

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Un viaje en el tiempo por La Línea: diseño y visualización de un  
nuevo Sistema Unificado de Transporte Público Municipal de  
Quito**

**Felipe Andrés Vargas Tamayo**

**Diseño Gráfico Itinerario Diseño Comunicacional**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de Diseño Gráfico  
Itinerario Diseño Comunicacional

Quito, 13 de mayo de 2021

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

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

**Un viaje en el tiempo por La Línea: diseño y visualización de un nuevo  
Sistema Unificado de Transporte Público Municipal de Quito**

**Felipe Andrés Vargas Tamayo**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Cristina Muñoz, M.A**

Quito, 13 de mayo de 2021

## © 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 la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Felipe Andrés Vargas Tamayo

Código: 00201943

Cédula de identidad: 1750574541

Lugar y fecha: Quito, 13 de mayo de 2021

## **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## **UNPUBLISHED DOCUMENT**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

La ciudad de Quito presenta problemas de transporte, tanto en movilidad urbana como en su actual Sistema Municipal de Transporte; como consecuencia, existe una desconexión entre el usuario y este sistema. En respuesta a esta problemática, se plantea la creación de La Línea; bajo el diseño de una visualización estandarizada de un sistema integrado de transporte público municipal que, a través del diseño de servicios, diseño de información e identidad de marca busca dignificar el uso y acceso a este por parte de los usuarios, mejorando así, su experiencia de viaje y, por ende, su calidad de vida. Los resultados evidencian la importancia del *Human Centered Design* como la metodología base para entender las necesidades de los usuarios. La exhibición tiene como objetivo el informar sobre la dimensión social y propósito de este – posible y necesario – proyecto plateando tres escenarios en los cuales a través del *storytelling*, se resalta la importancia de diseñar con las personas y para las personas.

**Palabras clave:** usuarios, movilidad urbana, transporte público municipal, diseño de servicios, diseño de información, identidad de marca, *Human Centered Design*, escenarios, *storytelling*, dimensión social.

## ABSTRACT

The city of Quito presents transportation problems, both in urban mobility and in its current Municipal Transportation System; as a consequence, there is a disconnection between the user and this system. In response to this problem, the creation of *La Línea* is proposed; under the design of a standardized visualization of an integrated municipal public transportation system that, through service design, information design and brand identity, seeks to dignify the use and access of this system by users, thus improving their travel experience and, therefore, their quality of life. The results demonstrate the importance of Human Centered Design as the basic methodology for understanding the needs of users. The exhibition aims to inform about the social dimension and purpose of this – possible and necessary – project by presenting three scenarios in which, through storytelling, the importance of designing with people and for people is highlighted.

**Key words:** users, urban mobility, municipal public transport, service design, information design, brand identity, Human Centered Design, scenarios, storytelling, social dimension.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción .....	10
Terminología.....	11
Desarrollo del Tema.....	12
Problema .....	12
Investigación .....	12
Solución .....	12
Estado del Arte.....	14
Exhibición .....	15
Desarrollo.....	16
Landing Page .....	16
Pasado .....	17
Presente .....	18
Futuro.....	18
Conclusiones .....	20
Referencias bibliográficas (ejemplo estilo APA) .....	21
Anexo A: Invitación del evento .....	22
Anexo B: Página del evento.....	23
Anexo C: Evento.....	24
Anexo D: Infografías encuestas .....	25
Anexo E: Infografía datos de impacto .....	26
Anexo F: Entrevistas videos .....	27
Anexo G: Carrusel observación de campo.....	28
Anexo H: Testimonios audios.....	29
Anexo I: Insight .....	30
Anexo J: Botones secciones.....	31
Anexo K: Infografía objetivos .....	32
Anexo L: Manual de marca.....	33
Anexo M: Video estrategia de comunicación .....	34
Anexo N: Video recorrido visual.....	35
Anexo O: Mockup y piezas a detalle .....	37
Anexo P: Transitar con arte y cultura .....	38
Anexo Q: Marca La Línea .....	39
Anexo R: Campaña agente de cambio .....	40

Anexo S: Audios UX .....	41
Anexo T: Herramientas de investigación.....	43
Anexo U: Exhibiciones .....	44
Anexo V: Estado del arte UX .....	45



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Encuesta - tiempo en el transporte público .....	12
Figura 2: Encuesta – nivel de satisfacción .....	12
Figura 3: Encuesta - frustraciones.....	13
Figura 4: Encuesta – por qué no hace uso.....	13
Figura 5: Portada <i>Landing Page</i> .....	16
Figura 6: Portada sección pasado.....	17
Figura 7: Portada sección presente .....	18
Figura 8: Portada sección futuro .....	19

## INTRODUCCIÓN

Es indiscutible decir que el transporte público forma parte del paisaje urbano, por lo que se ha convertido en un componente sustancial en la configuración de las ciudades. Es un símbolo de la modernidad y a pesar de que en la actualidad parece que se lo da por sentado, este representa un avance significativo para toda sociedad moderna. Se puede sostener que este sistema no solo permite a las personas trasladarse de un lugar a otro, beneficiando a quienes prefieren tomarlo, al igual que a quienes no tienen otra opción; sino que se transmute en un espacio dentro del tejido urbano que motiva el desarrollo de mejores relaciones socioculturales en donde habita la memoria colectiva y el sentido de pertenencia de las personas, ya que son los espacios donde habitamos y transitamos día a día.

No obstante, el actual Sistema de Transporte Público Municipal de Quito se encuentra en una conflictividad casi permanente, en vista de conflictos políticos, económicos y sociales que hasta la fecha siguen vigentes (Chauvin, 2006, p. 3). Esta premisa fue sustentada bajo una exhaustiva investigación cualitativa que permitió conjugar diferentes perspectivas para llegar a definir que el sistema de transporte público es grande, complejo y se podría decir que funciona, pero las personas no lo perciben como un sistema unificado, ya que sus subsistemas tienen diferentes formatos de comunicación e identidad. En consecuencia, “los usuarios se ven obligados a confiar en un modelo de gestión que, para bien o mal, los lleva de un punto A a un punto B”. De esta manera, se evidencia la desconexión existente entre el sistema de transporte público y el usuario, por lo que se ha convertido meramente en un lugar de paso.

La Línea nace como una respuesta a la experiencia actual de utilizar el Sistema de Transporte Público Municipal de Quito – que engloba al Corredor Sur Occidental, Trolebús, Ecovía y en un futuro el Metro – como un proyecto que busca dignificar el uso y el acceso de este por parte de los usuarios, proponiendo el diseño de la visualización de un nuevo sistema

unificado con todos sus componentes bajo el planteamiento de una mejora en su comunicación visual, funcionalidad y sostenibilidad dentro de un marco exhibicional en el que se especulan posibles escenarios alrededor de la problemática, la implementación (solución) y los futuros pasos (experiencia de usuario) de este sistema. Por tanto, es pertinente resaltar la importancia del rol del diseño ante esta problemática como un intermediario que busca gestionar y proponer alternativas alrededor del diseño de servicios, diseño de información e identidad de marca como una forma de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y del espacio público como parte del paisaje urbano de nuestra ciudad.

### **Terminología**

A lo largo de este reporte es pertinente enfatizar algunos términos que son necesarios para un mejor entendimiento del concepto y desarrollo de la exhibición. El término *Human Centered Design* se refiere a una metodología de investigación de diseño creada por *IDEO* que involucra la perspectiva humana en todos los pasos del proceso de resolución de problemas, en el que se diseña con las personas y para las personas, siendo la base del proyecto La Línea y la exhibición. Por otra parte, el término *Storytelling* hace referencia a la herramienta utilizada para desarrollar la narrativa de la exhibición con la que se busca transmitir a las personas emoción, sentimiento y personalidad a través de historias (Lupton, 2017, p. 12); en este caso, como lograr la memorabilidad de la exhibición por parte del espectador.

Cabe recalcar que este documento es una extensión del proyecto, La Línea: Diseño y Visualización de un Nuevo Sistema Unificado de Transporte Público Municipal de Quito para la clase de Investigación en Diseño por Felipe Vargas y Camila Cruz Miranda.

## DESARROLLO DEL TEMA

### Problema

Como se mencionó anteriormente, es pertinente el definir una problemática con relación a este tema: la desconexión entre el usuario y el actual Sistema de Transporte Público Municipal de Quito. Este sistema transporta aproximadamente a 1.100 millones de usuarios al día, con un total de 2.400 millones de recorridos diarios (Quito Informa, 2017, párr. 4) a través de los distintos subsistemas del transporte público municipal como lo son la Ecovía, Trolebús, Corredor Sur occidental; y en un futuro el Metro; y en muchas ocasiones las personas lo usan como el último recurso para movilizarse. Asimismo, las personas que hacen uso de este sistema pasan un tiempo significativo dentro de este espacio (Ver figura 1); sin



Figura 1: Encuesta – tiempo en el transporte público. Fuente: elaboración propia

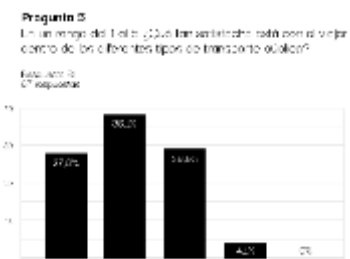


Figura 2 – Encuesta – nivel de satisfacción. Fuente: elaboración Propia

embargo, su nivel de satisfacción es muy baja (Ver figura 2) en vista de que es inseguro, que suele estar lleno en horas pico o porque simplemente no existe una buena conexión entre las diferentes paradas (Ver figura 3). Y, por otro lado, las personas que no hacen uso de este no saben cómo funciona (Ver figura 4). Así, se podría señalar que la ciudad fue construida con una jerarquía que prioriza al automóvil sobre el peatón, dejando a un lado el espacio público transitable en el que las personas no se sienten acogidas por este. Asimismo, el transporte público – al coexistir dentro de este espacio – se lo ha rechazado culturalmente en nuestro

contexto. Esto ha hecho que no exista una visualización cohesiva de este sistema por parte de los usuarios (Vargas, Cruz, 2020, p. 12).

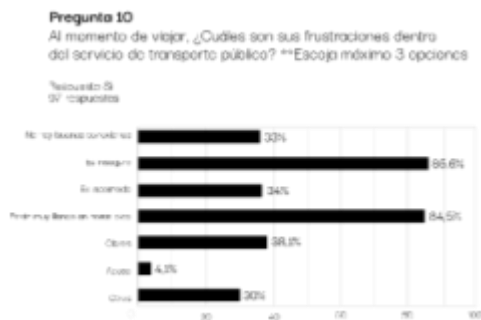


Figura 3: Encuesta - frustraciones. Fuente: elaboración propia.

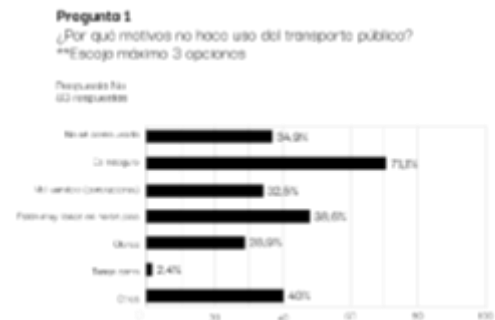


Figura 4: Encuesta – por qué no hace uso. Fuente: elaboración propia

## Investigación

A través del diseño, se plantea el gestionar y buscar alternativas para poder mejorar la calidad del espacio público como parte del paisaje urbano de la ciudad, y mejorar la experiencia de los usuarios cuando hagan uso de este. A lo largo de la fase de investigación, se conjugaron diferentes perspectivas como: encuestas, entrevistas, un *Journal*, observación de campo e investigación de escritorio (Anexo T) que permitieron re enfocar el punto de partida inicial de la problemática de cómo implementar la experiencia de usuario dentro de este sistema, hacia una mirada más amplia donde el diseño de servicios, diseño de información e identidad de marca, puedan unificar el sistema de transporte municipal, y lograr que las personas sientan que existe y formen parte de este cuando lo transitan.

## Solución

Es así como nace ‘La línea’, un sistema unificado del actual Sistema de Transporte Público Municipal de Quito, que busca dignificar el uso y el acceso de este por parte de los usuarios. El proyecto inicial se plantea bajo el diseño de una visualización estandarizada de este nuevo sistema integrado de transporte a través de una señalética, comunicación, cromática

e iconografía unificada que busca potenciar la forma en la que transitan los usuarios dentro del espacio público, creando así, una nueva y mejor experiencia para todo aquel que haga uso de este. Sin embargo, la exhibición se desenvuelve bajo otro planteamiento, el informar la dimensión y propósito de este (posible) proyecto a través de la comunicación visual y el diseño dentro de un marco exhibicional; pero, siendo fiel al proyecto inicial: el enfatizar la importancia de diseñar con las personas y para las personas.

### **Estado del Arte**

Antes de definir un concepto sólido para la exhibición de La Línea fue necesario buscar referentes de exhibiciones y proyectos realizados en otros contextos alrededor de la misma (o parecida) línea temática, para tener una idea de cómo proyectar a La Línea dentro de un marco exhibicional. Las dos primeras exhibiciones de *Harvard Graduate School of Design*, sitúan al diseño no solo como un solucionador de problemas sino como creador de sentido. En estas invitan al espectador a imaginar escenarios futuros a través del diseño y plantear soluciones a través de la misma problemática como en el caso de Porto & Medellín. Por otro lado, la exhibición de *The Subway Design for a Modern Icon* busca democratizar el arte e informar a través del diseño (Anexo U). De esta manera, es importante mencionar algunos referentes a nivel mundial que han optado por implementar la experiencia de usuario en el transporte urbano como: imaginar lo que sería transitar con arte y cultura mientras se viaja, en el que estos espacios se convierten en una galería subterránea como en el Metro de Nápoles, o diseñar nuevos servicios que permitan acortar los tiempos de desplazamiento de las personas, como el *Tesco Market* en el Metro de Corea del Sur, o incluso cómo estos sistemas pueden adoptar un rol de agentes de acción y de cambio, a través de abrir diálogos de relevancia social como el famoso *New York Subway* (Anexo V).

## Exhibición

Dicho esto, el concepto de la exhibición busca invitar al espectador a imaginar posibles escenarios en los que se plantean soluciones a través de la misma problemática e informando a través del diseño; siempre enfatizando que este proyecto fue diseñado con las personas y para las personas. Por tanto, es preciso situar al espectador como el protagonista de la exhibición.

El nombre de la exhibición será ‘Un viaje en el tiempo por La Línea’, narrada en primera persona, de forma anacrónica y será participativa. La idea es ubicar al proyecto en tres escenarios: pasado – que vendría a ser la problemática –, presente – planteando al proyecto como si estuviera en funcionamiento – y el futuro de La Línea – con la implementación de la experiencia de usuario. Como ya se mencionó, los tres tiempos serán narrados en primera persona y de forma cronológica situando al espectador como si este estuviera experimentando este viaje en el tiempo, a través del uso del color, audios, gifs e imágenes que ayudarán a anticipar la experiencia del usuario durante su viaje dentro una exhibición en modalidad virtual.

Para esto se utilizaron algunas herramientas de *Storytelling* para potenciar el impacto de la narrativa y la exhibición. Por un lado, la planificación de escenarios que permitirá generar una visión de la situación no solo diferente del presente sino también posible en nuestro contexto a través del diseño. (Manzini, 2015, p. 129). El uso del arco narrativo que busca involucrar al espectador de principio a fin, ofreciendo una conclusión satisfactoria, mediante un principio, un medio y un final (haciendo referencia a la regla de tres), siendo el espectador el héroe del proyecto, ya que es uno que ha sido diseñado con las personas y para las personas. Por otro lado, todo esto no se podría lograr si no se diseña para las emociones de las personas (Lupton, 2017, p. 59), por lo que es importante explorar la empatía a través de

testimonios e imágenes en conjunto con la participación del espectador para lograr que la exhibición sea memorable.

## Desarrollo

La exhibición fue ejecutada mediante la plataforma web (Squarespace) de la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad San Francisco de Quito el 13 de mayo de 2021 (Anexo A). Cabe recalcar que esta exhibición se llevó a cabo durante la pandemia, por lo que todo el concepto, desarrollo y ejecución fueron pensados en un formato digital (Anexo B) pero fácilmente se podría replicar en un escenario físico, en el caso de que así se disponga. Dicho de otra manera, era fundamental que la exhibición resultase ser lo más dinámica y participativa posible (Anexo C).

## Landing Page

La exhibición inicia con un *landing page* en el cual el espectador tendrá una idea de lo que va a ver, ya que podrá visualizar en primera instancia tres botones que le permitirán viajar por tres tiempos. La idea de esta sección es otorgar agencia al espectador en su toma de decisiones dentro de la exhibición, ya que dependiendo el botón que escoja determinará la experiencia en su viaje por La Línea.



Figura 5: Portada Landing Page



## Pasado

En el caso que se decida viajar de forma cronológica por la exhibición el espectador visualizará la sección de ‘Un sistema caótico en funcionamiento’ o el pasado (Ver figura 6), donde se mostrará la problemática alrededor del sistema de transporte público municipal. El objetivo es plantear un posible escenario en el que el problema ya estuviera solucionado, convirtiéndose en una mirada nostálgica al pasado. Al igual que en las siguientes secciones, esta será narrada en primera persona. El objetivo de esta sección es evidenciar la veracidad del proceso de investigación que se llevó a cabo mostrando a las encuestas (Anexo D) y datos de impacto (Anexo E) a modo de infografías animadas como una forma dinámica de mostrar datos difíciles de entender, fragmentos de las entrevistas (Anexo F) a modo de videos que permiten visualizar puntos de vista académicos, el registro de la observación de campo a través de un carrusel de imágenes (Anexo G) que permitirá ver las inconsistencias dentro de este sistema acompañadas con testimonios como audios (Anexo H) que refuerzan esta idea, y un *fill box* que invita al espectador en contar sus experiencias y percepciones de este sistema, lo cual permitirá seguir alimentando la investigación del proyecto. También se mostrará el *insight* (Anexo I) como la conclusión de la sección y terminará la sección con una introducción a la siguiente sección – presente – y dos botones (Anexo J) que le permitirán escoger que sección visitar.



Figura 6: Portada sección pasado

## Presente

La siguiente sección continuará con el presente donde se visualizará el *home page* de la sección (Ver figura 7). Se mostrará la trascendencia del diseño de servicios, de información e identidad de marca en un proyecto con una dimensión social a través de una infografía (Anexo K), un *sneak peek* del manual de marca (Anexo L) de La Línea donde se muestra el desarrollo del proyecto en cuanto al diseño (cromática, tipografía, logotipo, nomenclatura) y bajo qué parámetros debe regirse, un plan de comunicación (Anexo M) que informará sobre los cambios de este nuevo sistema a través de un video que simula la comunicación en dos medios: un noticiero e historia de *Instagram*, para terminar con un video ilustrado que reproducirá un recorrido visual de La Línea (Anexo N) en primera persona para que el espectador pueda vivir la experiencia de viajar en La Línea, y posterior a eso, se mostrarán *mockups* y las piezas individuales que podrán contemplar a detalle (Anexo O). Así, la sección terminará con una introducción a la siguiente sección (futuro).



Figura 7: Portada sección presente

## Futuro

En la sección final (Ver figura 8) se pretende plantear 3 posibles escenarios de este sistema en un futuro no muy lejano. En esta sección plantea que el progreso y desarrollo de este proyecto no termina ahí, ya que se ha generado una conexión emocional entre el servicio y las personas que lo usan a través de la implementación de la experiencia de usuario dentro

de la Línea. En este caso, se especula cómo sería transitar con arte y cultura, resaltando la importancia de democratizar el acceso del arte en estos espacios por medio de dos *mockups* de una exposición de arte en el futuro Metro de Quito y un afiche de este evento (Anexo P), y un *fill box* en el que el espectador podrá escribir lo que le gustaría experimentar en un futuro dentro del sistema de transporte público municipal. Después el espectador podrá observar cómo la experiencia de usuario será un punto clave para el continuo funcionamiento de La Línea, en el que las personas dejarán de verla solo como un servicio, pero como una entidad que los acoge convirtiéndose así, en una marca que forma parte de la identidad colectiva de los Quiteños, mediante un *mockup* del *merch* de la marca (Anexo Q). Y eventualmente, como la marca La Línea usará su plataforma para convertirse en un agente de cambio capaz de transformar la cultura de las personas a través de gestionar diferentes temas de relevancia social. Para eso se desarrolló una campaña ficticia para conmemorar el Día Internacional para Conservación de los Océanos, mostrando afiches y vallas sobre esta temática (Anexo R). Conviene subrayar que estos tres escenarios estarán acompañados de audios (Anexo S) que reforzarán el concepto de esta sección, la empatía. La exhibición concluirá con una pregunta abierta que pretende cuestionar al espectador sobre la importancia que tienen los ciudadanos para exigir un servicio más digno, funcional y sostenible a través del diseño.



Figura 8: Portada sección futuro

## CONCLUSIONES

En primera instancia, es evidente que el proyecto fue creado para que el usuario del sistema se vea beneficiado en todos los sentidos, facilitando su traslado de un lugar a otro, y con el fin de mejorar la experiencia de aquellos que lo usan e invitar a nuevos usuarios a que hagan uso de este servicio. Es evidente, que al momento de implementar el diseño en este proyecto se logrará dignificar y facilitar su uso mejorando así, la calidad de vida de los quiteños. En definitiva, la idea de este proyecto es usar el diseño de servicios para mejorar la calidad de este entendiendo los factores que lo componen, logrando una interacción más eficiente entre el proveedor y el usuario. Además, entender la importancia que tiene el diseño de información al incidir en el conocimiento, las actitudes y las acciones de las personas de una manera intencionada, y a su vez diseñar éticamente al aceptar a los usuarios como diferentes e independientes (Frascara, 2011, p. 3,23).

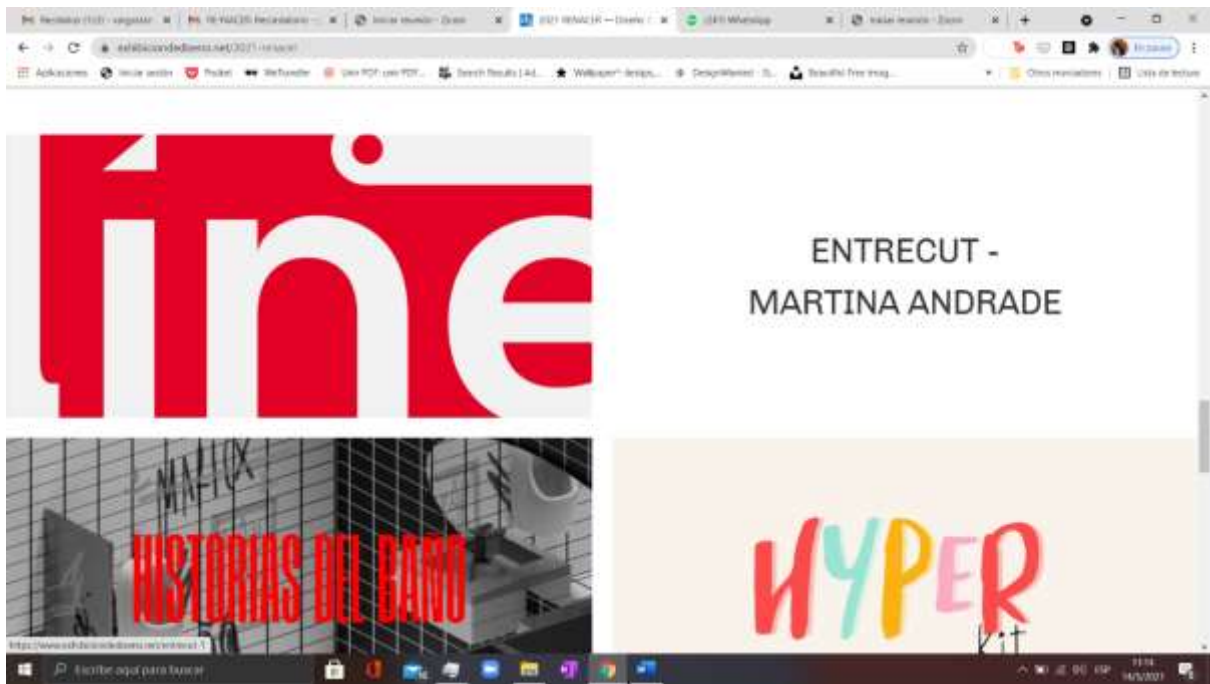
En definitiva, veo el potencial infinito que existe alrededor de los proyectos que toman al usuario como base de su desarrollo, ya que a la final lo que se quiere lograr, a través del diseño, es poder habitar es un mundo donde todos nos veamos beneficiados. A su vez, se puede enfatizar la necesidad de que los diseñadores sean parte de los proyectos que involucren a las personas desde un principio. Como diseñador, considero que tenemos una capacidad de ver los problemas y posibles soluciones de una manera más amplia y profunda, y no deberíamos ser considerados como la última opción, que viene a decorar. A través de esta exhibición se busca resaltar el rol social del diseño y evidenciar el alcance que este puede tener al no solo proveer una manera de optimizar el sistema de transporte público con el diseño de información o incluso crear una marca para el servicio, sino integrar a los usuarios dentro de un proyecto con una dimensión social que busca transformar su calidad de vida y la manera en la que perciben el espacio que los rodea.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

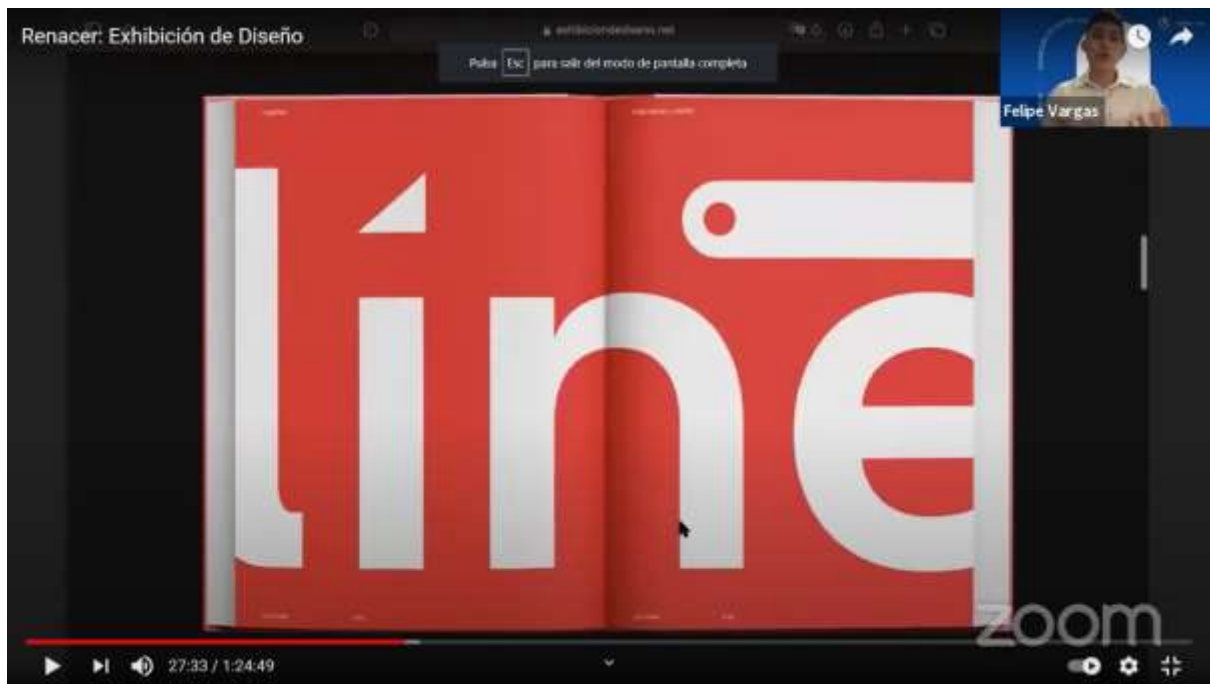
- Chauvin, J. P. (2006). *Conflicto y gobierno local: el caso del transporte urbano en Quito* [Borrador de tesis]. Programa de Políticas Públicas y Gestión; FLACSO Sede Ecuador. Quito. Recuperado el 18 de abril de 2021 de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/424/3/TFLACSO-2006JPC.pdf>
- Frascara, J. (2011). *¿Qué es el Diseño de Información?* 1ed. Buenos Aires: Infinito. Recuperado el 18 de abril de 2021 de <https://taller4a.files.wordpress.com/2016/02/que-es-el-disec3b1o-de-informacion.pdf>
- Lupton, E. (2017). *Design is Storytelling*. New York: Cooper Hewitt Editorial.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge: MIT Press.
- Quito Informa. (16/08/2017). 2'400.000 de viajes persona en el Sistema de Transporte al día. *Quito Informa*. Recuperado el 29 de marzo de 2021 de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2017/08/16/2400-000-de-personas-se-movilizan-el-sistema-de-transporte-al-dia/>
- Vargas, F., Cruz Miranda, C. (2020). *Diseño y Visualización de un Nuevo Sistema Unificado de Transporte Público Municipal de la Ciudad de Quito*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.



## ANEXO B: PÁGINA DEL EVENTO

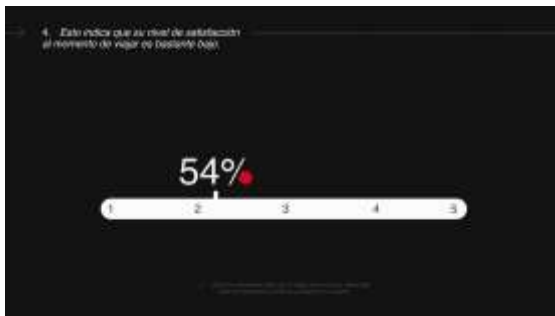
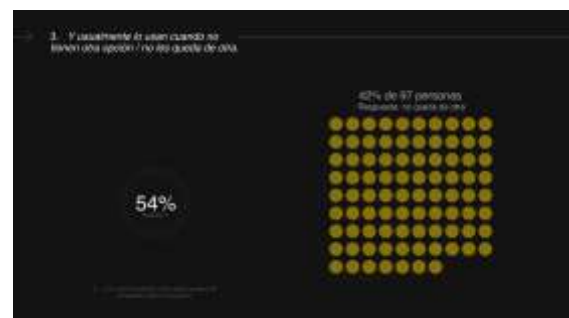
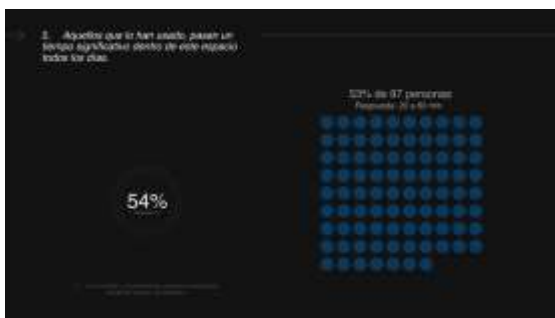
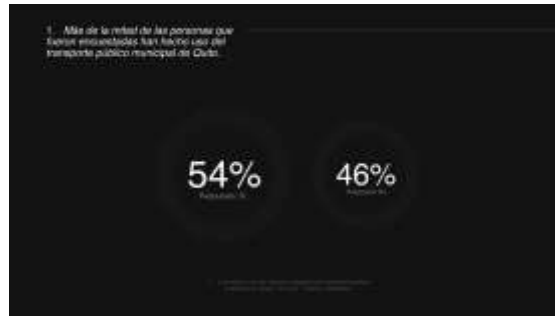


## ANEXO C: EVENTO





## ANEXO D: INFOGRAFÍAS ENCUESTAS



**ANEXO E: INFOGRAFÍA DATOS DE IMPACTO**

## ANEXO F: ENTREVISTAS VIDEOS



Entonces yo creo que como sociedad, como cultura, no hemos exigido el espacio público, porque hay muy poco espacio público.

*Cristina Muñoz*



Uno no puede pertenecer a un lugar que no lo acoge, no le permite ser.

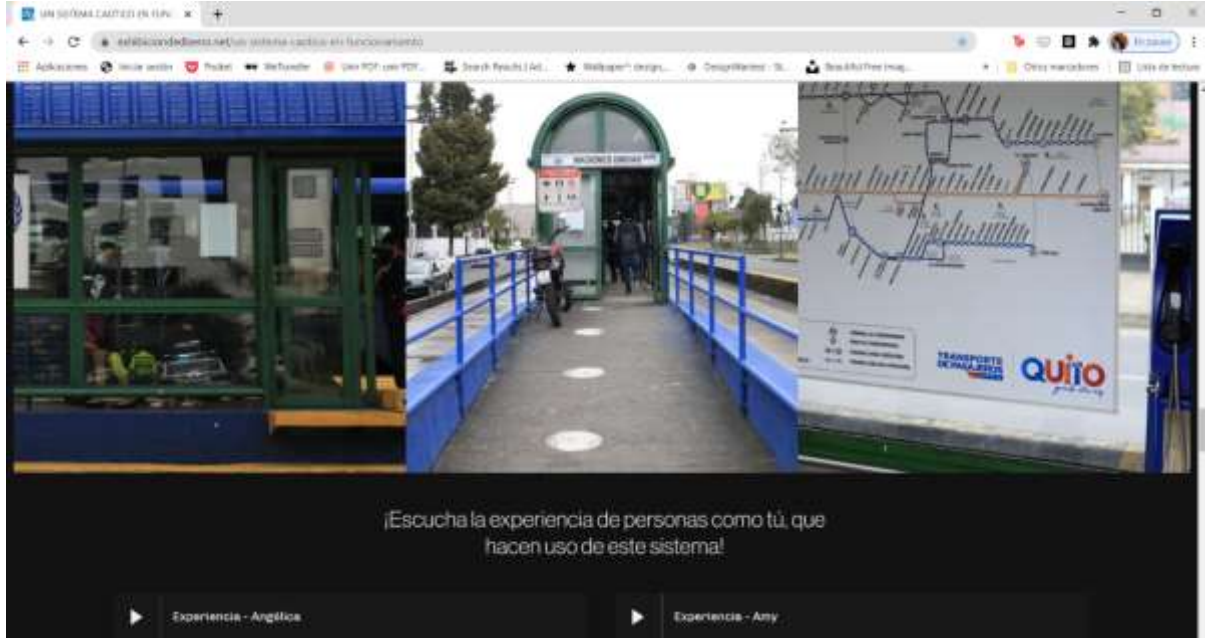
*Byron Toledo*



Entonces tú le respetas más a una institución sólida que a un pequeño subsistema.

*Pablo Iturralde*

## ANEXO G: CARRUSEL OBSERVACIÓN DE CAMPO



## ANEXO H: TESTIMONIOS AUDIOS

**Link audios:** <https://www.exhibiciondediseno.net/un-sistema-caotico-en-funcionamiento>

## ANEXO I: INSIGHT

Entonces,

El sistema de transporte público municipal es grande, complejo y se podría decir que funciona, pero las personas no lo perciben como un sistema unificado, ya que sus subsistemas tienen diferentes formatos de comunicación e identidad.

## ANEXO J: BOTONES SECCIONES

### Sección pasado



### Sección presente



### Sección futuro



## ANEXO K: INFOGRAFÍA OBJETIVOS





## ANEXO L: MANUAL DE MARCA



## ANEXO M: VIDEO ESTRATEGIA COMUNICACIÓN



## ANEXO N: VIDEO RECORRIDO VISUAL



### Diálogo narración - Recorrido visual

Hoy vas a viajar por primera vez en La Línea, el sistema unificado de transporte público municipal de Quito. Tu recorrido comienza con la planificación del viaje. Ingresas a la app de La Línea para saber qué ruta es la que más te conviene tomar, desde las Naciones Unidas hasta el Centro Histórico... Una vez definida tu trayectoria, (*gráficamente la trayectoria*) te diriges hacia la Línea C-Metrobús Oriental. A lo lejos reconoces un poste con un rótulo rojo, y al acercarte más, sabes que estás en el lugar correcto porque observas el tótem informativo de la Línea C y un mapa con todas las líneas que ofrece este sistema... Antes de ingresar a la parada, encuentras una máquina dispensadora con los diferentes boletos y tarjetas recargables que se ofrecen. Al ver todas las opciones no estás seguro de cuál de estos boletos te conviene más, y buscas asistencia de alguien que trabaja ahí. Gracias a su ayuda, decides pagar por el Pase La Línea, que te permitirá tener acceso ilimitado al sistema pagando una cómoda cuota mensual. Una vez que compras tu boleto entras a la parada, miras la señalética y te colocas al

lado sur de esta. Ahí logras ver un mapa e identificas que puedes tomar la Sublínea C1. Después de 5 minutos, llega el alimentador correcto. (*poner audio de esperar antes de embarcar*) Entrás y encuentras un puesto fácilmente frente a una pantalla que te permite ver cuántas paradas te faltan. Sacas tu celular y te relajás... (*poner audio de la bajada El Ejido*) Al escuchar el altavoz sabes que llegaste a la parada de conexión con el Metro. Caminas un poco e ingresás con la misma tarjeta para dirigirte a San Francisco. En tu viaje por el metro te das cuenta que la comunicación visual y el funcionamiento del sistema son los mismos que en tu viaje por el Metrobús Oriental. (*Timelapse de comunicación visual igual, y luego ver como avanzas dentro del metro con mapa (vertical) - audio llegada a San Francisco*) ...Te bajas del alimentador y antes de salir de la estación San Francisco, te llama la atención, una cartelera con información sobre exposiciones de arte de algunos museos del Centro, dándote una idea de lo que hay afuera...Y así, termina tu viaje por La Línea.



## ANEXO P: TRANSITAR CON ARTE Y CULTURA



*Mockups Arte y Cultura*



*Afiche evento ficticio*

## ANEXO Q: MARCA LA LÍNEA



## ANEXO R: CAMPAÑA AGENTE DE CAMBIO



Mockup 1 campaña



Mockup 2 campaña



Afiches campaña ficticia



## ANEXO S: AUDIOS UX

**Link audios:** <https://www.exhibiciondediseno.net/la-linea-hacia-la-experiencia-de-usuario>

### **Guion audio – Experiencia de usuario**

*Género: femenino*

Antes no me daba el tiempo de visitar galerías o museos, pero ahora siento que cuando voy al trabajo puedo vivir en una galería que se extiende por la ciudad. Puedo apreciar obras de artistas locales que no conocía mientras que a la vez se está democratizando el arte y la cultura. Aprecio tanto estos detalles que incluso ahora me emociona tanto mi viaje diario, porque no sé qué cosas nuevas voy a encontrar la próxima.

### **Guion audio – La Línea como Marca**

*Género: masculino*

Compré una taza de La Línea porque voy a visitar a mi primo que vive en Finlandia y me pidió que le lleve algún recuerdo de Quito porque estaba extrañando full. Me parece que La Línea es tan representativo de la ciudad que me pareció obvio comprar algo de ahí. Al final La Línea personifica por que amamos Quito, es inclusiva y trata de representar la diversidad de la ciudad, es una marca que nos abraza a los quiteños y un espacio de expresión.

### **Guion audio – Un agente de acción y de cambio**

*Género: femenino*

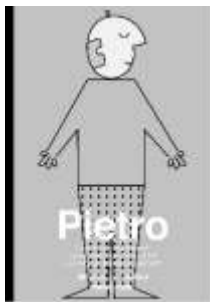
Hoy viajando en el metro vi la campaña sobre el Día internacional de los océanos y que toda esta semana se estarían dando conversatorios gratuitos. Las personas estaban encantadas no solo por lo hermosas que estaban las publicidades, sino por su mensaje. Cuando vi esto no lo

podía creer, porque es un tema del que no se habla mucho. Me parece cheveraso que La Línea use su plataforma en estos espacios para llegar no solo a los jóvenes sino a todo tipo de personas.

## ANEXO T: HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN



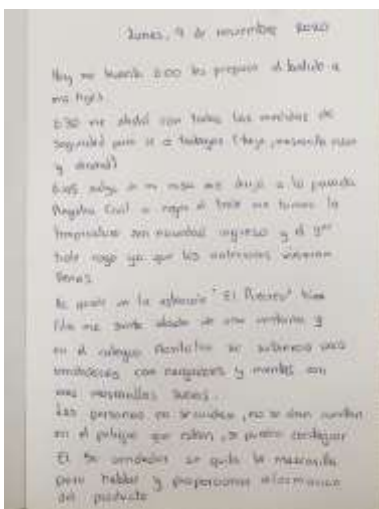
Registro encuestas



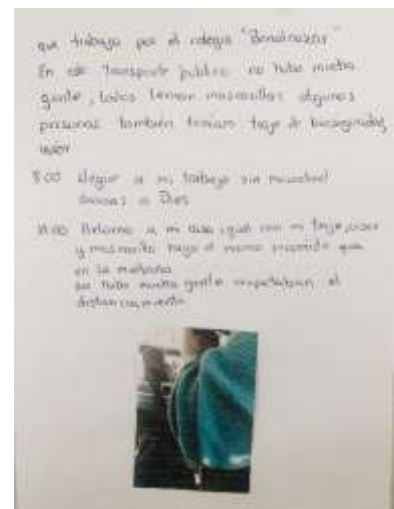
Registro User persona 1



Registro User persona 2



Registro Journal



## ANEXO U: EXHIBICIONES



*Harvard University Graduate School of Design –  
Design and The Just City Exhibition*



*Harvard University Graduate School of Design –  
Transformative Mobilities: Porto & Milan*



*MTA Arts & Design / MoMa – The Subway Design for a Modern Icon*

## ANEXO V: ESTADO DEL ARTE UX



*Metro de Nápoles – Transitar con Arte y Cultura*



*Metro Corea – Tesco Market, diseño de servicios*



*Subway New York – Campaña uso de preservativos, agente de cambio*