señalar el icono y la acción de añadir pintxos a favoritos. En la gama del verde, se incorpora un tono más suave al 30 % para

destacar la información al usuario en las ventanas emergentes. El resto son colores neutros, grises para construir el contorno de caja de los módulos, las líneas y los fondos de transparencia de las pantallas en las que aparecen los *pop-ups*. El negro y el blanco tienen su función para la tipografía y los iconos. El blanco es también el color de fondo de página.

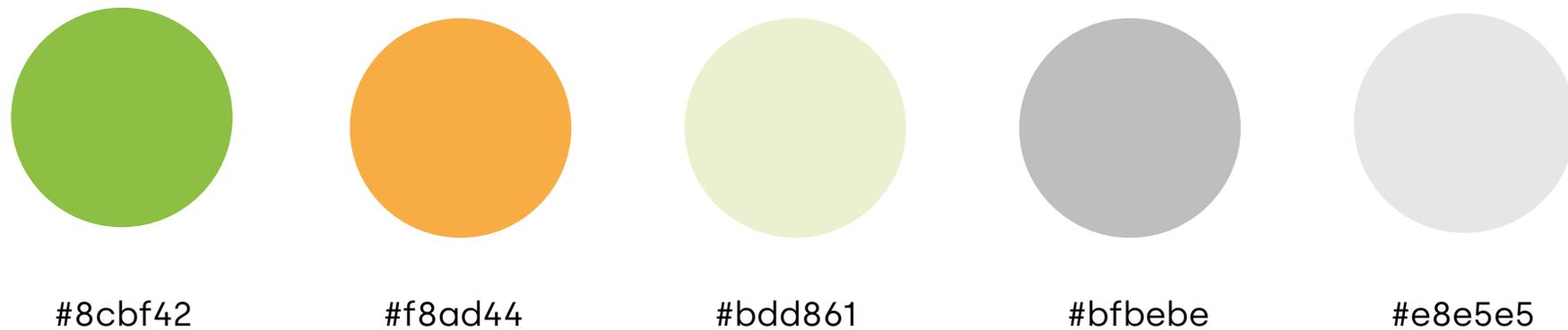


Figura 62. Colores de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

4.7.4 Tipografía de la aplicación

Silka es una fuente sin serifa perteneciente a la Fundación Atipo. Se compone de una estructura uniforme y un ligero contraste en la definición de sus trazos.

La familia que se va a utilizar para el desarrollo de la aplicación consta de ocho pesos principales. Esta versatilidad es necesaria para producir una buena navegación y etiquetado, garantizando así una adecuada arquitectura de la información. Al ser legible para cualquier tamaño resulta muy apropiada para el diseño web. Esta cualidad permitirá aportar homogeneidad, orden y contraste a la construcción del prototipo.



Figura 63. Silka, tipografía de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.

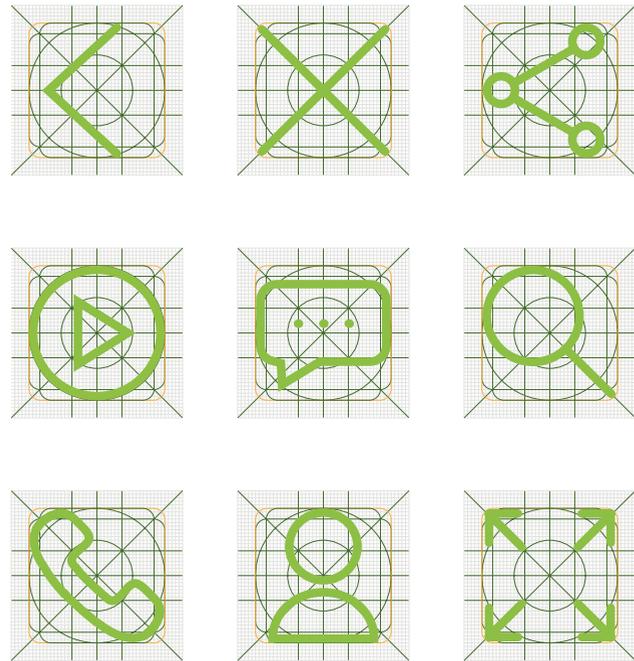
4.7.5 Cuerpo iconográfico de la aplicación

En capítulos anteriores quedaron fijados los iconos que definen las funcionalidades principales de la app. De igual forma, con un estilo lineal, trazo de 3 mm y remate redondeado se han diseñado el resto de iconos de la aplicación. En la Figura 64 se muestra el proceso de construcción, y en la Figura 65 el diseño final de los mismos. A continuación, en el siguiente listado se enumeran las acciones que definen los iconos:

- Volver a la pantalla anterior
- Cerrar la ventana
- Compartir en redes
- Visualizar el vídeo
- Consultar por el chat del concurso
- Buscador de local o pintxo
- Llamar al teléfono del bar
- Perfil de usuario
- Expandir a pantalla completa

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Figura 64. Vectorizado en cuadrícula de iconos secundarios de la app.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Figura 65. Diseño final de iconos secundarios de la app.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

4.7.6 Desarrollo de pantallas del prototipo

A continuación, en las siguientes páginas se va a desarrollar todo el proceso de diseño del prototipo de alta fidelidad de la aplicación. Desde la pantalla de bienvenida, la de acceso o registro, o cada una de las funcionalidades principales de la aplicación. Dentro de cada funcionalidad se establecerán y detallarán las conexiones principales e interacciones entre los diferentes componentes.

Para la construcción de las pantallas se utilizó el *software* Adobe XD, programa utilizado para la configuración de *interfaces*. Las medidas de la pantalla para la realización del proyecto son las de un modelo de móvil iPhone 12 Pro correspondientes a 390 x 844 píxeles.

Pantalla de bienvenida

Se accede a la aplicación clicando en el botón de entrar. La foto de la pantalla de bienvenida corresponde al pintxo *Kobiatxo*, ganador de la primera edición de Jango Dot. Fue elaborado por el bar *Txoria Nuen Maite*.

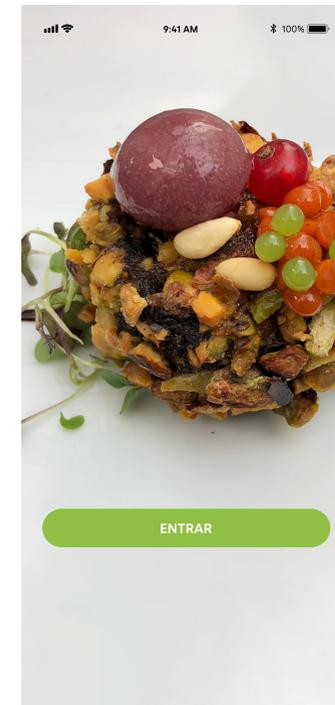


Figura 66. Pantalla de bienvenida del prototipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de registro y acceso

En estas pantallas el usuario tiene la opción de registrarse o ingresar directamente si ya tiene cuenta creada. Para crear su cuenta deberá introducir sus datos personales, nombre y apellidos, correo electrónico y contraseña.

El registro sólo se realiza la primera vez que se descarga la aplicación. En el momento de la votación ya no será necesario introducir más datos. Estos quedan registrados en la aplicación facilitando el uso de la app durante el concurso.

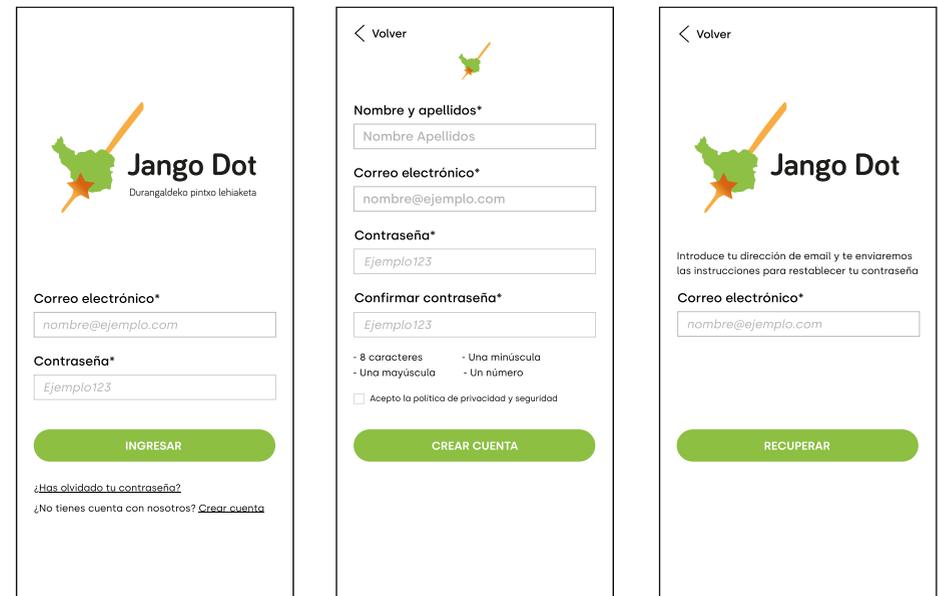


Figura 67. Pantallas de acceso, registro y recuperar contraseña. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de inicio

En esta pantalla de la interfaz se hace una presentación de la marca Jango Dot. Se tiene acceso a las redes propias del concurso situadas al acabar la explicación. Debajo se encuentran los apartados de premiados, bases del concurso y patrocinadores. Si se continúa haciendo *scroll* se puede acceder a los botones de 'leer más' que amplían la información tanto de premiados como de las bases completas del concurso.

En la parte de abajo, se sitúa el menú de navegación donde podemos activar directamente las pantallas de las funcionalidades principales, mapa, pintxos, favoritos y votar.

En la parte superior derecha se encuentra el perfil de usuario. Este icono desplegaría un lateral con posibilidad de seleccionar idiomas, notificaciones y gestionar la cuenta del usuario. El perfil de usuario sería uno de los apartados pendientes a desarrollar en un futuro próximo.

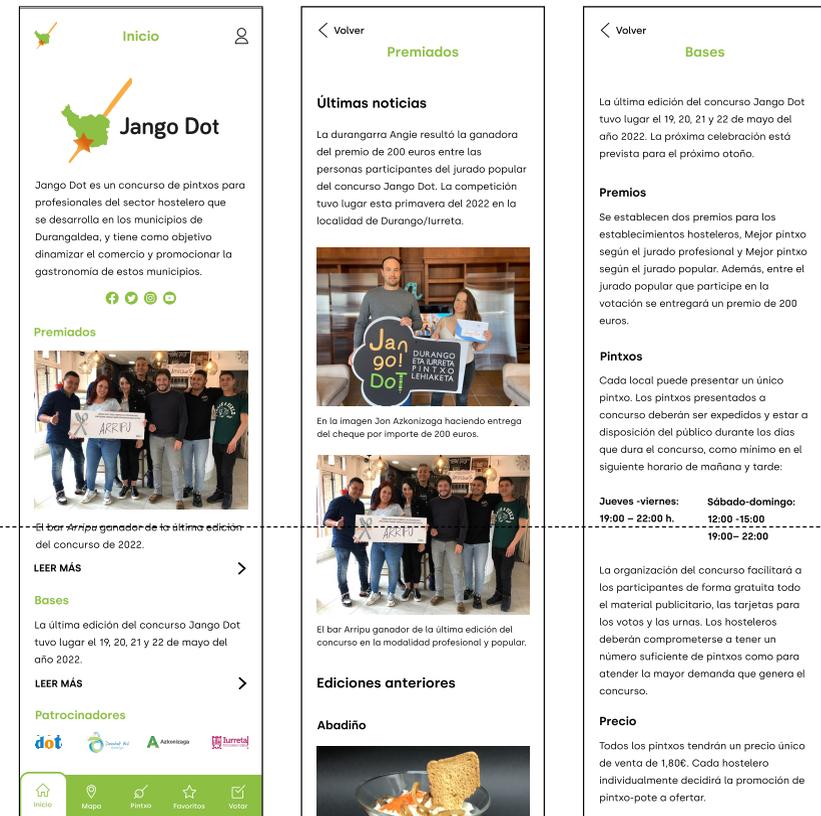


Figura 68. Pantallas de inicio, premiados y bases. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○ Introducción

○ Marco referencial

○ Objetivos y metodología

● Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Pantalla de mapa: cómo llegar

En la pantalla de mapa el usuario se va a encontrar con el mapa general de todos los bares del concurso. El concurso Jango Dot se celebra en varias localidades de la comarca de Durangaldea. El mapa de este proyecto se ha realizado para las localidades de Durango e Iurreta.

Para la prueba y el desarrollo del prototipo se han activado dos bares con sus pintxos participantes. Ambos pertenecen a concursos de ediciones anteriores. El pintxo número uno, *Euskal oreo*, corresponde a la zona de color verde, y el número dos, *Rolketa*, a la zona naranja.

Cada concurso puede tener entre cuatro o seis zonas dependiendo del número de bares y la distancia entre ellos. Los bares se agrupan en las zonas por proximidad y colores. El resto de pintxos que aparecen en el prototipo no están activados para este proyecto. Todos ellos son pintxos reales que concursaron en otras ediciones.

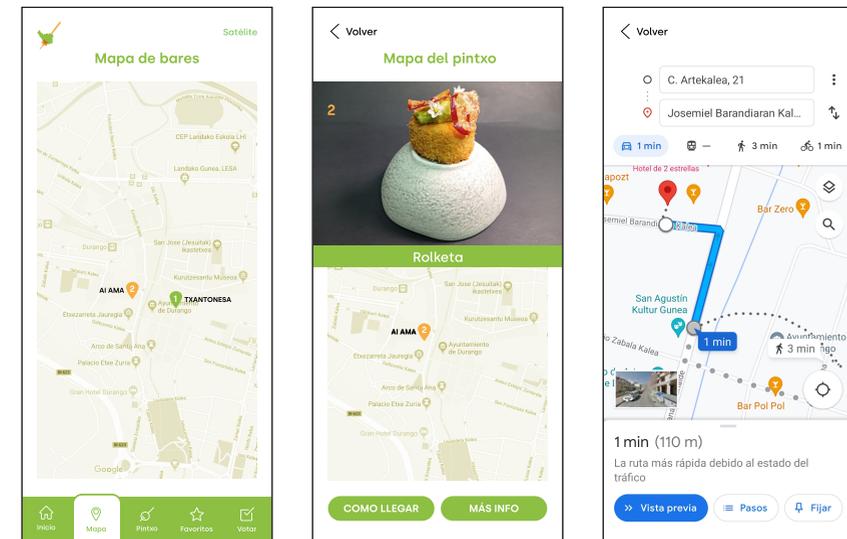


Figura 69. Pantallas de mapa del prototipo: cómo llegar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

Como se observa en la Figura 69, una vez seleccionado un bar del mapa, lleva a la pantalla siguiente donde se puede ver la foto del pintxo correspondiente a ese bar, su localización individual en el mapa y dos opciones en la parte de abajo. La primera es un botón verde denominado 'cómo llegar'. Este conecta directamente con la pantalla de Google Maps y muestra la trayectoria.

Pantalla de mapa: más info

El segundo botón verde etiquetado 'más info' abre una pantalla nueva en la que se puede ver el pintxo y su descripción completa. En la Figura 70, se muestran las tres pantallas a las que se puede acceder desde la elección 'más info'. Además de informar de horarios, alérgenos y precio tiene dos opciones representadas por dos botones en la parte inferior. Se puede llamar al bar para preguntar lo que se necesite o consultar en el chat del concurso.

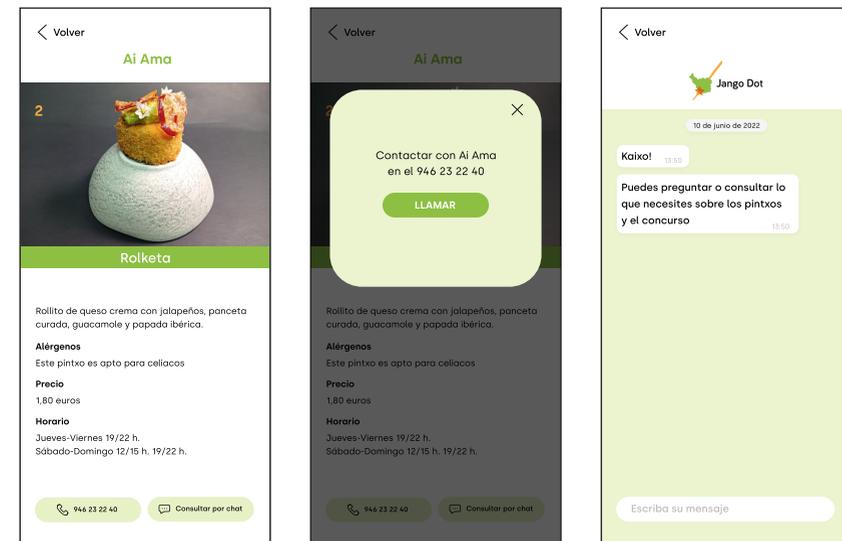


Figura 70. Pantallas de mapa: más info, llamar y chat. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○ Introducción

○ Marco referencial

○ Objetivos y metodología

● Desarrollo específico de la contribución

○ Conclusiones y trabajo futuro

○ Referencias bibliográficas

○ Anexos

Pantalla de pintxos

La pantalla de pintxos ofrece una de las funcionalidades más sustanciales de la aplicación. Al entrar en ella se puede acceder al listado total de pintxos del concurso. Estos están ordenados por números en orden ascendente y agrupados por colores según las zonas geográficas a las que pertenecen. En la parte superior, hay un buscador para encontrar los pintxos o participantes que será desarrollado próximamente.

La selección de un pintxo se realiza clicando sobre su foto o nombre. De esta forma se pasa a la pantalla siguiente donde se pueden realizar diversas funciones sobre la misma. La parte superior corresponde a la foto ampliada del pintxo con su nombre y el bar que la ha elaborado.

En la parte central hay un menú de navegación con tres botones denominados 'descripción', 'mapa' y 'votar'. 'Descripción' está activado por defecto y en esa pantalla se dispone de toda la información sobre las características del pintxo, alérgenos, precio y horarios. Además, están activas las funcionalidades de 'añadir a favoritos', 'previsualizar el vídeo', 'compartir en redes', 'llamar al bar' o 'consultar en el chat'.

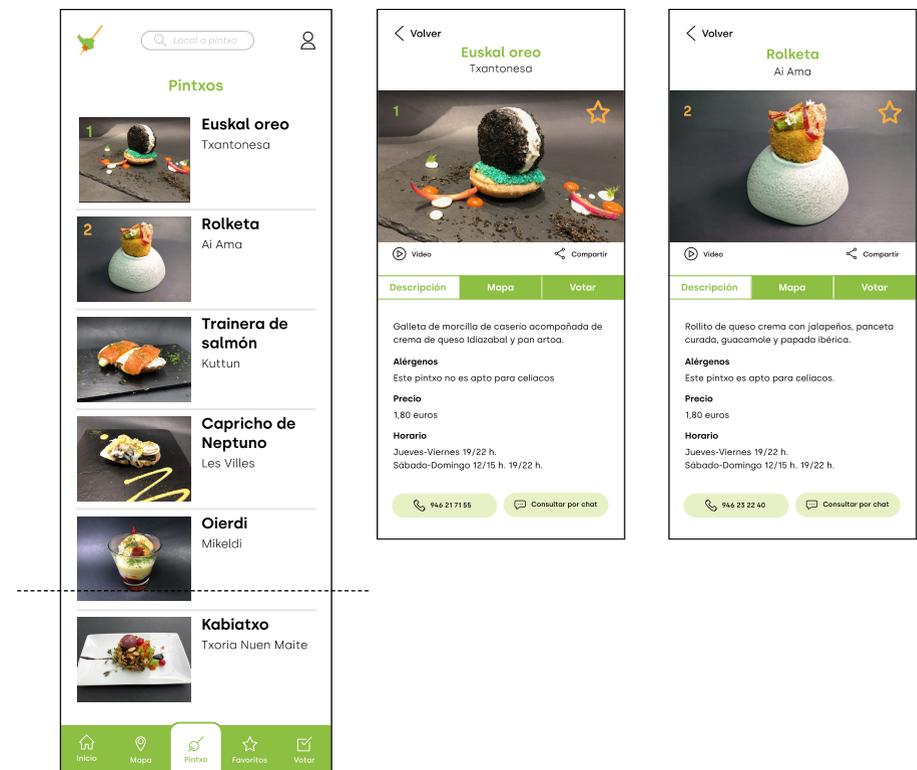


Figura 71. Pantallas de pintxos, pintxo Euskal oreo y Rolketa. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos: descripción

Cuando se añade el pintxo a favoritos, aparece una ventana emergente que comunica que el pintxo ha sido añadido a favoritos. También posibilita acceder directamente a su pantalla. Esta opción todavía no está desarrollada. A través del icono 'vídeo' se puede visualizar la preparación del pintxo. En la

pantalla 'compartir', el mensaje de la ventana *pop-up* informa que se está probando el pintxo y permite conectar con redes sociales. 'Llamar' permite la comunicación directa con el bar y 'consultar por chat' da paso a una pantalla con un mensaje de bienvenida para establecer un chat inmediato con el concurso.

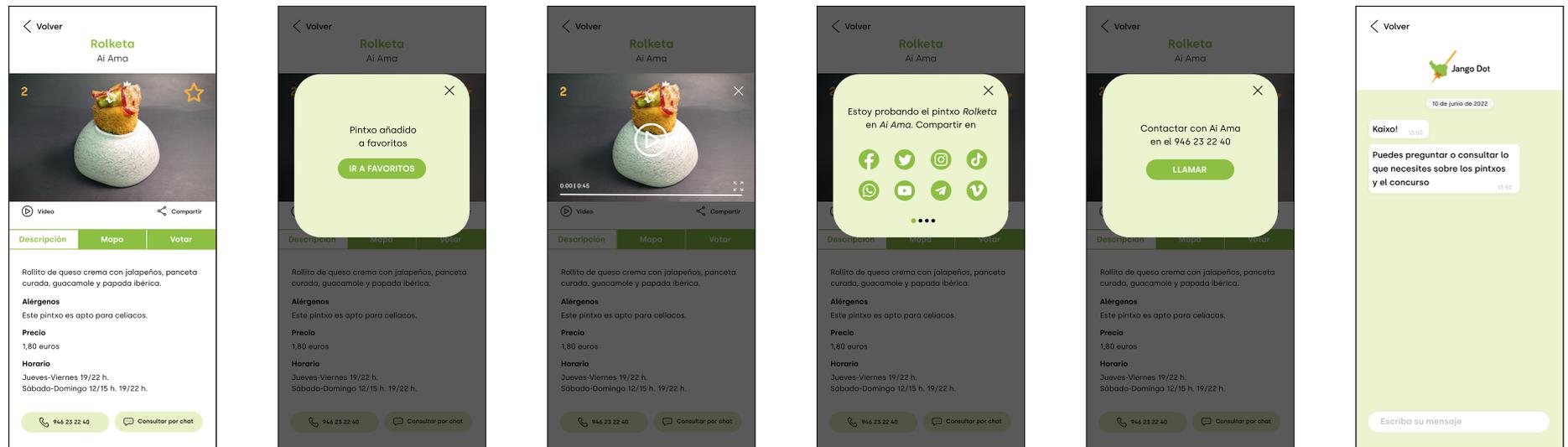


Figura 72. Pantallas de pintxos: descripción, añadir a favoritos, vídeo, compartir, llamar y consultar por chat. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos: mapa y votar

Al seleccionar el segundo botón 'mapa', se accede al mapa de localización del bar que ha elaborado el pintxo y se puede ver cómo llegar hasta su dirección a través del mapa de Google Maps. El tercer botón 'votar' permite realizar la votación directamente sobre el pintxo. Previamente se tiene que valorar

de una a cinco estrellas. Tras esta acción se activa el lector QR por medio de un botón inferior dando paso a la pantalla del lector. El bar proporcionará el QR para escanear posibilitando así emitir la votación. Desde la funcionalidad de pintxo se puede acceder al mapa y realizar la votación directamente.

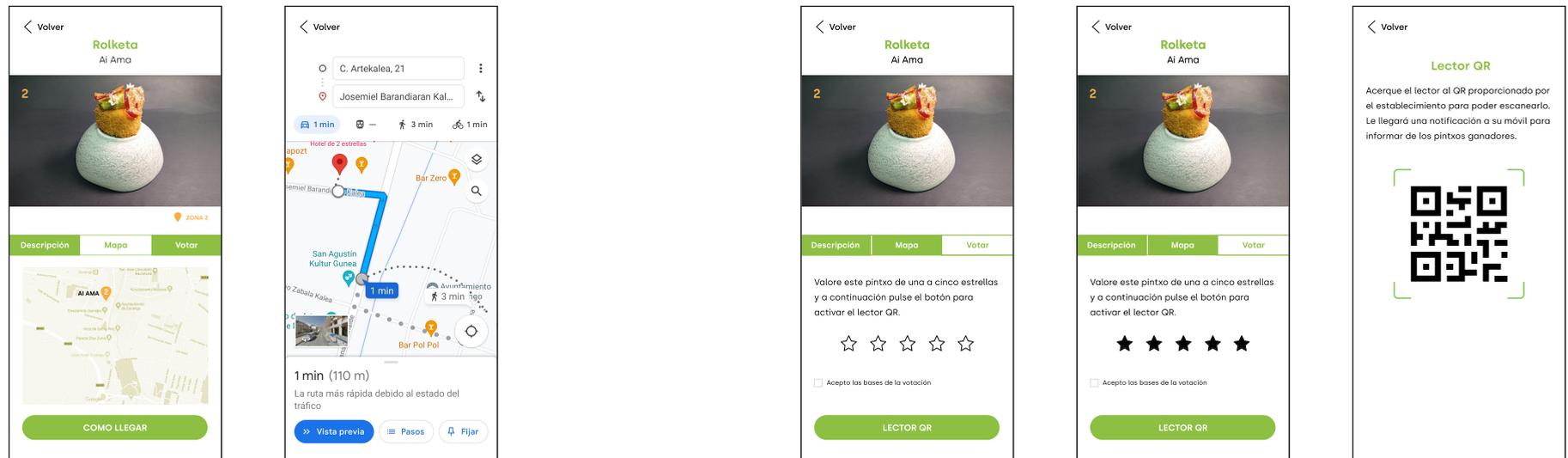


Figura 73. Pantallas de pintxos: mapa y votar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos favoritos: descripción

En la pantalla de favoritos aparecerán todos aquellos pintxos que el usuario haya ido agregando a través de la funcionalidad de pintxos. Estos quedan ordenados por número y zona. Desde la pantalla de favoritos se pueden efectuar las mismas acciones

desarrolladas para la funcionalidad anterior. 'Previsualizar el vídeo', 'compartir en redes', 'llamar al bar participante' y 'consultar por chat' son las cuatro opciones disponibles a realizar comentadas previamente.

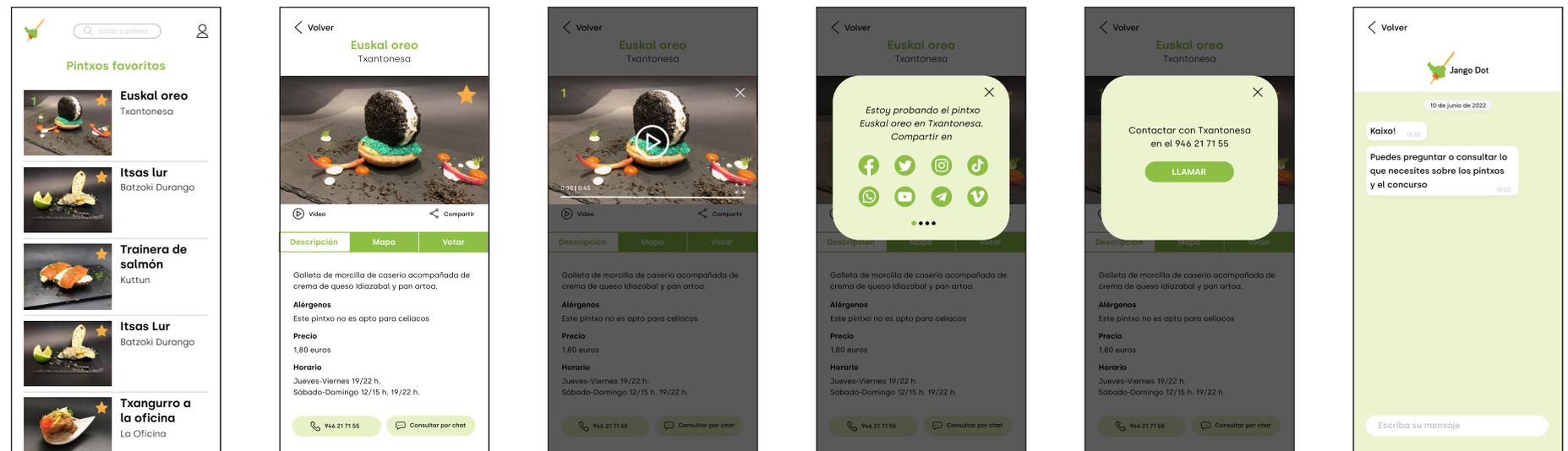


Figura 74. Pantallas de pintxos favoritos: descripción, vídeo, compartir, llamar y consultar por chat. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos favoritos: mapa y votar

Como se observa en la Figura 75, localizar y votar el pintxo también están al alcance en la misma pantalla. La aplicación permite conectar varias funcionalidades sin salir de una para pasar a otra, sumando conectividad y ganando tiempo de una

manera sencilla y efectiva. Este procedimiento se reproduce de igual forma en la funcionalidad anterior.

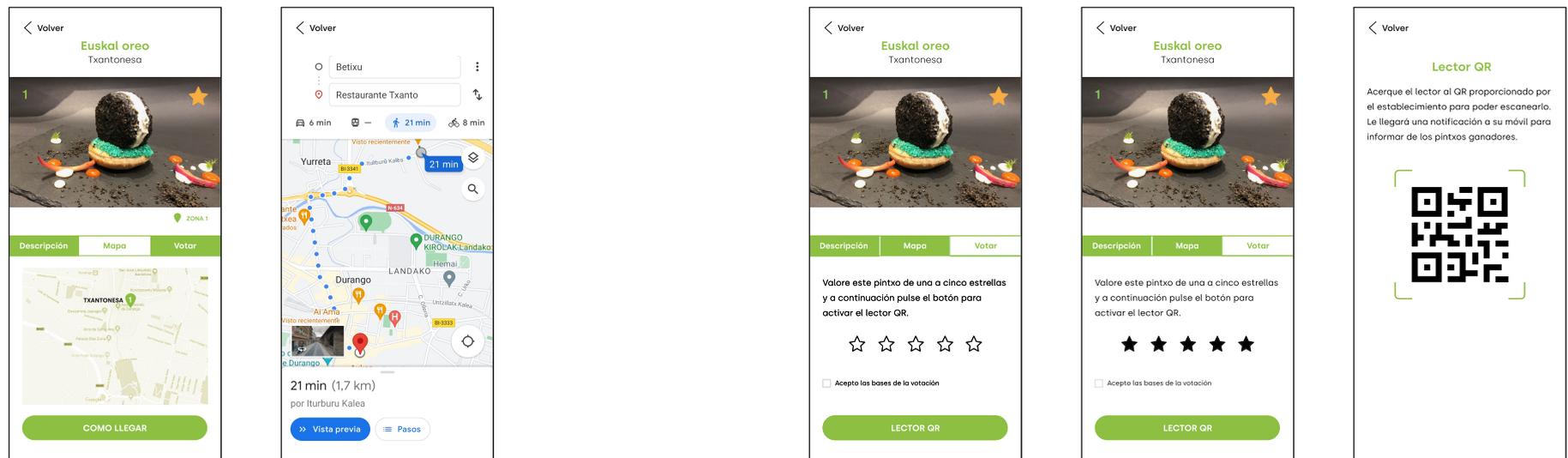


Figura 75. Pantallas de pintxos favoritos: mapa y votar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de votar

Votar es la última funcionalidad de la aplicación. La pantalla comienza emitiendo un mensaje en su parte superior indicando seleccionar uno de los pintxos participantes para emitir el voto. Seguidamente aparece el listado de todos los pintxos de la competición.

Cuando se selecciona uno clicando sobre su foto o nombre se pasa a la pantalla para emitir el voto popular. En la parte superior aparece ampliada la imagen del pintxo identificada con su nombre. En la parte inferior, un mensaje para hacer la valoración de una a cinco estrellas según las preferencias del usuario.

La pantalla acaba con un botón para activar el QR que da paso a la pantalla del lector para realizar el escaneo. En esta última pantalla se puede leer un mensaje explicando el procedimiento a seguir para escanear el QR. También nos informa que se enviará una notificación al móvil del usuario cuando se conozcan los pintxos ganadores.

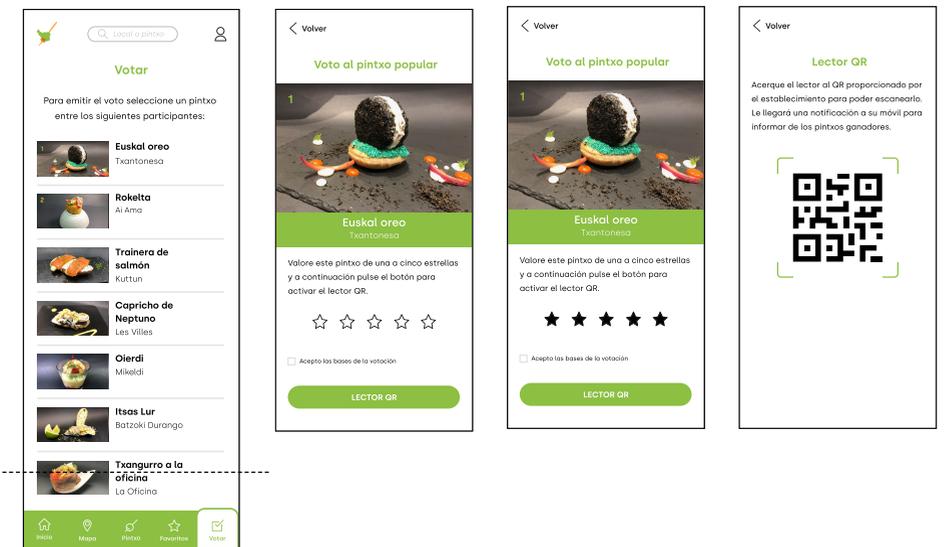


Figura 76. Pantallas de votar, votar el pintxo popular, valorar y QR. Fuente: Elaboración propia, 2022.

Introducción

Marco referencial

Objetivos y metodología

Desarrollo específico de la contribución

Conclusiones y trabajo futuro

Referencias bibliográficas

Anexos

4.7.7 Prototipo de la aplicación

Como se observa en la Figura 77, quedan reflejadas todas las pantallas generadas para desarrollar el prototipo de la aplicación. En la Figura 78, se recogen todas las microinteracciones provenientes del flujo que se establece entre esas mismas pantallas.

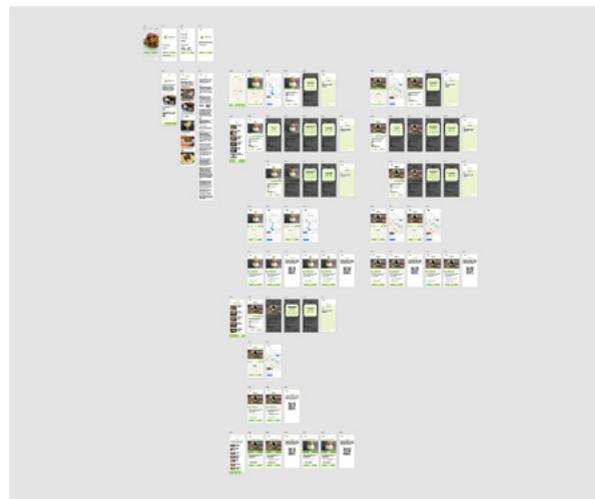


Figura 77. Prototipo de la aplicación. Fuente: Elaboración propia, 2022.

4.7.8 Enlace al prototipo de la aplicación

El siguiente enlace permite probar el prototipo de la aplicación generado con el programa Adobe XD:

<https://xd.adobe.com/view/afb34d0e-9bcc-41d2-ba44-7613f8c7533b-fae0/>

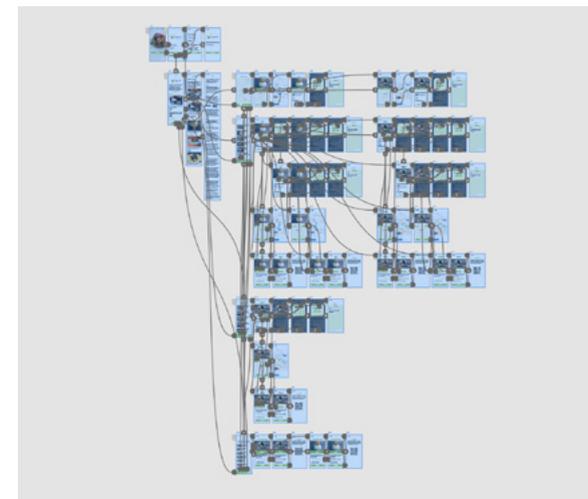


Figura 78. Interactividad del prototipo. Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

4.8 Evaluación de la aplicación

La evaluación es una etapa fundamental en el diseño de cualquier producto. Para la investigación del proyecto Jango Dot se ha recurrido a la realización de un test de usuarios de guerrilla. Para ello se han determinado una serie de tareas a realizar planteadas en unos escenarios reales. Estas tareas recogen los objetivos previos marcados y son propuestas para la realización de los usuarios en el prototipo de la aplicación.

El test de usuarios de guerrilla, consiste en abordar a personas desconocidas para probar y utilizar un sitio web o una aplicación móvil durante un espacio corto de tiempo. Esto se realiza en espacios reales como la calle o interiores como bares o cafeterías. Se trata de evaluar el prototipo para detectar posibles errores en el funcionamiento, la navegación y el entendimiento de la app. Tras estas evaluaciones se recogen los datos extraídos para realizar la mejora.

En la Tabla 7, se recogen los cuatro escenarios planteados con sus correspondientes tareas para el desarrollo del test de usuarios de guerrilla.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Tabla 7. Escenarios y tareas elaboradas para la realización del test de usuarios.

ESCENARIOS	TAREAS A REALIZAR POR EL USUARIO
<p>ESCENARIO 1</p> <p>Tienes ya tu perfil creado y te encuentras con unos amigos haciendo la ruta de bares en mitad del concurso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Accede e ingresa en la aplicación directamente. • Entra en el mapa de los pintxos del concurso. • Selecciona un bar participante entre los identificados por nombre. • Conoce cómo llegar al recorrido del local.
<p>ESCENARIO 2</p> <p>Es el primer día del concurso y estás probando el <i>pintxo Euskal oreo</i> en el bar <i>Txantonesa</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entra al listado de pintxos y selecciona el <i>pintxo Euskal oreo</i>. • Accede a la pantalla para compartir el momento en redes con tus amigos. • Añade el pintxo a favoritos.
<p>ESCENARIO 3</p> <p>Estás con tu familia en casa, os disponéis a salir a dar una vuelta y quieres conocer qué pintxos ofrece el concurso para hacer una ruta de <i>pintxo-pote</i>¹.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entra en el listado de pintxos participantes de la competición. • Elige un pintxo del listado entre los numerados. • Selecciona el modo de reproducción del vídeo del pintxo. • Accede al chat del concurso para conocer más del pintxo seleccionado.
<p>ESCENARIO 4</p> <p>Estás en un bar probando un pintxo y decides que quieres participar votando ese pintxo porque te ha gustado mucho.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abre la aplicación y entra en la pantalla para votar los pintxos. • Elige el que has decidido de los pintxos participantes numerados. • Otorgarle la puntuación máxima al pintxo elegido. • Activa el lector QR para escanearlo en el bar.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

¹ *Pintxo-pote*: iniciativa de los hosteleros que ofrece la combinación de un pintxo y una bebida a un precio más asequible.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

Planificación

La realización del test de guerrilla se llevó a cabo en diferentes bares de pintxos. La selección de los participantes se llevó a cabo de manera fortuita. Se dirigió la prueba hacia personas del target de la aplicación. Un rango amplio centrado principalmente en edades comprendidas entre los 35 y 54.

Duración

Para la realización de este proyecto, por la tipología de la propia aplicación, se acudió a bares de pintxos en horarios comprendidos entre la 12:00 y las 17:00 horas en tiempo de ocio durante el fin de semana. Se realizaron dos test de usuarios de guerrilla en días diferentes.

Desarrollo de la prueba

Se realizó un primer test a cinco usuarios de bares durante el primer día del fin de semana. Se comunicó a los usuarios preguntados que se había desarrollado un prototipo de aplicación para un concurso de pintxos. Además, se les informó que no era una evaluación personal sino de la propia aplicación. Se les invitó 'a pensar en alto' y se les comentó que preguntaran si necesitaban aclarar cualquier duda. El segundo test se realizó el día después al mismo número de participantes.

Materiales y equipo

La realización de la prueba se llevó a cabo con el mismo móvil que se facilitó a todos los participantes de los diferentes bares con el enlace del prototipo. Para la grabación de las imágenes se utilizó un iPad Pro de 10,5 pulgadas. Se grabó exclusivamente la pantalla y la acción de manejo de la aplicación de todas las personas que accedieron a la prueba.

Tabla 8. Situación contextual de los test de guerrilla realizados en los bares.

	CONTEXTO	HORARIO	AFORO
TEST 1	Bares con nivel de ruido elevado.	13:00 a 15:00 h.	Completo
TEST 2	Bares con nivel de ruido medio.	15:00 a 17:00 h.	Semicompleto

Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Tras llevar a efecto la prueba, se han determinado una serie de puntos críticos recogidos entre los errores que se han producido. La Tabla 9 correspondiente al primer día y la Tabla 10 correspondiente al segundo, recogen en sus columnas

los puntos críticos que se han producido, la descripción de estos errores y el número de veces que han tenido lugar. Tras la ejecución del primer test se incorporan las mejoras para la realización de la prueba el segundo día. Estas modificaciones

	PUNTO CRÍTICO	DESCRIPCIÓN	CASOS	MEJORAS	
●	Pantalla de mapa general de bares.	Los iconos de localización de los bares que no están activos para la prueba generan confusión.	1		●
●	Pantalla de pintxos, pintxos favoritos y pantalla de votar.	El botón para seleccionar los pintxos en las tres pantallas resulta innecesario. El participante va directamente a tocar como botón la foto y el nombre del pintxo.	2		●
●	Icono de favoritos.	El icono de favoritos se distingue poco y al participante le cuesta encontrarlo.	2		●

Tabla 9. Análisis de los errores y mejoras obtenidas del primer test de usuarios de guerrilla. Fuente: Elaboración propia, 2022.

● = Mejora ● = Punto crítico

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

propuestas tras el test del primer día han quedado incorporadas definitivamente en el desarrollo de pantallas descritas en el presente proyecto (más detalle sobre estas modificaciones de la Tabla 9, en el Anexo 4 de la página 121). Todo esto siguiendo

el proceso iterativo de revisión continuada en el tiempo, y la metodología *Design Thinking* planteada en capítulos anteriores. Tras la prueba los participantes facilitan un *feedback* rápido de su percepción en el manejo de la aplicación.

	PUNTO CRÍTICO	DESCRIPCIÓN	CASOS	MEJORAS	
●	Icono de favoritos.	Uno de los participantes no lo encuentra rápidamente. Es necesario cambiar el color para que destaque más y se localice antes.	1		●
●	Botón 'consultar chat'.	La etiqueta 'consultar chat' es demasiado larga. Se reconoce antes la palabra 'chat'. Se decide cambiar el color para unificar la botonera, mejorando así la consistencia de la aplicación. La modificación se efectuará también en el botón de 'llamar'.	1		●

Tabla 10. Análisis de los errores y mejoras obtenidas del segundo test de usuarios de guerrilla. Fuente: Elaboración propia, 2022.

● = Mejora ● = Punto crítico

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

●
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

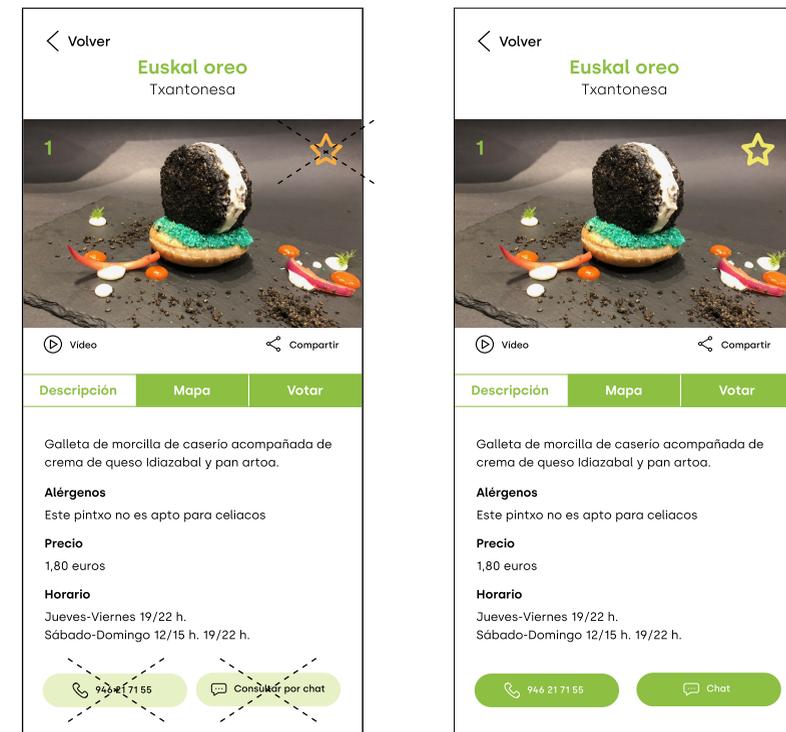
○
Anexos

De la observación y el análisis de los vídeos de la prueba se proponen realizar las modificaciones ya recogidas en la Tabla 10. Estos últimos cambios se incorporarán al prototipo para su mejora en una línea futura de trabajo. En la Figura 79, se muestra una de las pantallas de la aplicación antes y después de los cambios propuestos tras la evaluación y el análisis de las pruebas del segundo día.

A continuación, en el siguiente enlace se puede acceder al vídeo del test de usuario de guerrilla realizado en bares para el presente proyecto:

<https://drive.google.com/drive/folders/1JeRKsoGo34segKuzBweDNXVfzMOcwb5?usp=sharing>

Figura 79. Pantallas de la app antes y después de las mejoras propuestas.



Fuente: Elaboración propia, 2022

5

Conclusiones y trabajo futuro

○
Introducción

○
Marco
referencial

○
Objetivos y
metodología

○
Desarrollo
específico de
la contribución

●
Conclusiones y
trabajo futuro

○
Referencias
bibliográficas

○
Anexos

5. Conclusiones y trabajo futuro

5.1 Conclusiones

El proyecto Jango Dot se ha estructurado para lograr el desarrollo de una aplicación que pudiera gestionar un concurso de pintxos comarcal. Se establecían unos objetivos específicos que delimitan la trayectoria a alcanzar. En este último capítulo del proceso recorrido se van a recuperar estos objetivos para verificar su cumplimiento y el alcance de los mismos.

Garantizar la afluencia de público de una manera segura para asegurar una buena experiencia gastronómica.

Actualmente, tras la pandemia se han relajado las medidas de seguridad respecto a mascarillas y material higiénico en el interior de bares y restaurantes. Aun así, de los resultados de la encuesta se verifica el interés por parte de los consumidores hacia espacios más amplios, más ventilación y exteriores. La aplicación tiene una funcionalidad de chat directo con el concurso, otra vía de comunicación además del teléfono con el establecimiento. De este modo, se posibilita la información

sobre aforo, disposición de mesas, ventilación o cualquier duda que se quiera consultar sobre los pintxos y la competición. Se logra así el cumplimiento de este objetivo en el contexto actual.

Asegurar que los usuarios realicen la votación estando en el local y habiendo degustado el pintxo.

Este objetivo queda validado a través de la funcionalidad de votar. Para emitir el voto el consumidor debe escanear el lector QR facilitado por el bar. A través de esta herramienta se garantiza la permanencia y el consumo en el local. Se reduce así el contacto comparando con la votación tradicional.

Dar información detallada sobre las características del concurso, los pintxos y los participantes.

La app ofrece una funcionalidad donde se puede seleccionar cualquier pintxo participante y conocer su descripción, precio y horarios, además de visualizar el vídeo de su preparación. De acuerdo a estas características el objetivo queda alcanzado.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

Permitir a los usuarios comunicarse y compartir contenido del concurso a través de redes.

Dentro de la pantalla de pintxos la aplicación ofrece la posibilidad de realizar esta acción mediante el icono de compartir. A través de un mensaje se comunica el pintxo y el bar en el que lo estás probando. Se da la opción de enviarlo vía Instagram, Facebook, WhatsApp o Twitter entre otros. Además, en la página de inicio, el usuario puede acceder a las redes propias del concurso. La app ofrece así una amplia red de canales de comunicación posibilitando alcanzar el objetivo.

Proporcionar una ruta sencilla de acceso a bares y restaurantes que facilite una búsqueda rápida al usuario y le haga más fácil su localización y participación.

Este objetivo también queda afianzado por vía del mapa de pintxos. De esta forma se localizan todos los bares del concurso diferenciados por colores que identifican y señalan las zonas de la competición. Haciendo un clic sobre el icono de localización se amplía la información del establecimiento, y se indica cómo llegar señalando su trayectoria.

Ahorrar tiempos de espera en los pedidos de los pintxos con el fin de mejorar las condiciones de seguridad reduciendo la exposición y proximidad entre los usuarios.

Del análisis de la encuesta se obtuvieron resultados contrapuestos respecto a pedir los pintxos de manera anticipada. Respuestas positivas y negativas que descartaron la posibilidad de desarrollar una funcionalidad para pedir los pintxos por adelantado. Se pretendía disminuir el tiempo de permanencia en el local. Este objetivo no se va a cumplir por falta de interés para este proyecto.

Diseñar una interfaz que permita una experiencia gastronómica completa y divertida cubriendo todas las necesidades del público objetivo.

Se puede decir que este fin se cumple enteramente. Las necesidades del usuario han quedado cubiertas por medio del desarrollo de las distintas funcionalidades. Se ha informado sobre pintxos, localización, favoritos y premiados entre otros, con una interfaz sencilla y asociando por colores bares y zonas de una manera simple y divertida.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

●
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

○
Anexos

La suma de estos objetivos reales hace viable también el cumplimiento del objetivo general. La finalidad era el diseño de una app para llevar a cabo todo el desarrollo del concurso Jango Dot en la comarca del Duranguesado. Tanto la votación como todas las gestiones relativas a la competición se pueden realizar de una manera tecnológica y adaptada al contexto actual tras la pandemia.

5.2 Trabajo futuro

Se pueden priorizar dos líneas de actuación en un futuro próximo en el tiempo.

La primera de ellas hace referencia a las lenguas. Entre las opciones a desarrollar en breve del perfil de usuario están los idiomas y las notificaciones. La aplicación tiene su naturaleza bilingüe por la propia zona de celebración de la competición. El euskera será una de las alternativas a configurar en los próximos meses. Con respecto a una tercera lengua, el inglés, la posibilidad no se descarta. Como ya se indicó en las primeras páginas, cada vez más turistas vienen a disfrutar de la gastronomía a la comarca del Duranguesado.

Otra línea de actuación es la incorporación de las mejoras obtenidas en la etapa de evaluación. Después del análisis de los puntos críticos del test de usuarios, se realizaron unos primeros cambios que se añadieron al prototipo. Tras la segunda prueba se detallaron nuevas mejoras respecto al icono de favoritos y los botones de llamar al establecimiento y chat del concurso. En el siguiente enlace, se muestra una primera aproximación de como quedaría la aplicación después de incorporar estos últimos cambios con el fin de presentar el proyecto totalmente ajustado a la empresa solicitante.

<https://xd.adobe.com/view/bb8cb8bd-2b51-46e8-a25d-43a4b2bb6244-eedf/>

Estas aportaciones sirven para preparar el prototipo de cara a desarrollarlo en los próximos meses. El horizonte temporal marcado para su implantación estaría situado dentro del año 2022 en el que se ha elaborado el presente proyecto.

6

Referencias bibliográficas



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

6. Referencias bibliográficas

Ambrose, G. y Harris, P. [2019]. *Color* [4ª ed.]. Parramón.

Asociación de Hostelería de Bizkaia. [2021, junio 28]. *Acta de la Asamblea General Ordinaria*. Recuperado el 10 de marzo de 2022 de: https://www.asociacionhosteleria.com/wp-content/uploads/2021/07/acta_asamblea_28.06.2021.pdf

Balluerka, M. N., Gómez, J., Hidalgo, M. D., Gorostiaga, M. A., Espada, J. P., Padilla, J. L., & Santed, M. Á. [2020]. *Las consecuencias psicológicas de la COVID-19 y el confinamiento. Informe de investigación*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. <http://hdl.handle.net/10810/45924>

Brown, T. [2009]. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins.

Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. [2014]. *About face : The essentials of interaction design* [4ª ed.]. John Wiley & Sons, Incorporated.

de Pedraza, P. & Vicente, M. R. [2021]. Are Spaniards Happier When the Bars Are Open? Using Life Satisfaction to Evaluate COVID-19 Non-Pharmaceutical Interventions (NPIs). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19). <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph181910056>

EFE. [2021, noviembre 10]. *Tapa, petisco o platillo: El pincho se hace cada vez más internacional*. Recuperado el 29 de marzo de 2022 de: <https://www.efe.com/efe/america/gente/tapa-petisco-o-platillo-el-pincho-se-hace-cada-vez-mas-internacional/20000014-4672483>

Fernández, R. [2022, febrero 2]. *Porcentaje de hogares equipados con teléfono móvil en España de 2005 a 2021*. Statista. Recuperado el 21 de abril de 2022 de: <https://es.statista.com/estadisticas/718350/porcentaje-de-viviendas-con-telefono-movil-espana/>

HD, R. [2020, abril 8]. *El informe «Impacto de Covid-19 en la Hostelería de España» muestra la vulnerabilidad del sector ante la pandemia de coronavirus*. Hostelería Digital. Recuperado el 14 de abril de: <https://www.hosteleria-digital.es/2020/04/08/el-informe-impacto-de-covid-19-en-la-hosteleria-de-espana-muestra-la-vulnerabilidad-del-sector-hostelero-ante-la-pandemia-de-coronavirus/>

Instituto Nacional de Estadística [2022, marzo 24]. *Indicadores de Actividad del Sector Servicios (IASS)*. Recuperado el 21 de abril de 2022 de: <https://www.ine.es/daco/daco42/iass/iass0122.pdf>

<input type="radio"/> <p>Introducción</p>	<input type="radio"/> <p>Marco referencial</p>	<input type="radio"/> <p>Objetivos y metodología</p>	<input type="radio"/> <p>Desarrollo específico de la contribución</p>	<input type="radio"/> <p>Conclusiones y trabajo futuro</p>	<input checked="" type="radio"/> <p>Referencias bibliográficas</p>	<input type="radio"/> <p>Anexos</p>	<p>Instituto Vasco de Estadística. [2022, marzo 4]. <i>El PIB de la C.A. de Euskadi ha avanzado un 5,6% en el año 2021 y se han recuperado 49.120 empleos netos</i>. Recuperado el 20 de abril de 2022 de: https://www.eustat.eus/elementos/ele0019500/el-pib-de-la-ca-de-euskadi-ha-avanzado-un-56-en-el-ano-2021-y-se-han-recuperado-49/not0019563_c.html</p> <p>Instituto Vasco de Estadística. [2022, febrero 15]. <i>Las ventas acumuladas del año 2021 en Servicios de mercado han ascendido un 9,3% en la C.A. de Euskadi</i>. Recuperado el 20 de abril de 2022 de: https://www.eustat.eus/elementos/las-ventas-acumuladas-del-ano-2021-en-servicios-de-mercado-han-ascendido-un-93-en-la-ca-de-euskadi/not0019537_c.html</p> <p>Instituto Vasco de Estadística. [2022, marzo 4]. <i>Producto interior bruto de la C.A. de Euskadi por territorio histórico según trimestres</i>. Recuperado el 20 de abril de 2022 de: https://www.eustat.eus/elementos/ele0003300/producto-interior-bru-to-de-la-ca-de-euskadi-por-territorio-historico-segun-trimestres-precios-corrien-tes-miles-de-euros/tbl0003354_c.html</p> <p>Kane, J. [2019]. <i>Manual de tipografía</i> [2ª ed.]. Gustavo Gili.</p> <p>Müller-Brockmann, J. [2020]. <i>Sistemas de retículas</i> [3ª ed.]. Gustavo Gili.</p> <p>Pérez-Montoro, M. [2010]. <i>Arquitectura de la información en entornos web</i>. Ediciones Trea.</p> <p>Real Academia Española. [s. f.]. Pincho. En <i>Diccionario de la Lengua Española</i>. Recuperado el 22 de marzo de 2022 de: https://dle.rae.es/pincho</p> <p>Real Academia Española. [s. f.]. Tapa. En <i>Diccionario de la Lengua Española</i>. Recuperado el 22 de marzo de 2022 de: https://dle.rae.es/tapa</p> <p>Ryu, K., Lee, H., & Gon Kim, W. [2012]. The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>, 24(2), 200-223. https://doi.org/10.1108/0959611211206141</p>
---	--	--	---	--	--	-------------------------------------	--



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

Bibliografía complementaria

Dondis, D. A. [2019]. *La sintaxis de la imagen* [2ª ed.]. Gustavo Gili.

García, M. [2011, abril 26]. Hablemos con propiedad: logotipo, isotipo, imago-tipo, isologo, imagen corporativa, identidad. *Brandemia*. <http://www.brandemia.org/hablemos-con-propiedad-logotipo-isotipo-imagotipo-isologo-imagen-corporativa-identidad>

Krug, S. [2019]. *No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web y los móviles* [3ª ed.]. Anaya Multimedia.

Montero, Y. H. [2015]. *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*. Recuperado el 20 de abril de 2022 de: https://www.yusef.es/Experiencia_de_usuario.pdf

Morán, K. [2021, agosto 22]. *Design Thinking: Study Guide*. Nielsen Norman Group. Recuperado el 11 de abril de 2022 de: <https://www.nngroup.com/articles/design-thinking-study-guide/>

Poulin, R. [2018]. *Fundamentos del diseño gráfico* [3ª ed.]. Promopress.

7 Anexos



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

7. Anexos

Anexo 1. Resultados de la encuesta

Preguntas de la encuesta

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Con qué género se identifica más?
3. ¿Cuál es su situación laboral?
4. ¿Le gusta comer fuera de casa?
5. En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia lo hace?
6. ¿Le gusta ir de pintxos?
7. En caso afirmativo, ¿qué es lo que más le gusta de su experiencia de salir de pintxos?
8. ¿Y lo que menos?
9. ¿Realiza actividades relacionadas con la gastronomía en su tiempo de ocio?
10. En caso afirmativo, ¿qué tipo de actividades?
11. Ante el momento de pandemia actual que nos encontramos, ¿ha cambiado su relación a la hora de frecuentar bares y restaurantes?
12. En caso afirmativo, ¿en qué ha variado esa relación?
13. Cuando va de pintxos, ¿tiene en cuenta que el local tome medidas de precaución tras el inicio de la pandemia?
14. En caso afirmativo, ¿qué medidas le gustaría que tomaran bares y restaurantes para maximizar la seguridad?
15. ¿Cree que una aplicación móvil puede facilitarle hacer un recorrido de bares en un concurso de pintxos?
16. ¿Por qué?
17. ¿Utiliza aplicaciones móviles habitualmente?
18. ¿Suele realizar pagos en bares y restaurantes con el móvil?
19. En caso afirmativo, indique del 1 al 5 el grado de dificultad a la hora de pagar siendo 1 muy difícil y 5 muy sencillo.
20. ¿Utiliza alguna aplicación vinculada a la gastronomía?
21. En caso afirmativo, ¿de qué tipo?
22. ¿Suele utilizar las aplicaciones móviles para hacer pedidos de comida?



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

23. Tras el inicio de la pandemia, ¿con qué frecuencia utiliza las aplicaciones móviles para hacer pedidos de comida? Indique del 1 al 5 la frecuencia con la que las utiliza siendo 1 menos que antes y 5 más que antes.
24. ¿Le parece útil que los bares y restaurantes utilicen las aplicaciones móviles para gestionar los pedidos?
25. ¿Por qué?
26. ¿Estaría dispuesto a votar en un concurso de pintxos a través de una aplicación móvil?
27. ¿Cree que una aplicación móvil puede ser útil para proporcionar fotos, vídeos y características de los pintxos?
28. ¿Le parecería útil poder compartir información a través de una app en una ruta de pintxos durante un concurso?
29. En caso afirmativo, indique a través de que redes la compartiría.
30. ¿Consideraría valioso pedir los pintxos de manera anticipada a través de una aplicación?
31. ¿Por qué?
32. Si utilizara una aplicación para disfrutar de una ruta de bares en un concurso de pintxos, ¿qué funcionalidades le gustaría que tuviera?
33. ¿Qué más le gustaría encontrar?

Gráficos complementarios

A través del siguiente enlace se puede acceder a los gráficos de preguntas de la encuesta no desarrollados con anterioridad durante el presente proyecto:

https://drive.google.com/file/d/1GjKm9gkDJoDd_RgHyFUXjx_U1clsXQAJ/view?usp=sharing

Respuestas desarrolladas

A través del siguiente enlace se puede acceder al documento Excel de la encuesta con todas las respuestas desarrolladas a las preguntas del cuestionario en su totalidad:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WlhtFq-JoG3Yj22-kh-Ku0xAx_YDX_p6/

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

●
Anexos

Anexo 2. Bocetos de la aplicación

Pantalla de mapa

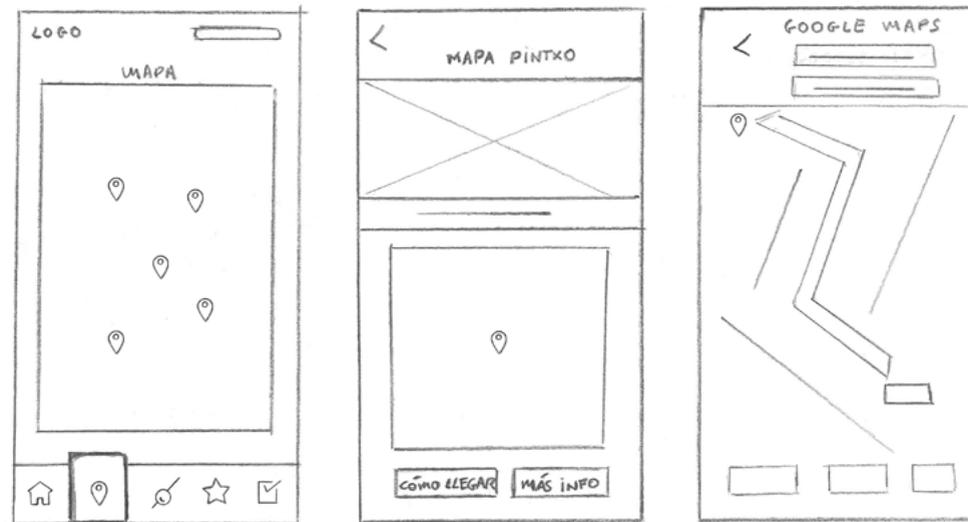


Figura 80. Boceto de la funcionalidad mapa. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos

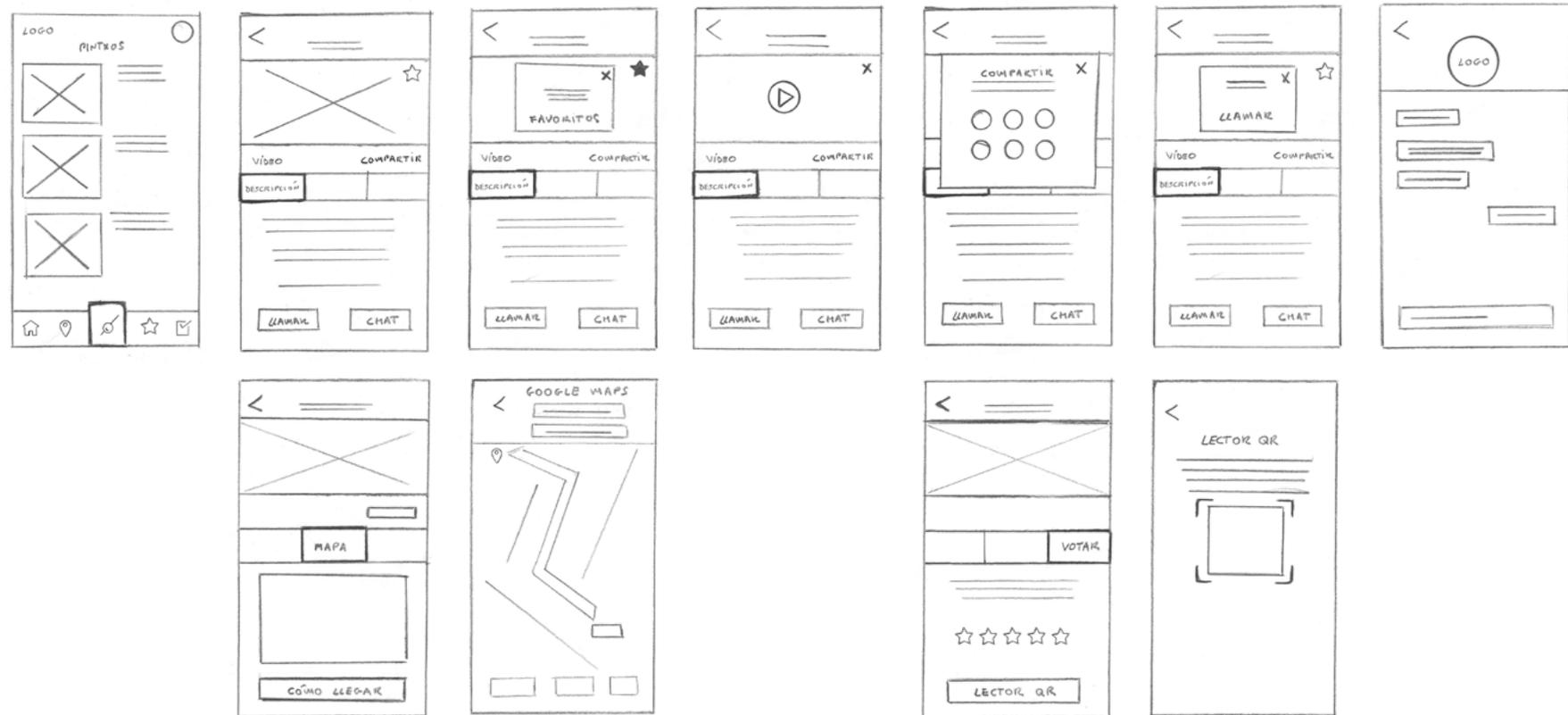


Figura 81. Boceto de la funcionalidad pintxos. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos favoritos

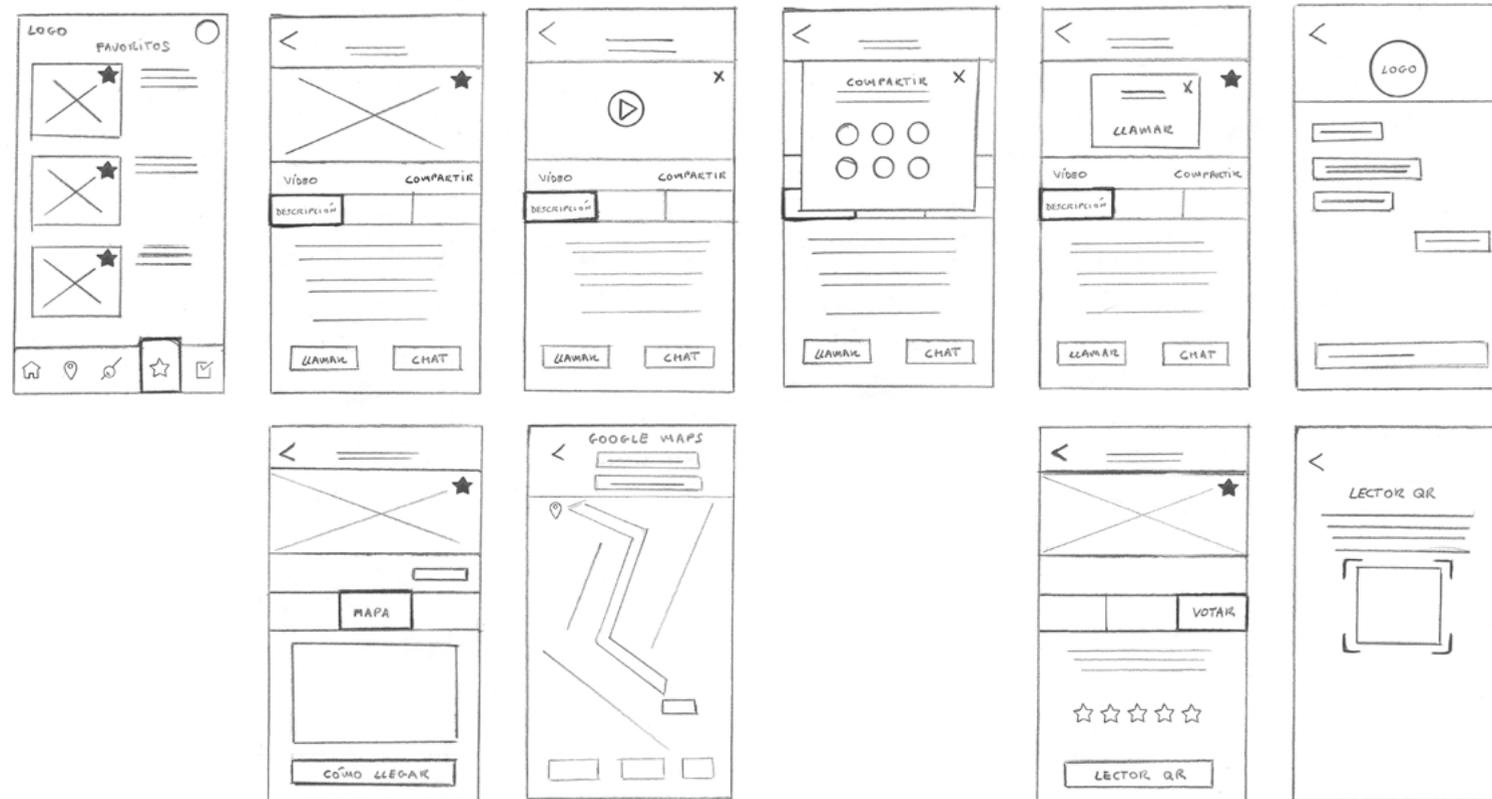


Figura 82. Boceto de la funcionalidad pintxos favoritos. Fuente: Elaboración propia, 2022.

○
Introducción

○
Marco referencial

○
Objetivos y metodología

○
Desarrollo específico de la contribución

○
Conclusiones y trabajo futuro

○
Referencias bibliográficas

●
Anexos

Pantalla de votar

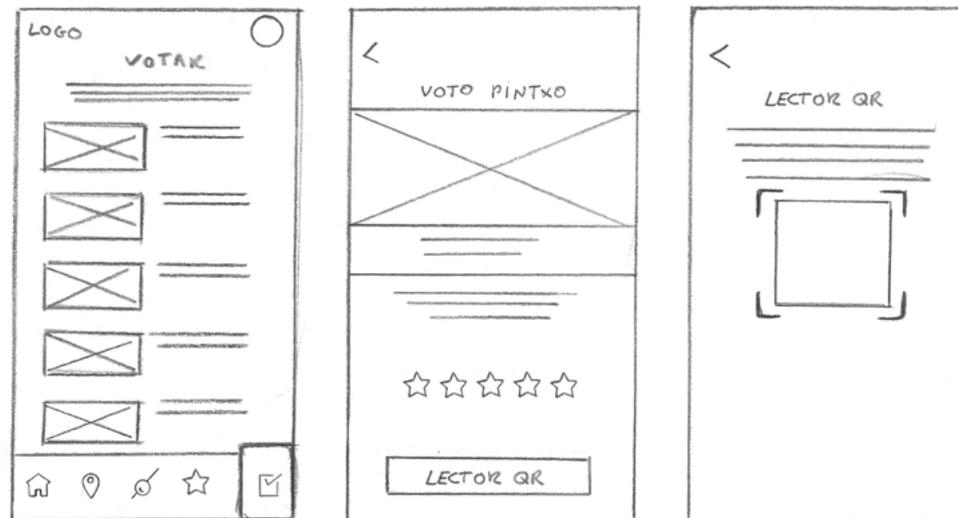


Figura 83. Boceto de la funcionalidad votar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Anexo 3. UX Wireflows

Pantalla de bienvenida, acceso y registros

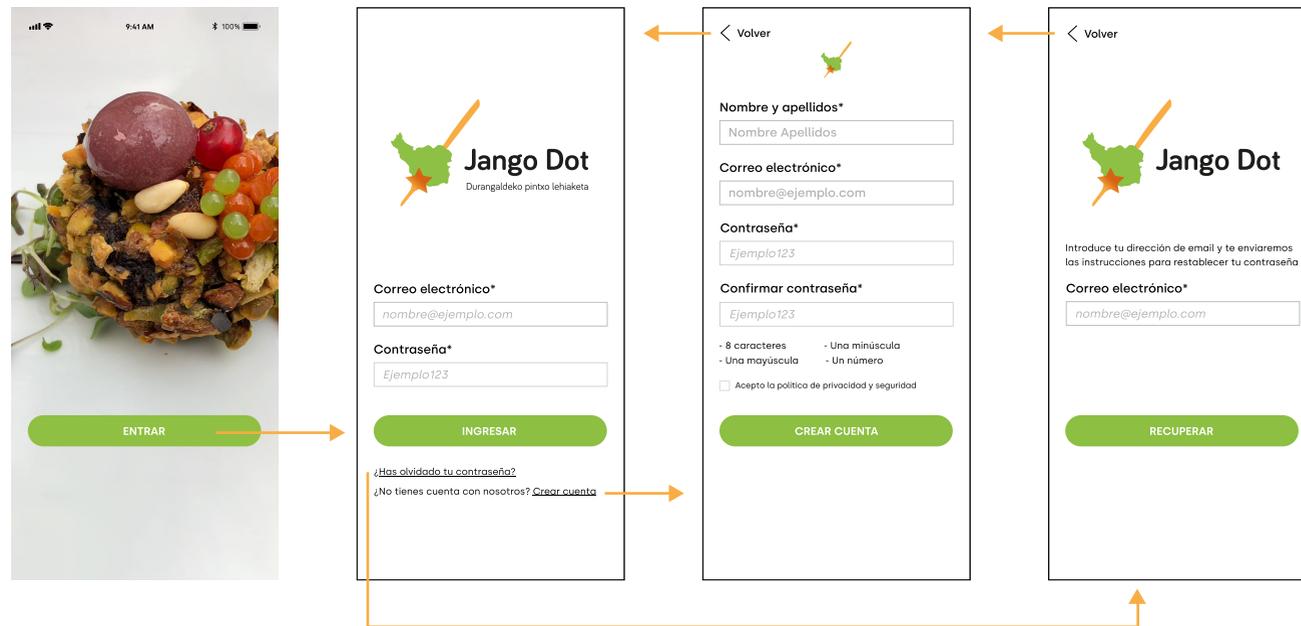


Figura 84. Wireflows de las pantallas de bienvenida, acceso y registros. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de inicio

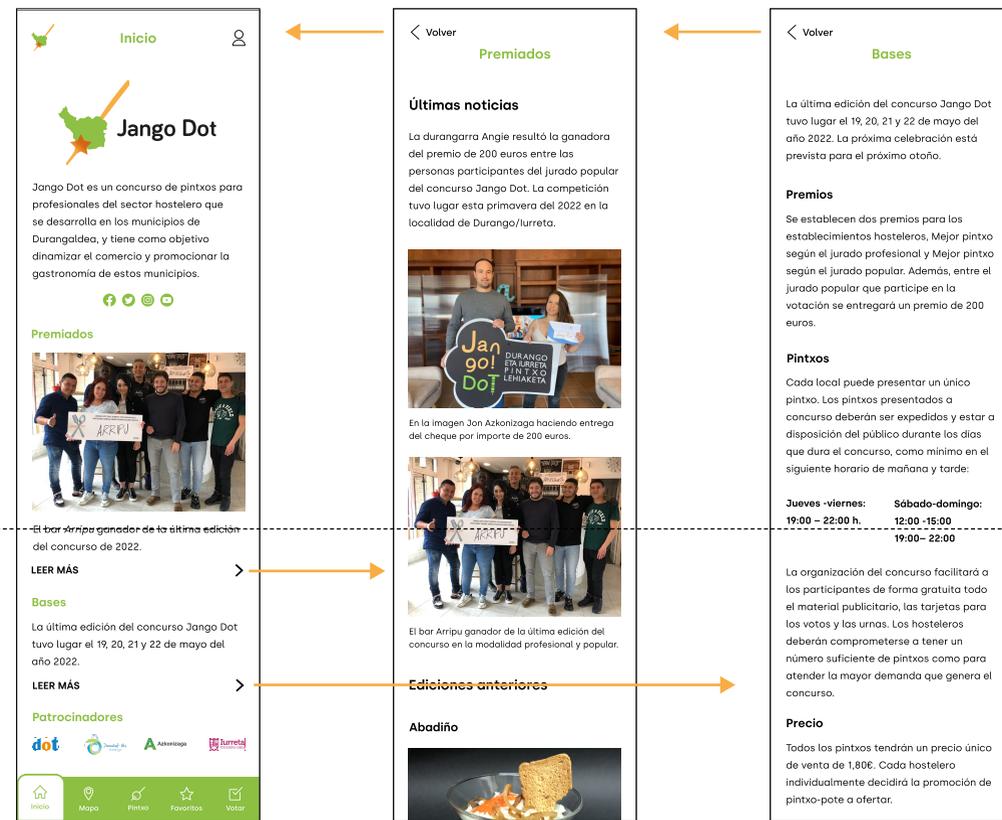


Figura 85. Wireflows de las pantallas de inicio, premiados y bases. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de mapa

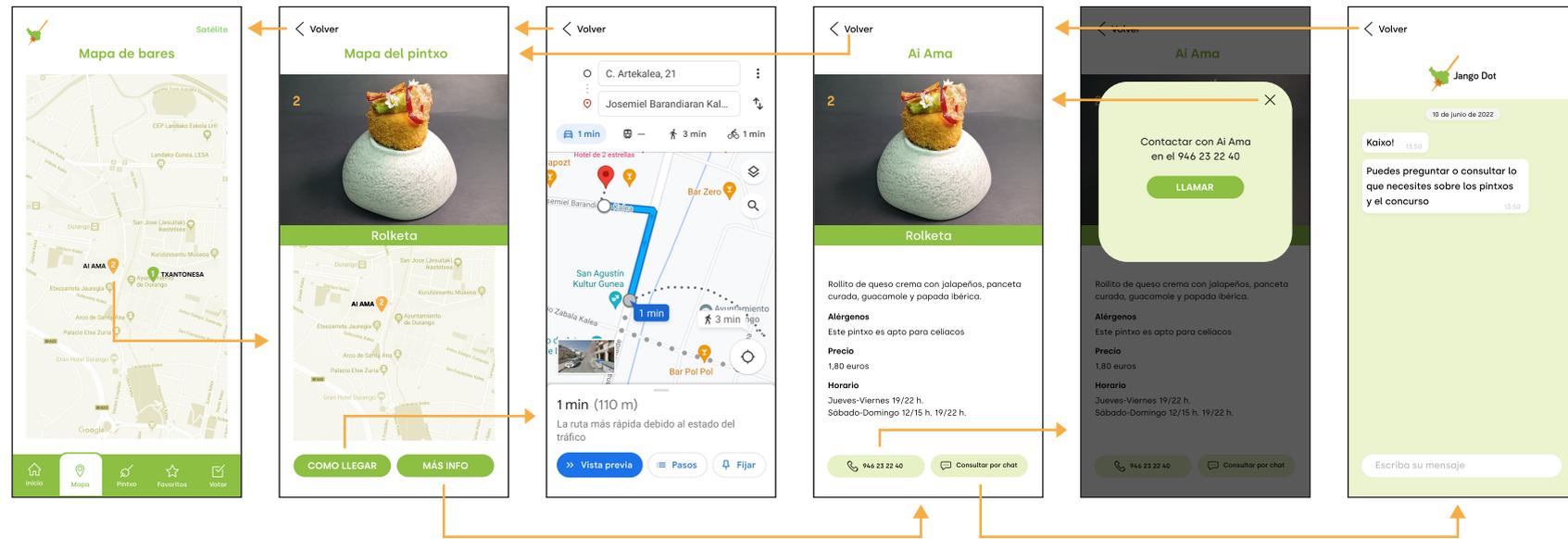


Figura 86. Wireflows de las pantallas de mapa general, mapa del pintxo, cómo llegar, descripción, llamar y consultar por chat. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de pintxos

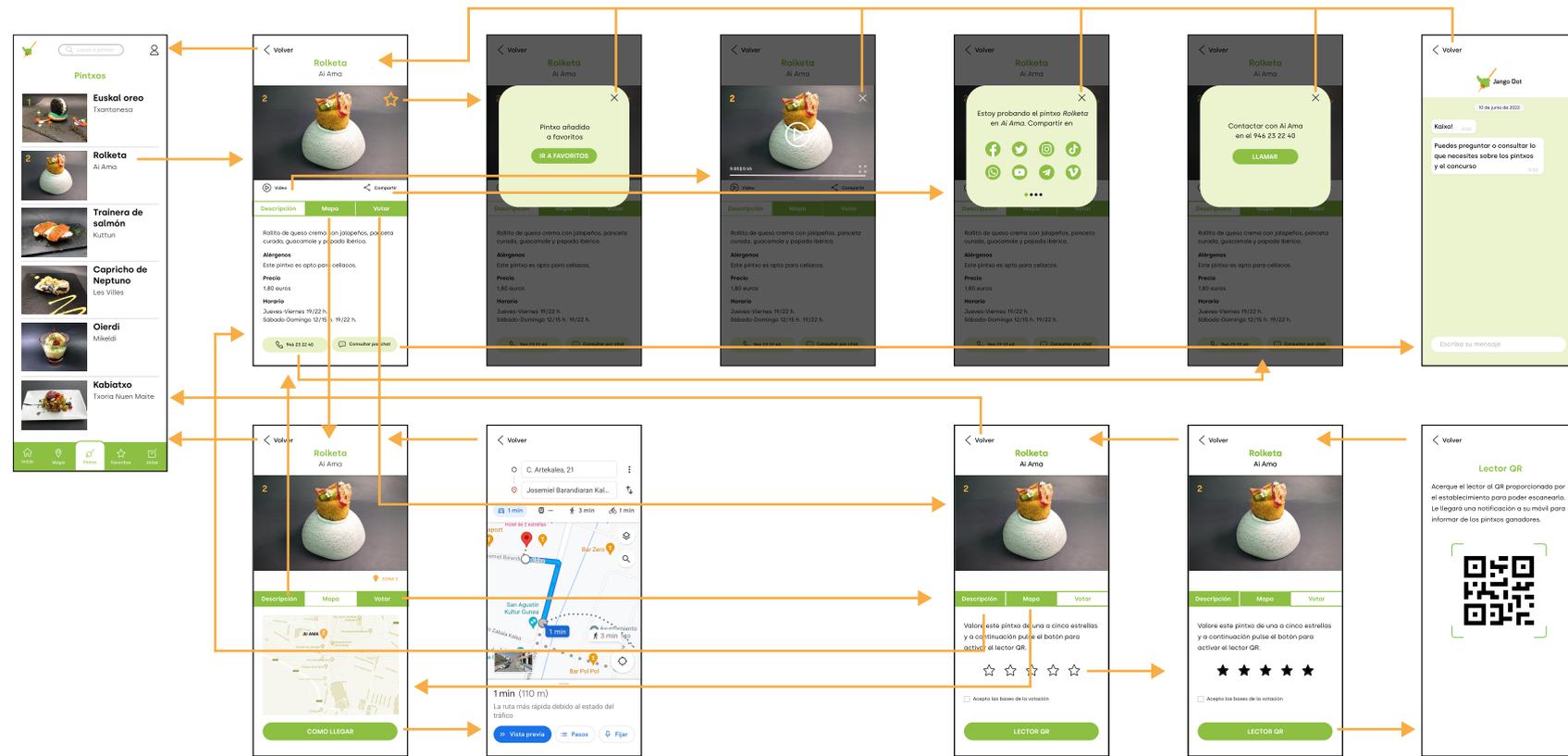


Figura 87. Wireflows de las pantallas de pintxos: descripción, mapa y votar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de favoritos

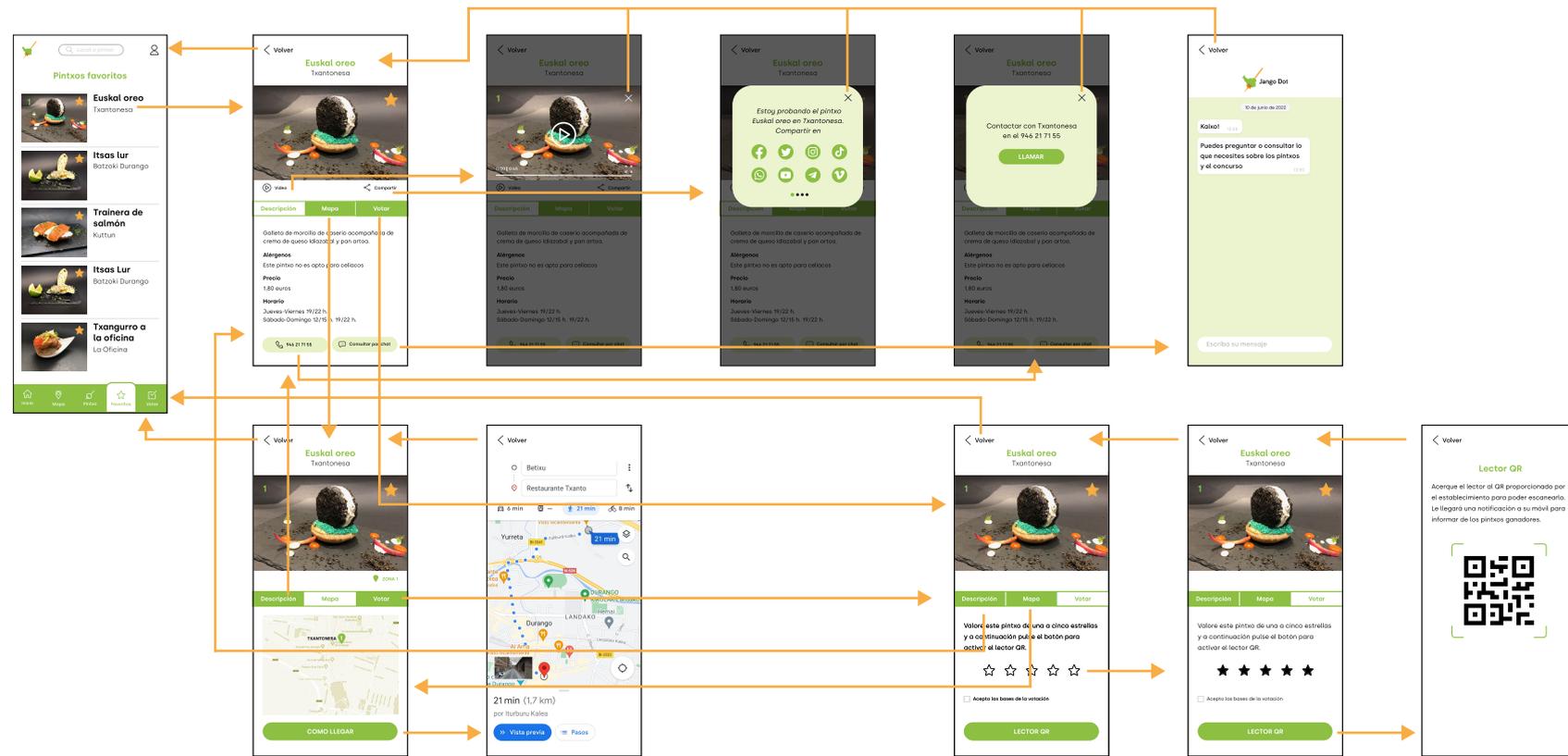


Figura 88. Wireflows de las pantallas de pintxos favoritos: descripción, mapa y votar. Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Introducción
- Marco referencial
- Objetivos y metodología
- Desarrollo específico de la contribución
- Conclusiones y trabajo futuro
- Referencias bibliográficas
- Anexos

Pantalla de votar

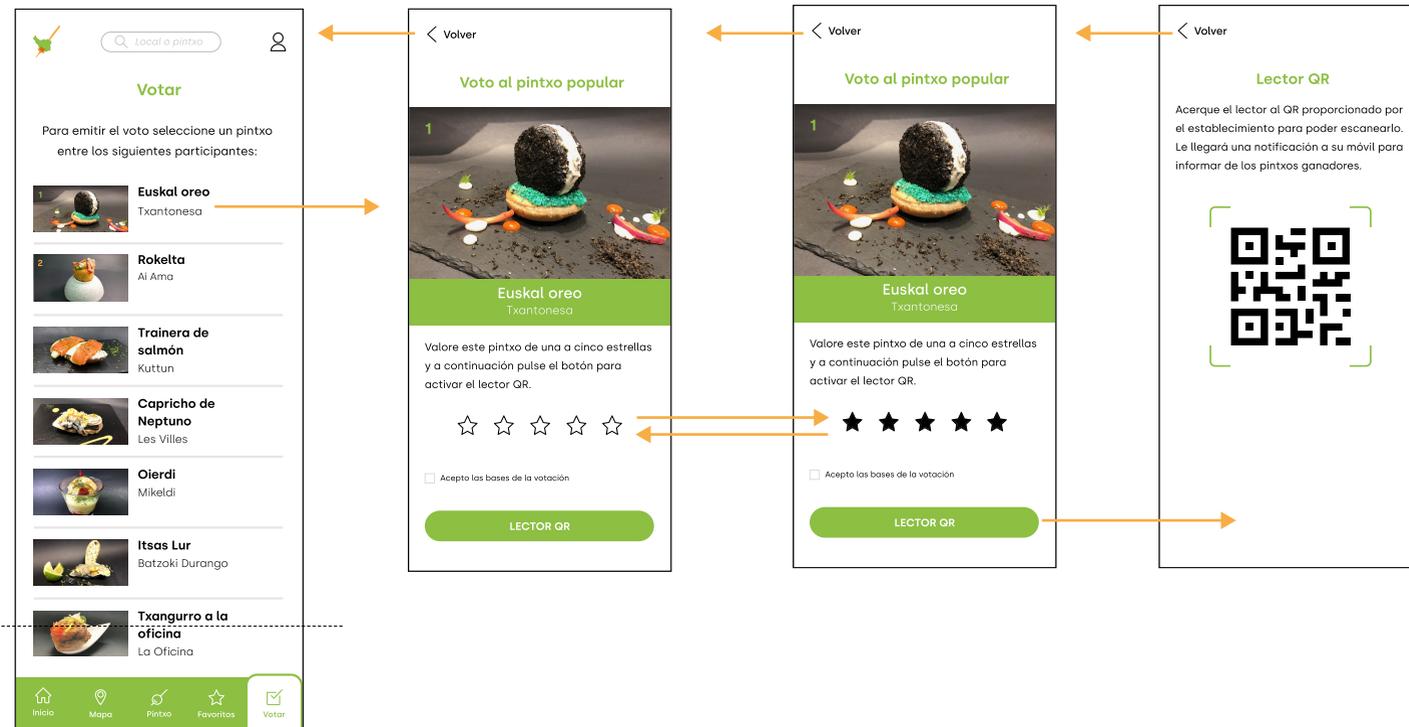


Figura 89. Wireflows de las pantallas de votar, votar el pintxo popular, valorar y QR. Fuente: Elaboración propia, 2022.



Introducción



Marco referencial



Objetivos y metodología



Desarrollo específico de la contribución



Conclusiones y trabajo futuro



Referencias bibliográficas



Anexos

Anexo 4. Evaluación de la aplicación

Diseño de pantallas previo a la evaluación

Como se indicó en páginas anteriores del proyecto, tras la evaluación del primer día del test de usuarios de guerrilla se incorporaron al prototipo directamente las modificaciones que se obtuvieron tras esa prueba y antes de realizar la segunda.

En el siguiente enlace se muestran las pantallas ‘pintxos’, ‘pintxos favoritos’ y ‘votar’ previas a toda evaluación con respecto a los botones CTA. Además, se refleja cómo estaba configurado previamente el icono de favoritos. También la pantalla ‘mapa general de bares’. Se presenta con detalle la información sintetizada en la Tabla 9 de la página 98.

<https://drive.google.com/file/d/16jnQx3q5UX-Mc9ZHYMJMYHNO051Zbx4x/view?usp=sharing>

unir LA UNIVERSIDAD
EN INTERNET