



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**DISEÑO  
ARQUITECTURA Y ARTE  
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY  
Facultad de DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
Escuela de DISEÑO GRÁFICO

**Título de la tesis:**

Diseño gráfico de un producto digital para mejorar la calidad de vida al realizar las actividades de estudio y trabajo desde casa.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de diseñador gráfico

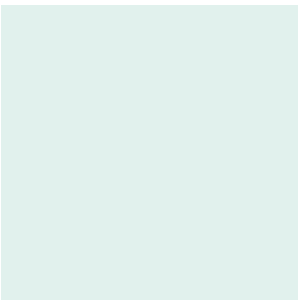
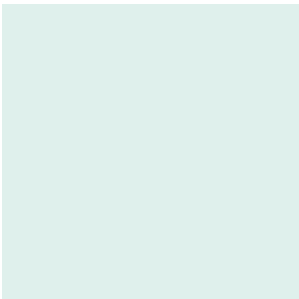
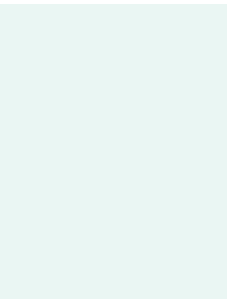
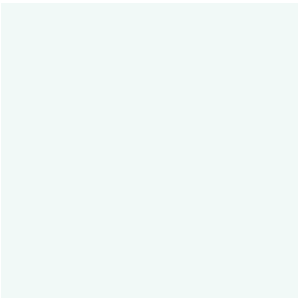
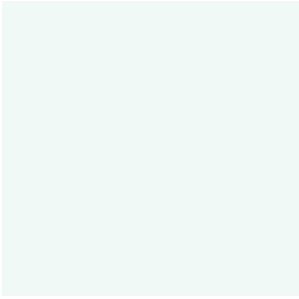
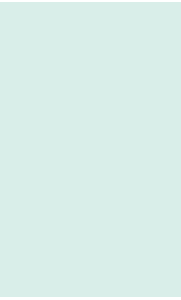
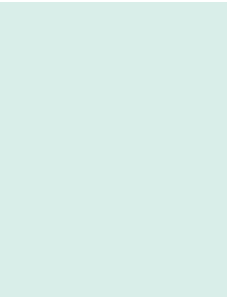
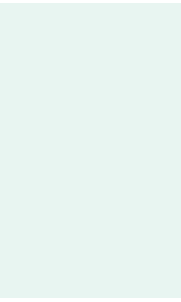
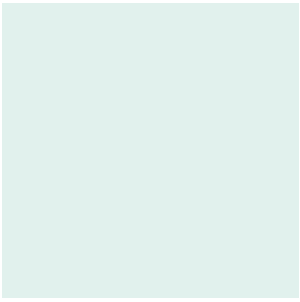
**Autor:**

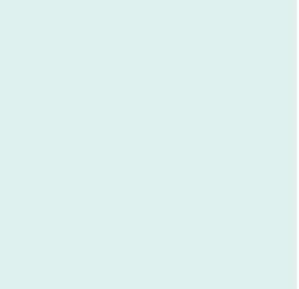
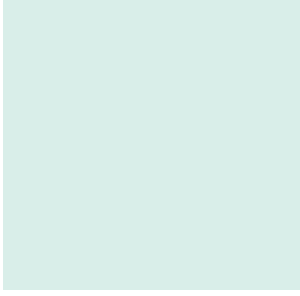
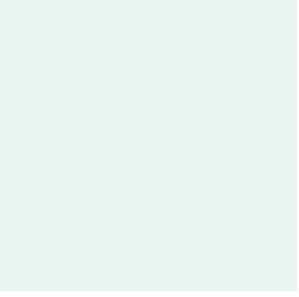
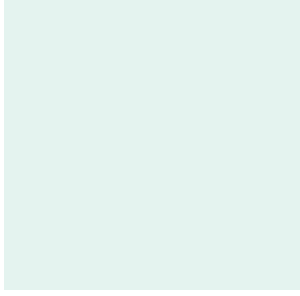
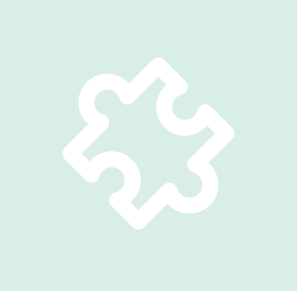
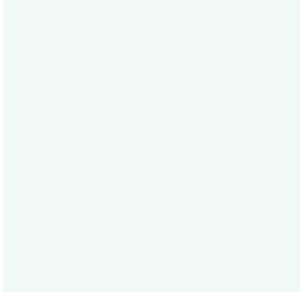
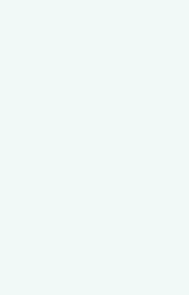
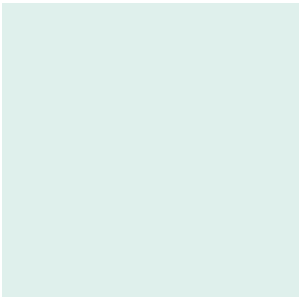
Pedro Joaquín Cárdenas Guerrero

**Director:**

Dis. Jhonn Alarcón Morales

Cuenca-Ecuador 2021







# TÍTULO DEL PROYECTO

Diseño gráfico de un producto digital para mejorar la calidad de vida al realizar las actividades de estudio y trabajo desde casa.

# INTRODUCCIÓN

La crisis sanitaria originada por el COVID-19 cambió de manera radical el estilo de vida de las personas en el mundo, principalmente en el ámbito de educación y trabajo. En Ecuador, la cuarentena inició en marzo de 2020 y toda la población tuvo que adoptar nuevas modalidades para cumplir con sus jornadas escolares o laborales desde casa; estos cambios significaron un impacto importante a nivel emocional ya que nadie se encontraba preparado para enfrentar una pandemia. Por lo antes mencionado, se plantea realizar un producto digital que ayudará a los usuarios a mejorar su calidad de vida aportando en la disminución de riesgos en su salud mental.

El confinamiento marcó un antes y un después en la vida de todos ya que trajo como consecuencia el aislamiento social (medida principal para enfrentar la pandemia) y terminó con las rutinas diarias que antes eran parte de la “normalidad”. De acuerdo a profesionales en psicología, la falta de comunicación interpersonal, la restricción de movimiento y la convivencia en exceso derivada de la cuarentena, pueden ocasionar situaciones de estrés y daño mental en los individuos.

Así mismo, el sedentarismo se hizo más recurrente debido a que el desarrollo de las actividades laborales o educativas empezaron a realizarse netamente desde casa convirtiéndose de esta manera en un factor nocivo de riesgo al pasar la mayor parte de tiempo sentados y de esta forma contribuía a la aparición de enfermedades diversas como dolor muscular, fatiga, insomnio, trastornos

gastrointestinales, agotamiento, fatiga, estrés, depresión y ansiedad.

Una vez abordado el contexto actual en el que nos encontramos, se plantea la solución de crear una aplicación digital para mejorar la calidad de vida de las personas que en la actualidad realizan *home office* o *home school* mediante la ayuda de técnicas y consejos para la optimización de espacios, así como el aporte de especialistas en los campos de la psicología social, feng shui y diseño multimedia.

A continuación se especifican los capítulos que contiene el presente trabajo de titulación:

En el desarrollo de este trabajo se consideran varios capítulos, en el primer capítulo se considera el tema de Quedarse en casa cuyo contenido se enfoca en una explicación del contexto actual y la forma progresiva en que tanto estudiantes como trabajadores implementaron el cumplimiento de sus jornadas desde casa. Se especifican también detalles sobre el origen de la pandemia por COVID-19 y el término “cuarentena”. De igual manera se describen los efectos psicológicos y físicos derivados del confinamiento y las consecuencias tanto en el ámbito laboral como estudiantil.

En el segundo capítulo se abarca la teoría del Feng Shui como una práctica que contribuye al bienestar y armonía dentro de casa. Los inicios de esta teoría, su evolución y concepto. Así mismo se tratará a cerca de los métodos del feng shui y parámetros importantes al momento de aplicar esta teoría en el *home office*.



# RESUMEN

El presente trabajo de titulación nace a partir de la crisis sanitaria mundial provocada por el Covid-19, la cual forzó a las personas a realizar actividades de estudio y trabajo desde casa, provocando problemas físicos y psicológicos como consecuencia del nuevo ritmo de vida. Mediante la ayuda de técnicas y consejos para la optimización de espacios, así como el aporte de especialistas en los campos de la psicología social, feng shui y diseño multimedia, se determina la solución de generar de una aplicación digital para mejorar la calidad de vida de las personas que en la actualidad realizan *home office*.

## Palabras clave

Oficina en casa, Diseño multimedia, Psicología social, Teletrabajo, Estilo de vida, Feng shui, Diseño emocional



# SUMMARY

This graduation work was born from the global health crisis caused by Covid-19, which forced people to carry out study and work activities from home. All of these caused physical and psychological problems as a consequence of the new rhythm of life. Through the help of techniques and tips for the optimization of spaces, as well as the contribution of specialists in the fields of social psychology, feng shui and multimedia design. The solution to generate a digital application was determined in order to improve the quality of life of people who currently perform home office.

## Keywords

Home Office, Multimedia Design, Social Psychology, Telework, Lifestyle, Feng shui, Emotional Design

# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

Ayudar a disminuir los problemas de ansiedad y estrés provocados por la nueva normalidad, mediante el diseño de un producto digital, que ayude a organizar tiempos, espacios y actividades dentro de casa.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Diseñar un producto digital que ayude a organizar tiempo, espacio y actividades en casa.



# AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad del Azuay y a la tutoría prestada por mis profesores que contribuyeron para alcanzar los objetivos tratados en esta tesis.

Finalmente agradezco y dedico este proyecto a mi madre quién me brindó su apoyo en todo momento y todas aquellas personas, colegas y amigos que me brindaron su apoyo, tiempo e información para el desarrollo de este proyecto de titulación.

## 1\_ Contextualización

### 1.1\_ Marco teórico

Cuarentena y trabajo	
1.1.1_ Quedarse en casa_____	21
1.1.2_ Qué es cuarentena_____	22
1.1.3_ Efectos de la cuarentena por el covid_19 en las personas_____	23
1.1.3_(A)_ Efectos psicológicos_____	24
1.1.3_(B)_ Efectos Físicos_____	26
1.1.4_ Consecuencias en el ámbito laboral y estudiantil_____	28
Bienestar dentro de casa	
1.1.5_ El bienestar dentro de casa_____	30
1.1.5.1_ Qué es el Feng Shui (definición, origen)_____	31
1.1.5.1.1_ Algunos métodos del feng shui_____	32
Diseño Gráfico	
1.1.6_ Diseño multimedia_____	33
1.1.6.1_ Elementos del diseño multimedia_____	34
(A)_ Cromática_____	34
(B)_ Tipografía_____	36
(C)_ Imágenes_____	38
(D)_ Íconos_____	40
1.1.7_ Diseño centrado en el usuario_____	42



1.1.7.1\_Estructura de la información\_\_\_\_\_43

1.1.7.2\_Diseño de interfaz gráfica de usuario\_\_\_\_\_44

1.8\_Experiencia del usuario en medios digitales\_\_\_\_\_45

1.8.1\_Apps y estilos de vida\_\_\_\_\_45

1.9\_Diseño emocional\_\_\_\_\_46

## 1.2\_Investigación de campo

1.2.1\_¿Qué nos dice un profesional en  
Psicología social?\_\_\_\_\_49

1.2.2\_¿Qué nos dice una profesional del  
diseño de espacios sobre el fengshui?\_\_\_\_\_50

1.2.3\_¿Qué nos dice un profesional de diseño digital?\_\_\_51

## 1.3\_Análisis de homólogos

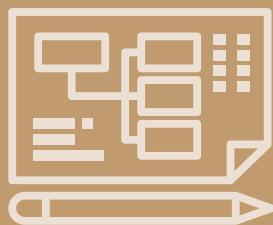
(A)\_Forma\_\_\_\_\_53

(B)\_Función\_\_\_\_\_54

(C)\_Tecnología\_\_\_\_\_56

## 2\_Planificación

### 2.1 Definición del target



(A)_Persona design #1	59
(B)_Persona design #2	60
(C)_Persona design #3	61

## 2.2 Partidos de diseño

(A)_Partido de diseño (Forma)	62
(B)_Partido de diseño (Función)	63
(C)_Partido de diseño (Tecnología)	64

## 2.3 Plan de negocios

2.3.1_Marketing mix	65
---------------------	----

# 3\_Proceso creativo

## 3.1\_Variables de ideación

3.1.1_Idea #1 Minijuegos dentro de la app	68
3.1.2_Idea #2 música con animaciones	69
3.1.3_Idea #3 Organización de mobiliaria 3D	70
3.1.4_Idea #4 Podcast y audiolibros	71
3.1.5_Idea #5 Dado antiestrés	72
3.1.6_Idea #6 Tiempo de yoga	73
3.1.7_Idea #7 Chat en línea 24/7	74
3.1.8_Idea #8 Parlante pomodoro	75
3.1.9_Idea #9 Botón de auxilio	76
3.1.10_Idea #10 Orientación en tiempo real	77
3.1.11_Gran idea Parlante con botón de emergencia	78





## 3.2 Bocetación

3.2.1_Diagrama de flujo_____	81
3.2.2_Marca_____	82
3.2.3_Motivos_____	84
3.2.4_Pantallas_____	85
3.2.5_Parlante pomodoro_____	86

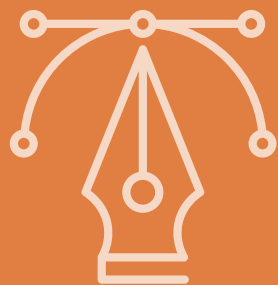
## 4\_Diseño

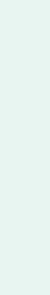
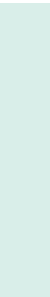
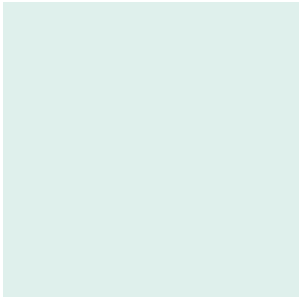
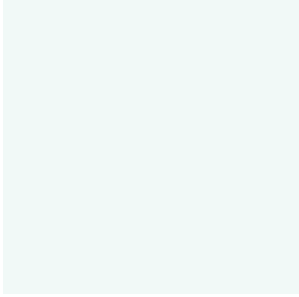
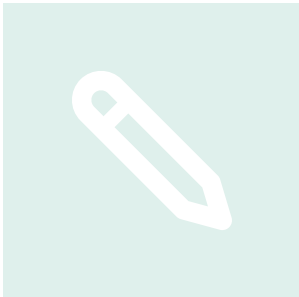
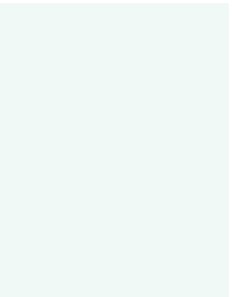
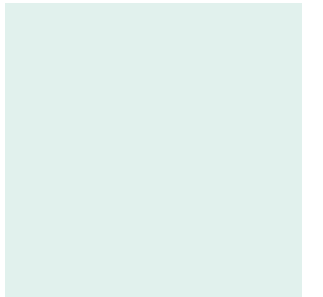
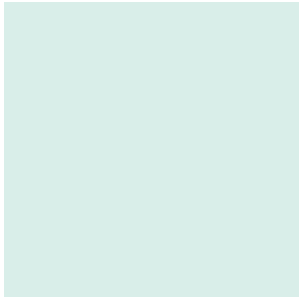
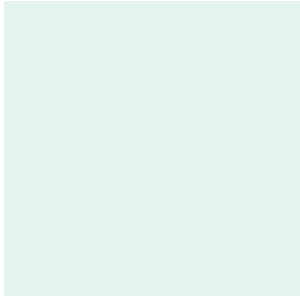
### 4.1\_Diseño final

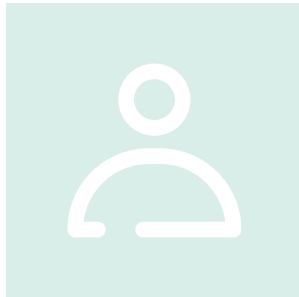
4.1.1_Diagrama de flujo.....	90
4.1.2_Marca.....	91
4.1.3_Motivos.....	101
4.1.4_Pantallas.....	111
3.1.5_Parlante pomodoro.....	125

<b>Conclusiones</b> _____	126
---------------------------	-----

<b>Bibliografía</b> _____	127
---------------------------	-----







# 1 CONTEXTUALIZACIÓN





## 1.1 MARCO TEÓRICO

### 1.1.1 QUEDARSE EN CASA

#### Modalidad de estudio y trabajo

Como nos explica Santillán (2020), en el año 2020, el COVID-19 llegó a todos los países a nivel mundial convirtiéndose en una pandemia que desencadenó en consecuencias trágicas e incalculables pérdidas económicas. Sin duda quedó en evidencia que los países del tercer mundo fueron los más afectados debido al permanente sistema de endeudamiento en el que viven.

Debido al contexto actual, cada vez los trabajadores que cuentan con perfiles de cargos factibles para realizar teletrabajo, se verán obligados a especializarse tanto a nivel tecnológico como emocional en esta nueva forma de trabajo. Consecuentemente existirá mayor demanda para optimizar los sistemas de conexión digitales, las mejoras continuas de las comunicaciones, el cambio de mentalidad en las organizaciones y sus líderes quienes tendrán que ver al teletrabajo como un esquema favorable, que permite ahorrar costos en infraestructura, así como optimizar el tiempo invertido en las jornadas de trabajo.

Los gobiernos en el mundo como con-

secuencia de esta emergencia sanitaria mundial, llevaron y motivaron a las empresas a valorar a sus trabajadores para prevenir riesgos físicos, humanos, emocionales y obviamente más contagios, invitándoles a laborar bajo este nuevo esquema para muchos, el teletrabajo (Santillán, 2020, p.5).

Vivanco (2020) dentro de este mismo tema, al hablar de otra de las áreas que indiscutiblemente resultó afectada con la aparición de la pandemia, se encuentra la educación. El 12 de marzo de 2020, el Gobierno de Ecuador suspendió las actividades estudiantiles presenciales ante la emergencia sanitaria provocada por la pandemia del coronavirus. Posteriormente, el Ministerio de Educación, como ente rector del sistema educativo nacional, pre-

sentó como una medida para continuar con las clases el “Plan Educativo COVID-19: Aprendiendo Juntos en Casa”.

A raíz de los cambios que se establecieron para precautelar la seguridad de los estudiantes, se ha podido observar cómo las familias han sido un factor vital en la educación de niños y jóvenes en medio de esta crisis sanitaria, quienes pasan a ser una fuente de aprendizaje convirtiéndose en un agente educativo de primer orden. Conforman un nivel imprescindible de colaboración con la educación y la consecución de las metas educativas (Nivela, Molina y Campos, 2017).

## 1.1.2 ¿QUÉ ES CUARENTENA?

### Concepto de cuarentena y causante

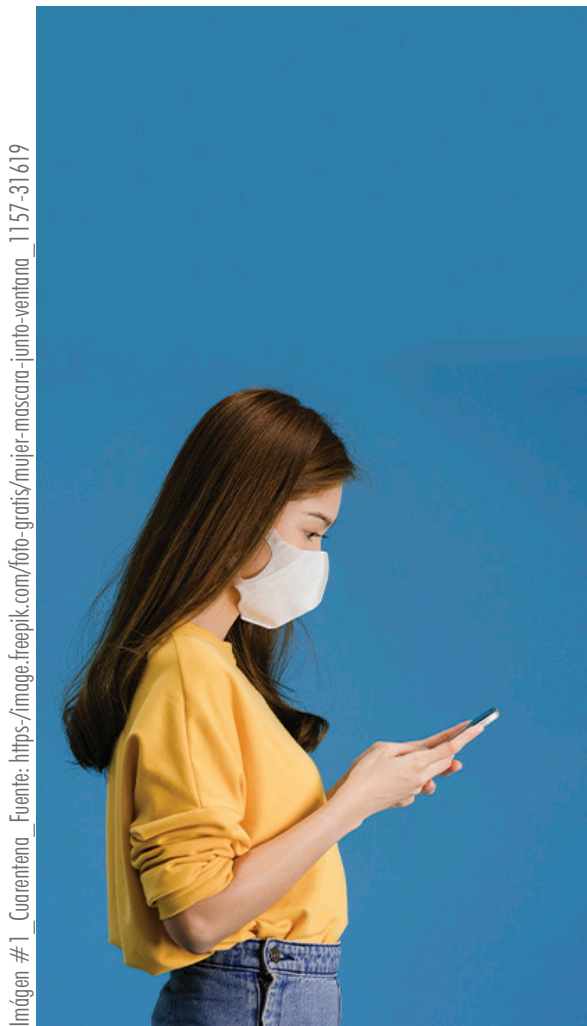


Imagen #1\_Cuarentena\_Fuente: [https://image.freepik.com/foto-gratis/mujer-mascara-junto-ventana\\_1157-31619](https://image.freepik.com/foto-gratis/mujer-mascara-junto-ventana_1157-31619)

Según Cabrera (2020), el 31 de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud y Sanidad de Wuhan en China, informó sobre la aparición de 27 casos de neumonía de origen desconocido cuyos síntomas iniciaron el 8 de diciembre, en donde, además, se evidenciaron siete casos graves los mismos que coincidían haberse expuesto previamente a un mercado mayorista de mariscos y animales vivos en la ciudad de Wuhan. El 7 de enero de 2020, las autoridades chinas identificaron como agente causante del brote un nuevo tipo de virus de la familia Coronaviridae, que nombraron SARS-CoV-2. El Comité de Emergencias del Reglamento Sanitario Internacional declaró al brote del actual de coronavirus como una Emergencia de Salud Pública de Importancia Internacional -ESPII- en su reunión del 30 de enero de 2020. Posteriormente, la OMS denominó a esta nueva enfermedad como COVID-19 (2020).

Cabe mencionar que el término cuarentena según Cabrera (2020), proviene de la palabra latina quadraginta -cuatro veces diez-, y se usó en Venecia en el siglo XIV con las personas sospechosas de tener la peste bubónica ya que estaban obligadas a permanecer cuarenta días en aislamiento. Actualmente el término hace referencia al período de reclusión necesario para evitar la propagación de un posible contagio. La etapa de cuarentena que estamos viviendo hoy en día, se caracteriza por dos aspectos fundamentales: la separación o aislamiento de nuestros seres queridos, y la restricción de movimiento, tan necesario para el desarrollo social del ser humano que además ha terminado con nuestras rutinas, actividades de ocio y la libertad a fin de evitar ser contagiado o contagiar a terceras personas.

## 1.1.3

# EFFECTOS DE LA CUARENTENA POR EL COVID-19 EN LAS PERSONAS

Según Cerbino y Ángulo (2020) en el caso de las personas que viven con familiares, surgen problemas de espacio, evidenciando tensiones en el hogar como: Hay que hacer silencio, no entrar, no aparecerse y no pueden circular o estar en todas partes.

“Paralelamente al problema de salud, la incertidumbre económica ante el cierre temporal de las empresas, el descenso en la actividad laboral, las caídas de la Bolsa, suponen otra preocupación añadida que causa desórdenes psicológicos” (Cabrera, 2020, p.211).

Como consecuencia de la cuarentena, también se han generado importantes alteraciones en los hábitos diarios de la población, según Vásquez, Urtecho, Agüero et al., (2020) en un estudio cualitativo en base a encuestas, las principales alteraciones en la población hondureña son:

- **Alteraciones de hábitos alimenticios**

Durante la cuarentena por COVID-19 algunas personas reportan cambios significativos en sus hábitos alimenticios. Por una parte, hay quienes han

consumido mayores cantidades de comida debido a la ansiedad que la situación de crisis les provoca. Lo contrario también se ha reportado. Hay personas que comentan haber disminuido su ingesta de alimentos ya sea porque no sienten tanta hambre presentan fluctuaciones constantes en cuanto a las cantidades de comida consumidas o por el limitado acceso a los mismos.

- **Alteraciones de hábitos del sueño**

Los hábitos del sueño también han sufrido un impacto negativo a causa de la cuarentena, tanto en la cantidad de horas que las personas logran dormir como en la calidad del sueño y el descanso percibido. Además, el cambio de rutina ha hecho que la higiene del sueño experimente cambios significativos.

- **Alteración en hábitos de tiempo de ocio**

El tiempo de cuarentena ha significa-

De acuerdo a profesionales en psicología, se ha comprobado que los períodos de cuarentena suelen causar daño mental en los individuos, ya que, entre otras cosas, somos seres sociales que necesitamos una comunicación interpersonal. Por otro lado, la convivencia en exceso generada por el confinamiento, también ocasiona situaciones estresantes por falta de espacio vital.

do una limitación para realizar actividades que implican estar en espacios abiertos o fuera de casa. Sin embargo, algunos de los informantes comentan que este tiempo les ha permitido practicar actividades de juego que les permiten mantenerse distraídos y fomentar las relaciones familiares, o retomar pasatiempos que por falta de tiempo no podían realizar antes.

Los participantes también comentan que a raíz de la situación provocada por la pandemia ahora disponen de tiempo de ocio. Este es un factor protector importante contra el estrés y, además, hay estudios que han encontrado que tiene beneficios importantes para la salud mental (Goodman et al., 2017). El confinamiento también ha dado la oportunidad de realizar actividades con las personas con quienes se cohabita (típicamente familia y/o amistades), promoviendo la cohesión dentro de estos grupos (Vásquez et al., 2020).

## 1.1.3\_[A] EFECTOS PSICOLÓGICOS

“Es importante mencionar que la presencia de síntomas psicológicos puede afectar varias áreas de la vida, como las relaciones interpersonales, las relaciones familiares, el desempeño laboral, las capacidades de aprendizaje y la participación en actividades cotidianas importantes para vivir” (Vásquez et al., 2020).

Cabrera (2020) en la población en general, la ansiedad y el miedo provocados por la sensación de vivir una catástrofe mundial, la incertidumbre ante el futuro, pues no se sabe lo que va a ocurrir y no tenemos el control de la situación. La exposición al exceso de información en medios de comunicación, el internet y aplicaciones populares como WhatsApp, ha generado otro fenómeno: la propagación de bulos<sup>1</sup> e informaciones sin contrastar, muchas veces por inercia. Así también, el exceso de información sobre los síntomas del COVID-19, ha provocado comportamientos hipocondríacos en las personas.

Como nos indica Vásquez et al., (2020) una de las principales reacciones psicológicas ante la cuarentena ha sido la ansiedad, tanto en relación con la enfermedad como ante el posible contagio y el tiempo de movilización limitado.

Por otro lado Cabrera (2020) constata que se ha podido evidenciar a la soledad como otra consecuencia, sobre todos en las personas mayores ya que el ser humano

necesita comunicarse con otras personas y contactar para transmitir sentimientos e ideas. Cuando se sufre la privación de este contacto, surge la tristeza y la depresión.

Sin embargo Pillay y Barnes (2020) nos dicen que no todos los problemas de salud mental evidentes a nivel mundial se deben directamente al COVID-19. En algunos casos existe una ansiedad severa por estar infectado, obsesión por las conductas de prevención y posibles secuelas neuropsiquiátricas de la propia infección.

Así que muchos de los efectos en la salud mental pueden considerarse iatrogénicos<sup>2</sup>, ya que son causados por intervenciones destinadas a frenar un problema de salud. Las órdenes de ‘quedarse en casa’ y ‘distanciamiento social’ pueden haber sido tolera-

das inicialmente, pero habiendo continuado durante varias semanas e incluso meses, han tenido efectos psicológicos en diversos grados con una mayor prevalencia de síntomas depresivos y de ansiedad.

<sup>1</sup> Bulo: Falsedad articulada de manera deliberada para que sea percibida como verdad

<sup>2</sup> Iatrogénico: Daño no deseado ni buscado en la salud, causado o provocado, como efecto secundario inevitable, por un acto médico.



Imágen #2\_Efectos Psicológicos del confinamiento

Fuente: [https://image.freepik.com/foto-gratis/personas-cuarentena-debido-propagacion-coronavirus\\_155003-3881](https://image.freepik.com/foto-gratis/personas-cuarentena-debido-propagacion-coronavirus_155003-3881)

## 1.1.3 \_ [B] EFECTOS FÍSICOS

De acuerdo con el contexto que se vive hoy en día en donde el trabajo y estudio en casa se determinaron como una de las principales medidas para enfrentar el COVID-19. El Instituto de Seguridad Laboral (2020) advierte que esto puede significar algunos riesgos para la salud física como, por ejemplo:

Debido a que se trata de una actividad de tipo cognitivo, donde se está la mayoría del tiempo sentado, el sedentarismo es un factor nocivo de riesgo. Este favorece o agrava el riesgo de enfermedades diversas y contribuye a deteriorar el funcionamiento cotidiano o simplemente impide el mayor disfrute de las experiencias diarias.

Al realizar actividades en malas condiciones de tipo ergonómico: mala ubicación física del puesto de trabajo en el conjunto de la casa, mal equipamiento del espacio físico de trabajo, problemas de luz, temperatura, etc. Puede provocar serios problemas de salud, los mismos que se muestran en el cuadro #1:

**1.\_** Trastornos músculo esqueléticos

**2.\_** Tecnoestrés, el que puede manifestarse como tecno ansiedad, tecno fatiga, tecno adicción y provocar: disminución del rendimiento, problemas de sueño, insomnio, dolores de cabeza y musculares, trastornos gastrointestinales, dolor crónico, puesta en marcha de comportamientos perjudiciales como fumar, comer y beber en exceso, abuso de fármacos y otras sustancias.

**3.\_** Estrés, el cual provoca: Tensión y dolor muscular, palpitations, agotamiento, fatiga, sudoración excesiva, problemas respiratorios, mareos o vértigos, etc.

**4.\_** Sensación de fatiga, cefaleas, diarreas, palpitations, trastornos del sueño debido a la fatiga mental.

Gráfico #1 \_ Efectos físicos provocados por el home office  
Fuente: Autor, basado en: Instituto de seguridad laboral de Chile (2020)

Cabrera (2020) nos indica que la actividad física se presenta como un verdadero aliado en la lucha contra el virus y contra sus efectos psicológicos.

Debido a todo lo mencionado anteriormente y en base al ritmo de vida habitual que debería tener una persona para mantener un estilo de vida óptimo, según la OMS -Organización Mundial de la Salud-. Se recomienda 150 minutos de actividad física moderada por semana, lo que supone unos 30 minutos diarios. Por lo que la actividad física moderada se convierte en la mejor inversión en salud para un país.

Diversos estudios demuestran la efectividad de la actividad física en el fortalecimiento del sistema inmunitario. Destaca el reciente estudio de Sallis, y Pratt (2020), titulado "A Call to Action: Physical Activity and COVID-19" y publicado por el American College of Sports Medicine. En el, se afirma que la actividad física moderada podría ayudar a reducir la inflamación en los pulmones producida por el COVID-19. También defienden que la actividad física podría prevenir enfermedades cardíacas, diabetes y neoplasias, las cuales aumentan el riesgo de muerte entre las personas infectadas con

el coronavirus. Paralelamente, estos autores propugnan que cada sesión de actividad física reduce los síntomas de depresión y ansiedad.

Citando los estudios de Powell et al., (2019) sostienen que estar activo es tan efectivo como los medicamentos y la psicoterapia. Entre otras cosas, la cuarentena nos ha enseñado que podemos practicar actividad física sin necesidad de ir a un gimnasio.

Por otro lado, como respuesta social a la restricción de movimiento, se ha producido un fenómeno deportivo nunca antes visto: **La actividad física en el hogar**. Podemos constatar una gran proliferación de tablas de ejercicios físicos en las redes sociales, medios de comunicación, canales

de YouTube e instituciones o entidades de todo tipo. Los gimnasios, que se han visto obligados a cerrar, lanzan aplicaciones de teléfono en las que se ofrecen tablas personalizadas, con el fin de fidelizar a futuros clientes. En Instagram se ha creado una cuenta a raíz de una iniciativa de distintos entrenadores personales: #YoMeMuevoEnCasa. En YouTube, existen varios canales, como: Gymvirtual, con más de 7,5 millones de suscriptores y los vídeos acumulan más de 10 millones de visualizaciones (Andreu Cabrera, 2020).

## 1.1.4 CONSECUENCIAS EN EL ÁMBITO LABORAL Y ESTUDIANTIL

El término teletrabajo aparece en los Estados Unidos con Jack M. Nilles, quien utilizó esta expresión en su libro *Micros and modems: Telecommunicating with personal computers* (Gauthier, 2004). Sin embargo, solo hasta la década de los noventa, con el auge de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC- se asoció el teletrabajo con el desarrollo económico de las organizaciones (Camacho, 2013, p.90).

“El término teletrabajo se entiende aquella actividad laboral desarrollada a distancia -fuera de la organización-, a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones -TIC-, lo que hace que sea el producto, y no el trabajador, el que se desplace hasta el sitio de interés” (Camacho, 2013, p.93).

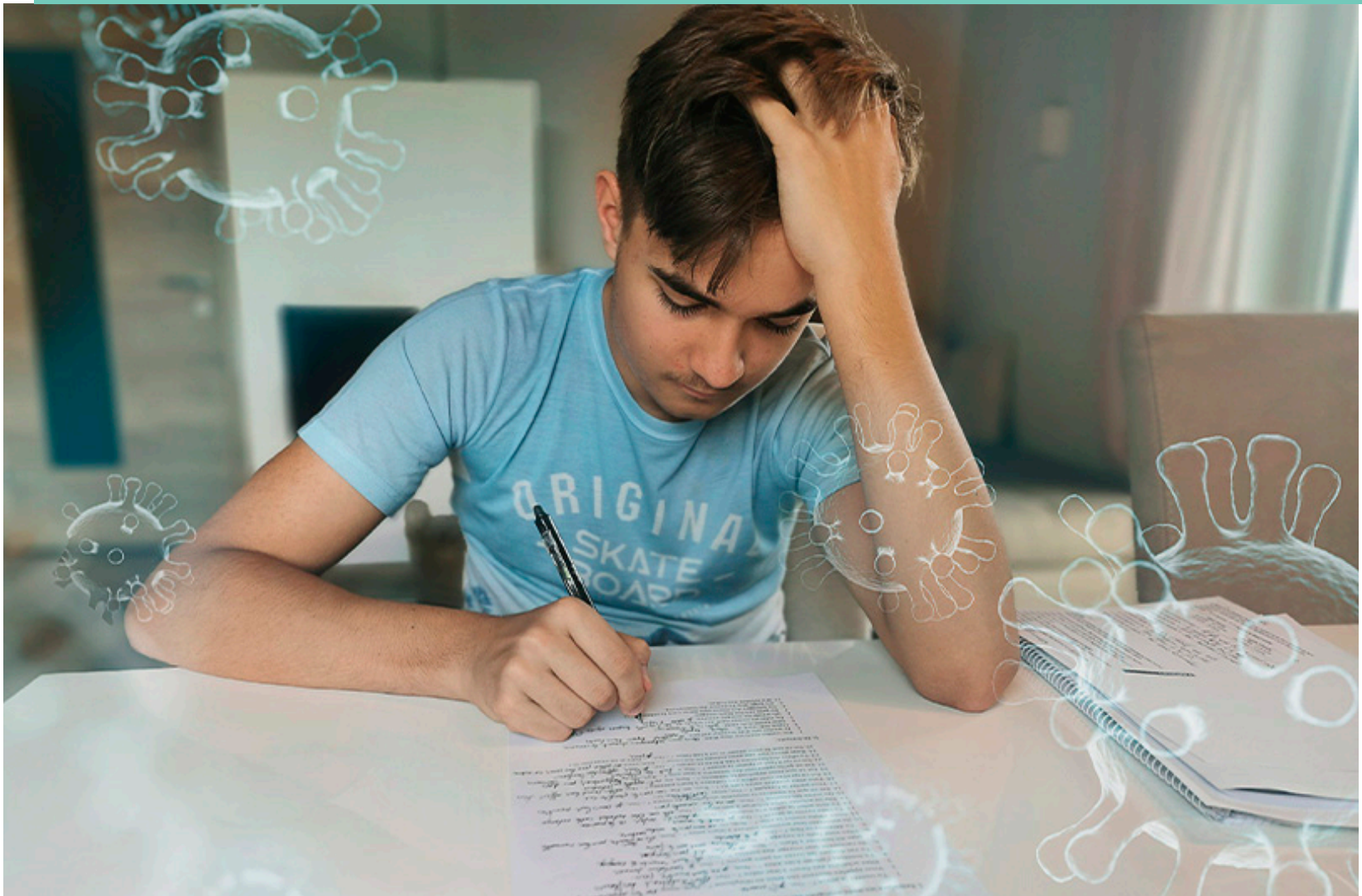
Para Beltrán y Sánchez (2017) la aparición del teletrabajo ha traído grandes beneficios a las empresas, como el aumento de la productividad, la disminución del ausentismo, la reducción de costos fijos y la flexibilización de la jornada de trabajo, entre otros.

Como nos indica Cerbino y Ángulo (2020), en cuanto al trabajo, se van borrando las líneas entre los tiempos de disfrute y el tiempo laboral o de estudio. Psicológicamente es un golpe fuerte para las personas ya que antes uno iba a la universidad y tenía un espacio físico concreto en el cual uno se mentalizaba que ese es un espacio de trabajo, pero de pronto todo esto cam-

bia con la nueva modalidad. Por otro lado, la plataforma ZOOM se usa en la mañana para reuniones de trabajo y en la tarde para celebrar eventos familiares, sociales o incluso rituales que hasta hace poco estaban pensados exclusivamente para el contacto humano porque son espacios para acompañar, para sostener emocional y afectivamente de manera física, como los velorios. por lo que el contacto y la presencia física cada vez son menos necesarios.



La pandemia ha desencadenado varios sucesos, uno de ellos sin duda es la adaptación repentina y obligatoria de un espacio en casa para trabajo y estudio.



Imágen#3 \_Consecuencias de la pandemia en estudiantes  
Fuente: [https://cdn.pixabay.com/photo/2020/05/22/10/57/students-5204989\\_1280](https://cdn.pixabay.com/photo/2020/05/22/10/57/students-5204989_1280)

## 1.1.5 EL BIENESTAR DENTRO DE CASA

Teorías que ayudan al bienestar en casa.

Debido a la problemática se analizaron varias teorías que podrían vincularse con el desarrollo de este proyecto. Una de ellas es la **Ingeniería Kansei**, según González, Aguayo, Lama, et al., (2010) tiene como fin el diseño de objetos construidos a través del diseño emocional. Si bien en un inicio esta teoría aportaría en el desarrollo del proyecto, se tomó la decisión de descartarla ya que tiene un enfoque hacia el diseño y construcción de productos.

Por otro lado se encuentra la teoría del **Feng Shui** como nos indica Roberts (2007) en su libro *"Fast feng shui for your home office"*. El Feng shui es una práctica antigua originaria en China, que en un inicio estudió la interacción de las formas naturales, sin embargo, con el paso de los siglos evolucionó hasta convertirse en un conjunto de pautas para seleccionar lugares propicios para la optimización de espacios y recursos en el hogar.

# 1.1.5.1 ¿QUÉ ES EL FENG SHUI?

Como nos indica Roberts (2007) en su libro “Fast feng shui for your home office”. El feng shui es una práctica antigua originaria en China hace miles de años. Su primera aplicación fue en la selección ideal del lugar para la construcción de tumbas, que se pensaba aseguraban la buena fortuna de los descendientes de los difuntos. Y al pasar de los años, esta práctica que estudió la interacción de las formas naturales de los paisajes terrestres, las características del agua y los patrones del viento, ha ido evolucionando hasta convertirse en un conjunto de pautas para seleccionar lugares propicios para la vivienda y para la ubicación de características clave al momento de diseñar una casa, como la entrada, la chimenea, los dormitorios, etc.

La premisa básica del feng shui según Roberts (2007) es que la experiencia de vida, los pensamientos, los sentimientos y el comportamiento, incluso la extensión de la suerte, está directamente influenciada

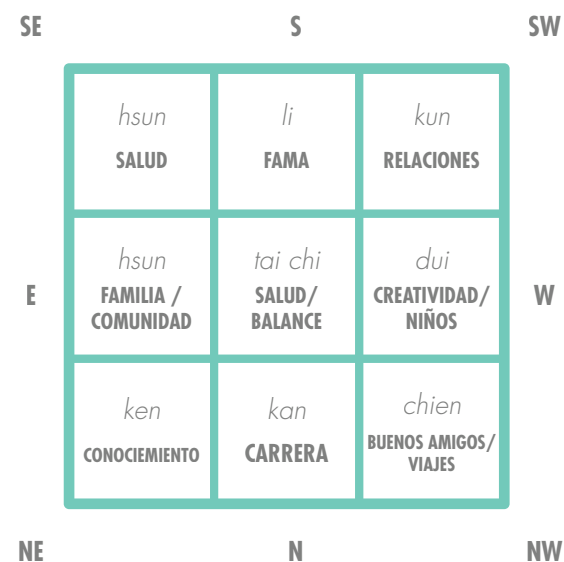


Gráfico #2 \_ Mapa Bagua y home office

Fuente: Autor, basado en: Fast Feng Shui for Your Home Office (2007)

por el entorno en el que vivimos. Al mismo tiempo, el estado del hogar o espacio de trabajo es un claro reflejo del estado de ánimo y actitud -que, por supuesto, también afecta la experiencia y productividad-. Por ejemplo, una oficina oscura, lúgubre y desordenada, contribuye a una atmósfera de apatía y fatiga.

El feng shui brinda una perspectiva y un incentivo para ser consciente del espacio. Como resultado, se obtiene armonía con el entorno y esto ayudará a mantener una actitud positiva.

El bagua -Ba = ocho; gua = área- es el mapa del feng shui de las influencias energéticas en tu espacio, es una herramienta necesaria para evaluar la ubicación del espacio de trabajo en el hogar. Ver el gráfico #2.

**El feng shui no es un atajo para el éxito;** es una herramienta que puede ayudar a alcanzar un mayor nivel de éxito más rápidamente. Como la mayoría de las herramientas, funciona mejor cuando se usa en combinación con otras herramientas, como su perseverancia, habilidades de comunicación, capacidad de liderazgo y compromiso con la ética y la honestidad en los negocios (Roberts, 2007, p.14)

# 1.1.5.1.1

## ALGUNOS MÉTODOS DEL FENG SHUI

Según Roberts (2007) **El feng shui occidental contemporáneo** se enfoca en la creación de un flujo saludable de chi -vitalidad o energía de fuerza vital- en un espacio. Así mismo, se centra en la necesidad de un método que pueda aplicarse cuando las reglas de ubicación basadas en la brújula resultan difíciles de seguir. Cabe destacar que las prácticas modernas se basan en un mapa de "aspiraciones de vida", llamado Bagua, el mismo que se vincula con áreas específicas del hogar y aspectos esenciales de la vida. Al referirnos a este estilo de feng shui, las áreas más importantes del hogar -"puntos de poder"- no están fijadas por la brújula o una tabla de números, sino por lo que es más importante para la persona en el momento actual de su vida. Ver el gráfico #2.

Por otro lado, Roberts (2007) nos enseña el método "*Fast Feng Shui*" que surgió a partir de la necesidad de quienes intentaron leer o conocer sobre Feng Shui a través de libros llenos de información, sin embargo, terminaron frustrados ya que lo que habían encontrado no aplicaba en su hogar o situación.

Para aplicar este método de Feng Shui en

el *home office*, de acuerdo a un especialista en el tema, se debe analizar previamente el diseño de la casa, diagnosticar cuáles son los problemas y determinar los ajustes apropiados. Al enfocarse en espacios interiores, este estilo moderno de feng shui ofrece una amplia variedad de alternativas funcionales y apropiadas. No obstante, los métodos tradicionales brindan una capa de información que se puede utilizar para ajustar las decisiones tomadas.

Roberts (2007) nos explica que cuando la persona aprende a pensar en su oficina en casa como un microcosmos de su negocio, debe enfocarse en este espacio con el mismo tipo de cuidado y atención que le da a sus tareas y proyectos. Es importante que tome decisiones conscientes sobre su oficina en casa, el lugar en dónde la instalará, la forma en cómo la arreglará y decorará. Sin duda son factores que le permitirán tomar resoluciones más conscientes sobre su negocio y su vida.

Para Roberts (2007) varios estilos diferentes de feng shui han evolucionado en los últimos milenios. Algunos se tratan de métodos antiguos que aún se practican en la actualidad y también se encuentran los enfoques modernos que se han ido desarrollando para poder complacer las necesidades y expectativas de una audiencia contemporánea.

Al pensar en el espacio ideal para realizar *home office*, es importante desvincularse del aire típico de entorno corporativo y tomar la oportunidad de crear un ambiente de trabajo que equilibre la energía propia de quien vaya a utilizarlo y que complazca su mente, cuerpo y espíritu.

Es importante mencionar que en el libro *Fast feng shui for your home office*.

Roberts, (2007) nos explica puntualmente cuáles son los elementos más importantes y como estos deben estar dispuestos en nuestra oficina en casa, como, por ejemplo: el escritorio, los asientos, el punto focal, el chi vivo, la comunicación, la iluminación entre otros.

Esta información será de gran ayuda para la organización de espacios, e incluso en el ámbito psicológico.

## 1.1.6 DISEÑO MULTIMEDIA

En el presente proyecto de titulación, se trabajan con recursos como la cromática, tipografía, iconos y fotografías con la finalidad de crear un producto digital que esté a la vanguardia de la tecnología moderna tanto a nivel estético como funcional.

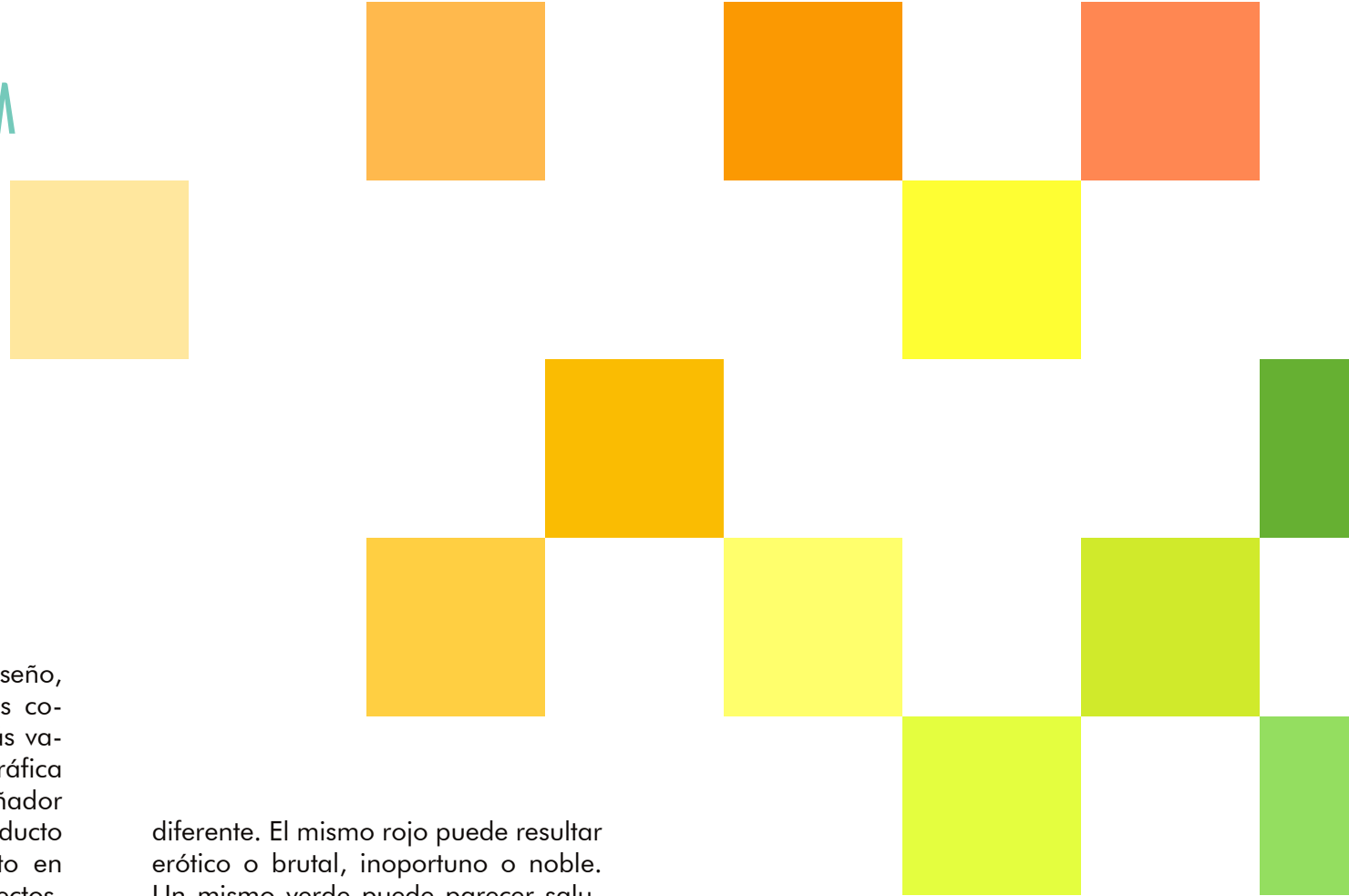
Hoy en día se evidencia cómo la implementación creciente de las nuevas tecnologías y la importancia que ha tomado la comunicación como eje fundamental en la sociedad, ha significado un proceso de redefinición y actualización constante en las herramientas utilizadas para la creación de contenido con el objetivo de enviar un mensaje que impacte y transmita emociones a la audiencia.

El diseño multimedia implica la composición de diversos recursos como el texto, video, sonidos, animación, programación, entre otros, los cuales se complementan para crear un mensaje efectivo y aplicable en medios digitales. La misión del diseñador multimedia, por tanto, es crear contenido innovador e interactivo que cualquier persona pueda utilizar de manera fácil e intuitiva.

En el presente proyecto de titulación, se trabajan con recursos como la cromática, tipografía, iconos y fotografías con la finalidad de crear un producto digital que esté a la vanguardia de la tecnología moderna tanto a nivel estético como funcional.

# 1.1.6.1 ELEMENTOS DEL DISEÑO MULTIMEDIA

## [A] CROMÁTICA



Hablando en el ámbito del diseño, Arias y Kiverstein (2010) nos comentan que, el color es el medio más valioso mediante el cual una pieza gráfica transmite las sensaciones que el diseñador desea expresar en la escena o producto final. Mediante el buen conocimiento en cuanto al color, su naturaleza y efectos, será posible expresar lo alegre o triste, lo luminoso o sombrío, lo tranquilo o lo exaltado, entre otras cosas.

Una vez comprendida, las propiedades, interacción y significados del color, es necesario aprender a aplicarlo correctamente en las piezas gráficas, para conseguir los mejores resultados.

Conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. Un mismo color actúa en cada ocasión de manera

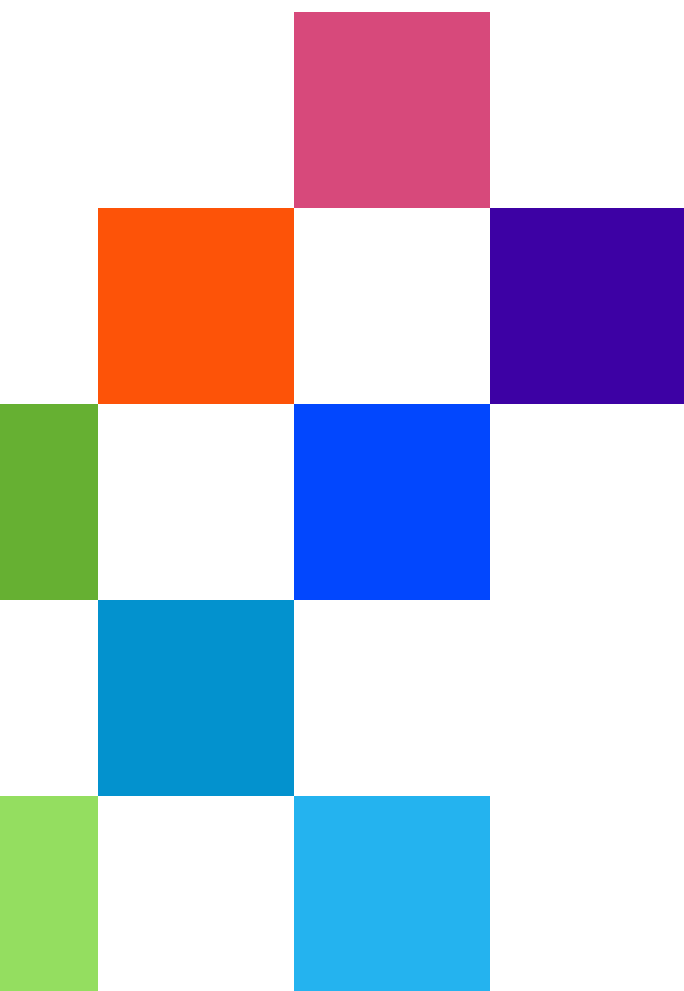
diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venenoso, o tranquilizante. Esto se produce porque ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores (Arias y Kiverstein, 2010, p.15).

### **Psicología y cromática**

Según Arias y Kiverstein (2010) el color es mucho más que un fenómeno óptico y que un medio técnico. Se puede manifestar en diversos ámbitos del ser humano, como en el ámbito físico, fisiológico, perceptual, psicológico, entre otros. Ya que los colores tienen la capacidad de influenciarnos o

afectarnos, e incluso de evocar diferentes sensaciones. Esto es el resultado de un fenómeno psico fisiológico y psicológico.

Las paletas de colores juegan un papel crucial en la vida de todos, ya que si la combinación de colores no es suficiente agradable para quien la percibe, entonces no existe ninguna ventaja en el uso de los colores, es por eso que es importante poder hacer una selección a conciencia de la paleta cromá-



tica adecuada para nuestro proyecto. Para generar una paleta cromática se tomará en consideración los siguientes colores, según (Arias y Kiverstein, 2010):

**El color amarillo** es preferido por el 6% de hombres y mujeres, es el color del optimismo, de la iluminación, de la diversión, de la amabilidad y lo positivo, además de simbolizar acción, poder y entendimiento, simboliza un camino central y

recto, el curso de la acción ideal que yace entre dos extremos.

**El color azul** se ve asociado con la tranquilidad, la pasividad, lo perceptivo, lo unificador, la satisfacción, lo sensible y el afecto.

El azul representa las cualidades intelectuales: la inteligencia, la ciencia y la concentración.

El azul es el color preferido de la mayoría de la gente ya que es el color más elegido por personas normales en su condición psíquica.

**El color naranja** Significa entusiasmo y exaltación, Según Kandinsky, el ana-

El color más allá de ser una de las más intensas sensaciones visuales que el ser humano puede experimentar, tiene una capacidad de pregnancia en nuestro cerebro, generando y asociando múltiples sensaciones.

ranjado suscita sentimientos de fuerza, energía, ambición, determinación, alegría y triunfo. Es el color de la diversión, la sociabilidad y uno de los colores de la alegría, une y armoniza, sin él no hay entretención. El naranja también es el color de lo inadecuado, lo subjetivo y lo original. Es el color que menos se toma en serio.

El 3% de las mujeres y el 2% de los hombres nombran al naranja como su color preferido.

**El color verde** más allá de ser solo un color es una ideología, un estilo de vida: es conciencia medioambiental, amor a la naturaleza y, al mismo tiempo, rechazo de una sociedad dominada por la tecnología. Es apropiado para simbolizar la juventud, la lealtad, la esperanza y la promesa, así como la vida y lo sano es verde, es un color tranquilizante el color de la libertad, la confianza y la seguridad. El 16% de los hombres y el 15% de las mujeres lo prefieren.

## [ B ] TIPOGRAFÍA

Al crear una aplicación, uno de los elementos decisivos en la experiencia del usuario es la tipografía. Elegir las fuentes tipográficas idóneas para una interfaz, así como otros factores, influirá en gran medida en el nivel de comprensión y percepción que se tiene de la misma.

Cuello y Vittone (2013) señalan que la adecuada elección de las fuentes, la correcta gestión de su tamaño, el espacio entre líneas, ancho de columnas y la armonía que debe lograr el contraste visual con el fondo, son aspectos primordiales que lograrán que el texto se visualice con claridad. Hay que tener en cuenta que los dispositivos móviles por lo general son utilizados tanto en lugares con baja intensidad de luz y también en espacios con mayor exposición a la claridad por lo que en caso de no existir un óptimo contraste, el contenido será imposible de leer.

Por su parte, Monjo (2018) recomienda que es factible aplicar máximo dos tipos de letra distintos ya que, al utilizar algunas variaciones, puede implicar que la legibilidad se vuelva caótica. De igual manera, resalta que estos dos tipos de letra necesitan ser lo suficientemente distintos para que lleguen a ser percibidos de esta forma.

En cuanto al tamaño de la tipografía, los tamaños pueden variar dependiendo

del sistema operativo, la resolución de la pantalla y las fuentes elegidas. Al tratarse de pantallas pequeñas, se sugiere escoger fuentes de formas simples y abiertas, con un óptimo espaciado tanto entre caracteres como en líneas y márgenes para asegurar que la lectura se desarrolle con facilidad. Cuello y Vittone (2013).





Imágen#4\_ Tipografía multimedia

Fuente: [https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-panoramica-pico-roys-nueva-zelanda-montanas-bajas-distancia-celaje\\_13005896](https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-panoramica-pico-roys-nueva-zelanda-montanas-bajas-distancia-celaje_13005896)

[ C ]

## FOTOGRAFÍAS IMÁGENES

Las fotografías e imágenes, son consideradas parte esencial de la comunicación visual ya que, en su mayoría, logran comunicar mensajes y generar emociones que no se podrían conseguir únicamente con textos.

Como indica Hassan (2015), en su libro "Experiencia de Usuario: Principios y Métodos, las fotografías tienen un gran potencial para optimizar la experiencia del usuario y si se llegara a dar un mal uso de las mismas, se podría obtener el efecto contrario ya que generaría desconfianza en el usuario evitando que logre una exploración visual fluida en la plataforma. Entre los errores más comunes con este tipo de recursos aplicados a productos digitales, comprenden la utilización de imágenes de un tamaño reducido que dificulta su lectura así también, fotografías que se perciban como artificiales y el usuario no llegue a sentirse identificado.

Hassan, Iazza y Fernández, (2020), mencionan que, al usar imágenes en el diseño, es necesario cuidar su resolución y tamaño. De la misma forma en fotografías, es importante no perder el contexto al aplicar la herramienta de recorte o llegar a la minimización en exceso de la imagen.

Antes de incluir fotografías en una plataforma digital, es importante analizar algunos aspectos como, por ejemplo, si el contenido

puede verse con claridad, de qué manera la fotografía ayuda al usuario a facilitar alguna tarea, si puede llegar a transmitir un mensaje que provoque una respuesta emocional deseada, en sí, se trata de establecer parámetros para medir la efectividad de una fotografía.



Imágen#5\_Paisaje natural

Fuente: <https://pixabay.com/get/g0ca95e23defac99b52fd3bb9b0c9d136f6e8c94dd74529145eddd84f28accf84daea1a4085b50fc94faffbdf86fe8780>

## [ D ] ÍCONOS

Los íconos son los encargados de aportar visualidad, y estos son reconocidos o interpretados de una manera más rápida en comparación de un texto.

Los íconos son un tipo de elemento casi omnipresente en las interfaces gráficas de usuario. En ocasiones se utilizan con fines puramente ornamentales, sin aportar sentido o función y, por tanto, añadiendo innecesariamente ruido y complejidad visual a la interfaz. Sin embargo, bien ideados y diseñados, pueden facilitar el uso y comprensión del producto significativamente ( Hassan, 2015, p.68).

Según Hassan (2015), para que un ícono sea útil, este debe tener un sentido y función, es decir debe ser directamente interpretable. Esta interpretación implica establecer una relación o correspondencia entre representación -forma gráfica- y el representado -función o significado.



Gráfico# 3\_Diagrama de íconos  
Fuente: Autor

## 1.1.7 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

El diseño centrado en el usuario se enfoca en priorizar las necesidades y características del usuario durante todo el proceso de desarrollo de una plataforma digital. Es esencial indagar en la percepción del usuario sobre el sitio y su experiencia al utilizarlo con el fin de mejorar e innovar de acuerdo con sus expectativas.

Hassan, Iazza y Fernández (2020), señalan que la información recopilada durante los estudios de usuarios, es la base para iniciar con el proceso de diseño, a esta etapa se le denomina como: modelado del usuario. Consiste en la definición de perfiles de usuarios basado en sus necesidades de información, accesibilidad, conocimientos y experiencia. A través de esta técnica y otros métodos que se considere aplicar para la obtención de información, el diseñador tendrá una visión más clara de la audiencia para la cual se encuentra diseñando, así como qué espera encontrar la misma.

Es importante recalcar que el diseño centrado en el usuario no solamente se basa en entender de qué forma será utilizada plataforma digital y encontrar las soluciones de diseño a partir de la experiencia de los usuarios, sino también, permite analizar el verdadero valor del sitio que se creará y la posibilidad que tendrá para resolver necesidades reales. Ver el gráfico #3

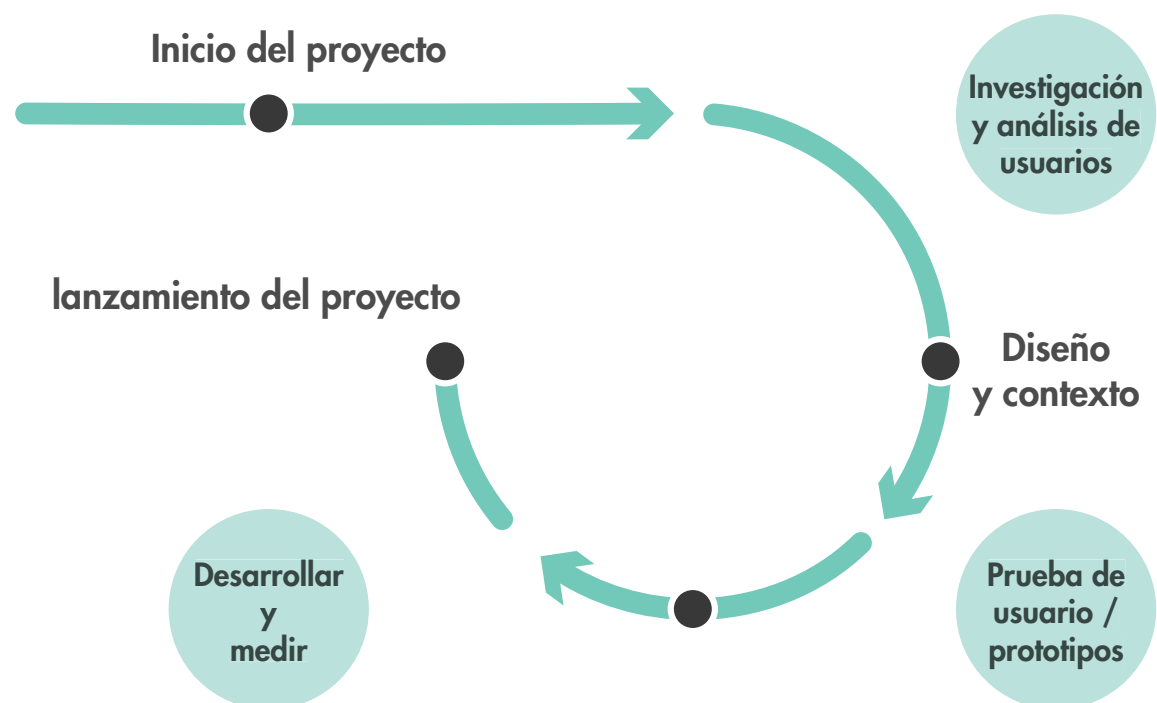


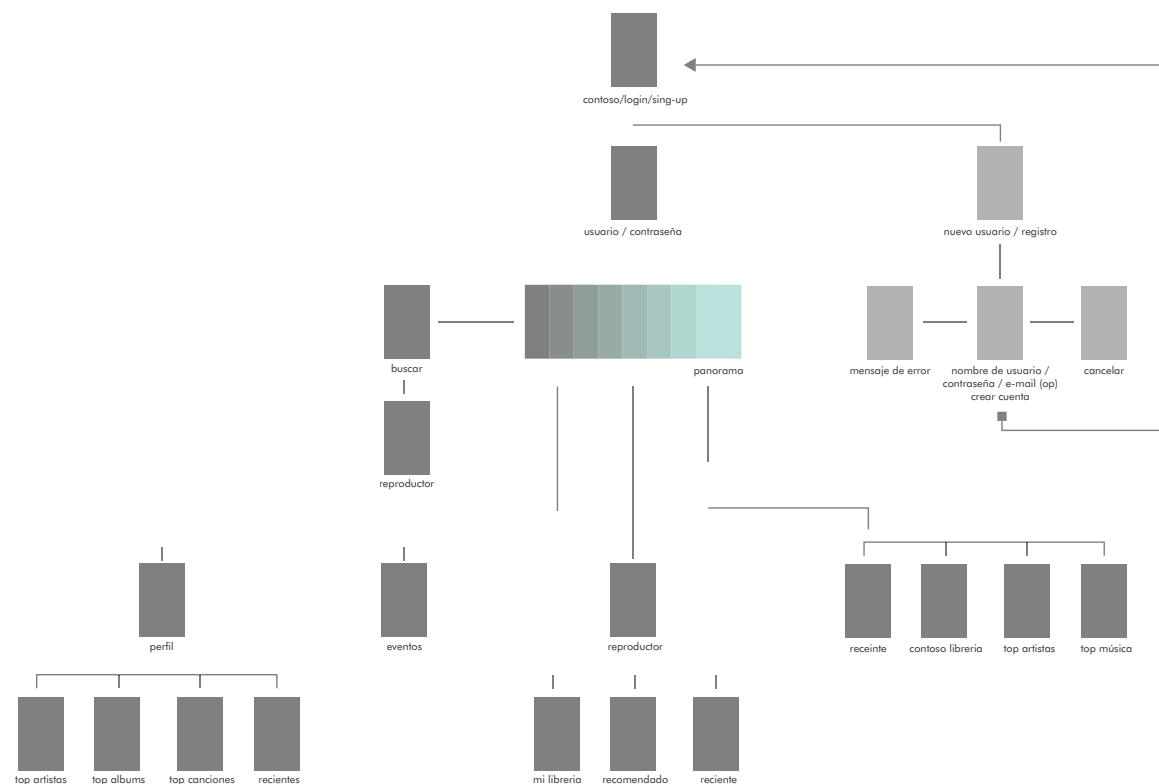
Gráfico #4\_Diseño centrado en el usuario  
Fuente: Autor, basado en: Experiencia de Usuario: Principios y Métodos (2015)

# 1.1.7.1 ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Según Hassan, et al., (2020), la estructura o arquitectura de la información, se define como el arte de organizar contenidos con el objetivo de contribuir a satisfacer las necesidades de información que tienen los usuarios. Los factores que determinan esta organización son la estructuración, clasificación y rotulado de contenidos.

Por otro lado, los autores destacan la técnica de "card sorting" u ordenación de tarjetas la misma que consideran adecuada para aplicarse al diseño conceptual por su utilidad y facilidad al momento de ser llevada a cabo. La técnica mencionada se basa en observar cómo los usuarios asocian y agrupan entre sí cierto número de tarjetas etiquetadas con las distintas categorías de una plataforma digital, es decir que partiendo desde el comportamiento de los mismos usuarios, se puede ordenar y clasificar la información de una interfaz conforme a su modelo mental.

De acuerdo a Cuello y Vittone (2013) una vez que se define el viaje del usuario y las diferentes funciones de la app, es importante estructurar un diagrama de arquitectura el mismo que determinará las pantallas necesarias en cada etapa de ese viaje



y las funciones que tendrían.

Una de las formas de visualizar la arquitectura consiste en representar cada pantalla con un rectángulo —en aplicaciones generalmente más vertical que horizontal— donde las conexiones entre los rectángulos indican la forma de navegar de una pantalla a otra y a través de qué acción (Cuello y Vittone, 2013, p.62).

El esquema que se lleve a cabo para la organización de contenidos sin duda marcará

Gráfico #5\_ Estructura de la información

Fuente: Autor, basado en: Diseñando apps para móviles (2013, p.64)

la forma de visualizar y entender la información de una manera más organizada. Lo que se logre definir en esta etapa, influirá de forma directa en el tipo de navegación que tendrá el usuario posteriormente.

## 1.1.7.2

# DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO

Hoy en día, vivimos en un mundo vinculado estrechamente con la tecnología en donde resulta imprescindible brindar al usuario una interfaz que le ayude a realizar las tareas de la manera más fluida, rápida y sencilla.

Según Albornoz, Berón y Montejano (2017) en su artículo “Interfaz Gráfica de Usuario: El Usuario como Protagonista del Diseño”, mencionan que la interfaz es la parte esencial en todo sitio web o aplicación ya que cumple con la función de comunicarle al usuario lo que es capaz de hacer en la plataforma con la que se encuentra interactuando.

Al hablar del diseño centrado en el usuario Acosta, (2017) en su artículo Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo, indica que antes de iniciar con el proceso de desarrollo de una plataforma digital, es importante preguntarse ¿quién va a utilizar esta herramienta?, ¿para qué la va a utilizar?, ¿en qué ambiente espera utilizarla? Todo esto con el fin tomar en cuenta al usuario y sus necesidades como pilar fundamental en el desarrollo de la aplicación.

Acosta, (2017), enfatiza también en que las

necesidades de los usuarios pueden convertirse en la base de un “look & feel” ( que textualmente significa “aspecto y sensación” y se utiliza con referencia a la interfaz gráfica de usuario. Implica los aspectos de diseño, como colores, formas y tipografías). Esto con el fin de que el usuario tenga una guía en cada tarea que realice durante su interacción con la plataforma y optimice su experiencia con la interfaz de una manera exitosa. Al pensar en las necesidades del usuario, esto aportará en el proceso al definir las funciones, acciones y elementos fundamentales dentro del diseño.

Cuando se diseña una interfaz, las acciones mediante las que el usuario va a navegar por el sistema deben ser

claras. No se puede pretender que el usuario adivine dónde debe dar clic o que deba buscar un botón para continuar un proceso. Estas y todas las acciones dentro de una herramienta deben ser obvias. Un botón debe parecer un botón, debe verse como un objeto al que se le puede dar clic. De igual manera, cada uno de los elementos presentes debe dar a entender por sí mismo la acción que ejecuta (Acosta, 2017, p.4).



# 1.8 EXPERIENCIA DEL USUARIO EN MEDIOS DIGITALES

## 1.8.1 APPS Y ESTILOS DE VIDA

“La ubicuidad (o la omnipresencia) se define como la capacidad de acceder a toda la información o a todos los servicios que necesita el usuario en cualquier momento y circunstancia mediante el dispositivo que tengamos actualmente” (Vique, 2012, p.17).

En la actualidad con las aplicaciones móviles, cada vez estamos más cerca de llegar a esta ubicuidad, ya que siempre tenemos a la mano el teléfono móvil con varias aplicaciones. De hecho, se han convertido en un accesorio diario, tanto profesional como personal.

Gracias a las nuevas capacidades, tanto de conectividad como de proceso, podemos acceder a casi todos los servicios disponibles en Internet. El acceso a estos servicios puede llegar a ser más práctico que desde un ordenador personal, y en eso se centra el aprovechamiento de la ubicuidad. En este sentido, en cualquier momento podemos recibir información útil para nosotros en el momento actual, como por ejemplo un correo electrónico o un mensaje instantáneo, pero también puede ser información sobre el

lugar donde estamos en ese momento o recordatorios relacionados con el sitio o la persona con quien estamos. También podemos conocer el estado del tiempo, del tráfico y muchos otros parámetros en el momento y lugar que nos interesa. En el caso de aplicaciones para otro tipo de dispositivos, como un televisor, también podemos tener información contextualizada, como juegos, concursos o simplemente comentarios relacionados con el programa que estemos viendo en ese momento. Por lo tanto, tenemos una serie de beneficios relacionados con la ubicuidad en lo que respecta a las aplicaciones para dispositivos móviles (Vique, 2012, p.17)

Con la situación actual de las aplicaciones móviles, estamos muy cerca de conseguir esta ubicuidad, pues las aplicaciones móviles pueden ir con el

Según Cerbino y Ángulo (2020) en este futuro actual pareciera que no se puede pensar sin estar al margen de las tecnologías y por eso va introduciéndose en todos los grupos sociales e incluso en aquellos grupos distantes de la tecnología. El objetivo es que éstas mejoren las vidas y las formas de sociabilidad humana.

- usuario continuamente.
- El dispositivo móvil es el primer medio de comunicación masivo real, dado que es capaz de llegar a casi todos los usuarios y en todo momento.
- El primer medio de comunicación permanece encendido, pues es capaz de captar y enviar información aun cuando está apagado (apagado en el sentido del usuario, es decir, cerrado, pero no totalmente apagado). Primer medio que está siempre con el usuario.
- Medio masivo que tiene incorporado un sistema de pago, que en este caso es mediante la operadora. (Vique, 2012, p.17)

# 1.9

## DISEÑO EMOCIONAL

El concepto de diseño emocional, ha ido cambiando a través de la historia, podemos decir que es una de las disciplinas del área proyectual que ha estado en un constante desarrollo y perfeccionamiento, a través de gran parte del siglo XX y XXI. Logrando así convertirse en la actualidad en un instrumento significativo a la hora de proporcionar soluciones a los diversos problemas que se generan en la vida cotidiana de las personas (Conejera et al., 2005, p.10).

Según Conejera, Vega y Villarroel, (2005) en el transcurso del tiempo del siglo XX, se ha evidenciado, experimentado y vivido muchos cambios en los paradigmas del diseño, los mismos que han guiado la teoría del diseño industrial. Es una disciplina que se encuentra en evolución constante, en conjunto con las necesidades de los usuarios, interactuando en un esquema de retroalimentación, que ha permitido la generación de cambios y el surgimiento de nuevas teorías.

Conejera et al., (2005) Nos dice que es posible establecer un tercer hito paradigmático en la teoría del diseño, mediante el establecimiento del denominado diseño

científico, ya que este se enfoca en el desarrollo de los métodos, y en la capacidad de obtención de resultados gracias a un rigor y un orden preestablecido, propiciando así el estudio de disciplinas como: La ergonomía y semiología.

Es por eso que hoy en día nos encontramos nuevamente en un proceso de evolución, pues las personas comienzan a manifestar necesidades nuevas mismas que se ven fomentadas por la agitada vida moder-

na. Estas necesidades tienen relación con las implicancias emocionales presentes en la experiencia de uso, pues "cada vez son más los diseñadores que coinciden en que ya no se diseñan exclusivamente productos, sino que se diseñan relaciones de empatía con éstos" (Conejera et al., 2005).



Imágen# 6 Diseño emocional y evolución

Fuente:<https://www.caradvice.com.au/530978/volkswagen-beetle-old-v-new-1965-v-2017/photos/#1b68b2f666295c83a86ff2b0c80c32d4>

1.2

# INVESTIGACIÓN DE CAMPO

1.2.1

## ¿QUÉ NOS DICE UN PROFESIONAL EN PSICOLOGÍA SOCIAL?

En una entrevista realizada el 25 de enero del 2021 el psicólogo Edmundo Méndez especialista en psicología social, nos indica lo siguiente:



Entrevista #1\_ Edmundo Méndez

El impacto de la pandemia en la salud mental de los seres humanos, es brutal, ya que se ha creado incertidumbre, zozobra, altos niveles de estrés y miedo generado a partir del distanciamiento físico de las personas.

Por el contexto actual en el que nos encontramos, nos recomienda realizar actividades que nos brinden bienestar con el fin de mantener la calma y de esta manera preservar la salud física y mental. Es importante que las personas practiquen la meditación en casa y ejercicios de relajación que sirven para aquietar la mente.

## 1.2.2

# ¿QUÉ NOS DICE UNA PROFESIONAL DEL DISEÑO DE ESPACIOS SOBRE EL FENG SHUI?

En una entrevista realizada el 17 de enero del 2021, la diseñadora generalista Patricia Jaramillo flores, especialista en el diseño de espacios nos dice:



Entrevista #2\_ Patricia Jaramillo

El feng shui es originario en base a las filosofías orientales, y trata sobre el aprendizaje y uso de la energía o Chi mediante la relación de los objetos y espacios con las personas, existen diversos factores que influyen como son los (4 elementos del feng shui ). Se considera indispensable también una buena iluminación y organización de espacios

Como recomendación para aplicar esta técnica nos dice que el feng shui no es un acto de magia, sino que es un complemento que debe ser estudiado y comprendido para poder sacar el máximo provecho, por lo que: Los primeros pasos a seguir deberían ser: informarse y orientarse.

Es importante mantener una: Buena iluminación, disposición y orientación de los 4 elementos (tierra, agua, fuego y aire).

Es recomendable utilizar elementos sonoros como móviles o sonidos de meditación para mejorar el enfoque de las personas en las actividades del *home office*.

## 1.2.3

# ¿QUÉ NOS DICE UN PROFESIONAL DE DISEÑO DIGITAL?

En una entrevista realizada el 20 de enero del 2021 el diseñador Diego Larriva, experto en diseño multimedia nos dice lo siguiente:

### **En cuanto a usabilidad**

La usabilidad se aplica no solo en el desarrollo de las apps, sino en todo lo que hagamos.

En cuanto a la aplicación, el buen trabajo sobre la usabilidad hace que el proyecto funcione o no. Una aplicación puede tener una muy buena idea, pero si no se trabajó con todas las características que debe tener en cuanto a la usabilidad, no va a funcionar.

### **En cuanto a características y tendencias**

Las aplicaciones deben ser responsivas y multiplataforma, es algo fundamental. En cuanto al diseño gráfico, depende de las características de la temática, en relación con la cromática y tipografía.

Hoy en día se ha visto una tendencia como el “modo night” que hace que las aplicaciones sean más inclusivas y cuenten con una buena estética. Esta tendencia aplicada a las apps hace que se vean más actuales y que generen una mejor experiencia con el usuario creando un vínculo de confianza ya que al mostrarle que se encuentra actualizada y tiene un buen funcionamiento,

mantendrá el interés en el usuario.

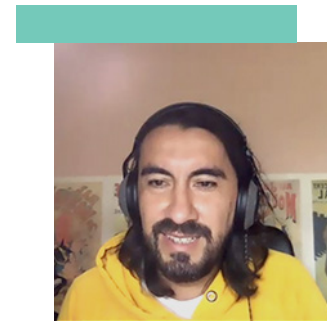
### **En cuanto a errores comunes al momento de diseñar una app**

Dar por sentado las cosas y no hacer las pruebas de usabilidad necesarias.

### **En cuanto a softwares para diseñar y producir las aplicaciones**

Diseño en cualquier software de adobe, dependiendo de las características de la app que se esté desarrollando. Por ejemplo, para una app de recursos didácticos y digitales se utilizará un software japonés Cocos 3dx que no es muy común en occidente, pero se integra bien con el adobe Animate. De igual manera el XDK que permite hacer el renderizado para app móvil

Para hacer maquetas, en sí el proyecto como tal, que se vea desde una maqueta que pueda funcionar, que trabaje, lo más recomendable es realizarlo a través de: Justinmine. Te permite tener a la aplicación casi funcionando en su totalidad.



Entrevista#3 \_ Diego Larriva

### **Como recomendación para diseñar una app para mejorar el estilo de vida de las personas en la actualidad.**

Es importante un trabajo fuerte sobre el usuario, entender su comportamiento y cómo se puede ayudarle a optimizar sus actividades diarias, en sí un mapa de empatía para entender mejor el modo de vida del usuario.

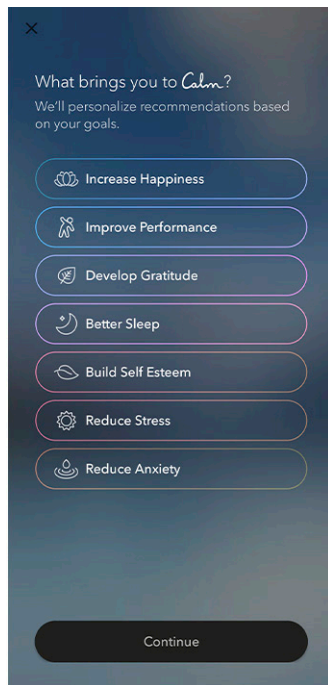
Es interesante pensar en un diseño para las aplicaciones móviles desde un diseño emocional ya que el usuario tiende a apegarse a ese tipo de diseño que siente que le entiende, que emocionalmente le produce alguna sensación como alegría o satisfacción. Es fundamental entender bien qué le voy a proponer desde la experiencia de usuario.

1.3

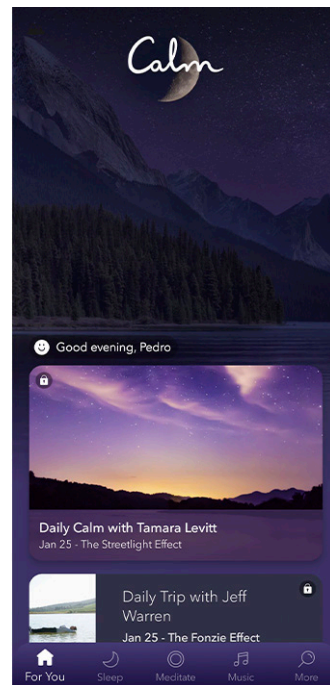
# ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS



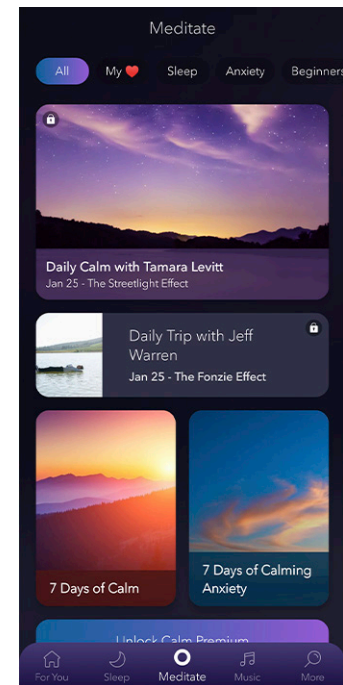
La aplicación Calm tiene un juego tipográfico y cromático bastante acertado ya que se jerarquiza la información y al mismo tiempo nos transmite emociones. Mediante retícula utilizada es bastante fácil localizar lo que uno busca, no hay donde perderse, también nos ayuda la iconografía en base a vectores con líneas, que son acompañados con imágenes simples con un leve retoque fotográfico. estas son de gran ayuda ya que nos proyectan en un exterior al momento de estar en casa.



Homólogo#1\_Captura#1\_Fuente: CALM-v5.16



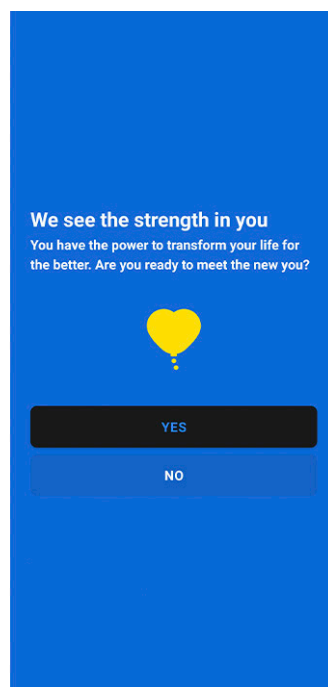
Homólogo#1\_Captura#2\_Fuente: CALM-v5.16



Homólogo#1\_Captura#3\_Fuente: CALM-v5.16

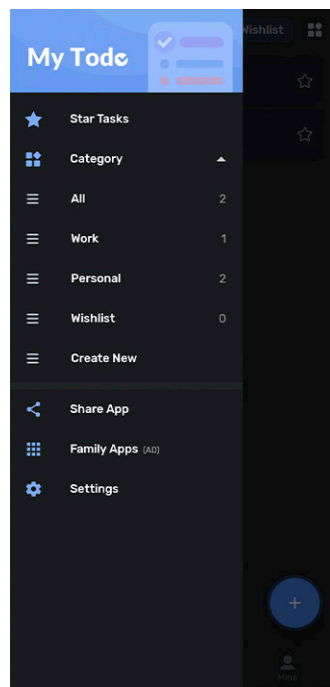
## [ B ] FUNCIÓN

**La aplicación Fabolous, simplish y todolist**, una de ellas ganadora a la mejor app del 2019 en salud y bienestar. En cuanto a información la aplicación Fabolous nos transmite desde un inicio motivación, energía positiva, predisposición con sus mensajes. Un dato curioso es que nos engancha con la app realizando pequeños “contratos” en los que nos pone como meta superar miedos, distracciones, etc. para mejorar nuestro estilo de vida y lograr el éxito.

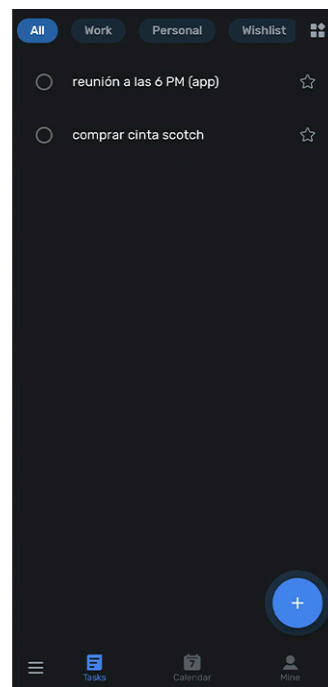


# FUNCIÓN

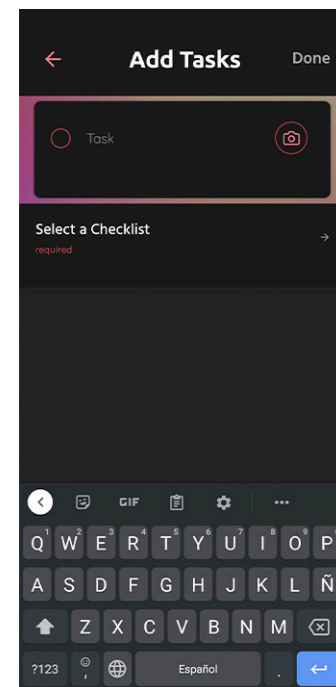
Ahora en cuanto a la navegación en la app, es de fácil uso, casi intuitivo, sin opciones innecesarias en la pantalla de inicio, está en conjunto con el menú de navegación de Calm es perfecto para el usuario ya que se puede Clasificarse en categorías separadas las actividades laborales, de estudio, y domésticas.



Homólogo#3\_Captura#1\_Fuente: Todoist-v7840



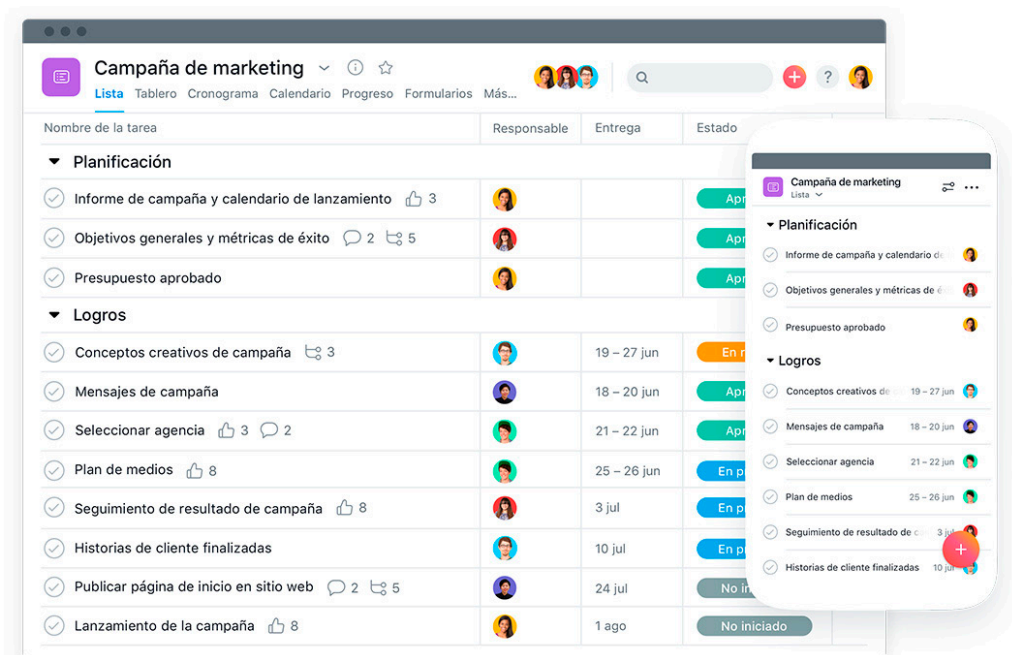
Homólogo#3\_Captura#2\_Fuente: Todoist-v7840



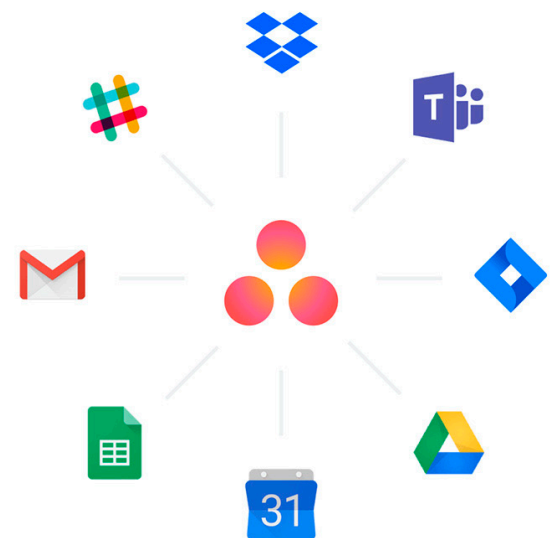
Homólogo#4\_Captura#1\_Fuente: SIMPLISH-v4.1.6

# [C] TECNOLOGÍA

La **aplicación asana** es perfecta ya que es una app multiplataforma funciona tanto en ios, como en android, brindándonos incluso acceso total desde la página web y se sincroniza para un trabajo en conjunto con otras aplicaciones de google.

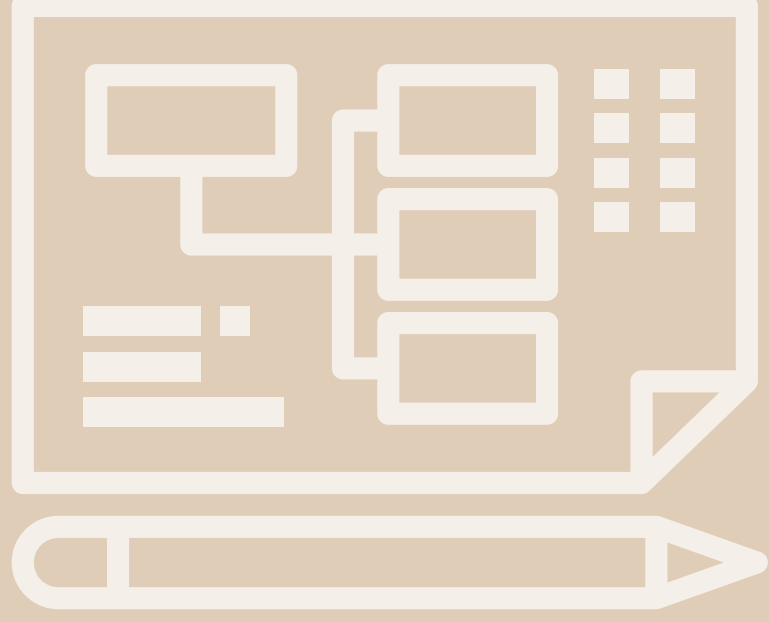


Homólogo#5\_Asana\_Fuente:<https://luna1.co/7c29c0>



Homólogo#5\_Asana\_Fuente: <https://3software.com.br/wp-content/uploads/2019/08/integra%C3%A7%C3%A3o>

# 2 PLANIFICACIÓN



## 2.1 DEFINICIÓN DEL TARGET

### Mediante variables de segmentación

<b>Variables sociodemográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Condición:.....</li> <li>➤ Sexo:.....</li> <li>➤ Nivel Social:.....</li> </ul>	<p>Personas adultas entre 19 años que estudien y 45 años trabajen desde casa.</p> <p>Hombres / Mujeres (Todos).</p> <p>Medio - Medio Alto.</p>
<b>Variables psicográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Personalidad:.....</li> <li>➤ Estilo de vida:.....</li> <li>➤ Gustos Personales:.....</li> </ul>	<p>Personas proactivas que se preocupan por su calidad de vida, joviales, con un interes en la tecnología .</p> <p>Personas de un estrato social medio - medio/alto, que se encuentren realizando actividades de estudio o trabajo desde casa que tengan un ritmo de vida activo con dificultad para organizar tiempo y actividades.</p> <p>Personas que les guste la tecnología, deporte, redes sociales, hobbies, entre otros.</p>
<b>Variables conductuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beneficio buscado:.....</li> <li>➤ Conveniencia:.....</li> <li>➤ Decisión de compra:.....</li> <li>➤ Expectativas:.....</li> </ul>	<p>Que la app cumpla lo que se propone.</p> <p>Personas que buscan respuestas en internet, personas que buscan el bienestar personal.</p> <p>Personas que apesar que es una inversion en el costo buscan una solución.</p> <p>Que le haga bien, mas alla de una app es un asistente personal, un amigo que nnos brinda un acompañamiento, planes personalizados, y una actualización constante.</p>
<b>Variables geográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Delimitación por zonas:..</li> </ul>	<p>Países de habla hispana</p>

Gráfico#6\_Definición del target\_Fuente: Autor

# [A] PERSONA DESIGN 1

**Teletrabajadora a partir de la pandemia, su prioridad es su hijo y sus hobbies.**



Imágen#7 \_Persona design#1 \_Fuente: Autor

# [ B ] PERSONA DESIGN 2

Estudiante de cuarto año de medicina,  
amante de la tecnología y lectura.



Imágen#8\_Persona design#2\_Fuente:Autor



# [C] PERSONA DESIGN 3

**Freelancer con gustos en la naturaleza, música. Además es una persona autodidacta.**

**Perfil de usuario**  
*Rafa!*

**Datos personales**

Edad	28 años
Ocupación	Diseñador Gráfico
Estado civil	En una relación
Residencia	Cuenca
Nivel socioeconómico	Medio

**Aspectos personales**

- Actividad física: [Progress bar]
- Salud Mental: [Progress bar]
- Sociabilidad: [Progress bar]
- Experticia Tecnológica: [Progress bar]

**Metas Personales**

- Maestría en el extranjero
- Independizarse
- Aprender un nuevo idioma

**BIOGRAFÍA**

Freelancer con gustos en la naturaleza, música. Además es una persona autodidacta. Valores: Respetuoso, honesto, leal puntual, aunque, con falencias en la en su estado animico y tiempo de descanso.

**HOBIES**

- Camping: 20% por semana (Al aire libre)
- Cuersos en línea: 50% por semana (Ilustración, Edición)
- Cocinar: 10% por semana (BBQ, Parrilladas)

**Usuario de:** android (Tablet, smartphone, Laptop)

**Apps favoritas**

- Duolingo
- Domestika
- Spotify
- Strava
- Lightroom

**Redes sociales**

- f
- 🎵
- 📷

Imágen#9\_Persona design#3\_Fuente: Autor

## 2.2

# PARTIDOS DE DISEÑO

## [A]

# PARTIDO DE DISEÑO

## [FORMA]

Cabe destacar que la app consta de tres pilares base: organización de tiempos, espacios y actividades.

### **Estilo**

Se optó por un estilo simple y minimalista, ya que esto eliminaría las distracciones en los usuarios, los mismos que se centran en la información de una manera más rápida, organizada y sin divagaciones innecesarias.

### **Naming**

Para llegar a la memoria de las personas hay que desarrollar un estilo de naming, analizando palabras que se vinculen con la funcionalidad del servicio, para obtener un nombre que ayude a la parte publicitaria y así comenzar a tener parámetros para el diseño posterior.

### **Tipografía**

El uso de tres tipografías como máximo ayudará a generar un correcto dinamismo visual en la aplicación, ya que el uso de un número mayor podría generar distracciones en el usuario.

El uso de la tipografía Sans serif sería la mejor opción, ya que se ha demostrado que son las mejores para soportes digitales en cuanto a forma y legibilidad.

Es importante mencionar que una tipografía cursiva será estudiada para aportar en el ámbito psicológico del usuario.

### **Cromática**

Para determinar una paleta cromática hay que tener en cuenta los conceptos de psicología del color y la información brindada por el target objetivo.

En el sistema Android el uso del color en sus aplicaciones es muy abierto, lo cual brinda mayor libertad al momento de diseñar la interfaz.

Las emociones que se desean transmitir mediante el color son: paz, tranquilidad y bienestar.

### **Iconos**

Se generan a partir de una retícula y serán los elementos que ayuden a simplificar, optimizar y presentar la información dentro de la interfaz.

Estos elementos gráficos están vinculados directamente con el estilo y la marca.

### **Lenguaje**

Se trata al usuario como nuestro amigo; por lo tanto es necesario el uso de expresiones ligeras, amigables y un poco informales, que sirven de ayuda para generar confianza entre el usuario y la aplicación.

### **Ilustraciones**

Gracias a gráficos vectoriales que mejoren el entendimiento y navegación por parte del usuario, lo cual genera una mejor experiencia al momento de utilizar la aplicación. Las ilustraciones pueden estar acompañadas de texto y en algunos casos ser animadas.

### **Fotografías**

Se utilizarán en pocos casos con la única finalidad de proyectar al usuario a un exterior, evocando sentimientos beneficiosos para la salud mental.

[ B ]

## PARTIDO DE DISEÑO [ FUNCIÓN ]

### **Orientación**

Es común que la navegación en una app puede ser un poco compleja para ciertos usuarios, por ello se evita función de rotación en la app y su uso será únicamente en sentido vertical, evitando problemas de usabilidad y navegación.

De esta forma se obtiene mayor provecho al momento de diseñar artes gráficas.

### **Login**

No es una opción obligatoria, pero únicamente mediante el registro de usuario se puede acceder a contenido premium dentro de la app.

### **Opciones de categorización**

Para organizar la información de mejor manera, la opción de personalizar categorías permitirá al usuario agregar y eliminar categorías, optimizando el tiempo al segmentar la información de búsqueda.

### **Contenido actualizado**

Mediante actualizaciones constantes se generará nueva información y se corregirán posibles errores futuros, es fundamental realizar pruebas de usabilidad en este punto.

### **Compartir contenido**

Se pone a disposición del usuario la posibilidad de invitar a más personas a probar la app.

Al compartir se tomará en cuenta para posibles descuentos en suscripciones.

### **Métodos de pago**

Será mediante tarjetas de crédito y Paypal para una mejor seguridad en el comprador.

[ C ]

## PARTIDO DE DISEÑO [TECNOLOGÍA]

### **M**ateriales y software

En etapas iniciales del desarrollo y diseño, será indispensable materiales como hojas y lapiceros para el bocetaje. se tomará en cuenta nuevos softwares gratuitos como: Miro, que nos sirve para generar diagramas de flujo y arquitectura de la información.

### **Software de diseño**

Para el desarrollo de diseños más elaborados se apoyará en herramientas digitales como: Adobe Photoshop, Adobe After Effects y Adobe illustrator.

Software de maquetación

Se utilizará el software JustInMind que simula la aplicación de manera privada para poder observar el resultado final previo a la publicación.

### **Plataforma**

La aplicación será desarrollada para el sistema operativo Android.

Lenguaje de desarrollo

Al estar enfocados en el sistema operativo Android la app tiene que ser desarrollada en lenguajes como Javascript, Html5 y Css.

### **SDK**

El uso de SDK -software development kit-

será de ayuda para vincular más aplicaciones y para mejorar el desenvolvimiento de la app.

## 2.3 PLAN DE NEGOCIOS

### 2.3.1 MARKETING MIX

<b>Producto</b>	➤ Central.....	Funciones centrales	Aplicación para dar consejos, y organizar tiempos, espacios y actividades. (Posible apertura de tienda virtual).
	➤ Real.....	Marca Servicios extra	Se desarrollará una marca para el lanzamiento. Tienda virtual para adquirir productos enfocados al <i>Home Office</i> .
	➤ Aumentado.....	Servicios post venta	<i>Actualizaciones constantes gratuitas.</i>
<b>Precio</b>	➤ Estrategias de lanzamiento.....	Masificación a bajo precio	Mediante auspicios y pruebas gratuitas por suscripción.
	➤ Estrategia de fijación de precio.....	Precio de la competencia	Se delimitará un precio mensual similar a la competencia
<b>Plaza</b>	➤ Distribución.....		Tiendas digitales (Playstore)
<b>Promoción</b>	➤ Estrategias de lanzamiento del producto.....	Promociones	Gratuito por la primera suscripción mensual.
		Publicidad	Estrategias publicitarias en redes sociales, publicidad en videos y páginas web. Se segmentará el anuncio .

Gráfico #7 MarketingMix Fuente: Autor

# 3

## PROCESO CREATIVO



## 3.1 VARIABLES DE IDEACIÓN

Para desarrollar el proceso de ideación se estableció un enfoque en el ámbito de la interfaz y usabilidad basándonos en condicionantes o variables de ideación que son las siguientes



Con estas variables claras, se determinaron las siguientes ideas

Se puede observar un resumen de ventajas y desventajas según cada variable.

### 3.1.1

## IDEA 1

# MINIJUEGOS DENTRO DE LA APP

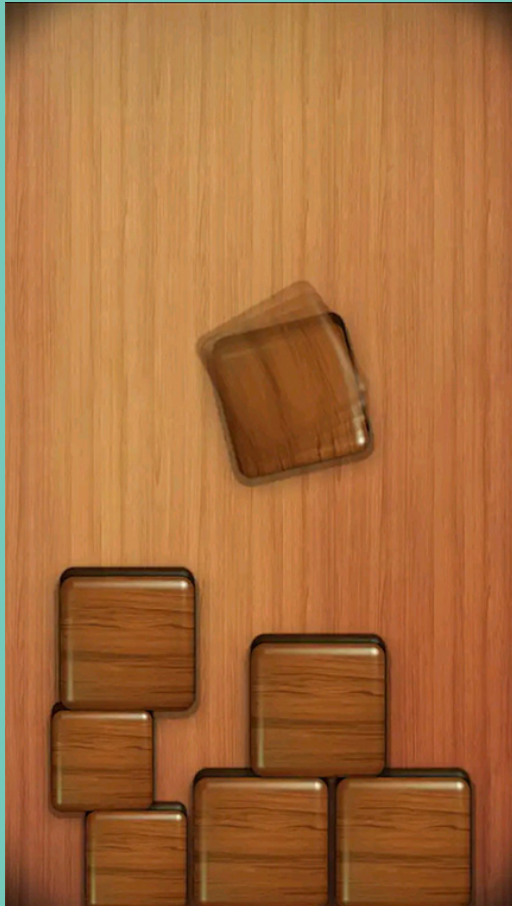
### Ventaja

Facilidad  
Función

### Desventaja

Innovación  
Forma  
Tecnología

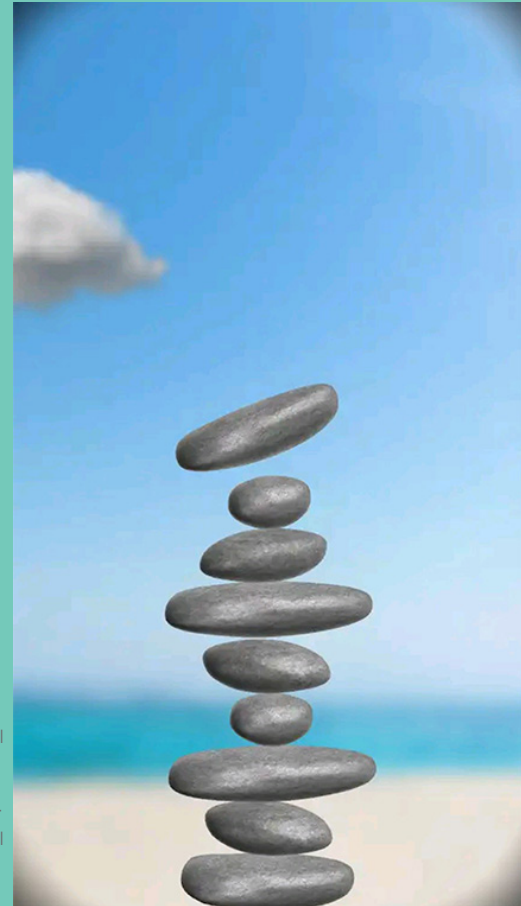
Se plantea la opción de tener un apartado de minijuegos virtuales antiestrés que fomenten las pausas y el entretenimiento en horas laborales para mejorar el rendimiento a largo plazo disminuyendo también los niveles de estrés. Estos videojuegos serán diseñados en base a un estilo como el que se muestra en pantalla con una paleta cromática armoniosa y cálida.



Idea#1\_Captura#1\_Fuente: ANTISTRESS-RELAXATIONTOYS-v4.45



Idea#1\_Captura#2\_Fuente: ANTISTRESS-RELAXATIONTOYS-v4.45



Idea#1\_Captura#3\_Fuente: ANTISTRESS-RELAXATIONTOYS-v4.45



# 3.1.2

## IDEA 2

### MÚSICA CON ANIMACIONES

#### Ventaja

Facilidad  
Forma  
Función

#### Desventaja

Innovación  
Tecnología

En un apartado de streaming en vivo, Mediante el uso de música instrumental sin voz, en combinación con animaciones tipo loop infinito que transmitan calma y motivación. Ayudaremos a generar un espacio de bienestar personal dentro del home office.



# 3.1.3 IDEA 3 ORGANIZACIÓN DE MOBILIARIA 3D

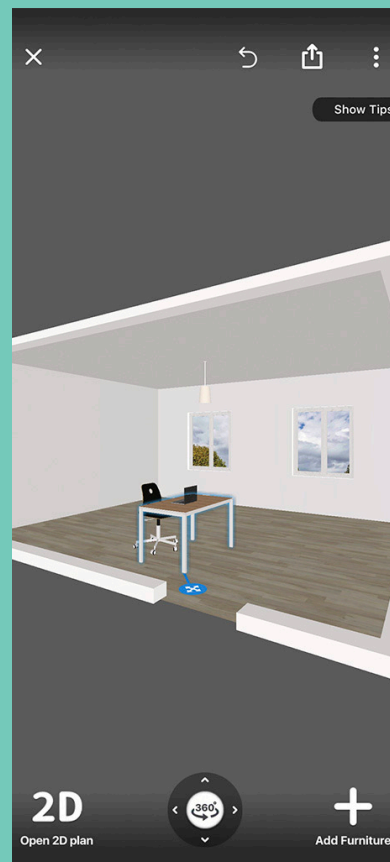
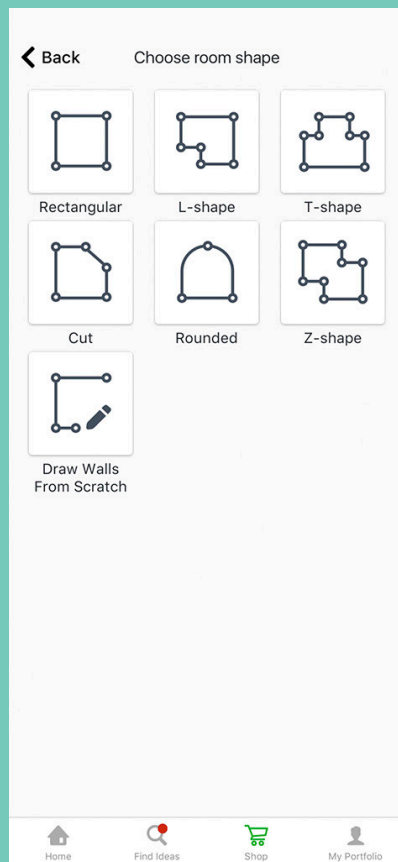
## Ventaja

Forma  
Función

## Desventaja

Facilidad  
Innovación  
Tecnología

Mediante plantillas 3d editables podremos tener una visualización digital de nuestro home office y así podremos disponer de mejor manera la mobiliaria con la finalidad de organizar nuestro home office obteniendo beneficios en la productividad y estado de ánimo , se basará en la técnica del feng shui para generar tips y consejos adicionales.



# 3.1.4 IDEA 4 PODCAST Y AUDIOLIBROS

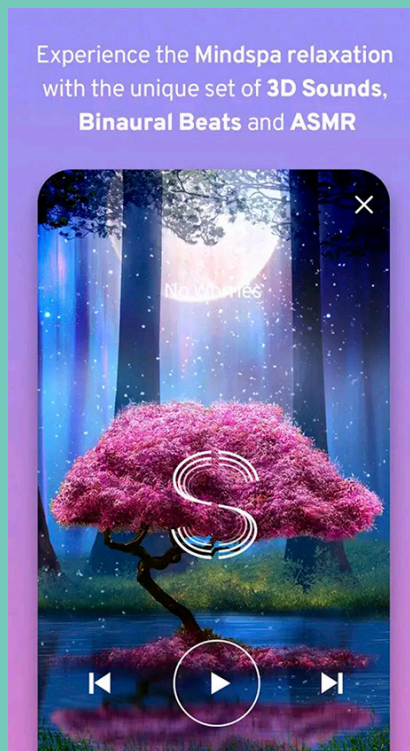
## Ventaja

Facilidad  
Forma  
Función

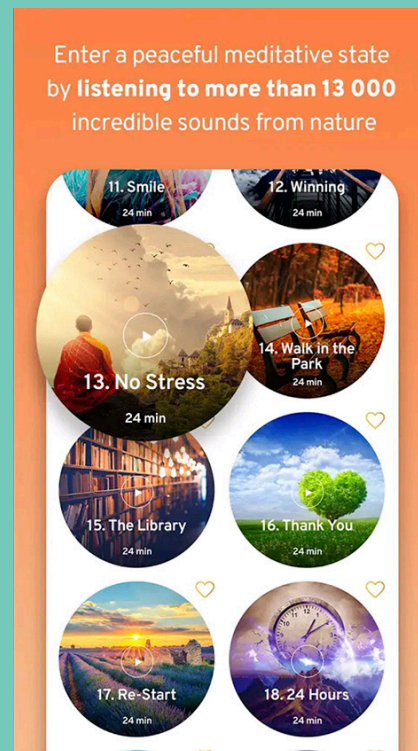
## Desventaja

Innovación  
Tecnología

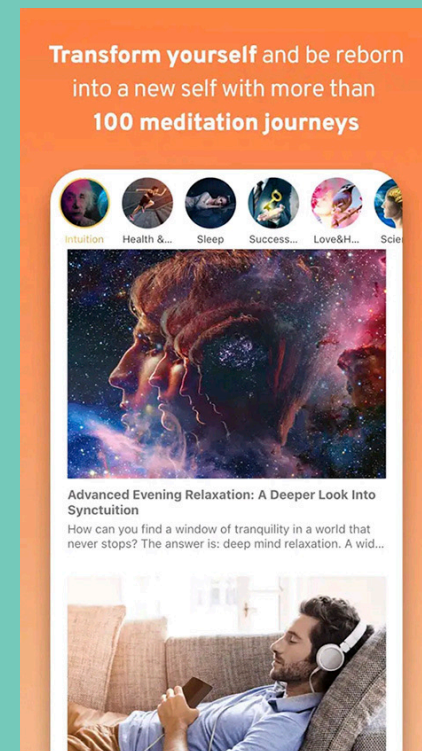
Teniendo como homólogo en este caso a la app Synctuition. En una sección de la app se transmitirán podcasts y audiolibros de carácter meditativo, que serán acompañados de un video inmersivo y en horas específicas del día se notificará al usuario los eventos próximos a transmitir.



Idea#3\_Captura#1\_Fuente: ROOMPLANNER-v1025



Idea#3\_Captura#2\_Fuente: ROOMPLANNER-v1025



Idea#3\_Captura#3\_Fuente: ROOMPLANNER-v1025

### 3.1.5

## IDEA 5

# DADO ANTIESTRÉS

#### Ventaja

Innovación  
Forma  
Función

#### Desventaja

Facilidad  
Tecnología

Mediante suscripciones trimestrales en adelante y disponibilidad en la tienda, los usuarios podrán obtener un dado antiestrés, mismo que llevará instrucciones de uso enfocadas a la técnica mindfulness esta técnica "es una práctica de meditación" en la que intervienen los sentidos y se despeja los pensamientos el objetivo es lograr un profundo estado de conciencia.



Idea#5 \_ Fuente: <https://i.yimg.com/wi/1k31Weo-a9Q/maxresdefault.jpg>

# 3.1.6 IDEA 6 TIEMPO DE YOGA

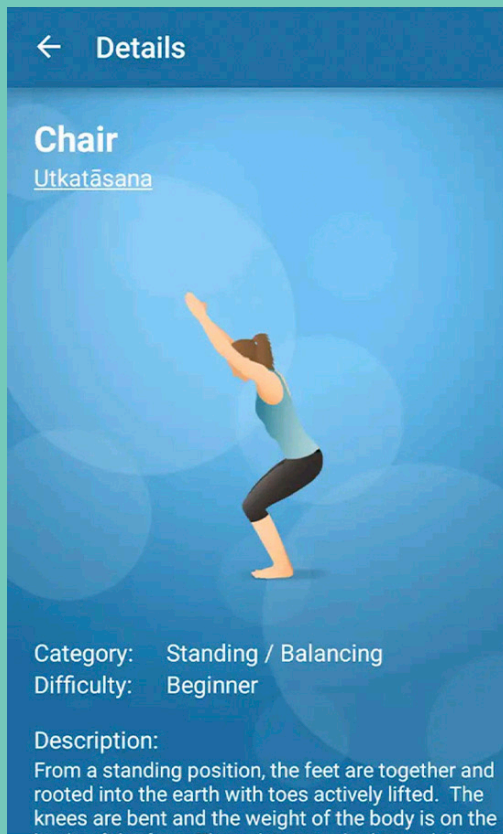
## Ventaja

Facilidad  
Forma  
Función  
Tecnología

## Desventaja

Innovación

A fin de promover las pausas laborales y la actividad física se implementará ejercicios de yoga de una duración máxima de 5 minutos por pausa. con la ayuda de un experto en el campo se determinará cuales son los mejores ejercicios según el perfil de usuario. esta será una característica premium.



Idea#6\_Captura#1\_Fuente: PokckerYoga-v4.1.0



# 3.1.7 IDEA 7 CHAT EN LÍNEA 24/7

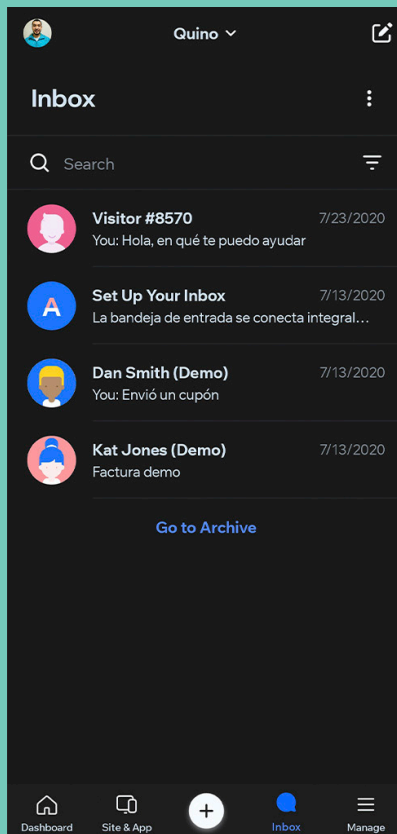
## Ventaja

Forma  
Función  
Tecnología

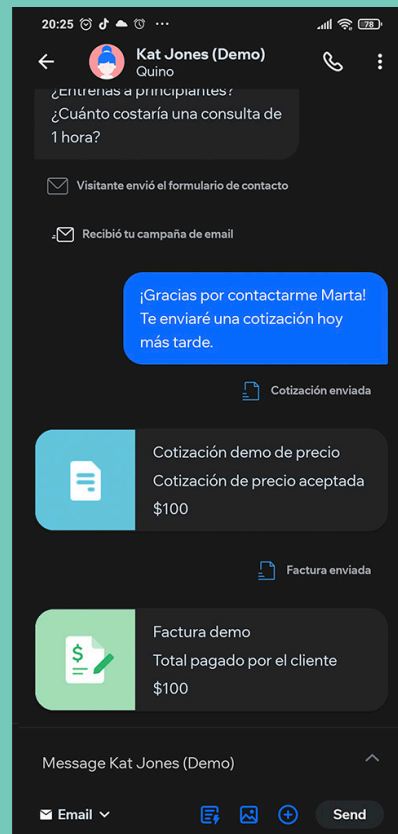
## Desventaja

Facilidad  
Innovación

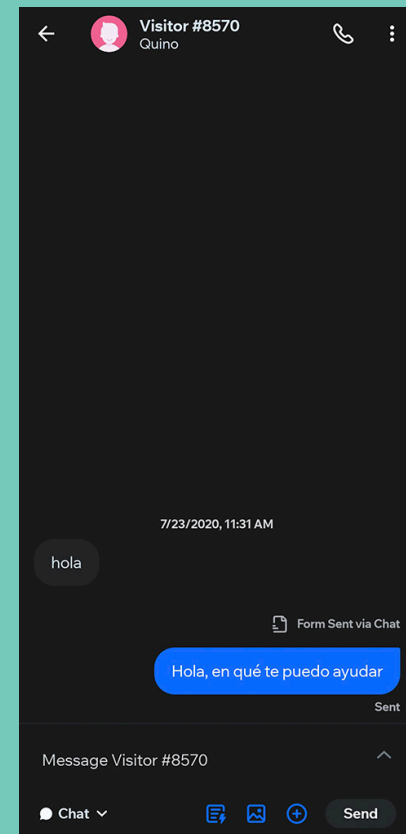
A manera de consultoría online en tiempo real, mediante un asesor o bot que con ayuda de un guión de respuestas y profesionales en tres áreas clave: Feng shui, psicología y actividad física. Solventen las dudas y problemáticas de los usuarios, este servicio tendrá un costo adicional.



Idea#7\_Captura#1\_Fuente: WIXOWNER-v2.39967.0



Idea#7\_Captura#2\_Fuente: WIXOWNER-v2.39967.0



Idea#7\_Captura#3\_Fuente: WIXOWNER-v2.39967.0

# 3.1.8 IDEA 8 PARLANTE POMODORO

## Ventaja

Facilidad  
Innovación  
Forma  
Función

## Desventaja

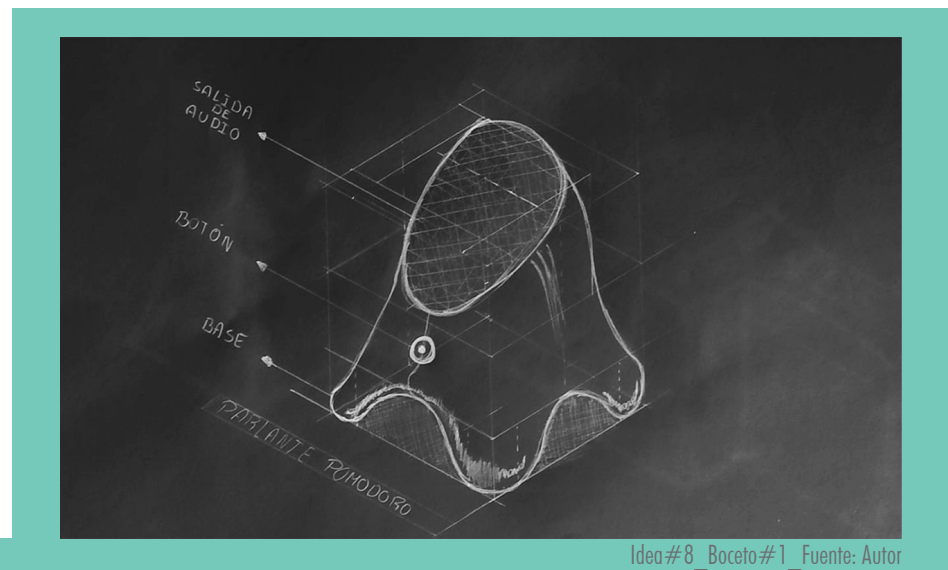
Tecnología

Mediante un parlante bluetooth diseñado con formas geométricas que sea minimalista, adaptable y de fácil utilización combinarlo con la técnica pomodoro, que consiste en 4 ciclos de una hora y media en total en el primer ciclo el usuario se enfoca totalmente en la tarea de prioridad por 25 minutos, después el parlante pomodoro nos recordará de que tenemos que tomar una pausa activa de 5 minutos y se repite hasta conseguir los cuatro ciclos.

En las pausas activas según un algoritmo tendremos que realizar actividades previamente personalizadas mediante el perfil de usuario .

Esta característica será para usuarios premium, y para los perfiles gratuitos se utilizará a manera de demo.

## Idea finalista



Idea#8\_Boceto#1\_Fuente: Autor



Idea#8\_Fuente: [https://colegiocampillos.com/wp-content/uploads/2019/11/EIR\\_Blog\\_TecnicaPomodoro](https://colegiocampillos.com/wp-content/uploads/2019/11/EIR_Blog_TecnicaPomodoro)

# 3.1.9

## IDEA 9

### BOTÓN DE AUXILIO

#### Idea finalista

#### Ventaja

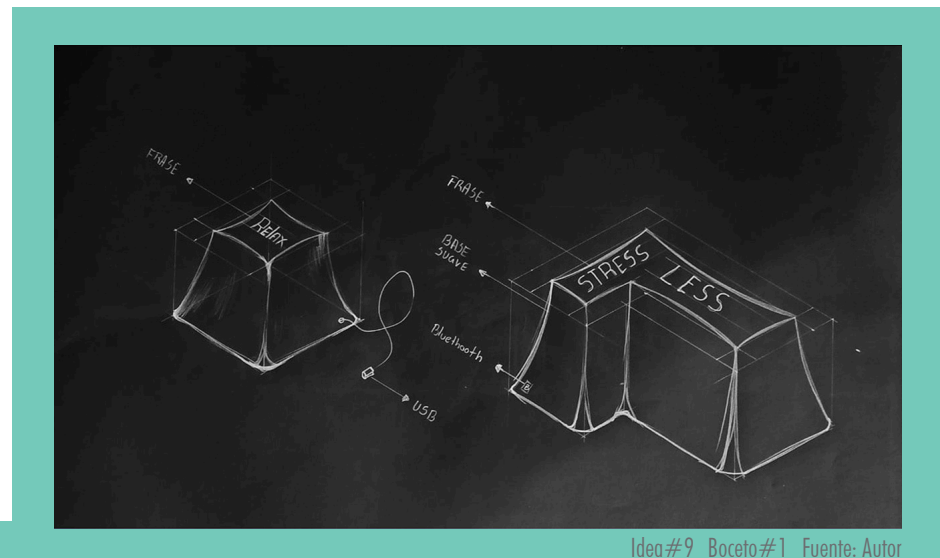
Facilidad  
Innovación  
Forma  
Función  
Tecnología

#### Desventaja

Gracias a un botón usb o bluetooth gigante de materiales como esponja y tela de textura suave con un texto de auxilio como Relax, Pausa, Stressless. Que al ser presionado este desempeñe una serie de actividades específicas para disminuir los niveles de ansiedad y estrés que el usuario esté sufriendo

Estas actividades mediante los datos del perfil de usuario y las posibles soluciones planteadas por un especialista en psicología se generará una respuesta más personalizada.

Cabe recordar que esta es una característica premium y el botón será entregado a manera de obsequio por la compra de una suscripción trimestral en adelante y también estará disponible en la tienda virtual.



Idea #9 Boceto #1 Fuente: Autor



Idea #9 Botón de pánico Fuente: Autor



# 3.1.10 IDEA 10 ORIENTACIÓN EN TIEMPO REAL

Idea finalista

## Ventaja

Facilidad  
Innovación  
Forma  
Función  
Tecnología

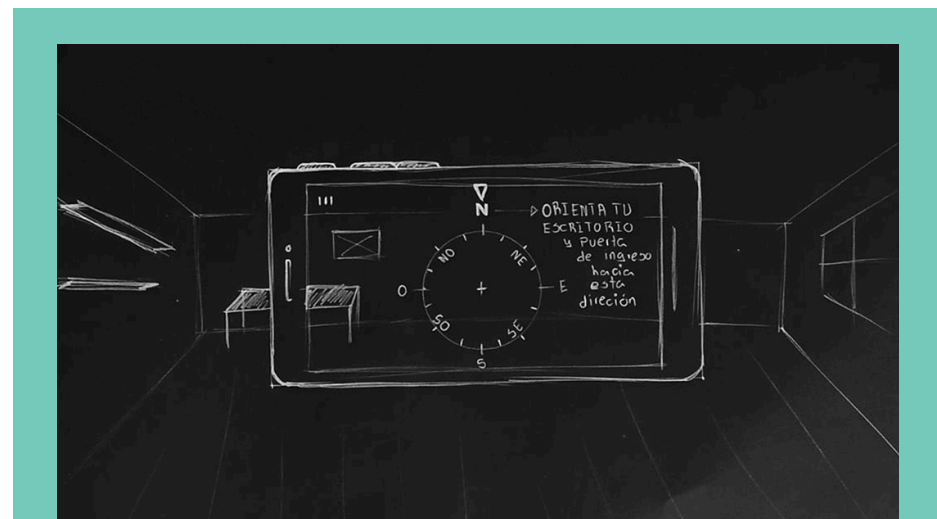
## Desventaja

Para este punto cabe recalcar que en nuestra entrevista con Dis. Patricia Jaramillo especialista en feng shui, nos dijo que el principal y más común error es la falta de orientación dentro de casa.

Hoy en día la gran mayoría de dispositivos móviles cuentan con la lectura de los campos magnéticos terrestres los que nos ayudan para determinar una orientación en nuestros dispositivos móviles.

Si a esta función la combinamos con una visualización en tiempo real con la cámara y se pone en pantalla las recomendaciones según el lugar donde la cámara se encuentre dirigida. logramos solventar esta principal problemática del feng shui dentro del home office.

Esta será una característica premium. y para los usuarios gratuitos será presentado a manera de demo.



Idea#10\_Boceto#1\_Fuente: Autor



Idea#10\_Captura#1\_Fuente: COMPASS-v1.8.7

3.1.11

GRAN IDEA  
PARLANTE  
CON BOTÓN  
DE EMERGENCIA

**D**escripción en cuanto a forma, tiene un diseño ergonómico y de fácil usabilidad, está compuesto por una goma antideslizable adherida a la base en donde internamente se encontrará un parlante, una batería de litio y los circuitos de conexión y de carga. en la parte superior se encontrará un botón rojo con una palabra clave que servirá a modo de emergencia

En cuanto a función y tecnología este dispositivo se conectará de manera inalámbrica vía bluetooth a nuestro dispositivo móvil, el usuario al presionar el botón de emergencia automáticamente escuchará

una tarea a realizar, estas tareas variarán gracias a la personalización independiente de cada perfil de usuario y serán en base a las técnicas mindfulness, yoga rápido y actividades recomendadas por un especialista en psicología para combatir ataques de ansiedad y estrés ocasionados dentro del home office.

este objeto también tendrá la opción de reproducir una playlist de sonidos de meditación y música instrumental que estarán disponibles en la nube de la app

Este objeto estará disponible en la tienda virtual y será entregado a manera de obsequio por la compra de una suscripción anual. para los usuarios premium que no dispongan del parlante, podrán utilizar las funciones mediante notificaciones al dispositivo móvil, y existirá un versión demo para los usuarios regulares.

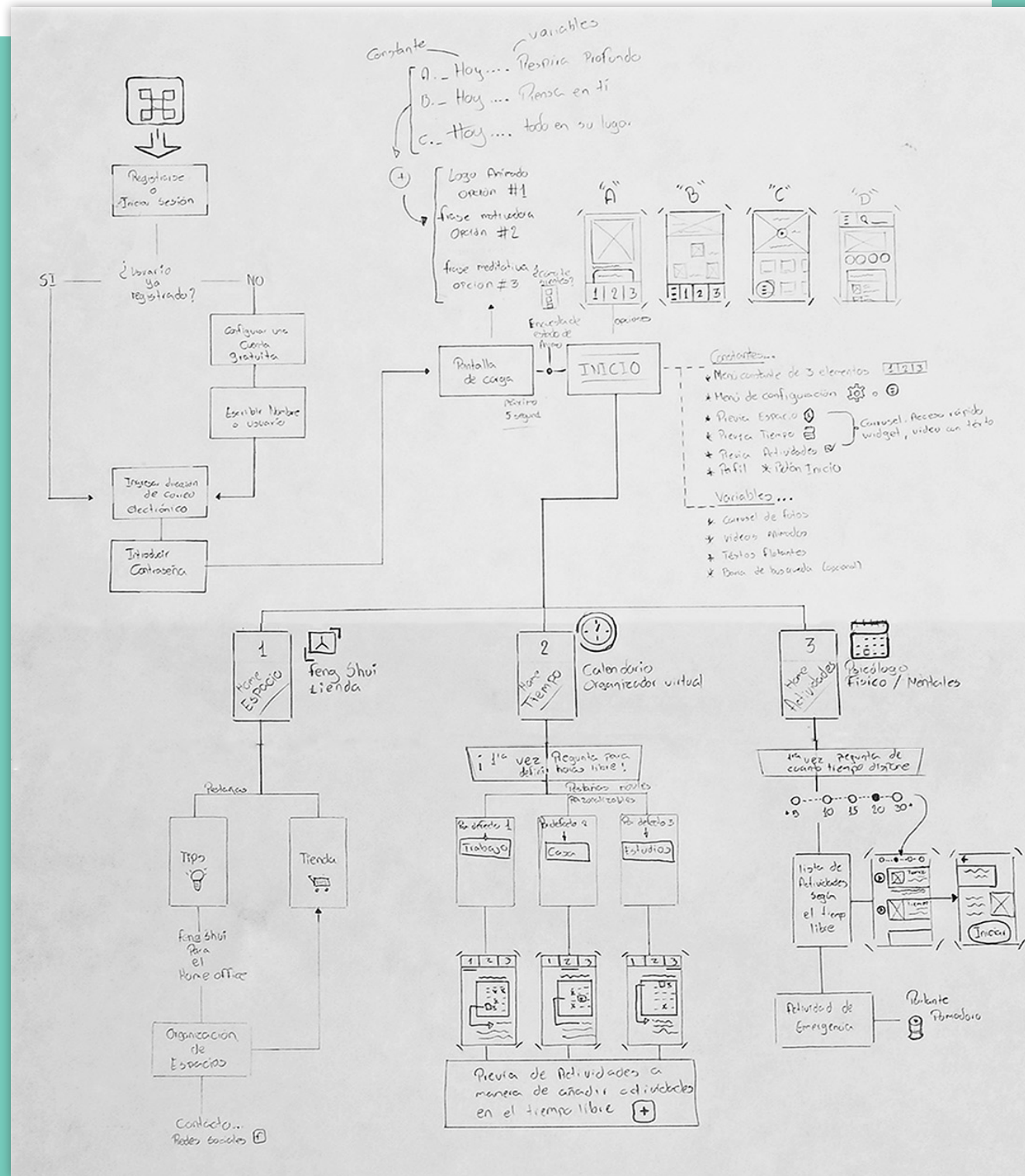
Para diseñar esta idea se realizó una mezcla de opciones previas, en las que se toma en cuenta la factibilidad e interfaz, logrando proponer una experiencia inmersiva, y fuera de la cotidianidad que aporta de la mejor manera al usuario dentro de su home office y resolviendo las principales problemáticas dentro del mismo.



3.2

## BOCETACIÓN

# 3.2.1 DIAGRAMA DE FLUJO

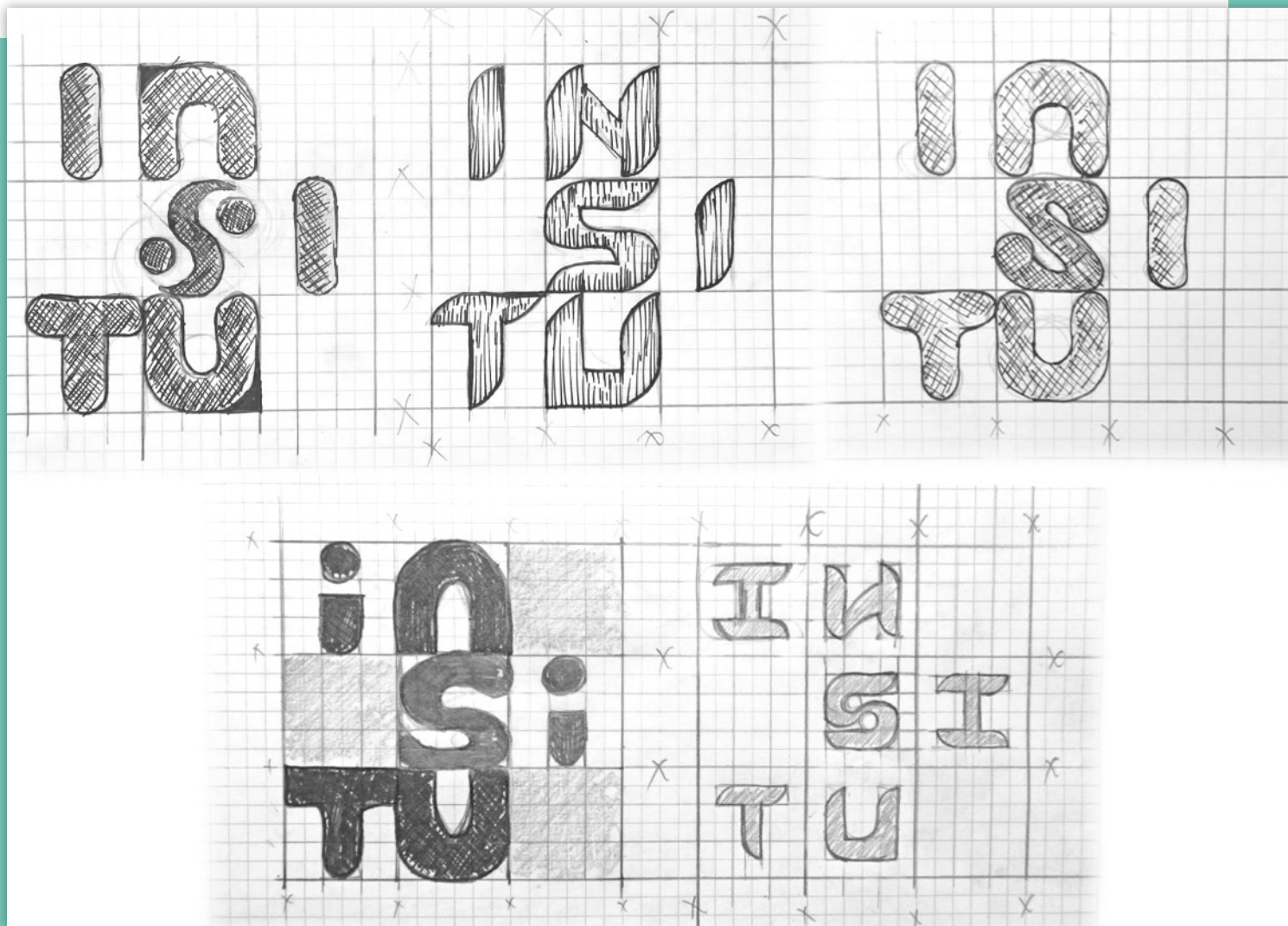


### 3.2.2 MARCA

Primeras tentativas del logotipo en base al mapa bagua y juegos tipográficos

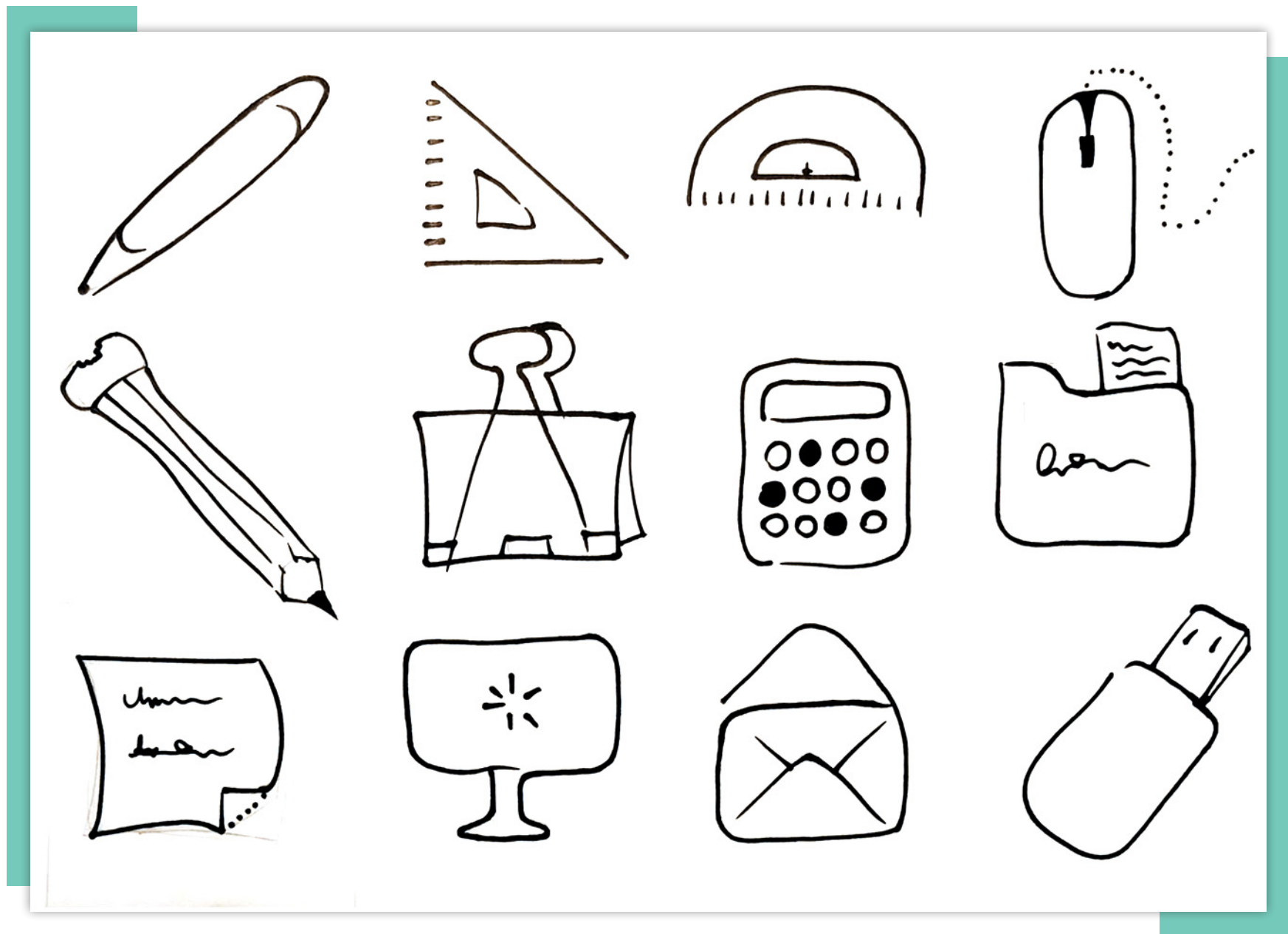


## Bocetos de la tipografía para el logotipo



### 3.2.3 MOTIVOS

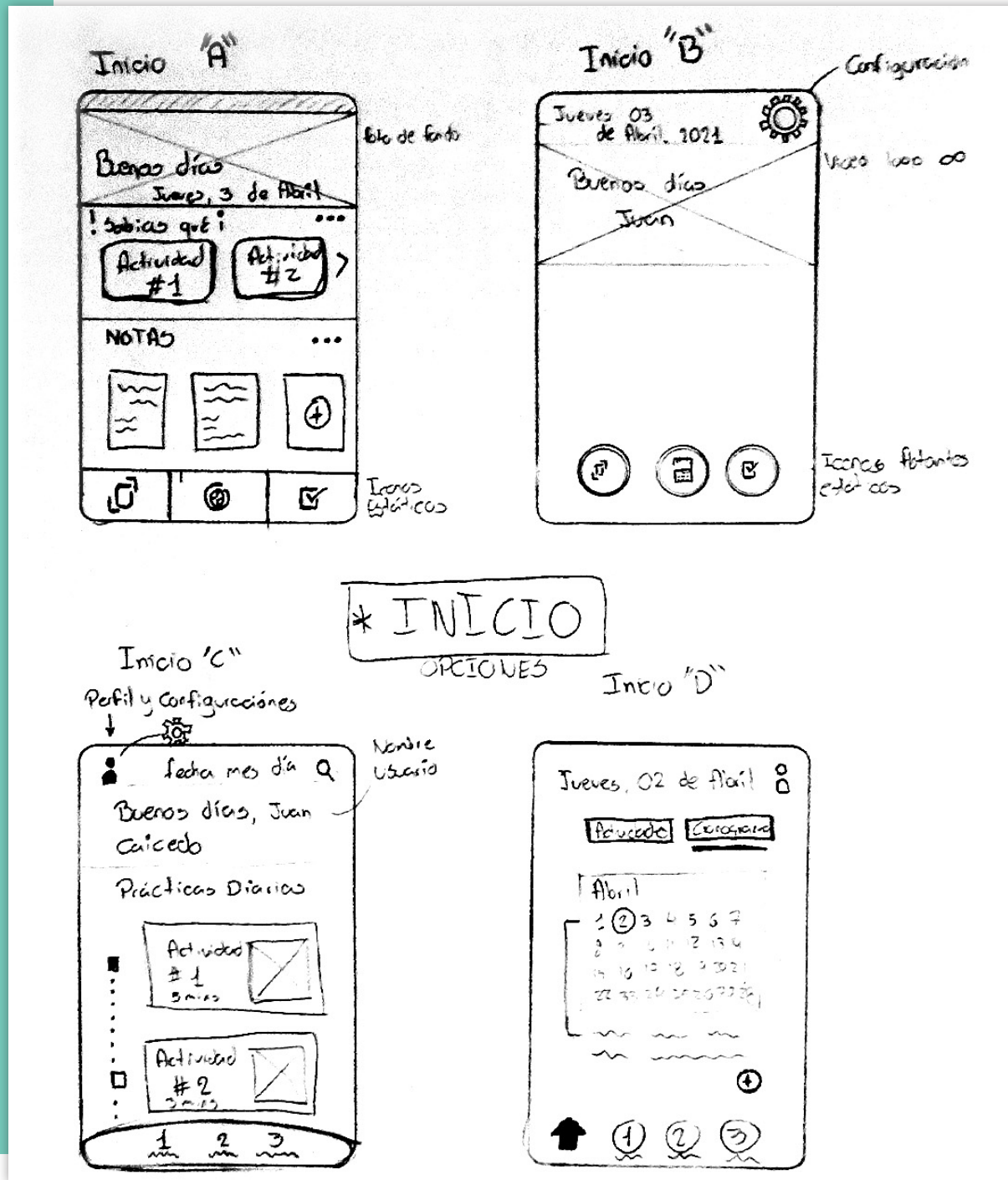
Bocetos de las primeras tentativas de un sistema gráfico en base a ilustraciones planas, generada apartir de una linea discontinua





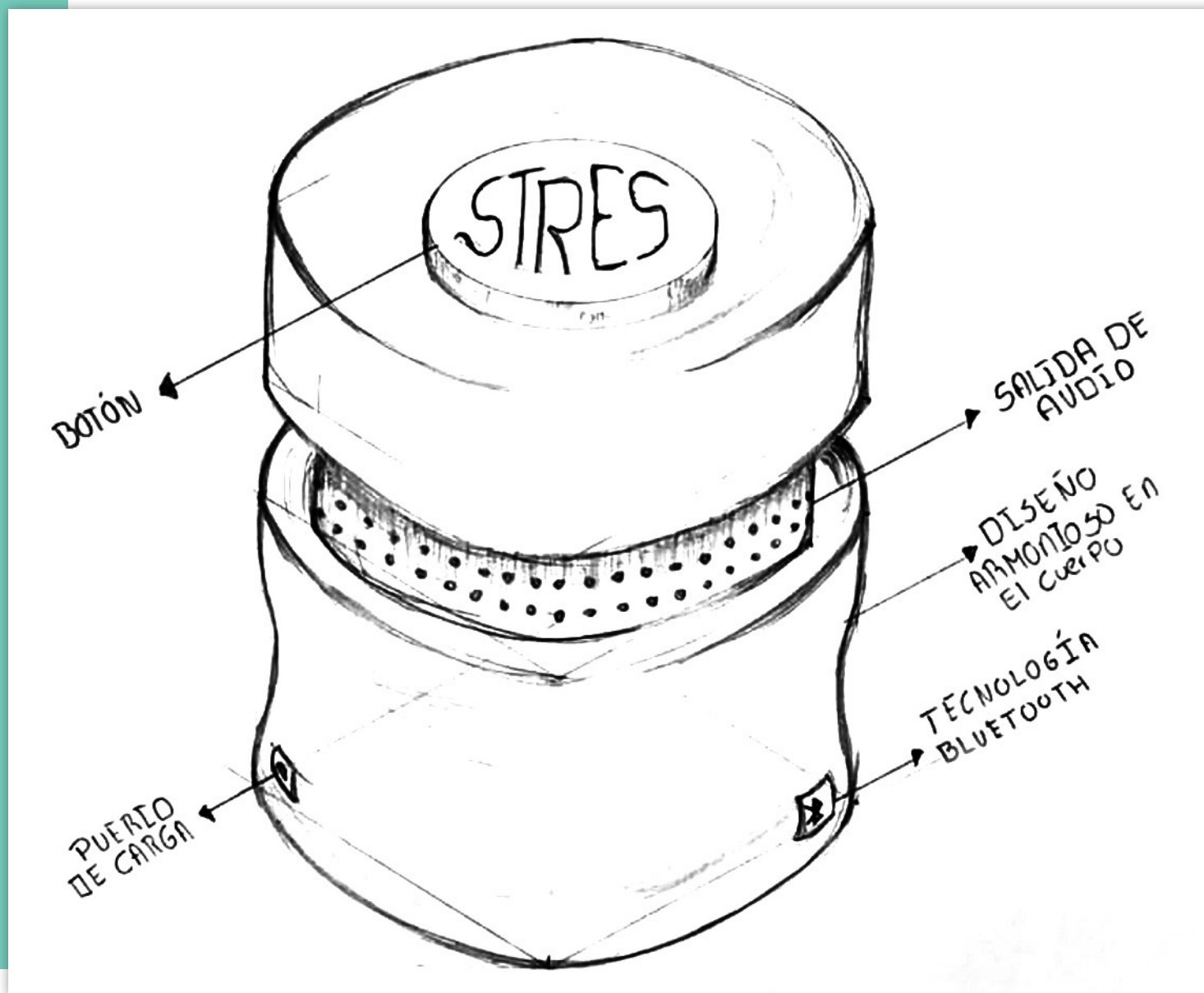
# 3.2.4 PANTALLAS

Opciones de wireframes para la pantalla de inicio (arquitectura de la información)

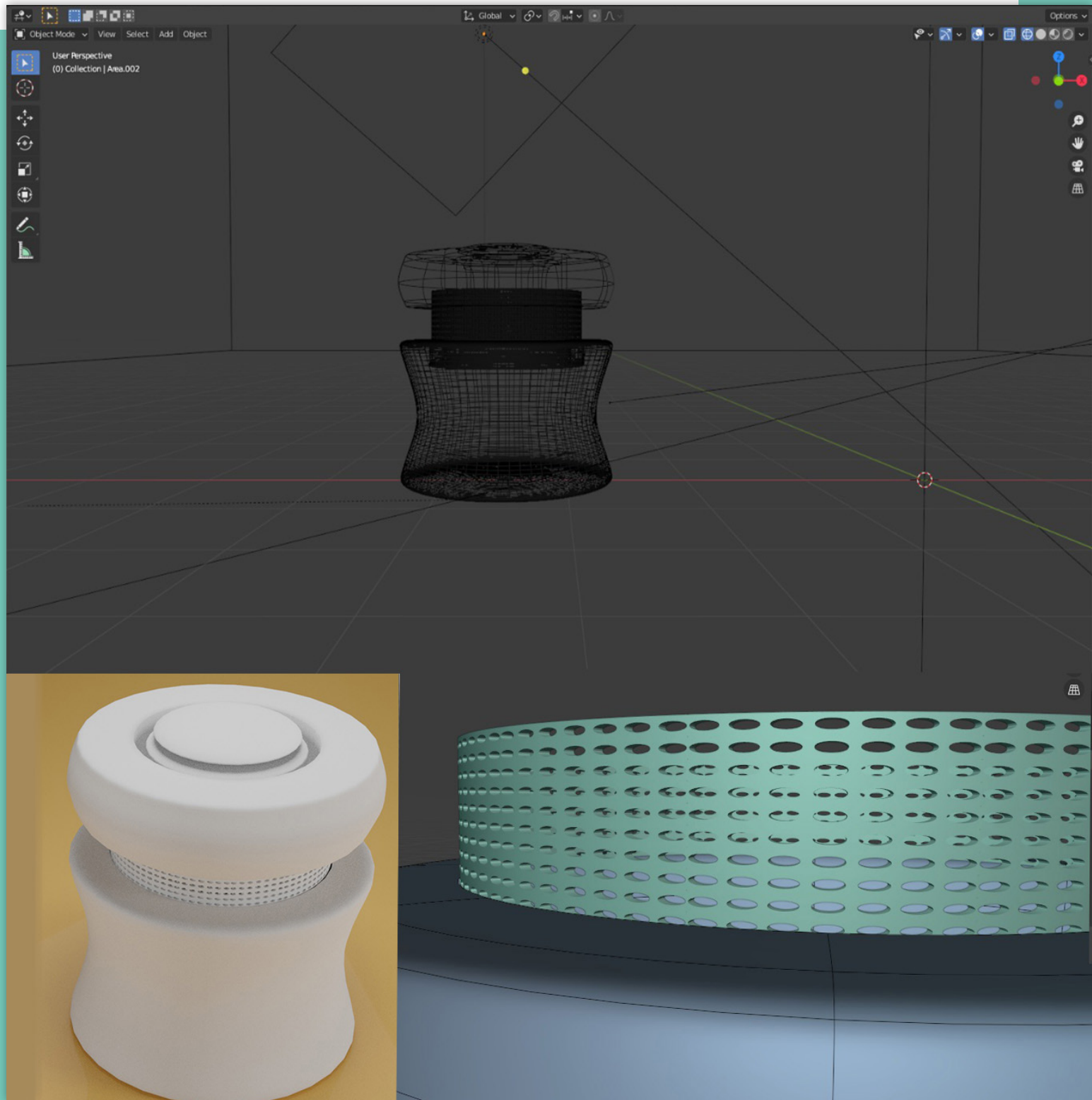


### 3.2.5 PARLANTE POMODORO

Boceto analógico y digital de la grán idea  
(Parlante pomodoro)

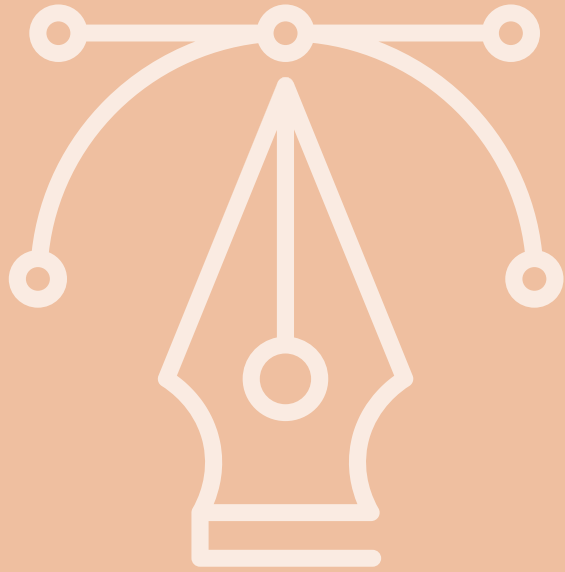


Parlante pomodoro\_Boceto análogo\_Fuente: Autor



Parlante pomodoro \_Boceto digital\_ Fuente: Autor

# 4 DISEÑO



## 4.1

# DISEÑO FINAL

INSITU es una marca que nace como una solución tecnológica para aportar a la calidad de vida de las personas que a raíz de la pandemia, adaptaron su rutina diaria al trabajo en casa.

El diseño final reúne los resultados obtenidos por las investigaciones (entrevistas, recopilación de información, análisis de homólogos, etc.) y la creación de un sistema gráfico que se adapte a las necesidades de los usuarios y que cumpla con los objetivos planteados en el presente proyecto de titulación.

A continuación se detallan los componentes del diseño final como el diagrama de flujo, manual de marca, motivos y para finalizar, se explica el desarrollo de la gran idea y su funcionalidad.

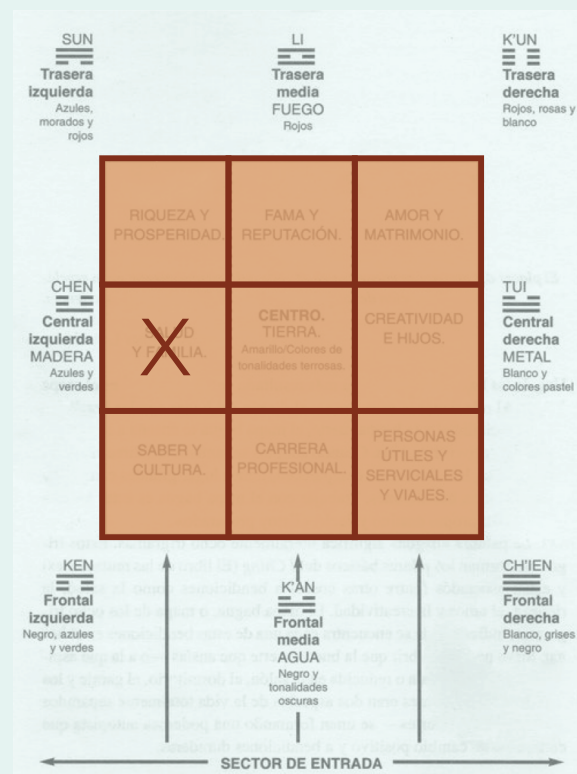
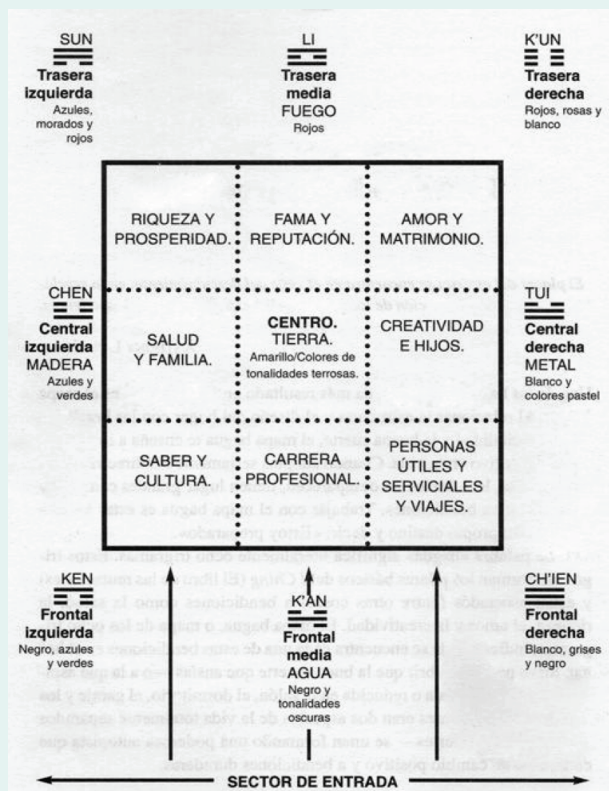


4.1.2  
MARCA

# Manual de marca INSITU

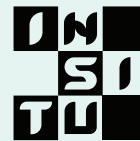
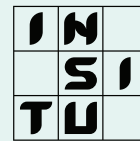
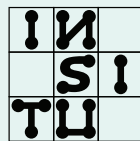
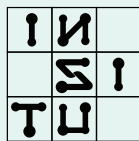
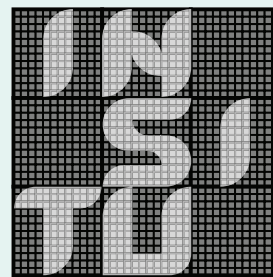
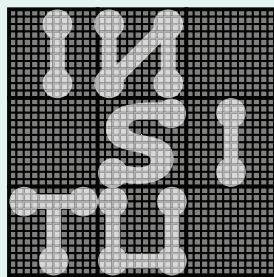
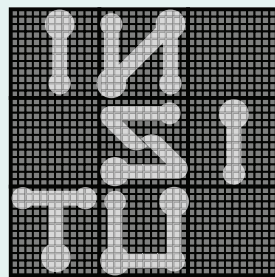
# Malla para el logotipo

## MAPA "BAGUA"

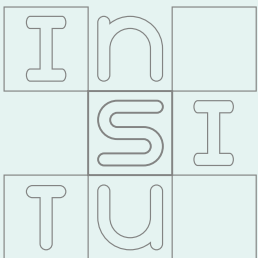
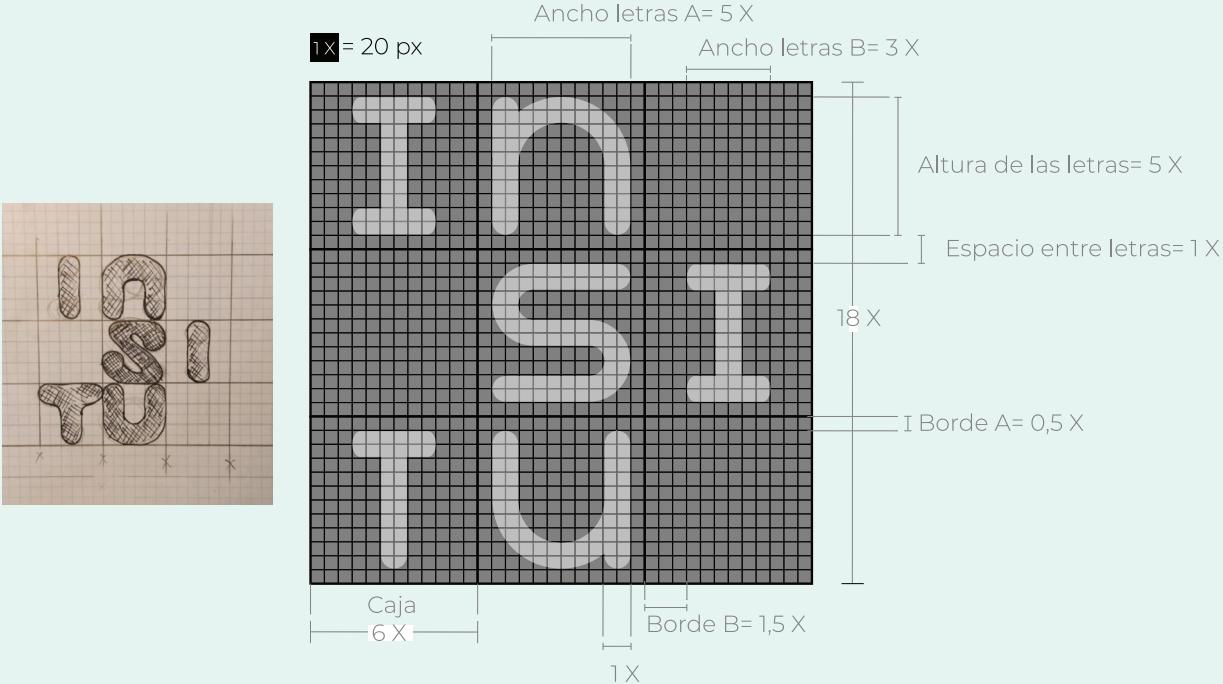




## Malla tipográfica

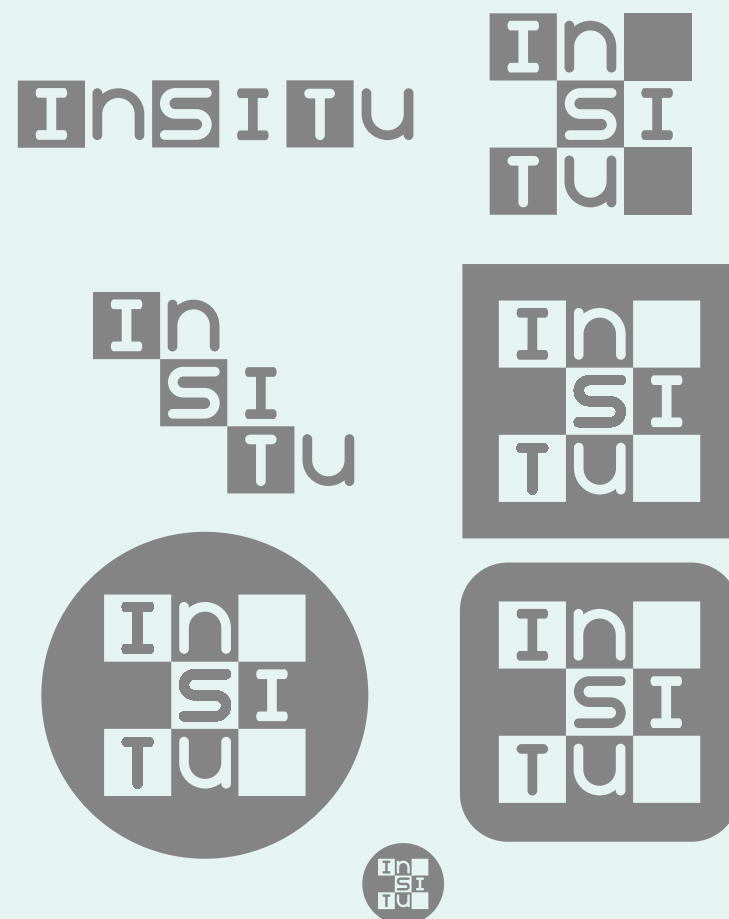


# Malla de construcción

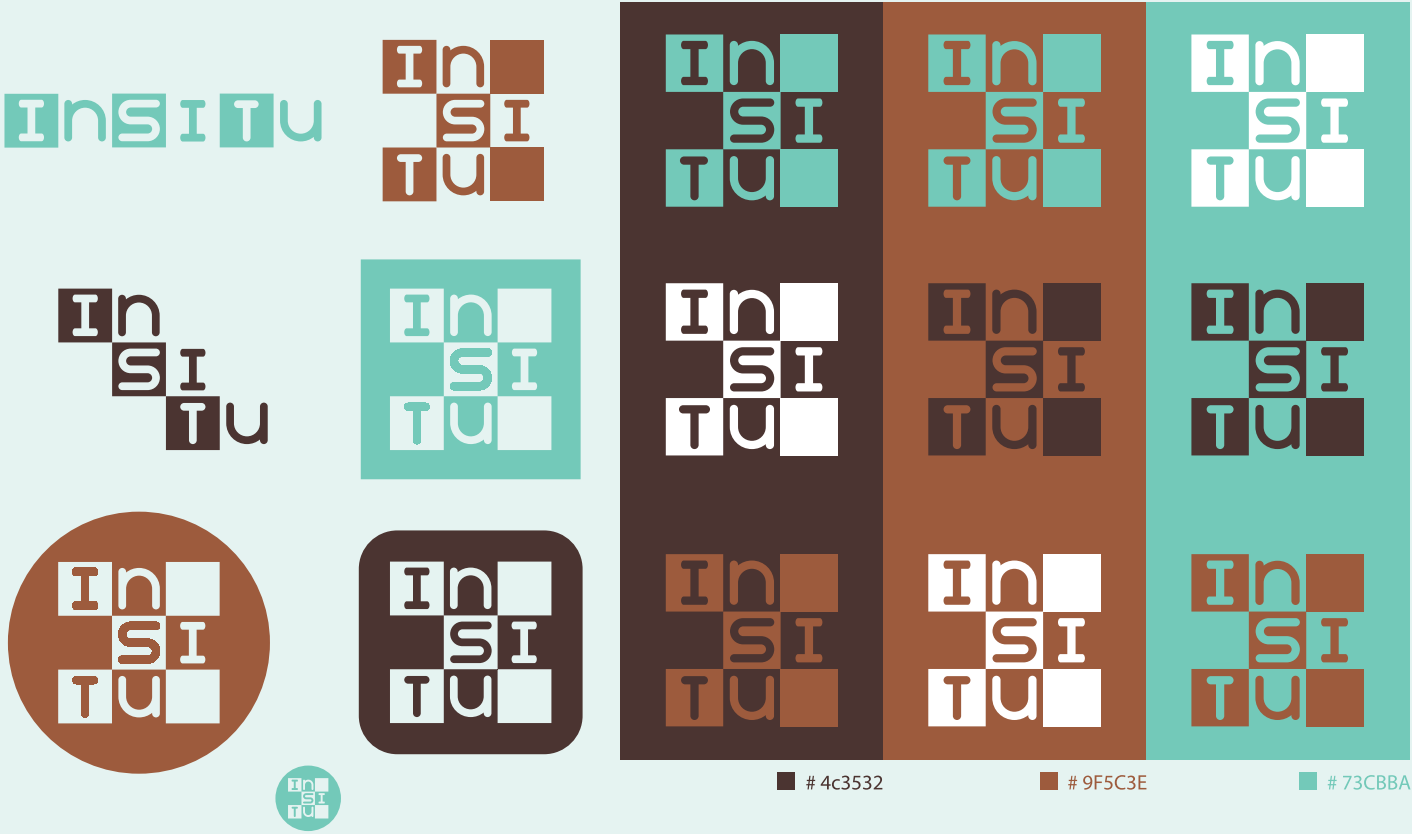


área de protección

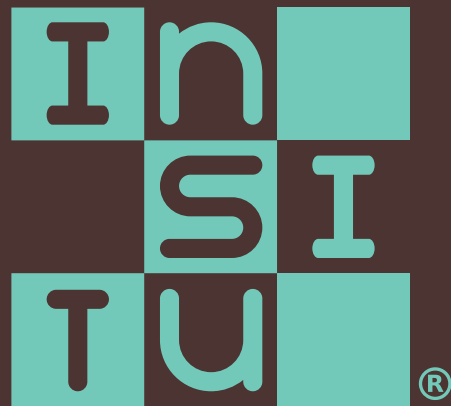
## Variables del logotipo



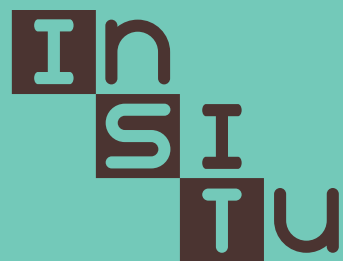
# Selección cromática



## Uso Comercial



## Variables para publicidad y aplicaciones



## Definición del slogan



( Trabaja mejor )

( funciona )

( Todo en su lugar )

( Tu mejor solución )

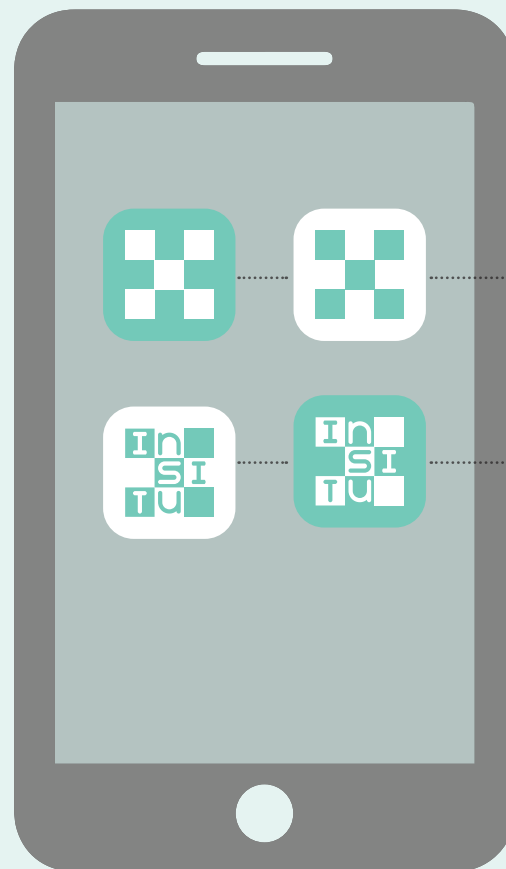
( Salud y funcionalidad )

Font : Montserrat Alternates

**I**n **SI**  
**T**U **®**  
Todo en su lugar

Fuente: Montserrat Alternates Bold

## Ícono para la aplicación



Fuera de la app  
(*Home screen*  
del dispositivo)

Dentro de la app

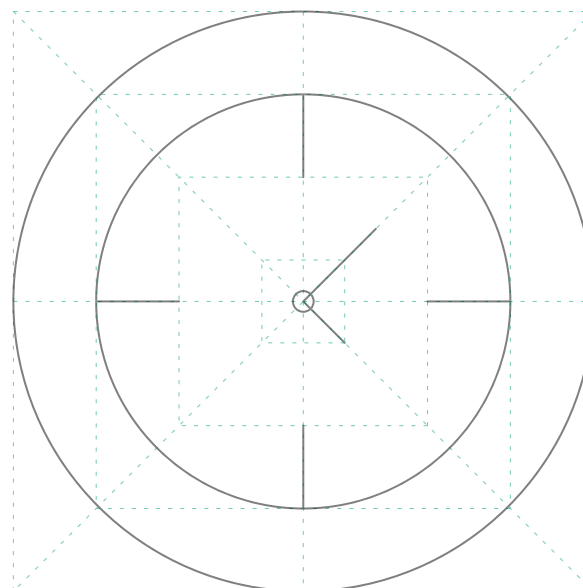
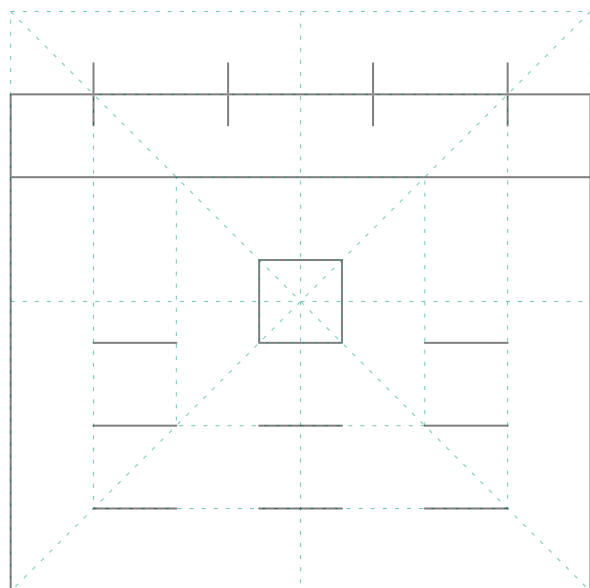
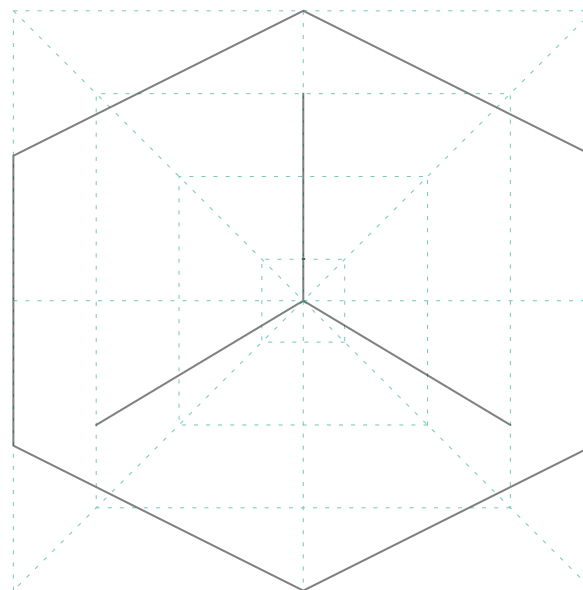
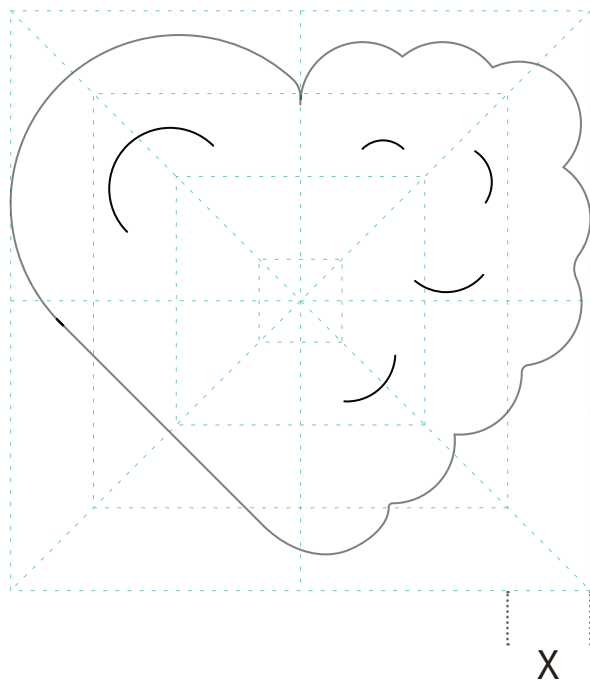


## 4.1.3 MOTIVOS

La aplicación INSITU contará con gráficos que complementarán el entorno visual a través de las diferentes pantallas. El objetivo siempre será captar la atención de los usuarios y ser una guía logrando un flujo óptimo durante su navegación y por consiguiente, una buena experiencia de usuario.

Los iconos fueron creados en base a la identidad de marca y se encuentran ubicados de forma estratégica y funcional para motivar al usuario a que realice ciertas acciones como parte de su recorrido. Los gráficos son un gran aporte en el diseño multimedia, sobre todo en la actualidad en donde las personas cada vez, leen menos.

# MALLA DE CONSTRUCCIÓN



# ÍCONOS INTERACTIVOS



Salud



Espacio



Calendario



Tiempo

# ÍCONOS INTERACTIVOS



Ver



Ocultar



Actividad



Tips

# ÍCONOS INTERACTIVOS



Volver



Ir



Salir

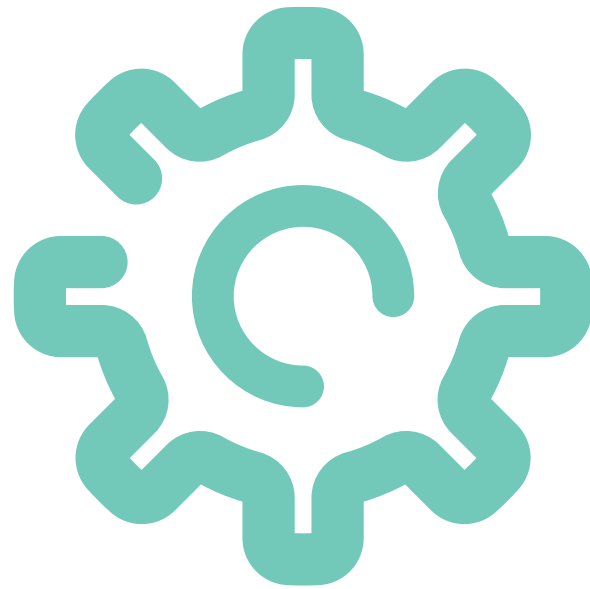


Crear

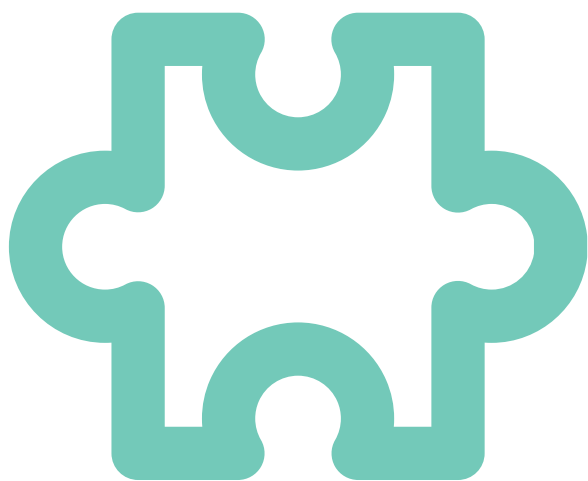
# ÍCONOS INTERACTIVOS



Tienda



Ajustes

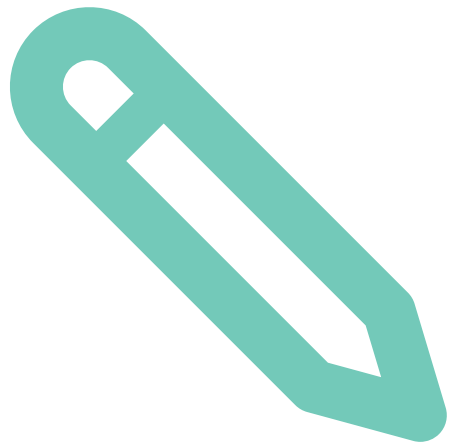


Inmaterial



Casa

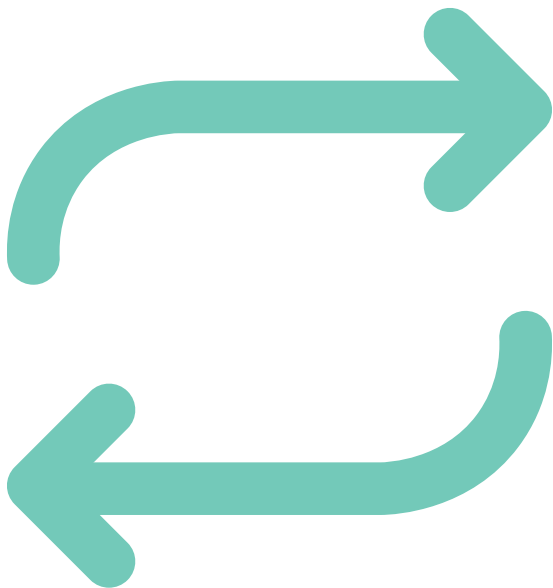
# ÍCONOS INTERACTIVOS



Editar



Eliminar



Repetir



Perfil

# ÍCONOS INTERACTIVOS



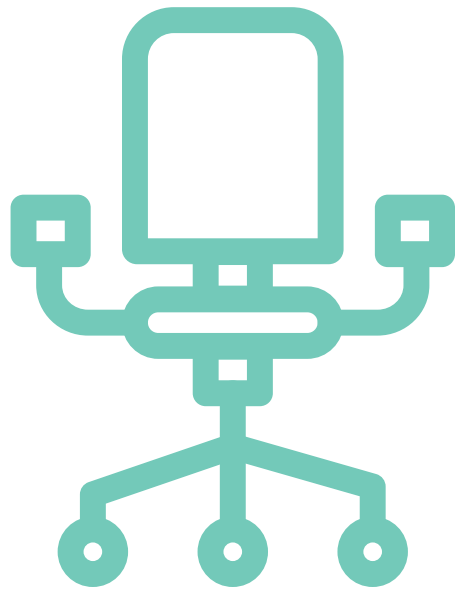
Buscar



Información



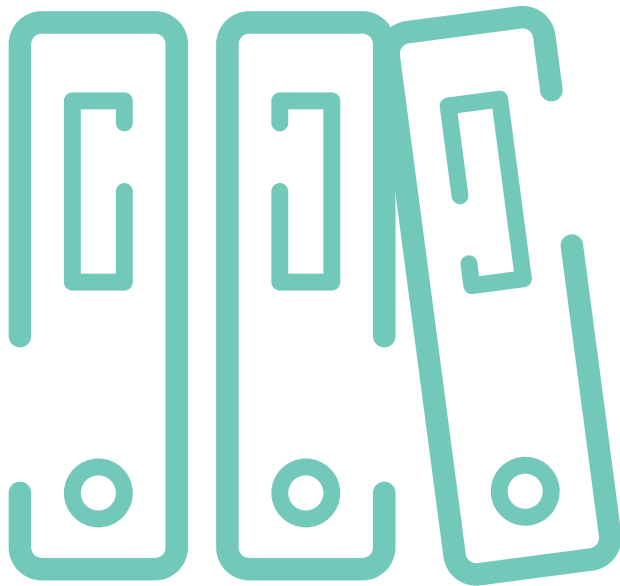
# IDENTIFICADORES



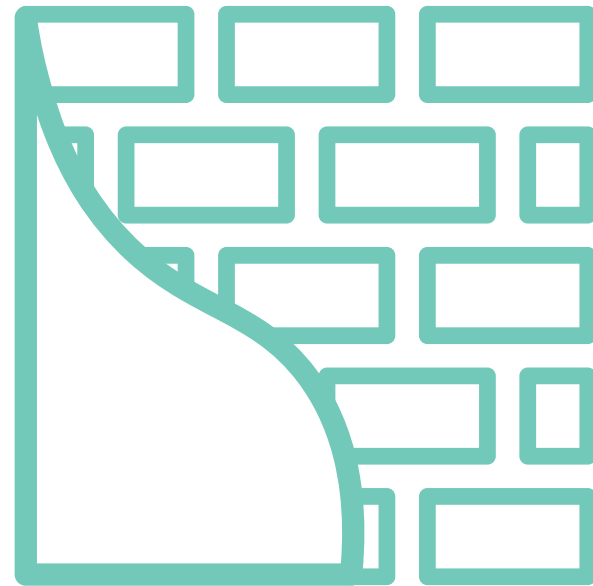
Asiento



Punto focal



Orden



Apoyo

# IDENTIFICADORES



Limpieza



Chi vivo



Escritorio



Mente fresca

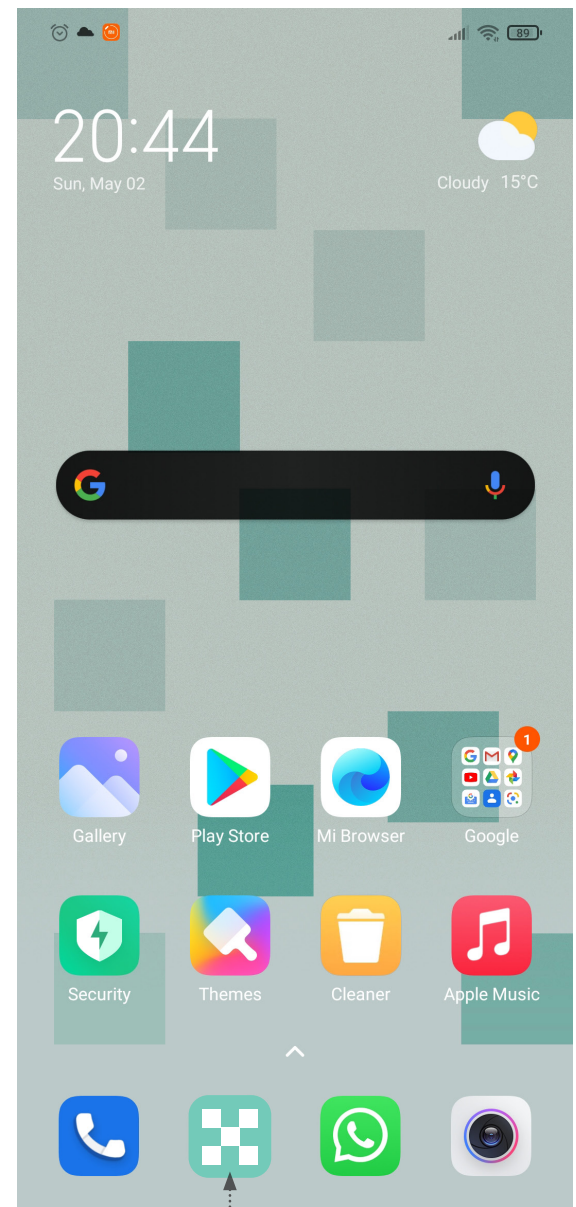
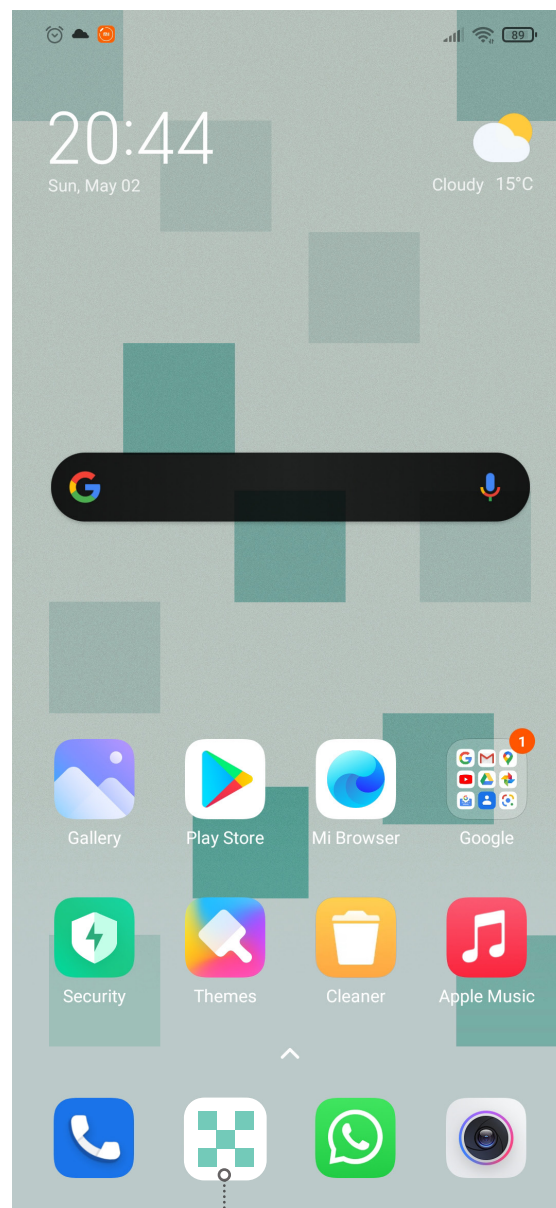
4.1.4

## PANTALLAS

Estas pantallas mostradas a continuación son el resultado final obtenido, y en estas se puede evidenciar cuál es el sistema gráfico manejado y el recorrido que tiene la aplicación.

# PANTALLA DE BLOQUEO

(previo a la apertura de la aplicación)



Al tocar el ícono...

# PANTALLA DE BIENVENIDA

(los mensajes variarán  
manteniendo este sistema)



# PANTALLA DE REGISTRO

Proceso de llenado de formularios e ingreso de datos

0:48 [status icons]

**INSITU**  
*Regístrate*

Crea una cuenta para acceder a organizar tu tiempo, espacio y más.

¿Ya tienes una cuenta? [Iniciar sesión](#)

Nombre

Apellido

Correo electrónico

Contraseña (8+ caracteres)

Al continuar, aceptas los [términos, condiciones](#) y [política de privacidad](#) de INSITU

Crear Cuenta

Vincula una cuenta para iniciar sesión automáticamente

0:48 [status icons]

**INSITU**

*Ingresa tu correo electrónico*  
¿Nuevo en INSITU? [Regístrate gratis](#)

Pablo23@gmail.com

Aceptar

¿Olvidaste tu contraseña?

Iniciar sesión

[Keyboard visible]

0:48 [status icons]

**INSITU**

*Iniciar sesión*

¿Nuevo en INSITU? [Regístrate gratis](#)

pablo23@gmail.com

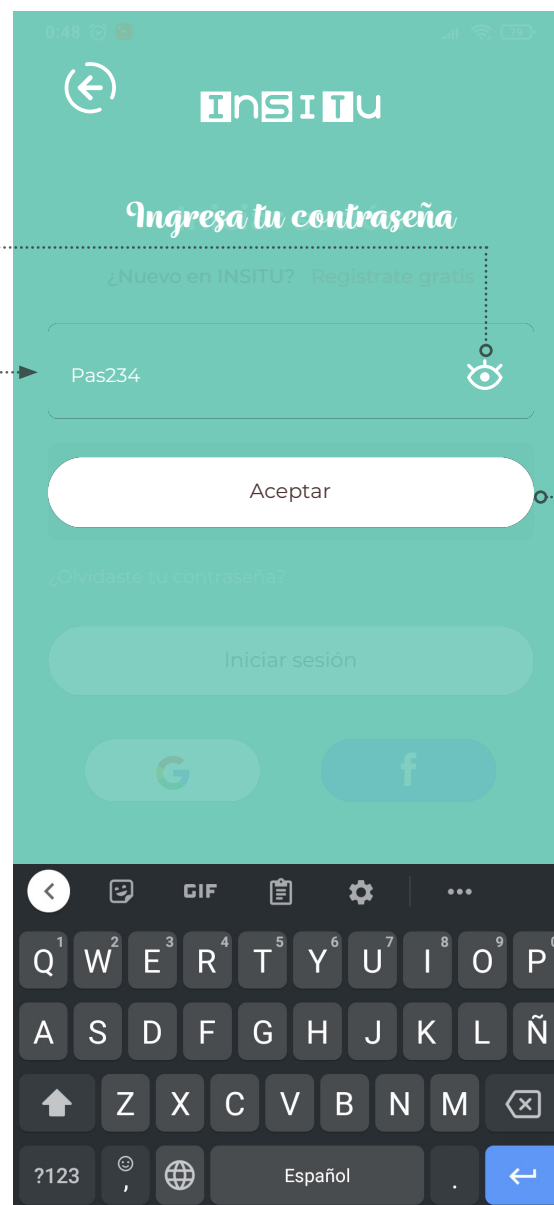
Contraseña

¿Olvidaste tu contraseña?

Iniciar sesión

# PANTALLA DE REGISTRO

## Proceso de llenado de formularios e ingreso de datos



# PANTALLA ENCUESTA



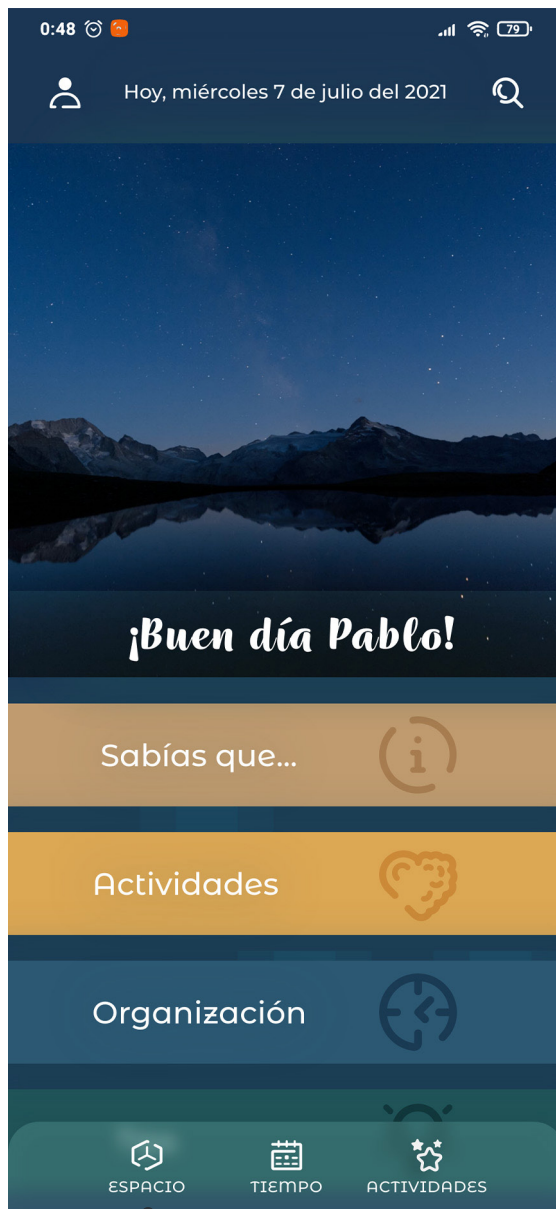
Encuesta sobre estado de ánimo previa al menú inicio



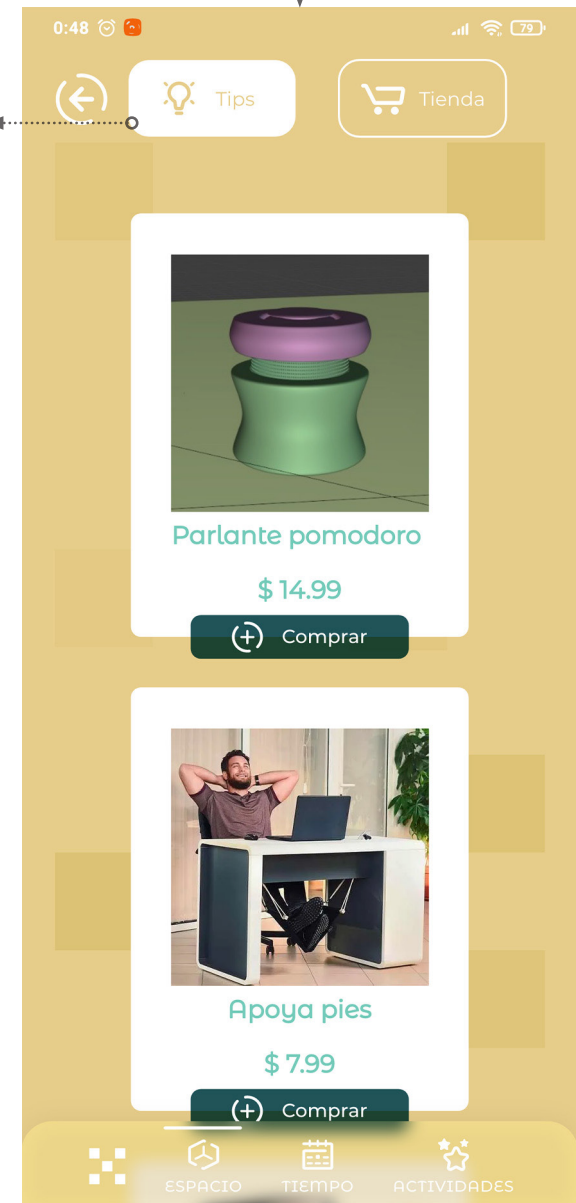
# PANTALLA INICIO



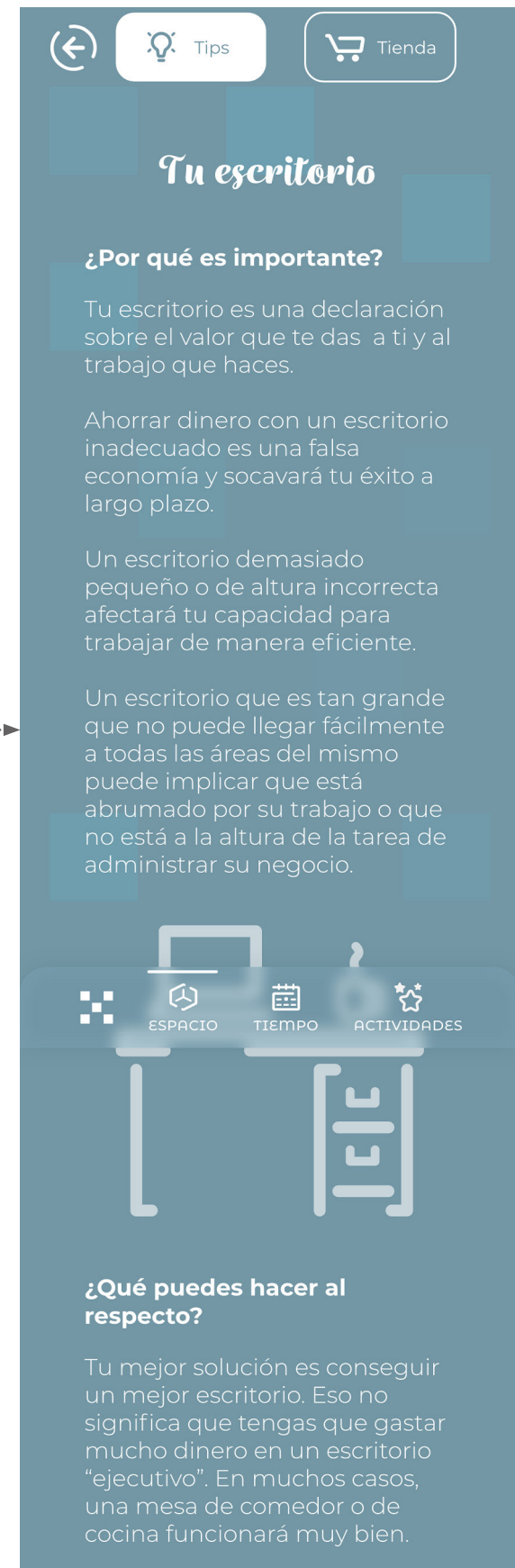
# PANTALLA ESPACIO / TIENDA



Opción 1 espacio



# PANTALLA ESPACIO / TIPS



# PANTALLA ENCUESTA / TIEMPO



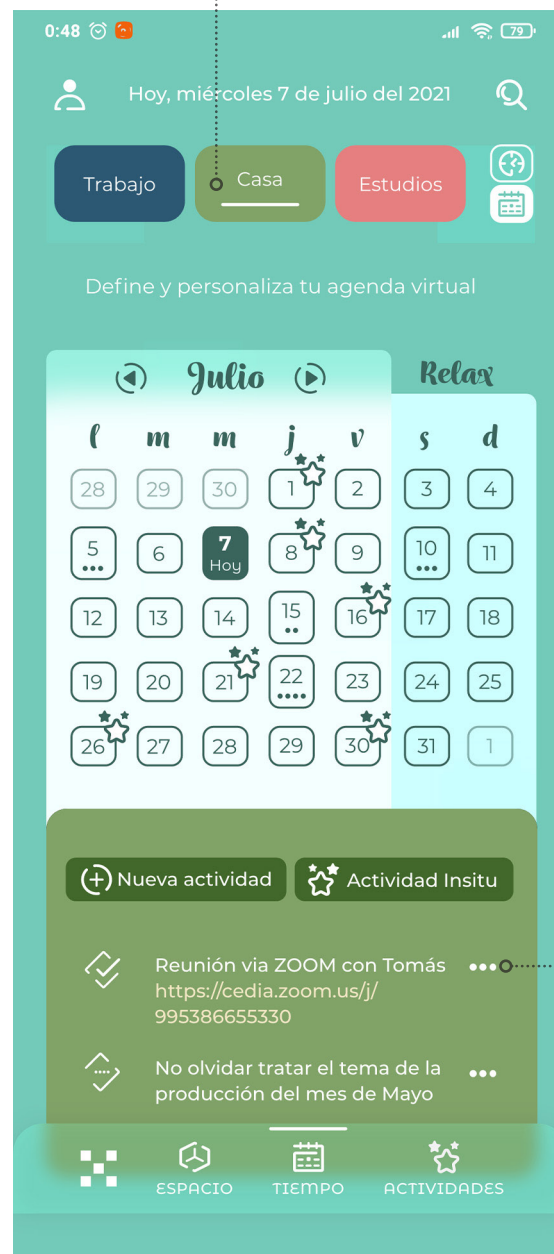
# PANTALLA TIEMPO

## Trabajo

### Visualización 2



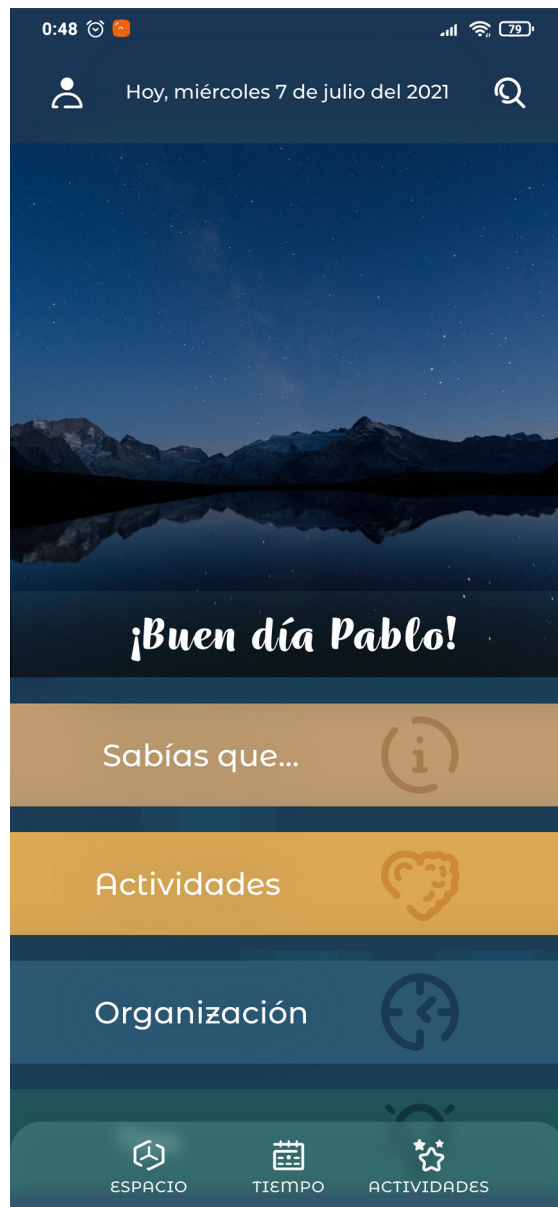
## Casa



### Menú de edición

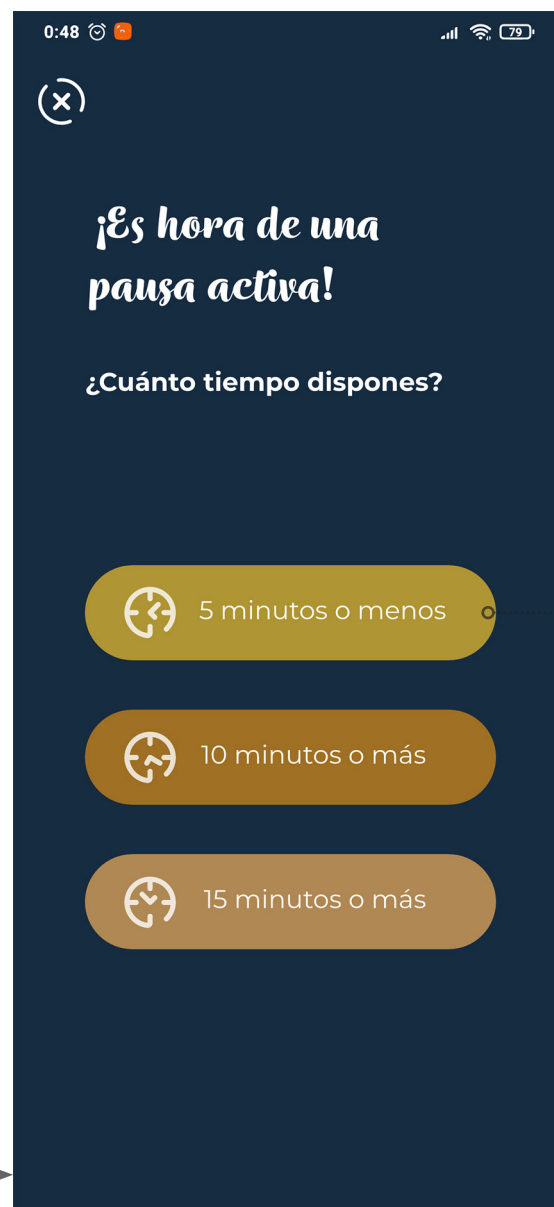


# PANTALLA ACTIVIDADES



Opción 3  
Actividades

Encuesta de bienvenida  
la primera vez



## Pantalla 5 minutos



## Pantalla 10 minutos



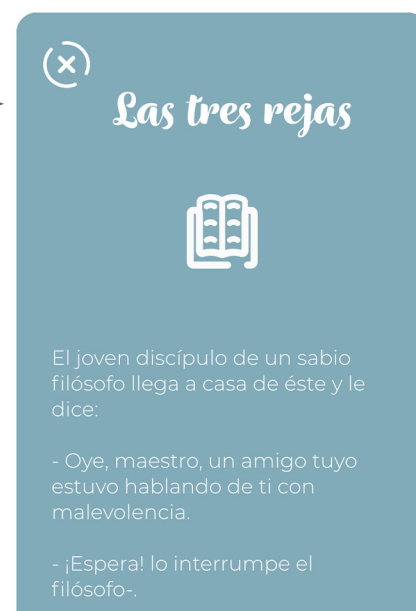
## Se reproduce un audio acompañado de música



## Yoga rápido con descripción



## Breve historia



# PANTALLAS EXTRA

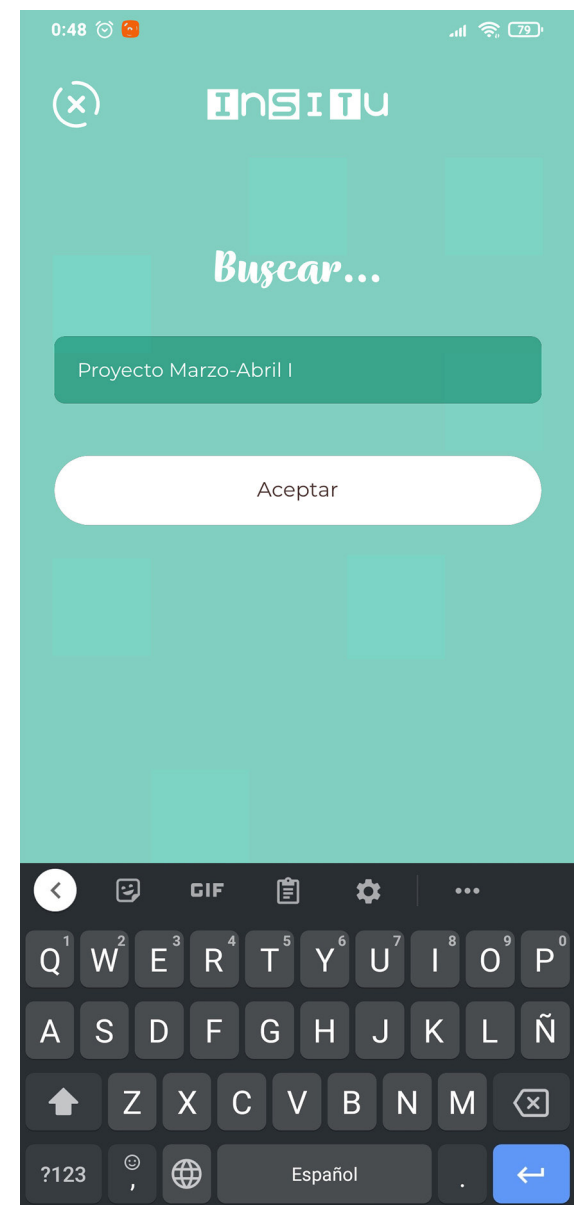
pantalla de perfil de usuario



pantalla de configuración



pantalla de búsqueda interna





## 4.1.4 PARLANTE POMODORO

El parlante pomodoro se vincula mediante conectividad bluetooth y gracias a un parlante integrado reproduce música ambiental, como segunda función el dispositivo tiene un botón de emergencia el cual al activarse reproduce automáticamente una actividad mediante el parlante.



# CONCLUSIONES

Esta aplicación será como un asistente personal en nuestro día a día.

En conclusión. En base a la nueva modalidad de estudio y trabajo desde casa en un denominado Home Office, se ha evidenciado que tanto los lugares como las personas no están preparados para afrontar este cambio, es por eso que se propone una aplicación, que nos ayude en 3 pilares fundamentales, que son: organización de tiempos, organización de actividades y organización de espacios en nuestro Home office .Es importante mencionar que se cuenta con el apoyo de los profesionales en psicología, feng shui y diseño digital, para estos tres pilares clave.

# BIBLIOGRAFÍA

**Albornoz, M. C., Berón, M., & Montejano, G. A.** (2017). Interfaz gráfica de usuario: el usuario como protagonista del diseño. XIX Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación (WICC 2017, ITBA, Buenos Aires)., 570–574. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/62078>

**Arias, C., & Kiverstein, M.** (2010). Sensacion,Significado y aplicacion+del+color.pdf (p. 77).

**Beltrán, A., & Sánchez, L.** (2017). LAS RELACIONES LABORALES VIRTUALES: EL TELETRABAJO AMPARO. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>

**Cabrera, E.** (2020). Actividad física y efectos psicológicos del confinamiento por covid-19. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 209–220. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2020.n1.v2.1828>

**Camacho, R.** (2013). Teletrabajo con calidad de vida laboral y productividad. Una aproximación a un modelo en una empresa del sector energético. *Pensamiento & Gestión*, 35, 87–118.

**Cerbino, M., & Ángulo, N.** (2020). La construcción social de plataformas digitales y la experiencia de la vida cotidiana ¿cómo funcionan los objetos técnicos en época de confinamiento social?

**Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación**, 1(143), 295–318. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i143.4305>

**Conejera, O., Vega, K., & Villarroel, C.** (2005). Diseño Emocional “ Definición , metodología y aplicaciones “. Universidad Tecnológica Metropolitana Facultad de Humanidades y Tecnología de la Comunicación Social, 1–135.

**Cuello, J., & Vittone, J.** (2013). Diseñad apps para móviles. [www.appdesignbook.com](http://www.appdesignbook.com)

**González Cano, M., Aguayo-González, F., Lama-Ruiz, J. R., & Pérez Gutiérrez, J. R.** (2010). Ingeniería Kansei para un diseño de productos centrado en los usuarios. <https://doi.org/10.6036/3844>

**Hassan, Yusef, Iazza, G., & Fernández, M.** (2020). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. *Hipertext.net*, 2, 1.

**Hassan, Yusef.** (2015). Experiencia de Usuario: Principios y Métodos. *Yusef.Es*, 139.

**Instituto de Seguridad Laboral, M. de T. y P. S.** (2020). Riesgos psicosociales en el teletrabajo: recomendaciones para el autocuidado. Instituto de Seguridad Laboral, 1–5. <https://www.isl.gob.cl/wp-content/uploads/Teletrabajo-Recomendaciones-Auto-cuidado.pdf>

**Monjo, P.** (2018). Diseño centrado en el usuario. *Diseño centrado en el usuario*, 2(4).

**Nivela, A., Molina, C., & Campos, R.** (2017). El rol de la familia en la educación en casa durante el confinamiento. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>

**Pillay, A. L., & Barnes, B. R.** (2020). Psychology and COVID-19: impacts, themes and way forward. *South African Journal of Psychology*, 50(2), 148–153. <https://doi.org/10.1177/0081246320937684>

# BIBLIOGRAFÍA

**Ramírez-Acosta, K.** (2017). Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo. *Revista Tecnología en Marcha*, 30(5), 49. <https://doi.org/10.18845/tm.v30i5.3223>

**Roberts, S.** (2007). *Fast feng shui for your home office*. Lotus Pond Press, LLC PO Box 4457, Hilo, HI 96720-0457.

**Santillán, W.** (2020). El teletrabajo en el COVID-19. *CienciaAmérica*, 9(2), 65. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i2.289>

**Vásquez, G., Urtecho-Osorto, Ó. R., Agüero-Flores, M., Díaz Martínez, M. J., Paguada, R. M., Varela, M. A., Landa-Blanco, M., & Echenique, Y.** (2020). Salud mental, confinamiento y preocupación por el coronavirus: un estudio cualitativo. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 54(2), e1333. <https://doi.org/10.30849/ripijp.v54i2.1333>

**Vique, R. R.** (2012). Entornos Para El Desarrollo De Aplicaciones Móviles. *Entornos Para El Desarrollo De Aplicaciones Móviles*, 9(1), 146–156. <https://doi.org/10.14483/2322939X.4211>

**Vivanco, A.** (2020). Teleducación en tiempos de COVID-19: brechas de desigualdad. *CienciaAmérica*, 9(2), 166. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.307>