

Universidad Empresarial Siglo 21: Trabajo Final de Graduación

Proyecto de Diseño



Desarrollo de Sitio *Web* Para EAAF Arqueros (Entrenamiento Específico Arqueros de Fútbol)

Web Site Development for EAAF Goalkeepers (Specific Training for Football Goalkeepers)

Línea Temática: Diseño Adaptado al Usuario

Alumno: Franco Cristiano **DNI:** 44607919

Legajo: DGR02568

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

Entrega Final

Lugar y fecha: Córdoba, Domingo 29 de junio de 2025

Profesora: Rosa Esther Palamary

Índice

Resumen	6
Abstract.....	7
Problema de Diseño	8
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	11
Justificación	11
Marco Teórico	12
Página y Sitio Web	12
Usabilidad.....	14
Arquitectura de la información	16
Interfaz	17
Tipografía	19
SEO (Search Engine Optimization).....	22
Método de diseño	24
Casos de Estudio.....	28
Conclusión de los 3 casos	40
Programa de Diseño	41
Concepto Gráfico.....	45
Cronograma de Trabajo.....	46
Aclaración.....	47
Bocetos	48
Mapa de Navegación	48
Wireframes.....	49
Tipografías.....	52
Iconos	52
Propuesta Final de Diseño	54
Tipografía	54
Color.....	55
Mapa de Navegación	55
Wireframes.....	56
Botones e íconos.....	57
Pantallas.....	59

Mock-Ups	63
Interfaz adaptada a dispositivos móviles	65
Prototipo	67
Análisis de Costos.....	67
Conclusión.....	69
Anexos	71
Anexo 1	71
Referencias.....	73

Índice de Figura

Figura 1: Tipografías <i>web</i> en Yahoo Respuestas año 2003.	20
---	----

Figura 2: Tipografías que facilitan la accesibilidad.	23
Figura 3: Comparativa de los Métodos de <i>Donald Norman</i> y <i>Jesse James Garrett</i>.....	26
Figura 4: Nuevo Método de Diseño basado en los elaborados por <i>Donald Norman</i> y <i>Jesse James Garrett</i>.	29
Figura 5: Cuadro de Análisis del Sitio <i>Web</i> de Gral. Paz Juniors.....	32
Figura 6: Cuadro de Análisis del Sitio <i>Web</i> del Club Atlético Belgrano.	36
Figura 7: Cuadro de Análisis del Sitio <i>Web</i> de <i>Barca Academy</i>.	40
Figura 8: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 1er Objetivo Específico. ..	43
Figura 9: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 2do Objetivo Específico... 	44
Figura 10: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 3er Objetivo Específico.. 	46
Figura 11: Cronograma de trabajo del nuevo método de diseño basado en los métodos elaborados por <i>Donald Norman</i> y <i>Jesse James Garrett</i>.	49
Figura 12: Bocetos de Mapa de Navegación.....	50
Figura 13: Bocetos de <i>Wireframes</i>.	51
Figura 14: Identidad visual actual de EAAF Arqueros.	52
Figura 15: Muestra de paleta cromática.	52
Figura 16: Bocetos de Botones.....	53
Figura 17: Tipografías preliminares.....	54
Figura 18: Bocetos de Iconos.	56
Figura 19: Paleta tipográfica.	57
Figura 20: Paleta cromática.	58

Figura 21: Mapa de Navegación.....	58
Figura 22: Wireframes partiendo de retícula modular.	59
Figura 23: Íconos.	60
Figura 24: Botones Interactivos.	61
Figura 25: Pantalla de inicio.....	62
Figura 26: Pantalla de equipo.	63
Figura 27: Pantalla de entrenamientos.	64
Figura 28: Pantalla de contacto.	65
Figura 29: Mock-Up en Computadora.	66
Figura 30: Mock-Up en Computadora.	66
Figura 31: Mock-Up en Computadora.	67
Figura 32: Mock-Up en Computadora.	67
Figura 33: Interfaz en Dispositivos Móviles.....	69
Figura 34: Mock-Ups en Dispositivos Móviles.	69

Índice de Tabla

Tabla 1: Análisis de Costos Fijos y Variables.....	71
Tabla 2: Costo Final del Proyecto.....	71

Resumen

En el presente trabajo se desarrolló un prototipo de sitio *web* para la escuela de arqueros de fútbol EAAF Arqueros. EAAF es un centro pionero en el rubro de la preparación específica de arqueros o porteros de fútbol, pero su comunicación y presencia en los medios digitales resulta incompleta considerando que estos son el medio principal de búsqueda de información a la hora de afrontar una decisión sobre

adquirir un nuevo servicio o, en este caso, iniciar una nueva actividad. Por tal motivo se propuso el desarrollo del prototipo del sitio *web* EAAF con el fin de posicionarlo en las búsquedas en internet y mejorar su llegada nuevos públicos. Para lograrlo se elaboró un método de diseño que combina los pasos más esenciales de los métodos planteados por *Donald Norman* y *Jesse James Garrett*. La construcción del sitio será diferencial para la llegada y la comunicación de la escuela, debido a que pasará a estar al alcance de todas aquellas personas que se encuentren en busca de un lugar tanto para comenzar a formarse en el puesto de arqueros, o para aquellos que ya son parte de equipos o clubes y quieren profundizar su entrenamiento, incluyendo un público desde los tutores o representantes de niños pequeños o los propios arqueros.

Palabras Clave: Sitio *Web*, Escuela de Arqueros, Posicionamiento, Comunicación, Diseño UI.

Abstract

In this project, the prototype of a website was developed for the football goalkeeping school EAAF Arqueros. EAAF is a pioneering center in the field of specific football goalkeeping training, but its communication and presence in digital media is incomplete considering that these are the primary means of searching for information when making a decision about acquiring a new service or, in this case, starting a new activity. For this reason, the development of the website prototype for EAAF was proposed to position it

in internet searches and improve its reach to new audiences. To achieve this, a design method was developed, and it combines the most essential steps of the methods proposed by Donald Norman and Jesse James Garrett. The construction of the site will be crucial for the school's accessibility and communication, as it will be accessible to all those looking for a place to begin their training as goalkeepers, or for those who are already part of teams or clubs who want to further their training, including an audience ranging from tutors or representatives of young children to the goalkeepers themselves.

Key Words: *WebSite, Goalkeeping School, Positioning, Communication, UI Design.*

Problema de Diseño

En la provincia de Córdoba existe una gran cantidad de instituciones dedicadas a la formación deportiva y, en este caso, específicamente a la futbolística. Entre las más reconocidas se encuentran el Club Atlético Belgrano, el Club Atlético Talleres y el Instituto Atlético Central Córdoba. Sin embargo, estos clubes no ofrecen una formación específica para uno de los puestos más exigentes del fútbol, la portería, hasta que el jugador alcanza la etapa profesional. Para ese entonces, los arqueros suelen haber recibido preparación previa en escuelas particulares.

Por esta razón, los porteros que transitan etapas anteriores al profesionalismo, desde las edades más tempranas hasta aquellos que integran clubes del circuito amateur, recurren a las mencionadas academias con el objetivo de complementar su instrucción, independientemente de si aspiran o no a llegar a la primera división.

De este modo, se arriba a la situación de las escuelas formadoras de arqueros de la provincia. Y es que, a pesar de no haber registro de una gran cantidad, es posible señalar a EEAF Arqueros como la más importante de Córdoba, según afirmó en entrevista su coordinador y entrenador de arqueros Carlos Zabala (Ver Anexo 1).

EEAF (Entrenamiento Específico Arqueros de Fútbol) es una academia de formación de arqueros que actualmente está ubicada en el predio de Estadia Fútbol en la calle Ramón Cárcano 75, dónde está asentada desde el año 2020 luego de haber transitado múltiples complejos, el centro inició sus actividades en el año 2010 y es uno de los pioneros en el entrenamiento específico de porteros en la provincia de Córdoba, como cuenta Fernando Barrionuevo en la entrevista que realizó a su fundador y actual CEO Andrés Coronado (2021), que hoy en día es entrenador de las porteras de la Selección Nacional española femenil.

Sin embargo, su comunicación podría ser mucho más atractiva y precisa de lo que es actualmente, y su presencia en los medios digitales, más prominente, especialmente en internet, que es una de las herramientas de búsqueda de información más utilizadas y la primera opción considerada por la gran mayoría.

Ante esto se considera relevante fortalecer los canales por los cuales EEAF comunica sus propuestas, su forma de trabajo y demás información para los arqueros en formación de distintos equipos con el deseo de entrenarse en más profundidad, tanto para que ellos mismos puedan acceder, como así también sus representantes, en caso de tratarse de niños pequeños.

Uno de los medios de comunicación más utilizados por las instituciones, ya sea educativas, culturales, sociales o gubernamentales, son las páginas *web*, y es que su implementación resultaría beneficiosa para el alcance de EAAF y su captación de nuevos alumnos.

“La red se ha convertido en la principal fuente de información a la hora de la toma de decisiones de compra, tanto antes del acto en sí, durante el mismo y por supuesto, la propia retroalimentación con su opinión post-compra.” (Barrio Carrasco, 2016, p. 17).

En sus primeros años de existencia, EAAF contaba con un sitio *web*, sin embargo, este ya no se encuentra en funcionamiento, por lo que en la actualidad tan solo dispone de dos medios de comunicación en los cuales establecer el primer contacto, un perfil de Facebook: <https://www.facebook.com/Eeafporteros>, y uno de Instagram: <https://www.instagram.com/eeafarqueros/>, pero estos no contienen la información valiosa concerniente a las sesiones, como los días y horarios, precios, números telefónicos de los profesores, o sobre la escuela misma, como su historia o su enfoque pedagógico.

De no resolverse esta situación se daría un conflicto en dos partes importantes, la primera siendo claramente los arqueros que quieren ser entrenados con mayor especificidad en su puesto, debido a que se les dificultaría dar con toda la información precisa para sumarse a los entrenamientos, y la segunda, sería la propia EAAF, ya que al encontrarse su perfil en línea distante de aquellas personas que lo necesitan, se perderían la posibilidad de incorporar más alumnos, de crecer como escuela y por consiguiente de volverse una referencia aún mayor en el medio.

A partir de lo expuesto anteriormente, se procede a la formulación de las preguntas que darán lugar a los objetivos generales y específicos de este proyecto de diseño.

¿De qué manera el diseño gráfico puede colaborar en posicionar dentro de las opciones de escuelas de formación de arqueros de fútbol a EEAF Arqueros?

1. ¿De qué manera se realiza la búsqueda cuando se quiere iniciar una actividad deportiva?
2. ¿Qué buscan los aspirantes a formarse como arqueros de una escuela?
3. ¿De qué forma se pueden concentrar todas las propuestas de la escuela y su información en un sitio *web* que a su vez transmita su identidad?

Teniendo en cuenta estas preguntas, se llega al planteamiento del objetivo general de esta investigación.

Objetivo General

Desarrollar un sitio web para EEAF Arqueros con el propósito de difundir, informar y comunicar las actividades, la misión y los valores de la escuela con el objetivo de generar interacciones y atraer nuevos alumnos.

Objetivos Específicos

1. Construir un espacio interactivo donde se organizará la información sobre las actividades para los visitantes del sitio, con el fin de propiciar la interacción y la comunicación efectiva del mensaje y las propuestas de EEAF.
2. Presentar la imagen institucional de la escuela y a quienes la integran haciendo uso de los elementos que forman parte de su identidad visual.
3. Crear un código visual que facilite la comunicación de la información y la navegación en el sitio, integrado por tipografías que sean coherentes desde lo morfológico y accesibles en la lectura, y por una paleta cromática que se desarrollará en función a los colores característicos de EEAF.

Justificación

Este trabajo final de grado resultará en un aporte al diseño gráfico porque se plantea contribuir a un área poco explorada como lo son las instituciones de formación deportiva en el ámbito local de la provincia de Córdoba, y más específicamente en la formación de arqueros, ya que las escuelas tradicionales de fútbol sí cuentan con un mayor antecedente y atención desde el área del diseño.

De esta forma se beneficiará a los arqueros al acercarles un medio para conocer una escuela de calidad y de referencia, mediante una plataforma que contará con toda la información pertinente que pueda llegar a ser necesaria.

Así mismo, EAAF también se verá favorecida, ya que con una página *web* su presencia y posicionamiento dentro de las propuestas deportivas va a experimentar una mejoría, siendo encontrada con mayor facilidad que otras instituciones en el ámbito. Además, esto podría también sentar un precedente de un caso de éxito que podría ser seguido por las demás escuelas de arqueros de la provincia, tanto las existentes como las emergentes, para aumentar su alcance.

El proyecto será factible primeramente porque cuenta con la aprobación y el entusiasmo de los responsables de EAAF, y en segundo lugar porque es una estrategia que muchos establecimientos, marcas y corporaciones de distintos rubros han implementado con éxito, incluso dentro del ámbito deportivo, en un nivel profesional, con el caso de los diferentes clubes de la provincia como de todo el país.

Marco Teórico

En el siguiente marco teórico se abarcarán todos los conceptos y teorías que serán relevantes para afrontar la solución del problema planteado en la sección anterior. Para abordar este nuevo apartado con mayor completitud y precisión se procederá a desglosar los dos temas más centrales del objetivo general, por una parte el diseño de páginas *web*, y por otra, el concepto de SEO (*Search Engine Optimization* u Optimización para Motores de Búsqueda) que será crucial para el éxito del sitio *web*.

Página y Sitio *Web*

En primer lugar es necesario establecer una distinción, ya que comúnmente se cae en la equivocación de pensar que sitio *web* y página *web* son lo mismo, cuando no es así, por lo que se procederá a esclarecer la diferencia a partir de la definición que brinda Pacherras Muñoz (2018) que afirma: “Un sitio *web* es la página principal o índice que alberga a un grupo de páginas *web* referentes a una temática o investigación en particular, relacionadas entre sí por hiperenlaces y son accesibles mediante una misma dirección url”. (p. 26)

Conociendo esta definición se puede llegar a la conclusión de que a pesar de que el concepto de página y el de sitio no hagan referencia a lo mismo, si forman parte el uno del otro, ya que la página consiste en cada documento HTML y todo su contenido multimedia, como imágenes y vídeos, y el sitio se trata del lugar que alberga los conjuntos de todas estas para otorgarles la unidad y serialidad que será vista por sus visitantes.

A su vez, Pacherez Muñoz (2018) también realiza un listado de las características que deben presentar las páginas *web*, siendo estas:

- **Conectividad:** Remarcando la importancia de los hipervínculos que hacen que un documento sea dinámico, dándole al usuario la posibilidad de realizar múltiples acciones a través de textos, imágenes y vídeos.
- **Accesibilidad:** Cualquier página *web* tiene información compilada que posteriormente se presenta mediante un ordenador que está conectado a internet, que permite que se vea.
- **Interactividad:** Refiriéndose a la posibilidad visualizar información a color, con animaciones, imágenes e interactuar entre páginas, realizar compras, consultas, comentarios o hasta enviar archivos en línea a nivel mundial.

Posteriormente, plantea las principales funciones, que serán la de informar, comunicar, difundir, expresar, publicitar e interactuar, y cuenta que para el cumplimiento de estas funciones, la página deberá contar con un diseño atractivo con información de calidad, y además ser de fácil navegación y contener enlaces para los diferentes apartados que ofrezca. (p. 30).

Finalmente, hace mención de los elementos principales que se encuentran en las páginas *web*, a saber:

- **Texto:** En su amplia gama de estilos.
- **Imágenes:** Siendo **GIF**, **PNG** y **JPG** los formatos más utilizados.
- **Audio y vídeo:** Las extensiones más utilizadas son **MP3**, **MIDI** y **WAV**.
- **Espacio *web*:** El servidor dónde estará alojada y será encontrada la página.
- **Nombre de dominio:** El término con el cuál será reconocida.
- **Hipervínculo:** Vínculo entre documentos, textos, imágenes, etc. (Muñoz, 2018)

Ante lo expuesto, se puede concluir que el diseño de los sitios *web* han de poner especial énfasis en la satisfacción y la experiencia del usuario, la popularmente conocida UX, debido a que una buena experiencia al encontrarse con un sitio correctamente

diagramado, con tipografías amigables a la vista, legibles, imágenes ilustrativas, contenido útil a las expectativas y necesidades de sus visitantes y que permita fluctuar fluidamente entre contenidos garantizará en gran medida el éxito del mismo.

Usabilidad

En primera instancia será relevante definir el concepto de usabilidad, en palabras de Sánchez Bolaños y Henao Aristizabal (2016) “La usabilidad *web* se enfoca en la buena interacción del usuario con los sitios *web*, teniendo en cuenta factores como: la utilidad, efectividad, eficiencia, facilidad de uso, capacidad de aprendizaje, rendimiento y satisfacción generada en el usuario...” (p. 12).

En este marco, se puede afirmar que la usabilidad hace referencia no simplemente a que un sitio sea “amigable” para el usuario, sino que debe ampliarse a que contenga todo lo que este necesita, propiciar una situación en la que su esfuerzo por navegar y deducir el sitio se reduzca al mínimo.

Para transitar en mayor profundidad este tema se acudirá a la obra de *Jakob Nielsen*, quien es considerado el padre de la usabilidad en la *web*. El ingeniero danés en su libro ***Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*** (1999) menciona la importancia crucial que cobra la usabilidad en un mundo en el que el usuario se vuelve cada vez más impaciente y solicitante de gratificación instantánea, y explica sobre el usuario que “Si no pueden averiguar cómo funciona un sitio *web* en aproximadamente un minuto, concluirá que no valdrá la pena su tiempo, y se irán”. (p. 10).

También expresa otra razón de la relevancia de la usabilidad, estableciendo una comparativa frente al diseño de productos y de *software*, en la que el cliente primero paga y luego experimenta la usabilidad, y no tiene mucho que hacer si esta no resulta cómoda o funcional, a diferencia de lo que sucede en el diseño *web*, donde la usabilidad es lo primero que se experimenta y luego se decide si se efectuará o no la decisión de compra, siendo así mucho más importante el foco en la usabilidad en este último. (Nielsen, 1999. p. 11).

Continuando con esta línea, *Nielsen* en su libro ***Usability Engineering*** (1993) enumera una lista de principios denominados “Heurísticos” para la usabilidad *web*, estos principios fueron elaborados, en palabras del autor, con la finalidad de explicar la mayoría de los errores que se observan en los diseños de interfaces de usuario (p. 19). A continuación se procede a describirlos:

- 1. Diálogo simple y natural:** No se deberá colocar información irrelevante ya que esta puede competir con aquella que sí lo es. Toda la información deberá aparecer en un orden lógico y natural.
- 2. Hablar el lenguaje del usuario:** Utilizar conceptos familiares para el usuario, en vez de terminología orientada a sistemas.
- 3. Minimizar la memorización del usuario:** No se debe forzar al usuario a recordar información, esta deberá estar siempre visible o al alcance cuando se necesite.
- 4. Consistencia:** El usuario no se debería preguntar si diversos conceptos, situaciones o acciones significan una cosa o la otra.
- 5. Feedback:** El sistema debería mantener informado al usuario con el feedback correspondiente en periodos de tiempo razonables.
- 6. Salidas claramente marcadas:** Los usuarios suelen elegir funciones por accidente, en ese momento deben contar con “salidas de emergencia” rápidas sin tener que atravesar largos cuadros de diálogo.
- 7. Atajos (Shortcuts):** Aceleradores que agilicen la interacción de los usuarios más experimentados de forma tal que puedan ayudar a los menos experimentados.
- 8. Buenos mensajes de error:** Se deben expresar en un lenguaje sencillo, sin códigos, indicando el problema con precisión y sugiriendo una solución.
- 9. Prevenir errores:** Aún mejor que un buen mensaje de error será aquella *web* que pueda ver venir los errores antes de que estos ocurran.
- 10. Ayuda y documentación:** Aunque sea mejor que el sistema pueda ser usado sin documentación, puede llegar a ser necesario. En este caso esta

debe ser fácil de buscar, enfocándose en el objetivo del usuario con pasos sencillos de seguir.

En definitiva, es posible observar que el campo de la usabilidad no solo se reduce a una buena experiencia visual, sino que se extiende a todas las actividades que usuario será capaz de realizar en un sistema, y de cómo estas deben estar al alcance en cuanto a conocimientos, debido a que quienes ingresan en un sitio *web* en la mayoría de los casos no son expertos en la materia, por lo que cualquier prestación o servicio debe estar fácilmente a su alcance para ser utilizado.

Arquitectura de la información

En cuanto al concepto de arquitectura de la información, se tomarán las palabras de *Louis Rosenfeld* y *Peter Morville*, pioneros en el ámbito, quienes en su libro ***Information Architecture for the World Wide Web*** (1998) brindan más de una definición, abordándolo desde 4 perspectivas diferentes:

- El diseño estructural de entornos de información compartidos.
- La combinación de sistemas de organización, etiquetado, búsqueda y navegación dentro de ecosistemas digitales, físicos y multicanal.
- El arte y la ciencia de dar forma a productos y experiencias para fomentar la usabilidad, la comprensión y la capacidad de encontrarlos (*findability*).
- Una disciplina y comunidad profesional centrada en aportar al mundo digital los principios del diseño y de la arquitectura digital.

Según *Rosenfeld y Morville* (1998), el hecho de que no se pueda dar una única definición de arquitectura de la información es una pista de por qué es tan complejo realizar un buen sitio *web*, y explican la subjetividad del lenguaje afirmando que "ningún documento representará exactamente el significado pretendido por el autor. Ninguna etiqueta o definición capturará totalmente el significado de un documento. Y dos lectores nunca experimentarán o entenderán un documento, definición o etiqueta particular de la misma manera." (p. 18).

Los autores también descomponen las distintas partes del concepto de arquitectura de la información, primeramente ubica a la **información** en un punto medio entre el **conocimiento** y la **data**, debido a que, a diferencia de estas últimas, la información puede ser encontrada en diversas formas y tamaños: sitios *web*, imágenes, documentos, aplicaciones, etc. Luego, continúan hablando sobre la **estructuración** como la tarea de “decidir cómo relacionar los átomos de información entre sí” (p. 19).

Posteriormente definen a la **organización** como la forma en la que se agrupan dichos componentes en categorías significativas, y hablan de la **etiquetación** como el modo en que se distingue qué nombre darle a las susodichas categorías y a las series de enlaces que nos dirigen hacia ellas.

En síntesis, la principal tarea del arquitecto de la información será la de organizar, estructurar y disponer la información en el espacio *web*, dando forma a la presentación de los sitios en secciones significativas que hagan de la navegación de los sitios una experiencia cómoda y con un sentido lógico.

Sin embargo, su tarea no se limitará al momento previo a la realización del sitio, sino que continuará posteriormente a su publicación, evaluando su efectividad y realizando correcciones en caso de ser necesario.

Interfaz

La Interfaz Gráfica del Usuario es lo primero con lo que se encuentran las personas a la hora de interactuar con cualquier dispositivo, ya sea un dispositivo móvil o una computadora, desde un sistema operativo, un *software* como un sitio *web* particular, el contacto con las interfaces es constante en la vida cotidiana, al usar el celular, en un cajero automático, en una computadora, el GPS del auto, en una cámara fotográfica digital, entre otras.

Para obtener una definición se optó por la que brindan Claudia Albornoz, Mario Berón y Germán Montejano (2017) que definen a la Interfaz Gráfica del Usuario (GUI por la sigla en inglés *Graphic User Interface*) como “la parte de una computadora y su

software que el usuario puede ver, oír, tocar, hablar, o de otra manera entender o dirigir. (p. 1).

Con el objetivo de dar cuenta de su importancia se continuará con las palabras de Albornoz, Berón y Montejano (2017), que afirman que “es la responsable de transmitir o hacerle saber al usuario lo que es capaz de hacer el producto”. (p. 1).

Como explican los autores, la GUI consta de 2 partes principales, la **entrada** y la **salida**. Por entrada hacen referencia a todas aquellas acciones que el usuario realiza para comunicar lo que necesita al sistema mediante las diferentes herramientas con las que dispone, como el teclado, el *mouse*, el dedo si se tratase de un dispositivo táctil, o hasta incluso la voz. Mientras que por salida se entiende a como el dispositivo en cuestión transmite sus resultados al usuario, siendo el mecanismo más común de cualquier dispositivo la pantalla, pudiendo ser también el sonido.

Finalmente, Albornoz, Berón y Montejano (2017), destacan un hecho categórico sobre las interfaces, y es que el usuario solo se fija en la parte frontal de estas, no le resultan relevantes las acciones que ocurren en el detrás ni como estas estén programadas o implementadas, ellos valoran un alto grado de elaboración en las Interfaces Gráficas, dejando en segundo plano a todo lo concerniente al código o el funcionamiento interno del sistema.

Para esta investigación, se comprende a la Interfaz Gráfica del Usuario como uno de los componentes más importantes en la composición del sitio, esto debido a que son el la diagramación gráfica mediante la cual el programador y/o el diseñador *web* dispondrán todo el contenido de un forma lógica, accesible y comprensible para el común de las audiencias, pudiendo ser diferencial entre el éxito de un sitio que retenga y satisfaga a sus visitantes y uno que no lo consiga.

Tipografía

Habiendo ya abordado la interfaz del usuario llega el momento de profundizar en aquel elemento que hará la diferencia entre que aquello que se quiera comunicar en el sitio sea entendible o no, la tipografía.

Siguiendo a *Philip Meggs*, considerado ampliamente como el más importante historiador del diseño gráfico, cita en su *magnus opus "Historia del Diseño Gráfico"* (1983) a *Laszlo Moholy-Nagy*, importante docente de la escuela *Bauhaus* a mediados de los años 20, quién veía a la tipografía como "un instrumento de comunicación. Debe ser comunicación en su forma más intensa". Y a su vez afirmaba que "hay que hacer hincapié en daridad absoluta... La estética a priori jamás debe afectar la comunicación". (p. 313).

Ahora bien, la tipografía aplicada a la *web* posee sus estándares que incluso han ido cambiando a lo largo del tiempo, tomando las palabras de *Jackson Tenclay* (2016) es posible conocer que anteriormente las primeras fuentes eran en mapas de bits, cada una era diseñada para un tamaño específico.



Figura 1: Tipografías *web* en Yahoo Respuestas año 2003.

Fuente: Captura de Web Design Museum, 2025,
<https://www.webdesignmuseum.org/gallery/yahoo-2003>

Tenclay (2016) continúa exponiendo los 2 principales roles de la tipografía en un diseño: “comunicar el mensaje en un tono apropiado, y presentar fielmente el contenido”. (p. 8). Y expresa que ante el fallo de alguna de estas, se considera que la tipografía no sirve.

A modo de profundización, se tomará a Verónica Pailiacho Mena y a Enrique Garcés Freire (2023), quienes en su ponencia en el marco del **VIII Congreso de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología**, expusieron acerca de las tipografías que facilitan la accesibilidad, ellos proponen que la tipografía en los documentos digitales resulta de suma importancia ya que al elegir una tipografía adecuada se puede mejorar considerablemente la legibilidad y comprensión del contenido para una gran cantidad de usuarios.

Mena y Freire (2023) realizan una primera definición muy relevante como es la de tipografía accesible: “Las tipografías accesibles son aquellas que se diseñan y eligen específicamente para garantizar que el contenido sea fácilmente legible y comprensible para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades visuales o cognitivas”. (p. 93).

Seguidamente, formularon una lista de factores a tener en cuenta para elegir una tipografía que facilite la accesibilidad a los textos, que son los siguientes:

- **Contraste:** Entre el texto y el fondo, de esta forma se facilita la lectura y se evita que las personas con discapacidades visuales tengan dificultades para distinguir las letras.
- **Tamaño:** Debe ser el suficiente como para ser leída sin esfuerzo alguno, siendo recomendable 12 puntos para textos normales y 18 para aquellos con mayor importancia.
- **Espaciado:** Para propiciar una lectura fluida y evitar la confusión entre letras.

- **Estilo de la tipografía:** Se debería optar por fuentes de estilo limpio y sencillo, las fuentes con excesivos detalles tenderán a dificultar la lectura, especialmente para personas con dificultades cognitivas.
- **Uso de negrita:** Para ayudar a destacar aquella información que lo requiera y facilitar la comprensión.
- **Evitar el uso de la cursiva:** Dificultará la lectura, se recomienda usarla solo en casos puntuales o muy específicos.

A continuación, los autores exponen el resultado de una investigación en la que se buscó dar con aquellas tipografías que fueran de ayuda para la accesibilidad de los textos *online*, casi todas las que se mencionan son fuentes *Sans Serif*, y argumentan el porqué de este resultado afirmando que “son tipografías que no complican su visualización por el proceso de incorporación de serifas en los caracteres”. (p. 93). Dicha lista se compone de las siguientes tipografías:

- **Arial:** Es una fuente sencilla y fácil de leer tanto en pantalla como en impresiones. Tiene un buen contraste y es ampliamente utilizada en entornos accesibles.
- **Verdana:** Una fuente diseñada especialmente para ser legible en pantalla, con espacios entre letras y un diseño claro. Es útil para personas que tienen dificultades cognitivas.
- **Helvética:** Clara y fácil de leer, lo que la hace una opción popular para la accesibilidad. Tiene un buen contraste y es versátil.
- **Calibri:** Es clara y legible en pantalla. Tiene una buena distribución y tamaño adecuado para la lectura en dispositivos digitales.
- **Open Sans:** Diseñada para ser legible en múltiples tamaños y dispositivos. Tiene una buena legibilidad y contraste.
- **Roboto:** Roboto es una fuente moderna y ampliamente utilizada que ofrece una excelente legibilidad y claridad en diversas plataformas.
- **Droid Sans:** Diseñada para la legibilidad en pantallas pequeñas y tiene una buena distribución de caracteres.

- **Trebuchet MS:** Ofrece una buena legibilidad y es adecuada para la lectura en pantalla.
- **Georgia:** Es una fuente *Serif* que proporciona una buena legibilidad en pantalla y es útil para personas con discapacidades visuales.

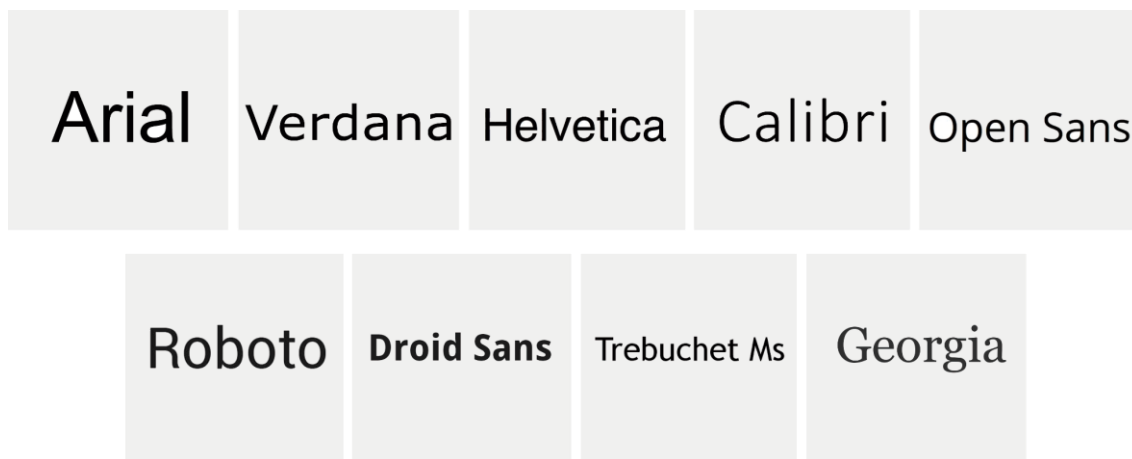


Figura 2: Tipografías que facilitan la accesibilidad.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

En conclusión, la elección de una buena tipografía será un punto clave en el desarrollo de un buen sitio *web*, escoger una de buena y fluida lectura hará una experiencia del usuario mucho más satisfactoria invitándolo a continuar explorando y haciendo de la tarea de la lectura de cada apartado del sitio algo ligero y sencillo que lo ayude a obtener del sitio lo que espera y necesita, pudiendo cumplir el objetivo de su visita.

SEO (*Search Engine Optimization*)

Una vez transitada la parte del desarrollo de una *web* más concerniente a lo visual, como la interfaz o las tipografías, restaría conocer lo relacionado con la forma en la que un sitio *web* logrará el éxito y atraerá al público que pretende, posicionándose por encima de sus competidores directos en el rubro, e incluso midiéndose con aquellos ajenos a su área, lo que conoce como SEO.

SEO es una sigla del inglés *Search Engine Optimization*, que significa Optimización de Motores de Búsqueda, el concepto es definido por *Dimitrios Giomelakis* y *Andrea Veglis* (2015), que citan a *Kevin Potts* (2007) quién lo describe como “las prácticas apuntadas a aumentar la visibilidad y el tráfico que un sitio o página *web* recibe de los resultados orgánicos del motor de búsqueda”. (p. 2).

Sobre este tema Mar Iglesias García y Lluís Codina (2016) amplían citando a los susodichos *Giomelakis* y *Veglis* (2015) cuando afirmaban que los nuevos cibermedios “deben ser conscientes de la necesidad de encontrar lectores para las noticias a través de los motores de búsqueda y sin confiar en que todo su tráfico provenga de la navegación directa”. (p. 3). Concluyendo que es debido a esto que el posicionamiento SEO se vuelve necesario.

Otra aclaración que se realiza es sobre la experiencia de navegación, García y Codina (2016) detallan que si dicha experiencia es buena, la tasa de rebote será menor, el tiempo de retención mayor y estas métricas serán vistas por el navegador, escalando así en la consideración, y que el proceso de SEO es una búsqueda continua y constante de mejoría.

En la búsqueda del SEO existen distintos aspectos que cubren diversos puntos de vista del posicionamiento y “encontrabilidad” (*findability*) de un sitio, a continuación se abordarán los 2 más importantes.

- **SEO On-Page:** Como su nombre lo indica, se relaciona con todos los esfuerzos para mejorar los elementos del **interior** de la página. *Guddu Kumar* y *Raj Kumar Paul* (2020) enumeran los elementos internos del sitio que son tomados en cuenta por los motores de búsqueda, empezando por el **título** de la página, como el factor de mayor consideración en los rankings de la *web*, siguiendo con las **etiquetas de descripción** que describen brevemente el contenido, y por último los **encabezados**, que destacan rápidamente los temas que se tratan en la página.
- **SEO Off-Page:** Abarca factores de posicionamiento que no se encuentran en la página. Los autores destacan los siguientes: **Popularidad del enlace**, es decir la medición de la cantidad y calidad de enlaces que dirigen hacia

un sitio *web*, **construcción de enlaces**, que se refiere al esfuerzo por conseguir una mayor cantidad de enlaces que lleven hacia la página, y finalmente la **tasa de clicks**, donde un sitio que reciba más *clicks* tendrá una consideración más alta en los motores de búsqueda.

Resumiendo, el SEO será un factor crucial en el éxito de una *web*, ya que este determinará que tan bien posicionada estará en los resultados de búsqueda en relación tanto a sus competidores más directos en el rubro como a los más indirectos. De la misma forma se han podido conocer las distintas técnicas para mejorarlo y desarrollarlo constantemente así como también aquellos elementos tanto dentro como fuera del propio sitio que son más ponderados por los motores de búsqueda.

Método de diseño

Cuando se aborda un proyecto de diseño resulta de vital importancia implementar un método que marque una serie de pasos a seguir y organice el trabajo ya que, como explica Jorge Frascara (1988), *“son ayudas para el desarrollo de diversas estrategias dirigidas a resolver una gama variada de problemas; están dirigidos a abreviar y mejorar la eficacia de los diversos pasos en el proceso de diseño”*. (p. 77).

En esta investigación se tomarán como ejemplo dos métodos más centrados en el diseño *web*, por un lado el desarrollado por *Donald Norman* (2013), que pone el foco en el comportamiento y la experiencia del usuario, por otro el de *Jesse James Garrett* (2010) que está enfocado en la estructuración de los productos digitales y la arquitectura de la información. Se optó por la elección de estos procesos debido a que se ajustan de mejor manera a las necesidades del presente caso, que no será igual a un proceso de diseño para una identidad visual o un *packaging*.

Método de Diseño según <i>Donald Norman</i> (2013)	Método de Diseño según <i>Jesse James Garrett</i> (2010)
<ul style="list-style-type: none"> • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia
<ul style="list-style-type: none"> • Ideación 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance
<ul style="list-style-type: none"> • Prototipado 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura
<ul style="list-style-type: none"> • Testeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Esqueleto
	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie

Figura 3: Comparativa de los Métodos de *Donald Norman* y *Jesse James Garrett*.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

A los fines de este proyecto, se tomarán aquellas partes que se consideraron de mayor relevancia de los métodos presentados para elaborar uno nuevo que cubra todas las instancias necesarias para el desarrollo del sitio web propuesto, resultando en las siguientes instancias.

Método nuevo fusionando a *Norman y Garrett* (2025)**Observación**

- Es la investigación inicial para entender la naturaleza del problema y a los usuarios del producto que se diseña, observando sus actividades, intentando entender sus intereses, motivaciones y necesidades. De esta investigación nacerá la definición del problema que resolverá el producto que se diseñe.

Estrategia

- En este paso, se determinan los objetivos del negocio con relación a las necesidades del usuario, buscando alinear lo que la organización quiere lograr con lo que el usuario espera obtener. Se orientan todas las decisiones posteriores del diseño, asegurando que el producto final tenga un propósito claro y responda a una necesidad real.

Estructura

- Aquí se define cómo se organizan los elementos del sistema para que los usuarios puedan cumplir sus objetivos de manera lógica y coherente. Se trabaja la arquitectura de la información y el diseño interactivo. Es el puente entre lo que se necesita y cómo se experimenta, garantiza que la experiencia sea fluida, predecible y fácil de seguir.

Esqueleto

- Se enfoca en el diseño de la interfaz, la navegación y la disposición de la información en la pantalla. Se busca garantizar que los usuarios puedan interactuar con el sistema de manera eficiente. Se definen elementos como botones, menús, formularios y jerarquías visuales, sin entrar todavía en el aspecto final.

Superficie

- Es el nivel más visible, en este paso se define la apariencia visual final del sitio, como son los colores, la tipografía, las imágenes y todos los elementos estéticos que el usuario percibe de la interfaz. Este plano no solo busca hacer el diseño atractivo, sino también asegurar claridad visual y una buena usabilidad.

Prototipado

- Hace referencia a la creación de versiones preliminares del producto para explorar las ideas, testear las soluciones propuestas y recibir feedback desde instancias tempranas. Se pueden realizar prototipos de alta o baja fidelidad para evaluar cómo reaccionan los públicos antes de lanzar el producto final, su mayor objetivo es el de reducir los riesgos y asegurar el éxito del proyecto.

Testeo

- Finalmente, se observan los comportamientos del público objetivo ante el producto o un prototipo de alta fidelidad para identificar problemas de


usabilidad y se recolecta información acerca del cumplimiento o no de las expectativas y necesidades del usuario.

Figura 4: Nuevo Método de Diseño basado en los elaborados por *Donald Norman* y *Jesse James Garrett*.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Casos de Estudio

En el siguiente apartado, se abordarán 3 casos de sitios web relacionados a la formación deportiva que servirán como análisis de cara al desarrollo de las características morfo-estéticas del sitio para EEAF.

<p>CASO</p>	<ul style="list-style-type: none">- Apartado del sitio web del Club General Paz Juniors de la provincia de Córdoba dedicado a la información sobre las escuelas de fútbol. 
-------------	---

<p style="text-align: center;">COLOR</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Predomina el blanco en el fondo y los grises oscuros en el texto, con cuadros de texto en azules oscuros y otras tonalidades ciñéndose a los colores institucionales del club. 
<p style="text-align: center;">TIPOGRAFÍAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En los títulos se puede observar una tipografía geométrica y con presencia, mientras que para el cuerpo de la información se usa una tipografía segura para web como lo es Calibri.  <p>ESCUELA DE FÚTBOL</p> <p>¡GPJ CAMPEÓN 2024 – LCF Ira. División y Reserva!</p> <p>Juniors se consagró campeón del campeonato de fútbol de Liga Cordobesa 2024 en ambas categorías, Primera División y Reserva. #JuniorsCampeón #gpj #córdoba #argentina leer más</p>
<p style="text-align: center;">ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La información está organizada de forma lineal a medida que se baja en la página, con los principales apartados del sitio principal siempre presentes en la parte superior de la pantalla, la información más relevante del lado derecho y notas

	<p>sobre la actualidad del club en toda la franja izquierda.</p>
<p>USO DE IMÁGENES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En este caso el uso de imágenes es acotado, con una pequeña galería al comienzo de la página en la que solo funcionan 2 fotografías, y las demás se encuentran de fondo al comienzo y al final. 
<p>RECURSOS GRÁFICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los recursos gráficos son bastante básicos en el sitio, las imágenes son acotadas y el color está ligeramente jerarquizado al igual que la tipografía a lo largo también de otras páginas dentro del sitio.
<p>INTERACTIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los elementos interactivos no son abundantes pero si son sencillos de comprender y utilizar, aunque estos sean casi enteramente cuadros de texto, las imágenes no poseen contenido interactivo, y solo al final posee iconos dónde se pueden ver las

	<p>redirecciones a las demás redes sociales del club.</p> 
<p>ADAPTABILIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La interfaz del sitio no es muy amigable con los cambios del tamaño del navegador, pareciendo que está hecho para ser visto en un solo tamaño en computadora, mientras que en dispositivos móviles cuenta con una disposición fija pero con una narrativa mejor desarrollada.

Figura 5: Cuadro de Análisis del Sitio *Web* de Gral. Paz Juniors.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

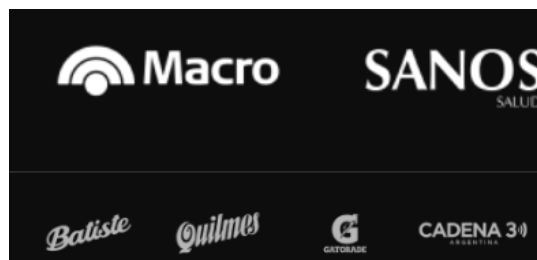
En síntesis, el sitio *web* de Juniors presenta una construcción bastante básica, cumple con ciertos estándares que la hacen entendible y coherente como la jerarquización de las tipografías y los colores, que a su vez también mantienen relación con la identidad visual de club, pero se siente estática por el uso rudimentario y acotado de las imágenes que posee y la poca presencia de elementos interactivos, siendo algunos de estos guías a segmentos dentro de la misma página, aunque sí brinda información pertinente mediante algunos de estos, como las redes del club y el contacto de los profesores.

<p>CASO</p>	<ul style="list-style-type: none">- Apartado del sitio <i>web</i> del Club Atlético Belgrano de Córdoba dedicado a la información sobre las escuelas de fútbol. 
<p>COLOR</p>	<ul style="list-style-type: none">- Predomina el negro en el fondo y el blanco, haciendo uso de un solo cuadro de texto que invierte dicha lógica, se suma el celeste que es el color más identificativo de la institución. 
<p>TIPOGRAFÍAS</p>	<ul style="list-style-type: none">- A lo largo de toda la página se mantiene una sola tipografía haciendo un uso más estratégico de variantes tipográficas y tamaños para establecer las jerarquías.

	
<p>ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La información se encuentra dispuesta de forma lineal con ciertos elementos que se mantienen fijos a medida que se baja en la página, las jerarquías visuales son claras y entendibles.
<p>USO DE IMÁGENES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No se hace un uso extensivo de las imágenes, pero están compuestas de forma tal que la apariencia general se ve compensada, además cumplen una buena función ilustrativa.
<p>RECURSOS GRÁFICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es posible encontrar un uso de iconos para promocionar las redes del club, además de los patrocinadores, la tipografía está utilizada de forma estratégica y logra comunicar la propuesta con claridad y los colores son coherentes con la identidad del club, estando presente de forma armoniosa entre las formas geométricas y las propias imágenes.

INTERACTIVIDAD

- Los elementos interactivos no son abundantes pero si son sencillos de comprender y utilizar, posee iconos dónde se pueden ver las redirecciones a las demás redes sociales del club, conocer a los patrocinadores, las distintas sedes de las escuelas de fútbol mediante hipervínculos de texto y demás sectores dentro del propio sitio del club.

**ADAPTABILIDAD**

- La interfaz no sufre mucho cuando se achica el tamaño, pero si cuando se agranda, de la misma forma pareciera estar hecho para un solo tamaño, en dispositivos móviles se adapta de buena manera, teniendo cambios incluso en la manera de visualización de las imágenes, evidenciando un diseño hecho de forma responsiva para este medio.

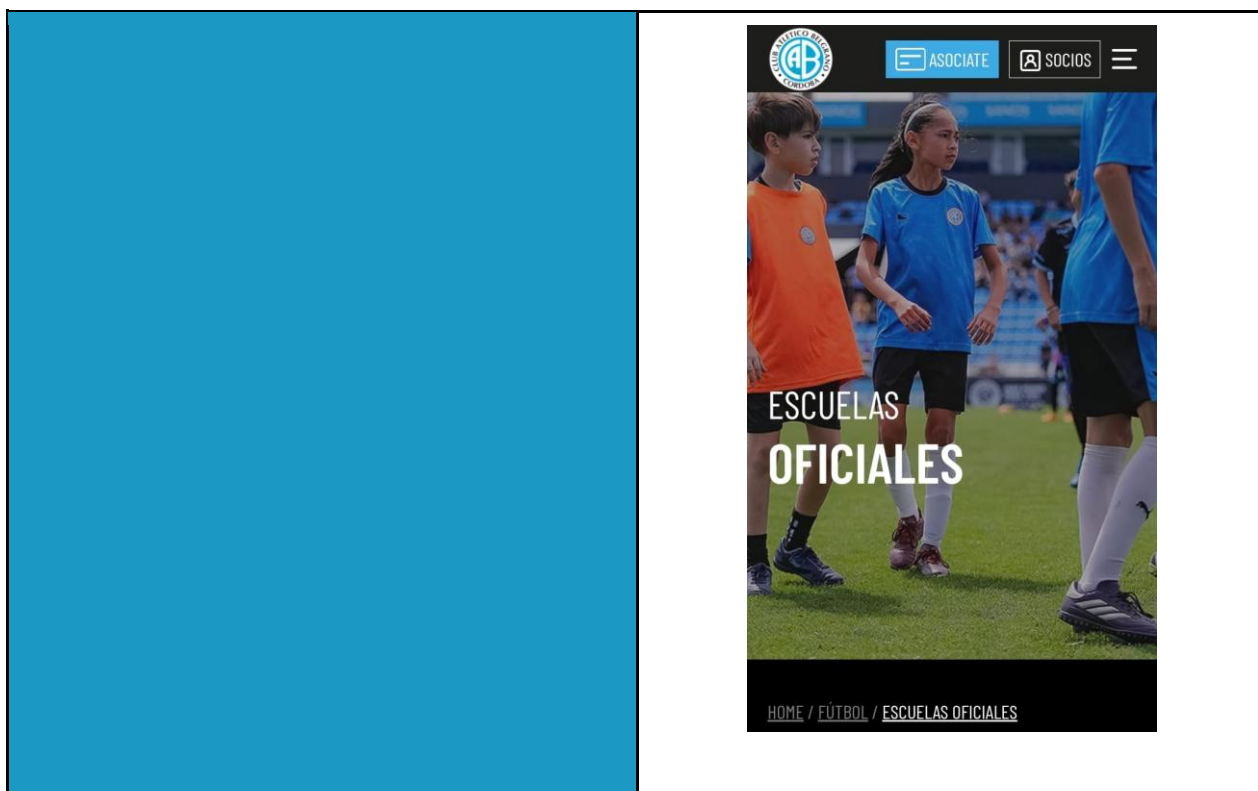





Figura 6: Cuadro de Análisis del Sitio Web del Club Atlético Belgrano.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

En definitiva, podemos encontrar un sitio diseñado de forma muy profesional a la altura de uno de los clubes más importantes de Córdoba, con un diseño minimalista pero efectivo, con una clara selección de colores que hacen referencia a la institución e incluso aportan a la interactividad, un uso inteligente de las imágenes sin tener que usar una gran cantidad y generando una buena composición, y destacando un uso estratégico de la tipografía sin recurrir a múltiples fuentes, ordenando la jerarquía de la información con las variantes y los tamaños, y contando con una arquitectura de la información clara y concisa que otorga todo lo que el usuario puede necesitar de forma fácil.

<p>CASO</p>	<ul style="list-style-type: none">- Sitio web de Barça Academy, proyecto de filiales del Fútbol Club Barcelona en Argentina dedicado a la información sobre las jornadas de captación. 
<p>COLOR</p>	<ul style="list-style-type: none">- Predominan los colores azul y rojo granate característicos del club, tanto en el fondo como en elementos visuales como cuadros de texto. 
<p>TIPOGRAFÍAS</p>	<ul style="list-style-type: none">- Se utilizan dos tipografías, <i>Montserrat</i> y <i>Arial</i>, conocidas por su utilidad para pantallas, pero también por su utilización universal, por lo que no consiguen dotar de una identidad marcada a los proyectos dónde se implementan.

	
<p>ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La información se encuentra dispuesta de forma lineal, los elementos van cambiando a medida que se navega el sitio, desde estadísticas de la iniciativa de la academia, hasta explicaciones de la metodología.
<p>USO DE IMÁGENES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uso variado de imágenes a lo largo del sitio, para ilustrar propuestas así como también para lograr una rápida captación mostrando a las figuras más relevantes de la actualidad del club, usando las figuras de jugadores formados en las divisiones inferiores para ilustrar el objetivo de la iniciativa. 
<p>RECURSOS GRÁFICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se observan recursos como motivos en el fondo, múltiples íconos, vídeos e imágenes ilustrativas tanto de los jugadores actuales del club como de los

	<p>talentos que se prueban.</p> 
<p>INTERACTIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Abundancia de elementos interactivos, como vídeos, imágenes de los entrenamientos, marcos de texto. 
<p>ADAPTABILIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gran adaptabilidad y diseño responsivo, cuando se reduce el tamaño el sitio sigue manteniendo un orden, pero cuando se agranda lo logra de mejor manera, moviendo elementos a otros sectores en los que siguen siendo accesibles, pudiendo así ser amigables para aquellas personas con dificultades como la visión reducida. Sin embargo cabe aclarar que las tipografías y algunos íconos no se mantienen en dispositivos móviles a pesar de que la estructura del diseño se



adapte correctamente, constituyendo un error que resta a la cohesión y la sistematización.

 **500**
Niños/Niñas entrenados

 **500**
Niños/Niñas entrenados

Figura 7: Cuadro de Análisis del Sitio Web de Barca Academy.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

A modo de conclusión, de este sitio se pueden destacar los elementos interactivos, principalmente los audiovisuales, así como la adaptabilidad del diseño en computadoras a pesar de que sufra algunas variaciones en dispositivos móviles. Los elementos gráficos son funcionales para ilustrar y transmitir la metodología de la academia y su propuesta, por otra parte el uso de las tipografías es mejorable ya que las escogidas no se vinculan con la identidad del club, y sabiendo que poseen una tipografía diseñada específicamente para sus piezas visuales resulta extraña su ausencia en este proyecto, y en lo que al color respecta este se alinea a la identidad visual del club que funda la iniciativa y se usa de formas variadas en la página.

Conclusión de los 3 casos

Los sitios *web* de *Barça Academy*, Belgrano y General Paz Juniors presentan enfoques diversos en diseño, todos emplean los colores característicos de sus clubes como elemento identificativo a nivel visual, algunos haciendo un uso más logrado y sintético de las tipografías como Belgrano, y otros como el Barça que no destacan por una elección tipográfica muy identificativa del club. Las mayores diferencias se ven a nivel de sofisticación, los tres comparten una disposición de contenido en secciones claramente diferenciadas que facilitan la navegación, por su parte Juniors resulta la más caótica de las 3 mientras que la página de Belgrano logra con pocos elementos gráficos obtener una navegación sencilla y fácil de comprender. Además, incluyen imágenes a modo simbólico de jugadores, escudos y entrenamientos que comunican la propuesta de cada institución.

Barça Academy tiene una estética moderna, con predominancia de los colores institucionales, amplio uso de imágenes y un diseño centrado en eventos como su campus. Utiliza una estructura clara tipo *landing page* con llamados a la acción, buscando incentivar el registro a la academia.

El sitio de Belgrano, en cambio, mantiene una estética institucional con un diseño sencillo con los colores del club. Su estructura es más informativa, con menús tradicionales y accesos organizados a las distintas escuelas a lo largo de la provincia mediante mapas. Presenta una navegación sencilla pero más estática en lo visual.

Por su parte, el portal de General Paz Juniors se percibe más sencillo en lo visual siendo el menos sofisticado de los 3, con una menor carga gráfica y un diseño más básico. Brinda información funcional sobre horarios y objetivos, pero con menos dinamismo o recursos interactivos.

Programa de Diseño

El programa de diseño funcionará como síntesis del problema planteado anteriormente en la presente investigación y de la conclusión obtenida a partir de los 3 casos de estudio presentados.

Se procederán a establecer igualmente los requerimientos teniendo como referencia el marco teórico para posteriormente desarrollar premisas que respondan la problemática de este proyecto.

Objetivo N°1		
Construir un espacio interactivo donde se organizará la información sobre las actividades para los visitantes del sitio, con el fin de propiciar la interacción y la comunicación efectiva del mensaje y las propuestas de EEAF.		
Condicionantes	Requerimientos	Premisas
Espacio interactivo donde se organizará la información sobre las actividades.	<ul style="list-style-type: none"> Sitios <i>web</i> en Internet, ya que siguiendo al anteriormente mencionado Barrio Carrasco (2016) será la principal fuente de nueva información para los públicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de un sitio <i>web</i> en Internet con un menú de páginas que comunicarán la propuesta de la escuela. Se dividirá en 4 secciones en las primero se relatará la identidad y la breve historia de EEAF, luego se presentarán

		<p>a los entrenadores, posteriormente la propuesta pedagógica y una última dedicada a toda la información de contacto.</p>
--	--	--

Figura 8: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 1er Objetivo Específico.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Objetivo N°2 Presentar la imagen institucional de la escuela y a quienes la integran haciendo uso de los elementos que forman parte de su identidad visual.		
Condicionantes	Requerimientos	Premisas
<p>Imagen institucional de EEAF y su cuerpo de entrenadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Según el entrevistado Carlos Zabala (Ver Anexo 1) en los clubes no está presente la figura del entrenador de arqueros, sumado 	<ul style="list-style-type: none"> ● En el sitio habrá una página dedicada a presentar a los entrenadores de EEAF, junto con su trayectoria en clubes, con fotos de ellos para establecer

	<p>a que en los clubes no les otorgan herramientas suficientes para el puesto. Por lo que se deberá mostrar la trayectoria de los entrenadores de EEAF, además del enfoque y los conceptos que se trabajan en las sesiones de entrenamiento</p>	<p>mayor cercanía y confianza.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se destinará otra página a explicar el enfoque pedagógico acompañado de vídeos extraídos del Instagram de la escuela dónde se ilustre cada enfoque, al final se describirá el trabajo específico de cada día de entrenamiento.
--	---	---

Figura 9: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 2do Objetivo Específico.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Objetivo N°3		
<p>Crear un código visual que facilite la comunicación de la información y la navegación en el sitio, integrado por tipografías que sean coherentes desde lo morfológico y accesibles en la lectura, y por una paleta cromática que se desarrollará en función a los colores característicos de EEAF.</p>		
Condicionantes	Requerimientos	Premisas
<p>Código visual que facilite la comunicación de la información y la navegación en el sitio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Interfaz intuitiva, funcional y útil. ● Mapa de navegación coherente y entendible. ● Continuidad con la identidad visual de la escuela. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se planteará una interfaz dividida geoméricamente con una grilla modular dónde se dispondrán los elementos y la información que dispondrá el usuario de forma accesible. ● El mapa de navegación será lineal a medida que el usuario se desplaza a lo largo de las distintas páginas. ● Se mantendrá la identidad visual y la

		<p>cromática de EEAF incluyendo el negro como color complementario en una variación más amigable para la vista, se desarrollarán iconos que representen los conceptos más importantes inspirándose en el isotipo de la escuela y su cromática.</p>
--	--	--

Figura 10: Condicionantes, Requerimientos y Premisas del 3er Objetivo Específico.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Concepto Gráfico

El sitio *web* para EEAF tendrá como primer objetivo organizar y difundir toda la información de utilidad, como la historia e identidad de la escuela, los días y horarios de los entrenamientos y los enfoques de trabajo de cada uno de estos con la intención de atraer a nuevos alumnos que se encuentren en búsqueda de un centro de entrenamiento. En segunda instancia, se buscará facilitar procesos para quienes ya son alumnos, como aquellos que conciernen al día a día, como cronogramas o anuncios sobre cambios en las actividades, así como también datos de contacto los profesores y vídeos grabados durante los entrenamientos y aquellos que su fundador comparte desde España como entrenador del de la selección femenil de España, dónde enseña técnicas y diferentes trabajos.

Con esto se logrará transmitir las características de excelencia deportiva, intensidad y trayectoria que distinguen a la escuela para quienes buscan un lugar serio dónde sus habilidades puedan ser desarrolladas y/o potenciadas.

Así mismo, en lo que al aspecto del sitio concierne, se mantendrá la identidad visual de EEAF con sus colores característicos que son el rojo y el blanco, se utilizarán iconos que se inspirarán en el isotipo para seguir una coherencia con la semiosfera del deporte, particularmente del fútbol.

Los principales conceptos que se buscarán transmitir son por una parte la usabilidad, para que el sitio sea funcional, fácil, práctico y que brinde la información necesaria, que este bien organizado y sea útil para la navegación, porque deberá poder ser usado por personas de todas las edades, por lo que se dispondrá una arquitectura de la información lineal con tipografías accesibles y de buena lectura que transmitan el segundo concepto principal, que es el dinamismo del deporte.

Además, se hará uso de imágenes de los propios entrenamientos para ilustrar a quienes visiten el sitio acerca de qué y cómo se trabaja en la escuela.

Cronograma de Trabajo

A continuación, se brindará una representación de cómo se llevará a cabo el proceso de diseño a lo largo del periodo de elaboración de la presente investigación.

Pasos	Observación	Estrategia	Estructura	Esqueleto	Superficie	Prototipado	Testeo
Semanas							
17/03 21/03							
24/03 28/03							
31/03 04/04							
07/04 11/04							
14/04 18/04							
21/04 25/04							
28/04 02/05							
05/05 09/05							

12/05							
16/05							
19/05							
23/05							
26/05							
30/05							
02/06							
06/06							
09/06							
13/06							
16/06							
20/06							
23/06							
27/06							
30/07							
04/07							

Figura 11: Cronograma de trabajo del nuevo método de diseño basado en los métodos elaborados por *Donald Norman* y *Jesse James Garrett*.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Aclaración

Por cuestiones relativas a los acotados plazos académicos de la materia de Seminario Final, se verá afectada la etapa final de testeo del sitio y no podrá realizarse.

Bocetos

Mapa de Navegación

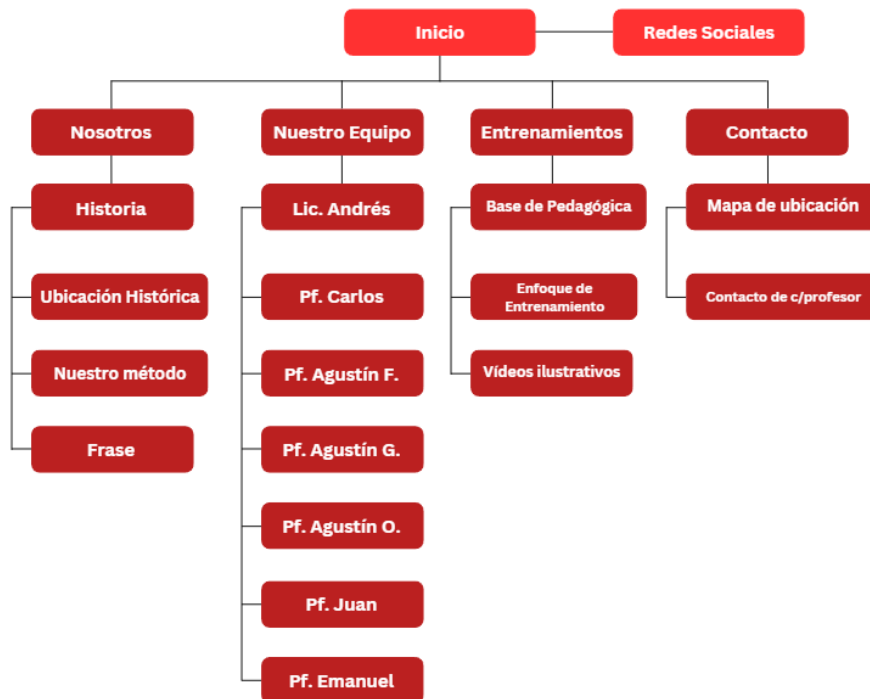
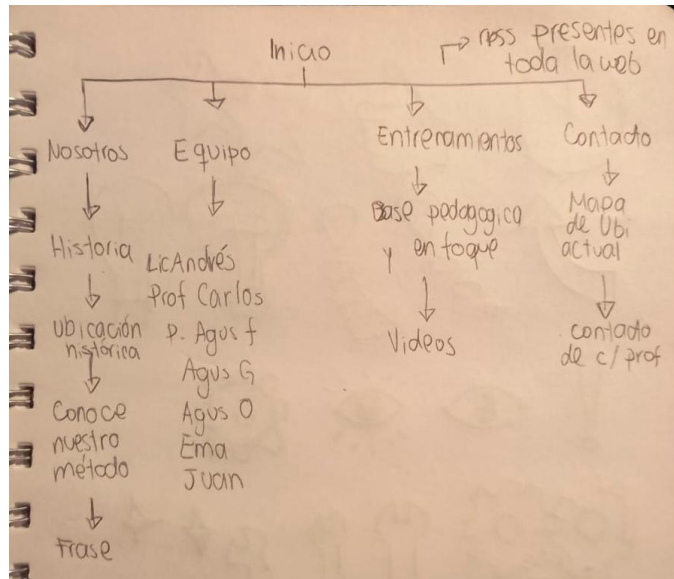
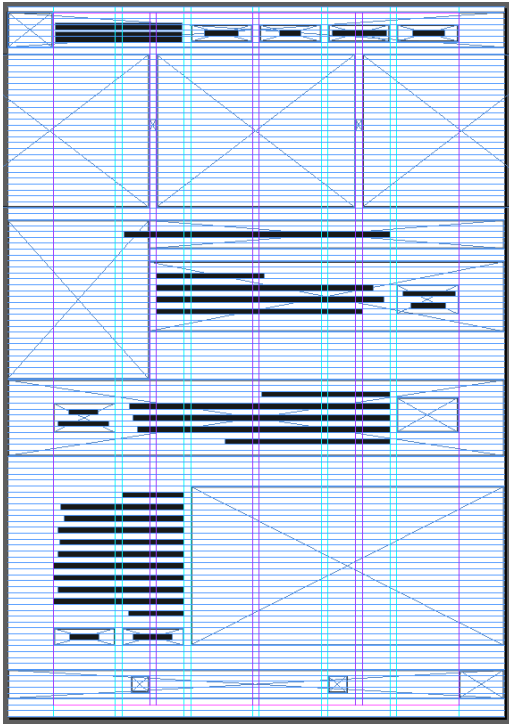


Figura 12: Bocetos de Mapa de Navegación.

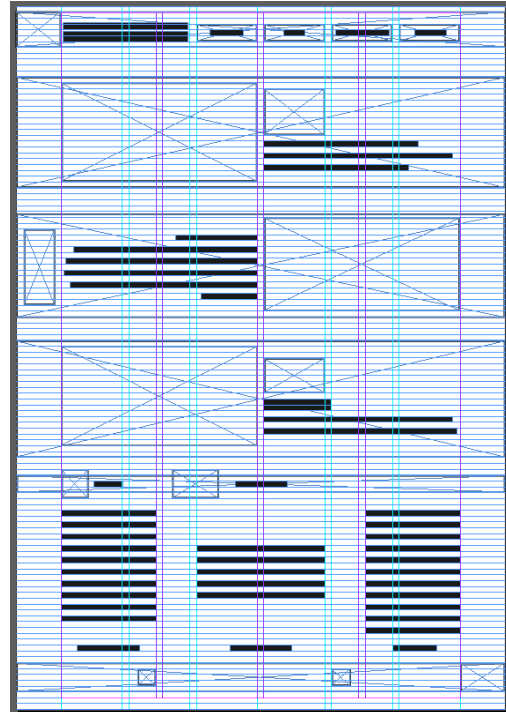
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Wireframes

Interfaz de Inicio



Sección entrenamientos



Sección de contacto

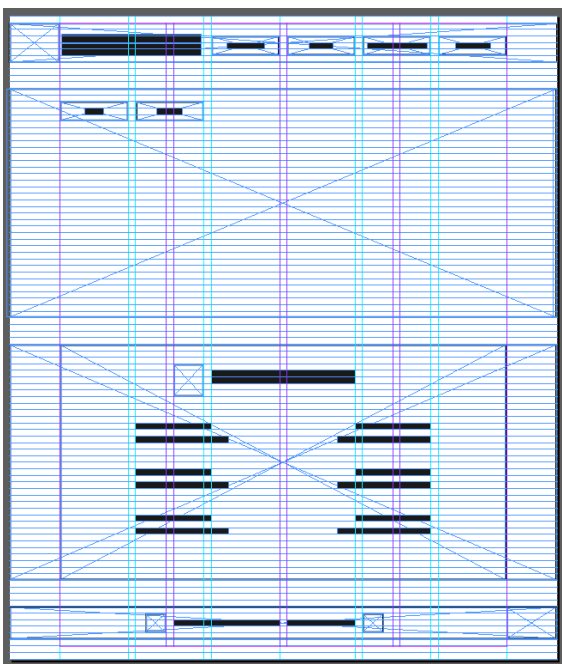


Figura 13: Bocetos de Wireframes.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Identidad Visual Actual



Figura 14: Identidad visual actual de EAAF Arqueros.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Paleta Cromática

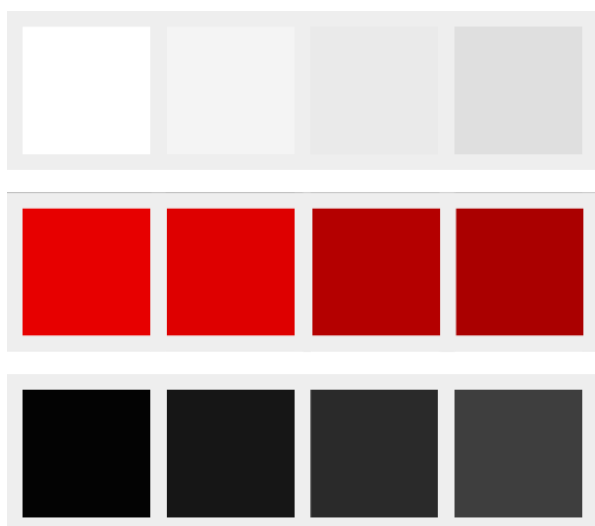


Figura 15: Muestra de paleta cromática.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Botones

La mayoría de los botones tendrán forma rectangular debido a que siguen la forma de la caja de texto, se podrá distinguir la sección en la que se esté navegando mediante variaciones en el grosor del trazo de la tipografía y el color de fondo de los botones, así mismo se darán estos cambios para adaptarse al entorno de la página dónde se encuentren. Existirán también botones para interactuar con una galería de imágenes en la *landing page* con forma de flecha para que se intuya su función con facilidad.

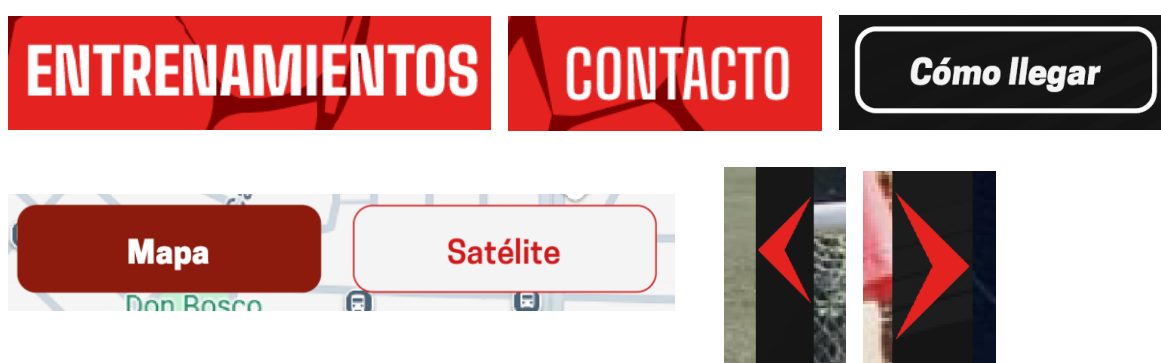


Figura 16: Bocetos de Botones.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Tipografías

En el logotipo actual ya se cuenta con una tipografía que es Bebas Neue, sin embargo, resulta limitante por el hecho de no contar con minúsculas, por lo que sólo sería útil para títulos y no se podría usar en textos largos debido a que resultaría ruidoso y extremadamente cargado para la vista, perjudicando la accesibilidad del sitio, por lo que se optó por buscar otras alternativas que mantuvieran la construcción geométrica y el dinamismo.

Bebas Neue

“LA SEGURIDAD Y LA FELICIDAD AL ALCANCE DE TUS MANOS”

POTENCIÁ TUS HABILIDADES
PLANTEAMOS LA FORMACIÓN DEL ARQUERO DESDE LA PROPIA LÓGICA DEL JUEGO Y ELABORAR TODO TIPO DE
VARIANTES QUE RESPONDAN A LA MISMA, INCORPORANDO CONCEPTOS TÉCNICOS, TÁCTICOS, Y PSICOLÓGICOS.

CONOCÉ NUESTRA
PROPUESTA

Big Shoulders

“La seguridad y la felicidad al alcance de tus manos”

POTENCIÁ TUS HABILIDADES
Planteamos la formación del arquero desde la propia lógica del juego y elaborar todo tipo de variantes que
respondan a la misma, incorporando conceptos técnicos, tácticos, y psicológicos.

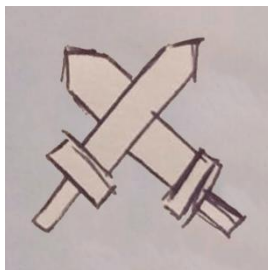
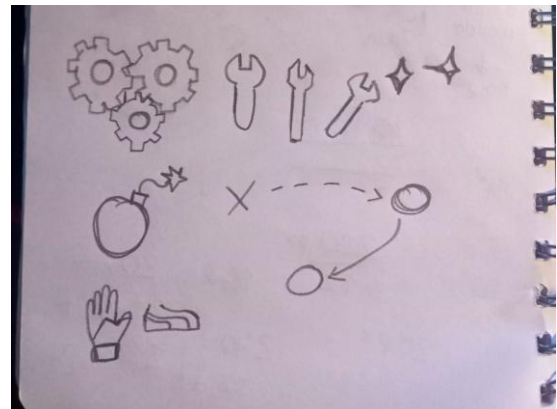
Conocé nuestra
propuesta

Figura 17: Tipografías preliminares.

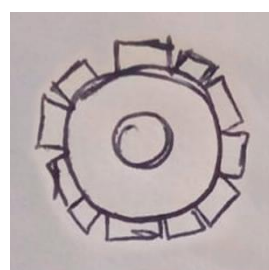
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Iconos

Para elaborar los iconos se partió de bocetos a mano en papel dónde se buscaron representaciones simbólicas de conceptos abstractos que forman parte de los trabajos de la escuela, como acción, seguridad, acoplamiento, o toma de decisión.



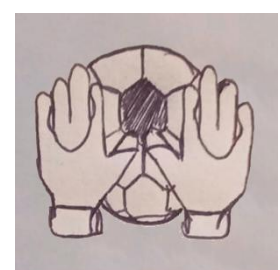
Acción



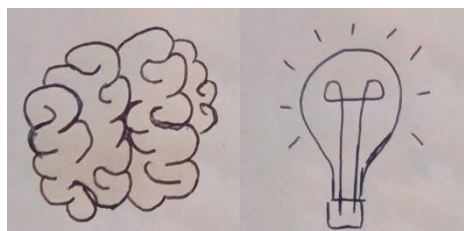
Acoplamiento



Perfil

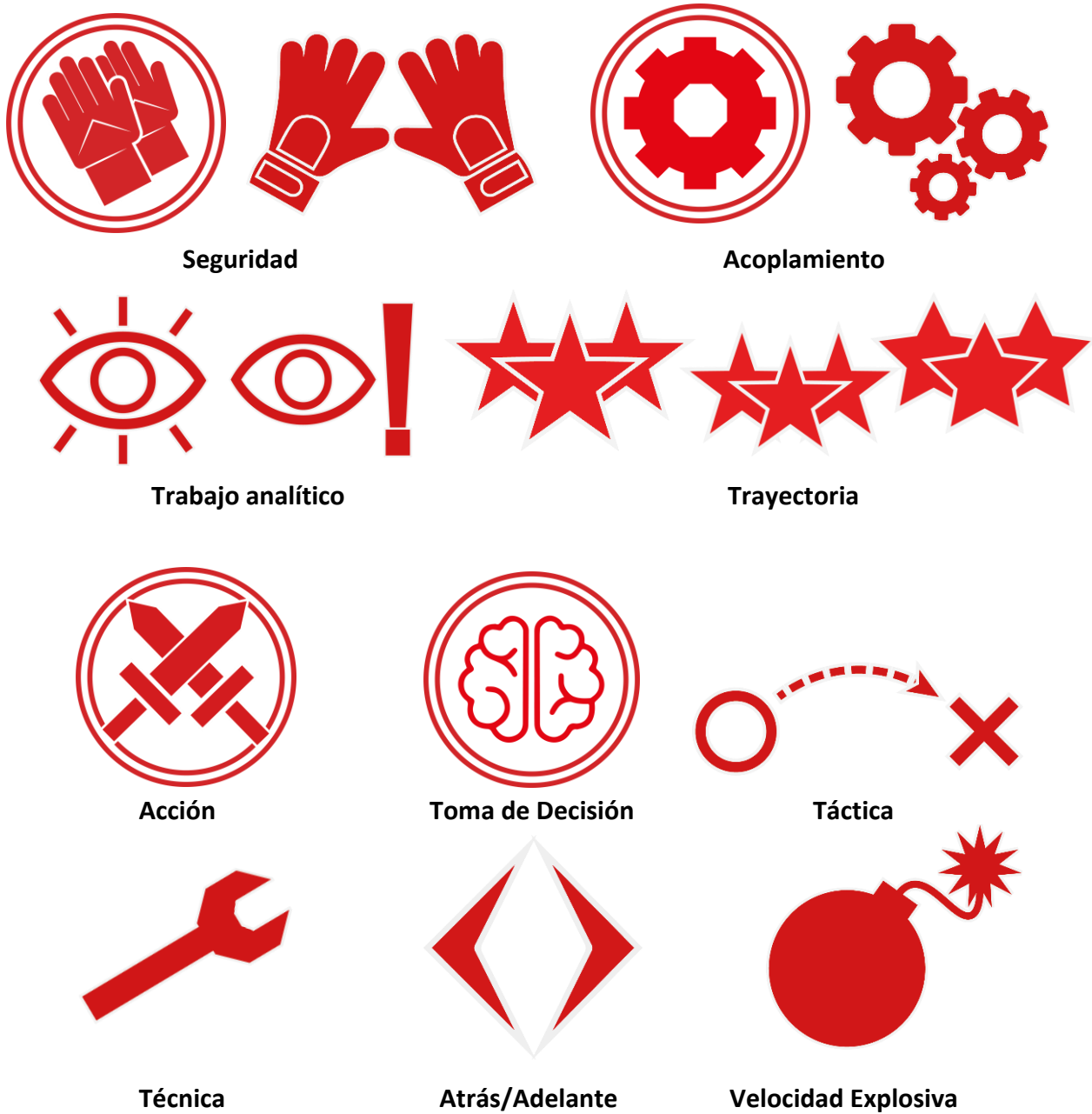


Seguridad



Toma de Decisión

Posteriormente se digitalizaron y se comenzaron a barajar distintas variaciones siguiendo es estilo del isotipo original.



En primera instancia se probó mantener los círculos exteriores, pero posteriormente se descartaron para mayor limpieza.

Figura 18: Bocetos de Iconos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Propuesta Final de Diseño

Tipografía

Finalmente se eligió la tipografía *Cooper Hewitt* debido a que en relación con las evaluadas con anterioridad tanto las mayúsculas como las minúsculas cumplen satisfactoriamente sus funciones de presentar de forma impactante los títulos y de forma accesible los cuerpos de texto respectivamente, a diferencia de las anteriores que resultaban más débiles en una u otra función de las susodichas.

Cooper Hewitt Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz01
 23456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Light Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz01
 23456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Medium Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Semibold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Semibold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 z0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Bold Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 z0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Heavy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 yz0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Cooper Hewitt Heavy Italic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 yz0123456789.,:;¿?¡'"()[]{}---_/\|@#\$\$%&*+=<>^

Figura 19: Paleta tipográfica.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Color

Se respetará la gama cromática institucional existente con el blanco como color principal, usando el rojo como secundario en distintas variaciones en lugares específicos para acentuar determinados elementos, y se agregará el negro como tercer color complementario cumpliendo una función similar al rojo.



Figura 20: Paleta cromática.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Mapa de Navegación

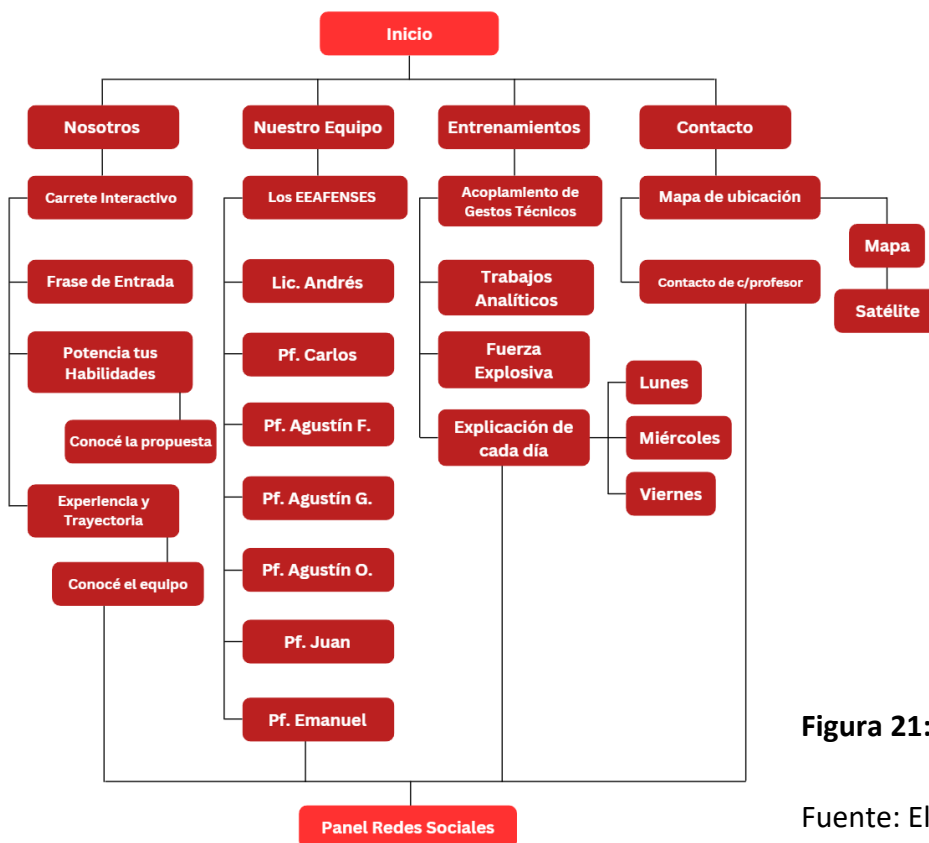
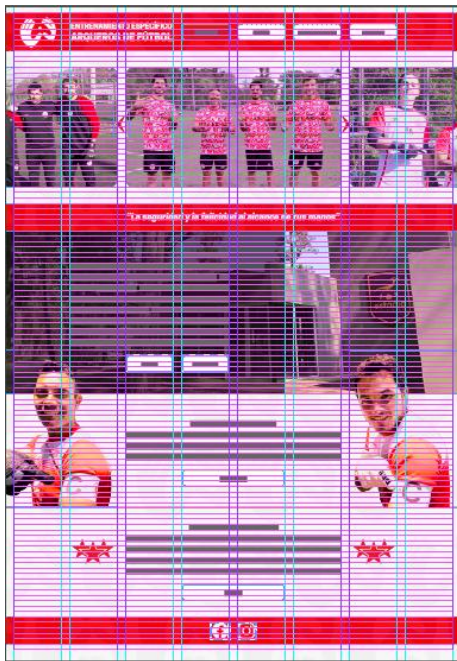


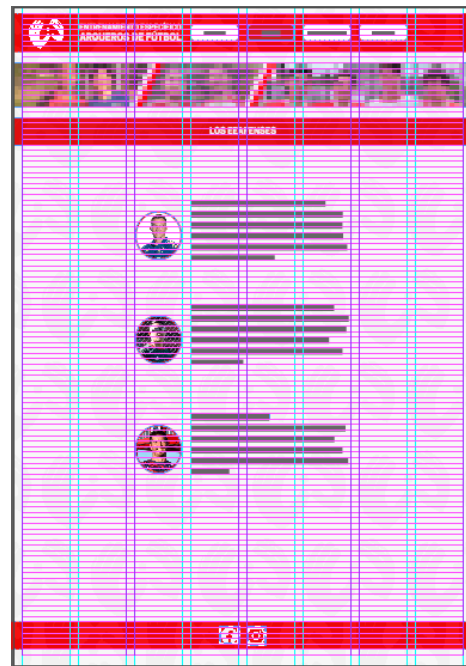
Figura 21: Mapa de Navegación.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

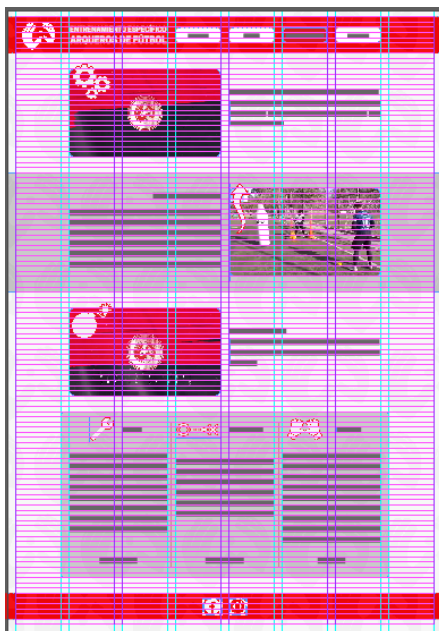
Wireframes



Nosotros



Equipo



Entrenamientos



Contacto

Figura 22: Wireframes partiendo de retícula modular.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Botones e íconos

Se tomó como base la cromática y el isotipo de la escuela para elaborar íconos que representen los distintos conceptos que se trabajan en los entrenamientos, igualmente se colocaron botones que funcionan como los conectores interactivos dentro del propio sitio y que conectan con otros sitios, mapas o redes sociales.



Figura 23: Íconos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

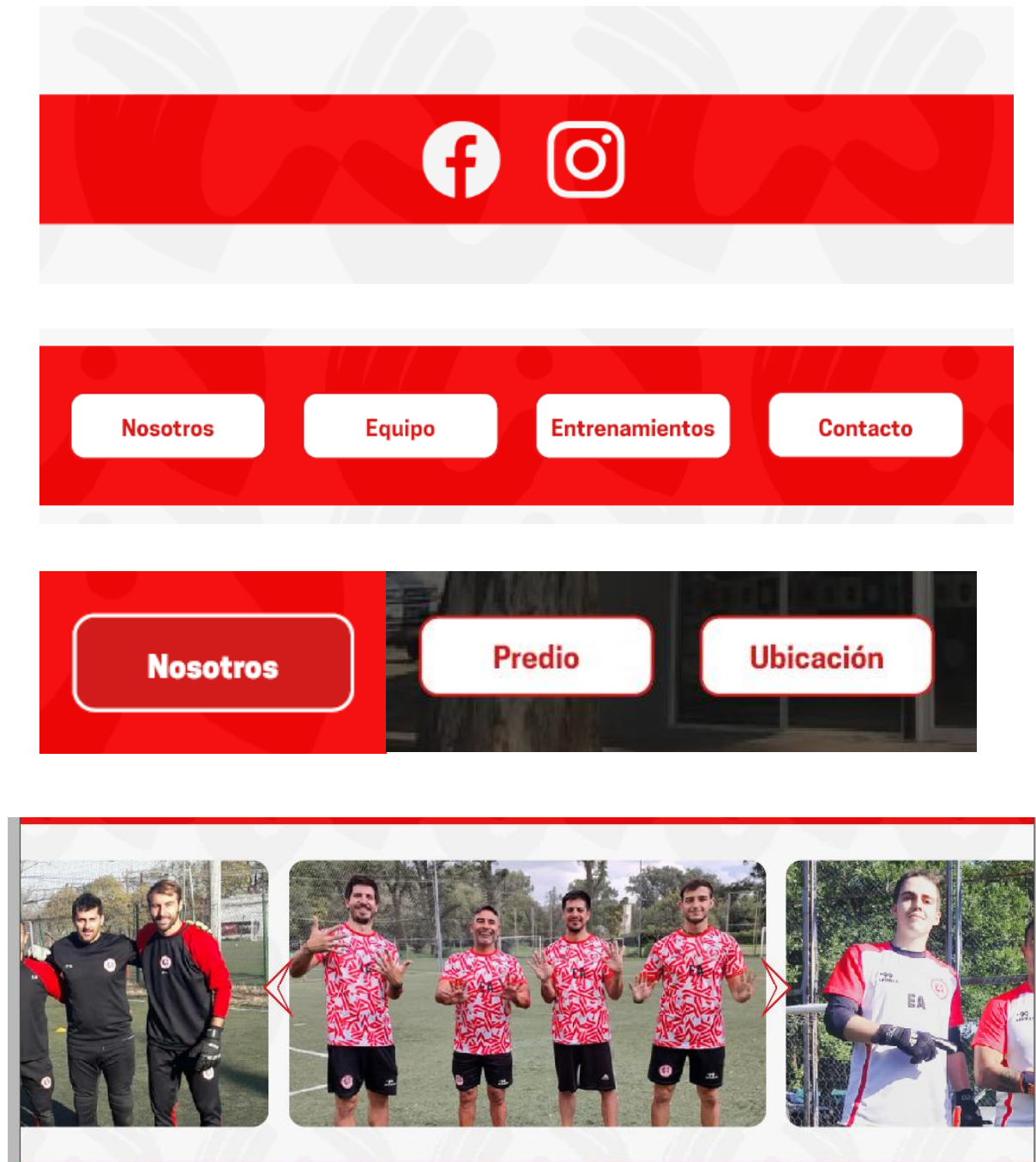


Figura 24: Botones Interactivos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Pantallas

Inicio

The screenshot shows the home page of a website for 'Entrenamiento Específico Arqueros de Fútbol'. The header is red with a logo on the left and navigation buttons for 'Nosotros', 'Equipo', 'Entrenamientos', and 'Contacto'. Below the header are three images: two men in black training gear, four men in red and white patterned jerseys, and a man in a white and red jersey. A red banner contains the quote: "La seguridad y la felicidad al alcance de tus manos". The main content area features a large image of a building with a sign that says 'estadia'. Text on the left describes the school's history and location. Below this are two buttons: 'Predio' and 'Ubicación'. The next section is titled 'POTENCIÁ TUS HABILIDADES' and describes the training approach, with a 'Propuesta' button below. The final section is titled 'EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA' and mentions the school's 16-year history, with a 'Equipo' button below. The footer is red with social media icons for Facebook and Instagram.

**ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO
ARQUEROS DE FÚTBOL**

Nosotros Equipo Entrenamientos Contacto

"La seguridad y la felicidad al alcance de tus manos"

NUESTRA SEDE

Nuestra escuela se ubicó en distintos predios a lo largo del tiempo, desde Villa Belgrano en el predio "La Cantera" pasando por "Canchas Claret" en el barrio homónimo de Padre Claret, hasta que con la pandemia del 2020, EAAF llegó a "Estadia Fútbol" dónde se encuentra a día de hoy, un predio que goza de cómodas instalaciones, cantina, asadores y canchas en excelente estado que facilitan la práctica del fútbol.

Predio Ubicación

POTENCIÁ TUS HABILIDADES

Planteamos la formación del arquero desde la propia lógica del juego y elaborar todo tipo de variantes que respondan a la misma, incorporando conceptos técnicos, tácticos, y psicológicos.

Propuesta

EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA

Con más de 16 años de historia, nos hemos posicionado como la escuela de formación de arqueros más importante de Córdoba, de la mano de nuestro fundador Andrés Coronado y un equipo de entrenadores que se desempeñan en diversos clubes de la provincia.

Equipo

f i

Figura 25: Pantalla de inicio.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Equipo

**ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO
ARQUEROS DE FÚTBOL**

Nosotros Equipo Entrenamientos Contacto

LOS EEAFFENSES

Licenciado Andrés Coronado (CEO y Director)
Con pasado por Instituto Atlético Central Córdoba, Andrés fundó EAAF hace más de 16 años y la dirige desde España, dónde se desempeñó como entrenador de las porteras del Club Atlético de Madrid y actualmente en el mismo cargo en la Selección Nacional femenina.

Carlos Zabala (Director en Argentina y Profesor)
Profesor de EAAF desde sus inicios junto a Andrés Coronado, continúa su tarea en Córdoba Argentina a la vez que se desempeña como entrenador en el Club Atlético Peñarol. También formó parte del Club Atlético Talleres, Lasallano y General Paz Juniors.

Agustín Fagotti (Profesor)
Comenzó en EAAF como alumno y hoy en día se desempeña como entrenador de los arqueros. Tuvo paso por el Club Deportivo Colón de Colonia Caroya y desde el año 2024 es entrenador de AFA y las categorías inferiores del Club Atlético Las Palmas.

f i

Figura 26: Pantalla de equipo.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Entrenamientos


ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO
ARQUEROS DE FÚTBOL
Nosotros
Equipo
Entrenamientos
Contacto



ACOPLAMIENTO DE ACCIONES DE JUEGO ESPECÍFICAS

Encadenamiento de acciones específicas de forma automatizada y próximas a las situaciones de juego aplicables a la realidad.

TRABAJOS ANALÍTICOS

Variantes bajo incertidumbre, por mas que uno conozca previamente dónde se orientará el estímulo y sepa que gesto técnico utilizará, cuando en el recorrido surge alguna variación una simple ejecución se vuelve compleja, por lo que nos enfocamos en la adaptación a dicho estímulo cambiante.





FUERZA EXPLOSIVA

Se cuida el aspecto condicional de los arqueros entrenando la potencia que resulta clave en la optimización de un gesto específico.

 <p>LUNES</p> <p>Trabajos técnicos con algunas condiciones físicas (Fuerza explosiva, velocidad de desplazamiento, etc). Trabajos en la que los remates son analíticos, pero se trabaja sobre la cuestión técnica del arquero, gestos, posicionamientos, prolongaciones, etc. Y se trabajan condiciones físicas en microciclos, que van variando.</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #e91e63;">16, 17 y 18hs</p>	 <p>MIÉRCOLES</p> <p>Trabajos tácticos, se toma como punto de partida el lunes pero se suma los remates a resolver, lo mas similar a situaciones reales de juego, en donde el arquero traslada todo la técnica en condiciones reales de partido.</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #e91e63;">16, 17 y 18hs</p>	 <p>VIERNES</p> <p>Cálculo de trayectoria, rotación de pelotas y salidas. Se trabajan los centros y calculo de la trayectoria de situaciones aéreas de juego, también se trabaja el posicionamiento y rotación de pelota, en la que el arquero trabaja salidas, pases y saltos para ser alternativa al juego con los pies. Y también se toca la parte de salida, ya sea por abajo, en largo y de arriba.</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold; color: #e91e63;">17 y 18hs</p>
---	--	---




Figura 27: Pantalla de entrenamientos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Contacto



Figura 28: Pantalla de contacto.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Mock-Ups

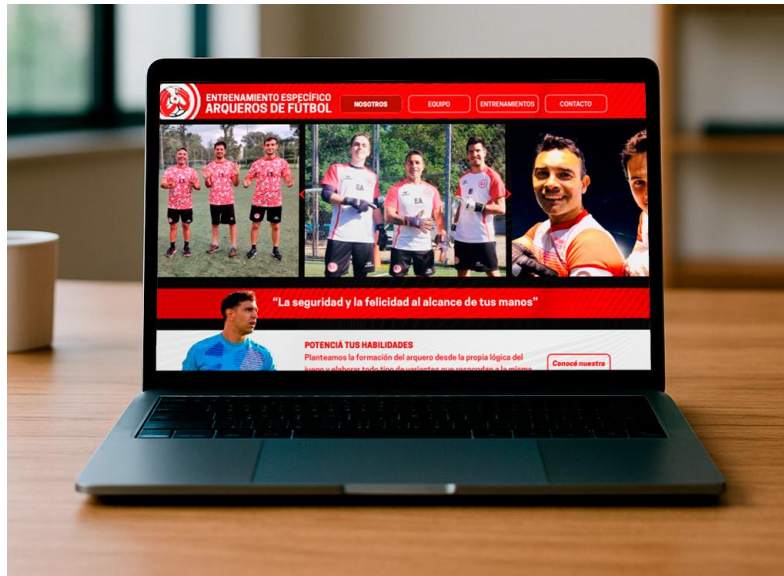


Figura 29: Mock-Up en Computadora.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

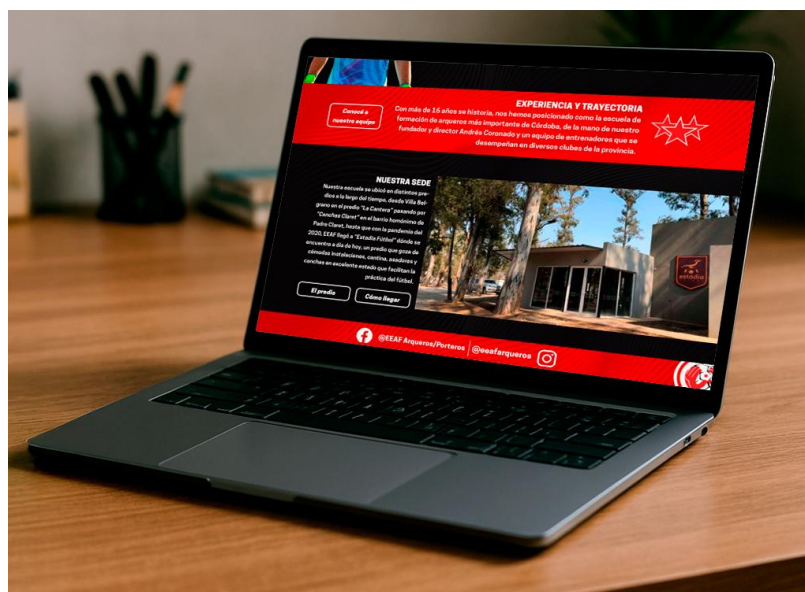


Figura 30: Mock-Up en Computadora.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

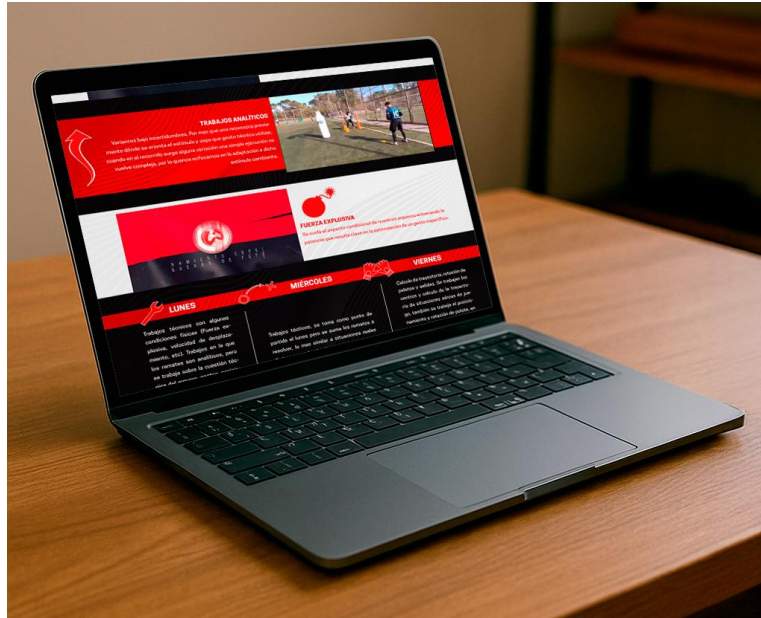


Figura 31: Mock-Up en Computadora.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

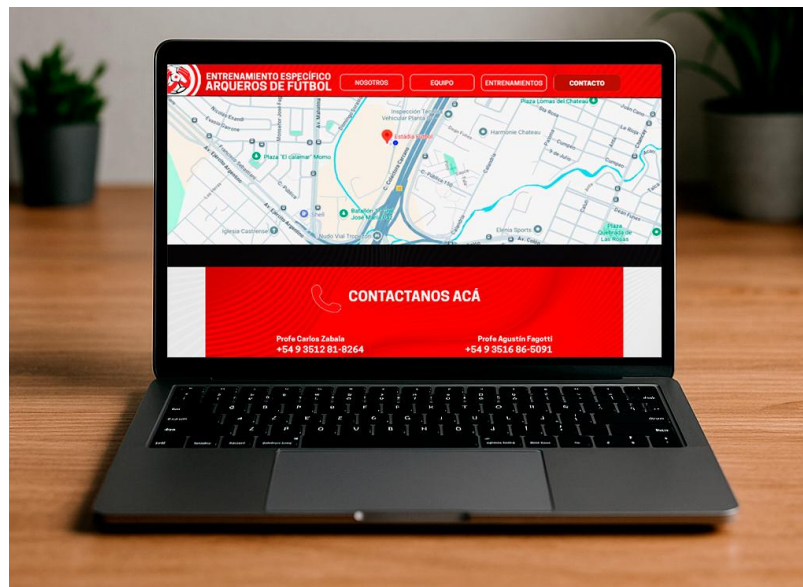


Figura 32: Mock-Up en Computadora.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Interfaz adaptada a dispositivos móviles

ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO ARQUEROS DE FÚTBOL

Inicio Equipo Entrenamiento Contacto



ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO ARQUEROS DE FÚTBOL

Inicio Equipo Entrenamiento Contacto



ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO ARQUEROS DE FÚTBOL

Inicio Equipo Entrenamiento Contacto



ENTRENAMIENTO ESPECÍFICO ARQUEROS DE FÚTBOL

Inicio Equipo Entrenamiento Contacto



"La seguridad y la felicidad al alcance de tus manos"

Los EEAFENSES

Conocé a quienes hacemos EEAF

NUESTRA SEDE

Nuestra escuela se ubicó en distintos predios a lo largo del tiempo, desde Villa Belgrano en el predio "La Cántera" pasando por "Canchas Claret" en el barrio homónimo de Padra Claret, hasta que con la pandemia del 2020, EEAF llega "Estadio Fútbol" donde se encuentra a día de hoy, un predio que pasa de cómodas instalaciones, canchas, asadores y sanitos en excelente estado que facilitan la práctica del fútbol.

[Predio](#) [Ubicación](#)



POTENCIA TUS HABILIDADES

Plantamos la formación del arquero desde la propia lógica del juego y elaboramos todo tipo de variantes que respondan a la misma, incorporando conceptos técnicos, tácticos, y psicológicos.

[Propuesta](#)



EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA

Con más de 16 años de historia, nos hemos posicionado como la escuela de formación de arqueros más importante de Córdoba, de la mano de nuestro fundador Andrés Coronado y un equipo de entrenadores que se desempeñan en diversos clubes de la provincia.

[Equipo](#)



ACOPLAMIENTO DE ACCIONES ESPECÍFICAS

Encadenamiento de acciones específicas de forma automatizada y aplicables a las situaciones próximas a las de juego.



TRABAJOS ANALÍTICOS

Variantes bajo incertidumbre. Por más que uno reconozca previamente dónde se orienta el estímulo y sepa que gesto técnico utilizar, cuando en el recorrido surge alguna variación una simple ejecución se vuelve compleja, por lo que nos enfocamos en la adaptación a dicho estímulo cambiante.



FUERZA EXPLOSIVA

Se cuida el aspecto condicional de nuestros arqueros entrenando la potencia que resulta clave en la optimización de un gesto específico.



LUNES

Trabajos técnicos con algunas condiciones físicas (Fuerza explosiva, velocidad de desplazamiento, etc.). Trabajos en los que los remates son analíticos, pero se trabaja sobre la cuestión técnica del arquero, gestos, posicionamientos, prolongaciones, etc. Y se trabajan condiciones físicas en microciclos, que van variando.

16, 17 y 18hs

MIÉRCOLES

Trabajos tácticos, se toma como punto de partida el lunes pero se suma los remates a resolver, lo más similar a situaciones reales de juego, en donde el arquero trasladará toda la técnica en condiciones reales de partido.

16, 17 y 18hs

VIERNES

Cálculo de trayectoria, rotación de pelotas y salidas. Se trabajan los centros y salida de la trayectoria de situaciones aéreas de juego, también se trabaja el posicionamiento y rotación de pelota, en la que el arquero trabaja salidas, pases y saltos para ser alternativa al juego con los pies. Y también se toma la parte de salida, ya sea por abajo, en largo y de arriba.

17 y 18hs

CONTACTANOS ACÁ

PROFE CARLOS ZABALA
+54 9 3512 81-8264

PROFE AGUSTIN FAGOTTI
+54 9 3516 86-5091

PROFE JUAN NORDIO
+54 9 3515 32-3882

PROFE AGUSTÍN GIUGSIA
+54 9 3512 22-3010

PROFE AGUSTÍN OLIVIERI
+54 9 3512 11-2491

PROFE EMMANUEL OVIEDO
+54 9 3516 88-1026

[f](#) [ig](#)

[f](#) [ig](#) [f](#) [ig](#) [f](#) [ig](#)

Figura 33: Interfaz en Dispositivos Móviles.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

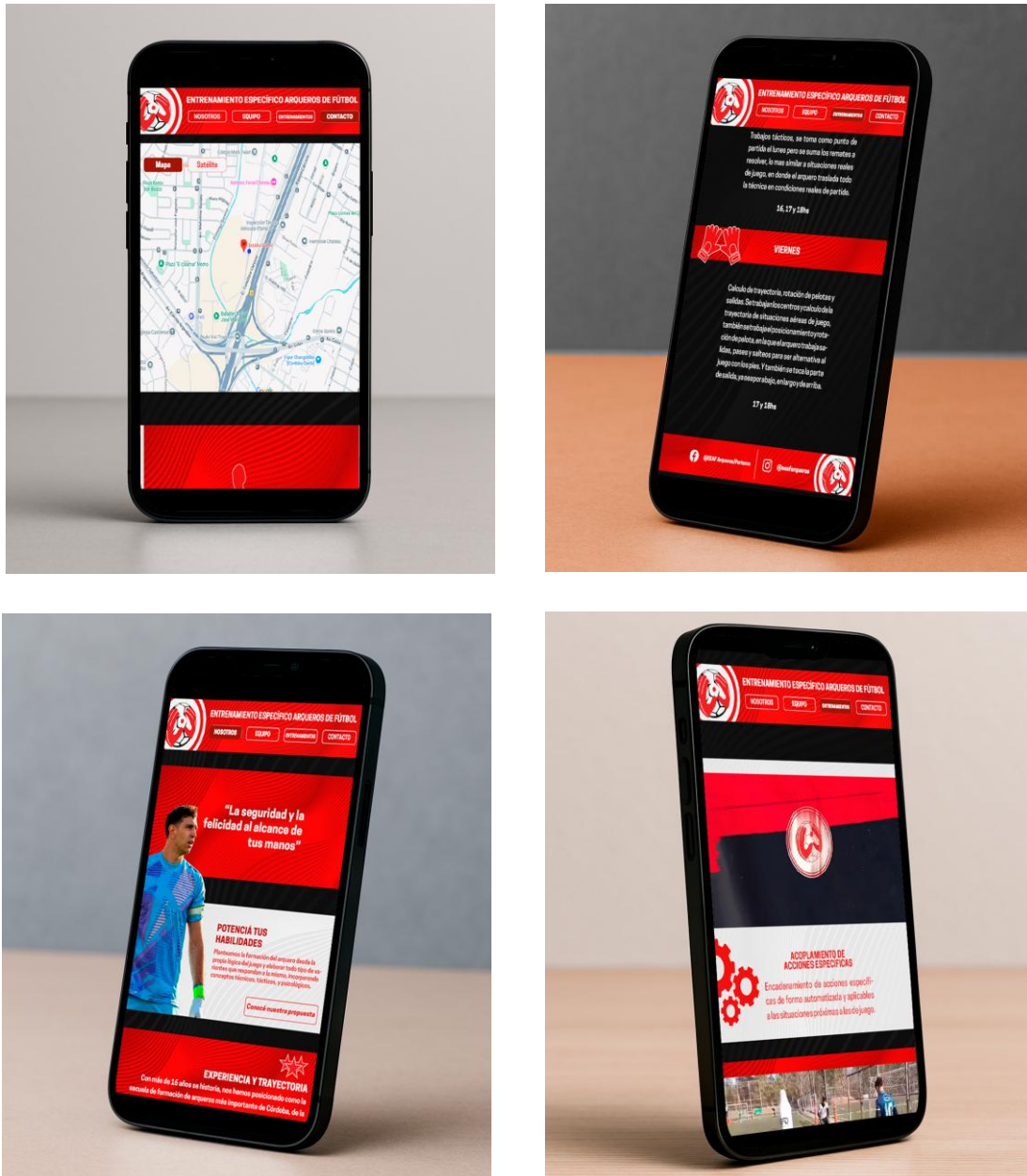


Figura 34: Mock-Ups en Dispositivos Móviles.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Prototipo

Para una completa prueba y visualización de la interfaz y los elementos interactivos del sitio, se recomienda visitar los siguientes enlaces para cada versión.

Escritorio: <https://eeafarqueros-porteros-escritorio.netlify.app/>

Móvil: <https://eeaf-arqueros-porteros-movil.netlify.app/>

Análisis de Costos

Se realizó el análisis de costos del servicio de diseño gráfico en base al trabajo realizado como diseñador autónomo, teniendo en cuenta costos fijos, variables y ganancias que se tienen en una hora de trabajo. A continuación, se detallan los valores que se tomaron en cuenta para determinar el precio final.

Costos Fijos	Costos Variables
● Alquiler: \$500.000	● Gas: \$9.000
● Municipal: \$4.200	● Luz: \$18.000
● Rentas: \$2.770	● Agua: \$12.191
● Celular: \$21.660	● Alimentos + Higiene: \$300.000
● Servicios de streaming: \$24.000	● Combustible: \$72.000
● Obras social: \$95.000	● Ocio: \$50.000
● Internet: \$20.000	
● Monotributo Cat. A: \$32.000	
● Expensas: \$55.000	
● Cedulón Auto: \$15.600	
Total: \$770.230	Total: 461.191

Tabla 1: Análisis de Costos Fijos y Variables.

Fuente: Elaboración Propia (2025).

A partir de la suma de los costos fijos y variables se llegó a que el punto de equilibrio (PdE) se establecerá en **\$1.231.421**. Para el valor de las ganancias se calcula el **20%** del total del punto de equilibrio, que serán **\$246.284**

Para obtener el valor hora se realizó una suma del punto de equilibrio, más la ganancia, dividido la cantidad de trabajo por mes (tomando como referencia que se trabajan 6 hs diarias por 23 días hábiles).

- **\$1.231.421 (PdE) + \$246.284 (Ganancia) = \$1.477.705**
- **\$1.477.705 / 138 (Horas de trabajo mensual) = \$10.708 (valor hora)**

Tomando en cuenta que se trabajaron 3 meses y medio, el cálculo sería el siguiente:

- **138 (Horas de trabajo mensual) * 3,5 (meses de trabajo) = 483 horas totales del proyecto**
- **483 (horas totales) * \$10.708 (valor hora) = \$4.690.104**

El costo final por los 3 meses y medio sería de **\$4.690.104**. A este presupuesto se le deben sumar el alquiler del dominio y el hosting, se tomará en cuenta el plan premium de Hostinger, que actualmente es de **\$3.899** al mes e incluye ambas prestaciones, con lo cual el precio final del proyecto sería el siguiente.

Costo total de horas trabajadas	Ejecución (Dominio/Hosting)
\$4.690.104	\$3.899
COSTO FINAL DEL PROYECTO → \$4.694.003	

Tabla 2: Costo Final del Proyecto.

Fuente: Elaboración Propia (2025).

Conclusión

Como se presentó al inicio de la presente investigación, en la provincia de Córdoba existe una extensa oferta de formación futbolística, sin embargo, la posición del arquero pareciera ser la menos atendida en comparación con los demás puestos. En este marco, tanto los arqueros que no reciben la suficiente formación en sus clubes, como aquellos que están iniciando en la práctica del fútbol buscan profundizar su entrenamiento, y para encontrar un lugar dónde hacerlo recurren a la mayor y más recurrida fuente de búsqueda de información cuando se quiere adquirir un nuevo servicio como es el caso, internet.

En este contexto se encuentra el caso de EEAF Arqueros, que se encuentra entre los centros de formación de arqueros más importantes de la provincia, si no el más importante (Ver Anexo 1). Cuando se analizó la comunicación de EEAF se observó que pese a que poseen canales de comunicación en los medios digitales como lo son Instagram y Facebook, estos sitios no brindan en primera instancia toda la información que alguien que desconoce la escuela podría llegar a necesitar, como la explicación de las propuestas pedagógicas o el contacto directo con los profesores, y en segundo lugar, cuando se realiza la búsqueda por escuelas de arqueros en Córdoba, no se encuentran en una posición alta, únicamente una sección de ubicación que incluso actualmente posee información incorrecta.

Por lo tanto, se concluyó que una solución a este inconveniente de comunicación incompleta sería desarrollar un prototipo sitio *web* que contenga toda la información necesaria para aquellas personas que quieran comenzar a entrenarse en EEAF Arqueros, priorizando un posicionamiento alto en los resultados de las búsquedas para lograr un rápido contacto, generando una sensación de seguridad, confianza y claridad.

Para lograrlo resultó valioso conocer qué buscan los aspirantes a formarse como arqueros de una escuela, obteniendo que se busca la figura impuesta de un entrenador de arqueros que aún está ausente en mayoría de clubes, además de una mayor

preparación y obtener mayores herramientas de las que se dan en los susodichos clubes (Ver Anexo 1).

En última instancia, para lograr el contacto y la transmisión de la propuesta y esencia de EEAF a aquellos usuarios que la desconocen se realizaron decisiones estéticas como la elección de una tipografía que connotase dinamismo, que fuese útil y compatible para web y que contase con una familia extensa para lograr jerarquías visuales, además de mantener la cromática institucional protagonizada por el rojo y el blanco, añadiendo una tonalidad de negro que sea amigable a la vista para complementar la paleta y diferenciarse de otras instituciones deportivas.

En lo que respecta a los contenidos, se organizaron en distintas secciones que abarquen aspectos como la presentación de la escuela, la sede donde funciona, una explicación detallada y visual incluyendo vídeos interactivos de los entrenamientos y la propuesta de cada día de trabajo, además de la presentación del equipo de entrenadores y sus respectivos contactos.

El valor que aportó este proyecto fue el de sentar un precedente para la comunicación de los centros deportivos, específicamente futbolísticos y en particular los de formación de arqueros, que no cuentan con sitios completos que integren la información necesaria y logren un rápido contacto y captación de públicos.

Por motivos relativos a la distancia y al acceso, no se pudo establecer un contacto profundo con el fundador de EEAF, ya que no maneja la totalidad de las redes desde España, sumado a que resultaría valioso generar el código en un software como Dreamweaver para que el sitio se publique en internet con mayores funcionalidades, lo cuál por cuestiones de tiempo no se pudo profundizar.

Para futuros trabajos de investigación, se recomienda generar una estrategia de promoción y posicionamiento del sitio *web* en los demás medios de la escuela además de la presencialidad.

Anexos

Anexo 1

Título: Encuesta sobre la situación de las escuelas de arqueros y posicionamiento de EEAF en la provincia de Córdoba.

Instrumento: Encuesta.

Fuente: Elaboración Propia (2025).

Descripción: En esta encuesta se abordó al coordinador principal en Argentina de EEAF Carlos Zabala con el objetivo de que obtener detalles sobre la situación y la oferta de las escuelas de arqueros en Córdoba, así como saber de qué manera percibe a EEAF entre las susodichas escuelas, y por último conocer los motivos que llevan a los arqueros a buscar un centro para profundizar su entrenamiento.

1. ¿Cómo es la formación de arqueros en los clubes previo a alcanzar la profesionalidad?
 - **Desde la formación misma en categorías inferiores se busca formar y entrenar al arquero para cuando se lo pueda proyecta este preparado desde lo específico y lo mental.**
2. ¿Qué tan amplia es la oferta de escuelas de arqueros en Córdoba?
 - **Desde hace un tiempo para acá se ven más centros específicos del puesto.**
3. ¿Cómo ves posicionada a EEAF dentro de las demás escuelas de arqueros de Córdoba?
 - **Bueno EEAF es un centro con más de 16 años de existencia en continuo crecimiento sin dudas que en Córdoba es el más importante.**
4. ¿Quiénes son las personas que averiguan por establecimientos de formación de arqueros?
 - **Generalmente las madres de los arqueros son las que más consultan después de los propios arqueros.**

5. ¿Por qué acuden a EEAF los arqueros en formación de los diferentes clubes de la provincia?
 - **Porque en los clubes aún no es tan impuesta la figura del entrenador de arqueros y también pasa que suelen no estar tan preparados que los mismos chicos buscan perfeccionarse por fuera del club.**
6. ¿Qué quieren encontrar en EEAF o cualquier establecimiento los arqueros que buscan una escuela de formación?
 - **Justamente poder tener mayores herramientas de las que les dan en sus clubes.**
7. ¿Cómo realizan dichos arqueros, o sus padres/tutores, la búsqueda de un establecimiento?
 - **Sienten que les falta más trabajo y q pueden mejorar aún más.**
8. ¿De qué forma establece el primer contacto con EEAF alguien que no lo conoce y está por empezar?
 - **Cuando ven la página escriben y ahí se los deriva a un contacto que les brinda toda la info de forma personal.**

Referencias

- Albornoz, C., Berón, M. y Montejano, G. (2017). *Interfaz Gráfica de Usuario: el Usuario como Protagonista del Diseño*. Recuperado de: https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62078/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barrio Carrasco, J. (2016). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo*. Recuperado de: <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/58075a6e-0d73-46e1-ad92-406223c19426/content>
- Barrionuevo, F. (2021). *La historia del entrenador cordobés que llegó al "Aleti"*. Recuperado de : https://www.cadena3.com/noticia/una-manana-para-todos/la-historia-del-entrenador-cordobes-que-llego-al-aleti_294995
- Frascara, J. (1988). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://catedragrafica1.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/09/disenyo-y-comunicacion.pdf>
- Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (2da edición). Recuperado de: https://www.academia.edu/33276128/The_Elements_of_User_Experience_Jesse_James_Garrett
- Giomelakis, D. y Veglis, A. (2015). *Employing Search Engine Optimization Techniques in Online News Articles*. Recuperado de: <https://redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/683/698>
- Iglesias García, M. y Codina, L. (2016). *Los cibermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO)*. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72320/1/2016_Iglesias_Codina_Opcion.pdf
- Kumar, G. y Paul, R. (2020). *Literature Review on On-Page & Off-Page SEO for Ranking Purpose*. Recuperado de: <https://uijrt.com/articles/v1/i6/UIJRTV1I60005.pdf>

Meggs, P. y Purvis, A. (1983). *Historia del Diseño Gráfico*. Recuperado de: <https://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/Philip-B.-Meggs-Alston-W.-Purvis-Historia-del-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-Mc-Graw-Hill-2009.pdf>

Nielsen, J. (1999). *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. Recuperado de: <https://archive.org/details/designingwebusab00niel/mode/2up>

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Recuperado de: <https://archive.org/details/usabilityenginee0000niel/mode/2up>

Norman, D. (2013) *The Design of Everyday Things* (2da edición). Recuperado de: <https://dl.icdst.org/pdfs/files4/4bb8d08a9b309df7d86e62ec4056ceef.pdf>

Pacherres Muñoz, L. (2018). *Introducción, conceptos, creación de sitios Web, diseño de páginas WEB, herramientas para generar páginas WEB, tipos, principales funciones, aplicaciones*. Recuperado de: <https://repositorio.une.edu.pe/server/api/core/bitstreams/38a0aba3-66d2-4cbb-be42-8262ec6ec20a/content>

Pailiacho Mena, V. y Garcés Freire, E. (2023). Tipografías que facilitan la accesibilidad [Extracto de: Actas del VIII Congreso de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología]. Recuperado de: <https://revistas.unicyt.org/index.php/actasidi-unicyt/issue/view/7/8>

Rosenfeld, L. y Morville, P. (1998). *Information Architecture for the World Wide Web*. Recuperado de: <https://users.dcc.uchile.cl/~nbaloian/ArquitecturaDeLaInformacion/materialDeLAWeb/InformationArchitecturefortheWorldWideWebThirdEditi.pdf>

Sánchez Bolaños, A. y Henao Aristizabal, Y. (2016). *Usabilidad aplicada al diseño de sitios web*. Recuperado de: <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/c145d0df-32bb-4376-a4db-de7c3d4bcdf2/content>

Web Design Museum (2025). [*Captura de pantalla de la tipografía en la interfaz de Yahoo Respuestas del año 2003*]. Recuperada de: <https://www.webdesignmuseum.org/gallery/yahoo-2003>