



Trabajo Final de Grado – Proyecto de Diseño Carrera:

Licenciatura en Diseño Gráfico

Aplicación móvil para el diseño y comercialización de prendas customizadas, fomentando el uso de materiales sostenibles y reduciendo el desperdicio textil.

Mobile application for designing and marketing customized garments, promoting the use of sustainable materials and reducing textile waste.

Línea temática estratégica: Diseño Adaptado al Usuario

Alumna: Rasello, Isabella

DNI: 43437314

Legajo: DGR01895

Profesora: Palamary, Rosa Esther

Nombre y Módulo del SAM: Módulo 4 – Cuarta Entrega

Lugar y fecha de entrega: Córdoba, Argentina - 06/10/2024

INDICE

INDICE	2
ÍNDICE DE FIGURAS	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN.....	9
ABSTRAC	10
PROBLEMA DE DISEÑO	11
Pregunta-Problema:	12
Sub-problemas.....	12
Objetivo General	13
Objetivo Específicos	13
Justificación.....	13
MARCO TEÓRICO	16
Usuario	16
Aplicaciones	17
Usabilidad.....	18
Arquitectura de la información	18
Wireframes	20
Identidad visual	20
Tipografía	21
Elementos multimedia.....	23
Iconos	24
Retícula.....	24
Fotografía de Producto	25

Styling	26
METODO DE DISEÑO	27
Antecedentes, diseño de instrumentos de investigación y recolección de datos.	28
Síntesis del Análisis de la aplicación Renová Tu Vestidor:.....	29
Síntesis del Análisis de la tienda online Untold Vintage & Rework:	30
Síntesis del Análisis de la tienda online WHY NOT:	31
Conclusión.....	32
PROGRAMA DE DISEÑO	36
CONCEPTO GRÁFICO	37
CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	38
GENERACIÓN DE LA PROPUESTA DE DISEÑO	39
Naming	40
Búsqueda morfológica.....	41
Búsqueda cromática	42
Búsqueda tipográfica.....	43
Arquitectura de la información	44
Bocetaje de identidad	45
Íconos	46
Combinación de variables	47
Bocetaje de retícula	48
Boceto de interfaz.....	49
Primera propuesta de diseño	50
Definición técnica	50
Retícula constructiva.....	51

Área de respeto.....	51
Reducción mínima permitida	52
Tipografías	54
Paleta cromática	54
Wireframe.....	54
Pantallas finales.....	55
ANÁLISIS DE COSTOS	55
CONCLUSIon.....	57
ANEXO.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de AI.....	2
Figura 2: Legibilidad de la tipografía según la pantalla.....	5
Figura 3: Metodología David Dabner, Sandra Stewart, y Eric Zempol.....	7
Figura 4: Metodología Javier Cuello y José Vittone.....	9
Figura 5: Metodología de diseño propia	10
Figura 6: Análisis caso: Renová Tu Vestidor.....	11
Figura 7: Análisis caso: untold vintage & rework.....	12
Figura 8: Análisis caso: WHY NOT	12
Figura 9: Programa de diseño 1.....	13
Figura 10: Programa de diseño 2.....	13
Figura 11: Programa de diseño 3.....	13
Figura 12: Programa de diseño 4.....	16
Figura 13: Cronograma de trabajo	16
Figura 14: Moodboard.....	17
Figura 15: Búsqueda Morfológica.....	18
Figura 16: Variables cromáticas.....	18
Figura 18: Arquitectura de la información.....	20
Figura 19: Primeros Bocetos.....	20
Figura 20: Segundos Bocetos.....	21
Figura 22: Combinación de variables cromáticas.....	23
Figura 21: Retícula	24
Figura 25: Boceto de interfaz.....	24
Figura 26: Isotipo, Imagotipo.....	25

Figura 27: Retícula constructiva.	26
Figura 28: Área de respeto.	27
Figura 29: Reducción mínima.	28
Figura 30: Tipografía.	29
Figura 31: Paleta cromática.....	30
Figura 33: Wireframes pantallas menú desplegable	31
Figura 35: Pantallas Secundarias.....	32
Figura 36: Pantallas Secundarias.....	36
Figura 38: Pantallas del menú desplegable.	37
Figura 39: Pantallas del Foro.	38
Figura 40: Pantallas del botón de categorías.	39
Figura 41: Pantallas para ver la producto.....	40
Figura: Tabla de análisis de costo. Presupuesto.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Figura 1. Diagrama de AI.....	2
Figura 2: Legibilidad de la tipografía según la pantalla.....	5
Figura 3: Metodología David Dabner, Sandra Stewart, y Eric Zempol.....	7
Figura 4: Metodología Javier Cuello y José Vittone.....	9
Figura 5: Metodología de diseño propia	10
Figura 6: Análisis caso: Renová Tu Vestidor.....	11
Figura 7: Análisis caso: untold vintage & rework.....	12
Figura 8: Análisis caso: WHY NOT	12
Figura 9: Programa de diseño 1.....	13
Figura 10: Programa de diseño 2.....	13
Figura 11: Programa de diseño 3.....	13
Figura 12: Programa de diseño 4.....	16
Figura 13: Cronograma de trabajo	16
Figura 14: Moodboard.....	17
Figura 15: Búsqueda Morfológica.....	18
Figura 16: Variables cromáticas.....	18
Figura 18: Arquitectura de la información.....	20
Figura 19: Primeros Bocetos.....	20
Figura 20: Segundos Bocetos.....	21
Figura 22: Combinación de variables cromáticas.....	23
Figura 21: Retícula	24
Figura 25: Boceto de interfaz.....	24
Figura 26: Isotipo, Imagotipo.....	25
Figura 27: Retícula constructiva.....	26

Figura 28: Área de respeto.	27
Figura 29: Reducción mínima.	28
Figura 30: Tipografía.	29
Figura 31: Paleta cromática.	30
Figura 33: Wireframes pantallas menú desplegable	31
Figura 35: Pantallas Secundarias.....	32
Figura 36: Pantallas Secundarias.....	36
Figura 38: Pantallas del menú desplegable.	37
Figura 39: Pantallas del Foro.	38
Figura 40: Pantallas del botón de categorías.	39
Figura 41: Pantallas para ver la producto.....	40
Figura: Tabla de análisis de costo. Presupuesto.....	41

RESUMEN

Este proyecto surgió como una respuesta a la problemática ambiental generada por el desperdicio y el consumo irracional de ropa, una situación agravada por el modelo de moda rápida que domina la industria. Se propuso una aplicación móvil enfocada en la customización y comercialización de prendas personalizadas como una solución para promover la personalización y reutilización de prendas, fomentando así un consumidor textil más responsable. Esta herramienta digital ofreció a los usuarios la posibilidad de adquirir prendas únicas y contribuyó a reducir la generación de residuos textiles al prolongar la vida útil de las prendas. En cuanto al procedimiento de elaboración, se aplicaron métodos de diseño influenciados por Marco Cuello y Vittone, así como por David Dabner, Sandra Stewart y Eric Zempol. Como resultado, se desarrolló una aplicación que facilitó el acceso a una moda sustentable y personalizada, permitiendo a los usuarios experimentar una conexión más profunda con su estilo y conciencia ambiental, al mismo tiempo que disminuían su huella ecológica en el planeta.

Palabras clave: Aplicación móvil, moda sostenible, customización, diseño de experiencia de usuario, consumo consciente.

ABSTRAC

This project arose as a response to the environmental issues caused by the irrational waste and consumption of clothing, a situation exacerbated by the fast fashion model dominating the industry. A mobile application focused on the customization and commercialization of personalized garments was proposed as a solution to promote the personalization and reuse of clothing, fostering more responsible textile consumption. This digital tool offered users the opportunity to acquire unique garments while contributing to the reduction of textile waste by extending the lifespan of clothing. Regarding the development process, design methods influenced by Marco Cuello and Vittone, as well as David Dabner, Sandra Stewart, and Eric Zempol, were applied. As a result, an application was developed that facilitated access to sustainable and personalized fashion, allowing users to experience a deeper connection with their style and environmental awareness while reducing their ecological footprint on the planet.

Keywords: Mobile application, sustainable fashion, customization, user experience design, conscious consumption.

PROBLEMA DE DISEÑO

La industria de la moda se destaca como una de las más contaminantes del mundo, con un impacto profundo tanto en el consumo de recursos naturales como en la generación de residuos. Según datos recientes, se fabrican aproximadamente 100 mil millones de prendas al año, muchas de las cuales se utilizan solo unas pocas veces antes de ser descartadas, lo que alimenta una cultura de consumo desechable característica de la moda rápida (El País, 2023). Este modelo de consumo tiene consecuencias ambientales devastadoras, ya que gran parte de estas prendas termina en vertederos o es incinerada, lo que contribuye significativamente a la liberación de CO₂ y otros contaminantes en la atmósfera (Global Fashion Agenda, 2021).

Como respuesta a estos desafíos, ha surgido el concepto de moda circular, que busca transformar la forma en que se produce, consume y desecha la moda. La moda circular se basa en principios fundamentales como el diseño para eliminar residuos, la prolongación del uso de los productos, y la regeneración de los sistemas naturales. Estos principios impulsan un enfoque más sostenible en el diseño de prendas, promoviendo el uso de materiales ecológicos como el algodón orgánico y las fibras recicladas, y adoptando métodos de producción innovadores que minimizan los desechos (Global Fashion Agenda, 2021).

Iniciativas globales, como el *Global Circular Fashion Forum*, han promovido la adopción de prácticas de moda circular en países clave de manufactura textil, fomentando la colaboración entre fabricantes, recicladores y otras partes interesadas para establecer infraestructuras efectivas para el reciclaje de residuos textiles postindustriales (H&M Foundation, 2022). Estas iniciativas han demostrado el potencial de un enfoque circular para reducir el impacto ambiental de la industria de la moda.

El desperdicio textil no solo representa un desafío ecológico, sino también social. La producción masiva de ropa a bajo costo se lleva a cabo frecuentemente en condiciones laborales precarias, lo que perjudica a los trabajadores de la industria textil, especialmente en países en desarrollo. Ante esta situación, autores como Fletcher (2008), pionera en el estudio de la moda sostenible, sostienen que es fundamental reconsiderar cómo se diseña, produce y consume la moda.

En este contexto, la customización de ropa ha emergido como una práctica que no solo promueve la sostenibilidad, sino que también fomenta la creatividad y la expresión personal. **Customizar es un verbo que no forma parte del diccionario de la Real Academia**

Española (RAE), pero que, sin embargo, tiene un uso bastante frecuente en nuestra lengua. Se trata de una adaptación del término inglés *customize*, que refiere a modificar algo de acuerdo a las preferencias personales. La customización permite a los consumidores adaptar prendas existentes a sus gustos y necesidades, extendiendo su ciclo de vida y reduciendo la necesidad de adquirir nuevas piezas (Fashion Revolution, 2021). Este enfoque está ganando terreno, especialmente entre las generaciones más jóvenes, quienes valoran la autenticidad y la sostenibilidad en sus decisiones de compra.

A pesar de las iniciativas y regulaciones existentes, es necesario continuar abordando estos desafíos de manera más amplia y efectiva. La educación del consumidor, la innovación en el diseño y la implementación de políticas más estrictas son esenciales para prevenir mayores daños ambientales y sociales. El diseño gráfico puede desempeñar un papel crucial en esta transición, ya que mediante la creación de aplicaciones y plataformas se pueden brindar campañas visuales y mensajes claros, para crear conciencia sobre el impacto ambiental y social de la industria de la moda, puede influenciar el comportamiento de los consumidores, incentivándolos a adoptar prácticas más sostenibles y también puede ayudar a establecer la identidad de una marca sostenible y diferenciarla de la competencia.

En relación con el planteamiento de esta investigación, centrada en la creación de una aplicación que promueva la customización de prendas y el consumo consciente para reducir el desperdicio textil, se pueden generar las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta-Problema:

¿Existe una solución de diseño que pueda aumentar el consumo de la moda sostenible e incentivar la creatividad de los usuarios en la customización de las prendas?

Sub-problemas

1. ¿Cómo se puede integrar el concepto de moda circular en una aplicación que promueva la creatividad y la sostenibilidad, proporcionando tanto a usuarios como a emprendedores herramientas para prolongar el ciclo de vida de las prendas?

2. ¿Qué elementos de diseño gráfico y experiencia de usuario resultan más efectivos para incentivar la customización de prendas en una plataforma digital, asegurando una experiencia atractiva y funcional?
3. ¿Qué estrategias visuales y comunicacionales se deben aplicar en la plataforma para aumentar la conciencia sobre el impacto negativo del desperdicio textil y motivar cambios de comportamiento hacia prácticas más responsables?

Objetivo General

Desarrollar una aplicación móvil que impulse el consumo y la difusión de prendas customizadas, promoviendo el uso de materiales sostenibles. A través del diseño gráfico, la plataforma buscará facilitar la compra, venta y personalización de indumentaria, ofreciendo una experiencia visual atractiva e intuitiva que eduque, inspire y motive a los usuarios a adoptar prácticas más responsables dentro de la moda.

Objetivo Específicos

- Identificar los elementos esenciales de diseño y usabilidad que permitan una navegación fluida, funcional y visualmente atractiva dentro de la aplicación, motivando a los usuarios a adoptar prácticas sostenibles de manera natural.
- Definir los recursos gráficos de la aplicación como paletas cromáticas, tipografías e imágenes de alta calidad que comuniquen los valores de sostenibilidad y mediante un estilismo estratégico persuadan al usuario y refuercen su conexión emocional con las prendas.
- Desarrollar un espacio interactivo dentro de la app, como foro o chat, que fomente la creación de comunidad, el intercambio de experiencias y el aprendizaje colaborativo en torno a la moda sostenible y la customización de prendas.

Justificación

Este proyecto pretende aportar de manera significativa al ámbito del Diseño Gráfico a través del desarrollo de una aplicación móvil que se centrará en la moda sostenible y la venta de prendas customizadas. Al centrar el diseño en la experiencia del usuario, esta propuesta busca aportar al campo del diseño gráfico mediante la creación de interfaces visualmente atractivas y funcionales que faciliten la interacción con la customización de prendas.

El diseño gráfico en este proyecto no solo cumple una función estética, sino que es esencial para la organización y presentación de la información de manera coherente y eficiente. El aporte se centra en mejorar la comunicación visual de los emprendedores de ropa customizada, asegurando que su emprendimiento se presente de forma clara, atractiva y profesional. A través del desarrollo de sistemas gráficos, como paletas de colores, tipografías y retículas, se busca facilitar la presentación de sus productos, guiando a los clientes en su experiencia de compra. El objetivo es ofrecer una comunicación eficaz que resalte los valores de sostenibilidad y transmita el impacto positivo con respecto a la sobreproducción de desechos textiles. De esta forma, el trabajo de diseño gráfico se enfoca en mejorar la forma en que los emprendedores de moda sostenible comunican su propuesta y conectan con su audiencia.

En un contexto donde la moda rápida incrementa los residuos textiles y afecta el medio ambiente, el diseño de la plataforma ayudará a transformar las prendas, extendiendo su vida útil, a través de una experiencia gráfica que motive y guíe a los usuarios hacia un consumo más consciente y responsable. Además, este proyecto contribuirá a apoyar a los emprendedores locales que se dedican a la customización de ropa, brindándoles una plataforma para mostrar y comercializar sus productos. La app fomentará una economía circular, donde el reciclaje y la reutilización creativa se convierten en prácticas habituales. Este enfoque no solo ayuda a reducir el desperdicio textil, sino que también promueve la sostenibilidad y la innovación dentro de la industria de la moda.

Asimismo, la aplicación tendrá un componente informativo y de concienciación orientado a mostrar a los usuarios sobre los beneficios de la moda sostenible y la customización, lo que puede llevar a un cambio de hábitos en el consumo. El diseño de la plataforma, con su interfaz intuitiva y funcionalidad centrada en el usuario, permitirá que los consumidores adopten prácticas más conscientes y respetuosas con el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más comprometida con la sostenibilidad.

La viabilidad del proyecto se apoya en la creciente demanda de aplicaciones móviles que promueven prácticas sostenibles. La app estará disponible en Google Play y App Store, lo que facilitará su acceso al público en general. Además, la plataforma estará diseñada para ser actualizada constantemente, adaptándose a las tendencias emergentes y a las necesidades cambiantes de los usuarios, lo que asegurará su relevancia y efectividad a largo plazo.

MARCO TEÓRICO

Este marco teórico abarca los temas esenciales que respaldan el desarrollo del proyecto: Usuario, Aplicaciones, Usabilidad, Arquitectura de la información, Wireframes, Identidad visual, Color, Tipografía, Elementos multimedia , Iconos, Retícula, Styling y Foto producto.

Usuario

En el contexto del desarrollo de una aplicación centrada en el Diseño Centrado en el Usuario (DCU), este concepto se vuelve esencial para garantizar que la experiencia de uso sea óptima, tanto a nivel funcional como emocional. Según Yusef Hassan Montero (2015), el DCU se basa en un enfoque flexible e iterativo, donde el diseño se adapta constantemente según las necesidades del usuario, quien se convierte en el eje central de todo el proceso. A diferencia de otros métodos, el DCU no sigue una secuencia lineal, sino que avanza a través de ciclos de pruebas y mejoras continuas hasta alcanzar la calidad esperada.

José Luis Orihuela y María Luisa Santos (1999) destacan que, en el contexto de las aplicaciones, el **usuario** equivale a la audiencia o el público en los medios tradicionales. Para que una aplicación sea efectiva, es necesario comprender en profundidad a sus usuarios, no solo en términos demográficos (edad, género, nivel socioeconómico), sino también en relación con sus necesidades, su familiaridad con la tecnología y su motivación para utilizar la herramienta.

Desde una perspectiva más amplia, Galeano (2008) argumenta que el DCU debe enfocarse en ofrecer una buena **experiencia de uso**, que incluye no solo la funcionalidad de la interfaz, sino también las sensaciones y emociones que esta genera. Al otorgar al usuario el rol de co-creador, el diseño debe adaptarse a sus conocimientos, dominio de herramientas digitales y contexto sociográfico, lo que asegura una experiencia coherente y satisfactoria. En el caso de la moda sostenible, esto implica diseñar una interfaz intuitiva que permita a los usuarios explorar opciones de customización de prendas de forma accesible y atractiva.

Por su parte, Cuello y Vittone (2013) refuerzan la importancia del DCU en el ámbito de las aplicaciones móviles, subrayando que este enfoque está estrechamente ligado con la experiencia de usuario. Para ellos, los principios del DCU son fundamentales para el éxito de una aplicación: Simplicidad, para garantizar que el diseño tenga solo los elementos necesarios y bien definidos; Consistencia, para respetar los hábitos y conocimientos del

usuario dentro de la app y del sistema operativo en general; y Navegación intuitiva, que facilita la interacción del usuario con la aplicación, evitando la confusión.

Luego lo expuesto, el DCU se enfoca en la creación de herramientas que prioricen las necesidades y expectativas de los usuarios. Según los principios del DCU, es fundamental comprender profundamente el perfil del usuario final para diseñar una experiencia efectiva, cómoda y satisfactoria. Este enfoque busca mejorar tanto los aspectos técnicos de la interacción como la experiencia emocional del usuario durante el uso de una plataforma o aplicación.

Aplicaciones

Las aplicaciones móviles, o apps, han pasado de ser simples herramientas a convertirse en elementos clave para mejorar la eficiencia, comodidad y conectividad en la vida cotidiana. Según Cuello y Vittone (2013), las aplicaciones, que inicialmente estaban presentes en teléfonos móviles de sistemas operativos como Nokia y Blackberry, son en esencia software diseñado para dispositivos móviles, del mismo modo que los programas lo son para ordenadores de escritorio. Este tipo de tecnología ha evolucionado significativamente, siendo una parte integral del ecosistema digital moderno.

En el contexto del desarrollo de una aplicación móvil, resulta esencial entender cómo estas herramientas han revolucionado el acceso a productos y servicios. Allen (como se cita en Aguado, Martínez y Cañete-Sanz, 2015) señala que las apps son piezas digitales diseñadas para aprovechar las características únicas de los dispositivos móviles, como la geolocalización, la adaptación al contexto y su alta tasa de disponibilidad. En el caso de la aplicación propuesta, la capacidad de adaptación al entorno permitirá ofrecer a los usuarios la posibilidad de customizar prendas según su ubicación, preferencias y necesidades específicas, fomentando un consumo más responsable y sostenible.

El diseño de la interfaz de una app debe ser intuitivo y estar centrado en la experiencia del usuario, un principio que Allen también destaca como fundamental para que las aplicaciones móviles sean efectivas. En este sentido, Enriquez y Casas (2014) enfatizan la importancia de considerar tanto las restricciones del hardware como el contexto en el que los usuarios interactúan con la app, ya que esto impacta directamente en su usabilidad.

De acuerdo con estos autores, las aplicaciones modernas no solo deben adaptarse a las necesidades del usuario, sino también considerar el contexto en el que se encuentran.

Usabilidad

La usabilidad es un atributo esencial en el diseño de aplicaciones móviles, ya que determina qué tan fácil es para los usuarios interactuar con el producto. Según Hassan Montero (2015), “la usabilidad se refiere a la facilidad de uso de un producto, la cual no es universal, sino que depende de si el producto es comprensible y manejable para una audiencia específica y para un propósito concreto. Un producto será considerado usable en la medida en que su utilidad justifique el esfuerzo requerido por parte del usuario” (Montero, 2015, p. 10).

En el contexto de la aplicación, la usabilidad será crucial para que los usuarios puedan interactuar fácilmente con la plataforma y aprovechar al máximo las funcionalidades ofrecidas.

Granollers, Saltiveri, Vida y Cañas (2005) explican que los usuarios finales son cada vez más diversos y menos técnicos, lo que significa que no se preocupan por el funcionamiento interno del software, sino únicamente por cómo utilizarlo. En este sentido, la evaluación de la usabilidad de sistemas interactivos se convierte en un elemento fundamental. Los autores mencionan que la usabilidad tiene dos componentes: uno funcional, relacionado con la utilidad del sistema, y otro que se basa en cómo los usuarios utilizan esa funcionalidad. Este último componente es el más relevante, ya que se enfoca en la velocidad y la facilidad con las que los usuarios pueden realizar tareas con el producto que están utilizando (Granollers, Saltiveri, Vida & Cañas, 2005). Así, comprender estos principios de usabilidad resulta esencial para desarrollar una aplicación que no solo cumpla su función, sino que también ofrezca una experiencia satisfactoria, optimizando la interacción del usuario de manera ágil y efectiva.

Arquitectura de la información

La arquitectura de la información es un aspecto crucial en el diseño de aplicaciones móviles. El término fue acuñado por Richard Saul Wurman en 1975 y se define como (...) el estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información (Montero, 2015, p. 13).

Para diseñar una aplicación efectiva, Cuello y Vittone (2013) sugieren que una manera útil de representar la estructura es a través de esquemas visuales. Estos esquemas muestran cada pantalla de la aplicación como un rectángulo, con conexiones que indican cómo se navega de una pantalla a otra. Este enfoque ayuda a visualizar las transiciones y la estructura de navegación, esencial para mantener una experiencia de usuario clara y eficiente.

Rosenfeld, Morville y Arango (2015) proponen un enfoque sistemático para abordar el exceso de información y la diversidad de vías de acceso. Respaldan por una perspectiva amplia del sistema en su conjunto, destacando la necesidad de coherencia entre los diferentes canales y la importancia de mejorar la búsqueda y comprensión de la información, independientemente del contexto o medio de acceso.

Celso Gonzales Cam (2003) resalta la importancia de la arquitectura de la información al conceptualizarse como una forma amplia de expresar el diseño, organización y distribución de la información en un diseño digital.

Los componentes clave incluyen:

1. Esquemas de organización (alfabéticos, cronológicos, etc).
2. Navegación (facilita el movimiento dentro de la aplicación).
3. Rotulado (representación de la información mediante enlaces, encabezados e íconos).
4. Sistema de búsqueda (herramienta para buscar información de manera eficiente).

Además, Cuello y Vittone (2013) destacan que el proceso de diseño de la arquitectura de la información comienza con la definición del "Viaje del usuario" y las funciones de la aplicación. A partir de allí, se elabora un diagrama de arquitectura que define las pantallas a diseñar y visualiza los vínculos entre contenidos. Este enfoque asegura que la aplicación no solo sea funcional, sino también intuitiva y fácil de navegar.

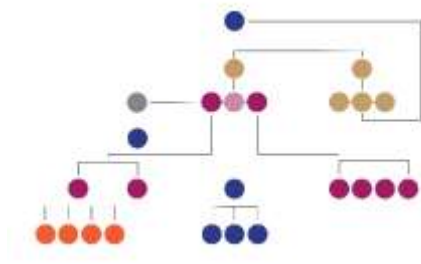


Figura 1. Diagrama de AI.

Fuente: Elaboración propia (2024).

En conclusión, al planificar la arquitectura de la información para una aplicación móvil, es esencial priorizar las necesidades del usuario en términos de usabilidad antes que la estética visual. Esto garantiza que la aplicación sea accesible y efectiva para la audiencia objetivo, promoviendo una experiencia de usuario óptima.

Wireframes

Para hablar sobre la importancia de los wireframes en el desarrollo de la app propuesta, es esencial destacar cómo estas herramientas permiten establecer una base sólida para el diseño gráfico y la experiencia del usuario, antes de preocuparse por los detalles estéticos. En este contexto, los **wireframes** se presentan como una herramienta clave en el proceso de diseño de aplicaciones móviles. Según Cuello y Vittone (2013), un wireframe es una representación simplificada de una pantalla, cuyo objetivo es proporcionar una vista preliminar de la organización de los elementos informativos e interactivos. Estos esquemas se realizan de manera acromática y con líneas simples, dejando de lado aspectos estéticos como texturas, sombras o efectos de volumen, para centrarse en la estructura o esqueleto de la pantalla. Esta simplicidad es crucial, ya que permite al diseñador enfocarse en la funcionalidad y la navegación sin distraerse por cuestiones estéticas que se abordarán más adelante.

Utilizar wireframes es altamente recomendable por varias razones:

- **Como herramienta para comunicar ideas abstractas:** Los wireframes facilitan la comunicación de conceptos a otros miembros del equipo o stakeholders en las etapas iniciales del proyecto.
- **Como mecanismo para las primeras evaluaciones de la interfaz:** Dado que son versiones simplificadas de las pantallas, permiten detectar problemas estructurales o de navegación antes de comprometer recursos en un diseño estético definitivo (Cuello & Vittone, 2013, p.73).

En el desarrollo de una app para moda sostenible y customización de prendas, los wireframes son esenciales para definir la estructura visual y funcional desde el inicio. Según Cuello y Vittone (2013), esto optimiza tiempo y recursos, además de permitir ajustes tempranos en aspectos clave como la usabilidad y navegación.

Por otro lado, los prototipos, que evolucionan a partir de los wireframes, añaden interacción básica entre pantallas y son cruciales para probar la funcionalidad de la app con usuarios (Cuello & Vittone, 2013). Esta combinación asegura un desarrollo eficiente, mejorando la experiencia del usuario y garantizando un producto final alineado con los objetivos de sostenibilidad y personalización.

Identidad visual

Para abordar el tema de la identidad visual, es esencial comprender cómo esta influencia se extiende al diseño de aplicaciones móviles. La identidad visual de una marca no solo se limita a la creación de logotipos, sino que abarca una serie de elementos gráficos y de comunicación que reflejan la esencia de la marca y ayudan a diferenciarla en el mercado.

Según Argüello (s.f.), la identidad corporativa ha existido desde que las empresas comenzaron a utilizar marcas para identificar y distinguir sus productos. Esta identidad va más allá de un simple logotipo; es un componente crucial de la estrategia de comunicación de la empresa. La identidad visual es el conjunto de elementos gráficos y estilísticos que representan la marca y deben ser coherentes en todas las plataformas.

Joan Costa, un reconocido experto en diseño gráfico, resalta que “el diseño juega un papel fundamental en la formación de la identidad de una marca” (Costa, 2011, p. 45). Cuello y Vittone (2013) señalan que una aplicación móvil actúa como una extensión de la identidad corporativa. Según estos autores, “los elementos visuales de la aplicación, como colores, tipografías y fondos, son cruciales para transmitir la personalidad de la marca y fortalecer su presencia en el entorno digital” (Cuello & Vittone, 2013, p. 117).

La identidad visual no se limita únicamente al diseño gráfico, sino que también integra la estrategia de comunicación de la empresa en su totalidad. En el caso de las aplicaciones móviles, esta identidad se refleja en cada pantalla, ayudando a crear una experiencia de usuario que esté en sintonía con la imagen y los valores de la marca. Así, la aplicación no solo facilita la interacción del usuario, sino que también refuerza la identidad corporativa a través de su diseño visual.

Color

El color juega un papel crucial en el diseño de aplicaciones móviles, ya que impacta en la estética y la funcionalidad de la interfaz. Según Cuello y Vittone (2013), el color se utiliza en diversos elementos de la interfaz, como encabezados, textos, botones y fondos, y puede estar asociado tanto con la identidad corporativa como con decisiones estéticas del diseño. Sin embargo, un color por sí solo no transmite información significativa; su valor radica en su uso coherente y contextualizado dentro de un sistema cromático.

El color es uno de los recursos con mayor impacto visual en la interfaz. Cuello y Vittone (2013) destacan que se debe limitar el número de colores diferentes utilizados a los que el ojo humano puede procesar fácilmente, generalmente alrededor de cinco colores, para evitar la sobrecarga visual. Además, Montero (2015) señala que cuando el color se emplea para codificar significados, un exceso de colores puede reducir la eficacia de esta función.

La selección de colores en el diseño debe estar alineada no solo con la identidad de la marca, sino también considerar el tipo de producto y el público al que va dirigido. En el ámbito del diseño de aplicaciones, Cuello y Vittone (2013) destacan que los colores usados se conocen como “colores web”, los cuales se limitan a una paleta de 216 tonalidades que se visualizan de manera consistente en diferentes dispositivos. Además, enfatizan la importancia del color de fondo, dado que los dispositivos móviles permiten alternar entre temas claros y

oscuros. Los fondos claros son generalmente más adecuados para la lectura, mientras que los oscuros pueden hacer que elementos visuales, como fotografías y videos, resalten de manera más efectiva.

En conclusión, el uso del color en el diseño de aplicaciones va más allá de una mera elección estética; debe ser deliberado y significativo. La coherencia en la aplicación del color, alineada con la identidad visual de la app y su contexto, contribuye a una experiencia de usuario mejorada. El sistema cromático ayuda a crear jerarquía, orden visual y puntos de atracción, facilitando la comunicación efectiva de información y el entendimiento por parte del usuario.

Tipografía

En el diseño de aplicaciones móviles, la tipografía desempeña un rol fundamental no solo como medio de comunicación verbal, sino también como un recurso visual que influye en la experiencia del usuario. Según Campos (2005), la tipografía se refiere al estudio, diseño y clasificación de letras y familias tipográficas. Su objetivo principal es unificar el diseño de caracteres mediante atributos visuales uniformes, lo que permite que cumpla una doble función: transmitir el contenido textual de manera clara y presentar una estructura visual atractiva. En este sentido, los usuarios primero perciben la estructura visual antes de leer el contenido, lo que demuestra la importancia de una correcta selección tipográfica en cualquier diseño.

Cuello y Vittone (2013) destacan que la principal función de la tipografía en el diseño móvil es hacer que el texto sea claro y fácil de leer, especialmente en pantallas pequeñas y bajo condiciones de visualización cambiantes, como la luz solar directa. La legibilidad se mejora no solo a través de la elección adecuada de fuentes, sino también mediante el control del tamaño, interlineado, ancho de columna y contraste con el fondo. Este último punto, el contraste, es crucial en dispositivos móviles, ya que si el diseño y el fondo no tienen suficiente contraste, el texto puede volverse ilegible, afectando la experiencia del usuario.

John Kane (2012) enfatiza que la esencia de la tipografía radica en cómo expresa el lenguaje, y clasifica las tipografías en dos grandes grupos: las de texto y las de display. Las tipografías de texto, diseñadas para lecturas largas, son simples y limpias, mientras que las tipografías de display, usadas en titulares o frases cortas, tienden a ser más decorativas. En el

diseño para móviles, es esencial usar tipografías simples y abiertas, como las sans serif, que facilitan la lectura en pantallas pequeñas.

Cuello y Vittone (2013) también señalan que el tamaño reducido de las pantallas de dispositivos móviles exige una optimización de los elementos tipográficos. Esto incluye ajustar el interlineado y la separación entre caracteres para maximizar el área disponible sin comprometer la legibilidad. Al utilizar tipografías con formas simples y espaciados adecuados, se mejora la comprensión del texto, evitando que el usuario se canse visualmente.



Figura 2: Legibilidad de la tipografía según la pantalla.

Fuente: <https://appdesignbook.com/assets/pdf/disenando-apps-para-moviles.1.1.1.pdf>

Por lo tanto, la selección tipográfica adecuada, especialmente tipografías sans serif, es una decisión clave en el diseño de aplicaciones móviles. Estas tipografías no solo garantizan una mejor legibilidad, sino que también aseguran que el usuario pueda interactuar cómodamente con la aplicación, independientemente de la longitud del texto o las condiciones de visualización.

Elementos multimedia

Para abordar el uso de elementos multimedia en el diseño de interfaces, es importante considerar cómo estos contribuyen de manera significativa a la comunicación efectiva con los usuarios. Según Sebastián Serna y César Pardo (sin fecha), desde la aparición de las primeras interfaces gráficas en los años setenta, los elementos multimedia se han utilizado en el diseño de software con el fin de mejorar la interacción y enriquecer la experiencia del usuario. Estos elementos, que incluyen imágenes, texto, sonido y video, agregan valor semántico al contenido mostrado, es decir, proporcionan un significado claro al mensaje que la interfaz busca transmitir.

Los elementos multimedia no solo cumplen un rol estético, sino que también son fundamentales en aplicaciones móviles, especialmente en aquellas cuyo objetivo es mejorar la experiencia visual y de interacción del usuario. Las imágenes, por ejemplo, son una de las principales formas de representación visual, junto con el texto, y se utilizan en diversos contextos dentro de una aplicación, como en fondos o en contenedores de información interactiva. Fotografías e ilustraciones no solo comunican ideas, sino que también pueden evocar emociones, lo que hace que su uso sea crucial en el desarrollo de la identidad visual de la aplicación.

El uso de fotografías en una interfaz puede ser un arma de doble filo. Cuello y Vittone (2013) señalan que “si se emplean de manera descuidada o poco profesional, las imágenes pueden generar desconfianza en el usuario, dañar la percepción de la calidad del producto e incluso obstaculizar la navegación” (p. 117). Por ello, es esencial garantizar que los elementos multimedia no solo estén alineados con la identidad visual de la aplicación, sino que también sean coherentes y apropiados para el público objetivo. Esto asegura una interacción más fluida y una experiencia de usuario más gratificante.

Esta visión es particularmente relevante, ya que en el desarrollo de una app, los elementos multimedia deben ser seleccionados cuidadosamente para comunicar la propuesta de valor de manera clara y atractiva. Las imágenes, sonidos y videos que se incluyan en la interfaz deben estar en sintonía con los principios de sostenibilidad y personalización, evitando caer en la sobrecarga visual o el mal uso de los recursos.

(...) Cudley propone un checklist sencillo para determinar o evaluar la efectividad de una fotografía:

1. Legibilidad y credibilidad
2. ¿Qué mensajes comunica la foto?
3. Utilidad y eficacia (H. Montero, 2015, p.60 y 61)

Iconos

Para abordar el uso de iconos en el diseño de interfaces, es crucial entender sus características como elementos de comunicación visual. Serna y Pardo (s.f.) afirman que los iconos son esenciales en pestañas, menús de navegación y botones. Cada sistema operativo

establece tamaños estándar para los iconos, lo que garantiza una coherencia visual con otros elementos de la interfaz. Un buen icono es aquel que se adapta a diferentes escalas de tamaño, siendo igual de claro en pantallas grandes y pequeñas. Esto es especialmente importante en iconos de notificación, donde un diseño sencillo y con trazos claros es más eficaz que uno complejo y realista, ya que los detalles se pierden a menor tamaño.

De manera complementaria, Hassan Montero (2015) señala que los iconos están presentes en casi todas las interfaces gráficas de usuario, pero su uso decorativo sin un propósito claro puede aumentar la confusión y complejidad de la interfaz. Por otro lado, cuando se diseñan correctamente, mejoran significativamente la usabilidad y la comprensión del producto. Un icono verdaderamente útil es aquel que comunica su función de forma sencilla y directa, estableciendo una relación clara entre su forma gráfica y el significado que representa.

La selección cuidadosa de iconos efectivos y coherentes con el diseño de la interfaz no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también contribuye a la claridad y usabilidad de la aplicación, lo que es crucial en interfaces móviles con pantallas pequeñas.

Retícula

Para abordar el concepto de retícula en el diseño de interfaces, es esencial comprender cómo estas estructuras organizan y optimizan el diseño visual. Según Cuello y Vittone (2013), la retícula, o grilla, se define como “una estructura invisible sobre la cual se apoyan todos los elementos visuales” (p. 133). Este concepto resalta la importancia de la estructura en el diseño, donde el orden y la simplicidad no solo contribuyen a una estética atractiva, sino que también facilitan la usabilidad y la comprensión de la navegación por parte del usuario.

Gibrán García (2016) complementa esta visión al señalar que las retículas están compuestas por columnas divididas por espacios denominados "medianiles". García destaca varios beneficios de utilizar estas estructuras en el diseño: aceleran el proceso de diseño, aseguran una lectura consistente y uniforme del contenido, y proporcionan equilibrio visual. Estas características son fundamentales para lograr un diseño de interfaz ordenado y coherente.

Timothy Samara (2011) añade que cualquier diseño implica resolver problemas visuales y organizativos, y las retículas son una herramienta clave para lograrlo. Las

cuadrículas, que pueden ser flexibles y orgánicas o rígidas y mecánicas, ofrecen ventajas como claridad, eficiencia, economía y continuidad. Samara enfatiza que las retículas permiten a los diseñadores gestionar grandes cantidades de información de manera eficiente, resolviendo muchos problemas de diseño al establecer una estructura organizada.

En el contexto del diseño de interfaces para móviles, la retícula juega un papel crucial al establecer márgenes, ubicar botones y determinar la separación de la tipografía y el espacio dentro y fuera de los contenedores. Cada sistema operativo puede tener diferentes retículas y módulos, lo que implica que los diseñadores deben adaptarse a estas variaciones para asegurar una experiencia de usuario óptima (Cuello & Vittone, 2013, p. 125).

En resumen, la grilla o retícula es una herramienta esencial en el diseño de interfaces de usuario, ya que organiza los elementos visuales de manera estructurada y mejora la usabilidad. En el diseño móvil, es especialmente importante adaptar la interfaz a las distintas pantallas y sistemas operativos, garantizando una experiencia de usuario ordenada y efectiva.

Fotografía de Producto

Dentro del desarrollo de aplicaciones de moda, la fotografía de producto desempeña un rol fundamental en la construcción de la identidad visual de una marca y en la atracción de los usuarios. Esta práctica se centra en capturar imágenes de alta calidad que resalten las características más importantes de las prendas, prestando atención a detalles clave como la iluminación, el encuadre y el fondo. Cuello y Vittone (2013) subrayan que los elementos visuales, como los colores, tipografías y fondos, son esenciales para comunicar la personalidad de la marca y fortalecer su presencia en el entorno digital.

La fotografía de producto no solo tiene un objetivo estético, sino que también juega un papel crucial en establecer una conexión emocional con los usuarios, mostrándoles los productos de manera que despierten su interés y deseo. Según Montero (2015), una correcta utilización de los elementos visuales, como las imágenes, contribuye a crear una experiencia de usuario coherente, lo que ayuda a reforzar la identidad visual de la marca. Así, una estrategia de fotografía bien ejecutada no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también refuerza la presencia de la marca en las plataformas digitales. Como mencionan Cuello y Vittone (2013), la coherencia visual es esencial para generar confianza y

reconocimiento en el entorno digital, permitiendo que los valores de la marca sean transmitidos eficazmente.

Styling

El styling es un aspecto clave dentro del desarrollo de aplicaciones de moda, ya que juega un papel importante en la representación visual de las prendas y en la forma en que estas reflejan la identidad de la marca. El styling se encarga de preparar las prendas para que sus características más destacadas sean visibles, resaltando combinaciones posibles y detalles únicos. Costa (2011) afirma que “el diseño juega un papel fundamental en la formación de la identidad de una marca”, lo cual también aplica al styling, pues una correcta selección de colores, patrones y accesorios tiene el poder de mejorar la imagen de un producto, reflejando la personalidad de la marca.

El objetivo del styling es permitir que el usuario se identifique con las prendas, facilitando su conexión emocional con la marca y ayudándole a visualizar cómo estas pueden adaptarse a su propio estilo personal. Además, el styling tiene la capacidad de generar una narrativa visual que no solo muestra las características de los productos, sino también transmite los valores y la filosofía de la marca. Este aspecto es clave para crear una experiencia de compra atractiva y coherente que enganche al usuario desde el primer momento.

METODO DE DISEÑO

Para el desarrollo de este proyecto, se utilizarán los procesos de diseño descritos en **Diseño gráfico: fundamentos y prácticas** de David Dabner, Sandra Stewart, y Eric Zempol. Estos autores enfatizan la importancia de las fases estructuradas en el diseño web y aplicaciones digitales, además de abarcar definiciones generales del diseño gráfico, siempre con un enfoque hacia el entorno digital.

Dabner, Stewart y Zempol (2015) sostienen que los procesos de desarrollo web varían según el cliente y usuario final, pero que es fundamental seguir un plan bien definido para asegurar el éxito del proyecto. Este método incluye diversas técnicas y herramientas que se integran en cada etapa del proceso de diseño.

Por otra parte, también se tomarán en cuenta las metodologías de Cuello y Vittone (2010), quienes proponen un enfoque centrado en el análisis del diseño de aplicaciones móviles, lo que resulta particularmente relevante para este proyecto de desarrollo de una aplicación.

Con la combinación de estos métodos, se establecerá una estructura adecuada y eficiente para el proyecto.

DABNER, STEWART Y ZEMPOL	
PLANIFICACIÓN	<p>En la fase inicial del desarrollo del proyecto digital, se establecen las bases mediante acciones clave como:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Análisis: Evaluar requisitos y objetivos. •Recopilación de contenido: Reunir el material necesario. •Flujograma: Organizar el flujo de trabajo. •Software y recursos: Seleccionar herramientas adecuadas. •Formación: Identificar necesidades de capacitación. •Contrato: Formalizar acuerdos del proyecto.
DISEÑO	<p>En esta etapa, se define la apariencia y estructura del proyecto final a partir de la información de planificación. Los elementos clave son:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Análisis del cliente: Comprender necesidades y expectativas. •Esquema del sitio: Crear un mapa de la estructura. •Dimensiones: Definir tamaños y proporciones. •Diseño de prototipos: Elaborar maquetas visuales. •Composición final: Establecer versiones definitivas. •Documentación: Recopilar información relevante. •Contrato: Formalizar acuerdos con el cliente.
DESARROLLO	<p>En esta fase central de programación, se realiza el trabajo técnico basado en las especificaciones de diseño. Los elementos clave incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Recursos visuales: Creación y optimización de imágenes. •Programación: Escritura del código base. •Funciones adicionales: Agregar características extra. •Contenido: Incorporación de texto y multimedia. •Pruebas: Verificación del funcionamiento y corrección de errores.
LANZAMIENTO	<p>En esta etapa, se verifica el funcionamiento de cada página mediante un flujograma y se realizan pruebas en diferentes sistemas y dispositivos para asegurar su rendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cargar el proyecto en el servidor del cliente. •Realizar ajustes finales en los códigos. •Ejecutar pruebas de funcionamiento.
POST LANZAMIENTO	<p>En esta fase, el diseñador entrega la versión final del proyecto al cliente, gestionando solicitudes de última hora y cumpliendo con las obligaciones contractuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Preparación de los archivos originales. •Provisión de documentación y capacitación. •Realización de encuestas de satisfacción.

Figura 3: Metodología David Dabner, Sandra Stewart, y Eric Zempol.

Fuente: Elaboración propia (2024)

CUELLO Y VITTORE	
CONCEPTUALIZACIÓN	<p>El resultado de esta etapa es una idea de aplicación, la cual responde a una investigación preliminar y a la posterior comprobación de la viabilidad del concepto.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Ideación. •Investigación. •Formalización de la idea.
DEFINICIÓN	<p>Se describe detalladamente al usuario objetivo de la aplicación y se establecen las bases de la funcionalidad, determinando así el alcance del proyecto y la complejidad del diseño y la programación.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Definición de usuarios. •Definición funcional.
DISEÑO	<p>Se llevan a plano tangible los conceptos y definiciones, primero en forma de wireframes, y posteriormente, en forma de archivos separados y pantallas modelos, para la programación del código.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Wireframes. •Prototipos. •Test con usuarios. •Diseño visual.
DESARROLLO	<p>El diseñador da vida a los diseños creando la estructura sobre la cual se apoyará el funcionamiento de la app. Una vez que existe la versión inicial, se corrigen errores funcionales para asegurar el correcto desempeño.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Programación del código. •Corrección de bugs.
PUBLICACIÓN	<p>La app se lanza en las tiendas y se realiza un seguimiento mediante analíticas y comentarios de usuarios para evaluar su desempeño. Se corrigen errores y se planifican mejoras y actualizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Lanzamiento. •Seguimiento. •Actualización.

Figura 4: Metodología Javier Cuello y José Vittone

Fuente: Elaboración propia (2024)

Considerando las metodologías de los autores mencionados, se plantea un enfoque de diseño propio, con el fin de definir un proceso adecuado para el desarrollo de la aplicación móvil. Dicho enfoque se organizará en cuatro etapas principales.

METODO PROPIO	
Fase de Investigación I	<ul style="list-style-type: none"> •Análisis. •Recolección de Información. •Definición de Usuarios. •Establecimiento de Objetivos. •Formulación de la Idea y Definición Funcional. •Planificación y Flujograma.
Fase de Diseño II	<ul style="list-style-type: none"> •Wireframes y Mapa Esquemático. •Diseño Visual. •Guion de Contenidos y Maquetas. •Composición Final.
Fase Desarrollo III	<ul style="list-style-type: none"> •Preparación de contenido. •Producción e implementación. •Correcciones y pivotes. •Feedback de usuarios. •Prototipos y mockups. •Ajustes y pruebas.
Fase Lanzamiento IV	<ul style="list-style-type: none"> •Seguimiento y Ajustes. •Pruebas y Prototipos. •Actualizaciones y Reajustes.

Figura 5: Metodología de diseño propia

Fuente: Elaboración propia (2024)

Este último proceso se divide en 4 fases, las cuales se componen por:

Fase de Investigación I

- **Análisis:** Se estudia el problema que la aplicación resolverá, evaluando el mercado, las necesidades de los usuarios y las características del producto.
- **Recolección de Información:** A través de encuestas, entrevistas y análisis competitivo, se obtienen datos clave sobre usuarios y tendencias de mercado que guiarán el diseño.
- **Definición de Usuarios:** Se identifican los usuarios potenciales y se analizan sus necesidades y expectativas para asegurar que el diseño esté alineado con ellos.
- **Establecimiento de Objetivos:** Con la información obtenida, se fijan objetivos claros que guiarán el desarrollo de la aplicación, garantizando que cumpla con las necesidades de los usuarios y los objetivos comerciales.
- **Formulación de la Idea y Definición Funcional:** Se concreta la idea del producto, definiendo sus funcionalidades y cómo interactuará con los usuarios.
- **Planificación y Flujograma:** Se crea un flujograma que organiza el flujo y la estructura de la aplicación, facilitando el ajuste y la comprensión del diseño.

Fase de Diseño II

- **Wireframes y Mapa Esquemático:** Se crean bocetos básicos de la interfaz y se define la estructura de la aplicación, facilitando la navegación entre secciones.
- **Diseño Visual:** Se ajustan los wireframes añadiendo colores, tipografía y otros elementos clave que refuerzan la identidad de la marca y mejoran la experiencia del usuario.
- **Guion de Contenidos y Maquetas:** Se establece el contenido de cada sección y se crean maquetas detalladas que reflejan el diseño final.
- **Composición Final:** Se afinan los elementos visuales y funcionales para asegurar una experiencia de usuario consistente y fluida.

Fase Desarrollo III

- Preparación de contenido: Se organiza la información a incluir en la aplicación.
- Producción e implementación: Se desarrolla la app con prototipos y pruebas piloto para verificar su funcionamiento.
- Correcciones y pivotes: Con base en las pruebas, se realizan ajustes y cambios necesarios.
- Feedback de usuarios: Se recopilan comentarios para validar los cambios y mejorar la experiencia.
- Prototipos y mockups: Se crean versiones preliminares para ajustar la interfaz.
- Ajustes y pruebas: Pruebas continuas aseguran la detección de errores antes del lanzamiento.

Fase Lanzamiento IV

Si bien esta parte es importante, no se llevará a cabo en este proyecto debido a las limitaciones de tiempo de entrega, que no contemplan el período de lanzamiento y pruebas. En esta fase, se planificaba lanzar la aplicación en un entorno controlado para evaluar su funcionalidad, usabilidad y navegación con usuarios representativos, asegurando que cumpla con los objetivos de diseño.

- Seguimiento y Ajustes: Se recopilan datos y comentarios sobre la experiencia de los usuarios, lo que permite detectar áreas de mejora y realizar ajustes oportunos en el diseño y la estructura de la app.
- Pruebas y Prototipos: Se ejecutan pruebas continuas, desde prototipos iniciales hasta versiones finales, junto con encuestas para garantizar que la aplicación satisface las expectativas del usuario.
- Actualizaciones y Reajustes: Los problemas identificados se corrigen mediante iteraciones y ajustes, optimizando la funcionalidad y asegurando una experiencia de uso eficiente.

Antecedentes, diseño de instrumentos de investigación y recolección de datos.

En este análisis, se decidió examinar dos sitios web dedicados a la venta de ropa customizada y una aplicación móvil de venta de ropa de segunda mano, debido a la limitada disponibilidad de aplicaciones específicas para la venta de ropa customizada. Los casos de estudio fueron seleccionados por su similitud en cuanto al modelo de negocio en el ámbito de la moda y el comercio electrónico, lo que los hace relevantes para el desarrollo de la aplicación propuesta en este proyecto.

El análisis de estos sitios y la app permitirá identificar los factores que resulten útiles, así como aquellos que no lo serán, para la creación de una plataforma móvil destinada a la venta de ropa customizada. A través de este proceso, se busca optimizar la experiencia del usuario, tomando en cuenta aspectos exitosos de la reventa de ropa y adaptándolos a un contexto que resalte la personalización y exclusividad en el diseño de prendas.



Caso: Renová tu vestidor	
Caso	Esta aplicación móvil está diseñada para facilitar la compra y venta de ropa de segunda mano. Su principal objetivo es crear una plataforma donde los usuarios puedan subir prendas que ya no utilizan, venderlas o intercambiarlas, y comprar ropa de otros usuarios de forma sencilla y accesible. La aplicación permite a los usuarios gestionar su inventario, contactar con otros compradores y vendedores, y realizar transacciones de forma segura.
Reticula	La aplicación utiliza una retícula modular con un enfoque en mostrar imágenes de las prendas. Las fotos ocupan la mayor parte del espacio en la pantalla principal, con detalles clave como el precio, el tamaño y el estado de la prenda situados estratégicamente para no saturar la vista. Este diseño facilita la navegación visual por los productos disponibles.
Color	La paleta de colores combina el blanco y el negro con un toque de rojo suave, creando contraste sin perder claridad. El rojo actúa como color de acento, guiando al usuario en acciones clave como comprar o vender, mientras que el fondo blanco y los detalles en negro aportan una estética moderna y funcional, acorde con las tendencias del mercado de segunda mano. <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px; margin-top: 10px;"> #FFFFFF #000000 #E91E63 </div>
Tipografía	Se emplea una tipografía Sans Serif limpia y moderna, con dos variantes: una regular para los textos generales y una en negrita (bold) para destacar información importante, como los precios o los avisos de ofertas. Esto asegura una fácil lectura y una clara jerarquía de la información, mejorando la experiencia del usuario.
Identidad	El ícono minimalista representa una percha estilizada con forma de corazón, reforzando la conexión emocional con la renovación y reutilización de prendas. Este recurso gráfico sugiere la moda circular y sostenible, transmitiendo empatía y un enfoque positivo hacia el consumo responsable. La percha, al estar asociada con el vestuario, refuerza la relevancia del mensaje, mientras que el rojo suave aporta una estética amigable y moderna sin sobrecargar visualmente la interfaz. <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
Botones	Cada fotografía de las prendas tiene botones visibles para "me gusta", "añadir a favoritos" o "comprar". Estos botones son intuitivos y están bien distribuidos, facilitando la interacción del usuario sin confusión. La iconografía es clara y está alineada con los estándares actuales de apps de comercio electrónico, lo que hace que los usuarios se sientan familiarizados con la interfaz.
Usabilidad	Nivel Medio. La navegación es fluida y simple, pero al tener una amplia cantidad de productos y filtros, los usuarios pueden sentirse abrumados en sus primeras interacciones. Sin embargo, el sitio web ofrece tutoriales iniciales y una barra de búsqueda muy útil para filtrar productos específicos, lo que mejora la experiencia con el uso continuo. También facilita la gestión de las ventas y compras con un proceso sencillo y bien guiado.

Figura 6: Análisis caso: Renová Tu Vestidor

Fuente: Elaboración propia (2024)

Síntesis del Análisis de la aplicación Renová Tu Vestidor:

Renová Tu Vestidor es un sitio web diseñado para facilitar la compra y venta de ropa de segunda mano, promoviendo así un enfoque más sostenible en la moda. La identidad visual de la marca se refleja en un isologo que integra una percha con forma de corazón, reforzando la idea de reutilización y la conexión emocional con la moda circular. La paleta de colores, compuesta por blanco y negro como base, crea contraste y claridad visual. El uso del rojo suave como color de acento aporta un aire moderno y amigable, destacando acciones clave como “comprar” y “vender” dentro de la interfaz.

La tipografía sans serif utilizada en la aplicación favorece la legibilidad y una navegación fluida. Las variantes regulares y en negrita se emplean estratégicamente para destacar información importante, como precios y descripciones, mejorando la experiencia del usuario.

El diseño modular permite organizar las prendas de manera ordenada y atractiva, mientras que los botones de acción se colocan estratégicamente para facilitar la interactividad. Si bien la variedad de productos puede abrumar a los usuarios, la función de búsqueda ayuda a localizar prendas específicas, optimizando la usabilidad de la plataforma.

En conjunto, Renová Tu Vestidor se posiciona como una herramienta accesible y eficiente para participar en el mercado de ropa de segunda mano, alineada con los valores de consumo responsable y las tendencias actuales de moda sostenible.



Caso: Untold vintage & rework	
Caso	La tienda en línea de untold está diseñada para facilitar la compra de ropa vintage y prendas customizadas. Su objetivo es proporcionar una experiencia de compra enfocada en la moda sustentable, donde los usuarios puedan explorar una selección de ropa, ya sea piezas únicas vintage o sets rework que han sido intervenidos para darles una nueva vida. Además, promueve la moda circular al invitar a los clientes a reciclar y reutilizar.
Retícula	La tienda utiliza una retícula modular que prioriza las imágenes de los productos. Cada foto ocupa un espacio destacado en la página principal, permitiendo que los detalles más importantes como precio, descripción y opciones de talla estén visibles pero sin distraer al usuario. Este diseño limpio y organizado facilita una experiencia de navegación fluida por las colecciones de ropa disponible.
Color	La paleta de colores es minimalista y moderna, predominando los tonos neutros, con blanco y negro como base. Estos colores generan un ambiente limpio y profesional. Los elementos de acción, como botones de "comprar" o "agregar a carrito", destacan con colores contrastantes que guían intuitivamente al usuario hacia las opciones principales de interacción. <div style="text-align: center;">  </div>
Tipografía	La tipografía es moderna y elegante, utilizando una Sans Serif clara para todos los textos. Las variantes en negrita resaltan la información esencial como los precios, mientras que las descripciones y detalles se presentan con un estilo más ligero. Esta elección tipográfica asegura una lectura rápida y cómoda, favoreciendo la experiencia de compra del usuario.
Identidad	El logotipo de untold es minimalista porque usa una tipografía simple, sin adornos ni elementos extras. El diseño en blanco y negro crea un buen contraste, lo que lo hace fácil de leer y elegante. El punto al final de "untold" le da un toque de claridad y firmeza. Este estilo sencillo también refleja los valores de la marca, como la reutilización de ropa con historia y la moda sustentable. Al no tener detalles innecesarios, el mensaje de transformar prendas antiguas para darles nueva vida se transmite de forma clara y directa, destacando una estética moderna y consciente con el medio ambiente. <div style="text-align: center;">  </div>
Botones	Cada fotografía de las prendas cuenta con botones intuitivos para "comprar", "agregar a favoritos" y "compartir". Estos están claramente visibles y estratégicamente ubicados debajo de cada artículo. Los iconos son universales y familiares para los usuarios de tiendas en línea, lo que asegura una experiencia de compra intuitiva y agradable.
Usabilidad	Nivel alto. La tienda ofrece una experiencia de navegación rápida y clara, con menús desplegables que permiten a los usuarios filtrar rápidamente por categorías como "joyas", "sets rework" o "pantalones". Las imágenes grandes de los productos y la organización lógica de las opciones de compra minimizan la posibilidad de confusión y hacen que la experiencia de compra sea fluida.

Figura 7: Análisis caso: untold vintage & rework

Fuente: Elaboración propia (2024)

Síntesis del Análisis de la tienda online Untold Vintage & Rework:

Untold Vintage & Rework es una tienda en línea que busca redefinir el mercado de la moda vintage y sostenible. A través de una plataforma moderna y amigable, facilita la compra de prendas seleccionadas a mano, ya sea piezas vintage auténticas o ropa re-trabajada (rework) para darle un toque moderno. Su enfoque en la moda circular resalta el compromiso de la marca con la sostenibilidad.

La identidad visual de Untold está claramente reflejada en su logotipo simple y minimalista, que sugiere renovación y creatividad. La paleta de colores de la tienda es mayormente monocromática, utilizando tonos neutros como el blanco y negro. Estos colores aportan una atmósfera elegante y contemporánea que se alinea con las tendencias actuales del mercado de moda sustentable, mientras mantiene el enfoque en las prendas.

En cuanto a la tipografía, se emplea una Sans Serif moderna, que garantiza una experiencia de lectura clara y agradable. Las variantes en negrita se utilizan para destacar información clave, como los precios y las categorías de productos, lo que ayuda a crear una jerarquía visual que facilita la navegación.

El diseño modular de la tienda permite una visualización ordenada y atractiva de las prendas. Las imágenes son grandes y destacadas, permitiendo que los usuarios se concentren en los detalles de cada pieza. Los botones de acción, como “añadir al carrito”, “me gusta” y “compartir”, están ubicados de manera estratégica debajo de cada artículo, asegurando una experiencia de compra intuitiva.

A pesar de ofrecer una amplia variedad de productos, Untold ha logrado crear una plataforma de fácil navegación. Gracias a su barra de búsqueda y sus filtros por categorías como “joyitas”, “pantalones” o “sets rework”, los usuarios pueden encontrar de manera rápida y eficiente las prendas que desean. Aunque la cantidad de productos puede parecer abrumadora en una primera visita, la tienda está diseñada para ofrecer una experiencia de usuario optimizada con un flujo de compra sencillo y claro.



Caso: WHY NOT	
Caso	Esta aplicación móvil está diseñada para facilitar la compra y venta de ropa exclusiva y de tendencia en una tienda online como Why Not. Su principal objetivo es ofrecer una plataforma de fácil acceso, donde los usuarios puedan navegar y adquirir prendas de diseño de edición limitada. La app también permite gestionar listas de deseos, recibir notificaciones sobre nuevos lanzamientos y disfrutar de promociones exclusivas.
Retícula	El sitio web de Why Not emplea una retícula modular que prioriza la visualización de las prendas, similar al enfoque de un catálogo digital de moda. Las imágenes de alta calidad ocupan la mayor parte del espacio, destacando los detalles de cada prenda, como el diseño exclusivo. Debajo de las fotos, se incluyen elementos clave como el precio y el nombre del producto, permitiendo una rápida identificación sin saturar la interfaz. Esto asegura que la experiencia visual sea clara y centrada en el producto, facilitando la navegación y selección por parte del usuario.
Color	La paleta de colores de Why Not es audaz y moderna, reflejando la naturaleza vanguardista de la marca. Se utilizan colores contrastantes, como negro y blanco, que refuerzan la identidad del streetwear y las colecciones exclusivas. <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 5px;">#FFFFFF</div> <div style="background-color: black; border-radius: 50%; padding: 5px; color: white;">#000000</div> </div>
Tipografía	El sitio web utiliza una tipografía Sans Serif moderna, con un enfoque en la claridad y la jerarquía visual. Los nombres de los productos y los precios están en negrita, lo que facilita que los usuarios identifiquen rápidamente los detalles importantes. Para los textos secundarios, se utiliza una variante más ligera de la tipografía, que equilibra la estética sin comprometer la legibilidad, especialmente en pantallas pequeñas.
Identidad	El logotipo de Why Not es minimalista porque usa solo los elementos necesarios. Combina letras gruesas y colores blanco y negro para que se vea claro y elegante. La línea que rompe el círculo le da movimiento y hace que se sienta llamativo, mostrando la personalidad audaz y exclusiva de la marca, en línea con el estilo streetwear. <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>
Botones	Cada fotografía de las prendas incluye botones de interacción directa, como "comprar", "añadir a favoritos" y "compartir". Estos botones están claramente posicionados debajo de las imágenes del producto, con iconos intuitivos que siguen los estándares de diseño de apps de comercio electrónico. El uso de iconografía clara facilita la navegación, permitiendo a los usuarios interactuar sin complicaciones.
Usabilidad	Nivel alto. La aplicación es intuitiva y fácil de usar, incluso para nuevos usuarios. Aunque presenta un catálogo extenso de productos exclusivos, la barra de búsqueda avanzada y los filtros permiten a los usuarios personalizar su experiencia de compra. Además, se ofrecen notificaciones sobre nuevos lanzamientos y colecciones limitadas, lo que crea un sentido de urgencia y exclusividad en la plataforma.

Figura 8: Análisis caso: WHY NOT

Fuente: Elaboración propia (2024)

Síntesis del Análisis de la tienda online WHY NOT:

Why Not es una tienda online de moda streetwear que proyecta exclusividad y modernidad, orientada a un público joven y urbano. Su identidad visual se refuerza con un logotipo minimalista que transmite audacia y dinamismo, alineándose con el estilo contemporáneo de la marca. La paleta monocromática en blanco y negro crea un ambiente energético y urbano, potenciando la imagen de alta moda.

El diseño de la plataforma es claro y funcional: utiliza tipografía sans serif para asegurar legibilidad, destacando información clave como nombres de productos y precios. La estructura modular y organizada del catálogo resalta los detalles de las prendas y facilita la navegación intuitiva. Además, los botones de acción estratégicamente colocados mejoran la experiencia del usuario, haciendo que comprar o guardar productos sea sencillo y rápido.

A pesar de su enfoque en productos exclusivos, la tienda mantiene un acceso amigable para todos los usuarios gracias a filtros eficaces y una barra de búsqueda precisa. Todo el diseño, desde la navegación hasta la estética, está orientado a ofrecer una experiencia fluida, atractiva y coherente con los valores de la marca.

Conclusión

A pesar de las diferencias evidentes, los tres análisis de tiendas y plataformas online comparten varias similitudes. En primer lugar, todas siguen el enfoque estético del minimalismo y diseño moderno, utilizando una paleta monocromática de blanco y negro que genera una sensación de exclusividad y modernidad. Además, emplean tipografía sans serif para asegurar una navegación clara y fácil, y un diseño modular que organiza los productos, mejorando así la experiencia del usuario. Los botones de acción, estratégicamente ubicados, simplifican y facilitan el proceso de compra.

Sin embargo, los enfoques de estas plataformas varían en cuanto a su audiencia y propósito. Why Not se dirige a un público joven y urbano con una propuesta de moda exclusiva y de alta gama. Por otro lado, Untold Vintage & Rework y Renová Tu Vestidor comparten un enfoque de sostenibilidad. Untold se centra en la moda circular, mientras que Renová Tu Vestidor se especializa en la compra y venta de ropa usada. Estas diferencias de enfoque también se reflejan en la identidad visual de cada plataforma.

En resumen, aunque las plataformas varían en su enfoque, todas están diseñadas de acuerdo con las necesidades y valores de su audiencia objetivo, priorizando tanto el diseño como la funcionalidad.

PROGRAMA DE DISEÑO

En esta etapa se analizarán los condicionantes, requerimientos y premisas extraídos de los objetivos específicos del proyecto.

Objetivo Específicos

- Identificar los elementos esenciales de diseño y usabilidad que aseguren una experiencia fluida y visualmente atractiva en la aplicación, incentivando a los usuarios a adoptar prácticas sostenibles de manera natural y efectiva.
- Definir las herramientas visuales de la aplicación para comunicar los productos, destacando imágenes de alta calidad que resalten los materiales sostenibles y un estilismo acorde al proyecto, permitiendo que el usuario se identifique emocionalmente con las prendas y visualice cómo se adaptan a su estilo.
- Desarrollar un foro o chat virtual dentro de la aplicación para fomentar una comunidad en la que los usuarios puedan compartir conocimientos, recibir asesoramiento y aprender sobre moda sostenible y customización de prendas desde sus hogares.

CONDICIONANTES	REQUERIMIENTOS	PREMISAS
<p>Aplicación móvil.</p> <p>Identidad de la app.</p>	<p>Usuario. Usabilidad. Arquitectura de la Información. Retícula.</p> <p>Identidad Visual. (tipografía y color) Iconos.</p>	<p>Usuario. Usabilidad. Arquitectura de la Información. Retícula.</p> <p>Identidad Visual. (tipografía, color, identidad) Iconos.</p>
<p>Aplicación móvil.</p>	<p>Usuario:</p> <p>En el desarrollo de aplicaciones, el Diseño Centrado en el Usuario (DCU) se convierte en un enfoque clave para crear experiencias funcionales y emocionales satisfactorias. Según Yusef Hassan Montero (2015), el DCU es un proceso iterativo que coloca al usuario en el centro, adaptando el diseño según sus necesidades mediante pruebas y mejoras continuas. De manera similar, Cuello y Vittone (2013) destacan que la simplicidad, consistencia y navegación intuitiva son esenciales para garantizar una interacción fluida y evitar confusiones. Comprender al usuario más allá de sus datos demográficos permite diseñar una aplicación que responda a sus motivaciones y habilidades, asegurando una experiencia coherente y atractiva.</p>	<p>Usuario:</p> <p>La app estará dirigida a personas interesadas en la moda personalizada y única, que buscan prendas hechas por emprendedores y, además, se preocupan por el reciclaje y la reducción del desperdicio textil. El usuario ideal valora el consumo consciente y tiene afinidad con iniciativas que promuevan la sostenibilidad y la reutilización de materiales.</p> <p>Este público estará compuesto por jóvenes y adultos familiarizados con las compras en línea, interesados en explorar estilos originales y apoyar pequeños negocios. La plataforma ofrecerá una experiencia intuitiva y accesible, adecuada para usuarios con diferentes niveles de habilidad tecnológica, garantizando una navegación fluida para todos.</p>
	<p>Usabilidad:</p> <p>La usabilidad en aplicaciones móviles es clave para asegurar una interacción fácil y eficiente. Montero (2015) explica que un producto es usable si su utilidad justifica el esfuerzo del usuario, adaptándose a sus necesidades. Granollers, Saltiveri, Vida y Cañas (2005) destacan que la usabilidad combina funcionalidad y facilidad de uso, enfocándose en que los usuarios realicen tareas rápidamente sin complicaciones técnicas.</p>	<p>Usabilidad:</p> <p>La usabilidad de la app para la venta de ropa customizada debe asegurar que los usuarios puedan navegar fácilmente y completar sus tareas sin complicaciones. La interfaz debe ser intuitiva, permitiendo buscar prendas, explorar colecciones de emprendedores y realizar compras de forma rápida. Es fundamental que la funcionalidad sea clara y eficiente, evitando pasos innecesarios y facilitando una experiencia de uso fluida que garantice la satisfacción del usuario.</p>
	<p>Arquitectura de la Información:</p> <p>La arquitectura de la información es fundamental en el diseño de aplicaciones móviles, ya que organiza la estructura de contenidos para facilitar la navegación y la comprensión del usuario (Montero, 2015).</p>	<p>Arquitectura de la Información:</p> <p>La arquitectura de la información de la app estará organizada de manera jerárquica para facilitar la navegación y asegurar una experiencia fluida. La app contará con cuatro secciones principales: Inicio: Muestra las prendas más recientes y colecciones destacadas.</p>

Figura 9: Programa de diseño 1

Fuente: Elaboración propia (2024)

<p>Aplicación móvil.</p>	<p>Según Cuello y Vittone (2013), el diseño comienza con la definición del "viaje del usuario", lo que implica identificar sus necesidades y cómo interactuarán con la aplicación. Una herramienta útil para planificar la arquitectura es el uso de esquemas visuales, que representan las pantallas como rectángulos conectados, mostrando las transiciones entre ellas. Esto permite visualizar claramente la navegación, garantizando una experiencia intuitiva y eficiente. Priorizar la usabilidad sobre la estética asegura que los usuarios puedan encontrar lo que buscan sin dificultades, optimizando así su experiencia en la aplicación.</p>	<p>Categorías: Facilita la búsqueda mediante filtros por tipo de género, color, talla y las diferentes colecciones de los emprendedores.</p> <p>Perfil: Permite gestionar la cuenta y acceder a un foro para interactuar con emprendedores, resolver dudas y aprender sobre la creación y customización de prendas. Fomenta que los usuarios apliquen estas ideas en casa, promoviendo la renovación y reciclaje de ropa.</p>
	<p>Reticula:</p> <p>La retícula es una herramienta clave en el diseño de interfaces, ya que organiza los elementos visuales de manera coherente. Según Cuello y Vittone (2013), se define como "una estructura invisible sobre la cual se apoyan todos los elementos visuales" (p. 133), lo que mejora la usabilidad y facilita la navegación del usuario. Gibrán García (2016) destaca que las retículas, compuestas por columnas y espacios, aceleran el proceso de diseño y aseguran una lectura equilibrada. En el diseño móvil, la retícula es crucial para establecer márgenes, ubicar botones y manejar la tipografía, garantizando una experiencia de usuario clara y efectiva.</p>	<p>Reticula:</p> <p>Para la aplicación móvil se empleará una retícula modular debido a que es la estructura reticular más versátil y compleja en términos de composición. Esta retícula facilita la organización de la información, tanto visual como textual, y sobresale por su flexibilidad y adaptabilidad.</p>
<p>Identidad de la app.</p>	<p>Identidad Visual:</p> <p>La identidad visual de una marca es esencial para diferenciarla en el mercado, abarcando todos los elementos gráficos y comunicativos que reflejan su esencia. Según Argüello (s.f.), esta identidad es clave en la estrategia de comunicación de una empresa y debe ser coherente en todas las plataformas.</p> <p>Joan Costa (2011) destaca que el diseño juega un papel crucial en la formación de la identidad de la marca. En las aplicaciones móviles, elementos como colores y tipografías son vitales para transmitir la personalidad de la marca.</p>	<p>Identidad Visual:</p> <p>La identidad visual de Reusar, será clave para que los usuarios la reconozcan fácilmente. El nombre combina las ideas de renovación y moda vintage, resaltando su compromiso con la sostenibilidad y la personalización.</p> <p>El isotipo incluirá un alfiler de gancho como símbolo principal, representando cambio, creatividad y reutilización. La interfaz tendrá un diseño simple y ordenado, con gráficos claros y colores llamativos que hagan más fácil la navegación.</p>

Figura 10: Programa de diseño 2

Fuente: Elaboración propia (2024)

<p>Identidad de la app.</p>	<p>y fortalecer su presencia digital. Cuello y Vittone (2013) subrayan que estos aspectos no solo mejoran la experiencia del usuario, sino que también refuerzan la conexión emocional con la marca, asegurando que el diseño esté alineado con su misión y visión.</p>	<p>De esta manera, la app ofrecerá una experiencia intuitiva y atractiva, conectando a emprendedores y consumidores en un espacio accesible y enfocado en el consumo responsable.</p>
	<p>Tipografía:</p> <p>En el diseño de aplicaciones móviles, la tipografía es esencial tanto para facilitar la lectura como para mejorar la experiencia visual del usuario. Cuello y Vittone (2013) destacan que la claridad del texto es crucial, especialmente en pantallas pequeñas, donde el contraste entre el texto y el fondo juega un papel determinante para asegurar la legibilidad. El uso de tipografías sans serif es preferido en este contexto, ya que sus formas simples y abiertas facilitan la lectura. Además, ajustar el tamaño, interlineado y espaciado entre caracteres ayuda a optimizar el uso del espacio sin comprometer la comprensión del contenido, mejorando así la navegación y la experiencia del usuario.</p>	<p>Tipografía:</p> <p>Para la app, se utilizará una tipografía sans-serif con el objetivo de lograr una estética simple y elegante, que no cansé la vista y se mantenga atractiva. Este tipo de letra permitirá una lectura cómoda y fluida, facilitando la navegación en la plataforma. La elección busca mantener una coherencia visual en toda la aplicación, asegurando que los textos se vean limpios y claros en cualquier pantalla. La sencillez de la tipografía también refuerza la estética moderna de la app, alineada con su propósito de ofrecer una experiencia amigable y visualmente agradable.</p>
	<p>Color:</p> <p>El color desempeña un papel fundamental en el diseño de aplicaciones móviles, influyendo tanto en la estética como en la funcionalidad de la interfaz. Según Cuello y Vittone (2013), limitar el número de colores a cinco ayuda a evitar la sobrecarga visual y facilita la navegación. Montero (2015) advierte que el uso excesivo de colores puede complicar la codificación de significados, afectando la comprensión del usuario.</p> <p>Además, el color debe alinearse con la identidad de la marca y las necesidades del usuario, creando jerarquías visuales y puntos de atención. Un sistema cromático coherente no solo organiza la información de manera clara, sino que también mejora la experiencia del usuario, facilitando una navegación fluida y atractiva.</p>	<p>Color:</p> <p>La paleta de colores de la app se basará en tonos neutros, como el blanco y el negro, para transmitir simplicidad, elegancia y claridad. Sin embargo, se destacará mucho el color azul en distintas tonalidades como el color índigo, que aportarán identidad y carácter a la aplicación.</p> <p>El índigo es un azul profundo y vibrante, conocido también como añil, históricamente asociado a la ropa y tejidos, especialmente en tintes antiguos como los de los egipcios. Además de su uso en la moda, el índigo simboliza creatividad, justicia y sabiduría. Elegir este color refuerza la conexión de la app con lo nuevo y lo viejo, alineándose con el propósito de dar nueva vida a prendas customizadas.</p>
	<p>Íconos:</p> <p>Los iconos son elementos clave en el diseño de interfaces, ya que facilitan la navegación y la comprensión de la aplicación.</p>	<p>Íconos:</p> <p>El ícono principal de Reusar, será un alfiler de gancho, elegido para transmitir creatividad, transformación y reutilización.</p>

Figura 11: Programa de diseño 3

Fuente: Elaboración propia (2024)

	<p>Serna y Pardo (s.f.) destacan que su uso en pestañas, menús y botones garantiza coherencia visual y mejora la experiencia del usuario. Además, un buen icono debe ser claro y funcional tanto en pantallas grandes como pequeñas, especialmente en notificaciones, donde los diseños simples son más efectivos que los complejos.</p> <p>Hassan Montero (2015) advierte que el uso decorativo sin propósito claro puede generar confusión. Sin embargo, cuando los iconos se diseñan adecuadamente, optimizan la usabilidad al comunicar su función de forma directa y fácil de interpretar, contribuyendo a una interfaz más clara y eficiente.</p>	<p>Este símbolo representará la esencia de la app: dar nueva vida a prendas únicas mediante la personalización.</p> <p>Como primera impresión para los usuarios, el alfiler será un elemento clave de la identidad visual, permitiendo que la app se distinga de manera clara y sencilla. Además, formará parte de un sistema iconográfico coherente, donde cada elemento estará diseñado para ser funcional y fácil de entender, facilitando la navegación y mejorando la experiencia del usuario.</p>
--	---	---

Figura 12: Programa de diseño 4

Fuente: Elaboración propia (2024)

CONCEPTO GRÁFICO

La aplicación de venta de ropa customizada tiene como objetivo conectar a emprendedores que crean prendas únicas con personas interesadas en la moda sostenible. A través de esta plataforma, los usuarios podrán explorar una amplia variedad de piezas originales, comunicarse fácilmente con los emprendedores y disfrutar de un intercambio que promueve el reciclaje y la reutilización de ropa.

La aplicación abarcará diversos materiales sustentables, organizados en tres fases: tejidos, telas y telas duras impermeables. Aunque se trabajará con una variedad de opciones, se dará especial énfasis al jean, un material duradero y versátil que permitirá destacar su amplio espectro de colores y las múltiples posibilidades de customización. La elección del jean responde a su alta demanda en la industria textil, siendo uno de los materiales más contaminantes debido al agua que se utiliza en su producción. A través de esta plataforma, se busca promover el uso de este material de manera responsable, transformando prendas tradicionales en opciones únicas, sostenibles y conscientes con el medio ambiente.

Los usuarios podrán descubrir colecciones de diferentes emprendedores, brindando acceso a una oferta diversa y apoyando a pequeños negocios. La aplicación contará con cuatro secciones principales: Inicio, con las últimas tendencias y promociones; Catálogo por Emprendedores, para explorar las colecciones y perfiles de cada vendedor; Categorías, para facilitar la búsqueda por tipo de prenda y color; y Perfil, donde los usuarios podrán gestionar su cuenta y consultar su historial de compras.

La usabilidad será clave, con una interfaz sencilla y moderna que garantice una navegación intuitiva y fluida. La paleta de colores será neutra, con un toque de color que refuerce la identidad visual de la marca. Este enfoque no solo busca satisfacer las necesidades de quienes buscan moda única, sino también crear un vínculo emocional entre emprendedores y compradores, enfocándose en la creatividad, la sostenibilidad y el consumo responsable.

En resumen, la aplicación de venta de ropa customizada busca ofrecer una experiencia integral que conecte emprendedores y consumidores, promoviendo un negocio que respete el medio ambiente y celebre la individualidad en la moda.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

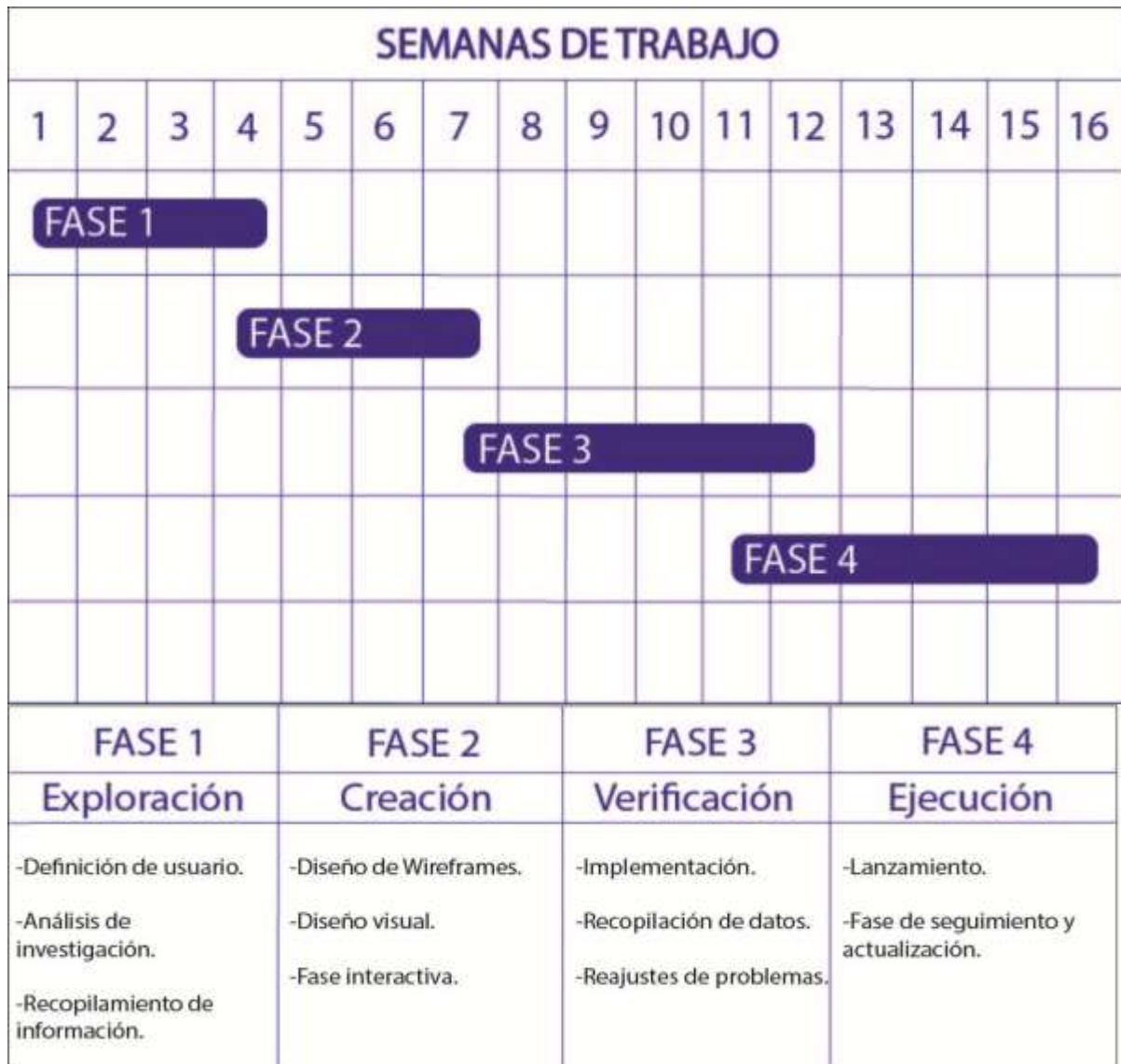


Figura 13: Cronograma de trabajo

Fuente: Elaboración propia (2024)

Naming

Para la búsqueda del nombre de la aplicación, se realizó una lluvia de ideas donde se exploraron conceptos clave relacionados con la moda, la sostenibilidad y la personalización. Se consideró términos como “customizar”, “denim”, “azul”, “moda”, “sostenible” y “único”. También se pensó en la importancia de la conexión entre lo nuevo y lo viejo, buscando nombres que evocaran la idea de dar una segunda vida a las prendas.

Durante el proceso, se evaluaron varias palabras y frases, y también se buscó información en el universo del denim, un material que representa tanto la modernidad como la durabilidad. Aunque se consideraron algunas opciones en inglés, se llegó a la conclusión de que los nombres en español podrían resonar mejor con el público objetivo, asegurando una mayor conexión emocional.

Finalmente, después de analizar diversas alternativas, surgieron propuestas que combinan estos elementos y transmiten la esencia de la app. Algunas de las opciones que se están considerando son:

- EstiloLibre
- Customia
- Modarte
- ÚnicoTú
- Indigowear
- Denimade
- Indiglow
- BlueVibe
- Bleuvia
- RenuevaDenim
- AzulVivo

- ReflejaModa
- Renacimiento
- Modazul
- NuevoUsar
- reVintage.
- ReUsa.
- ReUsar
- CreaWear

Búsqueda morfológica



Se inspiró en esta paleta cromática debido a las diversas tonalidades presentes en materiales versátiles y atemporales, como el denim, desde los tonos oscuros y profundos hasta los claros y desgastados. Cada color representa una fase en la evolución de estos materiales, evocando su versatilidad y capacidad de adaptación. Desde el azul intenso y el gris hasta los matices más suaves, sugieren desgaste y uso prolongado. Esta selección busca transmitir la esencia atemporal y reciclable de los materiales, alineándose con la identidad visual de la aplicación, que está enfocada en moda personalizada y sostenible.



El isotipo de la aplicación está inspirado en los alfileres de gancho, seleccionados por su simbolismo de unión, seguridad y adaptabilidad. Estos elementos representan la conexión de piezas distintas de forma funcional, alineándose con la esencia de la app, que integra personalización y sostenibilidad en la moda. Su diseño sencillo y versátil aporta, además, un toque moderno que refleja los valores de la marca.

Figura 15: Búsqueda Morfológica.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Búsqueda cromática

Se eligió esta paleta de colores inspirándose en la variedad de tonos que se encuentran en los jeans, desde los azules más oscuros hasta los tonos claros y desgastados, así como los colores neutros que complementan bien esta gama. Esta decisión busca no solo aportar autenticidad y familiaridad para los usuarios, sino también crear una conexión visual con la temática de la aplicación, evocando la textura y estética del jean.

Los tonos oscuros en la paleta representan los jeans en sus tonalidades más profundas, mientras que los grises y azules claros evocan las variantes de jeans desgastado o aclarado. Esta elección refuerza la identidad visual de la aplicación y le proporciona una coherencia estilística que resalta el enfoque en moda y personalización dentro de la experiencia del usuario.



Figura 16: Variables cromáticas

Fuente: Elaboración propia (2024)

Búsqueda tipográfica

A lo largo de este proceso, se realizó una detallada investigación de fuentes tipográficas que reflejan y fortalecen la esencia de la marca.

RE
USAR.

HELVETICA

RE
USAR.

ARIAL

RE
USAR.

OPEN SANS

RE
USAR.

MONTSERRAT

Helvetica

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@</p></div>

24 pt. Helvetica
24 pt. Helvetica
24 pt. Helvetica
24 pt. Helvetica

36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica

36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica
36 pt. Helvetica

Open Sans

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@</p></div>

24 pt. Open Sans
24 pt. Open Sans
24 pt. Open Sans
24 pt. Open Sans

36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans

36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans
36 pt. Open Sans

Arial

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@
Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.:;@</p></div>

24 pt. Arial
24 pt. Arial
24 pt. Arial
24 pt. Arial

36 pt. Arial
36 pt. Arial
36 pt. Arial
36 pt. Arial

36 pt. Arial
36 pt. Arial
36 pt. Arial
36 pt. Arial

Figura 17: Búsqueda tipográfica.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Arquitectura de la información

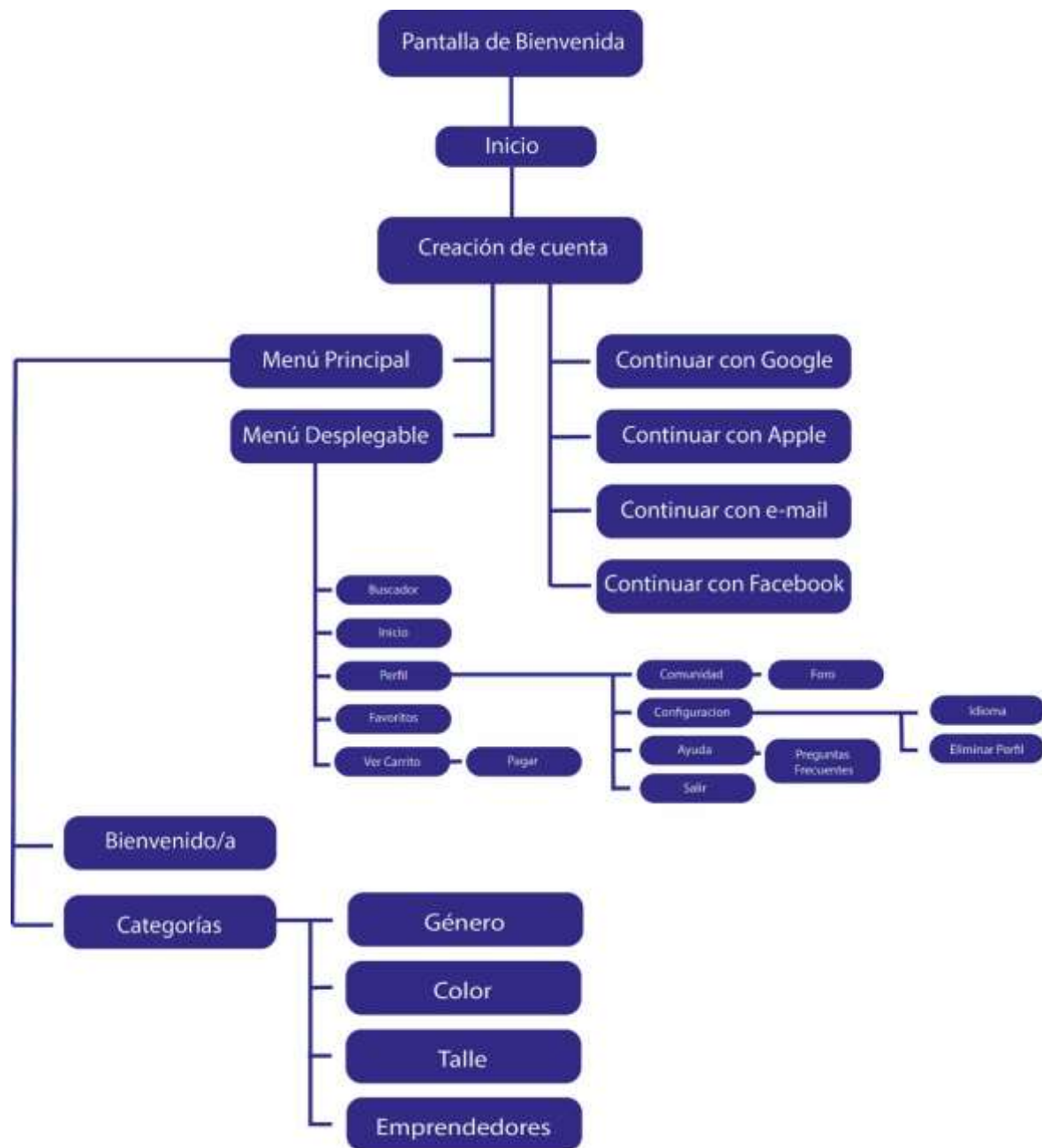


Figura 18: Arquitectura de la información.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Bocetaje de identidad

Estos bocetos de logo buscan transmitir una identidad visual simple y moderna que refleje la idea de reutilización. Para ello, se seleccionó la tipografía Helvetica Bold, modificando sus terminaciones para hacerlas más redondeadas y amigables. Además, se incorporaron elementos simbólicos: un alfiler de gancho que forma algunas letras, como la “S” y la “A”, y una “E” estilizada como flecha, reforzando el concepto de reciclaje y sustentabilidad en el diseño.



Figura 19: Primeros Bocetos.

Fuente: Elaboración propia (2024)

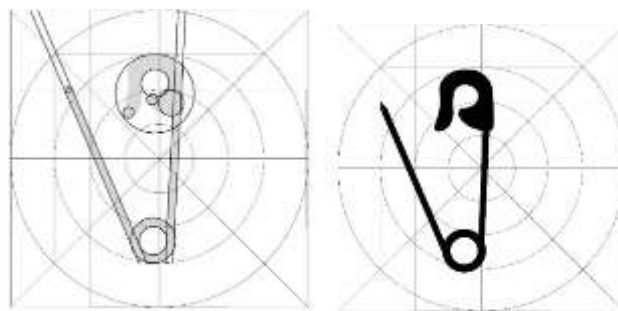


Figura 20: Segundos Bocetos.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Íconos

Los íconos fueron diseñados desde cero, empleando una grilla para asegurar proporción y coherencia visual. Se redondearon las puntas de las esquinas para aportar uniformidad y alinearse con el estilo general de la aplicación. Estos íconos representan las funciones principales del menú desplegable, como búsqueda, perfil, inicio y carrito de compras, combinando claridad visual y funcionalidad intuitiva.

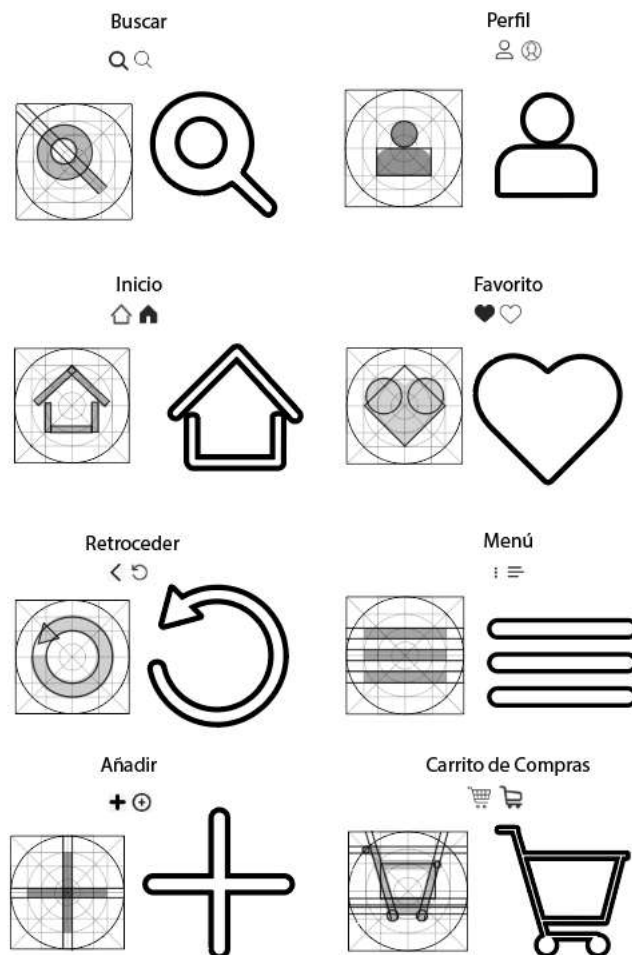


Figura 21: Íconos.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Combinación de variables

Aquí podemos ver distintas versiones del logo “REUSAR” sobre varios colores de fondo con el fin de evaluar la legibilidad y el impacto visual. Los fondos oscuros, como el negro y el azul profundo, generan un alto contraste con el blanco del texto, mejorando la visibilidad y destacando el logo. En cambio, los tonos claros ofrecen un aspecto más suave, aunque podrían reducir la visibilidad de algunos elementos, como el alfiler de gancho.

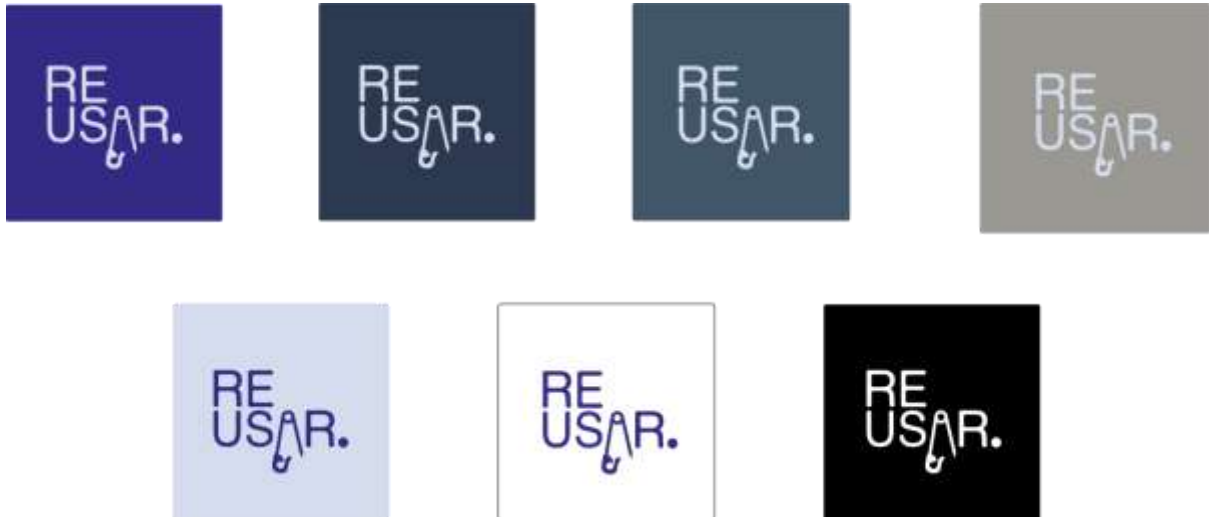


Figura 22: Combinación de variables cromáticas.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Bocetaje de retícula

El diseño de la aplicación móvil se realizará utilizando una retícula modular adaptada a las dimensiones de un iPhone 14, cuyas medidas son 390 x 844 píxeles. La retícula estará compuesta por 6 columnas y 8 filas, con un medianil de 40 píxeles tanto en las filas como en las columnas. Esta estructura permitirá una distribución organizada y jerarquizada del contenido en la pantalla, optimizando la experiencia del usuario.

AREA 24 PIXELES

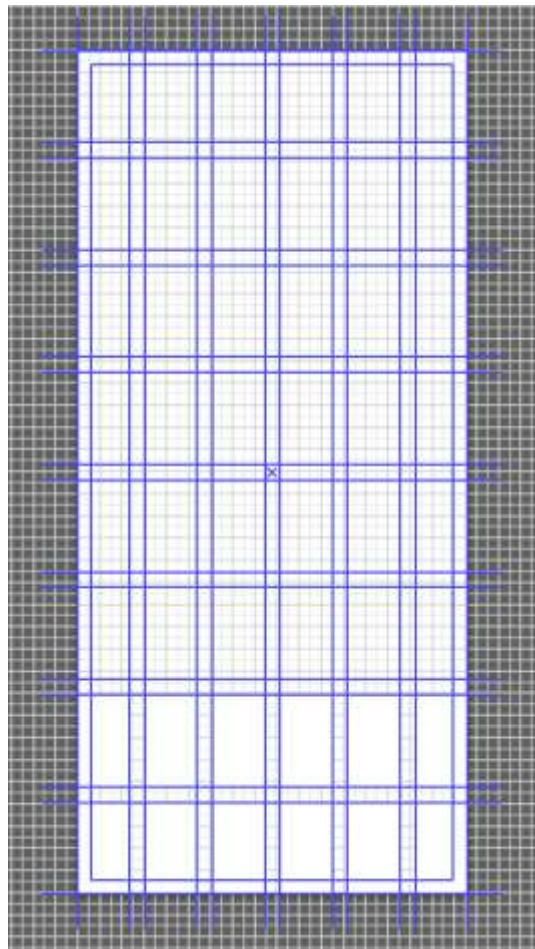
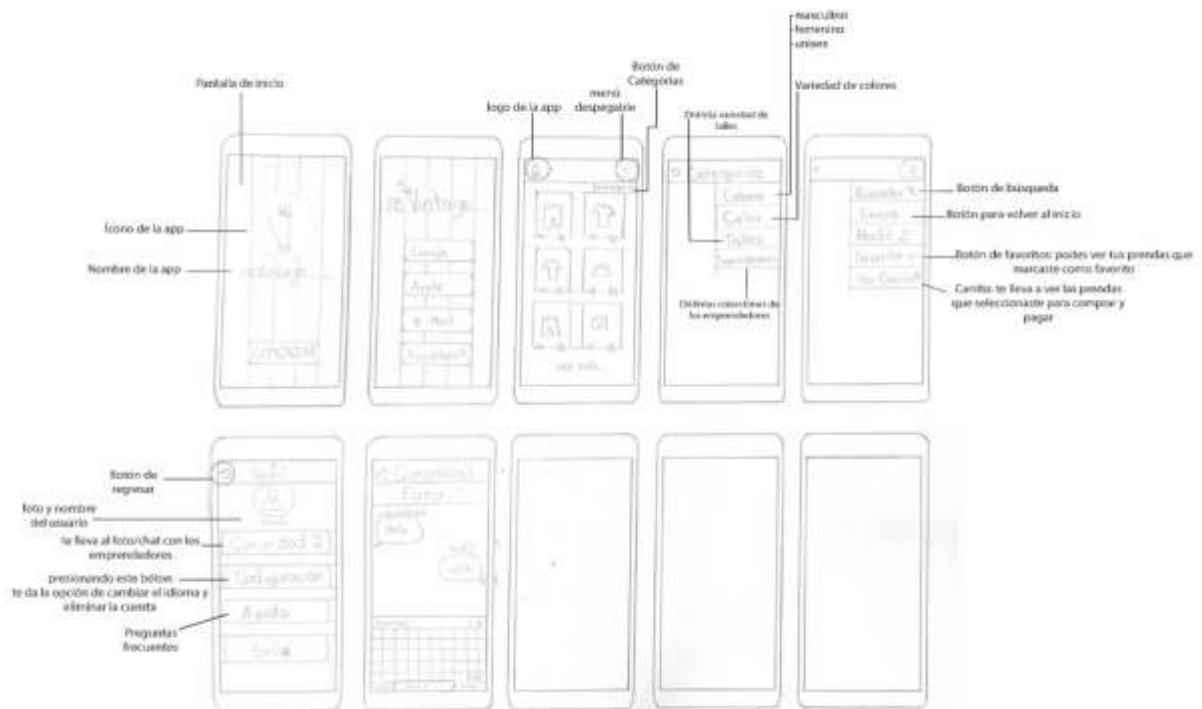
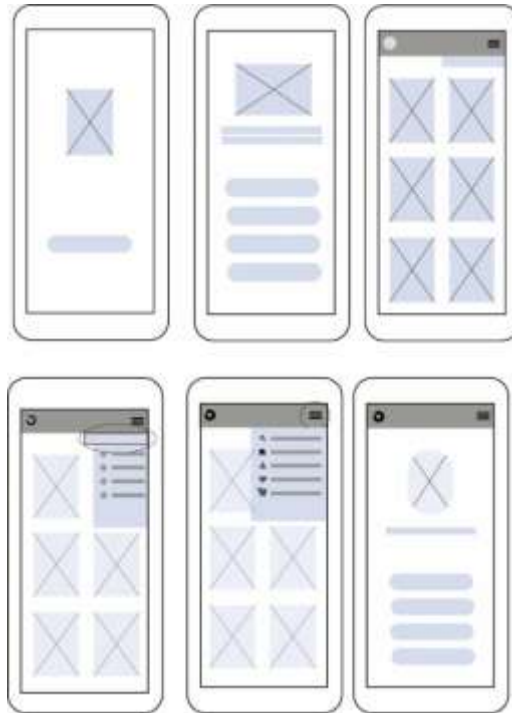


Figura 21: Retícula

Fuente: Elaboración propia (2023)

Boceto de interfaz



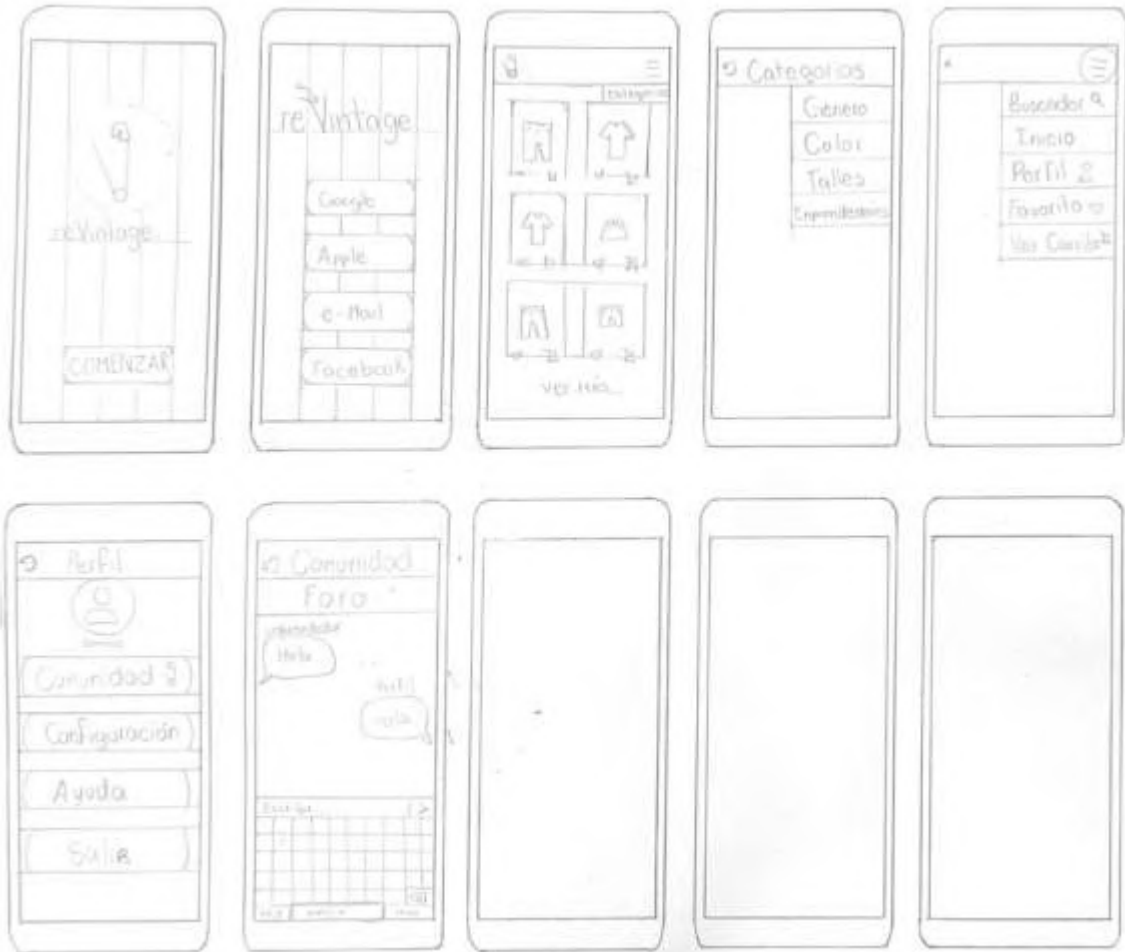


Figura 25: Boceto de interfaz.

Fuente: Elaboración propia (2024)

PRIMERA PROPUESTA DE DISEÑO

Definición técnica

La creación de la aplicación ReUsar surgió como respuesta al creciente problema del desperdicio textil en el mundo. Muchas personas optan por comprar ropa nueva como una solución rápida, aun cuando poseen prendas en buen estado en casa. Esta ropa, en muchos casos, ya no encaja con su estilo actual o no les gusta como antes, lo que lleva a desecharla y, en consecuencia, impacta negativamente en el medio ambiente. Para abordar este problema, se ideó una aplicación móvil que combina elementos gráficos y diversos estilos de moda, donde distintos emprendedores pueden exhibir sus piezas únicas y customizadas. ReUsar está diseñada para captar la atención de los usuarios y fomentar el cuidado del medio ambiente a través de la moda sostenible.

El diseño de la aplicación se adaptó cuidadosamente a las necesidades del usuario, priorizando una usabilidad óptima y ofreciendo una experiencia positiva. La interfaz se desarrolló de manera sencilla y accesible para que los usuarios puedan navegar fácilmente por las prendas. Además, se creó una identidad visual atractiva que busca llamar la atención de los usuarios y sensibilizarlos sobre el desperdicio textil.

En el Isotipo e Imagotipo de la marca, se destaca el uso de un alfiler de gancho que representa la “A” en “usar”. Este elemento visual aporta simplicidad y versatilidad, integrándose naturalmente en el diseño sin comprometer la legibilidad. La elección del alfiler refuerza la idea de reutilizar las prendas, recordando a los usuarios que cada pieza tiene valor y potencial para ser aprovechada nuevamente. Con esta solución de diseño simple y efectiva, se busca inspirar a los usuarios a ser más conscientes del impacto de sus decisiones de consumo y a contribuir al cuidado del medio ambiente.



Figura 26: Isotipo, Imagotipo.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Retícula constructiva

Para la pauta constructiva, se utilizó una cuadrícula que permitió posicionar tanto el imagotipo como el isotipo de manera proporcional. Se definió una medida base de X equivalente a 1 cm, adaptando la cantidad de X según las necesidades de cada elemento. Este método facilitó el cálculo preciso de las dimensiones y la relación espacial entre ambos, asegurando equilibrio y consistencia en el diseño. La retícula constructiva también sirvió para dividir el logotipo en X iguales, logrando un mayor equilibrio visual. Cada carácter fue diseñado con una medida uniforme de 2X y media, mientras que el interlineado entre palabra y palabra se definió con una separación de 1X. Tomando la X como referencia, se logró equilibrar todos los elementos del diseño, garantizando una proporción coherente y armónica.

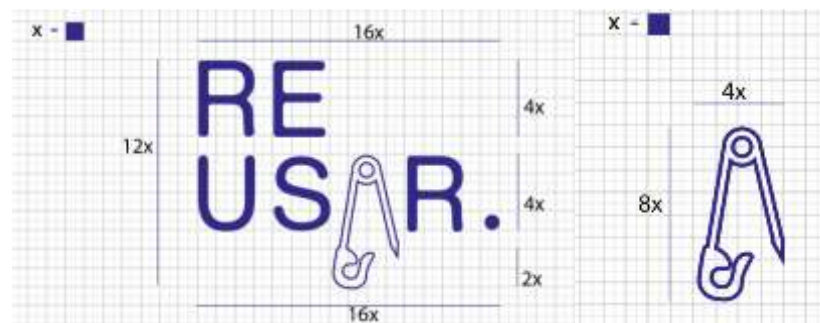


Figura 27: Retícula constructiva.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Área de respeto

A continuación, se presenta el área de respeto, un espacio destinado a proteger tanto el isotipo como el imagotipo de posibles elementos que puedan interferir visualmente con ellos. El área de protección se determinó utilizando como referencia el ancho de la letra "R" de la palabra "Usar," que corresponde a 164 píxeles. Este margen asegura que los elementos mantengan su claridad y legibilidad en cualquier contexto.

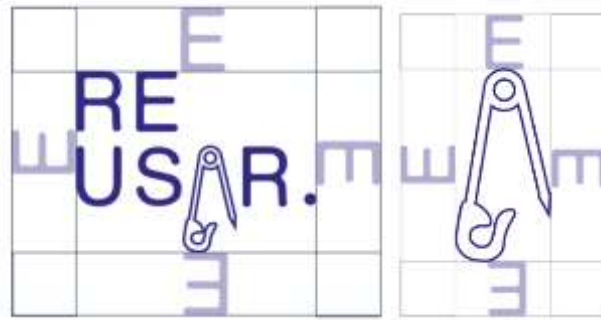


Figura 28: Área de respeto.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Reducción mínima permitida

En esta sección se presenta la reducción mínima recomendada para garantizar la legibilidad de los elementos gráficos. Para la versión horizontal del imagotipo, el tamaño mínimo de reproducción en formato digital es de 25 píxeles de ancho. Por debajo de este tamaño, se recomienda utilizar únicamente el isotipo, cuya reducción mínima permitida es de 15 píxeles de ancho, asegurando que se mantengan sus detalles esenciales y claridad visual.

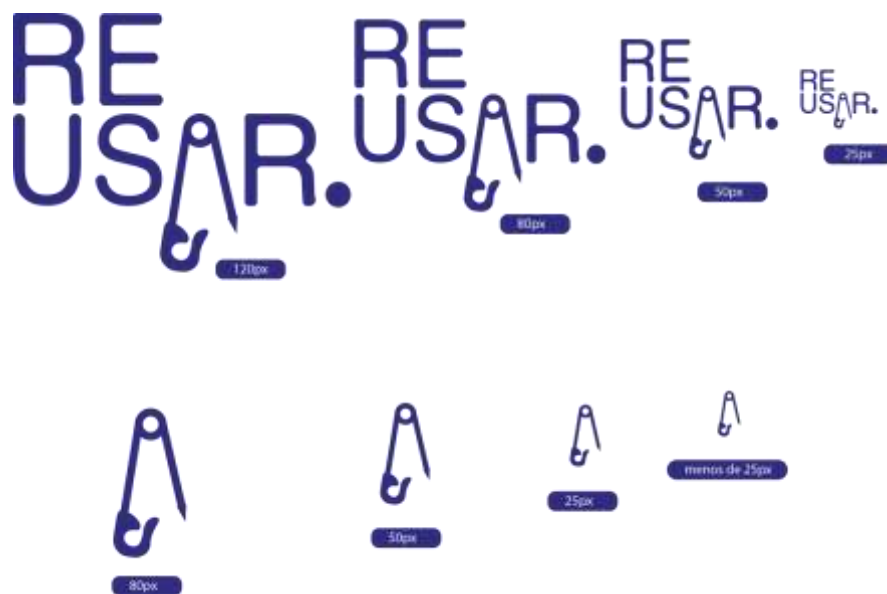


Figura 29: Reducción mínima.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Tipografías

En la creación de esta aplicación móvil, se decidió utilizar dos fuentes tipográficas principales. Inicialmente, se eligió la tipografía Helvetica para el logotipo. Además, se optó por la tipografía Open Sans para el texto presente dentro de la aplicación. Open Sans, al ser una tipografía palo seco, es más delgada que la utilizada en el logotipo y proporciona un contraste significativamente mejor. Esta elección se hizo para favorecer una lectura más suave y fluida en el contenido de la aplicación.



Figura 30: Tipografía.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Paleta cromática

Tras analizar variaciones de azules y grises, se incorporó el rosa viejo (#C97A91) para generar contraste y puntos de atención. Este tono complementario enriquece la paleta sin romper su armonía, aportando mayor dinamismo a la composición.

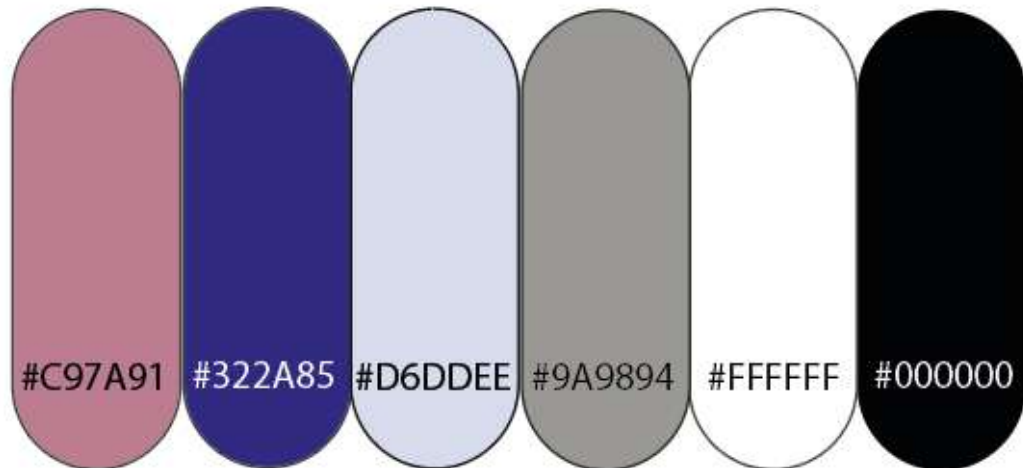


Figura 31: Paleta cromática.

Fuente: Elaboración propia (2024)

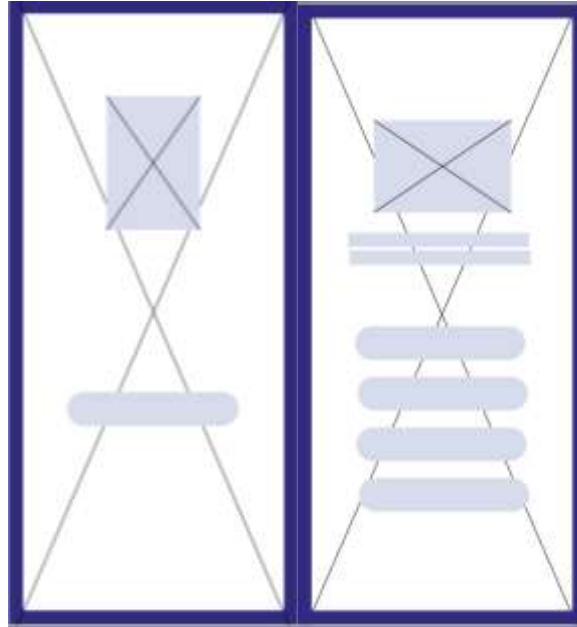
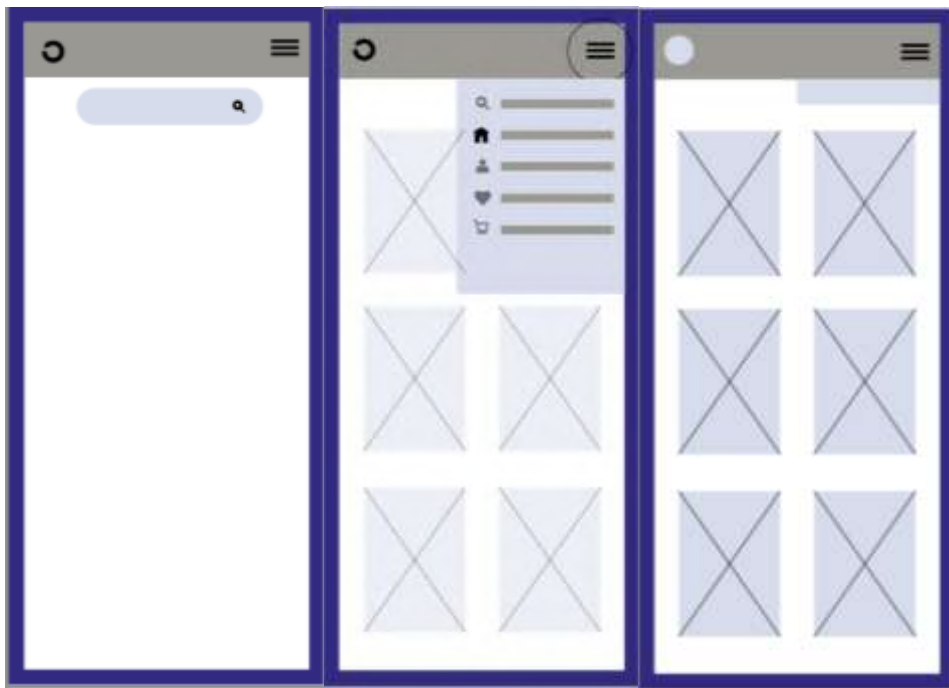
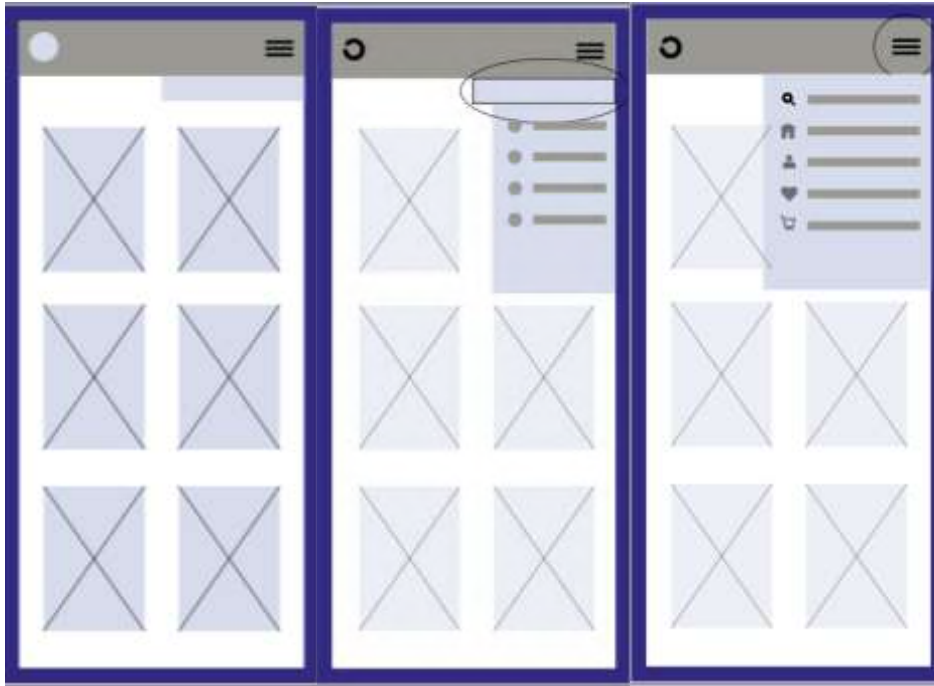
Wireframe

Figura 32: Wireframes pantallas principales

Fuente: Elaboración propia (2024)



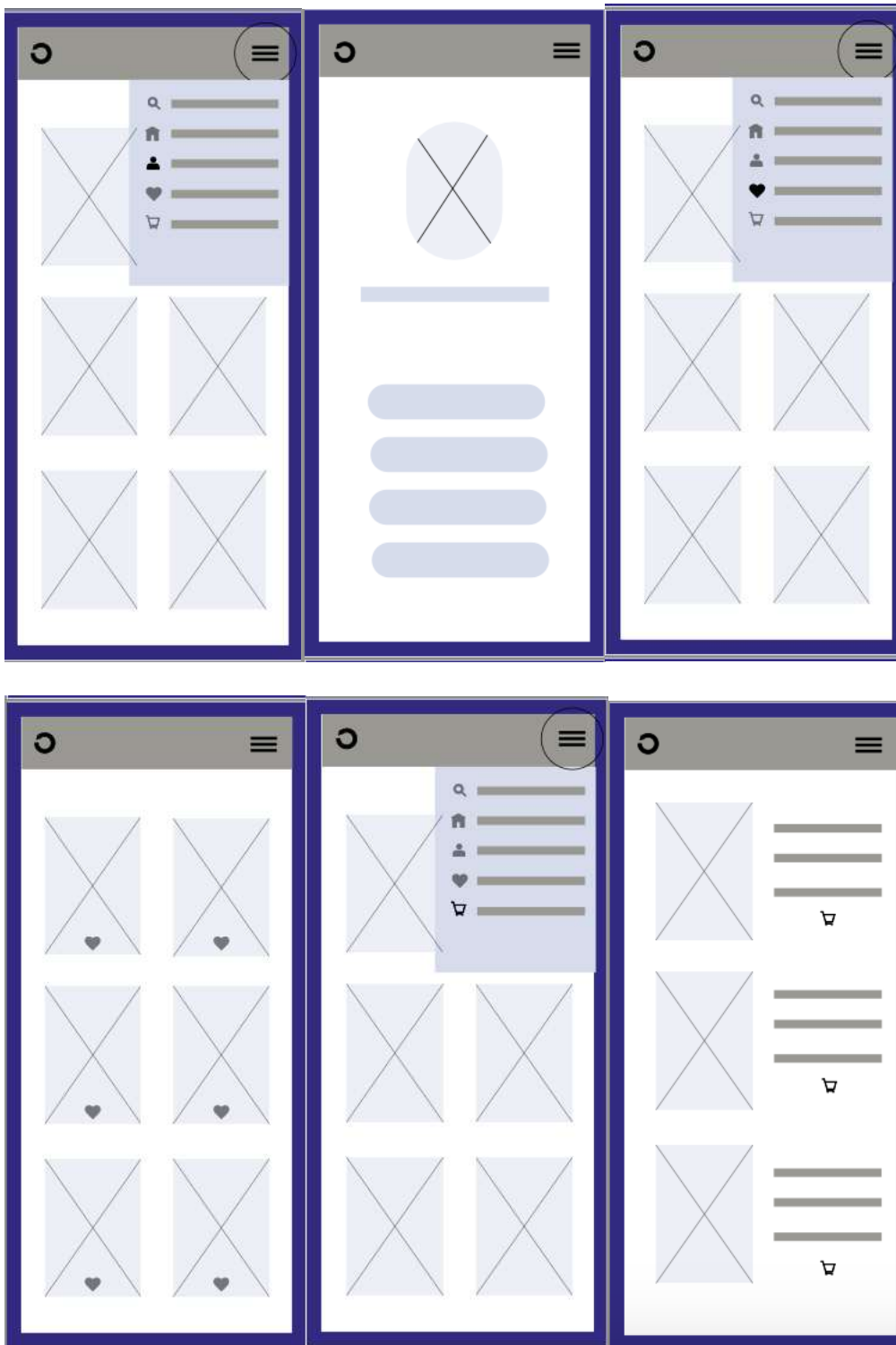


Figura 33: Wireframes pantallas menú desplegable

Fuente: Elaboración propia (2023)

Pantallas finales

La pantalla de inicio de sesión es el primer contacto del usuario con la aplicación. El diseño presenta un fondo con prendas de jean, reforzando el enfoque en la reutilización de ropa. La primera pantalla incluye un botón principal con la opción “Comenzar,” mientras que la segunda ofrece alternativas de acceso mediante Google, Apple, correo electrónico o Facebook. Todo el diseño se complementa con el eslogan “Encontrá tu estilo,” resaltando la personalización y variedad que ofrece la aplicación







Figura 34: Pantallas principales

Fuente: Elaboración propia (2023)



¿Sabías que...?

El mundo genera **92 millones** de toneladas de residuos textiles cada año, y se estima que podrían alcanzar **134 millones** para finales de esta década. Esto equivale a que un camión de basura lleno de ropa acaba en un vertedero cada segundo.

Siguiente

[Saltar tutorial](#)



¿Sabías que...?

El mundo genera **92 millones** de toneladas de residuos textiles cada año, y se estima que podrían alcanzar **134 millones** para finales de esta década. Esto equivale a que un camión de basura lleno de ropa acaba en un vertedero cada segundo.

Siguiente

[Saltar tutorial](#)



¿Y qué pasa con tanta ropa desechada?

Entre el **57 %** va a vertederos, y otro **25 %** es incinerado. Solo **12 %** se recicla.

Además, menos del **1 %** de la ropa desechada se transforma en prendas nuevas.

Siguiente

[Saltar tutorial](#)



¿Y qué pasa con tanta ropa desechada?

Entre el **57 %** va a vertederos, y otro **25 %** es incinerado. Solo **12 %** se recicla.

Además, menos del **1 %** de la ropa desechada se transforma en prendas nuevas.

Siguiente

[Saltar tutorial](#)



Figura 35: Pantallas Secundarias

Fuente: Elaboración propia (2023)





Figura 36: Pantallas Secundarias

Fuente: Elaboración propia (2023)



Figura 37: Pantallas Principales.

Fuente: Elaboración propia (2023)

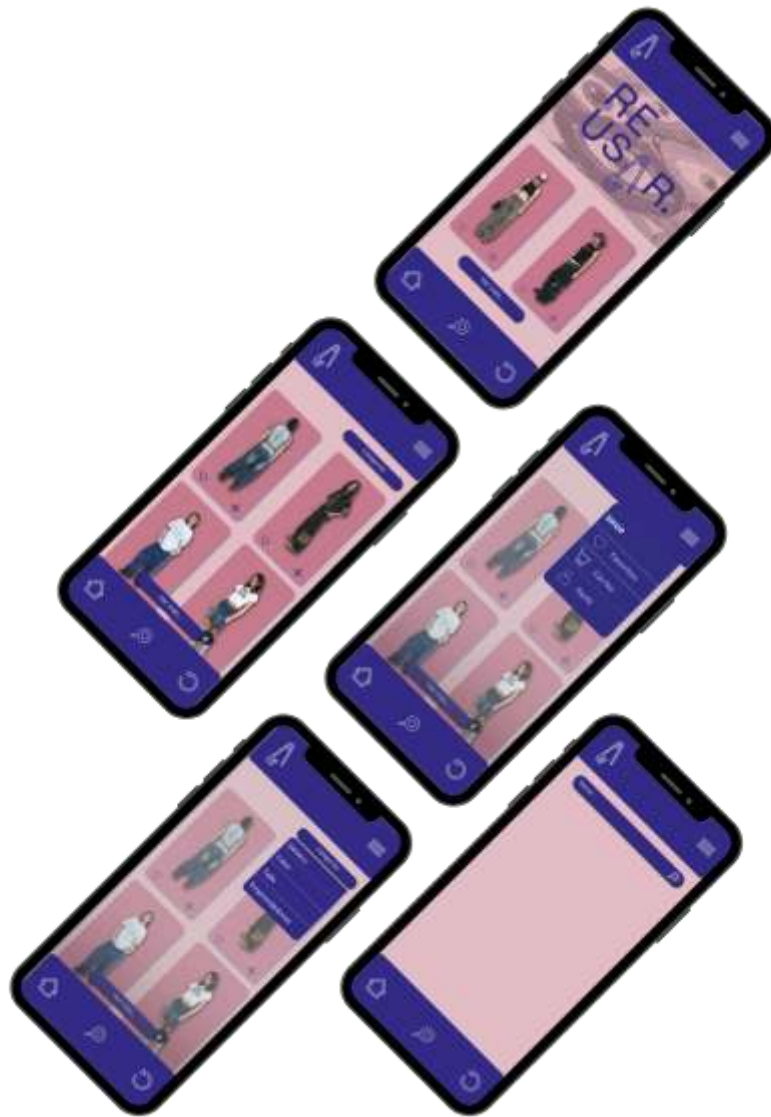


Figura 38: Pantallas del menú desplegable.

Fuente: Elaboración propia (2023)



Figura 39: Pantallas del Foro.

Fuente: Elaboración propia (2023)

En la pantalla principal del menú desplegable de la aplicación incluye varias opciones clave para la navegación. Búsqueda permite localizar emprendedores o productos mediante palabras clave, mientras que inicio muestra todas las prendas disponibles. En perfil, se encuentran herramientas como comunidad (foro para interactuar con emprendedores o la app), configuración (cambio de idioma o eliminación de perfil), ayuda (preguntas frecuentes) y salir (cerrar sesión). Además, el menú cuenta con favoritos, que reúne las prendas destacadas por el usuario, y carrito de compras, que muestra los artículos seleccionados y ofrece acceso al pago. Este diseño organiza las funciones de forma clara y práctica.



Figura 40: Pantallas del botón de categorías.

Fuente: Elaboración propia (2023)

La aplicación cuenta con un botón clave denominado “categorías”, que organiza las opciones de búsqueda para facilitar la experiencia del usuario. Dentro de esta sección se encuentran varias opciones: Género, que permite filtrar prendas según las categorías de mujer, hombre o unisex; Color, que ofrece la posibilidad de seleccionar un tono específico para mostrar únicamente las prendas disponibles en ese color; Talles, que ayuda a encontrar prendas ajustadas a las medidas del usuario mostrando solo los modelos disponibles en su talla; y Emprendedores, que presenta un listado de emprendedores y, al seleccionar uno, dirige al usuario a su colección para explorar sus prendas y diseños. Este botón centraliza y simplifica la búsqueda, optimizando la navegación dentro de la aplicación.



Figura 41: Pantallas para ver la producto.

Fuente: Elaboración propia (2023)

La pantalla de producto dentro de la aplicación permite visualizar en detalle cada prenda customizada disponible para la venta. En este caso, se muestra un pantalón intervenido con parches de jean reciclado, destacando los materiales sustentables utilizados en su confección. Dado que se trata de una pieza única, solo está disponible en un talle específico, lo que refuerza la exclusividad del producto. Además, la pantalla incluye información clave como el precio y la opción de financiamiento, permitiendo al usuario conocer las facilidades de pago. En la parte inferior, el botón “Agregar al carrito” facilita la compra con un solo clic, optimizando la experiencia del usuario dentro de la aplicación.

ANÁLISIS DE COSTOS

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES		COSTOS DEL PROYECTO	
Alquiler	\$300.000	Expensas	\$194.470	Cantidad de días	80 días
Celular	\$31.400	Luz	\$30.400	Cantidad de horas	320 horas
Flow	\$48.600	Gas	\$11.500	Cotización sin ganancias	\$1.072.000
Obra Social	\$107.040	Alimentos	\$200.000	Margen de ganancias	(30%) \$321.600
Paquete de Adobe	\$8000	Actividades extras	\$140.000	Cotización de diseño de interfaz	\$2.000.000
TOTAL	\$495.040	TOTAL	\$576.370	Programador	\$4.000.000
TOTAL			\$1.071.410	App Store	\$121.275
VALOR POR HORA			\$3.350	COTIZACIÓN FINAL	\$7.514.875

Figura: Tabla de análisis de costo. Presupuesto.

Fuente: Elaboración propia (2024)

CONCLUSION

El desarrollo de ReUsar responde a los desafíos actuales de la moda sostenible, ofreciendo una alternativa responsable al consumo masivo de ropa y reduciendo el impacto ambiental de la industria textil. Para ello, se diseñó una aplicación móvil centrada en la experiencia del usuario, con una interfaz intuitiva que facilita la navegación y el acceso a prendas customizadas en distintos estilos y talles, incentivando el consumo responsable.

La aplicación conecta a emprendedores con consumidores interesados en la moda sostenible, promoviendo la reutilización de ropa y el reciclaje. Se trabajará con materiales sustentables, organizados en tres fases: tejidos, telas y telas impermeables, con un enfoque especial en el jean, material altamente contaminante debido al agua utilizada en su producción. ReUsar busca fomentar su uso responsable, transformándolo en prendas únicas y sostenibles.

La identidad visual de ReUsar se inspira en los tonos del jean, transmitiendo durabilidad y versatilidad. Su logotipo incorpora un alfiler de gancho en la letra "A", simbolizando reutilización y reciclaje. Además, la aplicación cuenta con secciones clave: Inicio, con tendencias y promociones; Catálogo por Emprendedores, para explorar colecciones; Categorías, que facilita la búsqueda de prendas; y Perfil, donde los usuarios gestionan su cuenta y compras.

Desde el diseño, ReUsar prioriza la usabilidad con una estructura clara y una interfaz amigable. Se aplicaron principios de diseño centrados en el usuario para optimizar la navegación y la organización de la información, asegurando una experiencia fluida y atractiva.

El modelo de ReUsar es escalable, con posibilidades de crecimiento que incluyen colaboraciones con diseñadores sostenibles, herramientas educativas sobre moda sustentable y la diversificación del catálogo para incluir accesorios y calzado customizado. También se prevé la implementación de estrategias en redes sociales para ampliar su impacto y fidelizar a los usuarios.

En conclusión, ReUsar no solo ofrece una solución innovadora para un consumo más consciente, sino que impulsa un cambio en los hábitos de compra, fomentando la creatividad y la sostenibilidad en la moda. A través de su diseño intuitivo y su enfoque responsable, la aplicación busca inspirar a los usuarios a reutilizar y personalizar sus prendas, contribuyendo activamente al cuidado del medio ambiente.

REFERENCIAS

- Aguado, Martínez y Cañete-Sanz (2015):____Recuperado de: <https://www.librosdigitales.com/ecosistema-apps>
- Argüello, J., (s.f). Identidad e imagen corporativa. Recuperado de:<https://es.scribd.com/document/503822778/identidad-e-imagen-corporativa-Arguello>
- Campos, M. (2005). *Estudio de la Tipografía*. Recuperado de:<https://books.google.com.ec/books?id=DTbyZPnxOI8C&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Costa, J. (2011). El diseño juega un papel fundamental en la formación de la identidad de una marca. Editorial Gustavo Gili.
- Costa, J. (2011). La imagen de marca: Un fenómeno social. Editorial Paidós. <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-de-rio-negro/seminarios-optativos/06-la-imagen-de-marca-joan-costa/32856564/download/06-la-imagen-de-marca-joan-costa.pdf>
- Cuello y Vittone (2013): Recuperado de:<https://appdesignbook.com/assets/pdf/disenando-apps-para-moviles.1.1.1.pdf>
- Cuello, J., & Vittone, L. (2013). Diseño de Interfaz para Aplicaciones Móviles. Editorial McGraw-Hill.
- El País. (2023). *¿Qué hacemos con la ropa usada? La industria de la moda comienza a dar respuestas*. Recuperado de: <https://elpais.com/sociedad/moda-futuro-y-accion/2023-02-07/que-hacemos-con-la-ropa-usada-la-industria-de-la-moda-comienza-a-dar-respuestas.html>
- Fashion Revolution. (2021). Encuesta a consumidores sobre la revolución de la moda. Recuperado de:<https://www.fashionrevolution.org/resources/consumer-survey/>
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Earthscan. Recuperado

de:<https://books.google.com.ar/books?id=jopiAgAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

- Galeano (2008): Recuperado de:<https://www.libros-galeano.com/diseño-de-interfaces>
- García, G. (2016). Recuperado de:<https://naps.com.mx/blog/sistema-de-reticulas-para-diseño-web/>
- Global Fashion Agenda. (2021). *Pulso de la industria de la moda*. Recuperado de: <https://globalfashionagenda.org/pulse-of-the-industry/>
- González Cam, C. (2003). *Arquitectura de la Información: diseño e implementación*. Bibliodocencia: Recuperado de: *Revista de Profesores de Bibliotecología*, vol. 1.
- Granollers I Saltiveri ,T. ,Lorés Vidal, J. , Cañas,J.J., (2005). *Diseño de sistemas interactivos centrados en el usuario*. Recuperado de:https://www.researchgate.net/publication/272962496_Diseño_de_Sistemas_Interactivos_Centrados_en_el_Usuario
- H&M Foundation. (2022). *Sustainably Kind Living*. Recuperado de <https://globalfashionagenda.org/global-circular-fashion-forum/>
- Hassan Montero, Y. (2015). Recuperado de: https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf
- José Luis Orihuela y María Luisa Santos (1999):Recuperado de: <https://www.orihuela.com/libros>
- Kane, J. (2012). *La esencia de la tipografía*.Recuperado de:https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788425221330_A47324400/preview-9788425221330_A47324400.pdf
- Montero, H. (2015). *Elementos Visuales en el Diseño Digital*. Editorial Diseño Gráfico.
- Montero, H. (2015). *Usabilidad en el Diseño de Interfaces*. Recuperado de: https://yusef.es/Experiencia_de_Usuario.pdf

- Rosenfeld, Morville y Arango (2015): <https://www.rosenfeldmedia.com/arquitectura-informacion>
- Samara, T., (2004). Diseñar con y sin retícula. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Serna, S, y Pardo, C., (s.f). Diseño de interfaces en aplicaciones móviles. https://books.google.com.ar/books?id=5aW6EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Serna, S., & Pardo, C. (s.f.). Recuperado de: <https://books.google.com.ar/books?id=5aW6EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

ANEXO

Para analizar cómo los emprendimientos de ropa customizada abordan la sostenibilidad, se contactó a siete marcas del sector con una cierta cantidad de preguntas sobre sus prácticas y motivaciones. Solo el emprendimiento Reciclaordie respondió en profundidad, lo cual fue suficiente para aclarar dudas clave sobre el impacto ambiental de la customización. Reciclaordie destacó el uso de técnicas de zero waste y economía circular, transformando cada material en nuevas prendas y educando a su comunidad sobre el consumo consciente. Esta respuesta permitió entender cómo estos emprendimientos desafían el consumo excesivo y promueven alternativas más sostenibles en la moda.

Preguntas:

1. ¿Cómo gestionan los residuos textiles en su proceso de producción?
2. ¿Cómo educan a sus clientes sobre prácticas de moda sostenible?
3. ¿Cómo describiría a su público objetivo en términos de edad, género, y preferencias de estilo?
4. ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan en la adquisición de materiales sostenibles para su negocio?
5. ¿Han colaborado con otras marcas o emprendimientos para fomentar prácticas sostenibles en la moda? Si es así, ¿cómo fue esa experiencia?
6. ¿Qué papel juegan las redes sociales y las plataformas digitales en la promoción y crecimiento de su negocio?
7. ¿Cómo comunican el valor de la sostenibilidad a sus clientes y qué tan receptivos son ellos a esta idea?
8. ¿Por qué crees que la customización de ropa es importante hoy en día?
9. ¿Cómo decides el estilo o diseño de cada prenda?
10. ¿Cómo ves el impacto de tu emprendimiento en el medio ambiente?

Respuesta de Reciclaordie

1. Lo que más me motivó a darle un concepto sostenible y sustentable a la marca fue haber estudiado el impacto ambiental que tiene la industria textil sobre el medio ambiente, desde la contaminación, trabajo esclavo e incontables prácticas poco éticas, por lo que decidí no ser parte de eso y aportar un producto de valor hecho de manera consciente para el planeta y los seres que lo habitan.
2. Como se puede ver en mis redes (IG y TikTok) todos los desperdicios que genero los vuelvo a transformar en productos re-circulando hasta el más mínimo recorte con técnicas de zero waste.
3. Lo hago mostrando el detrás de la industria desde las cifras de muertes por contaminación o sucesos claves como el derrumbe del Rana Plaza en Bangladesh para generar conciencia en mis usuarios y evitar los consumos poco éticos de moda rápida. También enseñándoles métodos de reparación y restauración de prendas.
4. Mi público objetivo tiene una edad entre los 20 a 35 años, género indistinto y de estilo bastante ecléctico pero lo que más se identifica entre el público recicla es el grunge y el punk.
5. Con el aumento de la moda circular y el upcycling en este último tiempo quizás sí se dificulta más encontrar ítems únicos que antes encontraba con mayor facilidad y en buen estado, ahora la búsqueda es un poco más compleja pero no tan desafiante.
6. Siempre creí en lo colectivo y es lo que más me gusta de colaborar con diferentes marcas y personas para potenciar nuestro objetivo que es fomentar la sustentabilidad. En el año 2020/21 creamos una comunidad de upcyclers entre ellos estaban las marcas transgredete, net slowfashion y bytomito.
7. Si bien nunca fui una amante de las redes sociales y aún me siguen generando desafíos creo que son un canal increíble para generar comunidad y difundir mi trabajo junto a nuestros conceptos de sustentabilidad y técnicas de upcycling para que puedan inspirarse y a la vez generar conciencia.

8. Al valor de la sustentabilidad lo comunico educando, dando información sobre las prácticas sustentables que podemos tener, no solo en torno a la ropa sino también en hábitos y pequeños cambios que podemos hacer para ser más sustentables y mi comunidad siempre se interesa en estas temáticas, aunque hace un tiempo que no hago posteos tan específicos siempre les fue de mucho interés.
9. Creo que no solo es importante sino es totalmente urgente, reparar lo que ya tenemos y darle un nuevo valor de uso a algo que teníamos olvidado es revolucionario, nos hace ir un poco en contracorriente de este sistema capitalista que constantemente nos hace querer consumir nuevos productos que probablemente en un 90% no son realmente necesarios. De hecho, si hoy en día se deja de producir ropa ya tenemos cantidad para vestir a tres próximas generaciones completas.
10. Para diseñar y producir tengo tres líneas una es la de denim que la conforman todas las prendas y telas de mezclilla, generalmente es con el textil que hago más patchwork para poder recuperar hasta el último retazo de este. La segunda línea es la de black metal con todas las prendas y textiles negros con detalles decorados con avíos metálicos color plateado.
11. Para diseñar y producir tengo tres líneas: una es la de denim que la conforman todas las prendas y telas de mezclilla, generalmente es con el textil que hago más patchwork para poder recuperar hasta el último retazo de este. La segunda línea se llama blackmetal y son todas las prendas/textiles negros que los decoro con avíos metálicos color plateado. Y por último la línea custom que son prendas de segunda mano intervenidas con técnicas más diversas, recortes, avíos, pintura textil, entre otros. Entonces a la hora de diseñar sobre la prenda la categorizo y hago sobre el estilo ya establecido de la línea.
12. El impacto de mi marca sobre el medioambiente creo que es totalmente beneficioso, por mes re circulo más de 15 pantalones de denim que cada uno equivale a unos 10 lts de agua aproximadamente, también recupero caucho que estaba por ser desechado y es un material altamente contaminante, resistente y difícil de degradarse. Y así con muchos materiales más, también aplico prácticas de economía circular entre mis usuarios generando intercambios de prendas que no usan por customizaciones o porcentajes en prendas nuevas.

