

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HuecApp: Aplicación de reseñas de huecas y turismo gastronómico local.

Ricardo Sebastián Espinosa Peñafiel

Diseño Gráfico – Itinerario Medios Interactivos

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Licenciatura en Diseño Gráfico

Quito 10 de mayo de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

HuecApp: prototipo aplicación móvil de exploración de huecas a nivel nacional

RICARDO SEBASTIAN ESPINOSA PEÑAFIEL

Nombre del profesor, Título académico:

Andrés Parra, MA.

Quito 10 de mayo de 2022

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Ricardo Sebastián Espinosa Peñafiel

Código: 00208885

Cédula de identidad: 1716207301

Lugar y fecha: Quito, 10 de mayo 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al.(2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project –in whole or in part–should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al.(2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

HuecApp nace de la necesidad existente en la realidad ecuatoriana de tener una plataforma digital actualizada y amigable para buscar lugares de comida económicos, cercanos, autóctonos. Dichos lugares carecen de presencia digital debido a que los dueños de dichos establecimientos no poseen el conocimiento necesario para implementar su presencia digital mediante redes sociales y/o páginas web, o porque no han visto necesaria la implementación de estrategias digitales de marketing para su negocio. Es aquí donde nace la premisa de crear una aplicación móvil híbrida para sistemas operativos Android y iOS, que se enfoque en dichos establecimientos para darlos a conocer mediante la creación de contenido audiovisual por parte de los clientes. A este tipo de establecimiento lo denominaremos *hueca*.

Esta aplicación se diferencia de otras ya establecidas en el mercado mediante el acercamiento por el cual se creará el contenido. Todos los usuarios tendrán la potestad de crear contenido sobre los establecimientos a los que acuden mas no solamente los dueños de ellos. De esta manera, se crea una comunidad en torno a la aplicación, gracias a que todos los usuarios serán partícipes en crear contenido y por ende sentirán el empoderamiento de poder recomendar lugares y darlos a conocer. Todo esto brindando a todos los usuarios las mismas funcionalidades para así crear una comunidad homogénea y horizontal.

A largo y mediano plazo, se espera que el lanzamiento oficial de *HuecApp* en tiendas móviles cree un impacto positivo en la economía nacional, tanto en la cultura como en el turismo gastronómico de nuestro país.

Palabras claves: Gastronomía, turismo, alimentación, interactividad, Ecuador, cultura, economía, marketing, app, ionic.

ABSTRACT

HuecApp is born from the need that Ecuadorians are going through in terms of not having an updated digital platform that is easy to use to search for cheap, close, and traditional food establishments. This is because of either the owners suffering the effects of the digital breach or just because those owners have not seen necessary to implement digital strategies for the sake of their business' marketing. Therefore, it arises the premise of a hybrid mobile app focused on giving a spotlight to those kind of food establishments. In order to achieve this, easy to digest audiovisual content will be created on behalf of the same customer of those food establishments, and not by the owners themselves.

The main differentiation is that this app will have an edge regarding content creation in contrast of the big and well-known reviews' apps currently in the market. That difference consists of giving every user the same power to create content that will be shown to everyone about the establishments where the user is posting from. Therefore, the site's owner will not be the only user able to publish content. This is expected to create a community around the app thanks to the collaborative aspect of building together around something we all care about and want to know more about. Additionally, it will give the users the freedom to publish content with the same tools and operational abilities as everyone else inside the app.

In medium and long term, it is expected that the official launch of *HuecApp* in mobile stores would create a positive impact upon the national economy, as well as in the gastronomic culture and tourism of our country.

Keywords: Gastronomy, tourism, eating, interactivity, Ecuador, culture, economy, marketing, app, ionic.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
DESARROLLO DEL TEMA.....	11
Antecedentes y justificación.....	11
Investigación.....	14
El proyecto.....	16
Plan de negocios	24
CONCLUSIÓN	26
Reflexión	26
Recomendaciones	27
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: Logotipo HuecApp	17
Ilustración 2: Primer prototipo de la aplicación (izquierda a derecha: Homepage, Momento, Capturar momento)	18
Ilustración 3: Prototipo final de la aplicación (izquierda a derecha: Inicio, Momento, Capturar momento).....	20
Ilustración 4: Diagrama de Arquitectura tecnológica de HuecApp.....	22
Ilustración 5: Flujo completo de Capturar momento(Ingresando nombre, dirección, y rango de precios.)	23
Ilustración 6: Producto Final desarrollado. Pantallas de momento, inicio e usuario mostradas en móvil.....	24

INTRODUCCIÓN

El mercado de alimentos y bebida es una de las principales fuentes de trabajo y por ende uno de los pilares más grandes de la economía mundial, representando un valor neto proyectado de \$306.44 billones para el presente año 2022 con una tasa de crecimiento anual estable del 9.5% (Fortune Business Insights, 2022). Aún más importante, en nuestro país el sector alimentario se lleva el mayor peso dentro de la industria manufacturera, acaparando un tercio de toda esta industria vital para la economía ecuatoriana (Corporación Financiera Nacional, 2017). Lo anterior nos ayuda a entender el verdadero peso de dicha industria en el país. Si bien las personas deben indudablemente solventar sus necesidades de alimentación para poder subsistir, esto no quiere decir que todo negocio en torno a la alimentación tenga el éxito asegurado y alcance prosperidad financiera desde su concepción. La muestra más clara de lo previamente enunciado, ha sido el golpe gigantesco que los pequeños y medianos emprendimientos en temas de alimentación han sufrido en Ecuador. De acuerdo a un informe sobre el punto más grave de la pandemia realizado por el Banco Central del Ecuador se registraron 532 359 pérdidas de empleo siendo los sectores más afectados aquellos servicios de alojamiento y comida debido a la pandemia del COVID-19 (BCE, 2021, p.1), conllevando así al cierre permanente o temporal de restaurantes y sumergiendo a sus dueños en graves situaciones económicas.

Posterior a la pandemia, finalmente vemos un Ecuador esperanzado, con restaurantes que se pensaba habían muerto volviendo a abrir sus puertas y reinventarse a la nueva realidad. Principalmente, vemos cómo la población ecuatoriana está cada vez más emocionada por salir a las calles y redescubrir cada rincón de su ciudad, incentivando el consumo alimenticio fuera de sus casas. Y es aquí donde nace *HuecApp*,

una aplicación de exploración de cultura gastronómica local y huecas ecuatorianas.

Buscando ser el más grande aliado para redescubrir la cultura culinaria de nuestro país y ser una herramienta para encontrar lugares donde alimentarse, lugares cercanos, accesibles, y lo más importante, de manera objetiva y rápida.

HuecApp se concentrará en dar a conocer a establecimientos de alimentación que encajen en la definición de una *hueca*, término usado en el contexto nacional ecuatoriano que sirve para catalogar a establecimientos conocidos por sus buenos precios, historia, o como la Asociación Gastronómica Huecas Del Ecuador nos menciona, por su “ADN gastronómico”. Creando así una mezcla de experiencias diversificadas entre turismo y accesibilidad económica que serán la base de concebir una aplicación entretenida para todo tipo de usuario que quiera explorar opciones de alimentación más accesibles y amigables, aparte de restaurantes grandes y bien cimentados, que generalmente pasan desapercibidos en apps de mayor reconocimiento.

DESARROLLO DEL TEMA

- **Antecedentes y justificación**

El Fenómeno

Hoy en día la alimentación en nuestro país se ve indudablemente influenciada por las nuevas tecnologías que han surgido en torno a la facilidad de su consumo. Dicho surgimiento se ha dado con toda la fuerza que hoy podemos evidenciar gracias a la digitalización de muchos servicios que ha tomado lugar debido a la pandemia del COVID-19. La pandemia no solamente llevó a toda la ciudadanía mundial a recluirse y abstenerse del contacto social, pero también como es en el caso de Ecuador siendo un país en vías de desarrollo, dicha pandemia hizo algo indudablemente bueno para nuestro progreso cultural tecnológico, al propulsar la digitalización de servicios de toda índole desde cotidianos hasta burocráticos, y facilitar el funcionamiento de sistemas económicos (Katz, et al., 2020). Entre dichos servicios están aquellos que nos incumben, siendo entre ellos las aplicaciones de compra y entrega a domicilio de comida, aplicaciones de reseñas de restaurantes, y aplicaciones afines que buscan facilitar la alimentación de sus usuarios.

Si bien ya hemos cubierto cómo la pandemia ha acelerado la digitalización de todo tipo de servicio en el Ecuador, la región ofrece una gastronomía demasiado vasta para poder ser encapsulada en las apps presentes hoy en día en el mercado debido a su misma naturaleza y propósito. La gastronomía dentro del país es en extremo variada por sus precios, calidad, sabor, y tipificación de comida, lo que ha hecho que dentro de la jerga nacional se hayan creado términos para poder catalogar a dichos establecimientos con la mayor precisión posible dependiendo de lo que sus consumidores sienten que obtienen de dichos establecimientos. De ahí es donde surge el término de *hueca* que ayuda a catalogar a ciertos establecimientos propios y necesarios para la identidad y

economía de toda la población ecuatoriana, y como veremos a lo largo de la investigación, es un término indudablemente necesario dentro de la cultura ecuatoriana y uno ligeramente controversial.

Se ha realizado una corta investigación secundaria en torno a la etimología de la palabra más importante para este proyecto: el entender que significa que un establecimiento sea una *hueca*. Por lo cual se ha acudido a proyectos de titulación y a tomar contacto con la Asociación Gastronómica Huecas del Ecuador, entidad más grande y cimentada que ha acogido a establecimientos de este tipo.

La definición de hueca, de acuerdo a Carolina Caldero, representante de marketing de la Asociación Gastronómica Huecas del Ecuador, es la de todo establecimiento de comida que propine un “ADN gastronómico”, que abarca la identidad cultural y nacional que dicho establecimiento pueda promover al turismo local. Esto, sin limitarse a comida autóctona, pero más bien referente a la calidad de la comida y la diferenciación de estos establecimientos en cuestión del tipo de comida ofrecida en ellos a diferencia de restaurantes, indiferente de los precios y más estadísticas de los lugares en cuestión. Por otro lado, Jimmy Sarango, alumni USFQ, nos da una definición concreta que va de la mano con la concepción general de que una hueca es un lugar económico. “Las huecas son lugares de visita para disfrutar de comida económica y con un menú local. Se caracterizan por su precio y cantidad, y en esta priorización de la hueca como un lugar de relación cantidad – precio” (Sarango, 2017, p. 11). Esto nos da una base de dos concepciones igual de válidas con las que podremos delimitar qué es una hueca y qué establecimientos vayan a registrarse en la app y realizar nuestro marketing acorde a eso.

Regresando a aquellas aplicaciones que han tomado tracción gracias a la pandemia y su indudable apoyo a la digitalización de servicios, es oportuno mencionar

que dichas plataformas por lo general no incluyen a establecimientos de comida que podrían catalogarse como *huecas*, y es ahí donde existe una importante oportunidad en el mercado para crear una plataforma que se enfoque en este tipo de establecimientos que por falta de conocimiento tecnológico por parte de sus dueños no han llegado a posicionarse en aquellas plataformas previamente discutidas.

Objetivos

El objetivo primordial de la aplicación es ser un referente nacional de una plataforma inclusiva móvil para todo tipo de establecimiento de comida, haciendo énfasis en las *huecas*. Con un enfoque en la creación de contenido por clientes más no por dueños de los establecimientos, dándole así a *HuecApp* una ventaja sobre otras apps en ámbitos alimenticios. De este modo y gracias a la nueva exposición que ganarán todo tipo de establecimientos, se espera mejorar la economía local y regional tanto como expandir la cultura gastronómica de la ciudadanía y finalmente abolir concepciones retrógradas en torno a lo que significa acudir y alimentarse en huecas. Esto último es un pilar esencial dentro de la misión de *HuecApp*, ya que en estratificaciones altas y medias-altas de nuestro país se tiende a pensar en una hueca como un lugar con mala calidad de servicio en torno a aseo y atención. Con *HuecApp* esperamos demostrar que una *hueca* no solo ofrece sabores exóticos y novedosos, sino que también tienen buenos estándares de aseo y servicio lo cual será atestiguado por todos los usuarios que creen contenido dentro de la aplicación.

La aplicación será lanzada a las tiendas móviles más grandes actualmente conocidas como es el caso del App Store de Apple para sistemas operativos iOS y del mismo modo y no menos importante la tienda Google Play para todo tipo de dispositivos Android, dispositivos que cabe recalcar son los más predominantes en el

Ecuador por lo que es esencial crear una plataforma igual de sólida para ambos sistemas operativos.

- **Investigación**

Desarrollo

En primer lugar, antes de proceder con nuestra investigación de campo y habiendo entendido ya nuestra visión y misión que tenemos para *HuecApp*, debemos preguntarnos cómo lo vamos a lograr. Una de las herramientas de pensamiento crítico que usaremos es la del *Design Thinking*, y las preguntas que el desarrollador o diseñador debe hacerse en torno a pensar con un enfoque funcional de diseño son estas: *What is?* Haciendo alusión a lo que ya hemos cubierto hasta este punto, la delimitación de un problema y necesidad que claramente podría solventarse (Liedtka, et al., 2014, p.5), posteriormente tenemos al *What if*, que nos persuade en pensar en soluciones para dicha problemática como ya lo hemos comenzado a hacer en la sección de fenómeno, y finalmente las secciones de *What wows* y *What works* que son etapas que expondremos más adelante en la creación y prototipado de un producto amigable con el usuario que cumpla con la visión de una app fácil de usar, que ayude a expandir la cultura culinaria propia tanto como ser una herramienta rápida y de fácil uso para encontrar establecimientos donde alimentarse.

Para los fines pertinentes de entender el contexto social y cultural donde la plataforma será concebida, se realizaron entrevistas a posibles usuarios de la plataforma y establecimientos objetivo que puedan ser catalogados como huecas para averiguar su ímpetu o no de ser incluidos dentro de la app. Las entrevistas han sido de carácter semiestructurado y se han hecho en torno al primer grupo, que incluye a hombres y mujeres de 18 a 50 años con acceso a teléfonos inteligentes de diversas estratificaciones

sociales, y en torno al segundo grupo, que incluye a dueños y dueñas de huecas sin importar sexo ni edad.

Resultados y análisis

En el análisis del primero grupo investigado, se ha encontrado un interés absoluto de todos los entrevistados en usar una app que se enfoque en este tipo de establecimientos. Sin embargo, su mayor duda surgió en cómo sería la interfaz de la aplicación y si sería una plataforma de reseñas más como las que ya existen, mencionando como ejemplo a *UberEats* y su sistema de reseñas y a *Yelp* y cómo dicha plataforma se concentra en su mayoría en establecimientos grandes y bien cimentados que han sido registrados mediante sus dueños únicamente. Otros entrevistados sugirieron un sistema de navegación con geolocalización basado en la ubicación en tiempo real del usuario, concepto que será empleado. Otros han sugerido el empleo de un chat bot para tener una conversación automatizada con un sistema que te sugiera donde ir a comer dependiendo de lo que el usuario ingrese mediante texto, pero dicha implementación sería muy limitada para que sea la única forma de navegar, por lo que es prudente considerarla como una adición extra para el proyecto final una vez realizado. Si bien el 75% de usuarios objetivo se mostraron reacios a pagar por la aplicación, esto se debe a que sienten que los servicios que daría la app no son lo suficientemente grandes como para representar un valor adicional, y mencionan que estarían interesados de hacerlo si el mismo pago representaría un descuento posterior más significativo a las huecas que ellos y ellas acudirían, o beneficios adicionales tangibles dentro de la app.

En torno al segundo grupo, se entrevistaron a 8 propietarios de huecas que mostraron interés en ser incluidos en la app. incluidos dentro de la App. Ellos explican

que indudablemente la pandemia del COVID-19 ha tenido un golpe muy grande hacia la rentabilidad de sus negocios. Sin embargo, se muestran esperanzados al ver que cada día parece ser más cercano a la normalidad que se vivía en el pasado. El 50% de los entrevistados se mostró interesado en crear alianzas para ganar más clientes mediante incrementar la exposición dentro de la app o mediante dar descuentos a usuarios de la app para que los mismos se vuelvan clientes estables.

- **El proyecto**

Conceptualización

Debemos regresar al propósito inicial de *HuecApp* para poder conceptualizar el proyecto correctamente. Tenemos entonces la visión de crear una aplicación que fomente el turismo gastronómico en el país. Esto se deberá realizar de la manera más amigable e intuitiva posible para que la navegación dentro de la app sea una experiencia placentera en sí, y de querer ir a aquellos establecimientos, que hacerlo sea igual de rápido y fácil. Con esto en mente, se ha decidido que la principal interfaz que encontrará el usuario sea un mapa con geolocalización activa. Dicho mapa podrá ser la pantalla de bienvenida a la aplicación tanto como la manera principal en la que el usuario podrá navegar y descubrir huecas y establecimientos.

Ahora bien, para poder registrar la mayor cantidad de establecimientos y que la aplicación en sí goce de contenido, se ha pensado conveniente hacer que la creación de contenido sea mediante el usuario final, mas no por dueños de huecas o restaurantes. Esto asegurará dos factores, primero que se cree un sentido de comunidad en torno a la generación de contenido, y segundo que exista un promedio mayor de establecimientos registrados dentro de la aplicación debido a que todo usuario podrá crear contenido y enlazarlo con el establecimiento donde se ha alimentado.

El contenido a crearse serán fotografías que estarán obligatoriamente enlazadas con el nombre y dirección exacta del establecimiento para que así salga dentro del mapa de *HuecApp* con su pin respectivo, a lo que denominaremos un *momento*. Un *momento* será la definición que daremos a todas las fotografías que serán tomadas y subidas a la plataforma de HuecApp, para así diferenciarnos del concepto de *historias* que es usado en *Instagram*.

Debido a esto, hemos concebido una identidad de marca a la par de los dos elementos que caracterizarán a HuecApp por encima de toda la competencia, haciendo un énfasis muy grande en la importancia de la geolocalización para según eso, encontrar lugares donde alimentarse, demostrándolo en el logotipo.



Ilustración 1: Logotipo HuecApp

Con ello en mente y entendiendo bien el logotipo de *HuecApp*, se procederá a realizar los primeros prototipos en los que se velará en mantener el enfoque de *HuecApp* de inicio a fin para que así este influya en el flujo programático de la aplicación al igual que en el viaje del usuario.

Prototipado (iteraciones y pruebas de usuario)

En primer lugar, se trató de concebir un modelo en borrador de la app para escuchar del feedback en las pruebas de usuario que tomaron lugar posteriormente. El primer modelo de la aplicación fue claro y exitoso en torno a las diferentes pestañas y pantallas que debería tener la aplicación para tener un flujo completo y sin callejones sin salida dentro la experiencia de usuario. Sin embargo, el primer prototipo falló en demostrar de manera intuitiva cómo tomará lugar dicho flujo de la aplicación. Eso, debido a que los usuarios se encontraban confundidos sin saber cómo navegar entre las diferentes pestañas.



Ilustración 2: Primer prototipo de la aplicación (izquierda a derecha: Homepage, Momento, Capturar momento)

Como ya lo hemos mencionado, el principal problema del primer prototipo de acuerdo con las pruebas de usuario fue la falta de una navegación intuitiva entre pestañas. Sin embargo, es digno de mencionar que las pestañas de la aplicación individualmente sí tuvieron sentido para los usuarios así ellos no hayan podido

navegarlas, ya que sintieron que eran las necesarias e indicadas para poder navegar dentro de la app propuesta.

Se comenzó entonces con los siguientes prototipos en los se intentó ponerse en los zapatos del usuario para concebir un flujo de navegación lo más simple, intuitivo, y rápido posible, ya que ese es el propósito de *HuecApp*, poder ser usado como coloquialmente se dice: “*al paso*”. Esto quiere decir cuando el usuario quiera capturar un momento que le pareció delicioso y quiera compartirlo con el mundo para que más personas visiten dicha *hueca*. Se ha obviado en esta instancia del prototipo las restricciones de navegabilidad de usuarios que no estén registrados, ya que fue evidenciado que dichas restricciones impedían en las pruebas de usuario que los sujetos de prueba naveguen con total libertad la app en su totalidad y se quedaban estancados en el registro de usuario.

Cabe destacar, que un usuario no registrado en este punto podría navegar el mapa y ver todos los momentos que él o ella desee, pero no podrá capturar momentos ni ver su perfil por esa misma restricción de no tener perfil, y de esa forma, usando pop-ups, se persuadirá al usuario en crear su perfil para acceder a todas las funcionalidades que gozan los usuarios registrados.

Una vez recopiladas suficientes pruebas de usuario, se ha dado luz al prototipo final que goza de total navegabilidad entre la pantalla de inicio, vista de usuario propio, vista de usuario ajeno, capturar momento, visualizar momento, vista compilatoria de momentos por *hueca*, vista aleatoria de momentos, y navegar a las *huecas*. Este prototipo, también ha sido concebido con estándares de dimensiones de íconos y proporciones para que su posterior implementación final sea más fluida. Se hizo imprescindible dejar el prototipo lo más alineado a la realidad de lo que ya fuese la aplicación real, y del mismo modo las pruebas de usuario tuvieron mayor éxito debido a

la facilidad e intuitividad al emplear botones con íconos mundialmente reconocidos extraídos de la librería *Bootstrap*..



Ilustración 3: Prototipo final de la aplicación (izquierda a derecha: Inicio, Momento, Capturar momento)

Con este prototipo final, hemos creado una base lo suficientemente sólida para proceder con el desarrollo tecnológico sin tener que preocuparnos de temas de estética ni identidad visual ya que lo hemos cubierto con éxito hasta este punto.

Desarrollo tecnológico

En orden cronológico, las herramientas utilizadas han sido inicialmente Adobe Illustrator y Adobe Photoshop para la creación de la identidad de marca de HuecApp tanto como la creación de toda la línea gráfica incluida cromática, iconografía y tipografía. Posteriormente, se ha realizado el prototipo conceptual dentro de la herramienta creativa en línea Figma, donde hemos podido ir modificando a tiempo real cambios de la UI que nos servirá para nuestro último paso, que será la implementación

funcional de dicho prototipo en una aplicación robusta funcional tanto para Android como para iOS.

Finalmente, la aplicación como tal fue desarrollada en función del Front End mediante el entorno de desarrollo Ionic Framework valiéndonos de las librerías nativas y externas de dicho framework para poder implementar todas las funcionalidades que fueron necesarias tales como uso de cámara y acceso de geolocalización. Ionic Framework es un entorno de desarrollo que nos permite producir aplicaciones tanto para iOS como Android con un solo programa de código, reduciendo así tiempos de entrega y agilizando todo el proceso de desarrollo y producción.

En torno al Back End, se ha concebido el esqueleto de la aplicación basándonos fuertemente de varios APIs (Application Programming Interface) proveídos por Google. Dichos APIs han facilitado la visualización e interacción con el mapa dentro de la aplicación, el servicio de generar rutas, entre otras funcionalidades. La comunicación entre *HuecApp* y los APIS de google se han realizado mediante Angular, AngularJS, Typescript y Javascript. Dichos lenguajes y entornos de trabajo fueron clave también para realizar la conexión con la base de datos empleada, Firebase (también proveída por Google), para poder realizar así las peticiones CRUD necesarias para el fluido funcionamiento de la aplicación. Se decidió emplear todos los servicios previamente mencionados, tanto la base de datos como los APIs, directamente desde Google, ya que

gozan de plena documentación para desarrollar el proyecto y su sistema de cobro permite usar gratuitamente dichos servicios hasta no escalar masivamente.

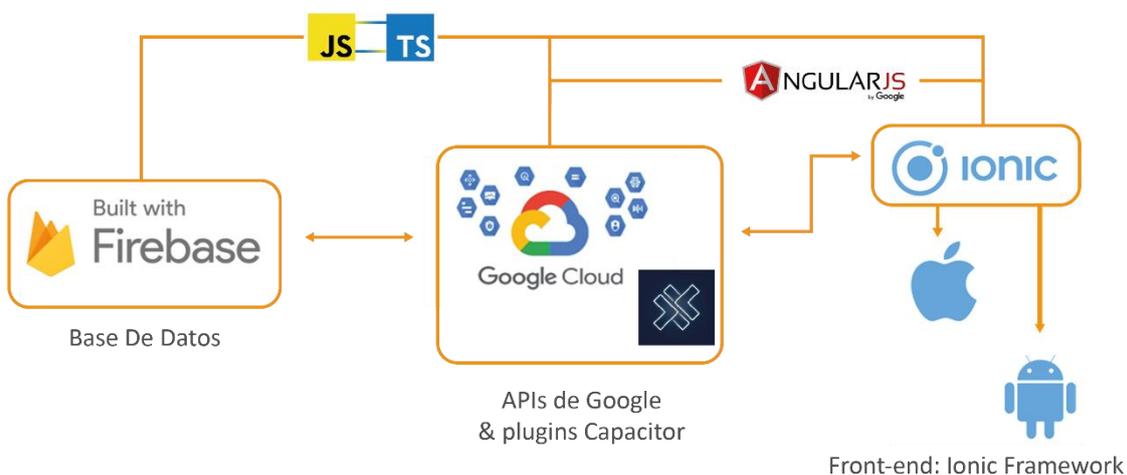


Ilustración 4: Diagrama de Arquitectura tecnológica de HuecApp

Resultado Final

HuecApp será un pionero nacional para la inclusión de cultura gastronómica de una manera vanguardista y entretenida. Valiéndonos de los filtros requeridos para crear momentos nos hemos asegurado de que cada publicación tenga el contenido necesario para poder llevar a otros usuarios a degustar de dichas *huecas*.

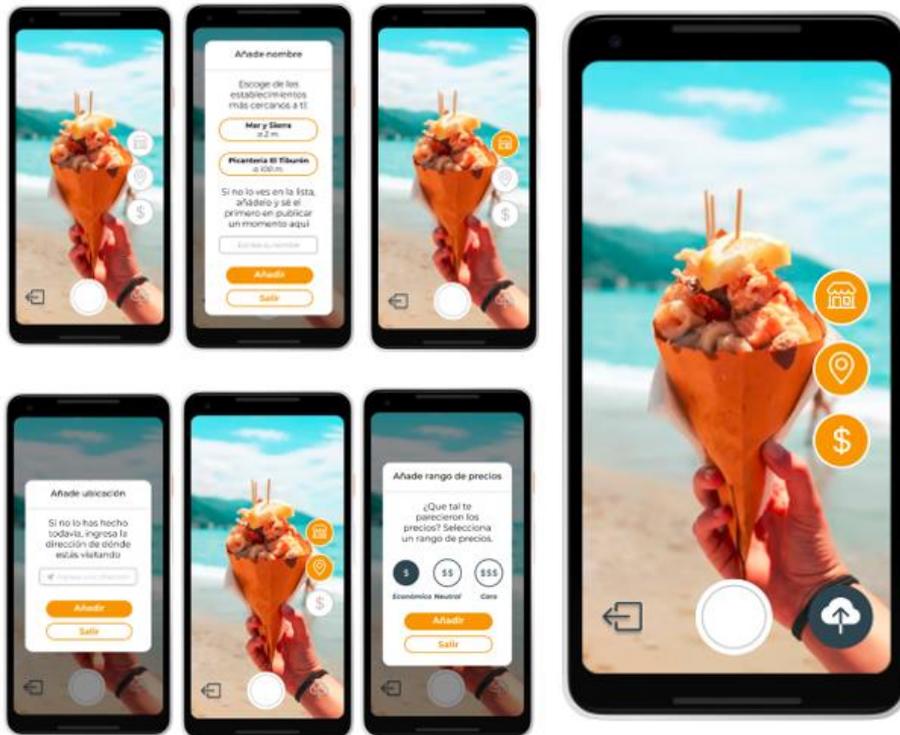


Ilustración 5: Flujo completo de Capturar momento (Ingresando nombre, dirección, y rango de precios.)

Gracias a esto, hemos podido crear una aplicación fácil de usar y lo suficientemente intuitiva para que todo aquel dentro de nuestro grupo objetivo inicial se sienta cómodo y capaz de usar todas las características de la aplicación. Siendo estas la navegación en el propio perfil de cada usuario, la navegación en el perfil de cuentas ajenas que hayan capturado momentos, en la pantalla de inicio, en capturar momento y todas sus subsecciones, en visualizar momento, vista compilatoria de momentos por *hueca*, vista randómica de momentos, y finalmente navegar a las *huecas*.

Como ya hemos expuesto dentro de nuestro prototipo, el objetivo dentro del resultado final fuese aquel de trasponer todo el contenido dentro del prototipo UI de Figma a una aplicación funcional en los dos sistemas operativos que ya hemos expuesto previamente. Se espera del mismo modo, avanzar lo suficiente en el proyecto para acercarse lo más posible al lanzamiento oficial en las tiendas móviles de ambos sistemas operativos, manteniendo siempre como objetivo principal el desarrollo una aplicación

con conexiones reales a bases de datos y autenticación de usuarios para poder brindar una experiencia realista y de calidad.

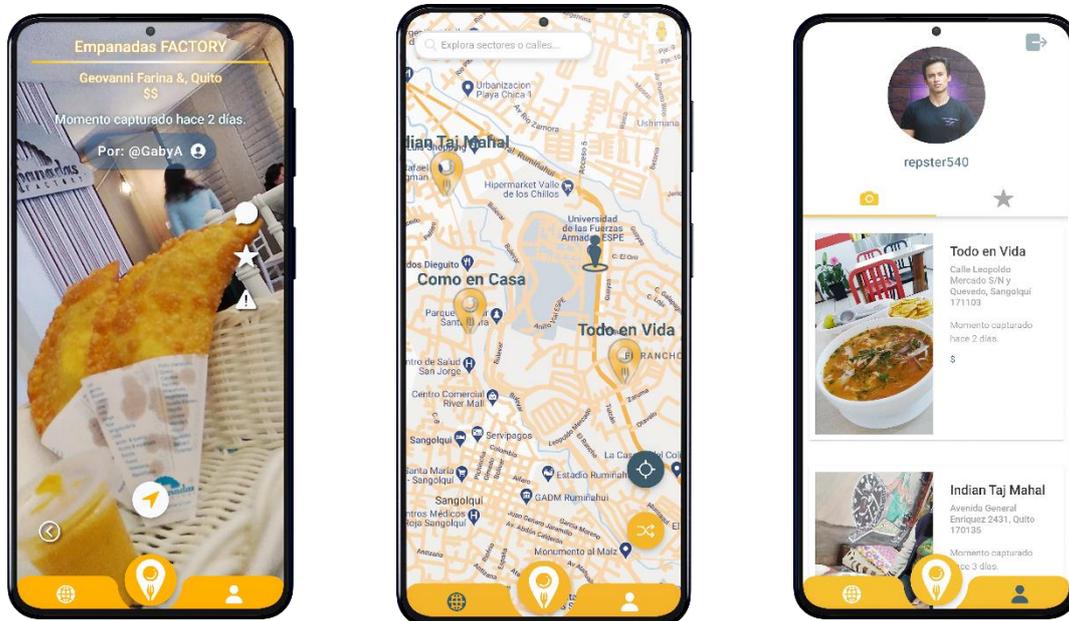


Ilustración 6: Producto Final desarrollado. Pantallas de momento, inicio e usuario mostradas en móvil.

- **Plan de negocios**

Modelo de negocio

Se puede pensar en realizar una alianza estratégica con la Asociación Gastronómica Huecas Del Ecuador, ya que ellos son un exponente local fuerte de presencia y respaldo a entidades de carácter informal como lo son algunas huecas. Por consiguiente, se podría evaluar la posibilidad de realizar una alianza con ellos una vez que la aplicación esté en sus etapas finales previas a su lanzamiento o mejor todavía una vez que ya sea publicada en tiendas móviles. Dicha alianza podría funcionar a manera de una retribución monetaria a mi favor a cambio publicar momentos de todas las huecas registradas bajo su asociación. Gracias a la entrevista hacia ellos pude descubrir

que sobrepasan las 50 huecas y establecimientos similares amparados bajo dicha asociación.

Independientemente de lo anterior, de no desear realizar la alianza con la asociación de huecas se podrá promocionar espacios publicitarios dentro de la aplicación, tanto para establecimientos de comida como para publicidad en general. En la sección de monetización se hablará más al respecto.

Monetización

La visión de *HuecApp* tiene desde su concepción ser un servicio gratuito que brinde las mismas funcionalidades a todos los usuarios y que eso sea una fortaleza durante la etapa de expansión y descubrimiento de la app. No existirá por ende una versión pagada que permita tener mayores funcionalidades ya que eso conflictuaría con la visión de *HuecApp* siendo una plataforma horizontal y comunitaria.

Debido a lo anterior, se ha considerado prudente que el modelo de negocio sea a partir de la adición de anuncios no invasivos dentro de la experiencia del usuario, con la opción de que los mismos usuarios puedan saltarse la vista de dichos anuncios pasado cierto tiempo si dicho anuncio no es de su interés. Los anuncios tomarán lugar en momentos variados dentro de la navegación de usuario y deberán respetar las políticas de ética y moral que tendrá la aplicación.

Adicionalmente, en la pestaña de vista aleatoria de momentos se podrá implementar eventualmente la visualización pagada de momentos auspiciados de ciertas huecas que quieran darse a conocer por este medio. La pestaña de vista de momentos aleatoria por ende sería el mejor lugar para emplear dichos anuncios ya que los usuarios están esperando ver variedad de momentos sin ningún tipo de restricción ni preferencia.

Comunicación

Se espera crear alianzas estratégicas remuneradas o mediante canje con ciertas *huecas* aliadas entre la aplicación e *influencers* en campos afines a la alimentación en la capital del Ecuador. Gracias a una corta investigación se ha descubierto que el término empleado para describir a *influencers* que se dedican a hacer reseñas de comida y turismo gastronómico se los denomina *foodies*, y por buena suerte existen decenas de ellos con grandes cantidades de seguidores en *Instagram*. Por ende, en etapas finales previas al lanzamiento oficial de *HuecApp* es prudente aliarse con dichos *influencers foodies* para promocionar la app. Ya que el principal medio de promoción y publicidad inicial de la aplicación será definitivamente mediante pauta pagada y estratégica con personajes públicos en estas redes sociales: *Instagram* y *Facebook*.

CONCLUSIÓN

- **Reflexión**

Es impresionante la diferencia entre lo que uno quiere hacer en un inicio comparado con lo que el usuario y cliente final en verdad le gustaría y disfrutaría, mi trabajo como diseñador gráfico interactivo es no dejar que mis gustos y juicios personales opaquen el objetivo de crear herramientas que el público general disfrute y quiera utilizar. Dicha pasión debe girar en torno a justamente aquella satisfacción final por parte del usuario, más no por mis expectativas iniciales basadas de lo que yo creería que les debería gustar.

Al realizar un proyecto separado de mis pasiones principales habituales me vi obligado a empatizar con los usuarios de una manera que nunca antes lo había realizado. Esto no solo me ha ayudado a crear una aplicación amigable y lo más concreta posible, pero me ha ampliado la mente a adoptar una mentalidad abierta en

posteriores proyectos que deba ponerme en el lugar del usuario final así él o ella sea muy diferente a mis gustos o no.

- **Recomendaciones**

Se recomienda analizar para futuras aplicaciones o plataformas digitales en torno a alimentación, la terminología que se vaya a emplear. Ya que dicho factor etimológico es un factor importantísimo al momento de querer llegar a un público objetivo en concreto y poder empatizar con él. En mi caso tuve que haber investigado muchísimo antes las conceptualizaciones de una hueca para así crear una interfaz que vaya a la par de eso, y no haberlo hecho en etapas intermedias como fue en mi caso y tuve que adaptar en ese entonces mi prototipo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BCE. (2021). La pandemia por el COVID-19 generó una caída en el PIB de 6,4% de marzo a diciembre de 2020. www.bce.fin.ec. Recuperado 20 Diciembre 2021, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020>.

Corporación Financiera Nacional. (2017, Julio 1). *Ficha Sectorial: Sector Manufacturero, Alimentos Preparados y Bebidas*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/08/SNAI-FS-Alimentos-y-Bebidas.pdf>

Ekos Negocios. (2018, Febrero 6). *Industria de Alimentos Y Bebidas: La mayor Industria del País*. Ekos Negocios. Recuperado November 25, 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/industria-de-alimentos-y-bebidas-la-mayor-industria-del-pais>.

Fortune Business Insights. (2022). Functional Food and Beverage Market Size | Global Report, 2028. [fortunebusinessinsights.com](https://www.fortunebusinessinsights.com). Recuperado 13 Mayo 2022, de <https://www.fortunebusinessinsights.com/functional-foods-market-102269>.

Katz, R., Jung, J., Callorda, F.(2020, Abril 3). El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19. Caracas: CAF. Recuperado de <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1540>

Liedtka, J. Ogilvie, T. & Brozenske, R. (2014). *The Designing for Growth Field Book: A Step-by-Step Project Guide*. York, Estados Unidos: Columbia University Press.

Sarango, J. (2017). Diseño de sistema comunicacional para socialización de las huecas de Quito [Título profesional, Universidad San Francisco de Quito]. Repositorio institucional de la Universidad San Francisco de Quito.

<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/6647>