




UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

Escuela de Diseño Gráfico



Diseño de un kit editorial multimedia para mujeres con síndrome del impostor en procesos de liderazgo

Trabajo de graduación previo a
la obtención del título de:

Licenciada en Diseño Gráfico

Autora: Rebeca Isabel Andrade Carrillo

Director: Mgtr. Edgar Marcelo Espinoza
Méndez

Cuenca, Ecuador 2026



Créditos

Autora: Rebeca Isabel Andrade Carrillo

Director: Mgtr. Edgar Marcelo Espinoza Méndez

Imágenes e ilustraciones: Todas las ilustraciones en el documento pertenecen a la autora a excepción de las imágenes que tienen su cita respectiva.

Diseño y diagramación: Rebeca Isabel Andrade Carrillo

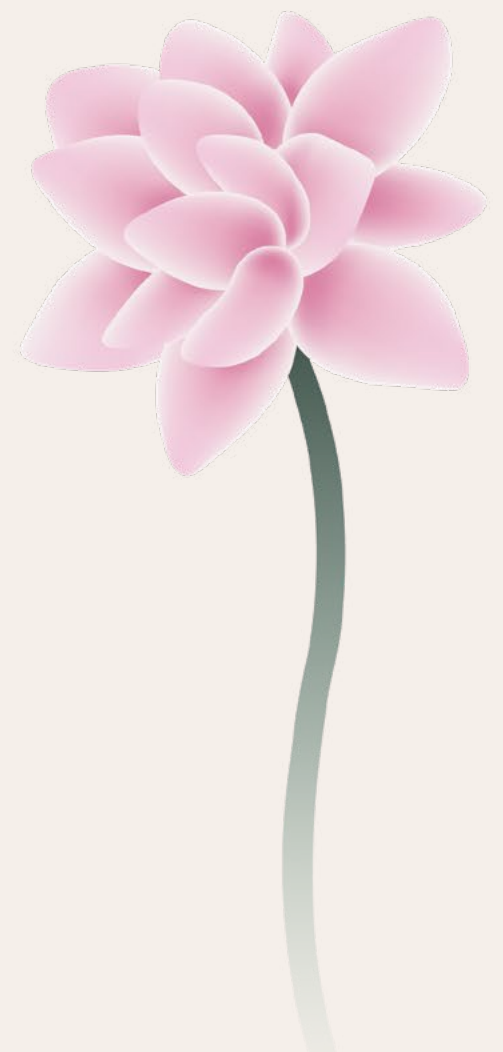
Cuenca, Junio 2026



Dedicatoria

Para todas las mujeres que alguna vez han sentido que no creen en sí mismas, que han dudado de su valor o pensado que no merecen sus propios logros. Para aquellas que han tenido que esforzarse el doble para demostrar que sí son capaces, y para quienes aún no logran ver en sí mismas lo increíbles, inteligentes y maravillosas que realmente son.

Y, sobre todo, para mi mamá, quien me ha guiado y me ha enseñado, con su ejemplo, que una mujer puede tener la confianza y la fuerza necesarias para llegar tan alto como se lo proponga, y convertirse en una verdadera líder en su vida.



Agradecimientos

Primero, quiero agradecer profundamente a toda mi familia. A mis abuelos y tíos, por estar siempre para mí y acompañarme en cada etapa de mi vida. Pero, sobre todo, a mi mamá y a mi papá, por brindarme su apoyo en mis altos y bajos, y por darme siempre su amor incondicional. A mi hermano, mi cómplice, que ha estado a mi lado en todo momento y a quien quiero muchísimo. Y a María, quien ha sido parte fundamental de mi vida y de mi hogar desde mi infancia. Todos ellos me han apoyado, cuidado y aconsejado a lo largo de este camino, acompañándome en cada desafío y celebración. Por ello, les estaré siempre profundamente agradecida.

A la Universidad y a mis profesores, por abrirme las puertas a esta etapa de mi vida, en la que me formaron profesionalmente y me guiaron con sabiduría durante todo este proceso. A mi director y tribunal, Marcelo, Toa y Roberto, por sus consejos, apoyo y paciencia; y, sobre todo, por saber entenderme e iluminarme cuando no sabía cómo continuar o estaba a punto de rendirme.

A mí misma, porque aunque hubo momentos en los que dudé de mí, pude salir adelante y seguir avanzando. Me siento muy orgullosa de haber superado esos momentos y, sobre todo, de haber logrado cerrar esta etapa tan importante en mi vida.

A mis mascotas. A mis gatos, Güido, Thomas y Arturo, que aunque llegaron a mi vida hace poco, se convirtieron en mi mayor apoyo emocional durante este proceso. Gracias por su compañía, su cariño y por acompañarme en cada desvelada, haciéndome sentir que nunca estuve sola. Y a mis perros, Luffy y Martín, quienes han estado conmigo desde que estaba en el colegio. Gracias por su lealtad, su energía y por alegrar mis días durante tantos años, acompañándome en cada etapa de mi vida.

A Pau, Sofi, Monse, Iris, Cisne y Dome, y a cada una de mis amigas, que han sido de las mejores personas que pude haber encontrado. Gracias por su apoyo en todos los sentidos, por sus consejos y por cuidarme durante toda esta etapa. Les aprecio muchísimo y gracias por estar ahí cuando más lo necesitaba.

A todos, les aprecio profundamente y les agradezco de corazón por todo lo que han hecho por mí.



Índice de contenidos

Capítulo 1: Contextualización

1.1. Introducción al capítulo	25
1.2. Antecedentes y problemática	26
1.3. Estado del Arte	27
1.3.1 Impostor syndrome in academic and professional contexts: A systematic review of prevalence, psychological impact, cultural influences, and intervention strategies	28
1.3.2 Impostor syndrome among Ecuadorian women in the labour market	29
1.3.3 Women as Managers of Anonymous Societies of Cuenca: Profile, Competitions And Management Styles	30
1.3.4 ¿Por qué se atribuye el síndrome del impostor a las mujeres?	31
1.3.5 El síndrome del impostor: por qué las mujeres siguen sin creer en ellas mismas	32
1.3.6 Los Costos Invisibles del Liderazgo Femenino	33
1.4. Marco teórico	35
1.4.1 Síndrome del impostor	36
1.4.2 La confianza en uno mismo	39
1.4.3 La autopercepción	40
1.4.4 La autoeficiencia	41
1.4.5 Pérdida de identidad	42
1.4.6 Liderazgo Femenino	43
1.4.7 Kit	44
1.4.8 Packaging	46
1.4.9 Diseño editorial	47
1.4.10 Diseño multimedia	49
1.5. Investigación de campo	51
1.5.1 Psicólogas	52

1.5.2 Mujeres líderes con síndrome del impostor	54
1.5.3 Diseñadores	56
1.6. Análisis de homólogos	59
1.6.1 Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones	60
1.6.2 Libro: This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work	62
1.6.3 Folleto: Gwangsan-gu Public Library Space 42	64
1.7. Conclusiones del capítulo	66

Capítulo 2: Programación

2.1. Introducción al capítulo	71
2.2. Análisis/Definición del usuario	72
2.2.1 Persona Design	72
2.2.2 Mapa de Empatía	74
2.3. Brief de producto	76
2.4. Definición de contenidos	80
2.5. Proceso de diseño	83
2.5.1 Hoja de Ruta	83
2.5.2 Proceso de Diseño	85
2.6. Conclusiones del capítulo	87



Capítulo 3: Ideación

3.1. Introducción al capítulo	91
3.2. Proceso de generación de ideas	93
3.2.1 Uso de gradientes o degradados	94
3.2.2 Estilo Naive	95
3.2.3 Cartografía emocional	95
3.2.4 Rompecabezas y conexiones	96
3.2.5 Abstracción de capas	96
3.2.6 Minimalismo Estructural	97
3.2.7 Flat Design	97
3.2.8 Linealidad Fluida	98
3.2.9 Bordes y ornamentos orgánicos	98
3.2.10 Botánica Simbólica	99
3.3. Evaluación de las ideas	99
3.4. Idea final	100
3.5. Conclusiones del Capítulo	104

Capítulo 4: Diseño

4.1. Introducción al capítulo	109
4.2. Sistema de botánica simbólica	111
4.3. Sistemas de diseño	112
4.3.1 Formal	114
4.3.2 Funcional	115
4.3.3 Tecnológico	116
4.4. Constantes y Variables	116
4.4.1 Constantes	117
4.4.2 Variables	118
4.5. Desarrollo del sistema gráfico	118
4.5.1. Formato y retícula	119
4.5.2. Cromática	120
4.5.3. Tipografía	122
4.5.4. Bocetos	123
4.5.5. Desarrollo estructural del empaque	125
4.5.6. Desarrollo de ilustraciones botánicas	131
4.5.7. Aplicaciones gráficas	133
4.5.8. Recursos funcionales	135
4.5.9. Iconografía	138
4.5.10. Identidad visual	140
4.6. Aplicaciones gráficas	141
4.6.1. Guía de inicio	143
4.6.2. Cuaderno de práctica	144
4.6.3. Bitácora de reflexión	149
4.6.4. Tarjetas: "Zona segura" y "Zona de duda"	155
4.6.5. Manual instructivo	160
4.6.6. Mapa de identidad emocional	163
4.6.7. Stickers	165
4.6.8. Contenedor	167
5. Conclusiones	168
6. Recomendaciones	169
Bibliografía	170



Índice de imágenes y cuadros

Figuras

Figura 1. Representación visual de la inseguridad y autopercepción negativa

Tomado de Mujer adolescente sujetando adentro [Fotografía], por Shvets Production, 2021, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/mujer-adolescente-sujetando-adentro-9774263/>)

Figura 2. Afirmaciones positivas y fortalecimiento de la autoconfianza

Tomado de Persona sosteniendo notas adhesivas verdes [Fotografía], por Cottonbro Studio, 2020, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/persona-sosteniendo-notas-adhesivas-verdes-3831848/>)

Figura 3. La autopercepción y la imagen fragmentada del ser
Tomado de Mano reflejo reflexión sujetando [Fotografía], por Rűveyda, 2022, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/mano-reflejo-reflexion-sujetando-13661610/>)

Figura 4. La autoeficacia como motor de la acción y el bienestar personal

Tomado de Mujer comenzando su mañana con estiramiento [Fotografía], por Freepik, 2021, Freepik (https://www.freepik.es/foto-gratis/mujer-comenzando-su-manana-estiramiento_17198625.htm)

Figura 5. La pérdida de identidad y el anonimato del yo en el síndrome del impostor

Tomado de Sin rostro mirando sujetando anónimo [Fotografía], por Mart Production, 2021, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/sin-rostro-mirando-sujetando-anonimo-8091607/>)

Figura 6. Representación de la mujer en roles de liderazgo y gestión estratégica 43

Tomado de Oficina mujer negocio documento [Fotografía], por Rodnae Productions, 2021, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/oficina-mujer-negocio-documento-8837483/>)

Figura 7. Elementos y componentes visuales para la organización de contenidos 45

Tomado de Bolígrafo por encima de la cabeza gastos generales material de oficina [Fotografía], por Cup of Couple, 2021, Pexels (<https://www.pexels.com/es-es/foto/boligrafo-por-encima-de-la-cabeza-gastos-generales-material-de-oficina-7657380/>)

Figura 8. Niveles de empaque y su función protectora y comunicativa 46

Tomado de Vida muerta entrega alimentos [Fotografía], por Freepik, 2021, Freepik (https://www.freepik.es/foto-gratis/vida-muerta-entrega-alimentos_20823159.htm)

Figura 9. La interacción del usuario con el soporte editorial impreso 48

Tomado de Manos de alto ángulo sosteniendo papel [Fotografía], por Freepik, 2022, Freepik (https://www.freepik.es/foto-gratis/manos-alto-angulo-sosteniendo-papel_34523239.htm)

Figura 10. Procesos de edición y postproducción de contenidos audiovisuales 50

Tomado de Primer plano de editor de gráficos de video usando software especializado [Fotografía], por Freepik, 2022, Freepik (https://www.freepik.es/foto-gratis/primer-plano-editor-graficos-video-usando-software-especializado-editar-imagenes-peliculas-mejorar-calidad-visual-videografo-profesional-sentado-estacion-trabajo-varios-monitores-que-mejora-fotogramas-pelicula_27510584.htm)

Figura 11. Psicóloga María Paz Jara, coordinadora del Departamento de Equidad de Género 52

Tomado de Equipo UDA Salud, por Universidad del Azuay, s.f. (<https://uda-salud.uazuay.edu.ec/equipo#>)

Figura 12. Psicóloga Alexandra Córdoba, especialista en psicoterapia focalizada en la personalidad 53

Tomado de Directorio Médico: Psicología, por Hospital del Río, s.f. (<https://www.hospitaldelrio.com.ec/directorio-medico/psicologia/41/1/>)



Figura 13. Viviana Salinas, gerente zonal de microfinanzas en Banco Pichincha Tomado de Perfil profesional de Viviana Salinas, por LinkedIn	54	Figura 22. Portada Libro, This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work Tomado de This Book Is Anti-Racist: 20 Lessons on How To Wake Up, Take Action, and Do the Work [Reseña de libro], por V. Bauld, 2020, School Library Journal.	62
Figura 14. Inés Vintimilla, gerente regional de Banco Pichincha Tomado de Perfil profesional de Inés Vintimilla, por LinkedIn	55	Figura 23. Interior del Libro, This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work Tomado de This Book Is Anti-Racist: 20 Lessons on How To Wake Up, Take Action, and Do the Work, por T. Jewell y A. Durand (Ilust.), 2020, Quarto.	63
Figura 15. Francisco Ramírez, diseñador gráfico especialista en sistemas de identidad y empaque Tomado de Perfil de Facebook, por F. Ramírez, s.f. (https://www.facebook.com/share/1Gm6jmhfE8/?mibextid=wwXlfr).	56	Figura 24. Interior del Libro, This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work Tomado de This Book Is Anti-Racist: 20 Lessons on How To Wake Up, Take Action, and Do the Work, por T. Jewell y A. Durand (Ilust.), 2020, Quarto.	63
Figura 16. Tsuki Escandón, especialista en diseño editorial e ilustración de ilo Estudio Visual Tomado de Perfil de Instagram, por T. Escandón, s.f. (https://www.instagram.com/tsunki_escandon/)	57	Figura 25. Portada del folleto de la Biblioteca Gwangsan Tomado de 2023 Gwangsan Library, por Design studio sawol, 2023.	64
Figura 17. Carolina Izquierdo, especialista en branding y diseño gráfico de ilo Estudio Visual Tomado de Perfil de Instagram, por C. Izquierdo, s.f. (https://www.instagram.com/carolina_iv_/)	57	Figura 26. Sistema visual y señalética del Folleto de la Biblioteca Gwangsan Tomado de 2023 Gwangsan Library, por Design studio sawol, 2023.	65
Figura 18. Samantha Castro, especialista en comunicación y audiovisual de ilo Estudio Visual Tomado de Perfil de Instagram, por S. Castro, s.f. (https://www.instagram.com/sammantaraya/)	57	Figura 27. Aplicación de la identidad visual en papelería y carnets del folleto Tomado de 2023 Gwangsan Library, por Design studio sawol, 2023.	65
Figura 19. Fotografías de Sensorium Tomado de Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones (p. 91) [Tesis Pregrado]. por P. I. Toro Ibáñez, 2023, Universidad de Chile.	60	Figura 28. Persona Design: La líder en transición Elaboración propia.	73
Figura 20. Registros de impresión de cartas y tarjetas Tomado de Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones (p. 85) [Tesis Pregrado]. por P. I. Toro Ibáñez, 2023, Universidad de Chile.	61	Figura 29. Mapa de empatía Elaboración propia.	75
Figura 21. Registros de experimentación de fotografías impresas Tomado de Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones (p. 86) [Tesis Pregrado]. por P. I. Toro Ibáñez, 2023, Universidad de Chile.	61	Figura 30. Hoja de Ruta: Proceso para el diseño del kit editorial visual Elaboración propia.	84
		Figura 31. Recopilación de piezas gráficas del uso de gradientes Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	95
		Figura 32. Recopilación de piezas gráficas del estilo naive Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	95



Figura 33. Recopilación de piezas gráficas con cartografías incluidas Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	96	Figura 45. Identidades tipográficas del sistema gráfico Elaboración propia.	123
Figura 34. Recopilación de piezas gráficas con rompecabezas y conexiones incluida Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	96	Figura 46. Jerarquías tipográficas aplicados al producto editorial Elaboración propia.	124
Figura 35. Recopilación de piezas gráficas con abstracción de capas Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	97	Figura 47. Bocetaje del sistema de simbología botánica Elaboración propia.	125
Figura 36. Recopilación de piezas gráficas minimalistas Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	97	Figura 48. Boceto de diagramación para el test de identificación del síndrome de la impostora Elaboración propia.	126
Figura 37. Recopilación de piezas gráficas incluyendo ilustraciones tipo flat design Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	98	Figura 49. Boceto de diagramación para separador de tipología y página informativa Elaboración propia.	126
Figura 38. Recopilación de piezas gráficas empleando líneas continuas distorsionadas Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	98	Figura 50. Boceto de diagramación para separador de tipología y actividad práctica Elaboración propia.	127
Figura 39. Recopilación de piezas gráficas empleando bordes y ornamentos orgánicos Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	99	Figura 51. Boceto de plantilla de registro y página de cierre con recurso multimedia Elaboración propia.	127
Figura 40. Recopilación de piezas gráficas empleando gráficos florales Elaboración propia a partir de imágenes obtenidas de Pinterest de autores varios.	99	Figura 52. Boceto de diagramación para contenido introductorio y rueda de emociones Elaboración propia.	127
Figura 41. Boceto de la idea final Elaboración propia.	104	Figura 53. Boceto de plantilla de registro emocional y espacio de escritura Elaboración propia.	127
Figura 42. Retícula para productos editoriales Elaboración propia.	120	Figura 54. Boceto de tarjeta de acompañamiento emocional para la zona segura y de duda Elaboración propia.	128
Figura 43. Retícula para mapa emocional e instructivo Elaboración propia.	121	Figura 55. Boceto de mapa de identidad Elaboración propia.	128
Figura 44. Paleta cromática del sistema gráfico: variaciones tonales por componentes botánicos Elaboración propia.	122	Figura 56. Boceto de diagramación del manual instructivo Elaboración propia.	129
		Figura 57. Boceto del sistema iconográfico Elaboración propia.	129
		Figura 58. Boceto estructural del empaque del kit Elaboración propia.	130



Figura 59. Boceto estructural del contenedor de tarjetas Elaboración propia.	130	Figura 72. Identificador visual de la marca Essentia y sus variaciones cromáticas Elaboración propia.	141
Figura 60. Plano estructural del contenedor principal Elaboración propia.	131	Figura 73. Construcción geométrica, proporciones y pará- metros técnicos del identificador visual Essentia Elaboración propia.	142
Figura 61. Plano estructural del contenedor de tarjetas Elaboración propia.	132	Figura 74. Paleta cromática principal y tipografía de la marca Essentia Elaboración propia.	142
Figura 62. Ilustraciones botánicas del sistema visual: Flor de Loto y Peonía Elaboración propia.	133	Figura 75. Diseño de portada y contraportada para la Guía de Inicio: Integración de recursos del sistema gráfico Elaboración propia.	144
Figura 63. Ilustraciones botánicas del sistema visual: Lavan- da y Árbol de Sakura Elaboración propia.	134	Figura 76. Páginas interiores preliminares de la guía: Guar- da ilustrada y sección de créditos Elaboración propia.	145
Figura 64. Ilustraciones botánicas de la Sakura: estados de florecimiento y marchitamiento Elaboración propia.	134	Figura 77. Diseño de interiores para la Guía de Inicio: Artic- ulación entre simbología botánica y contenido Elaboración propia.	145
Figura 65. Recursos gráficos para nomenclatura: Aplicación de pétalos en sistemas de numeración Elaboración propia.	135	Figura 78. Páginas de contenido de la Guía de Inicio Elaboración propia.	146
Figura 66. Separadores visuales: Aplicación de ilustraciones en ángulos para delimitación de temas Elaboración propia.	136	Figura 79. Maquetación del test diagnóstico: Estructura de reactivos y componentes de selección Elaboración propia.	146
Figura 67. Recursos dinámicos: Composición de pétalos en dispersión para páginas informativas Elaboración propia.	136	Figura 80. Diseño de páginas informativas y de transición Elaboración propia.	147
Figura 68. Variaciones de composición: Adaptación de arre- glos florales a los márgenes del soporte Elaboración propia.	137	Figura 81. Diseño de separador y estructura de contenidos para las tipologías del síndrome Elaboración propia.	147
Figura 69. Diseño de guardas y fondos: Síntesis cromática de formas botánicas Elaboración propia.	137	Figura 82. Diseño de separador y maquetación de conteni- dos informativos Elaboración propia.	148
Figura 70. Recursos funcionales y de interacción: Test del síndrome, rueda de emociones y métricas Elaboración propia.	139	Figura 83. Mockup de la portada de la Guía de inicio Elaboración propia.	148
Figura 71. Sistema iconográfico conceptual: Las máscaras como representación de las tipologías del síndrome del impostor Elaboración propia.	140	Figura 84. Mockup del interior del producto editorial de la Guía de inicio Elaboración propia.	148

Figura 85. Diseño de portada y contraportada para el Cuaderno de práctica Elaboración propia.	149	Figura 98. Diseño de interiores para el Registro interno: Articulación entre simbología botánica y composición con frase reflexiva Elaboración propia.	156
Figura 86. Páginas interiores preliminares del cuaderno de práctica: Sección de créditos y guarda ilustradas Elaboración propia.	150	Figura 99. Páginas de contenido del Registro interno Elaboración propia.	157
Figura 87. Diseño de interiores para el Cuaderno de práctica: Articulación entre simbología botánica y contenido Elaboración propia.	150	Figura 100. Página informativa y rueda de identificación emocional Elaboración propia.	157
Figura 88. Composición con frase reflexiva y página separadora de contenido Elaboración propia.	151	Figura 101. Diseño de plantillas para el registro emocional: Mapeo de métricas y espacio de escritura Elaboración propia.	158
Figura 89. Separador de dinámicas y página instruccional de actividades Elaboración propia.	151	Figura 102. Diseño de plantillas para el registro emocional: Mapeo de métricas y espacio de escritura Elaboración propia.	158
Figura 90. Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades Elaboración propia.	152	Figura 103. Mockup de la portada del Registro interno Elaboración propia.	159
Figura 91. Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades Elaboración propia.	152	Figura 104. Mockup del interior del producto editorial del Registro interno Elaboración propia.	159
Figura 92. Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades Elaboración propia.	153	Figura 105. Diseño de tarjeta afirmativa para la Zona de Duda: Composición de anverso y reverso Elaboración propia.	160
Figura 93. Diseño de plantilla y de páginas para cierre reflexivo Elaboración propia.	153	Figura 106. Diseño de tarjeta afirmativa para la Zona Segura: Composición de anverso y reverso Elaboración propia.	160
Figura 94. Mockup de la portada del Cuaderno de práctica Elaboración propia.	154	Figura 107. Diseño de troquel del contenedor de las tarjetas Elaboración propia.	161
Figura 95. Mockup del interior del producto editorial del Cuaderno de práctica Elaboración propia.	154	Figura 108. Mockup de las tarjetas Elaboración propia.	162
Figura 96. Diseño de portada y contraportada para el Registro interno Elaboración propia.	155	Figura 109. Mockup de las tarjetas Elaboración propia.	162
Figura 97. Páginas interiores preliminares de la bitácora: Guarda ilustrada y sección de créditos Elaboración propia.	156	Figura 110. Mockup del contenedor de las tarjetas: Vista superior Elaboración propia.	162



Figura 111. Mockup del contenedor de las tarjetas: Vista inferior Elaboración propia.	162
Figura 112. Diseño exterior del manual instructivo Elaboración propia.	163
Figura 113. Diseño interior del manual instructivo Elaboración propia.	163
Figura 114. Mockup del exterior del manual instructivo Elaboración propia.	164
Figura 115. Mockup del interior del manual instructivo Elaboración propia.	164
Figura 116. Diseño del mapa de identidad Elaboración propia.	165
Figura 117. Mockup del mapa de identidad Elaboración propia.	166
Figura 118. Diseño de stickers botánicos del sistema gráfico Elaboración propia.	167
Figura 119. Mockup de stickers botánicos del sistema gráfico Elaboración propia.	167
Figura 120. Diseño de troquel del contenedor del kit Elaboración propia.	168
Figura 121. Mockup del contenedor del kit Elaboración propia.	168

Tablas

Tabla 1. Definición de contenidos del producto editorial multimedia	81
Tabla 2. Diagrama de Gantt	85
Tabla 3. Tabla de criterios para la evaluación de propuestas estéticas	101
Tabla 4. Tabla de descripción de los criterios para la evaluación de propuestas estéticas	103
Tabla 5. Relación entre componentes del sistema editorial y su representación simbólica botánica	113





Resumen

Ante una realidad donde muchas mujeres experimentan presión social, autoexigencia y autocrítica en espacios laborales, se evidenció la presencia del síndrome del impostor, fenómeno que afecta la consolidación de mujeres en roles de liderazgo y autoridad. Frente a esta problemática, se emplearon recursos editoriales y multimedia como herramientas de sensibilización, acompañamiento y reflexión emocional, integrando estrategias visuales, narrativas e interactivas orientadas a la identificación y comprensión de la problemática.

Como resultado, se desarrolló un kit editorial impreso articulado con recursos multimedia interactivos, capaz de generar experiencias de conexión emocional, reconocimiento personal y acompañamiento para mujeres que atravesaron procesos de pérdida de identidad y deterioro de su autovaloración.

Palabras clave

Autopercepción, autoestima, despersonalización, fraude intelectual, techo de cristal, narrativa visual, interactividad, acompañamiento emocional, identidad simbólica.



Abstract

Faced with a reality in which many women experience social pressure, self-demand, and self-criticism in workplace environments, the presence of impostor syndrome became evident, a phenomenon that affects the consolidation of women in leadership and authority roles. In response to this issue, editorial and multimedia resources were employed as tools for awareness, guidance, and emotional reflection, integrating visual, narrative, and interactive strategies aimed at the identification and understanding of the problem. As a result, a printed editorial kit articulated with interactive multimedia resources was developed, capable of generating experiences of emotional connection, self-recognition, and support for women undergoing processes of identity loss and deterioration of self-worth.

Keywords

Self-perception, self-esteem, depersonalization, intellectual fraud, glass ceiling, visual narrative, interactivity, emotional support, symbolic identity.



Objetivos

Objetivo general

Fortalecer la autopercepción, la confianza y la preparación de mujeres próximas a ocupar roles de liderazgo, mediante el diseño gráfico de un kit editorial y audiovisual de reconstrucción de identidad, para promover la comprensión y manejo del síndrome del impostor en el ámbito laboral.

Objetivos específicos

- 1** Analizar las teorías del diseño gráfico, multimedia y de packaging aplicadas a proyectos de comunicación con enfoque emocional y social.
- 2** Definir cómo los recursos editoriales y visuales del diseño pueden contribuir a la comprensión y reconstrucción de la identidad en mujeres próximas a ocupar roles de liderazgo.
- 3** Diseñar un kit de reconstrucción de identidad, integrando elementos gráficos, editoriales y audiovisuales en una secuencia narrativa coherente que facilite el proceso de autoconocimiento y fortalecimiento de la identidad en el público objetivo.



Introducción

En la actualidad, muchas mujeres que se encuentran próximas a asumir o ejercer roles de liderazgo enfrentan dificultades relacionadas con la autopercepción, la confianza y el reconocimiento de sus capacidades. Entre estas problemáticas destaca el síndrome del impostor, fenómeno psicológico caracterizado por la sensación persistente de no merecer los logros alcanzados, el temor a ser descubiertas como un fraude y la tendencia a atribuir el éxito a factores externos. Estas percepciones pueden afectar el desarrollo profesional, la toma de decisiones y la consolidación de la identidad personal, especialmente en contextos laborales donde persisten exigencias y expectativas asociadas al liderazgo femenino.

Frente a esta problemática, el presente proyecto explora las posibilidades del diseño gráfico como herramienta de acompañamiento, reflexión y reconocimiento personal. Desde esta perspectiva, se plantea el desarrollo de un kit editorial multimedia que combine recursos editoriales, visuales y audiovisuales para contribuir al fortalecimiento de la autopercepción y la confianza en mujeres que atraviesan experiencias relacionadas con el síndrome del impostor.

La fundamentación teórica del proyecto aborda conceptos vinculados al síndrome del impostor, la confianza en uno mismo, la autopercepción, la autoeficacia, la pérdida de identidad y el liderazgo femenino. Asimismo, se analizan aportes del diseño editorial, el packaging y el diseño multimedia como disciplinas capaces de estructurar experiencias significativas mediante la integración de contenidos visuales, narrativos e interactivos.

Metodológicamente, la investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, apoyado en la revisión bibliográfica, entrevistas a profesionales de la psicología, mujeres líderes y diseñadores, así como en herramientas de análisis centradas en el usuario. Estos hallazgos permitieron establecer las necesidades, expectativas y características del público objetivo, sirviendo como base para la conceptualización y desarrollo de la propuesta gráfica.

El documento se encuentra estructurado en cuatro capítulos. El primer capítulo presenta la contextualización de la problemática, los antecedentes, la fundamentación teórica, la investigación de campo y el análisis de referentes relacionados con el proyecto. El segundo capítulo desarrolla la programación del proyecto, abordando el análisis del usuario, el brief de diseño, la definición de contenidos y la planificación metodológica.

El tercer capítulo expone el proceso de ideación, la exploración de distintas propuestas estéticas y la definición de la dirección visual seleccionada. Finalmente, el cuarto capítulo presenta el desarrollo formal del proyecto, incluyendo el sistema gráfico, la identidad visual, los productos editoriales, los recursos multimedia y las aplicaciones finales que conforman el kit.

Como resultado, se desarrolló Esentia, un kit editorial multimedia orientado al reconocimiento personal y la reconstrucción de la identidad. La propuesta integra una guía de inicio, un cuaderno de actividades, una bitácora emocional, tarjetas de acompañamiento, un mapa de identidad emocional, stickers, recursos multimedia accesibles mediante códigos QR y un contenedor que articula todos los elementos del sistema. En conjunto, el proyecto evidencia el potencial del diseño editorial y multimedia para generar experiencias de reflexión, autocrecimiento y fortalecimiento personal, aportando una alternativa de apoyo para mujeres que enfrentan manifestaciones asociadas al síndrome del impostor.



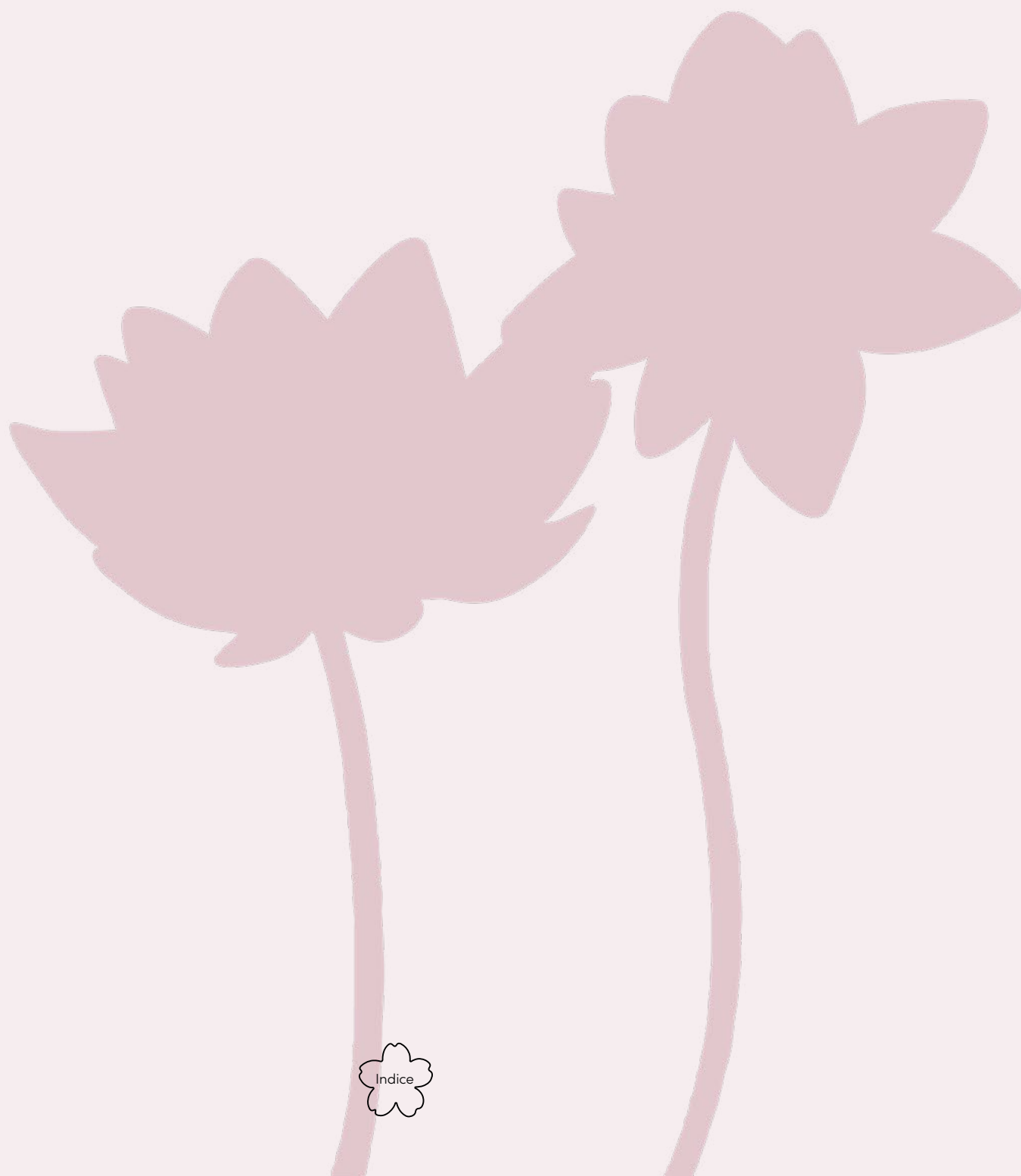




Capítulo 1

Contextualización





1.1

Introducción al capítulo

Dentro de este capítulo, se presentan las bases del proyecto para el diseño de un kit editorial audiovisual, articulando la problemática del síndrome del impostor con las posibilidades del diseño para mujeres en roles de liderazgo. Dentro de los antecedentes se resalta que este fenómeno se da por múltiples factores como la presión social y la falta de referentes, el cual, genera barreras psicológicas y profesionales que amplían la brecha de género dentro de los espacios de trabajo. Asimismo, se contextualiza esta problemática en el contexto ecuatoriano.

En cuanto al estado del arte y el marco teórico, se realizó una revisión exhaustiva de literaturas multidisciplinarias mismas que integran la psicología, el género y el diseño, permitiendo así definir las tipologías específicas del síndrome y conceptos claves como la autoeficacia y la "autocancelación" simbólica. Por otra parte, dentro de la investigación de campo, se fundamentó en el diseño mixto que combinó el análisis de fuentes estadísticas con encuestas y entrevistas a psicólogas. Este enfoque permitió validar la necesidad de un recurso tangible que, a través de una narrativa editorial empática y herramientas de diseño modular, facilita la reconstrucción de la identidad y la validación interna de las profesionales femeninas.



1.2

Antecedentes y Problemática

El síndrome del impostor es un fenómeno psicológico que afecta a personas que, a pesar de sus logros, sienten que no los merecen. Según Valerie Young (2011), autora y cofundadora del "*Impostor Syndrome Institute*", indica que este síndrome es más frecuente en mujeres por factores como presión social, autocrítica y falta de referentes femeninos. En consecuencia, se convierte en una barrera para el desarrollo profesional de las mujeres.

Las mujeres que lo padecen presentan elevados niveles de ansiedad, baja autoestima, necesidad de sobreesfuerzo y dificultades para consolidarse en roles de autoridad, lo que contribuye a la persistencia de la brecha de género. Esto ha creado una serie de problemas sociales y laborales, principalmente al ampliar la brecha de género, restringir el avance y liderazgo femenino, y disminuir el bienestar psicológico.

En el contexto ecuatoriano, esta problemática ha adquirido visibilidad en la última década. Iniciativas como el programa de mentorías para Mujeres Científicas (PROMEMCI, 2022) han implementado estrategias de mentoría para mujeres científicas, promoviendo redes de apoyo y testimonios. No obstante, el Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias (2024) reporta que el 85 % de quienes ocupan cargos directivos experimentan sensaciones asociadas a este síndrome.

Pese a avances en equidad, muchas mujeres con cargos de alto rendimiento siguen enfrentando inseguridades que limitan su liderazgo. Ante ello, es fundamental visibilizar la problemática y generar recursos que brinden herramientas para afrontarlo.



1.3

Estado del arte



1.3.1 Impostor syndrome in academic and professional contexts: A systematic review of prevalence, psychological impact, cultural influences, and intervention strategies.

Este artículo de revisión explora cómo el Síndrome del Impostor (SI) afecta a personas en entornos académicos y profesionales. El artículo incluye las consecuencias psicológicas, influencias culturales y proporciona posibles estrategias para afrontarlo. Se realiza un análisis sistemático de la investigación actual, la cual identifica problemas recurrentes que suceden cuando se padece de este síndrome y destaca posibles vacíos que requieren una mayor indagación.

Se adoptó una metodología de revisión sistemática de la literatura para poder recopilar y evaluar una pertinente investigación sobre el síndrome del impostor. La revisión examinó distintos estudios publicados entre el 2010 y 2025, incluyendo artículos de revistas revisados por los autores en pares, ponencias de conferencias y otras publicaciones, cuidando que siempre estén enfocados en el SI dentro de contextos académicos, profesionales y educativos.

El propósito central de la revisión fue explorar cómo afecta el síndrome del impostor en entornos educativos y profesionales; y comprender los efectos emocionales, sociales y cognitivos. También, examinar la influencia de distintos factores como la cultura, el género y los antecedentes del SI. Por último, evaluar las posibles soluciones que existen para manejar el SI.

Los hallazgos de la revisión sistemática se estructuraron en cuatro áreas temáticas clave mediante un análisis cualitativo. En primer lugar, sobre la prevalencia del Síndrome del Impostor, se concluyó que es un fenómeno extendido que afecta a una gama diversa de individuos, especialmente estudiantes y profesionales en campos competitivos y de alta presión. Se notó una mayor intensidad en mujeres, vinculada a normas sociales y presiones culturales específicas. En segundo lugar, respecto a los efectos psicológicos, se confirmó que el SI impone un costo significativo, manifestándose como duda crónica sobre los logros, deterioro en el desempeño y un impacto emocional notable. Además, se enfatizó que los individuos con rasgos perfeccionistas son más propensos a reportar intensos sentimientos de impostor.

La tercera área, el rol de la Cultura y el entorno, reveló que el SI no es solo defecto personal, sino una experiencia social y culturalmente impuesta. Las expectativas culturales, las dinámicas laborales y la presión social (como los entornos patriarcales o las culturas colectivistas) intensifican estos sentimientos, al igual que la falta de sistemas de apoyo, la discriminación y la ausencia de reconocimiento por parte de compañeros y supervisores. Finalmente, en cuanto a las Estrategias de Apoyo, se identificaron intervenciones efectivas para mitigar el SI, incluyendo la mentoría, el desarrollo de resiliencia y la creación de entornos inclusivos.

En primera instancia, esta fuente proporciona una base teórica y contextual acerca del síndrome del impostor desde una perspectiva científica actualizada. Asimismo, permite identificar los efectos emocionales para delimitar qué contenidos se deben abordar en el kit, orientando la construcción de la narrativa editorial y audiovisual. Una vez más, se confirma que este síndrome presenta una mayor incidencia en mujeres como una experiencia socialmente construida, esto fundamenta la creación de un espacio de acompañamiento y validación. Finalmente, los métodos propuestos para mitigar el síndrome sirven como referentes conceptuales para el diseño de dinámicas y recursos, permitiendo la traducción de estas estrategias en herramientas accesibles para el usuario.



1.3.2 Impostor syndrome among Ecuadorian women in the labour market.

El artículo aborda el síndrome del impostor en mujeres ecuatorianas en el mercado laboral, se destaca su impacto en su desarrollo profesional y toca el bienestar emocional a causa de esta problemática. Se analiza la definición, causas y manifestaciones en el ámbito laboral como profesional, así como el efecto en la toma de decisiones y relaciones laborales. También resalta la importancia de abordar el síndrome del impostor para promover la igualdad de género, el bienestar laboral y la productividad en las mujeres dentro del ámbito laboral.

La metodología utilizada en este estudio se basó en un enfoque no experimental y un diseño de investigación mixto. También la investigación combinó elementos cualitativos y cuantitativos. En cuanto al componente cualitativo, se realizó una revisión documental de un análisis crítico de estudios, artículos y recursos relevantes del SI en el contexto laboral de nivel nacional como internacional, también se realizó entrevistas a expertos. En cuanto al componente cuantitativo se basó en una aplicación de una encuesta en línea a un grupo de 39 mujeres en donde se realizó siete preguntas cerradas el cual su objetivo fue dar una visión general del impacto del síndrome del impostor.

El objetivo principal del estudio fue analizar el impacto y las manifestaciones en el desarrollo profesional y bienestar emocional de las mujeres ecuatorianas, además se propuso estrategias efectivas para ayudar a afrontar de manera eficiente este problema. Para lograr este cometido, el artículo se enfocó en analizar posibles soluciones y mejores prácticas que ayuden a superar o a tratar el síndrome del impostor.

El artículo alcanzó a identificar factores contribuyentes, el impacto negativo en el desempeño laboral de la mujer, la falta de búsqueda de ayuda profesional y estrategias puntuales para llegar a superarlo. Los resultados principales que alimentan el SI en mujeres ecuatorianas son la comparación con otros y las expectativas culturales, estos resultados apoyan a la literatura la cual señala la influencia de los estereotipos de género y la discriminación sistemática en el desarrollo de este fenómeno. En cuanto a los efectos del síndrome en la vida profesional de las mujeres se confirma que más del 70% de las mujeres percibe que este síndrome tiene un efecto negativo en el desempeño laboral y en cuanto a su progreso profesional más de la mitad de las mujeres que fueron encuestadas indicaron que este síndrome ha obstaculizado su progreso profesional en algún momento de sus vidas.

También el estudio logró identificar que estrategias son más útiles para combatir el síndrome a nivel tanto individual como organizacional y gubernamental. En cuanto a nivel individual, se recomienda realizar entrenamientos en habilidades de autoconfianza, también se destacó la importancia del autoconocimiento y autodesarrollo para evitar comparaciones además de la importancia de reconocer y aceptar el síndrome para afrontarlo. En cuanto a nivel organizacional, se recomienda fomentar la cultura de retroalimentación constructiva, también se menciona el rol de la gestión y el área de recursos humanos para proporcionar medidas de apoyo y fomentar una cultura de confianza. A nivel gubernamental, se recomiendan las redes de apoyo y equidad salarial. Otro hallazgo crucial dentro de este artículo fue la desconexión que existe entre la prevalencia del síndrome y la falta de ayuda profesional para aumentar la conciencia y reducir el estigma con la búsqueda de ayuda para problemas de salud mental en el entorno laboral.

Este artículo contextualiza este síndrome en la realidad sociocultural y laboral ecuatoriana, analizando su impacto en el desempeño y progreso de las mujeres. La identificación de factores como la comparación constante, las expectativas culturales y los estereotipos de género proporciona insumos para la construcción de la narrativa del kit. Asimismo, las estrategias sugeridas para combatir este síndrome a nivel tanto individual como organizacional, funcionan como referentes conceptuales para definir el contenido editorial y audiovisual. Por otro lado, el estudio destaca la desconexión entre la alta prevalencia de este síndrome y la limitada búsqueda de ayuda profesional, lo que hace que este proyecto se enfoque en una herramienta de acompañamiento y sensibilización que facilite el reconocimiento inicial de la problemática. Por último, el artículo permite que este proyecto aborde mensajes y formatos alineados específicamente con el contexto social y organizacional del Ecuador.



1.3.3 Women as Managers of Anonymous Societies of Cuenca: Profile, Competitions and Management Styles.

Este artículo analiza las razones por las cuales es poco frecuente que las mujeres cuencanas no obtengan puestos de dirección. El estudio se centró en identificar varios aspectos claves como el perfil de las mujeres gerentes, sus competencias y estilo de dirección, la principal barrera que enfrentan en su camino hacia su gerencia y la situación actual de la mujer en los cargos de gerencia en las sociedades anónimas. Para este estudio se obtuvo la participación de 813 sociedades anónimas dentro de la ciudad de Cuenca, en las cuales solo 10% son dirigidas por mujeres.

El estudio se llevó a cabo a través de una metodología cualitativa descriptiva que combinó un análisis de fuentes estadísticas con un trabajo de campo exhaustivo. Las variables que se consideraron fueron el género, el cargo gerencial de las empresas, los años de experiencia, el nivel educativo, las competencias y los estilos de dirección. Como instrumento se aplicó una encuesta adaptada a la realidad ecuatoriana, tomando como referencia el artículo "La Mujer directiva en España" de PriceWaterhouseCoopers (2012). Debido a la baja cifra real de mujeres en estas sociedades, se optó por encuestar un total de 84 mujeres gerentes disponibles y para fines comparativos se encuestó también a 84 gerentes hombres. El objetivo era comparar las percepciones, competencias y estilos de dirección de ambos géneros.

El objetivo clave del proyecto fue analizar las razones por las cuales la obtención de puestos directivos para mujeres resulta muy poco frecuente, además se planteó con un propósito más amplio de diagnosticar el entorno en el Ecuador, centrándose en la ciudad de Cuenca. Para alcanzar este objetivo, la investigación se enfocó en responder una serie de preguntas de investigación específicas, y también se realizó con el objetivo de comparar las percepciones, competencias y estilos de dirección de las mujeres gerentes con los hombres que ocupaban el mismo puesto en las Sociedades Anónimas de Cuenca.

El alcance de los resultados de la investigación permitió dar respuesta a las preguntas claves planteadas en el estudio. Se descubrió la baja representación de las mujeres en cargos directivos, alcanzando solo el 10,33% del total de gerentes. También existe una desigualdad de género ya que el 90% restante de los puestos de gerencia son ocupados por hombres, esto demuestra que no existe un equilibrio en cuanto al sexo. En cuanto al estilo de liderazgo, las mujeres suelen desarrollar un estilo de dirección más participativo, se caracteriza por escuchar y que los demás trabajadores formen parte en la toma de decisiones, además de sus habilidades para trabajar en equipo y por sus habilidades de comunicación. En contraste, los hombres se atribuyeron a un estilo de liderazgo más democrático.

En cuanto a las barreras que las mujeres se enfrentan en su carrera en la gerencia son las responsabilidades familiares. Otra barrera importante es que el estado de gestación de las mujeres es visto por las empresas como una pérdida de tiempo y dinero. También existe una insuficiencia regulatoria ya que la mitad de los gerentes considera que el marco regulatorio del país no impulsa la presencia de mujeres en puestos directivos y que es un aspecto que debería considerarse. En cuanto a las expectativas de la equidad de género, el 70,8% de gerentes estima que se llegará a una equidad de género en un lapso de 10 años, sin embargo, un 23,8% de los gerentes de género masculino asume que nunca se podrá llegar a una igualdad de género puesto a que se asocia a una tradición cultural que un hombre lidera las empresas.

El artículo proporciona un diagnóstico local sobre el liderazgo femenino en Cuenca, evidenciando que el síndrome se manifiesta dentro de estructuras laborales marcadas por la desigualdad de género. Asimismo, analiza las razones por las cuales las mujeres acceden con poca frecuencia a cargos directivos (ocupados en un 90 % por hombres), esto refuerza la pertinencia de dirigir el proyecto a mujeres que ocupan posiciones de liderazgo o están en proceso de asumirlas, dada la presión adicional de los entornos masculinizados. Por último, el estudio se centró en identificar el perfil de las mujeres gerentes, sus competencias y estilos de dirección, lo que ayudará a delimitar con mayor precisión el público objetivo del kit.



1.3.4 ¿Por qué se atribuye el síndrome del impostor a las mujeres?

El artículo se enfoca en realizar un análisis detallado del síndrome del impostor en mujeres para comprender cómo este fenómeno afecta en su desarrollo personal y profesional. También explora las razones por tal asociación, identificando factores internos como el perfeccionismo y la autoexigencia; y factores externos vinculados a estereotipos de género, desigualdad salarial, la insuficiencia de representación en el liderazgo femenino e interseccionalidad con otras formas de discriminación.

La metodología utilizada se basó en el estudio y la síntesis de información, evidencias y estadísticas provenientes de diversas fuentes académicas y reportes institucionales. Es así cómo se tomó a partir de esta síntesis de información distintas perspectivas para comprender la prevalencia del síndrome del impostor en las mujeres y sus motivaciones. Los pasos y enfoques metodológicos que fueron utilizados se basan en la definición del concepto basada en la literatura clásica, estructuración del análisis por perspectivas, la revisión de la literatura y evidencia empírica y la contextualización mediante estadísticas.

El objetivo principal del artículo de análisis fue estudiar el síndrome del impostor desde múltiples perspectivas y explicar sobre este desafío que afecta a varias mujeres en su búsqueda de la autorrealización y el éxito. Los propósitos claves de la publicación se basan en describir las causas por las cuales los estudios señalan una prevalencia de este síndrome, en facilitar la comprensión del fenómeno, en fomentar la superación y el potencial que las mujeres pueden alcanzar a llegar y contribuir de manera significativa en todos los aspectos de la sociedad.

El resultado y alcance del artículo se centra en la conclusión fundamental de que es el síndrome del impostor, que aunque es un desafío común en el desarrollo profesional y profesional de las mujeres, no refleja una falta real de capacidad. El resultado principal que se busca, es poner en alto es que las mujeres que manifiestan este síndrome no carecen de habilidades, sino que es solo una percepción de su valía que desmarca de la realidad. Asimismo, el análisis confirma que la experiencia del impostor se relaciona directamente con: restarse valor, temer el rechazo, comprarse de modo constante y factores más externos como la presión social, los estereotipos, la autoexigencia excesiva o experiencias pasadas de fracaso.

El artículo aporta una comprensión del fenómeno al evidenciar que no responde a una carencia real de capacidades, sino a una distorsión en la autopercepción influida por factores internos, como el perfeccionismo y la autoexigencia; y factores externos vinculados a estereotipos de género, desigualdad salarial y falta de representación e interseccionalidad. El análisis de los componentes internos proporciona insumos para diseñar contenidos editoriales orientados al reconocimiento y resignificación de estas conductas; mientras que los factores externos justifican la necesidad de que el proyecto contextualice la experiencia de la impostora dentro de las estructuras sociales y culturales. Por último, la conclusión de que este síndrome refleja una percepción distorsionada del valor propio, fundamenta directamente el enfoque de reconstrucción de identidad propuesto en este proyecto.



1.3.5 El síndrome del impostor: por qué las mujeres siguen sin creer en ellas mismas.

El libro proporciona un exhaustivo análisis del síndrome del impostor, examinando cómo esta experiencia de duda y falta de confianza afecta en gran medida a las mujeres, incluso a mujeres exitosas. El texto analiza las causas de este fenómeno, vinculándolas con la educación, los estereotipos de género y las expectativas sociales. Además, también se consideran factores psicológicos como el papel de la autoestima y la autoeficacia en el desarrollo de la confianza y se presentan testimonios de mujeres destacadas que han enfrentado síndrome del impostor, asimismo propone estrategias y herramientas, ofreciendo una guía práctica para mejorar la percepción de las capacidades propias.

La metodología de este libro se basa en un enfoque multidisciplinar que combina investigación, análisis teórico y la presentación de casos reales. El texto combina las informaciones y las investigaciones científicas, los relatos de casos reales y las entrevistas para abordar todos los aspectos de la falta de confianza en uno mismo. Las autoras aportan diferentes perspectivas y conocimientos desde sus profesiones, siendo estas periodista y psicoterapeuta. Los métodos de análisis y fuentes se basan en la investigación científica y datos estadísticos, análisis tanto psicológicos como filosóficos, relatos de casos y experiencias clínicas y análisis sociocultural e histórico.

El objetivo principal del texto es proporcionar herramientas para que las mujeres aprendan a creer en sí mismas y ganen la seguridad necesaria para tener una carrera profesional y personal exitosa. Los propósitos específicos que las autoras profundizaron en esta reflexión fue la comprensión del origen de la falta de confianza, saber si la falta de confianza es o no monolítica, examinar los casos en los que la falta de confianza se convierte en un motor y encontrar las claves para intervenir en la tendencia de este fenómeno.

El alcance de este trabajo es amplio y multidisciplinar, abarcando la identificación de causas, la manifestación, las consecuencias y las soluciones para la falta de confianza en sí mismas de las mujeres. Se logra un alcance conceptual, la distinción entre la confianza en uno mismo, la autoeficacia, la autoestima, y el sentimiento de impostura, además se presentan tipologías específicas de este síndrome. Asimismo, se presentan los orígenes históricos y culturales del síndrome, los motivos sociales y motivos familiares. En cuanto a consecuencias y manifestaciones, se menciona el impacto profesional y personal de la mujer, y los altos riesgos para la salud mental. Por último, las autoras proporcionan las posibles soluciones y la motivación para realizar un cambio, se menciona la transformación de la confianza y cómo esta falta de confianza sirve como un motor para combatir este síndrome; además de herramientas prácticas claves para intervenir esta tendencia.

El libro proporciona una base conceptual multidisciplinaria sobre el síndrome del impostor, abordándolo como un fenómeno de construcción social, cultural e histórica. Esta perspectiva sustenta el enfoque del proyecto al situar la problemática en un marco estructural que condiciona la autopercepción y confianza de las mujeres en roles de liderazgo. Asimismo, la obra ofrece estrategias prácticas que sirven como referencia para el desarrollo de recursos gráficos y materiales de sensibilización. Por otra parte, la incorporación de testimonios y casos reales legitima la experiencia de la impostora y respalda el uso de una narrativa editorial empática, orientada a que las usuarias resignifiquen su propia historia. Por último, nos aporta la distinción entre la confianza en uno mismo, la autoeficacia, la autoestima, y el sentimiento de impostura, además se presentan tipologías específicas de este síndrome. La distinción técnica entre confianza, autoeficacia y autoestima, junto con la presentación de tipologías del síndrome, permite definir con precisión el perfil del usuario (user profile). De este modo, la intervención en la autopercepción se vuelve clave para transformar la experiencia del síndrome.



1.3.6 Los Costos Invisibles del Liderazgo Femenino.

Esta investigación se enfoca en analizar los costos invisibles, diferenciados y acumulativos que enfrentan las mujeres una vez acceden a posiciones de poder en entornos organizacionales en el Perú. Esto es un fenómeno que los autores denominan "autocancelación" simbólica, es decir, la retirada inducida de aspiraciones de liderazgo en un entorno hostil. La premisa central que los autores recalcan es que el ascenso femenino activa un gender backlash la cual es la resistencia activa y persistente, contra el ejercicio real del poder por partes de las mujeres, al desafiar las jerarquías tradicionales de género.

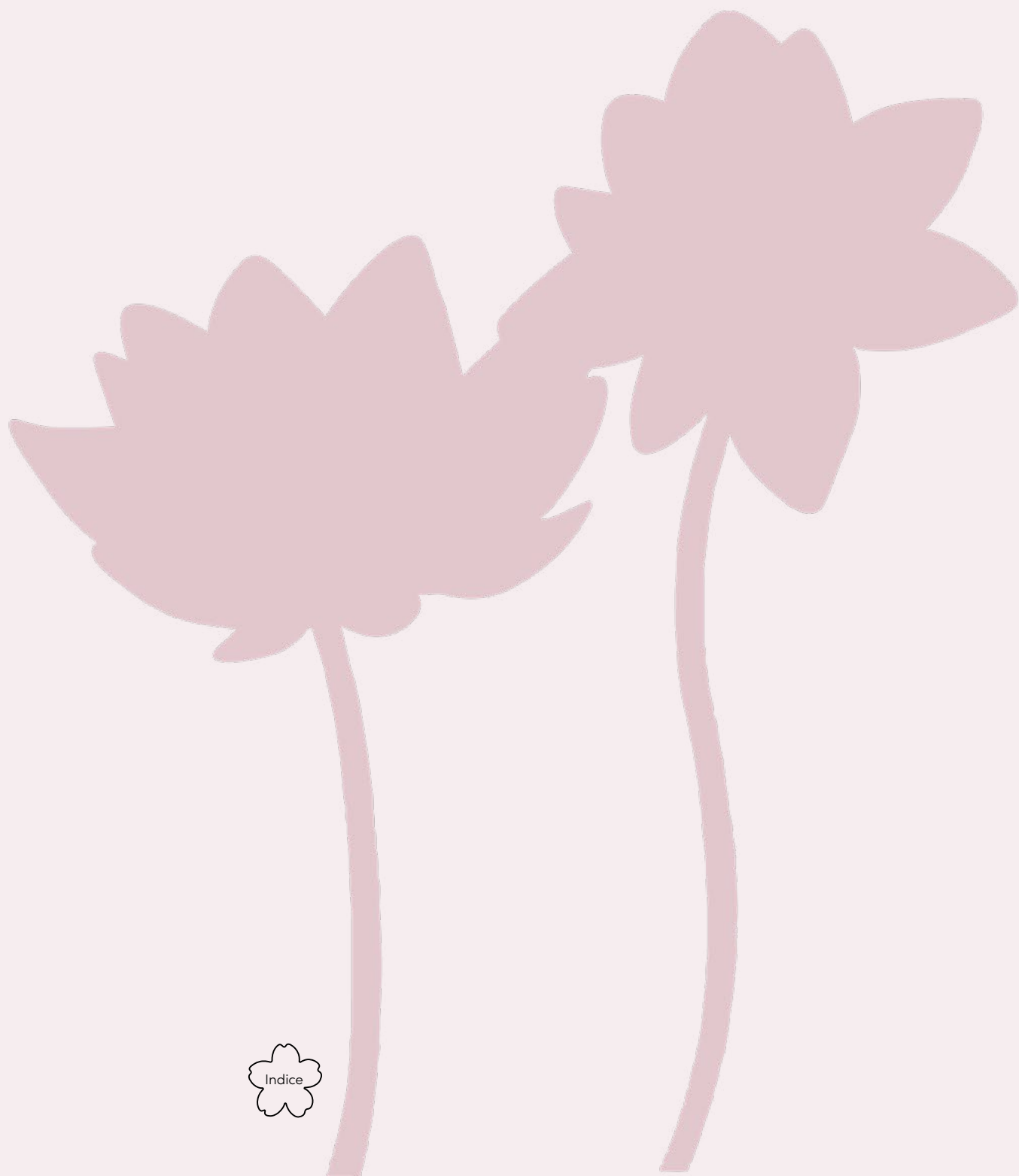
La metodología utilizada en este estudio fue un diseño cuantitativo de tipo explicativo, orientado a la validación empírica de un modelo teórico sobre los costos invisibles del liderazgo femenino en contextos organizacionales peruanos. Este enfoque se seleccionó para buscar explicar cómo y por qué se configuran las dinámicas de desgaste profesional y cuantificar el impacto de factores como el gender backlash. El proceso metodológico se desarrolló en varias etapas claves: muestra y recolección de datos, un cuestionario y el análisis de datos de dicho cuestionario.

El objetivo de esta investigación fue analizar los costos invisibles del liderazgo femenino en el Perú, enfocándose en las consecuencias estructurales y acumulativas que enfrentan las mujeres en posiciones de liderazgo. El estudio se centró en las barreras de permanencia y los sacrificios que las mujeres asumen para sostenerse en su posición de poder. Los objetivos específicos fueron analizar la autocancelación simbólica entendida como la autoexclusión de la trayectoria de liderazgo, el deterioro del capital social y la contribución práctica y social.

El estudio logró validar de manera empírica un modelo estructural para analizar los costos invisibles, tanto diferenciados como acumulativos que enfrentan las mujeres en posiciones de liderazgo, ofreciendo una lectura estructural e institucional del fenómeno. Los principales resultados del estudio identifican tres bloques interdependientes: el deterioro del capital social, reflejando la falta de mentoría y la rivalidad inducida entre mujeres. Las tácticas de sobrevivencia profesional de alto costo, como la agradabilidad forzada, la sobreexigencia laboral, la renuencia parcial o total a la maternidad y la sobreinversión en la formación profesional de la mujer. Finalmente, los costos emocionales acumulativos, expresados en la presencia del síndrome del impostor, el agotamiento extremo y las ausencias por salud mental. Es así como los resultados confirman que la autocancelación simbólica no es una falta de resiliencia individual, si no es el resultado emergente de un ecosistema organizacional que impone costos invisibles sobre las mujeres que se encuentran en posiciones de liderazgo.

La investigación amplía la comprensión de este síndrome al posicionar este síndrome como una consecuencia de dinámicas estructurales y organizacionales, analizando los costos invisibles, diferenciados y acumulativos que enfrentan las mujeres en posiciones de liderazgo. Los autores proporcionan el concepto de "autocancelación" simbólica, lo cual resulta fundamental para comprender cómo se internaliza la presión laboral, permitiendo que el kit aborde el debilitamiento de la autopercepción. Asimismo, se menciona la sobrevivencia profesional de altos costos, proporcionando criterios para definir los contenidos narrativos y audiovisuales del proyecto, validando la experiencia de las usuarias desde una perspectiva colectiva. Por otro lado, el estudio identifica el deterioro del capital social, reflejando la falta de mentoría y la rivalidad inducida entre mujeres; esto refuerza la pertinencia de un recurso editorial que funcione como un espacio simbólico de acoplamiento y reflexión. Por último, el estudio demuestra que hay que ofrecer herramientas que permitan enfrentar críticamente las estructuras que generan la impostura, fortaleciendo la autopercepción, la autoconfianza y la permanencia en espacios de liderazgo.





1.4

Marco Teórico



1.4.1 Síndrome del impostor

Dentro del ámbito psicológico, el síndrome del impostor es una creencia irracional y persistente de que se es un fraude intelectual o profesional y que los logros personales son inmerecidos, lo que lleva al individuo a la autoexigencia extrema (perfeccionismo) y al miedo constante a ser “descubierto” ante los demás, generando altos niveles de ansiedad y agotamiento (Mann, 2025). Así mismo, según Bravata et al., (2020), el Síndrome del impostor se define como una ‘experiencia interna de falsedad intelectual’ donde la persona teme ser “descubierta” como fraude. Comprender este término es de vital importancia para saber identificar los factores psicológicos y sociales por los cuales afectan la autopercepción de las mujeres próximas a ocupar roles de liderazgo y poder aplicar la teoría en los contenidos gráficos editoriales.

En cuanto que es el síndrome del impostor, el cual está más enfocado en tocar este fenómeno en la perspectiva de las mujeres en sí, se define como la falta de autoestima que lleva a la mujer a dudar constantemente de su potencial. Esta se manifiesta cuando la mayoría de mujeres sienten que son un fraude en su trabajo y sienten que sus logros son simplemente fruto de su buena suerte, este fenómeno representa la expresión más extrema de la falta de confianza de uno mismo. Su naturaleza es particularmente delicada y perversa debido a su paradoja central: cuanto más éxito acumula la persona, más aumenta su duda de lo que ha conseguido (Cadoche & de Montarlot, 2025).

Según Mann (2025), el fenómeno del impostor se manifiesta a través de una serie de síntomas y comportamientos clave que buscan mitigar la persistente sensación de fraude intelectual. El principal de ellos es el compromiso excepcional y el exceso de trabajo, donde el individuo siente la necesidad de actuar con una diligencia extrema para evitar que se descubra su percibida “falsedad”. Esta inseguridad también conduce a la ocultación de pensamientos, pues la persona esconde sus verdaderas opiniones para prevenir la exposición de una supuesta falta de conocimiento o inferioridad intelectual. A menudo, el individuo desarrolla una búsqueda de aprobación externa, manifestada en la necesidad constante de impresionar o encontrar un mentor “superior”.

Otro indicador clave es el perfeccionismo, que puede llevar al exceso de trabajo o a la incapacidad de considerar que un proyecto está finalizado. Respecto a los logros, el afectado tiende a la minimización y devaluación de éxitos, restando importancia a sus logros como si fueran “nada especial” o atribuyéndolos a la suerte, y también a la devaluación de elogios, al rechazar el reconocimiento de terceros. Finalmente, el síndrome se expresa en el autosabotaje, que proporciona una excusa fácil en caso de fracaso, y se nutre de sentimientos constantes de duda e inferioridad, ligados a bajos niveles de autoestima y autoconfianza, reforzando la convicción interna de no ser lo suficientemente apto.

Valerie Young (2024) dentro de este síndrome comentó que las candidatas que lo padecen de pueden describir según diversos tipos de perfiles, es así como Young creo 5 tipologías de este fenómeno, las cuales son:

La perfeccionista;
la experta;
la independiente;
la superdotada;
y la superwoman.

Sin embargo, Cadoche & de Montarlot (2025), dentro de su libro implementaron a esta tipología otros dos perfiles, los cuales se relacionan a la falta de confianza de la mujer, las cuales son:

La entregada,
y la falsa confiada.

La perfeccionista se caracteriza por la intolerancia al fallo y una sensación persistente de insuficiencia que impacta el desempeño profesional. Según Cadoche y de Montarlot (2025), esta exigencia de perfección surge en la infancia y persiste hasta la adultez, transformándose a menudo en obsesión debido a mandatos sociales que tradicionalmente valoran la perfección y docilidad en las niñas. Es así, como dentro de este contexto, deriva en un perfeccionismo desadaptativo, el cual es entendido como la tendencia a imponerse metas inalcanzables. Estas se manifiestan a través de seis señales de alerta: sobrecarga laboral, resistencia a nuevos proyectos, atención excesiva a los errores, incapacidad para delegar, rigor personal extremo y una autocrítica debilitante.



La experta se caracteriza por una preocupación central respecto al volumen de conocimientos o destrezas que posee, bajo la premisa de que estos nunca resultan suficientes. Su diálogo interno se fundamenta en la idea de que una inteligencia auténtica implicaría dominar, comprender y recordar todo lo existente, lo cual la impulsa a buscar una formación exhaustiva antes de exponerse públicamente. Esta distorsión cognitiva, que condiciona la competencia al dominio absoluto, inhibe la participación y expresión de opiniones por temor al error, postergando la consecución de objetivos durante períodos significativamente más extensos de lo necesario (Young, 2024).

La independiente se define por una necesidad absoluta de autosuficiencia como mecanismo para validar la competencia personal. Bajo esta premisa, el éxito solo se considera legítimo si se alcanza de manera estrictamente individual, lo que genera un rechazo sistemático a la ayuda externa al ser percibida como una señal de debilidad o motivo de vergüenza. En este contexto, la colaboración se interpreta como una evidencia de ineptitud propia, comportamiento que suele originarse en una educación centrada en la dependencia exclusiva de uno mismo. En el ámbito profesional, esta resistencia a delegar o cooperar deriva frecuentemente en situaciones de estrés extremo (Cadoche & de Montarlot, 2025).

Según Valerie Young (2024), la superdotada se define por una mentalidad centrada en la inteligencia y las capacidades innatas, bajo la cual se considera que el éxito no debería requerir esfuerzo. A diferencia de otras tipologías, este perfil evalúa su competencia según la facilidad y rapidez con la que domina una materia, ignorando a menudo que la maestría requiere un proceso de aprendizaje. Esta perspectiva, asociada a una "mentalidad fija", lleva a interpretar el esfuerzo como una evidencia de falta de capacidad, lo que motiva la evitación de retos por temor o vergüenza al error. En consecuencia, ante desafíos que exigen tiempo y energía, estas mujeres tienden a percibirse como incompetentes o poco aptas para la tarea.

El perfil de la superwoman se define por medir la competencia personal a través de la cantidad de roles desempeñados simultáneamente. Según Valerie Young (2024), esta figura es una construcción cultural originada en la expansión del papel tradicional de madre y ama de casa hacia el de trabajadora a jornada completa, fenómeno reforzado por diversos mensajes sociales y publicitarios. Bajo esta premisa, la persona aspira a la excelencia en todas las áreas de su vida manteniendo siempre una imagen impecable. No obstante, la insatisfacción constante y la severidad de su autocrítica ante la imposibilidad de abarcar más tareas suelen derivar en agotamiento, enfermedad o resentimiento.

Siguiendo las tipologías de Cadoche y de Montarlot (2025), el perfil de la entregada se define por una profunda falta de confianza vinculada al sentimiento de impostura. Esta se manifiesta en una actitud de devoción y sacrificio absoluto hacia los demás que, frecuentemente, deriva en la victimización. Asimismo, predomina un intenso temor a decepcionar al entorno por el miedo a no cumplir con las expectativas ajenas; una dinámica que se complementa con la pasividad y un conformismo orientado a evitar el rechazo, factores que terminan por terminar la autoestima y el sentido de valía personal.

Por su parte, el perfil de la falsa confianza presenta una fachada de seguridad que encubre fragilidad interna y una falta de autoaceptación fundamental. Este mecanismo actúa como un escudo para proteger un autoconcepto vulnerable, sometiéndolo a la imagen proyectada a la aprobación externa y a un deseo constante de agradar. Además, la fragilidad de esta máscara genera una marcada intolerancia a la crítica, ya que cualquier cuestionamiento pone en riesgo su estabilidad emocional. Al igual que en el perfil perfeccionista, la autoestima en esta tipología depende excesivamente de los logros externos en lugar de una valoración propia.



Las tipologías propuestas por las autoras aportan un marco analítico fundamental para comprender que la experiencia de la impostura no es homogénea, sino que se manifiesta a través de patrones psicológicos, conductuales y emocionales diferenciados. Dentro de este proyecto las tipologías funcionan como una herramienta estratégica para la construcción de perfiles de usuarias, ya que cada una revela miedos, creencias limitantes, mecanismos de defensa y formas específicas de relacionarse con el éxito, el error y el reconocimiento. Además de permitir traducir lo psicológico en decisiones proyectuales concretas, ya que cada perfil puede guiar la definición de tono comunicacional, narrativa visual, jerarquía de la información, ritmo de lectura e incluso el tipo de interacción propuesta.

El síndrome del impostor desencadena diversas consecuencias que afectan la salud mental, así como el desarrollo profesional y personal de la mujer. Entre ellas destaca el burn-out, derivado del esfuerzo exhaustivo por prevenir errores y evitar ser percibida como un fraude. Asimismo, la parálisis y la procrastinación generan situaciones insostenibles, mientras que la autocensura y la reducción de expectativas (especialmente salariales) limitan su crecimiento. A esto se suma el sabotaje profesional, manifestado en la evitación de oportunidades y retos importantes ante la convicción de que los logros previos han sido fruto del azar (Cadoche & de Montarlot, 2025).

La identificación de las consecuencias del síndrome del impostor constituye un eje fundamental para la orientación conceptual y comunicacional del proyecto, ya que permite comprender no sólo el origen del fenómeno, sino también sus impactos concretos en la vida mental, profesional y personal de las mujeres. En conjunto, estas consecuencias permiten que el proyecto se construya como una herramienta de concientización, identificación y transformación, orientada a visibilizar los efectos reales del síndrome del impostor y a generar un impacto simbólico que fomente la autovaloración, la acción y la permanencia de las mujeres en espacios de desarrollo personal y profesional.

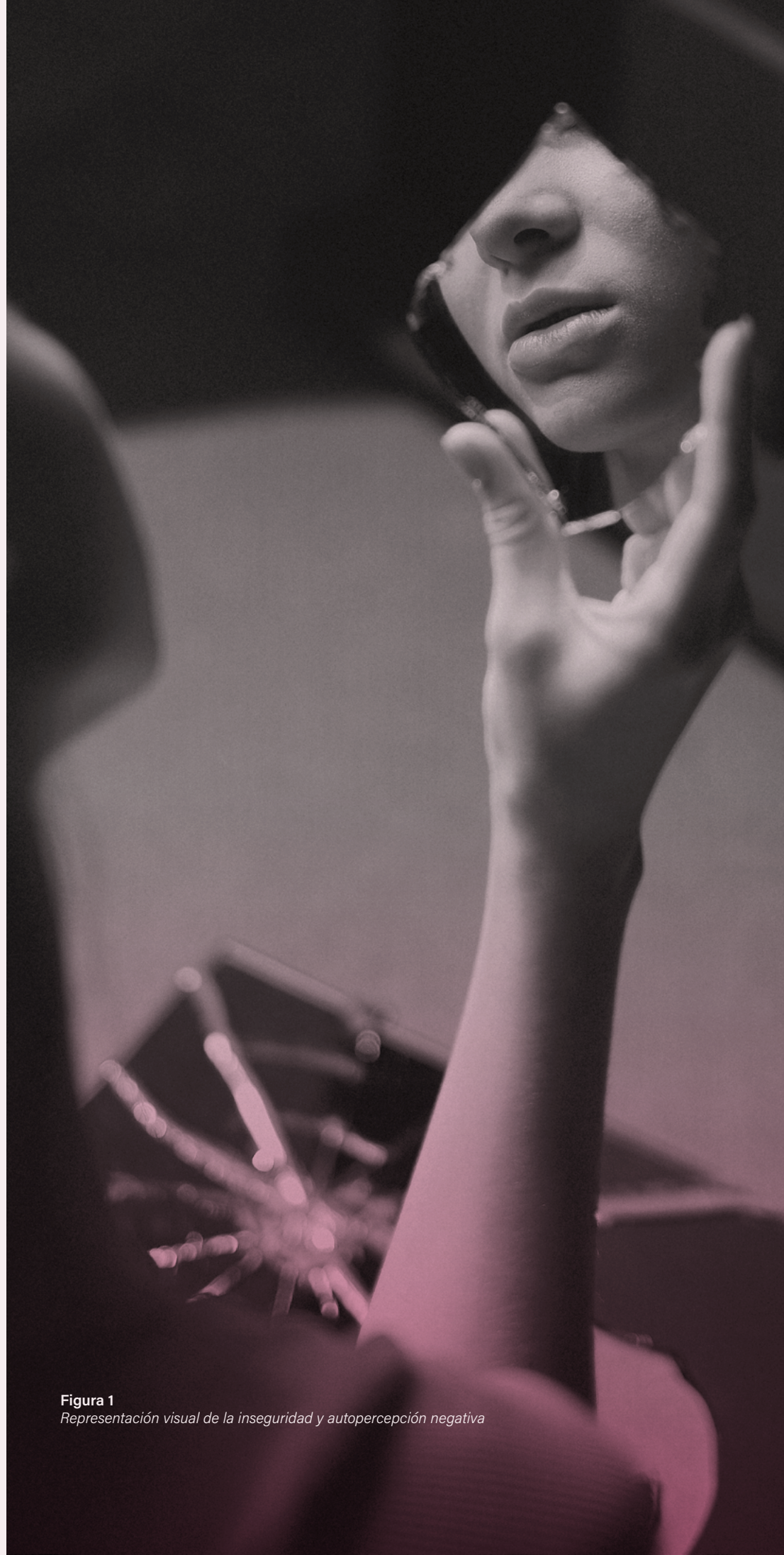


Figura 1
Representación visual de la inseguridad y autopercepción negativa

1.4.2 La confianza en uno mismo

Según el diccionario Larousse, la confianza en uno mismo se define como la conciencia de la propia valía, lo cual genera seguridad interna. En el ámbito psicológico, esta noción se complementa con la capacidad de alcanzar objetivos y la convicción en el talento y la eficacia personal. Su desarrollo requiere de habilidades fundamentales como la independencia de la aprobación ajena, el autoconocimiento y la aceptación del fracaso; asimismo, implica la diferenciación de conceptos afines como la autoeficacia, la autoestima y el sentimiento de impostura (Cadoche & de Montarlot, 2025). La fuente también menciona que la confianza no es monolítica ni estática, ya que esta puede variar significativamente según la esfera de la vida, además de experimentar variaciones a lo largo del tiempo.

Desde este enfoque, la confianza en uno mismo se entiende como un proceso dinámico y contextual, directamente vinculado a la autopercepción, la autoeficacia y la capacidad de reconocer el propio valor sin depender de la validación externa. Esta comprensión resulta clave para el proyecto, ya que permite abordar el síndrome del impostor no como una carencia individual fija, sino como una experiencia variable que puede ser intervenida y resignificada. De este modo, el diseño editorial y audiovisual se plantea como un medio para fortalecer la seguridad interna mediante una experiencia reflexiva, progresiva y consciente, alineada con la naturaleza no estática de la confianza personal.

Según Cadoche & de Montarlot (2025), las investigaciones muestran una brecha notable en cómo hombres y mujeres gestionan su seguridad a través de la subestimación vez la sobrestimación y la teoría de la atribución en la cual menciona que las mujeres tienden a la atribución interna lo que debilita su confianza. Por otro lado, reconocer la falta de seguridad permite prever miedos y apoyarse en la vulnerabilidad como una fortaleza, lo que convierte en la confianza como un motor.



Figura 2
Afirmaciones positivas y fortalecimiento de la autoconfianza

1.4.3 La autopercepción

"La imagen que cada individuo tiene de sí mismo, reflejando sus experiencias y los modos en que estas experiencias se interpretan. Es un constructo esencial de todo ser social, donde el sujeto tiene una visión propia de sí mismo y de la realidad en la que interactúa" (Guajardo Espinoza et al., 2019). En este contexto, el concepto de la autopercepción resulta prioritario porque el síndrome del impostor se origina, en gran parte, por una discusión interna que tiene la persona en la autopercepción, en este caso las mujeres, tienden a subestimar sus logros y capacidades, interpretando su éxito como resultados de factores internos.

La fuente también menciona que el sistema de autopercepción es una realidad que se produce en el individuo "de adentro hacia afuera" lo que organiza los conceptos, actitudes, deseos y valoraciones según la lógica interna de la persona. Asimismo, la autopercepción constituye una plataforma del esquema motivacional del individuo y es el fundamento de sus acciones, actuando como un motivador detonante en la vida de la persona (Guajardo Espinoza et al., 2019).



Figura 3

La autopercepción y la imagen fragmentada del ser

1.4.4 La autoeficiencia

“La autoeficacia es la creencia que una persona tiene en su propia capacidad para hacer algo. Para formar la autoeficacia, se necesitan cuatro factores importantes: la experiencia de dominio, la experiencia vicaria, la persuasión social y el estado fisiológico y emocional” (Frendika et al., 2022). Dicha expectativa está fundamentada en experiencias de logro previas. Así, la autoeficacia no se centra en las habilidades que se poseen, sino en el juicio sobre lo que se puede hacer con ellas, determinando el nivel de esfuerzo y la persistencia que la mujer líder aplicará ante un desafío.

Los factores determinantes para el desarrollo de la autoeficacia se dividen en cuatro categorías: la experiencia de maestría, referida a los éxitos previos alcanzados; la experiencia vicaria, consistente en el fortalecimiento de las creencias propias mediante la observación o imitación de terceros; la persuasión social, vinculada a la influencia y el apoyo del entorno; y el estado fisiológico y emocional, centrado en la gestión de las emociones durante la ejecución de una tarea. Asimismo, los individuos que alcanzan niveles elevados de autoeficacia manifiestan rasgos como resiliencia, persistencia, proactividad, capacidad de organización y esfuerzo constante (Frendika et al., 2022).

Desde esta perspectiva, la autoeficacia se configura como un factor clave en la construcción de la seguridad personal, al estar directamente relacionada con la percepción de la propia capacidad para actuar, decidir y alcanzar objetivos. En el marco del proyecto, estos cuatro factores se traducen en recursos de diseño que estimulan la experiencia de maestría a través de ejercicios de reconocimiento de logros, la experiencia vicaria mediante relatos o testimonios visuales de otras mujeres, la persuasión social a partir de mensajes editoriales afirmativos, y el estado emocional mediante una narrativa gráfica que favorece la introspección y la regulación emocional.



Figura 4
La autoeficacia como motor de la acción y el bienestar personal

1.4.5 Pérdida de identidad

La pérdida de identidad o la crisis sobre el autoconcepto constituye un componente central del síndrome de la impostura, manifestándose especialmente en momentos de transición, éxito o pertenencia a grupos minoritarios. Este fenómeno se evidencia en el choque del éxito y la transición académica, donde el traslado a entornos más competitivos puede desmoronar la identidad previa y generar dudas sobre las capacidades reales. Asimismo, se manifiesta a través del uso de máscaras para lograr la integración social y el éxito como factor de alienación, el cual puede percibirse como una amenaza a la identidad relacional y comunitaria (Young, 2024).

Desde este enfoque, la pérdida de identidad se comprende como un proceso psicológico profundo que atraviesa a las mujeres que experimentan el síndrome de la impostura, especialmente cuando acceden a espacios de alto reconocimiento o a entornos dominados por lógicas competitivas y normativas ajenas a su identidad previa. En relación con el proyecto, este marco teórico contribuye a fundamentar la propuesta como un espacio de reconexión identitaria.

Por otro lado, "La construcción y reconstrucción de la identidad es el proceso mediante el cual los actores llegan a definir quiénes son. La construcción de identidad a veces se usa como sinónimo de trabajo identitario, definido como "formar, reparar, mantener, fortalecer o revisar las construcciones que producen un sentido precario de coherencia y distinción" (Castelló et al., 2023). En el contexto de este proyecto, permite comprender que la reconstrucción de identidad en mujeres con síndrome del impostor no solo se trata de un cambio superficial, sino de cómo este es un proceso tanto reflexivo como evolutivo, así buscando restablecer la coherencia entre su autopercepción, sus logros y su sentido personal de valor.



Figura 5

La pérdida de identidad y el anonimato del yo en el síndrome del impostor



1.4.6 Liderazgo Femenino

Desde una perspectiva conductual, el liderazgo femenino se define como un modelo alternativo al liderazgo tradicional, la cual históricamente está asociada a rasgos masculinos de control y jerarquía. Esta se caracteriza por una orientación participativa, democrática y colaborativa hacia las personas, fundamentada en un liderazgo transformacional que prioriza la empatía, la escucha activa, la diplomacia y la inteligencia emocional. Asimismo, el poder personal y de cargo se apoya en el carisma, la experiencia y el talento como ejes para el establecimiento de vínculos (García Vicente, 2021).

Por otro lado, la experiencia estructural alude al denominado “costo de liderar” en entornos que aún favorecen lo masculino. Este contexto se caracteriza por el desafío a las jerarquías de género que contradicen los códigos culturales, así como por la injusticia de reconocimiento, donde el liderazgo femenino suele ser cuestionado pese a la obtención de cargos formales. Asimismo, implica la navegación de tensiones, proceso en el cual la lideresa debe gestionar exigencias contradictorias de manera constante (Avolio Alecchi et al., 2025).

Con estas definiciones, el liderazgo femenino se configura como una práctica relacional y transformacional que desafía los modelos tradicionales de poder jerárquico, incorporando valores como la empatía, la colaboración y la inteligencia emocional. Este enfoque permite al proyecto posicionarse no solo como un análisis del liderazgo ejercido por mujeres, sino como una relectura crítica de las normas que definen qué se considera liderazgo legítimo dentro de las organizaciones. En relación con el proyecto, este marco teórico aporta una base conceptual para visibilizar la tensión entre el ejercicio real del liderazgo femenino y el contexto estructural que lo cuestiona.



Figura 6
Representación de la mujer en roles de liderazgo y gestión estratégica



1.4.7 Kit

“Un conjunto de elementos y directrices de diseño o herramientas que son agrupados para garantizar una experiencia o resultado coherente en un proceso, o para crear soluciones innovadoras centradas en las personas, basándose en una metodología ágil.” (Martínez Casanovas, 2020). Este concepto aporta al sustentar el kit como una herramienta metodológica y de diseño que articula diversos elementos visuales y narrativos bajo una estructura coherente, permitiendo generar experiencias significativas y centradas en la persona usuaria.

En el contexto del diseño, el kit creativo constituye una herramienta orientada a facilitar soluciones innovadoras centradas en las personas. Su fundamentación metodológica se basa en marcos como el Diseño Centrado en el Humano (HCD), el *design thinking* y el aprendizaje experiencial, integrando componentes físicos y digitales que incluyen habitualmente un manual de innovación para la organización del conocimiento, tarjetas de herramientas y plantillas descargables. Asimismo, el kit organiza el proceso de manera sistemática a través de fases de descubrimiento y empatía, definición e interpretación, ideación y selección, prototipado y testeo, y finalmente, comunicación y socialización de resultados (Martínez Casanovas, 2020).

Desde esta perspectiva, el kit creativo aporta al proyecto al funcionar como un dispositivo metodológico y experiencial que estructura el proceso de reconstrucción de identidad de manera progresiva y comprensible. Al apoyarse en enfoques como el Diseño Centrado en el Humano, el *design thinking* y el aprendizaje experiencial, el kit se alinea con una lógica participativa en la que la usuaria no es una receptora pasiva de información, sino una agente activa de su propio proceso de reflexión y autopercepción.

Clasificación de Kits de Diseño. Estos recursos se clasifican en tres categorías específicas. Primero, los kits físicos integran elementos tangibles diseñados para guiar el proceso de innovación de forma presencial. Segundo, los kits digitales se caracterizan por su capacidad de almacenamiento, distribución y modificación virtual, incluyendo recursos como estructuras de bloques y plantillas descargables mediante códigos QR. Finalmente, los kits híbridos constituyen un sistema mixto que combina ambas modalidades; esta integración de formatos otorga mayor flexibilidad al facilitar la creación de variantes a partir de un mismo módulo (Martínez Casanovas, 2020). Esta clasificación permite comprender al kit del proyecto como un sistema híbrido, capaz de articular lo físico y lo digital de manera estratégica. La incorporación de elementos tangibles favorece una interacción directa y sensorial, reforzando la experiencia emocional y reflexiva de la usuaria durante el proceso.

Diseño de Experiencia y Usabilidad (UX/UI) del Kit. En cuanto a la arquitectura de información y la organización de componentes sigue una lógica de diseño modular donde el producto se descompone en unidades independientes que realizan funciones discretas y se conectan para cumplir una función general. Esta organización permite que el sistema sea flexible, facilitando la elección de diferentes combinaciones componentes para satisfacer necesidades específicas (Khosravi Kamrani, 2002).

El análisis del journey del usuario durante la interacción con el kit se fundamenta en el aprendizaje experiencial y los *Workshops* de Innovación de Alto Rendimiento (IWAR). Este recorrido sigue un flujo secuencial que comprende la preparación y sensibilización, la inmersión para descubrir, la síntesis orientada a definir, la expansión y filtro para idear, la validación tangible mediante el prototipado y, finalmente, la socialización para comunicar los resultados (Martínez Casanovas, 2020).

El análisis permite estructurar la experiencia de interacción con el kit como un proceso progresivo de aprendizaje y reflexión, más que como un uso aislado de herramientas. Al basarse en el aprendizaje experiencial y en los *Workshops* de Innovación de Alto Rendimiento (IWAR), el recorrido prioriza la participación activa de la usuaria, promoviendo la construcción de significado a partir de la experiencia vivida.

En cuanto a la ergonomía y la gestión de los elementos físicos, el kit se enfoca en facilitar la manipulación de sus componentes para resolver problemas complejos. Fundamentado en los principios del diseño modular, su manejo se estructura mediante la descomposición de problemas en subcategorías más simples; la gestión tangible y espacial, que requiere la preparación previa del entorno y materiales; y el uso de métricas físicas, donde la geometría de los componentes asegura la guía del usuario. Por último, la independencia de los módulos permite su adaptación autónoma o combinada, otorgando al diseñador la flexibilidad necesaria para ajustar el kit a los requerimientos específicos del proyecto (Martínez Casanovas, 2020).

Estos elementos físicos del kit cumplen un rol clave en la traducción de problemáticas complejas en experiencias comprensibles y accionables. Al fundamentarse en el diseño modular, el proyecto permite que el diseñador aborde temas abstractos a través de una interacción tangible, reduciendo la carga cognitiva que estos conceptos suelen implicar. En conjunto, estos principios ergonómicos y modulares fortalecen el proyecto al convertir el kit en una herramienta adaptable, intuitiva y centrada en la experiencia del usuario, alineada con los objetivos de innovación, reflexión y comunicación que plantea la investigación.

La estética del kit trasciende lo visual para constituirse como una herramienta de sensibilización y conexión emocional con el proceso creativo. Este enfoque se estructura a través de componentes como la identidad visual y el branding, que aplican las fases del design thinking para facilitar la navegación intuitiva; la satisfacción de necesidades secundarias del usuario que complementan la funcionalidad técnica; el diseño centrado en el humano; y el fomento de un clima que inspire a la innovación (Martínez Casanovas, 2020).

Cumple una función estratégica posicionándose como un dispositivo de sensibilización y acompañamiento emocional durante el proceso creativo. En el contexto del proyecto, esta estética actúa como un facilitador de la experiencia, capaz de predisponer a la usuaria a la reflexión, la apertura y la participación activa. Asimismo, la construcción de un clima visual y sensorial que inspire a la innovación contribuye a transformar el kit en un espacio seguro para la exploración de ideas, la experimentación y el error. De esta manera, la estética del kit refuerza los objetivos del proyecto al potenciar la confianza, la participación y la conexión emocional, elementos clave para activar procesos de cambio personal y profesional.



Figura 7
Elementos y componentes visuales para la organización de contenidos



1.4.8 Packaging

“Es el conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al posible comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro del mercado.”(Narváez et al., 2021). A partir de este concepto, el packaging funciona como un mediador entre el contenido del kit y la usuaria, potenciando la interacción y la experiencia del proceso de reconstrucción de identidad.

Sin embargo, desde la perspectiva de la comunicación, representa una oportunidad única para establecer y mantener una relación con el cliente, siendo fundamental para captar la atención del consumidor y vender el producto, cumpliendo con 3 objetivos principales, proteger el producto, formar parte de una estrategia de *marketing* y contener toda la información pertinente. Además de estas funciones, un envase debe ser capaz de preservar, contener, transportar, informar, expresar e impactar (Delgado Boza, 2011).

Desde esta perspectiva, el *packaging* se convierte en un dispositivo comunicacional que estructura la experiencia del kit, de esta manera introduce y guía el proceso narrativo de la usuaria a lo largo de las distintas fases de reconstrucción identitaria. Asimismo, al cumplir funciones de informar, expresar e impactar, el *packaging* actúa como primer punto de contacto emocional, estableciendo una relación simbólica y de confianza desde el inicio.

Según Delgado Boza (2011), los envases se pueden clasificar según su relación con el producto: El envase primario es el recipiente que tiene contacto directo con el producto; El envase secundario agrupa uno o varios envases primario; Y el envase terciario (embalaje) es el contenedor que resguarda a los envases secundarios para la distribución comercial. Lo anterior proporciona los criterios necesarios para determinar el envase indicado que funcionará como contenedor del kit.

Se menciona que en cuanto al diseño de *packaging*, se integra colaborativamente el diseño gráfico y el industrial. El área gráfica, como eje central de este proyecto, gestiona la identidad visual (logotipo y cromática), el diseño emocional orientado a atraer mediante formas y colores, y la estructuración de la información (Lucas et al., 2021). Desde esta perspectiva, la gráfica asume un rol protagónico en la construcción de significado, ya que estructura la experiencia emocional y narrativa que guía a la usuaria durante el proceso de reconstrucción de identidad.

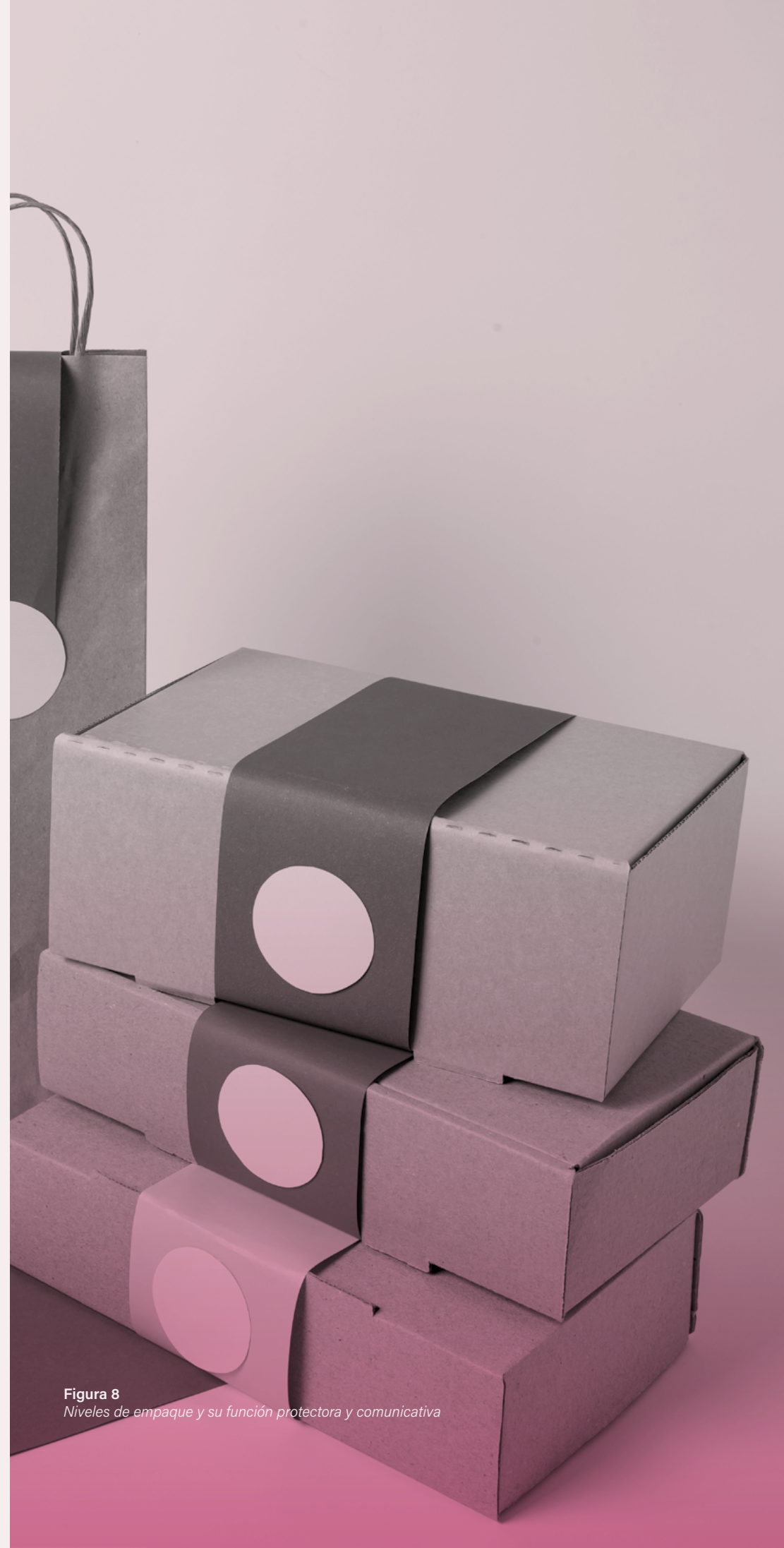


Figura 8
Niveles de empaque y su función protectora y comunicativa

1.4.9 Diseño editorial

Cardona Flores (2020) explica que el diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se centra en la arquitectura y la gráfica de cualquier publicación, abarcando el diseño, la maquetación y la composición. Además, funciona como un marco o arquitectura lógica que guía al lector, permitiendo interpretar el contenido a través de una estructura visual planificada. Dentro de este contexto, el diseño editorial actúa como una herramienta narrativa dentro del kit, guiando de manera tanto visual como estructural dentro del proceso de reconstrucción de identidad, convirtiendo la lectura en una experiencia significativa e introspectiva para el usuario.

Las publicaciones editoriales se clasifican en cuatro categorías principales: libros; medios periodísticos, como diarios y revistas; materiales publicitarios, como catálogos y *brochures*; y formatos digitales, que integran sitios web, aplicaciones y ediciones específicas para dispositivos móviles (Universidad de Londres, 2014). La clasificación de esta área permite comprender la amplitud y flexibilidad del medio editorial, habilitando la construcción de una propuesta expandida, integrando recursos físicos y audiovisuales dentro de un mismo sistema narrativo. Asimismo, se apoya de esta lógica para articular contenidos secuenciales donde cada pieza editorial cumpla una función específica dentro del proceso de reconstrucción de identidad.

Dentro de esta disciplina, la relación entre contenido y forma es interdependiente y actúa como un vehículo comunicacional. En ella, el contenido funciona como el motor del diseño al adaptarse al mercado y al mensaje específico; el texto y la imagen operan como material visual puro; y la retícula establece una estructura de orden, uniformidad y coherencia. Por último, la combinación de cromática, papeles y acabados busca generar una identidad y sensaciones características orientadas a atraer al lector (Álvarez Fernández, 2010). Dentro de este proyecto, el contenido ayuda a guiar el diseño, determinando las decisiones formales en función del mensaje, el contexto y el público objetivo, lo que permite que cada recurso que se realice tenga un propósito comunicativo claro.

La jerarquía visual constituye el principio organizador que facilita la interpretación lógica y coherente del contenido, estableciendo un orden de importancia que guía la mirada del usuario. Para lograrlo, se emplean herramientas como el peso y tamaño tipográfico, la escala, el contraste y el uso de imágenes como puntos de impacto visual. Asimismo, el color permite organizar o vincular diversos elementos, mientras que la retícula, los blancos de página, capitulares e iconos actúan como guías fundamentales para la navegación dentro de la publicación (Brockmann, 2012). Para este proyecto, la jerarquía visual sirve como una herramienta fundamental para traducir el contenido conceptual en una experiencia clara, coherente y atractiva.



En cuanto a la elección del método de encuadernación del producto editorial, depende de la funcionalidad y la naturaleza del contenido. Entre los principales sistemas destacan la rústica, común en libros de bolsillo; la de caballete, empleada en folletos y revistas de paginación reducida; y la de canutillo, idónea para manuales y libretas. Asimismo, se encuentran la encuadernación japonesa, de carácter artesanal; la de tapa dura; y la de acordeón, ideal para piezas gráficas de naturaleza visual (Ambrose & Harris, 2008). La elección del método de encuadernación influye directamente en la funcionalidad, la experiencia y la lectura del contenido. Esta selección permite priorizar opciones flexibles que favorezcan el uso práctico, fortaleciendo así el carácter editorial del proyecto y su impacto comunicacional.



Figura 9
La interacción del usuario con el soporte editorial impreso

1.4.10 Diseño multimedia

Según De Ponti (2023), el diseño audiovisual se encarga de la organización, estética y funcionalidad de elementos visuales y sonoros presentados en el tiempo con el fin de comunicar un mensaje coherente. Desde la perspectiva del diseño multimedia, estos recursos se integran con otros medios digitales e interactivos para generar experiencias de comunicación más amplias y participativas. Este concepto aporta al fundamentar el uso de recursos multimedia como herramientas comunicativas capaces de integrar elementos visuales, sonoros e interactivos dentro del kit.

La clasificación de los medios visuales puede abordarse desde diversas perspectivas. Según el ámbito de aplicación de las manifestaciones del diseño, se distinguen áreas como la publicidad, la televisión, el cine, el videoclip y la multimedia e interactividad; esta última constituye el eje del presente proyecto al integrar contenidos editoriales, recursos audiovisuales y elementos interactivos dentro de una experiencia multimedia orientada al proceso de reconocimiento personal. Asimismo, conforme a su función y objetivos, estos medios se dividen en informativos y didácticos, orientados a la divulgación del conocimiento; identificatorios, centrados en la identidad institucional; promocionales, destinados a campañas; y de entretenimiento, cuyo propósito es el ocio (Ráfols & Colomer, 2006).

Elementos de la Composición Visual en Movimiento. La composición de la imagen se articula mediante el encuadre, proceso que consiste en situar los elementos significativos del mensaje dentro de los límites físicos de la pantalla. Esta acción busca establecer jerarquías visuales, ritmos y centros de interés que orienten la mirada del espectador, fundamentándose en principios como el mapa estructural, las direcciones visuales, la regla de los tercios, las estructuras gráficas, el contraste y el peso visual (De Ponti, 2023). En el contexto del proyecto, estos principios se aplican en los distintos recursos multimedia del kit, permitiendo jerarquizar información, organizar contenidos visuales y reforzar la experiencia de interacción de las usuarias.

La cinemática consiste en la recreación del movimiento mediante la secuenciación de fotogramas, proceso que aprovecha la persistencia retiniana para generar una ilusión de continuidad (De Ponti, 2023). La cinemática permite representar procesos internos y emocionales mediante el movimiento. Dentro del proyecto, la secuenciación de imágenes se utiliza en recursos multimedia y animaciones digitales como una estrategia narrativa para simbolizar estados de transición, repetición o transformación vinculados a la experiencia del síndrome del impostor.

Componentes Sonoros. Los elementos sonoros resultan fundamentales en esta disciplina al complementar la imagen y generar una ilusión audiovisual. Estos se clasifican en diálogo y voz en off, música, efectos sonoros y silencio. En cuanto a su funcionalidad técnica y expresiva, el sonido integra variables como la sincreción, definida como la soldadura psicológica producida por la simultaneidad de eventos visuales y sonoros, la sincronía y asincronía, los atributos físicos y la diégesis, la cual permite distinguir entre sonidos diégeticos (con fuente visible en pantalla) y extradiégeticos (De Ponti, 2023). Dentro del proyecto, el uso de música, efectos sonoros, voz en off y silencios estratégicos contribuye a complementar los contenidos editoriales y visuales, fortaleciendo la experiencia emocional e inmersiva de las usuarias durante la interacción con el kit.

Uso de recursos narrativos. El uso de recursos narrativos dentro del diseño multimedia permite estructurar experiencias de comunicación que integran texto, imagen, sonido e interacción. Entre los principales destacan la metáfora audiovisual y los componentes retóricos y expresivos, tales como el surrealismo, el humor, la sorpresa y la narración. Asimismo, el montaje funciona como una estructura narrativa que dimensiona el relato en el tiempo y el espacio, clasificándose en relatos lineales y no lineales. Por otro lado, herramientas como el storyline, los créditos cinematográficos y el espacio en off actúan como recursos que preparan al espectador para la narrativa principal (Ráfols & Colomer, 2006). Estos recursos favorecen la construcción de experiencias significativas que facilitan la comprensión y apropiación de contenidos relacionados con el síndrome del impostor y el liderazgo femenino.



Estilos Visuales. El estilo visual se manifiesta mediante la integración de la imagen, el sonido y el tiempo. En relación con la iluminación, empleada para crear climas específicos, destacan estilos como el expresionismo, caracterizado por su subjetividad exagerada; el clásico de estudios, que busca una imagen volumétrica y modelada; y el naturalismo o neorrealismo, orientados a la percepción directa de la realidad. Como herramienta estratégica, el estilo se ajusta según el público objetivo, priorizando estéticas más suaves para perfiles específicos. Asimismo, se emplean *styleframes* para definir la propuesta estética y conceptual de manera previa a la producción (De Ponti, 2023).

El estilo visual constituye un eje estratégico del proyecto, ya que articula de manera coherente los elementos gráficos, editoriales, sonoros y digitales para construir una experiencia multimedia con carga expresiva y conceptual. A través de la integración de ilustraciones, recursos editoriales, animaciones y elementos sonoros, el proyecto busca generar una experiencia inmersiva que acompañe emocionalmente a las usuarias durante el proceso de reconocimiento y reconstrucción de identidad.



Figura 10
Procesos de edición y postproducción de contenidos audiovisuales

1.5

Investigación de Campo



1.5.1 Psicólogas

Psicóloga María Paz Jara, coordinadora del departamento de equidad de género.

María Paz establece que el síndrome del impostor se manifiesta cuando una mujer siente que no merece su posición, creyéndose incapaz, un fracaso, o insuficiente. Los indicadores psicológicos asociados incluyen baja autoestima, ansiedad constante, burnout y una tendencia al autosabotaje por autoexigencias inalcanzables. Esta sensación de insuficiencia es reforzada culturalmente, ya que se espera que las mujeres se desempeñen perfectamente en todas las áreas, especialmente en la crianza y el hogar. Además, existe un castigo social: si la mujer se enfoca en su vida laboral y académica descuidando los roles de cuidado, es juzgada por no cumplir adecuadamente, o bien, por no formar una familia. Este fenómeno se agrava por un "rezago cultural" que obliga a las mujeres a un esfuerzo desmedido para igualar los logros masculinos.

El impacto en la identidad profesional femenina se manifiesta en tres perfiles principales. El primero es la autoexigencia con baja autoestima: la mujer se siente insuficiente, se compara constantemente y atribuye sus logros solo a la suerte o al favoritismo, nunca a su mérito. El segundo es el perfil masculinizado y autoritario: el miedo a perder lo logrado la lleva a adoptar características de dominancia, volviéndose menos sensible, menos empática y más defensiva, transformándose en una jefa autoritaria. El tercer perfil es la pérdida de la identidad, donde las mujeres se desconectan de sus verdaderos objetivos y dejan de reconocer su propio esfuerzo.

En cuanto a las consecuencias psicológicas, María Paz señala que la subestimación de logros provoca distorsiones cognitivas, donde el cerebro minimiza incluso los éxitos significativos, argumentando su insuficiencia. Esto, sumado a un alto perfeccionismo, desencadena un pensamiento catastrófico que imposibilita establecer límites. Tratar el síndrome es crucial, pues su inacción conduce a altos niveles de ansiedad y burnout. El estrés constante puede somatizarse en inflamaciones y, dado que la mujer sigue cumpliendo sus funciones, el no sospechar de depresión puede llevar al desarrollo de depresión funcional o distimia, caracterizada por un aplanamiento funcional.

Para el abordaje clínico y el fomento de la autoconfianza, María Paz recomienda el trabajo terapéutico enfocado en la reconstrucción de la identidad. Esto implica definir los objetivos reales de la mujer y reconocer sus fortalezas y méritos, dándole el lugar que merece. Para una autoconfianza sostenible, se recomiendan ejercicios que entrenan la mente en lo positivo: la escritura diaria (agradecimientos y logros del día) para redireccionar el enfoque; el autocuidado (priorizar la salud física y emocional); y el mindfulness y la respiración para conectar con el presente y mitigar el "ruido mental" de los pensamientos catastróficos.



Figura 11
Psicóloga María Paz Jara, coordinadora del Departamento de Equidad de Género

Alexandra Córdoba sostiene que el síndrome del impostor no debe considerarse un trastorno clínico, sino un patrón de pensamientos que constituye una experiencia sumamente común. Aunque se estima que siete de cada diez mujeres lo atraviesan, la entrevistada sugiere que la cifra real podría representar a la mayoría. Este fenómeno se manifiesta a través de síntomas como ansiedad intensa ante nuevos retos, miedo constante a ser descubierta como un fracaso, perfeccionismo excesivo, autocrítica y la tendencia a evitar promociones laborales por temor a fallar. Estos pensamientos automáticos generan una sensación de no merecimiento y un diálogo interno que, al tildar a la persona de “farsante” o “fraude”, minimiza los logros y exagera los fallos, perpetuando la duda sobre las propias capacidades.

En el entorno laboral, factores como la alta competitividad, la falta de reconocimiento, la discriminación de género en los ascensos y las expectativas culturales de perfección agravan el problema. El impacto profesional es significativo, ya que genera un conflicto interno que impide a la mujer internalizar sus éxitos, fomentando una autoexclusión de oportunidades que limita su potencial y reduce su productividad. En roles de liderazgo, esto suele derivar en la evitación de ascensos, mientras que, a nivel psicológico, la subestimación constante de los logros puede desencadenar baja autoestima, ansiedad crónica, depresión y aislamiento.



Figura 12
Psicóloga Alexandra Córdoba, especialista en psicoterapia focalizada en la personalidad

Psicóloga clínica Alexandra Córdoba, especializada en psicoterapia focalizada en la personalidad.

Por otro lado, la entrevistada señala que las mujeres rara vez solicitan apoyo por temor a ser percibidas como débiles o perder valía al revelar sus inseguridades. Sin embargo, quienes atraviesan este síndrome requieren validación, espacios para compartir experiencias sin juicios y una retroalimentación positiva que confirme su competencia. En este contexto, Córdoba advierte sobre el peligro de los estándares de éxito inalcanzables en redes sociales, donde imágenes editadas muestran resultados finales sin mencionar el esfuerzo o el proceso, reforzando una autoconfianza frágil frente a expectativas irreales.

Respecto al abordaje clínico, se destaca la terapia cognitivo-conductual como la herramienta principal para reestructurar la autoimagen y debatir distorsiones cognitivas como el pensamiento de “todo o nada”. Como complemento, se recomiendan prácticas como el uso de autorregistros de éxitos diarios para contrastar la percepción cerebral con la realidad, el fomento de la autocompasión en el diálogo interno, y la búsqueda de mentoría para validar habilidades. Asimismo, el uso de mantras o afirmaciones positivas como “Soy capaz y competente” o “Me merezco los logros por mi propio esfuerzo” y la práctica de la atención plena (mindfulness) ayudan a evitar la sobrecarga y el sobrepensamiento de críticas o inseguridades.

Finalmente, una mujer muestra signos de mejora cuando logra internalizar sus logros, busca activamente nuevas oportunidades, reduce la procrastinación y disminuye tanto la autocrítica como las comparaciones negativas. Córdoba concluye que es vital reconocer este síndrome como una experiencia común y no como un defecto personal, recomendando documentar los éxitos, buscar redes de apoyo y transformar la duda en autocompasión.

1.5.2 Mujeres líderes con síndrome del impostor

Viviana Salinas, gerente zonal en el segmento de microfinanzas del Banco Pichincha.

Viviana comenta que su mayor reto profesional fue la transición de ser líder en agencias en Guayaquil a una gerencia zonal, lo que implicó un cambio de un rol de control operativo a uno enfocado en la estrategia, planificación y negociación. Pese a desconocer inicialmente el término "síndrome del impostor", se siente identificada con la dificultad de celebrar sus propios logros. Aunque sus superiores califican su desempeño como "espectacular", ella experimenta una insatisfacción persistente y tiende a atribuir el éxito exclusivamente al esfuerzo de su equipo de ejecutivos y administradores, minimizando su propio aporte en la organización y la estrategia.

Viviana se describe a sí misma como una líder "cuadrada" o muy alineada a los reglamentos, lo que inicialmente le generó temor al enfrentarse a una cultura laboral diferente en la sierra. Esta alta exigencia ella lo traduce en una baja tolerancia a la falta de compromiso y frustración cuando las cosas no resultan exactamente como ella esperaba. Viviana también comenta que la llegada de un nuevo gerente regional con un estilo más empático y celebrador ha sido un punto clave para su desarrollo, ya que este liderazgo extremo le ha ayudado a alinear mejor los resultados de su zona y a valorar hasta los pequeños avances de su equipo.

Viviana para gestionar sus pensamientos intrusivos y momentos de frustración, utiliza la meditación, la lectura de la biblia y la música. Estos espacios de cinco minutos le permiten calmarse para no reaccionar de manera impulsiva u ofensiva ante su equipo debido a sus estados de ánimo. Hacia un futuro, busca fortalecer su empatía y cercanía con el personal para generar mayor confianza. Para Viviana, el éxito es como un horizonte que siempre se aleja; no importa cuánto terreno haya recorrido o cuán espectaculares sean los resultados, su enfoque está tan puesto en el siguiente paso que olvida detenerse a mirar el camino que ella mismo ha construido.



Figura 13
Viviana Salinas, gerente zonal de microfinanzas en Banco Pichincha

Inés al asumir su posición aspiracional, sintió alegría y entusiasmo, ella comenta que su gran ventaja ha sido ocupar la mayoría de los puestos de la institución, lo que le brinda un vasto conocimiento y seguridad en lo que puede lograr. A pesar de sentir alegría, sintió un “cuestionamiento interno muy grande” sobre cómo responder a la responsabilidad, que podría hacer diferente o aportar, y cómo generaría un impacto positivo en la sociedad, tanto para sus colaboradores como para el público.

Sus estrategias para afrontar la duda y la angustia, comenta que aunque no ha llegado a sentir que “no puede hacerlo”, si se ha sentido abrumada o paralizada por la cantidad de gestiones pendientes, ella para gestionar estos momentos, recurre a herramientas como la lectura y lee información y conocimientos de líderes que han pasado por posiciones similares; Técnicas de respiración y meditación en las mañanas para reponer la energía que se drena al estar frente a muchas responsabilidades; mantener su fortaleza en su fe en dios; y enfatiza la importancia de iniciar para que empiece a fluir todo. En cuanto a la gestión de opinión externa, ella se enfoca en hacer lo mejor y priorizar la opinión de personas cercanas o de sus clientes, mas no las opiniones del resto, esto le proporciona tranquilidad en su gestión.



Figura 14
Inés Vintimilla, gerente regional de Banco Pichincha

Inés Vintimilla, gerente regional de Banco Pichincha.

Vintimilla cree que su pasado le influyó positivamente, creando seguridad en su entorno laboral; asimismo explica que su madre siempre trabajó y ejerció liderazgo en el hogar, lo que normalizó el trabajo y el empoderamiento femenino para ella, además que de igual manera su padre la animó a tener una carrera brillante y ocupar puesto de liderazgo. Aunque admite que las mujeres pueden ser más detallistas y elaboradas, ni puede precisar si el esfuerzo requerido para conseguir un puesto alto es diferente al de los hombres.

En cuanto al síndrome del impostor y el reconocimiento de logros, ella recomienda identificar el problema, ya que ella solía dar sus logros “por hecho” y no se detenía a celebrar sus propios logros. Vintimilla una vez habiendo tomado conciencia de esto hace unos años, ha trabajado intencionalmente en cambiar este hábito con el apoyo de capacitación del Banco Pichincha sobre reprogramación del subconsciente. También adopta la práctica de aplaudir los logros para sí misma, agradeciendo a dios y felicitándose. Este ejercicio que ella adopta busca la paz y la tranquilidad, logrando tener una moderación en la vida profesional, evitando picos demasiado altos o caídas fuertes y su objetivo principal es dominar su subconsciente para evitar los malos sentimientos.

Para los desafíos y el fortalecimiento de la identidad, su principal oportunidad de mejora es estructurar mejor la forma de transmitir sus conocimientos a los demás, ya que muchas cosas que sabe las da por hecho y no se da cuenta de lo que podrían ser una gran ayuda para otros. También ha evidenciado que en foros, mayormente masculinos, lo que ella dice a veces no se escucha, pero si un varón lo repite causa eco; ella para mejorar su escucha, se esfuerza demás en buscar palabras adecuadas y la estructura de frases impactantes, cree que buscar la seguridad, el tono de voz y el enfoque influyen en si es escuchada. Asimismo, sostiene que la autoconfianza se basa en el conocimiento, ya que el conocimiento da seguridad y la lectura es la actividad principal para obtenerlo.

Por último, Inés aporta un mensaje para otras mujeres que están sufriendo este síndrome, insta a las mujeres a “darse paso”, lanzarse y actuar, que se equivoquen, pues el avance viene de la experimentación no de esperar a ser un “producto terminado”. También señala que los hombres suelen lanzarse a oportunidades laborales aun estando menos preparados. El primer paso depende de cada persona, que debe levantarse, arreglarse y practicar el amor propio, además es crucial rodearse de un círculo familiar y de amistades tranquilizador, ella considera que su mayor ganancia y componente de la seguridad se logra a través de un trabajo constante y la adherencia a estas prácticas diarias.

1.5.3 Diseñadores

Francisco Ramírez, diseñador gráfico especializado en la creación de sistemas de identidad visual y empaques.

Francisco Ramírez sostiene que el kit no debe constituir el núcleo de la estrategia, sino funcionar como una acción complementaria para reforzar el mensaje global y fidelizar al usuario en el punto de contacto final. Siguiendo la premisa de la Bauhaus, “la forma sigue a la función”, destaca que la efectividad de un sistema radica en su deseabilidad basada en un interés real. En el diseño educativo o de concientización, la prioridad es la claridad del mensaje; por tanto, las ilustraciones y otros recursos visuales deben ser complementarios para evitar distracciones del contenido fundamental.

En cuanto al empaque, este debe integrar los elementos gráficos globales de la marca para asegurar su reconocimiento inmediato. Para soportes con alta densidad informativa, se recomienda el uso de infografías y puntos clave que guíen al usuario mediante un hilo conductor o *storytelling*. Asimismo, la experiencia de *unboxing* debe diseñarse de forma intuitiva, donde el orden de las capas y elementos guíe al usuario en su uso sin necesidad de instrucciones extensas. Para familias de productos, Ramírez sugiere mantener un sistema gráfico rígido, variando únicamente colores o ilustraciones para diferenciar categorías o sabores.

Respecto a los elementos gráficos, el logotipo debe ser simple para facilitar su identificación y recordación, evitando saturarlo con la historia completa de la empresa. Las ilustraciones actúan como la herramienta principal para el *storytelling* y la comunicación de atributos de marca sin sobrecargar el logo, mientras que la tipografía debe equilibrar la personalidad con la flexibilidad necesaria para la lectura de textos extensos.

El proceso creativo en el estudio de Ramírez emplea técnicas como el *stylescape* y mapas de empatía para definir el perfil del consumidor. Antes del diseño final, se proponen tres rutas conceptuales: la esperada (*expected*), una intermedia y una disruptiva o “picante” (*spicy*), esta última orientada a presentar ideas inesperadas para el cliente. Bajo este enfoque, el empaque se concibe como un soporte de significado que eleva el valor emocional del producto, pudiendo diseñarse como un elemento reutilizable que aporte estatus o utilidad para evitar su desecho.

Finalmente, la creación de prototipos físicos o dummies resulta indispensable para validar medidas, el armado y la ubicación de los elementos antes de la producción masiva. Ramírez advierte que los errores más frecuentes incluyen sobrecomplicar la comunicación al intentar que el logotipo lo explique todo, así como diseñar para el diseñador o para el cliente directo, olvidando que el objetivo final es conectar con el usuario final.



Figura 15
Francisco Ramírez, diseñador gráfico especialista en sistemas de identidad y empaque



Figura 16
Tsuki Escandón, especialista en diseño editorial e ilustración



Figura 17
Carolina Izquierdo, especialista en branding y diseño gráfico



Figura 18
Samantha Castro, especialista en comunicación y audiovisual

ilo Estudio visual, agencia conformada por tres profesionales que integran la comunicación social, el diseño gráfico y la ilustración.

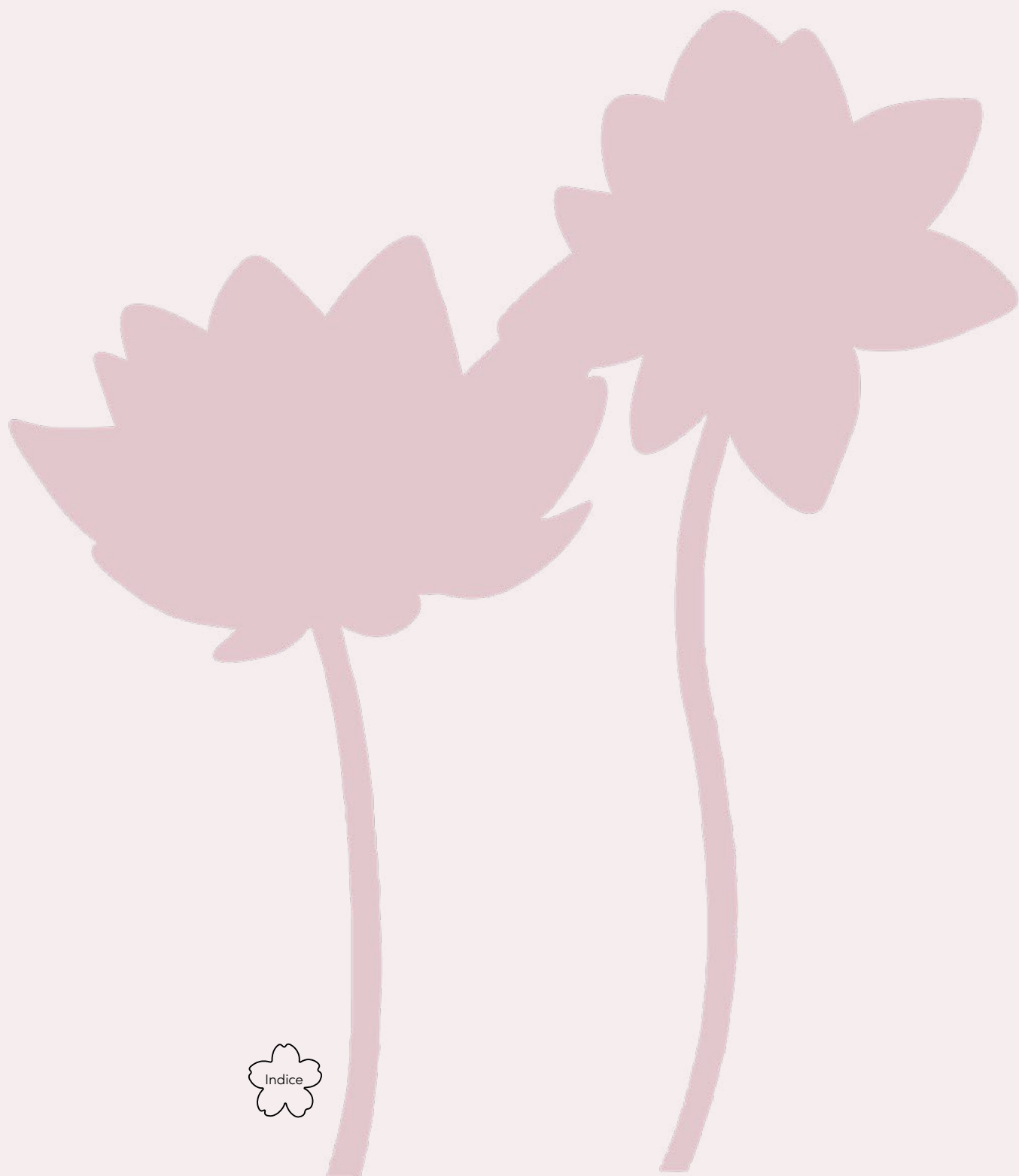
El equipo está conformado por Samantha Castro (comunicación y audiovisual), Tsuki Escandón (diseño editorial e ilustración) y Carolina Izquierdo (branding y diseño gráfico). Se especializan en temas sociales y ambientales, como feminismos, cuidado del ambiente, ruralidad y economía popular y solidaria, lo que les permite elegir proyectos en los que realmente creen.

Las profesionales subrayan la importancia de realizar una investigación exhaustiva para fundamentar y defender el proyecto. También mencionan que, para abordar temas sensibles como la salud mental o el síndrome del impostor, se recomienda que el tono comunicacional sea amigable, cálido y profesional que evite tanto la infantilización como los tecnicismos intimidantes o discursos comerciales vacíos. Las profesionales recomiendan hacer un enfoque interseccional, como una herramienta clave para entender las diferentes realidades y opresiones de las mujeres, en cuanto a la definición precisa del público, ya que no basta con una definición macro del *target*, si no es necesario entender el contexto económico, social, cultural e histórico del público para definir el lenguaje visual y narrativo adecuado.

En cuanto a la metodología, el proceso creativo debe partir de un brief claro y la definición de la "persona", seguido por la lluvia de ideas y el establecimiento de ejes comunicacionales hasta llegar a la producción técnica. Para asegurar la armonía del proyecto, se recomienda la creación de un *brand board* o sistema de marca para que exista conexión y coherencia visual con todos los productos resultantes.

Respecto a la ejecución, se prioriza la "funcionalidad sobre la subjetividad", validando las piezas según el cumplimiento de los objetivos planteados y no meramente por criterios estéticos. En este sentido, la agencia recomienda el uso de la ilustración para simplificar información técnica compleja, haciéndola más accesible y cercana. Además, se insta a evitar el uso de imágenes genéricas o de inteligencia artificial que proyectan estereotipos hegemónicos, optando en su lugar por la representación de mujeres reales para fomentar la identificación y la empatía.

Finalmente, las expertas recomiendan abordar la temática sin miedo, reconociendo la raíz cultural y patriarcal del síndrome del impostor. Sugieren que, lejos de temer una estética "muy feminista", se debe asumir el enfoque con orgullo, ya que es un nicho necesario y valorado que abre puertas profesionales en lugar de cerrarlas. Para entornos empresariales más conservadores, proponen el uso de "microcápsulas" de información o un lenguaje gradual para generar interés antes de manera progresiva antes de profundizar en contenidos de activismo.



1.6

Análisis de Homólogos





Figura 19
Fotografías de Sensorium

1.6.1

Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones

Autora: Patricia Ignacia Toro Ibañez

Lugar y fecha: Santiago de Chile, 2023

Este proyecto, se trata de un diseño editorial experimental e interactivo para la exploración de las emociones. Se concibe como un medio para contribuir en el desarrollo del autoconocimiento emocional, ofreciendo al usuario la posibilidad de crear y sentir su propia historia exteriorizando sus emociones y sensaciones mediante una experiencia introspectiva enfocada en la estimulación sensorial desde las emociones y la sinestesia.

Análisis Conceptual.

El proyecto se fundamenta en imágenes texturizadas diseñadas para que el usuario explore e internalice sus emociones, fomentando su autoconocimiento a través de la sensorialidad. Asimismo, esta propuesta permite construir y experimentar una narrativa propia mediante la interacción con las tarjetas de preguntas.

Análisis Formal.

El proyecto se integra por 24 fotografías abstractas y 12 tarjetas de preguntas rectangulares. La paleta cromática emplea tonos cálidos como el magenta, rojo, amarillo y naranja; en contraste con colores fríos como el azul, celeste, morado y turquesa. Respecto al diseño de las tarjetas, se utiliza una composición central y simétrica con el texto ubicado al eje. La tipografía seleccionada es la *sans-serif Work Sans* en sus distintas variaciones, estableciendo la jerarquía visual mediante el uso estratégico del espacio en blanco. Finalmente, la iconografía se define por un espiral orgánico circular.

Análisis Funcional.

Se tomó este homólogo como referencia por su diseño multisensorial, el cual vincula aspectos visuales y táctiles para generar una experiencia emocional. La integración de tarjetas de preguntas actúa como guía narrativa, mientras que el soporte en acordeón permite una exploración espacial que rompe el ritmo de lectura convencional. Estas características fundamentan la intención de que el kit final proyecte un impacto similar mediante la experimentación con diversos recursos gráficos y materiales.

Análisis Tecnológico.

La impresión de las fotografías se realizó en papel bond de 200 gramos, con un acabado en termolaminado brillante de doble cara. Este homólogo se seleccionó como referente debido a su soporte de acetato translúcido, el cual conforma una estructura tipo acordeón, la cual integra un semicorte de precisión para la reorganización de las imágenes. Por su parte, las tarjetas se imprimieron en papeles texturizados y, como contenedor, se fabricó una caja de acrílico transparente con tapa corredera. La elección de estos materiales y formatos responde a la materialidad y al carácter experimental que se proyecta para este proyecto.



Figura 20
Registros de impresión de cartas y tarjetas

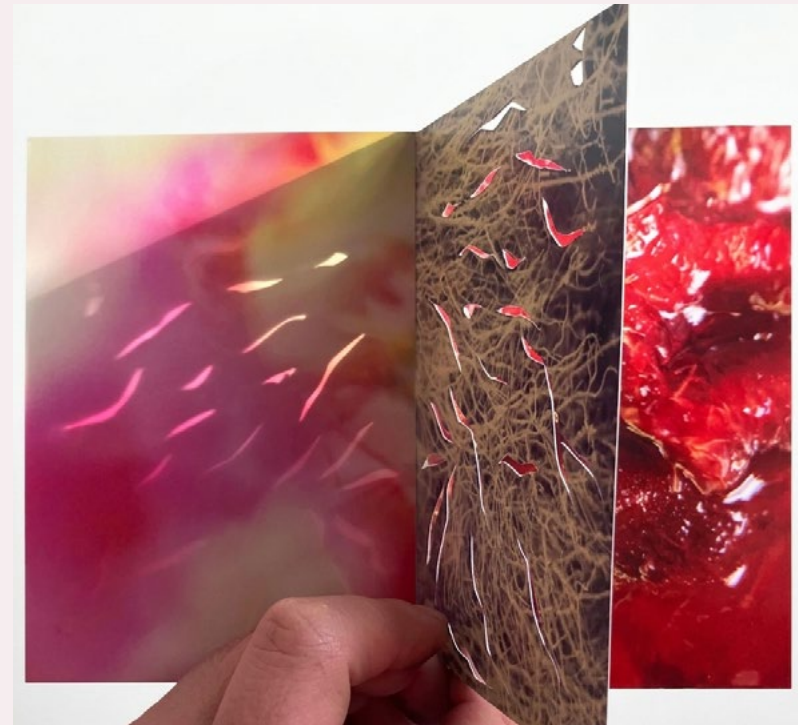


Figura 21
Registros de experimentación de fotografías impresas

1.6.2

Libro: *This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work*

Autora: Tiffany Jewell y Aurélia Durand

Lugar y fecha: Nueva York, Estados Unidos, 2020

Es una guía educativa e interactiva diseñada para facilitar el aprendizaje sobre justicia social, identidad y activismo a través de lecciones prácticas que incluyen textos explicativos y espacios de interacción para el lector.

Análisis Conceptual.

El objetivo central del libro es profundizar en el conocimiento de problemáticas raciales y sociales, motivando al lector a trascender la pasividad y el miedo, incentivando la confrontación directa de dichas realidades a través de ejercicios y reflexiones propuestos en el libro.

Análisis Formal.

Este homólogo se seleccionó principalmente por su estilo de ilustración de diseño plano (*flat design*), caracterizado por planos de color sólido, líneas de contorno gruesas y el uso constante de diagonales en la perspectiva. Por otro lado, la paleta cromática emplea tonos saturados y vibrantes de alto contraste, entre los que destacan el negro, amarillo, fucsia y naranja. Respecto a la tipografía, se utilizó una fuente *display* para la portada, tipos *sans-serif* geométricos para el cuerpo del texto y fuentes *serif* para elementos complementarios. Finalmente, la maquetación dinámica y modular integra círculos para la contención de retratos y números de capítulo, utiliza el espacio negativo mediante bloques de color y permite que el texto fluya orgánicamente alrededor de las ilustraciones.

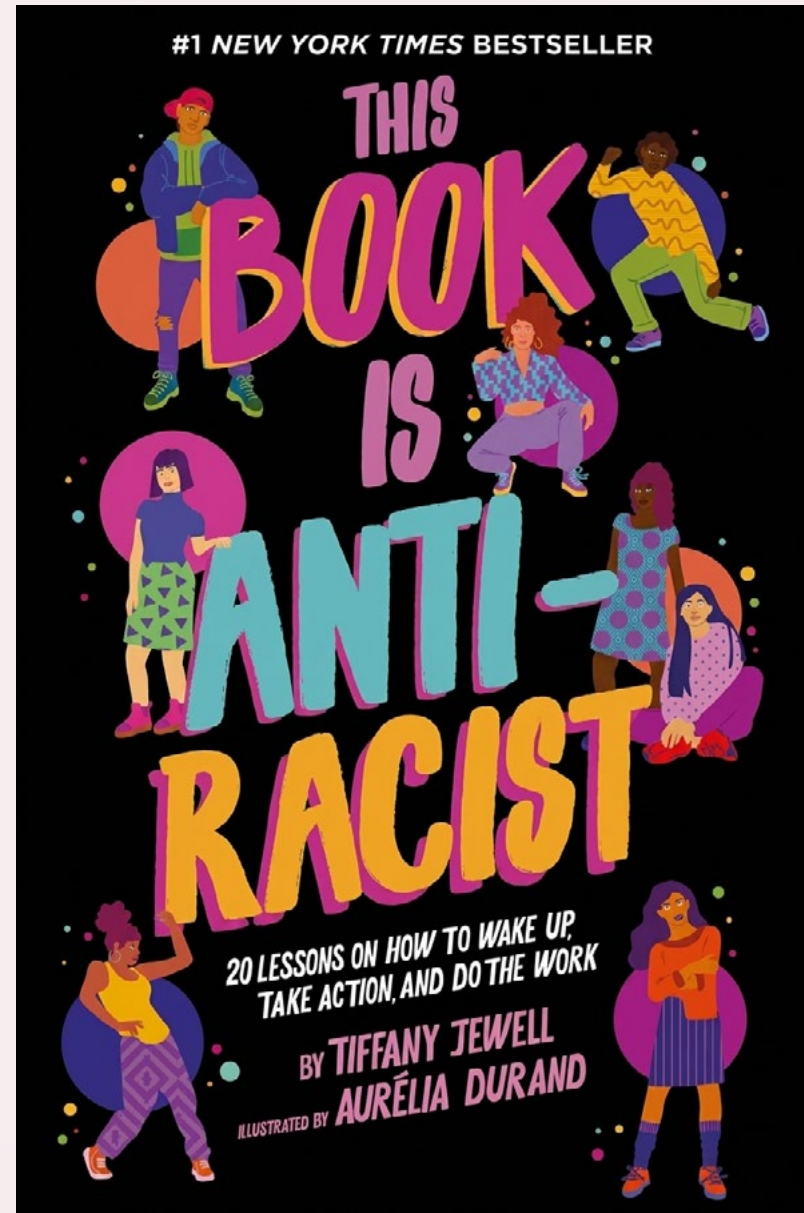


Figura 22

Portada Libro, *This Book is Anti-Racist: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work*

Análisis Funcional.

El proyecto cumple una función pedagógica y de activación en un manual de trabajo accesible. Este guía al lector mediante el refuerzo emocional, un tono positivo e ilustraciones de carácter fuerte, con el objetivo de impulsar un cambio conductual respecto a la problemática abordada.

Análisis Tecnológico.

Las ilustraciones se definen por un diseño vectorial. Para su producción, se empleó una impresión a color de alta calidad que preservó la fidelidad de la paleta vibrante, aplicando un acabado mate en la portada sobre papel de alto gramaje. También se hizo uso de una encuadernación fresada y el uso de papel tipo *offset* para las páginas interiores.



Figura 23
Interior del Libro, *This Book is Anti-Racism: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work*



Figura 24
Interior del Libro, *This Book is Anti-Racism: 20 Lessons on how to Wake up, Take Action, and do the Work*

1.6.3

Folleto: Gwangsan-gu Public Library Space 42

Autora: Design studio sawol

Lugar y fecha: Gwangsan-gu, Corea del Sur, 2023

El proyecto se basa en la iniciativa para el "Parque Infantil de Libros para Niños 2023-24 *Neunadeuri*" cuyo producto específico es el diseño de un folleto para la biblioteca pública del distrito de Gwangsan. El folleto fue diseñado para promover cuatro bibliotecas y su principal objetivo es ser un "espacio especializado" que narra la historia de la búsqueda de la "luz de la esperanza".

Análisis Conceptual.

El concepto del folleto es transformar la percepción de las bibliotecas como espacios monótonos para proyectarlas como lugares de descubrimiento y aventura. Asimismo, tiene como propósito fomentar la lectura en el público infantil mediante una propuesta gráfica cuyo mensaje central sostiene que el acto de leer "conduce a la navegación del conocimiento".

Análisis Formal.

El folleto presenta una estructura interna rígida (plegado y cuadrícula geométrica de rectángulos), contrastada por un borde superior orgánico y asimétrico. Los gráficos son de estilo simple y planos.

El flujo visual es de izquierda a derecha y vertical, marcado por bloques de color. La paleta es vibrante con un alto contraste de colores saturados (cálidos y fríos) como el amarillo, naranja, violeta y azul, además se hace uso de el blanco para la legibilidad del texto. Se emplean dos tipografías: una robusta para títulos/logotipos y una *Sans Serif* para el cuerpo de texto, logrando una jerarquía clara.



Figura 25
Portada del folleto de la Biblioteca Gwangsan

Análisis Funcional.

Su diseño utiliza un estilo ilustrativo amigable que cumple su función comunicativa. Incluye un mapa de ubicación y códigos QR para facilitar la usabilidad e información extra para el usuario. El diseño del folleto se convierte en un objeto interactivo al incluir perforaciones, lo que permite al usuario a crear efectos de estrellas al iluminar con la luz de su celular en la oscuridad.

Análisis Tecnológico.

El folleto presenta un formato no convencional en papel A4, implementado mediante un plegado tipo acordeón e ilustraciones de tipo vectorial. La razón principal por la cual se hizo selección de este homólogo es por la manipulación innovadora del espacio físico, la cual está centrada en un elemento de troquelado aplicado al borde superior del folleto, creando un perfil asimétrico y orgánico que sigue las siluetas de las ilustraciones. La estructura está diseñada para que al doblar las paneles, la línea del corte sirva para la formación de un gráfico tridimensional.



Figura 26
Sistema visual y señalética del Folleto de la Biblioteca Gwangsan



Figura 27
Aplicación de la identidad visual en papelería y carnets del folleto

1.7

Conclusiones del Capítulo

Dentro de este capítulo, se establece una sólida base teórica sobre el síndrome del impostor, evidenciándolo como un fenómeno condicionado por factores individuales, sociales y estructurales. A través del análisis de conceptos, se determina que este fenómeno responde a una percepción distorsionada de la valía personal reforzada por estereotipos de género y exigencias sociales.

Desde una perspectiva proyectual, estos hallazgos permiten trascender las variables demográficas para definir perfiles de usuario basados en dimensiones emocionales y conductuales, orientando el diseño editorial y el *packaging* hacia experiencias que fomenten la validación interna y el empoderamiento. De este modo, la fundamentación teórica articula coherentemente el análisis de usuario con las decisiones creativas, funcionales y tecnológicas del proceso de diseño posterior.







Capítulo 2

Programación





Indice

2.1

Introducción al capítulo

Dentro de este capítulo se traducen los fundamentos teóricos y los hallazgos de la investigación de campo en decisiones concretas. Para ello, se partió del análisis y la definición del usuario, articulado mediante una *persona design* y un mapa de empatía que permitió comprender las necesidades, frustraciones y motivaciones de la mujer próxima a asumir un rol de liderazgo con síndrome del impostor. A partir de este perfil, se construyó el *brief* de producto, donde se definieron los objetivos, las ventajas competitivas, el análisis del consumidor y el ciclo de vida del kit dentro del mercado.

Posteriormente, se estableció la definición de contenidos, especificando cada pieza que compone el kit, su formato, sus objetivos y su función dentro del sistema editorial. De la misma manera, se presentó la hoja de ruta y el diagrama de Gantt como herramientas que estructuran y organizan el proceso de diseño en sus distintas etapas. En conjunto, este capítulo articula el análisis del usuario con las decisiones estratégicas, funcionales y comunicacionales que orientarán el desarrollo del proyecto en la siguiente fase.



2.2

Análisis / Definición del usuario

El análisis y definición del usuario permiten comprender de manera más concreta a quién va dirigido el kit y desde qué realidad emocional, profesional y contextual se aproxima más al producto. Para ello, se emplearon dos herramientas: la *persona design*, que permite construir un perfil más detallado de la usuaria a partir de sus rutinas, desafíos, motivaciones y frustraciones; y el mapa de empatía, que ayuda a profundizar lo que siente, escucha y hace la usuaria en relación con su experiencia al tener síndrome del impostor mientras se encuentra en un proceso de liderazgo. Ambas herramientas son indispensables ya que orientan las decisiones de diseño hacia una propuesta más centrada en la persona, asegurando que el producto responda a sus necesidades reales.

2.2.1 Persona Design

A partir de los hallazgos obtenidos en la investigación de campo, se construyó un perfil arquetipo de una mujer profesional en transición hacia un cargo de liderazgo. Para ello, se consideraron variables como su rutina, contexto laboral, desafíos emocionales, motivaciones y pain points y los momentos clave de su experiencia con el síndrome del impostor, con el fin de construir un perfil específico para orientar decisiones concretas de diseño.





Figura 28
 Persona Design: La líder en transición

Descripción del Usuario.

Rutina, Actividades y Contexto. Daniela de 38 años comienza su día a las 6 am en su hogar en Cuenca. Los primeros 30 minutos del día, se dedica a la meditación o la lectura antes de su jornada pesada. Tras cumplir con sus responsabilidades en casa, se traslada a su lugar de trabajo en un centro financiero, donde la mayor parte de su día pasa en reuniones y realizando reportes de niveles superiores. Su rol exige la toma de decisiones constantes, cumplimiento de metas y adaptación a nuevas responsabilidades, especialmente ahora que se encuentra próxima a asumir un puesto de liderazgo. Aunque su agenda suele extenderse de su horario laboral, procura reservar breves momentos para la lectura, o prácticas de autocontrol emocional para desconectarse de la presión de su trabajo.

Desafíos y frustraciones. A pesar de su trayectoria y del reconocimiento externo, Daniela experimenta una autocrítica constante respecto a sus habilidades para el nuevo cargo. Suele minimizar sus logros, atribuyendo sus resultados positivos a factores externos, mientras se esfuerza en sus errores o aspectos por mejorar. Esta percepción le genera ansiedad, dificultad para aceptar sus avances profesionales y una sobreexigencia. En espacios dominados por figuras masculinas, percibe que sus aportes requieren una mayor justificación para ser escuchados, lo que refuerza su inseguridad. Estos problemas impactan en su vida personal, manifestándose en un cansancio emocional y dificultad para desconectarse del trabajo.

Metas, Motivaciones y Decisiones. Daniela aspira ser una líder estratégica, segura y empática, capaz de ejercer sin sentir culpa o duda constante. Busca fortalecer su autopercepción y aprender a reconocer sus méritos sin atribuirlos al esfuerzo ajeno. Desea integrar su éxito como parte de su identidad y no como un exceso de trabajo. Estas metas le motivan a buscar herramientas de formación, mentorías y recursos que le permitan gestionar sus pensamientos para encontrar un equilibrio donde su trabajo no desgaste su paz mental.

2.2.2 Mapa de Empatía

El mapa de empatía explora lo que la mujer piensa y siente, lo que ve en su entorno laboral y social, lo que escucha de su círculo cercano, y lo que dice y hace en relación con su experiencia del síndrome del impostor. Asimismo, identifica sus dolores, entendidos como las frustraciones y barreras que enfrenta en su proceso de liderazgo, y sus ganancias, es decir, los resultados y beneficios que espera obtener. Este análisis permite comprender los conflictos internos que condicionan su autopercepción y su relación con el éxito. Esta información permite definir el tono comunicacional, la narrativa editorial y los contenidos del kit.





Figura 29
 Mapa de empatía: La líder en transición

2.3

Brief de Productos Gráficos

En el *brief* se definen el objetivo del producto, su descripción general, las ventajas competitivas que lo diferencian de otras propuestas existentes en el mercado, y el ciclo de vida del producto. Asimismo, se analiza el contexto sectorial en el que se insertará, las tendencias del mercado relevantes, la competencia directa e indirecta, el perfil del consumidor y el proceso de compra y uso del producto. Estos elementos en conjunto permiten posicionar al kit como una herramienta con una oportunidad estratégica dentro del sector corporativo, fundamentando cada decisión proyectual en un análisis concreto del contexto y del usuario.

Cliente

Mujeres con síndrome del impostor en procesos de liderazgo

Producto

Kit editorial multimedia para el fortalecimiento de la autopercepción, autoconfianza e identidad en mujeres con síndrome del impostor.

Objetivo

Fortalecer la autopercepción, la confianza y la preparación de mujeres próximas a ocupar roles de liderazgo, mediante el diseño gráfico de un kit editorial y audiovisual de reconstrucción de identidad, para promover la comprensión y manejo del síndrome del impostor en el ámbito laboral.



Breve descripción del producto gráfico

El kit se compone de piezas gráficas interactivas que integran contenido informativo y actividades reflexivas. Este incluye una guía sobre el síndrome del impostor, un cuaderno de ejercicios, una bitácora y tarjetas editoriales vinculadas entre sí. Estos recursos guiarán a la usuaria en la reconstrucción de su identidad y el fortalecimiento de su autoconfianza. Todo el material estará unificado bajo una identidad visual coherente, alineada con el enfoque emocional del proyecto.

Ventajas competitivas del producto

- El producto traduce conceptos psicológicos complejos en experiencias visuales, editoriales e interactivas, facilitando la comprensión del contenido, además de ofrecer la participación de las usuarias en el proceso de reflexión.
- El kit se distingue por su estructura narrativa y secuencial, ya que está acompañada a la mujer desde el reconocimiento del síndrome hasta el inicio de una reconstrucción identitaria; esto permite un abordaje progresivo al problema.
- La integración de tipologías del síndrome permite segmentar a las usuarias según sus perfiles emocionales, lo cual convierte al producto en una herramienta adaptable, capaz de responder a distintas realidades.

Ciclo de vida del producto en el mercado

El producto a realizar está en la etapa de introducción, debido a que es un producto nuevo y original en el aspecto del abordaje del síndrome del impostor dentro del kit desde una experiencia narrativa y participativa.

Particularidades del sector

El producto va a ser introducido en el sector corporativo, específicamente en organizaciones comprometidas con el desempeño sostenible y la creación de entornos inclusivos que promueven el liderazgo femenino. En este contexto, el producto se posiciona como un medio para abordar una problemática psicológica específica, facilitando procesos de reflexión y acompañamiento para mujeres que aspiran a posiciones de liderazgo o que ya ejercen roles directivos.

Tendencias del mercado

Las tendencias a nivel global muestran un crecimiento sostenible en el consumo de productos y servicios vinculados al bienestar emocional, la salud mental y el desarrollo profesional y laboral dentro de contextos corporativos; integrando enfoques interdisciplinarios como la psicología y herramientas autoguiadas, narrativas e interactivas.

En cuanto al contexto nacional y local, se evidencia un creciente interés por el bienestar laboral y la equidad de género, impulsado por políticas organizacionales de salud mental y programas de liderazgo femenino. Sin embargo, dado que las soluciones actuales suelen limitarse a formatos tradicionales, existe una apertura en las organizaciones hacia la incorporación de recursos creativos. Esto posiciona al kit como una propuesta emergente y necesaria para acompañar procesos de desarrollo y reflexión emocional.



Competencia: directa e indirecta del producto

La competencia directa del producto está conformada por libros o cuadernos de trabajo de autoayuda que aborden el fortalecimiento del desarrollo personal y el liderazgo femenino, los cuales son utilizados por mujeres como recursos individuales para gestionar temas como la inseguridad y la autoexigencia.

Fortalezas

- Fácil acceso y disponibilidad en librerías y plataformas digitales.
- Uso individual, sin necesidad de una mediación externa.

Debilidades

- Aborda una teoría muy compleja sin acompañamiento visual.
- Experiencias poco interactivas y no siempre responde a procesos emocionales específicos.

La competencia indirecta está conformada por talleres presenciales, sesiones de coaching o terapia psicológica que abordan el síndrome del impostor y la inseguridad en mujeres desde un enfoque más terapéutico o institucional.

Fortalezas

- Acompañamiento profesional e intervenciones personalizadas.
- Impacto emocional a corto plazo.

Debilidades

- Resultados complicados de sostener sin acompañamiento continuo.
- Alto costo económico y dependencia de agendas de las personas que imparten estos servicios.

Análisis del proceso de compra

1. Reconocimiento de la necesidad.

La usuaria identifica una inseguridad persistente ante el liderazgo, y experimenta una autoexigencia extrema, además de una dificultad para reconocer logros y miedos de no estar a la altura del cargo dentro de la organización.

4. Decisión de compra.

Decide realizar la compra del producto cuando percibe que el kit dialoga directamente con su experiencia, valida sus emociones y le ofrece un espacio en el cual se sienta segura para iniciar un proceso personal.

2. Búsqueda de información.

Identificando su incomodidad, inicia una búsqueda de herramientas que le ayuden a comprender lo que le ocurre y cómo tratar esta. La usuaria prioriza recursos accesibles, privados y compatibles con su rutina laboral intensa. Investiga contenidos acerca del liderazgo femenino, síndrome del impostor y bienestar emocional mediante libros, artículos o recomendaciones internas dentro de su entorno laboral. En esta fase la usuaria sólo contextualiza su experiencia.

3. Evaluación de alternativas.

Una vez contextualizada su problemática, comienza a comparar distintas opciones disponibles como libros, cursos, sesiones psicológicas, o mentorías; luego evalúa alternativas según sus criterios personales como la profundización del tema, afinidad con su realidad y aplicación de ejercicios. Se le presenta el kit, el cual se posiciona como una opción diferente al ofrecer una experiencia guiada y visual, la cual combina la reflexión, contexto, autodiagnóstico y acompañamiento sin requerir una exposición pública, ni mucho gasto de por medio.

5. Uso y experiencia.

La usuaria interactúa con el kit de manera no lineal y lo puede realizar en distintos momentos sin alterar su rutina laboral. El valor del producto se construye en la medida en que permite reconocer patrones internos, resignificar logros y fortalecer su autopercepción acompañando su transición hacia el puesto de liderazgo.

6. Evaluación posterior.

Tras su experiencia con el kit, la usuaria evalúa el impacto del producto en su bienestar emocional y profesional. Si la usuaria percibe una mejora en su autoconfianza y logra recuperar parte de su identidad, el kit se convertirá en un recurso de referencia personal, con una alta recomendación en círculos cerrados como compañeras de trabajo, mentorías, o espacios corporativos, siendo así una herramienta de acoplamiento en procesos de liderazgo.

Análisis del proceso de uso

La experiencia con el kit inicia con la aproximación y apertura, donde el diseño editorial y el packaging validan emocionalmente a la usuaria para la exploración personal. A esto le sigue una etapa de exploración progresiva y no lineal, cuya estructura flexible permite navegar los elementos según el estado emocional y la disponibilidad de tiempo de cada mujer. Durante la identificación y diagnóstico, la interacción con dinámicas de lectura y autoobservación permite reconocer las tipologías del síndrome del impostor y sus patrones asociados al rol profesional.

Posteriormente, el proceso se profundiza en el registro y seguimiento personal, fase en la cual la usuaria traza activamente su experiencia y visibiliza los cambios en su autopercepción. Finalmente, el cierre y reuso plantea el kit no como un producto limitado, sino como un recurso de consulta permanente, diseñado para ser revisitado ante posibles recaídas en el proceso de reconstrucción de la identidad y la autoconfianza.



2.4

Definición de Contenidos

Dentro de la definición de contenidos, se establecen los productos que componen el kit, especificando para cada uno su descripción, el contenido que integra, el formato en el que se presentará y el objetivo que cumple dentro del sistema editorial. Además, funciona como una hoja de ruta conceptual que traduce las necesidades detectadas en el análisis del usuario en piezas concretas y articuladas entre sí.



Contenido del kit	Descripción del producto	Contenido	Formato	Objetivo
Mapa de identidad emocional	Mapa tipo calendario, en el cual, la mujer va a trazar su propio recorrido mediante la interacción de los demás productos.	Ruta o camino que recorre la mujer.	Poster plegado infográfico (tipo mapa turístico)	La mujer traza su propio recorrido emocional mediante cada estación y zona, a medida que interactúa con cada producto del kit.
		Estaciones las cuales la mujer tiene que pasar.		
		Zonas seguras		
		Zonas de dudas		
Guía para tomar el test del síndrome del impostor + identificación de tipología	<p>Información sobre el síndrome en general + test del síndrome del impostor.</p> <p>Información sobre las diferentes tipologías de este síndrome</p>	Información importante y puntual del síndrome de la impostora	Cuadernillo A6 con troquelado	Proporciona información y contextualización a la mujer sobre el síndrome de la impostora. Ayuda a identificar su tipo de síndrome.
		Test para identificar si padece de este síndrome		
		Descripción puntual de cada tipología		
Cuaderno de ejercicios y actividades según grupo de tipologías + códigos QR de música o sonidos para acompañar en el proceso	Ejercicios y actividades a realizar, se complementarán con sonidos o música específica para las actividades.	Ejercicios y actividades	Cuaderno A6	Proporciona una experiencia de aprendizaje y reflexión multisensorial la cual combina la ejecución de actividades prácticas con estímulos auditivos específicos. El objetivo es facilitar la regulación emocional y el enfoque cognitivo de la mujer a través de una atmósfera sonora que complementa el trabajo de reflexión escrita.
		Códigos QR de música y sonidos recomendados		



Contenido del kit	Descripción del producto	Contenido	Formato	Objetivo
Bitácora de pensamientos y estado de ánimo	Su función es para hacer journaling diario. Se describen su día a día en su entorno laboral, sus pensamientos, identificación de estados de ánimo o lo que ella desee escribir.	Guía de preguntas para escribir	Cuaderno A6 de formato compuesto con inserto anidado	Fomenta el enfoque cognitivo y la reducción de la fatiga mental mediante el uso de recursos multimedia integrados. El objetivo es potenciar el impacto de los ejercicios a través de una experiencia inmersiva que favorezca la calma y la introspección
		Rueda de emociones específicas		
		Secciones de journaling con registro de métrica emocionales		
Tarjetas zona segura + zona de duda	Set de tarjetas de gestión emocional: la "Zona Segura" facilita el acceso a ejercicios de mindfulness mediante códigos QR, mientras que la 'Zona de Duda' se centra en la reprogramación positiva mediante afirmaciones.	Tarjetas con códigos QR con meditaciones y ejercicios mindfulness	Tarjetas tipo tarot (7 x 12 cm)	Proporciona a la mujer una herramienta de contención emocional inmediata y reprogramación cognitiva. El objetivo es facilitar el acceso a recursos de regulación en momentos de crisis y sustituir narrativas de insuficiencia por afirmaciones de validación profesional, permitiendo que la usuaria recupere su seguridad.
		Tarjetas con afirmaciones positivas		
Stickers	Sirve como marcador para el mapa de identidad emocional, la mujer va viendo su propio recorrido y proceso. También sirve como un complemento dentro del kit.	Ejercicios y actividades	Set de adhesivos para marcación y decoración.	Facilitar la visibilización del recorrido emocional y el reconocimiento de logros mediante la marcación de hitos en el mapa de identidad.

Tabla 1
Definición de contenidos del producto editorial multimedia



2.5

Proceso de Diseño y Hoja de Ruta

El proceso de diseño y la hoja de ruta presentan la planificación metodológica que guiará el desarrollo formal del kit. Ambas herramientas funcionan de manera complementaria para garantizar que el proceso de diseño se desarrolle de forma ordenada, progresiva y coherente con los objetivos del proyecto.

2.5.1 Hoja de Ruta

Presenta de manera visual y secuencial las etapas que estructuran el proceso de diseño del kit. Esta herramienta permite visualizar el proceso en su totalidad, estableciendo un orden lógico y progresivo que garantiza la coherencia entre las distintas fases del proyecto y facilita la toma de decisiones en cada etapa del desarrollo formal.



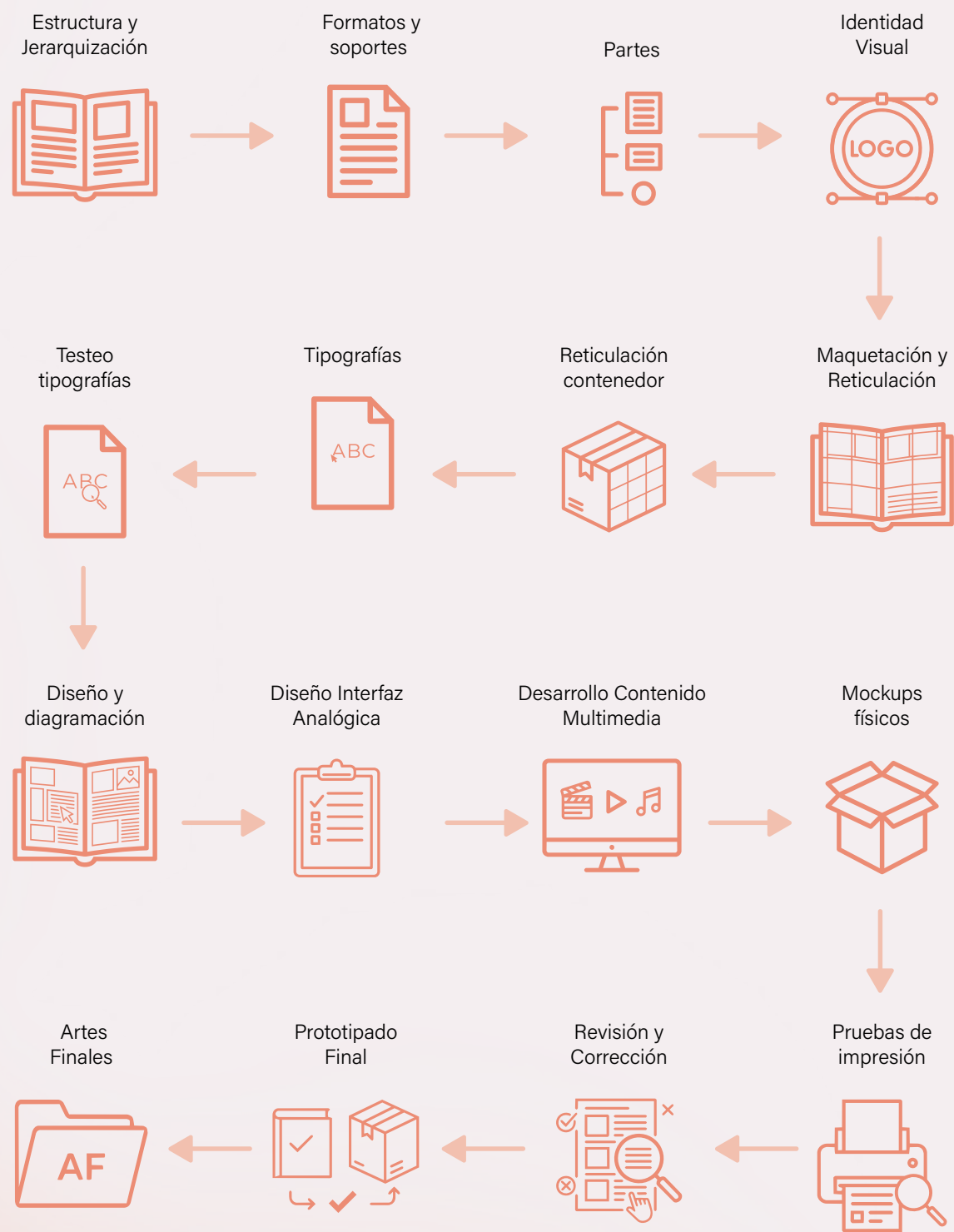


Figura 30
Hoja de Ruta: Proceso para el diseño del kit editorial multimedia

2.5.2 Proceso de Diseño

Se presenta mediante un diagrama de Gantt que organiza y distribuye las actividades del proyecto en el tiempo. Esta herramienta permite visualizar la distribución de la carga de trabajo a lo largo del tiempo, identificar las actividades que se desarrollan de manera simultánea y establecer los plazos necesarios para cumplir con los objetivos del proyecto dentro del cronograma establecido.

Diagrama de Gantt	Febrero				Marzo				Abril				Mayo	
Actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
1. Estructura y Jerarquización: Definir el orden de lectura de los 6 productos (Mapa, Guía, Cuaderno, Bitácora, Tarjetas, y Stickers).	X													
2. Definición de Formatos y Soportes: Selección de papeles (gramajes para el mapa plegado)	X													
3. Totalidad-partes: Guía, cuaderno de ejercicios y actividades, y Bitácora de pensamientos y estado de ánimo	X													
4. Identidad Visual del Kit (Naming y Marca): Creación del concepto gráfico que unifique todos los elementos.		X												
5. Maquetación y Reticulación: Diseño para los cuadernos A5 y la estructura infográfica del mapa.		X	X											
6. Reticulación Contenedor: Planos mecánicos para el empaque del kit.			X	X	X									



Diagrama de Gantt	Febrero				Marzo				Abril				Mayo	
Actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
7. Tipografías y Estilo: Selección y jerarquía tipográfica.			X											
8. Testeo de tipografías, cuerpos de texto, mancha tipográfica				X										
9. Diseño y diagramación del producto					X	X	X	X	X					
10. Diseño de Interfaz Analógica (Troqueles y Mecanismos): Diseño de el inserto anidado de la bitácora.						X	X							
11. Desarrollo de Contenido Multimedia: Generación de los códigos QR para las listas de reproducción y meditaciones.							X							
12. Prototipado en Blanco (Mockups físicos): Verificación de que todos los elementos quepan físicamente en el contenedor.										X				
13. Pruebas de impresión y pruebas de color										X				
14. Revisión y Corrección: Últimos ajustes de texto y diseño.											X			
15. Prototipado Final: Construcción del kit completo (físico y multimedia).												X		
16. Artes Finales												X	X	

Tabla 2
Diagrama de Gantt



2.6

Conclusiones del Capítulo

En coherencia con esto, las decisiones sobre formato, estructura modular, recursos multimedia y lenguaje visual no responden únicamente a criterios estéticos, sino estratégicos y funcionales, alineándose con el siguiente capítulo, donde se profundizará en el *brief* creativo, la definición de contenidos y el proceso de diseño como respuesta concreta a las necesidades detectadas. Por otro lado, el análisis competitivo y tendencias de mercado abordadas en el *brief*, confirman una oportunidad en el mercado para las propuestas de diseño que integren la psicología y experiencias tangibles dentro del sector corporativo.

A partir de esto, las decisiones sobre los formatos, los recursos multimediales y lenguaje visual, además de responder a criterios estéticos, responden a criterios funcionales; los cuales, en el siguiente capítulo, se abordarán dentro del proceso de ideación del producto y se dará inicio al desarrollo formal del diseño, traduciendo los contenidos conceptuales y estratégicos a la propuesta de diseño.









Capítulo 3

Ideación





3.1

Introducción al capítulo

En este capítulo se desarrollan las ideas del proyecto, con el objetivo de definir la dirección estética del kit a partir de los hallazgos obtenidos en los capítulos anteriores. El proceso inició con una revisión del mapa de empatía y el brief del producto, con el fin de establecer las consideraciones y restricciones que debía cumplir la propuesta visual. A partir de estos criterios, se exploraron diez direcciones estéticas, cada una fundamentada conceptualmente en relación con la temática del síndrome del impostor y las necesidades de la usuaria.

Para seleccionar la propuesta más adecuada, se aplicó una tabla de evaluación organizada en tres bloques de criterios. Los resultados de esta evaluación determinaron la integración de las tres propuestas con mayor puntaje en una única dirección estética, que constituye la base visual del kit.



3.2

Proceso de generación de ideas

Para el desarrollo del kit se optó por iniciar con una fase de ideación orientada a definir la estética del producto. Sin embargo, previo a la generación de ideas, se revisó el mapa de empatía y el *brief* del producto con el objetivo de establecer las consideraciones y restricciones que debe cumplir el kit. A partir de esta revisión, se identificaron los siguientes criterios que orientaron el proceso de ideación:

- Los productos deben alejarse de una estética corporativa y formal, optando por un lenguaje visual más amable y cercano a la usuaria.
- El contenedor y los productos deben ser prácticos y de un formato que la usuaria pueda llevar consigo sin dificultad.
- El kit no tiene un tiempo límite de uso, sin embargo, se recomienda un ritmo progresivo para que el proceso sea efectivo.
- El lenguaje visual y textual debe evitar la infantilización, considerando que la usuaria es una profesional con trayectoria y experiencia.
- La tipografía debe priorizar la legibilidad y el descanso visual, tomando en cuenta que la usuaria pasa gran parte de su jornada laboral frente a pantallas.

Una vez establecidos estos criterios, se procedió a explorar distintas direcciones estéticas para el kit. El proceso de selección consideró que la propuesta visual debía alejarse del entorno laboral de la usuaria, generando un contraste con la exigencia y la presión propias de su contexto profesional. Al mismo tiempo, se buscó que la estética transmitiera calma, cercanía y calidez, funcionando como un espacio simbólico de descanso y reflexión. Otro criterio determinante fue la coherencia conceptual, la propuesta visual debía tener sentido con la naturaleza del síndrome del impostor y reforzar la idea de que el kit es un acompañamiento en el proceso de transición hacia roles de liderazgo, no una herramienta de evaluación ni de corrección. A continuación, se presentan diez moodboards que recogen las primeras propuestas de estéticas.



3.2.1 Uso de gradientes o degradados

Se construye a partir de degradados suaves y difusos que generan efectos de aura o neblina. Visualmente, busca representar la naturaleza no lineal del síndrome del impostor, las transiciones entre estados emocionales que no son abruptas sino graduales, y que muchas veces coexisten. La difuminación de los límites entre colores simboliza la complejidad interna de la experiencia de la impostora y, al mismo tiempo, evoca el proceso de reconstrucción identitaria.



Figura 31
Recopilación de piezas gráficas del uso de gradientes

3.2.2 Estilo Naive

Estética de trazo libre y color vibrante, cercana a lo infantil y lo crudo. Su uso intencional en un contexto corporativo funciona como una estrategia de contraste al alejarse de los códigos visuales formales. El objetivo es facilitar una reconexión emocional con aspectos más internos e intuitivos de su identidad, aquellos que suelen quedar suprimidos bajo la presión del rol profesional.



Figura 32
Recopilación de piezas gráficas del estilo naive

3.2.3 Cartografía emocional

Esta propuesta toma el lenguaje visual de los mapas topográficos y las coordenadas geográficas para trasladarlo a una dimensión interna. Las curvas de nivel, las capas y los sistemas de referencia dejan de representar un territorio físico para convertirse en una metáfora del territorio personal de la usuaria: su identidad, su confianza y su autoeficacia como procesos dinámicos y en constante transformación.

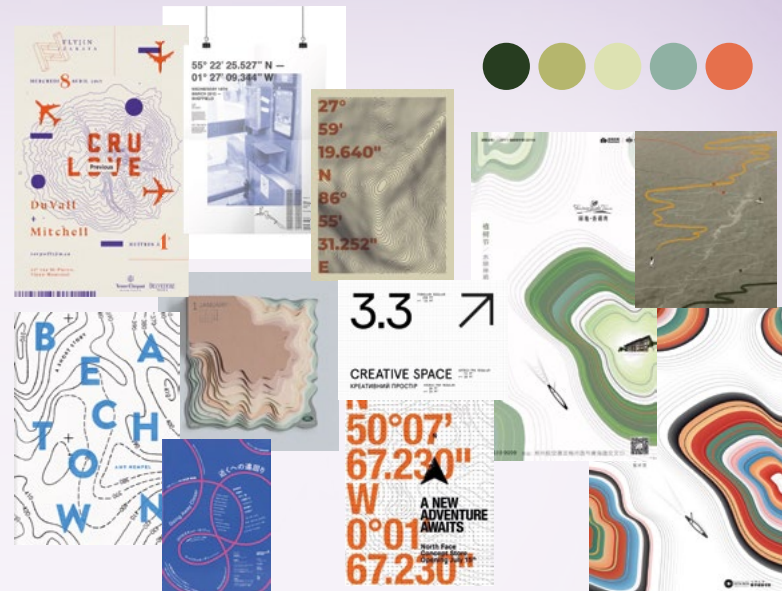


Figura 33
Recopilación de piezas gráficas con cartografías incluidas

3.2.4 Rompecabezas y conexiones

Se construye a partir de formas modulares que encajan entre sí, evocando la lógica visual del rompecabezas. Representa que la identidad y la confianza no desaparecen en el síndrome del impostor, sino que se fragmentan ante contextos de presión o transición. Las piezas siguen existiendo, siguen siendo parte del todo, solo necesitan ser reconocidas y reubicadas.



Figura 34
Recopilación de piezas gráficas con rompecabezas y conexiones incluida

3.2.5 Abstracción de Capas

Esta propuesta se basa en la superposición de formas translúcidas que, al cruzarse, generan nuevos colores y profundidades. Las formas orgánicas que la componen sugieren procesos en constante transformación, coherentes con la naturaleza cambiante y no lineal del síndrome del impostor. La transparencia y la superposición funcionan como una metáfora visual de las distintas dimensiones que coexisten en la experiencia de la mujer en liderazgo.



Figura 35
Recopilación de piezas gráficas con abstracción de capas

3.2.6 Minimalismo Estructural

Se construye a partir de líneas extremadamente finas, amplios espacios negativos y tipografías con mucho aire. La intención es generar un entorno visual de contención y calma que contraste con el contexto de alta exigencia que experimenta la usuaria. Considerando que la mujer en proceso de liderazgo enfrenta una sobrecarga constante, tanto laboral como emocional.



Figura 36
Recopilación de piezas gráficas minimalistas

3.2.7 Flat Design

Esta propuesta se construye a partir de formas geométricas planas y colores sólidos. Su objetivo es traducir un fenómeno complejo en un lenguaje visual claro, accesible y estructurado, evitando la saturación simbólica que podría desviar la atención de la usuaria. Al simplificar la forma y el color, el diseño permite que la energía de quien interactúa con el kit se dirija hacia el contenido reflexivo y no hacia la interpretación visual.



Figura 37
Recopilación de piezas gráficas incluyendo ilustraciones tipo flat design

3.2.8 Linealidad Fluida

Parte de un trazo único o líneas que se entrecruzan sin interrupción. La continuidad del trazo funciona como una metáfora de la coherencia interna que persiste incluso en los momentos de mayor caos emocional y profesional. Por más fragmentada que pueda sentirse la experiencia de la impostora, siempre existe un hilo conductor que sostiene la identidad de la mujer.



Figura 38
Recopilación de piezas gráficas empleando líneas continuas distorsionadas

3.2.9 Bordes y ornamentos orgánicos

Se caracteriza a partir de líneas curvas, fluidas y asimétricas inspiradas en la naturaleza. En contraste con el entorno corporativo rígido y jerárquico en el que se desenvuelve la usuaria, estas formas generan un espacio visual de contención y calma. Considerando que la mujer en proceso de liderazgo enfrenta una sobrecarga constante, presión por resultados y autoexigencia extrema, la fluidez y la asimetría de esta estética evitan deliberadamente la saturación visual.



Figura 39
Recopilación de piezas gráficas empleando bordes y ornamentos orgánicos

3.2.10 Botánica Simbólica

Se basa en elementos orgánicos detallados, como flores y plantas, que funcionan como metáforas visuales del proceso que atraviesa la usuaria. Lo botánico hace referencia de manera simbólica al crecimiento, la transformación y la resignificación de lo femenino dentro del liderazgo. Así como cada flor tiene sus propios tiempos, condiciones y formas de desarrollarse, cada mujer vive su proceso de reconstrucción de confianza e identidad de manera única e irreductible.



Figura 40
Recopilación de piezas gráficas empleando gráficos florales

3.3

Evaluación de ideas

Para evaluar las diez propuestas estéticas se elaboró una tabla de criterios organizada en tres bloques. El primer bloque corresponde a la alineación con el perfil y las necesidades emocionales de la usuaria, y evalúa la conexión emocional con la usuaria, la representación del conflicto interno, la sensación de contención y seguridad, y el lenguaje visual accesible y no intimidante. El segundo bloque corresponde al cumplimiento de los objetivos del proyecto, y evalúa la comunicación del concepto central, el apoyo en la identificación del síndrome, y la facilitación de una experiencia reflexiva y progresiva.

El tercer bloque corresponde al grado de originalidad, y evalúa el riesgo o creativo controlado y la escalabilidad y consistencia del sistema visual. Cada criterio se califica mediante una escala de valoración de cinco niveles: 1, no cumple; 2, cumple parcialmente; 3, cumple adecuadamente; 4, cumple satisfactoriamente; y 5, cumple de manera óptima. La suma de todos los criterios arroja un puntaje máximo de cincuenta puntos por propuesta.



Estéticas					
	1. Uso de gradientes	2. Estilo naive	3. Cartografía emocional	4. Rompecabezas y conexiones	5. Abstracción en capas
Criterio	1. Alineación con el perfil y necesidades emocionales del usuario				
1.1 Conexión emocional con la usuaria	4	3.5	5	4	5
1.2 Representación del conflicto interno	5	5	4	4	5
1.3 Sensación de contención y seguridad	4	4	2.5	3.5	5
1.4 Lenguaje visual accesible y no intimidante	5	5	4	4	4
	2. Cumplimiento de objetivos del proyecto				
2.1 Comunicación del concepto central	5	4.5	5	5	4
2.2 Apoya la identificación del síndrome	5	4.5	4.5	5	5
2.3 Facilita el proceso de reflexión	4.5	4	3	5	5
2.4 Facilitación de la experiencia reflexiva	5	4	5	5	5
	3. Grado de originalidad				
3.1 Riesgo creativo controlado	3.5	4.5	4	3.5	4
3.2 Consistencia del sistema visual	5	5	5	4	5
Total/50	46	44	42	43	47



Estéticas					
	6. Minimalismo estructural	7. Flat design	8. Linealidad fluida	9. Bordes orgánicos	10. Botánica simbólica
Criterio	1. Alineación con el perfil y necesidades emocionales del usuario				
1.1 Conexión emocional con la usuaria	5	3.5	4	2.5	4
1.2 Representación del conflicto interno	3.5	3	5	3	4.5
1.3 Sensación de contención y seguridad	5	4	3.5	4	5
1.4 Lenguaje visual accesible y no intimidante	4	3	4	3	4
	2. Cumplimiento de objetivos del proyecto				
2.1 Comunicación del concepto central	3	2	5	2	4.5
2.2 Apoya la identificación del síndrome	4.5	3	4	3	5
2.3 Facilita el proceso de reflexión	5	4	5	2	4
2.4 Facilitación de la experiencia reflexiva	5	4	5	3	5
	3. Grado de originalidad				
3.1 Riesgo creativo controlado	3	3	3.5	2.5	4.5
3.2 Consistencia del sistema visual	5	4	5	3	5
Total/50	43	33.5	44	28	45.5

Tabla 3
Tabla de criterios para la evaluación de propuestas estéticas



Criterios	
1. Alineación con el perfil y necesidades emocionales del usuario	
1.1 Conexión emocional con la usuaria	La estética dialoga con una mujer líder que vive tensión interna y autocrítica. Se siente madura, no infantil ni excesivamente terapéutica.
1.2 Representación del conflicto interno	La estética logra expresar dualidad, tensión, proceso, transformación o introspección.
1.3 Sensación de contención y seguridad	Transmite calma estratégica en lugar de ansiedad visual.
1.4 Lenguaje visual y no intimidante	No usa tecnicismos visuales ni discursos comerciales vacíos. Tono amigable, cálido y profesional.
2. Cumplimiento de objetivos del proyecto	
2.1 Comunicación del concepto central	La estética transmite visualmente el proceso de reconstrucción de identidad y el fortalecimiento de la autoconfianza.
2.2 Apoya la identificación del síndrome	La estética facilita que la usuaria se reconozca sin sentirse atacada.
2.3 Facilita el proceso de reflexión	Invita a la introspección sin generar rechazo.
2.4 Facilitación de la experiencia reflexiva	Navegación no lineal del kit y las distintas fases del recorrido emocional. No satura ni interrumpe el proceso introspectivo del usuario.
3. Grado de originalidad	
3.1 Riesgo creativo controlado	Es innovadora sin volverse confusa o excesivamente conceptual.
3.2 Consistencia del sistema visual	La identidad visual puede aplicarse de manera coherente en todos los productos del kit

Tabla 4
Tabla de descripción de los criterios para la evaluación de propuestas estéticas

Tras aplicar la tabla de criterios, las tres propuestas con mayor puntaje fueron la abstracción de capas con 47 puntos, el uso de gradientes con 46 puntos y la botánica simbólica con 45,5 puntos.



3.4

Idea final

Tras el proceso de evaluación, se optó por integrar las tres propuestas con mayor puntaje en una única dirección estética, combinando el uso de gradientes y la abstracción de capas con el valor metafórico de los elementos botánicos aplicados a la temática del síndrome del impostor.

Esta decisión responde a la necesidad de traducir visualmente la complejidad del mundo interno de la usuaria. Los degradados representan la naturaleza no lineal de las emociones y los pensamientos, evidenciando que estos no son estados absolutos sino transiciones constantes entre la seguridad y la duda. La abstracción de capas alude a la construcción progresiva de la identidad y la autopercepción, entendida como un proceso compuesto por múltiples niveles que se superponen, se ocultan o se revelan con el tiempo.

Por su parte, la incorporación de elementos botánicos, específicamente flores, se vincula al crecimiento, la transformación y la sensibilidad, reforzando la idea de que el proceso personal no es inmediato ni rígido, sino orgánico y en evolución. En conjunto, estas tres decisiones configuran un sistema visual coherente que equilibra lo emocional y lo estructural, permitiendo representar de manera sutil y empática la experiencia del síndrome del impostor.

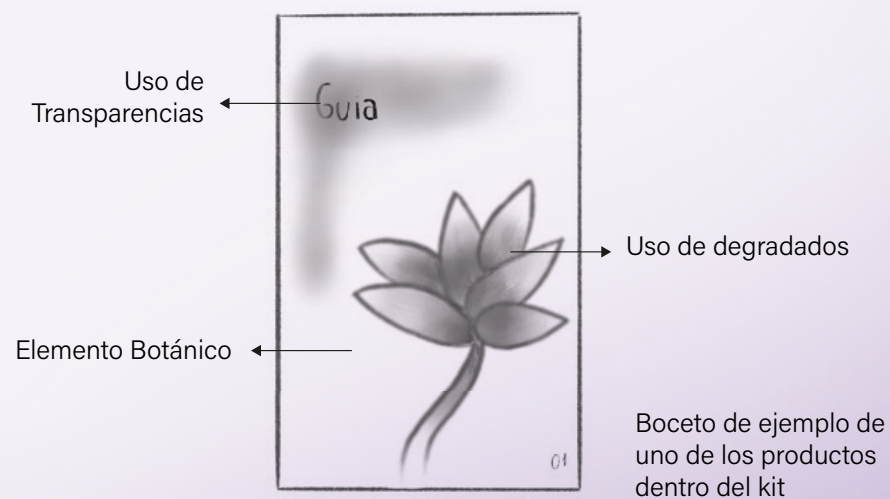


Figura 41
Boceto de la idea final

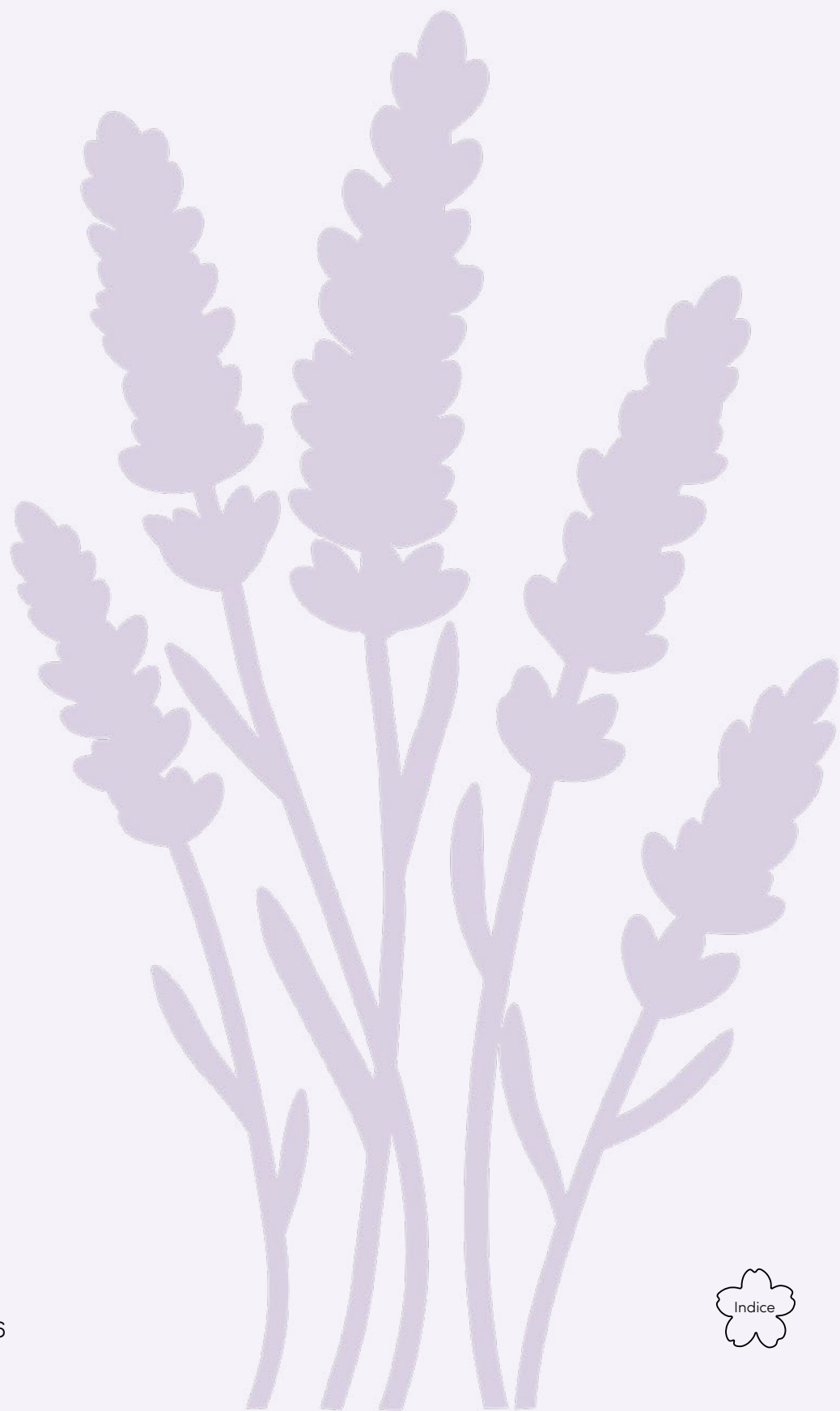
3.5

Conclusiones del Capítulo

A partir de la revisión de las herramientas de análisis del usuario, se establecieron los criterios y restricciones que debía cumplir la propuesta visual del kit. La exploración de diez direcciones estéticas, cada una fundamentada conceptualmente en relación con la temática del síndrome del impostor, permitió identificar mediante una tabla de evaluación organizada en tres bloques de criterios. Las propuestas con mayor coherencia conceptual y funcional fueron la abstracción de capas, el uso de gradientes y la botánica simbólica, las cuales se integraron en una única dirección estética capaz de traducir visualmente la complejidad emocional de la experiencia de la impostora.

En conjunto, las decisiones tomadas en esta fase sientan las bases para el desarrollo formal del diseño en el capítulo siguiente, donde los criterios estéticos, funcionales y simbólicos definidos se traducirán en el sistema de diseño completo del kit.







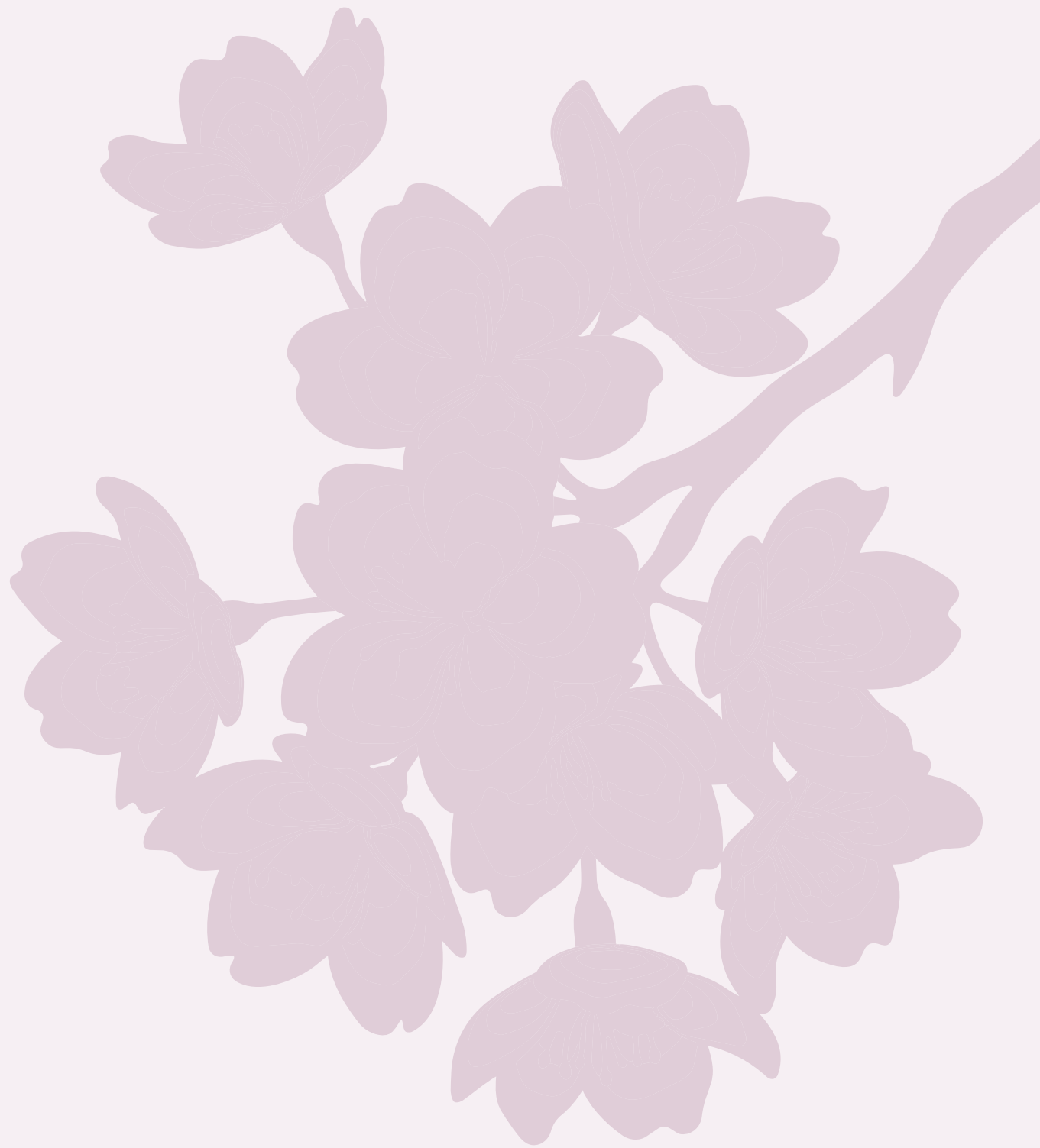




Capítulo 4

Diseño





4.1

Introducción al capítulo

En este capítulo se desarrolla la propuesta gráfica y editorial del proyecto, estructurando los distintos componentes que conforman el kit editorial multimedia orientado a mujeres con síndrome del impostor en procesos de liderazgo. A partir de los fundamentos conceptuales, teóricos y metodológicos previamente analizados, se establecen los criterios de diseño, el sistema visual y las aplicaciones gráficas que articulan la experiencia de la usuaria dentro del recorrido planteado.

Asimismo, se presentan las decisiones formales, funcionales y tecnológicas que sustentan la construcción del sistema editorial, considerando aspectos relacionados con la identidad visual, la narrativa gráfica, la organización del contenido, la interacción y la experiencia emocional de la usuaria. De esta manera, el capítulo expone el proceso de materialización del proyecto mediante el desarrollo de recursos editoriales, gráficos y multimedia concebidos para acompañar procesos de reflexión, autopercepción y reconstrucción identitaria.



4.2

Sistema de botánica simbólica

Como se estableció en el capítulo anterior, la dirección estética del kit incorpora elementos botánicos, específicamente flores, como recurso narrativo y de diferenciación visual. Para operativizar esta decisión, se asignó una flor específica a cada componente del kit, seleccionada en función de su significado simbólico y su coherencia con el propósito, contenido y tipo de experiencia que propone cada pieza.

Esta estrategia permite que cada producto tenga una identidad visual propia dentro de un sistema unificado, donde la botánica funciona como hilo conductor que construye una narrativa coherente a lo largo de todo el recorrido del kit. A continuación, se presenta la selección botánica para cada uno de los componentes.



Producto	Tipo de planta	Representación/ Significado	Contenido metafórico
Guía de inicio	Loto	Símbolo de conciencia y transformación	Al igual que el loto crece en el lodo pero florece limpio en la superficie, esta pieza parte del reconocimiento de la inseguridad no como una definición de la identidad, sino como el entorno desde el cual se inicia el crecimiento.
Cuaderno de práctica	Peonía	Vinculada al crecimiento interior y al autodescubrimiento.	Sus múltiples capas de pétalos que se abren de manera gradual funcionan como metáfora del proceso de trabajo que propone esta pieza, cada ejercicio es una capa que permite a la usuaria conocerse y comprenderse con mayor profundidad.
Bitácora de reflexión	Lavanda	Se asocia a la calma, el equilibrio emocional y la claridad mental	Su vínculo con la relajación y el bienestar emocional refuerza el propósito de esta pieza, invitar a la usuaria a detenerse, respirar y observar sus propios pensamientos con serenidad.
Tarjetas y Caja contenedora	Cerezo	Representa la calma, el equilibrio emocional y la claridad mental	La brevedad de su floración, significativa pero efímera, representa esos instantes que tienen el poder de transformar la percepción. Esta distinción se traduce visualmente en las dos tipologías de tarjetas: las de "zona segura" se ilustran con la flor en su estado de mayor apertura, mientras que las de "zona de duda" se representan con pétalos más apagados o en proceso de desintegración.

Tabla 5
Relación entre componentes del sistema editorial y su representación simbólica botánica



4.3

Sistemas de diseño



4.3.1 Formal

Formato.

Se definieron distintos formatos según la función de cada pieza dentro del kit: A6 (105 x 148 mm) para los productos editoriales, favoreciendo la lectura de la usuaria; A5 (148 x 210 mm) para el manual instructivo, permitiendo mayor claridad; A3 (297 x 420 mm) para el mapa, facilitando su visualización; y 70 x 120 mm para las tarjetas, pensadas para un manejo cómodo. En cuanto a los sustratos, se propone el uso de papeles mate que evitan reflejos y favorecen la lectura, con gramajes medios y altos que aportan durabilidad y una experiencia táctil coherente con el proyecto.

Además, se incorporan distintos acabados y soportes específicos según la función de cada componente. Las portadas de los productos editoriales utilizan material plegadizo de alto gramaje con acabado mate, reforzando la resistencia y la percepción de cuidado del objeto. Las tarjetas se plantean en formato manipulable de 70 x 120 mm, elaboradas en cartón especializado con acabado perlado nacarado. Asimismo, el sistema incorpora elementos complementarios como stickers adhesivos, un mapa desplegable y un sistema de contención física mediante *packaging* estructural.

Sistema Visual.

Se articula mediante la combinación de tres recursos gráficos que operan de manera complementaria. Los degradados suaves generan una atmósfera de transición y fluidez, las capas translúcidas aportan profundidad evocando la naturaleza multidimensional de la experiencia interna de la usuaria, y los elementos botánicos anclan simbólicamente cada pieza a su propósito dentro del recorrido. La integración de estos tres recursos configura un sistema visual orgánico y contemporáneo, capaz de sostener tanto la carga emocional del contenido como la claridad estructural que requiere el proceso. La dimensión material del sistema visual también se extiende a los acabados y formas de interacción física de cada pieza. El uso de superficies mate, elementos plegables y contenedores organizados por compartimentos busca reforzar la sensación de cercanía, resguardo y acompañamiento emocional durante la experiencia de uso.

Cromática.

Para la cromática se estableció una paleta derivada de los colores propios de las flores seleccionadas en el sistema de botánica simbólica, manteniendo una coherencia tonal entre todos los componentes para garantizar la unidad visual del sistema. Esto responde a la necesidad de construir un entorno cromático orgánico y sereno que funcione como un espacio de calma y contención para la usuaria. Asimismo, se estableció el uso de colores claros para los fondos, favoreciendo la legibilidad y el descanso visual dentro de cada pieza.

Tipografía.

Se estableció una jerarquía tipográfica que diferencia claramente el tratamiento de los títulos y el texto corrido. Para ambos niveles, títulos, subtítulos y cuerpo de texto, se optó por una tipografía *sans serif*, combinando variantes de esta familia con el fin de generar contraste y dinamismo visual. Esta elección responde a la necesidad de mantener un lenguaje claro, accesible y contemporáneo, acorde con la naturaleza del kit, cuyos contenidos requieren una lectura reflexiva y pausada.

Retícula.

El sistema de retícula se plantea como una estructura flexible que se adapta a los distintos productos, manteniendo coherencia en la organización visual. En los productos editoriales, se prioriza una composición de una sola columna con márgenes amplios, favoreciendo la legibilidad y generando áreas de descanso acordes al lenguaje gráfico. La jerarquía visual se define mediante la diferenciación entre títulos, subtítulos y texto corrido, así como por el uso del espacio en blanco, permitiendo una lectura clara y una experiencia íntima y accesible para la usuaria.



4.3.2 Funcional

El sistema de diseño funcional del kit está orientado a facilitar la comprensión, el acompañamiento y la interacción de la usuaria con el contenido. Cada componente cumple un rol específico dentro del proceso, la guía de inicio introduce y contextualiza la problemática, el cuaderno de actividades propone ejercicios de reflexión activa, la bitácora permite el registro emocional continuo, y las tarjetas funcionan como intervenciones puntuales de contención y reprogramación. Asimismo, la diferenciación visual mediante el sistema de botánica simbólica facilita la identificación de cada producto y refuerza la navegación coherente dentro del sistema.

La organización interna del *packaging* responde también a criterios funcionales de accesibilidad y jerarquización, permitiendo que cada componente tenga un espacio específico dentro del sistema. Esto facilita la identificación, almacenamiento y recorrido progresivo de las piezas, favoreciendo una interacción intuitiva y ordenada por parte de la usuaria. Del mismo modo, recursos complementarios como códigos QR, métricas emocionales y herramientas visuales de apoyo amplían la interacción más allá del formato editorial tradicional.

4.3.3 Tecnológico

La ejecución del proyecto se apoya en herramientas de diseño digital que garantizan la coherencia del lenguaje visual, empleando técnicas de superposición, control de opacidad y acabados precisos. Su materialización prioriza la durabilidad y la experiencia sensorial a través de una selección estratégica de soportes en diversos gramajes, cuyos acabados mate reducen el brillo para favorecer una lectura confortable. La producción integra procesos de impresión *offset*, laminados protectores y encuadernaciones especializadas, seleccionados minuciosamente según la función técnica y emocional de cada pieza.

En cuanto a la materialización física, se seleccionaron distintos sustratos y procesos de producción según las necesidades técnicas y sensoriales de cada componente. Para los productos editoriales se emplean papeles bond y *couché* mate de gramajes medios, favoreciendo tanto la escritura manual como la legibilidad. Las portadas utilizan plegadizo de aproximadamente 230 g con laminado protector mate, aportando rigidez y durabilidad. El mapa desplegable se plantea en papel *couché* de alto gramaje con plastificado delgado para facilitar su manipulación sin comprometer la resistencia del soporte.



4.4

Constantes y Variables



4.4.1 Constantes

Dentro de los productos, se mantiene una línea ilustrativa vectorial uniforme basada en representaciones botánicas digitales de apariencia suave y orgánica, construida mediante degradados difusos, bordes suaves, y transparencias parciales. Estos componentes visuales generan una atmósfera delicada coherente con el enfoque emocional del kit. De igual manera, el sistema mantiene una composición minimalista la cual se traduce en amplios espacios en blanco, jerarquías visuales limpias y una disposición equilibrada de los elementos, favoreciendo la legibilidad y la sensación de calma dentro de cada producto.

Otra constante a destacar es el uso predominante de fondos claros y desaturados, los cuales permiten priorizar los elementos botánicos y mantener una experiencia visual serena. Asimismo, se mantiene el uso de tipografías san serif con una una jerarquía constante entre títulos, subtítulos y cuerpo del texto, reforzando la claridad comunicacional del sistema.

Otro elemento que forma parte de las constantes, son los recursos gráficos secundarios derivados de las ilustraciones florales bases, como pétalos, siluetas, fragmentaciones botánicas y composiciones parciales, las cuales son utilizadas de manera recurrente en el contenido de los productos editoriales, portadas y tarjetas para extender visualmente el lenguaje del sistema. Finalmente, se conserva una lógica compositiva basada en la integración entre texto e ilustración, en donde los elementos gráficos no funcionan únicamente como decoración, si no como extensiones simbólicas del contenido emocional de cada producto.

4.4.2 Variables

La variable principal del sistema gráfico es el uso de las distintas especies botánicas simbólicas que fueron asignadas a cada producto editorial según su significado emocional. Cada flor elegida funciona como un identificador visual y conceptual de una etapa específica del recorrido de la usuaria. A partir de las ilustraciones florales principales, se generaron variaciones gráficas mediante cambios de escala, encuadre, fragmentación y disposición compositiva. Asimismo, algunas aplicaciones muestran ilustraciones completas, mientras otras utilizan acercamientos, siluetas, pétalos aislados o composiciones parciales que permiten ampliar el sistema sin perder la coherencia visual.

La cromática dentro del sistema gráfico de igual manera varía, ya que cada componente adopta distintas tonalidades derivadas de la flor elegida correspondiente. Aunque el sistema mantiene una paleta suave y armónica, las variaciones cromáticas permiten individualizar cada pieza y reforzar su identidad emocional. De igual manera esto se refleja en el color tipográfico de las portadas, el cual se adapta al tono más saturado presente en cada ilustración botánica.

Las aplicaciones gráficas también varían según el soporte y la función de cada producto. En los productos editoriales, predominan composiciones amplias, mientras que en las tarjetas se emplean estructuras más directas, integrando frases breves, códigos QR y recursos gráficos simplificados que facilitan la interacción rápida con la usuaria. Finalmente, el sistema gráfico contempla variaciones en la intensidad visual de los elementos gráficos, alternando entre composiciones más densas y otras más minimalistas según la carga emocional y funcional de cada pieza.

4.5

Desarrollo del Sistema Gráfico



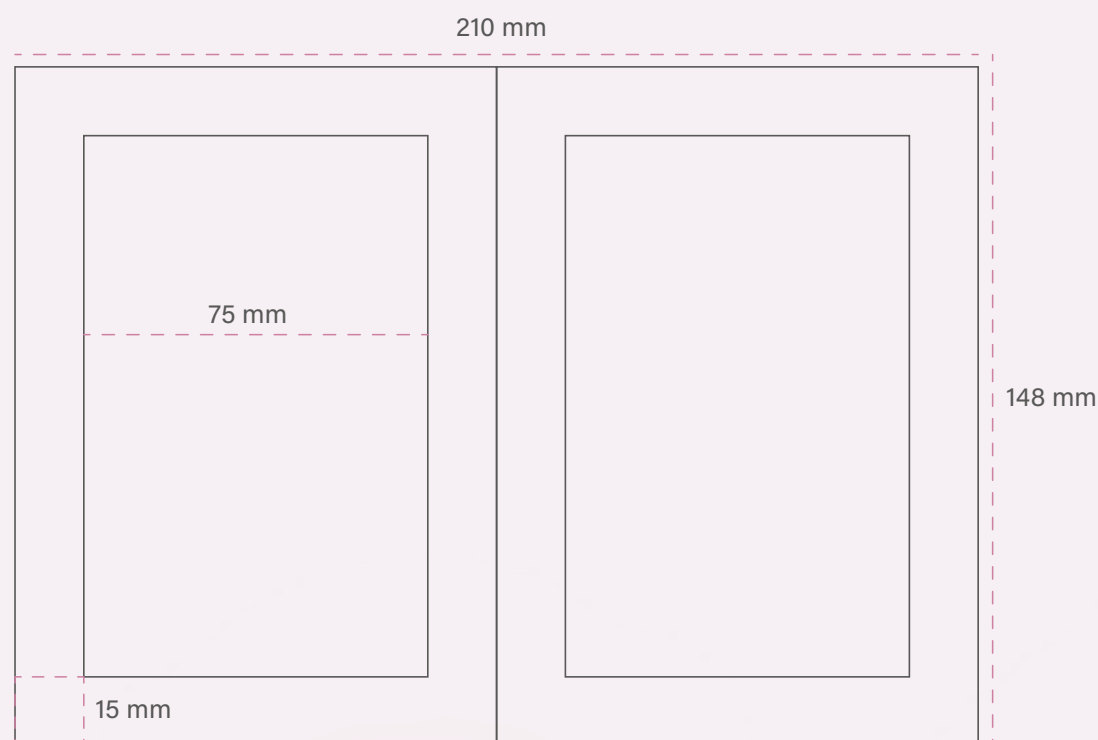
4.5.1 Formato y retícula

La estructura editorial se desarrolla en formato A6 (105 x 148 mm) para los productos editoriales y en formato de 70 x 120 mm para las tarjetas, dimensiones pensadas para facilitar una interacción cómoda y cercana con la usuaria. En los productos editoriales, la composición se organiza en una sola columna dentro de un pliego abierto de 210 x 148 mm, priorizando la claridad y la lectura continua.

La retícula se caracteriza por el uso de márgenes amplios y espacios de respiro que favorecen la legibilidad y permiten integrar de manera armónica los elementos gráficos del sistema visual. En el caso de las tarjetas, se mantiene una estructura simple y ordenada que conserva la coherencia gráfica y jerárquica del proyecto.

Productos del Kit

Productos editoriales



Tarjetas

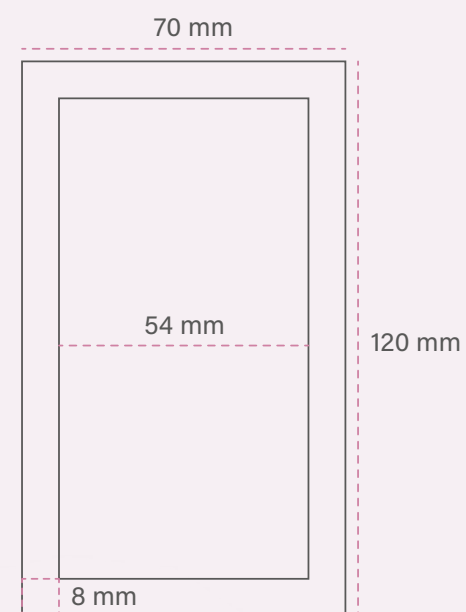


Figura 42
Retícula para productos editoriales

Adicionalmente, se definió un formato A3 (297 x 420 mm) para el mapa de identidad emocional, permitiendo disponer de un espacio amplio para la visualización de los contenidos, la interacción y el desarrollo de actividades de reflexión. Por su parte, el manual instructivo se desarrolló en formato A6 (105 x 148 mm), facilitando su integración dentro del kit y permitiendo una consulta práctica por parte de la usuaria durante el recorrido.

En el mapa de identidad emocional se estableció una retícula basada en un margen perimetral de 10 mm, proporcionando un área de seguridad que favorece la organización de los elementos gráficos y funcionales sin limitar el espacio de interacción. En el caso del manual instructivo, se definió un margen de 15 mm que garantiza una correcta disposición de los contenidos, facilita la lectura y mantiene coherencia con los criterios editoriales aplicados al resto de los componentes del sistema.

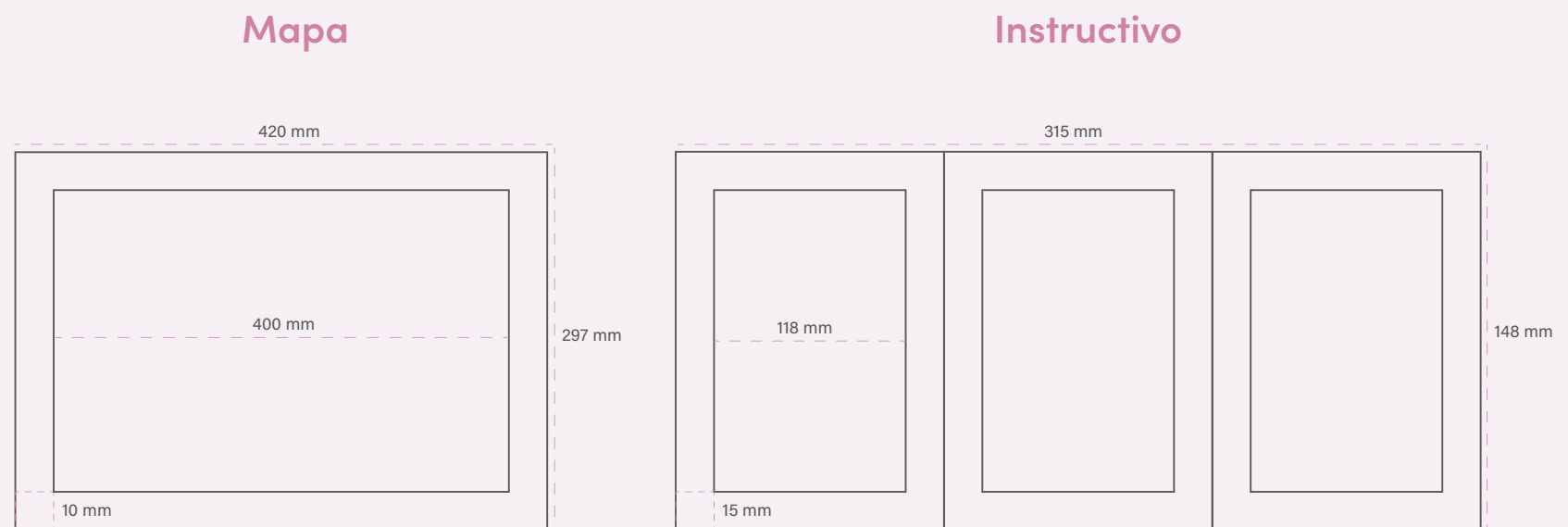


Figura 43
Retícula para mapa emocional e instructivo

4.5.2 Cromática

La cromática de las flores se desarrolló a partir de sus colores originales, respetando su identidad visual y natural de cada una. Para cada una se trabajaron variaciones tonales dentro de una misma gama cromática, aplicando cambios sutiles de saturación y luminosidad para la construcción de degradados.

Esto permitió generar profundidad y volumen sin romper la armonía general. La paleta resultante se caracteriza por transiciones suaves y equilibradas, evitando contrastes bruscos, de modo que todos los elementos conviven de manera coherente dentro de la composición.

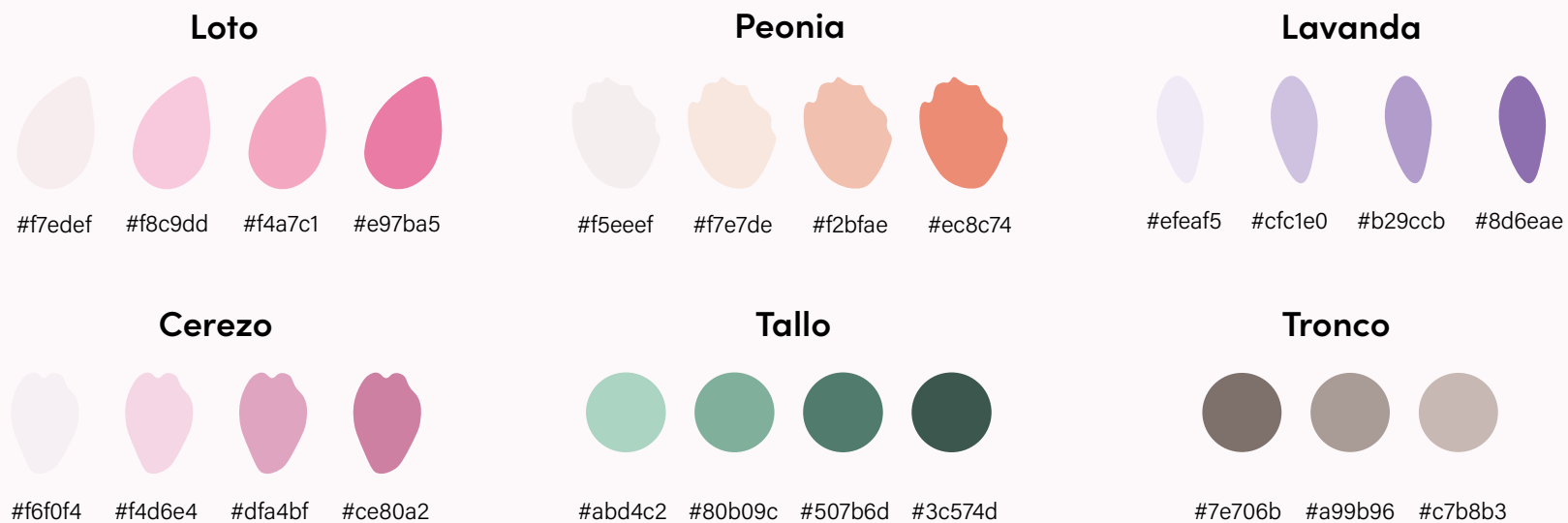


Figura 44
Paleta cromática del sistema gráfico: variaciones tonales por componentes botánicos

4.5.3 Tipografía

La propuesta tipográfica se basa en el uso de dos familias *sans serif* que permiten construir una jerarquía clara y coherente. Para títulos y subtítulos se emplea Sofia Pro en sus distintas variantes, aportando carácter y presencia visual; mientras que para el texto corrido se utiliza Acumin Pro, elegida por su alta legibilidad en tamaños reducidos.

En cuanto a la escala tipográfica, los títulos dentro de los productos editoriales se trabajan en 28 y 20 puntos, los subtítulos en 12 puntos, y el texto corrido en 9 y 7 puntos. Esta diferenciación de tamaños y pesos tipográficos permite organizar la información de manera clara, facilitando una lectura fluida y jerarquizada.

Titulos y Subtitulos

Sofia Pro Semi Bold

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Sofia Pro Regular

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Sofia Pro Light

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Titulos	Subtitulos
24 pts	16 pts
20 pts	12 pts

Texto Corrido
9 pts
7 pts

Texto Corrido

Acumin Pro Extra Light

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Acumin Pro Light

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Acumin Pro Medium

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Figura 45
Identidades tipográficas del sistema gráfico





Figura 46
Jerarquías tipográficas aplicados al producto editorial

4.5.4 Bocetos

Sistema botánico simbólico

Como parte del proceso de construcción del sistema gráfico, se desarrollaron bocetos iniciales en *lineart* de las flores seleccionadas, permitiendo explorar sus formas esenciales y establecer una base estructural para su posterior digitalización. A partir de estos bocetos se realizó la vectorización y aplicación de degradados, transparencias y capas de color, dando lugar a las ilustraciones finales integradas dentro del sistema visual.



Figura 47
Bocetaje del sistema de simbología botánica

Estructura y diagramación editorial

Se desarrollaron bocetos preliminares orientados a explorar la estructura, organización y diagramación de los productos editoriales. En la guía de inicio se realizaron propuestas para la composición del test de identificación del síndrome de la impostora, evaluando la disposición de preguntas, opciones de respuesta y recursos gráficos que facilitarían la interacción de la usuaria.

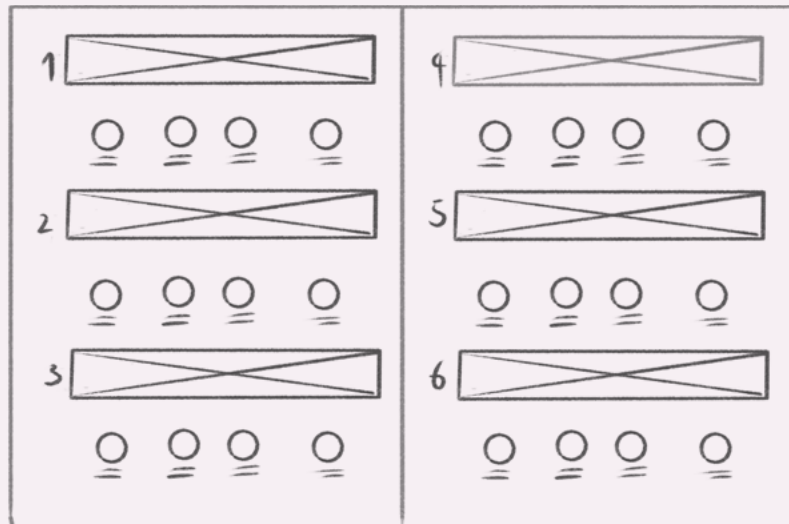


Figura 48
Boceto de diagramación para el test de identificación del síndrome de la impostora

Como parte del proceso de desarrollo del cuaderno de práctica, se realizaron bocetos orientados a definir la estructura visual y funcional de sus diferentes secciones. En una primera exploración se plantearon propuestas para los separadores de tipologías y para las páginas de actividades, estableciendo criterios de organización del contenido, jerarquía visual y acompañamiento gráfico.

Asimismo, se plantearon alternativas para los separadores de tipologías y las páginas informativas, definiendo jerarquías visuales, distribución de contenidos y criterios de navegación editorial. Estos bocetos permitieron establecer una base compositiva inicial que posteriormente fue refinada y adaptada al sistema gráfico definitivo del proyecto.

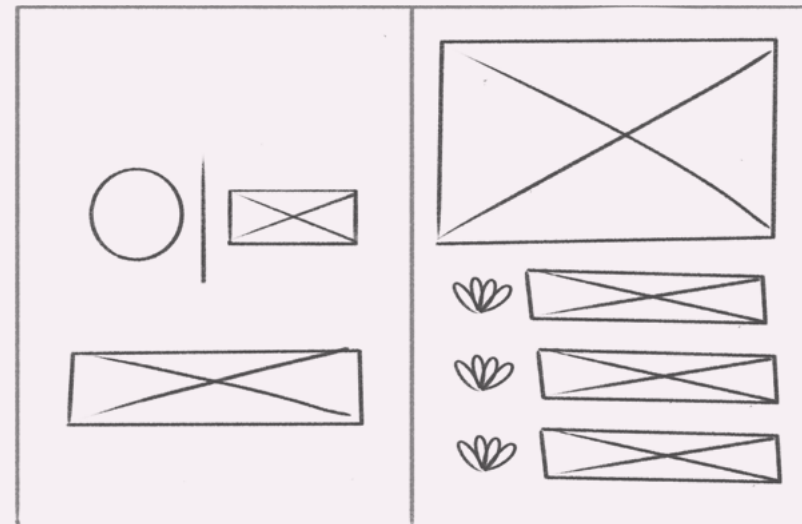


Figura 49
Boceto de diagramación para separador de tipología y página informativa

Posteriormente, se desarrollaron bocetos para las plantillas de escritura y las páginas de cierre de cada tipología, incorporando espacios de reflexión, registro personal y recursos multimedia complementarios mediante códigos QR. Estas exploraciones permitieron evaluar la experiencia de uso y consolidar una propuesta editorial coherente con los objetivos de introspección y acompañamiento.

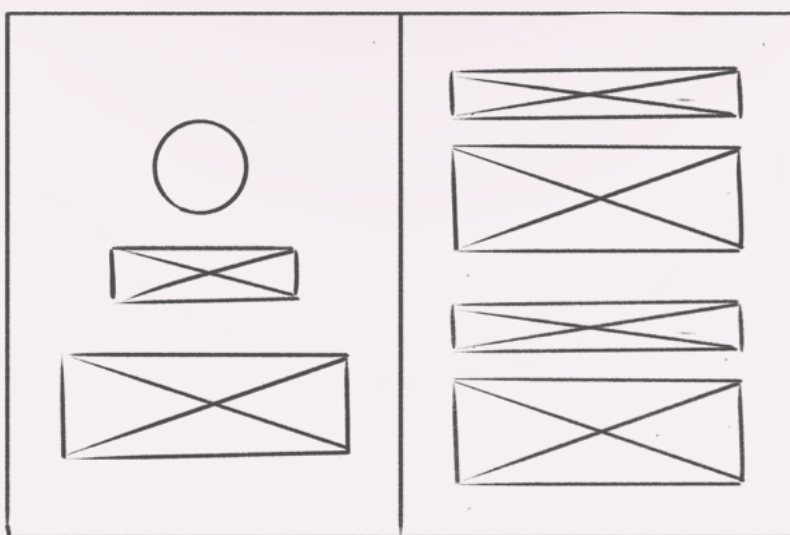


Figura 50
Boceto de diagramación para separador de tipografía y actividad práctica

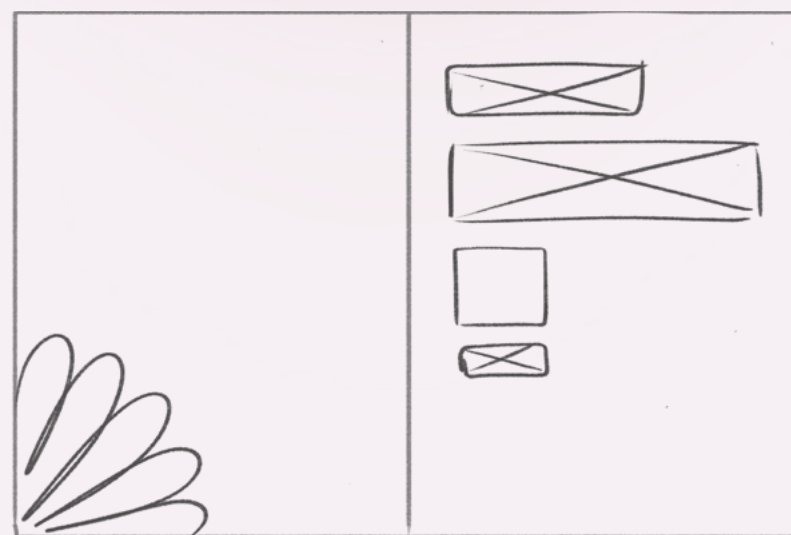


Figura 51
Boceto de plantilla de registro y página de cierre con recurso multimedia

Durante el proceso de desarrollo de la bitácora se realizaron bocetos preliminares orientados a definir la organización del contenido y los recursos funcionales del producto editorial. En una primera exploración se planteó la distribución de la información introductoria y la incorporación de la rueda de emociones como herramienta visual para la identificación de estados emocionales.

Posteriormente, se desarrollaron propuestas para las páginas de registro, integrando métricas visuales para el seguimiento emocional y plantillas de escritura destinadas a la reflexión y expresión personal. Estos bocetos permitieron establecer la estructura compositiva y funcional de la bitácora, garantizando coherencia con el sistema gráfico y los objetivos de acompañamiento emocional.

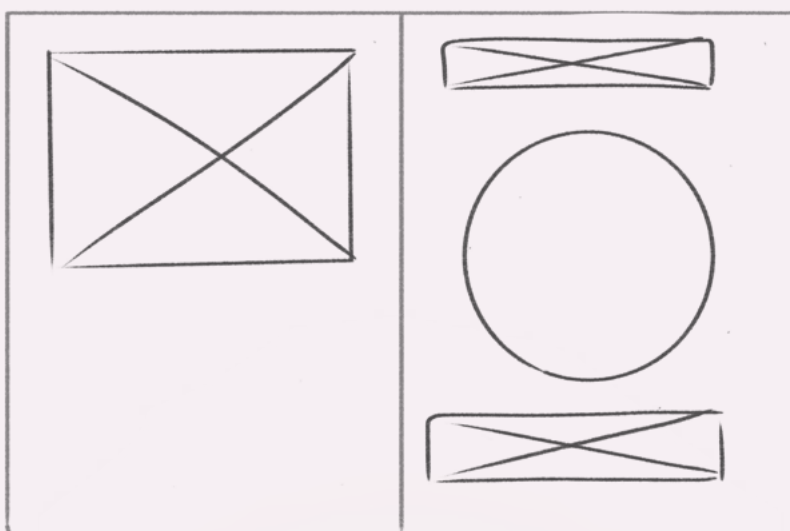


Figura 52
Boceto de diagramación para contenido introductorio y rueda de emociones

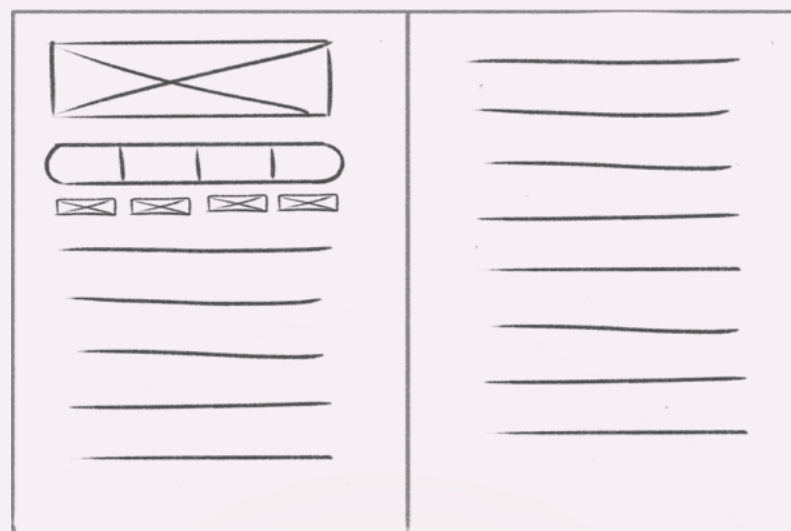


Figura 53
Boceto de plantilla de registro emocional y espacio de escritura

Sistema de tarjetas

Para el desarrollo de las tarjetas de acompañamiento emocional, se realizaron bocetos preliminares para definir su estructura visual, distribución de contenidos y lenguaje gráfico. Las propuestas exploraron las dos categorías principales del sistema, zona de duda y zona segura, incorporando afirmaciones, elementos botánicos simbólicos y recursos destinados a reforzar la experiencia de acompañamiento emocional. Estos bocetos permitieron evaluar la organización de la información, la relación entre texto e imagen y la integración de componentes interactivos, estableciendo las bases para el desarrollo final de las tarjetas dentro del sistema gráfico.

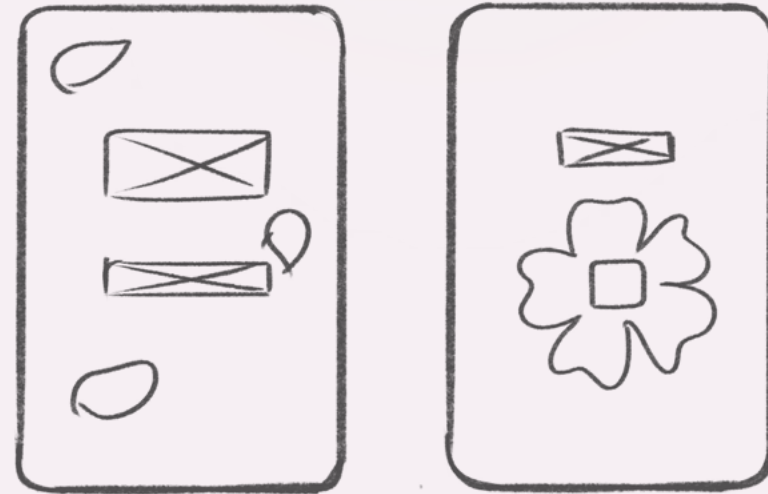


Figura 54
Boceto de tarjeta de acompañamiento emocional para la zona segura y de duda

Mapa de identidad

Los bocetos del mapa de identidad emocional permitieron explorar la organización visual y funcional de la herramienta, definiendo la distribución de sus componentes y el recorrido de interacción previsto para la usuaria. A través de estas propuestas iniciales se evaluaron aspectos relacionados con la jerarquía de la información, la integración de espacios de reflexión y la articulación entre los distintos elementos gráficos. Estas exploraciones sirvieron como base para consolidar una estructura clara y coherente con los objetivos de autoconocimiento y reconocimiento emocional planteados dentro del proyecto.

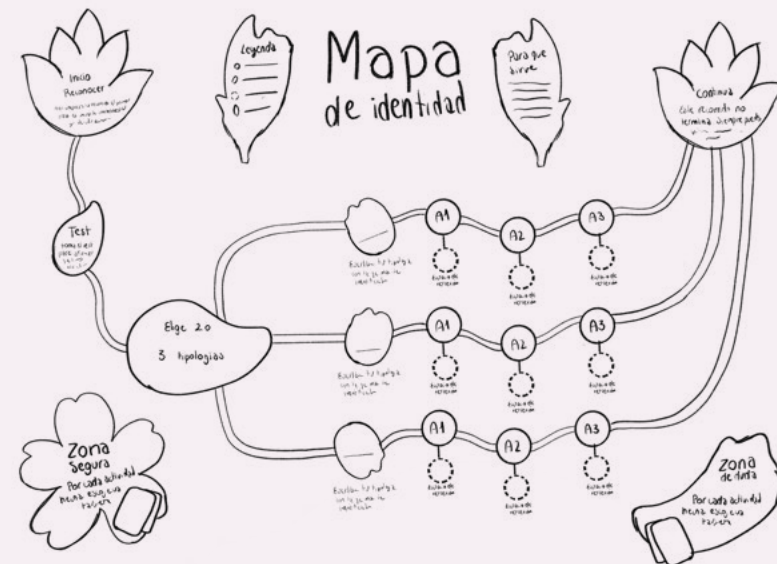


Figura 55
Boceto de mapa de identidad

Manual instructivo

Los bocetos permitieron explorar la organización visual y funcional de la herramienta, definiendo la distribución de sus componentes y el recorrido de interacción previsto para la usuaria. A través de estas propuestas iniciales se evaluaron aspectos relacionados con la jerarquía de la información, la integración de espacios de reflexión y la articulación entre los distintos elementos gráficos. Estas exploraciones sirvieron como base para consolidar una estructura clara y coherente con los objetivos de autoconocimiento y reconocimiento emocional planteados dentro del proyecto.

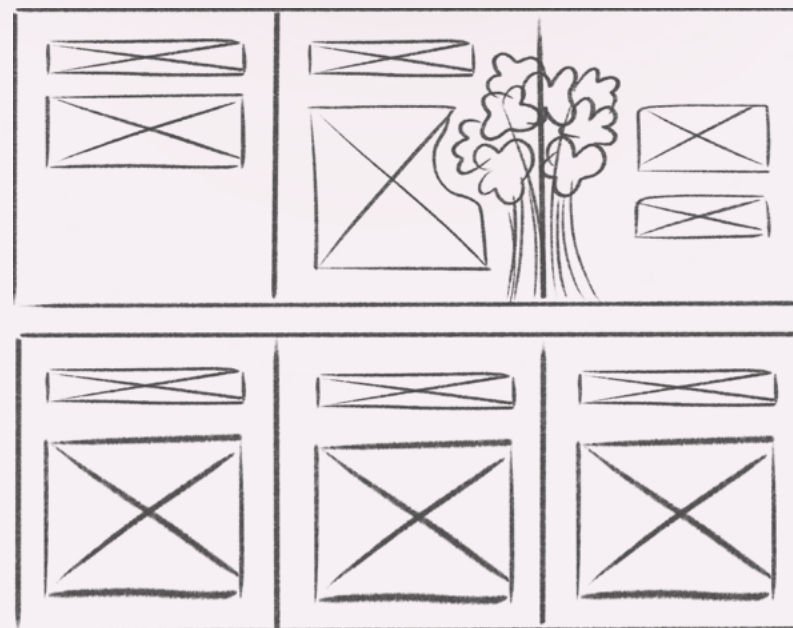


Figura 56
Boceto de diagramación del manual instructivo

Iconografía de las tipologías del síndrome

A partir de una máscara base, se desarrolló una serie de bocetos destinados a representar visualmente las distintas tipologías del síndrome de la impostora identificadas en la investigación. Cada propuesta incorpora recursos gráficos y simbólicos que reflejan las características, comportamientos y conflictos internos asociados a cada perfil.

Mediante la exploración de elementos como grietas, superposiciones, costuras y fragmentaciones, se buscó traducir conceptos psicológicos complejos en una iconografía clara y significativa. Este proceso permitió establecer una identidad visual coherente para las máscaras que posteriormente serían aplicadas en la guía de inicio y el cuaderno de práctica.

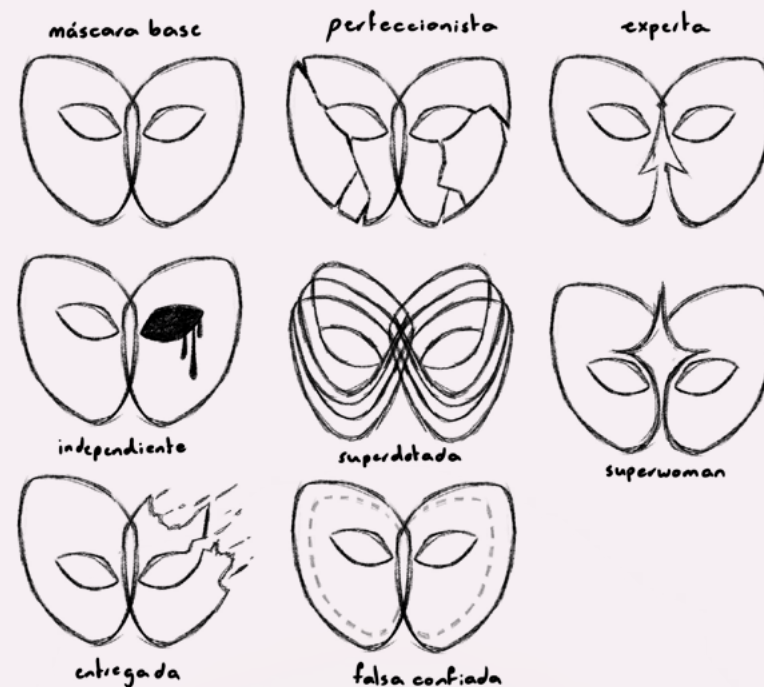


Figura 57
Boceto del sistema iconográfico

Sistema de empaque

Se realizaron bocetos exploratorios para definir la estructura y distribución interna del kit de reconstrucción de identidad. En esta etapa se analizaron diferentes formas de organizar los productos editoriales y complementarios dentro de un mismo contenedor, priorizando la funcionalidad y la experiencia de interacción de la usuaria. Asimismo, se incorporó un espejo como elemento simbólico relacionado con la reflexión y el reconocimiento personal, conceptos centrales dentro de la propuesta.

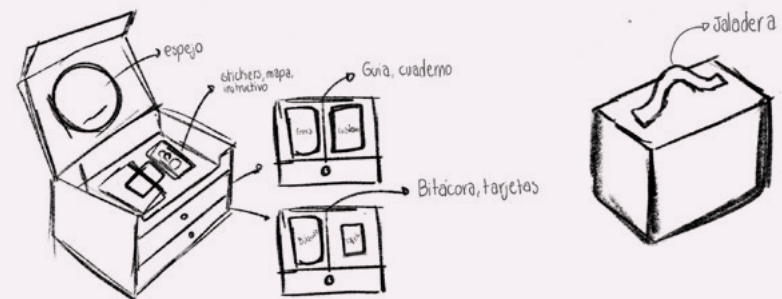


Figura 58
Boceto estructural del empaque del kit

Los bocetos del contenedor de las tarjetas permitieron explorar alternativas para su almacenamiento, protección y manipulación por parte de la usuaria. A través de estas propuestas iniciales se evaluaron aspectos relacionados con la estructura del empaque, su sistema de apertura y la disposición de las tarjetas en su interior, buscando garantizar comodidad de uso y conservación del material.

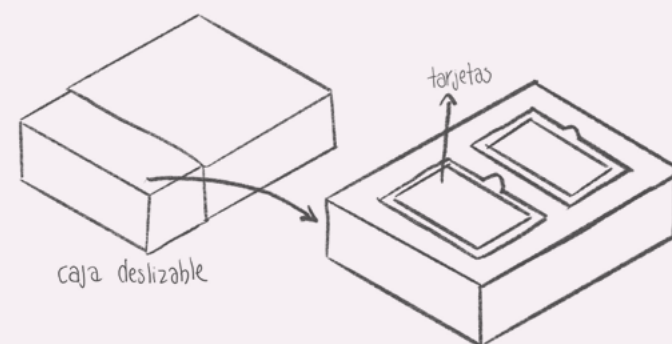


Figura 59
Boceto estructural del contenedor de tarjetas

4.5.5 Desarrollo estructural del empaque

Empaque del kit

Se desarrolló el formato estructural del contenedor principal con el objetivo de albergar y organizar los diferentes componentes del kit de manera funcional y segura. Para ello, se definieron las dimensiones generales, el sistema de plegado y la distribución interna de los compartimentos, considerando el tamaño de cada producto editorial y elemento complementario.

Este proceso permitió establecer una estructura coherente que facilita el almacenamiento, la protección y la interacción con los contenidos, garantizando una experiencia ordenada durante el uso del kit.

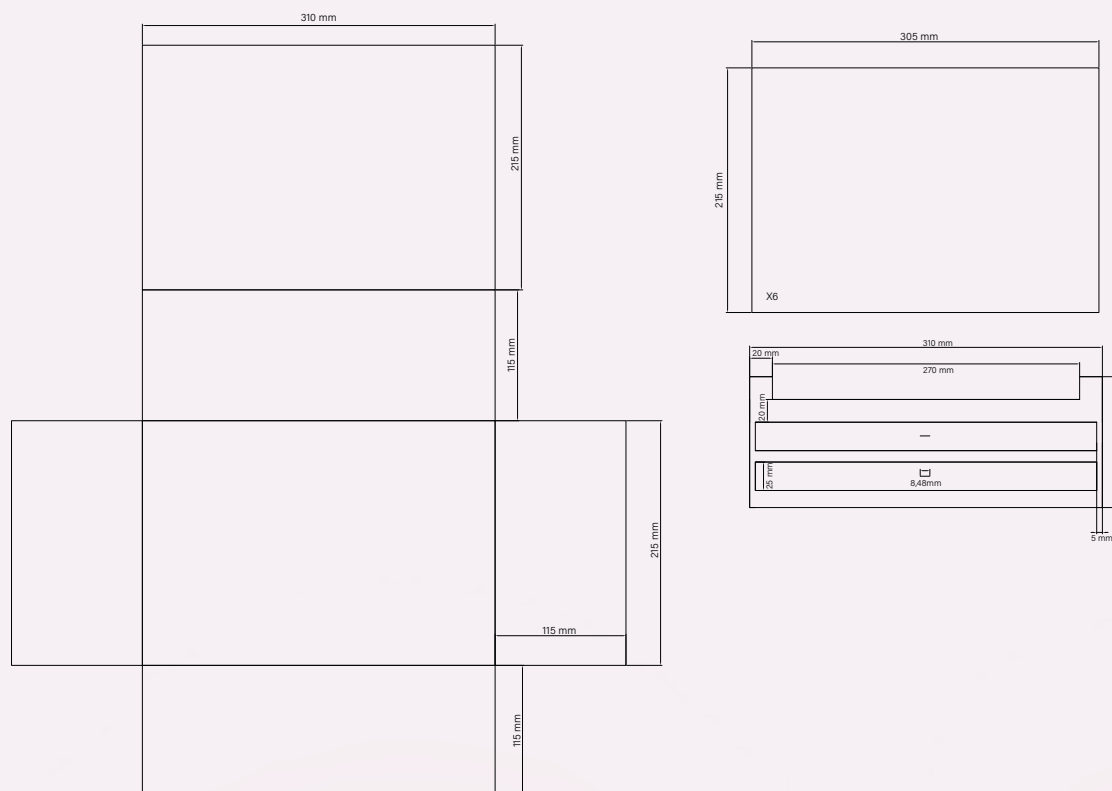


Figura 60
Plano estructural del contenedor principal



Empaque de tarjetas

Se desarrolló el formato del contenedor de tarjetas con el propósito de resguardar y organizar los dos grupos de tarjetas que conforman el kit. La estructura fue diseñada considerando las dimensiones de las piezas y la necesidad de mantener una separación clara entre ambas categorías, facilitando su identificación y manipulación durante la experiencia de uso. Asimismo, se definieron las medidas y el sistema de plegado del empaque para garantizar la protección de su contenido y mantener coherencia con el sistema gráfico y estructural del proyecto.

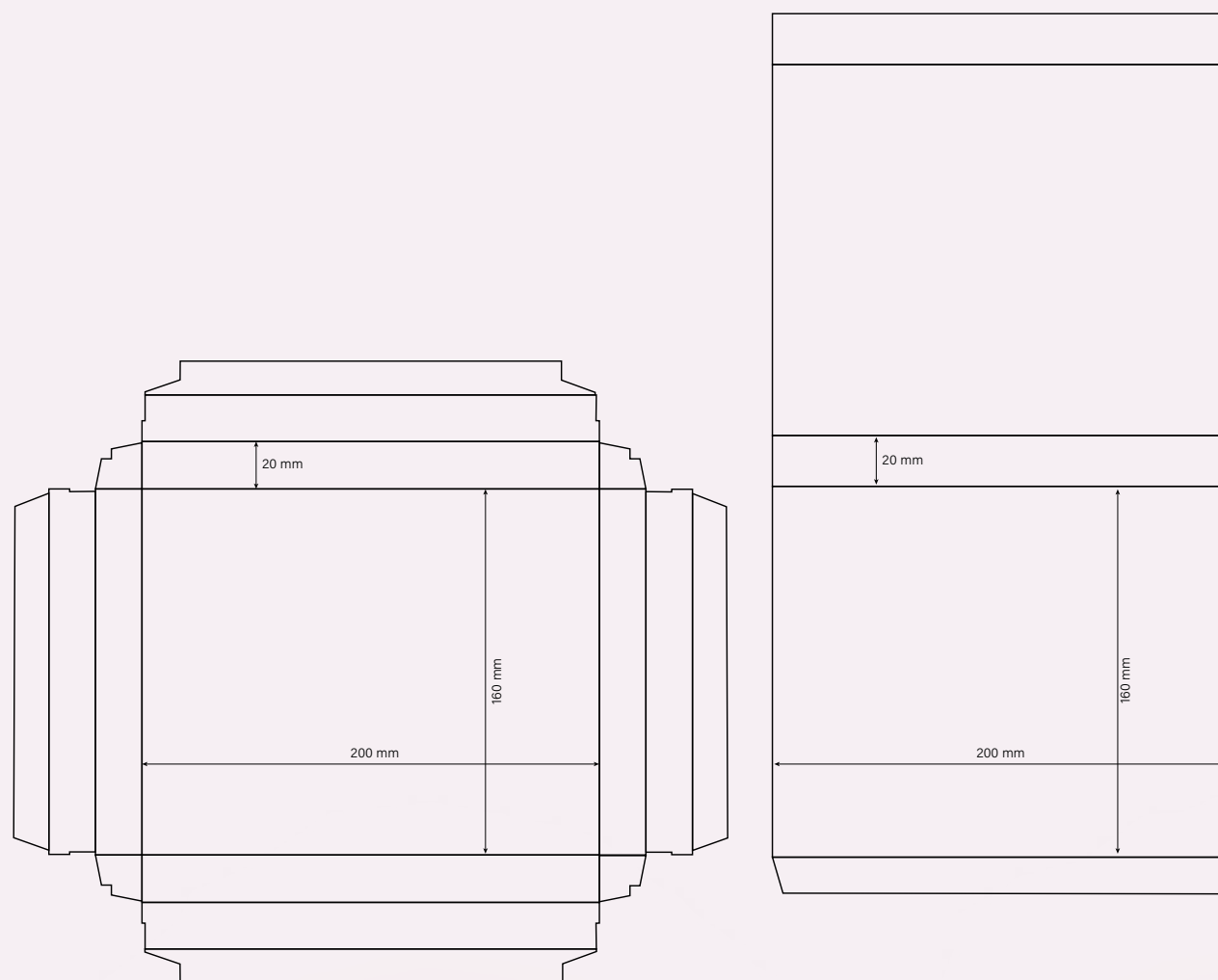


Figura 61
Plano estructural del contenedor de tarjetas

4.5.6 Desarrollo de ilustraciones botánicas

La construcción del sistema gráfico comenzó con el desarrollo de ilustraciones florales utilizadas como elemento visual principal del proyecto. Estas ilustraciones fueron creadas con el objetivo de representar de manera simbólica y visual los distintos procesos emocionales presentes dentro del kit editorial, estableciendo así la base estética y conceptual de la propuesta gráfica.

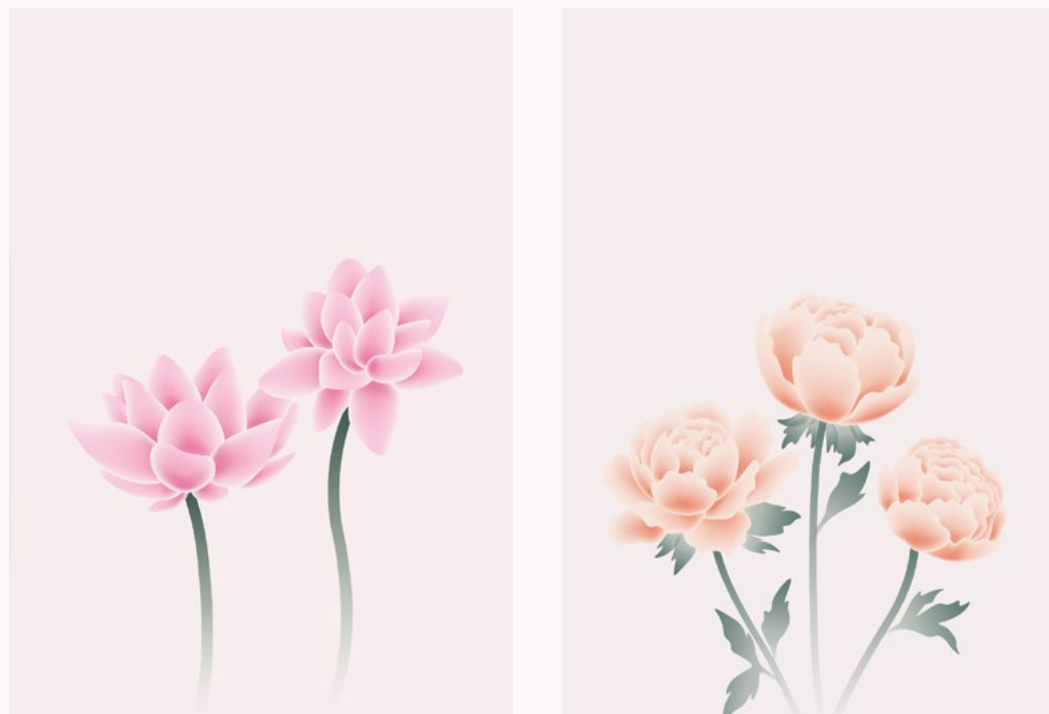


Figura 62
Ilustraciones botánicas del sistema visual: Flor de Loto y Peonía

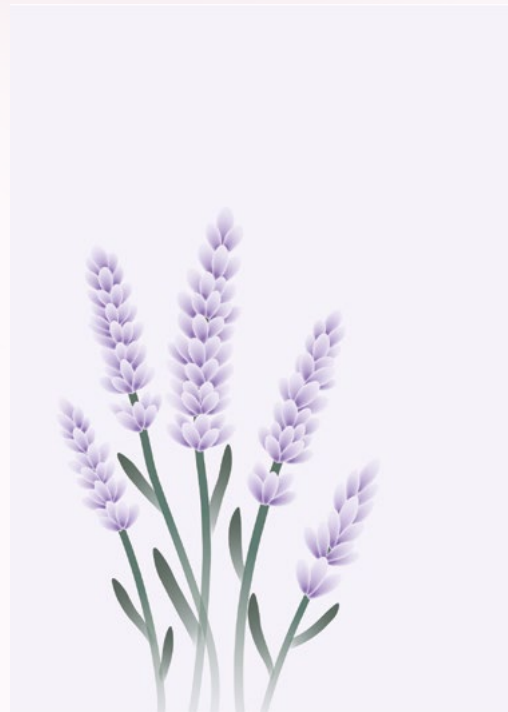


Figura 63
Ilustraciones botánicas del sistema visual: Lavanda y Árbol de Sakura



Figura 64
Ilustraciones botánicas de la Sakura: estados de florecimiento y marchitamiento

4.5.7 Aplicaciones gráficas

A partir de esta construcción gráfica inicial, se definieron recursos visuales complementarios para el contenido de los productos editoriales, generando distintas composiciones y aplicaciones gráficas derivadas de las ilustraciones botánicas principales. A través de cambios de escala, fragmentación, superposición y variaciones cromáticas, se desarrolló un sistema visual flexible capaz de adaptarse a los distintos soportes del kit sin perder coherencia gráfica. Estas aplicaciones fueron implementadas en interiores editoriales, tarjetas y demás elementos complementarios, manteniendo una identidad visual orgánica y simbólica en todo el sistema.



Figura 65
Recursos gráficos para nomenclatura: Aplicación de pétalos en sistemas de numeración

Nota. Fragmentos botánicos derivados de las ilustraciones base, utilizados para organizar y jerarquizar la información en los productos editoriales.



Figura 66
 Separadores visuales: Aplicación de ilustraciones en ángulos para delimitación de temas

Nota. Uso del loto y la peonía en las esquinas de los soportes para marcar la transición entre los diferentes contenidos de los productos editoriales.

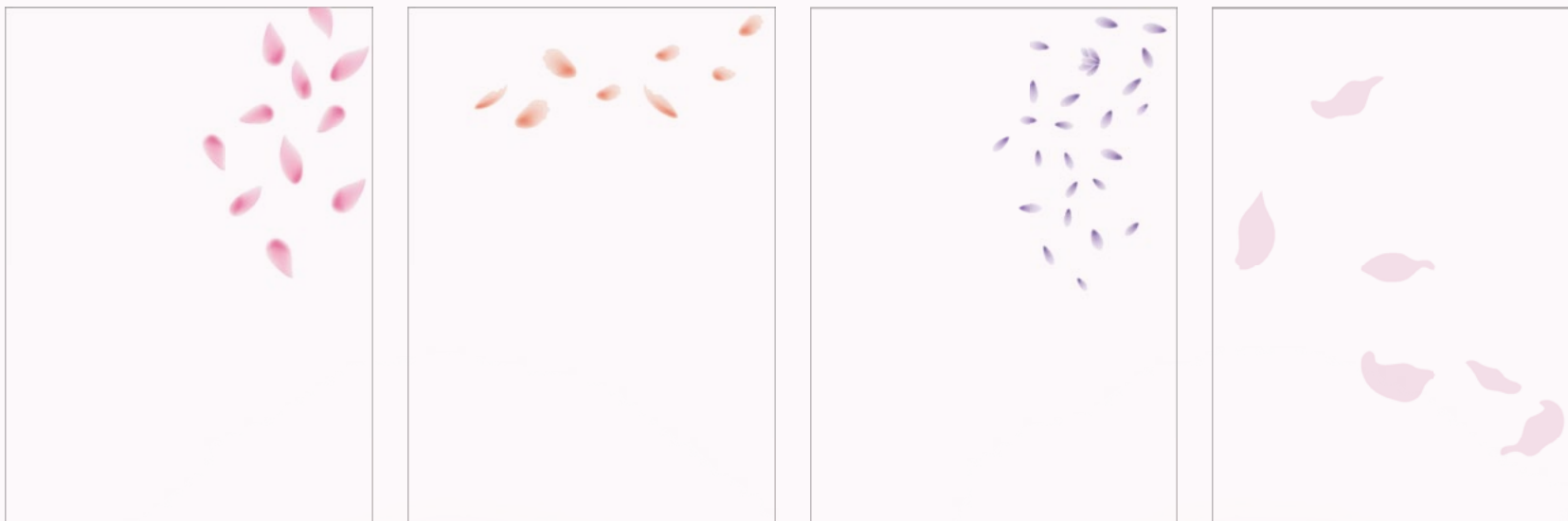


Figura 67
 Recursos dinámicos: Composición de pétalos en dispersión para páginas informativas

Nota. Aplicación gráfica que refuerza la narrativa visual de movimiento y cambio dentro de los interiores editoriales.

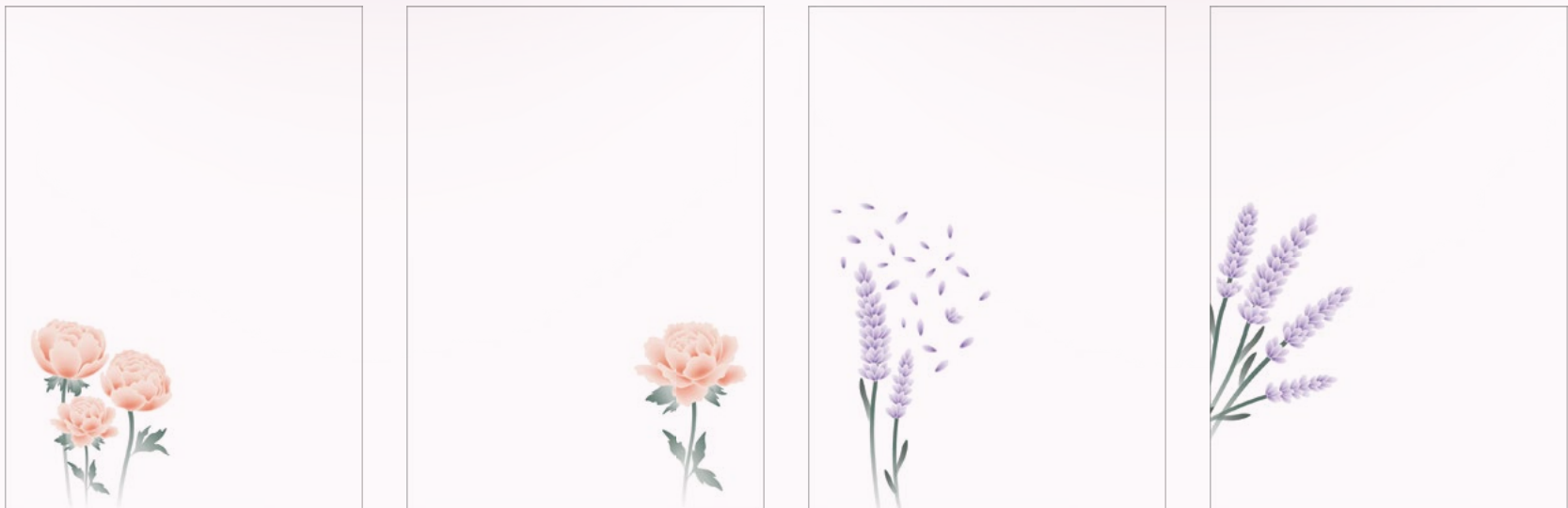


Figura 68
 Variaciones de composición: Adaptación de arreglos florales a los márgenes del soporte

Nota. Exploración de diferentes agrupaciones y escalas de las ilustraciones botánicas para la diagramación de las páginas.



Figura 69
 Diseño de guardas y fondos: Síntesis cromática de formas botánicas

Nota. Siluetas monocromáticas de las flores utilizadas como elementos de fondo o guardas para fortalecer la identidad orgánica del sistema visual.

4.5.8 Recursos Funcionales

Posteriormente, se desarrollaron los recursos funcionales específicos de cada producto, integrando elementos gráficos orientados a facilitar la interacción, comprensión y acompañamiento de la usuaria dentro del recorrido editorial.

En el caso del test, se incorporaron círculos de selección, líneas divisorias y jerarquías visuales que permiten organizar la información y facilitar la navegación y respuesta de la usuaria de manera clara e intuitiva. Para la bitácora, se desarrolló una rueda de emociones como herramienta visual de identificación emocional, permitiendo reconocer y nombrar distintos estados afectivos de forma más específica.

Asimismo, se diseñaron métricas visuales y escalas emocionales que posibilitan representar la intensidad de las emociones y observar variaciones en el estado emocional a lo largo del proceso. Todos estos recursos fueron construidos manteniendo coherencia con el lenguaje gráfico del sistema, mediante el uso de formas suaves, composiciones limpias y una integración visual acorde a la identidad orgánica y contemplativa del proyecto.

Intensidad Emocional

Señala qué tan fuerte se siente en ti

Ligero Presente Intenso Abrumador

1. ¿Te resulta fácil aceptar los elogios?

Muy difícil (1) Bastante difícil (2) Bastante fácil (3) Muy fácil (4)

2. Cuando haces algo bien, ¿qué tan probable es que lo minimices porque "era fácil" o "cualquiera podría haberlo hecho"?

Muy probable (1) Muy probablemente (2) No es muy probable (3) No es probable en absoluto (4)



Figura 70

Recursos funcionales y de interacción: Test del síndrome, rueda de emociones y métricas

Nota. El conjunto integra herramientas de identificación emocional y elementos de interfaz editorial (escalas, selectores y jerarquías) diseñados para facilitar la autoevaluación y el registro de la usuaria.

4.5.9 Iconografía

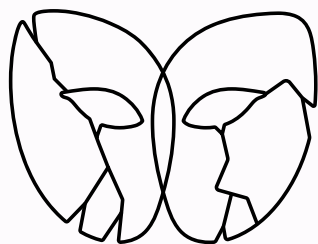
Para la representación visual de las distintas tipologías del síndrome del impostor, se desarrolló un sistema iconográfico basado en máscaras. Este recurso simbólico surge a partir de la idea de que muchas mujeres construyen una imagen externa condicionada por las exigencias, inseguridades y mecanismos de defensa asociados a cada tipología, ocultando así aspectos de su experiencia interna.

El sistema parte de una máscara base común para todas las tipologías, utilizada como elemento unificador dentro del lenguaje gráfico. A partir de esta estructura principal, se incorporan variaciones formales, elementos complementarios y recursos visuales específicos que permiten diferenciar cada tipología según sus características emocionales y conductuales.

De esta manera, las máscaras no representan la identidad real de la mujer, sino las dinámicas emocionales y los patrones de comportamiento que pueden manifestarse durante el proceso asociado al síndrome del impostor.



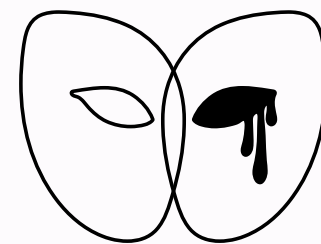
Máscara base



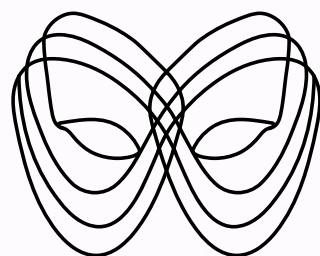
La perfeccionista



La experta



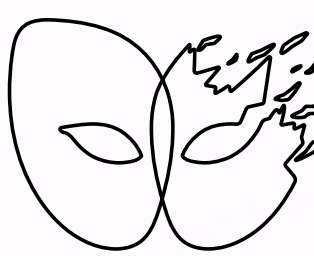
La independiente



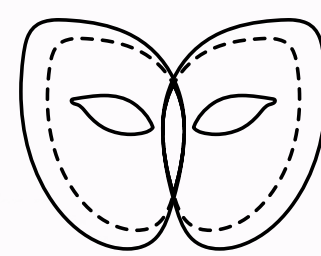
La superdotada



La superwoman



La entregada



La falsa confiada

Figura 71

Sistema iconográfico conceptual: Las máscaras como representación de las tipologías del síndrome del impostor

Nota. El sistema utiliza una estructura base unificada para simbolizar los mecanismos de defensa y patrones conductuales que ocultan la experiencia interna de la usuaria ante las exigencias del entorno.

4.5.10 Identidad Visual

El nombre Essentia proviene del latín y significa esencia o naturaleza propia. Se eligió este término por su relación directa con el objetivo del proyecto: ayudar a los usuarios a reconocer y fortalecer su identidad frente a los efectos del síndrome del impostor.

La marca representa el proceso de reconexión con las capacidades, logros y características que conforman la identidad personal. Más que simbolizar un resultado final, Essentia refleja un recorrido de autoconocimiento y reconocimiento personal, en el que el usuario aprende a valorar sus habilidades y a construir una percepción más auténtica de sí mismo.

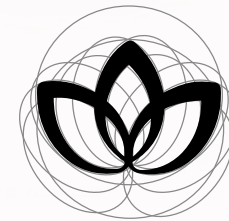
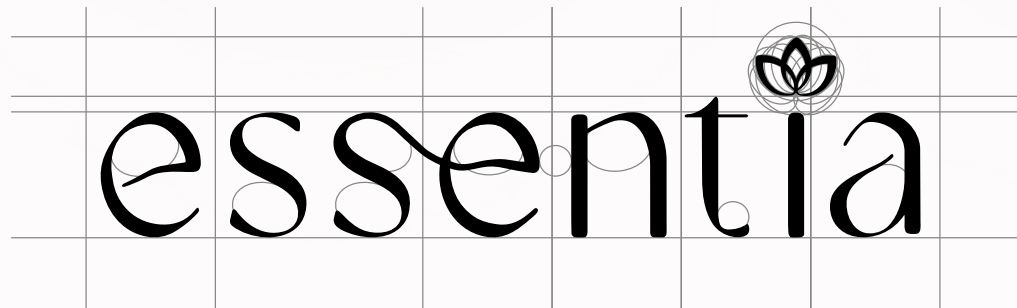
Visualmente, la unión de algunas letras dentro del logotipo simboliza la conexión entre experiencias, emociones y aprendizajes que contribuyen a la construcción de la identidad. Su composición busca transmitir equilibrio, confianza y crecimiento, valores que acompañan el desarrollo de todo el kit.

De esta manera, Essentia sintetiza el propósito del proyecto: guiar al usuario en un proceso de reflexión que le permita reconocer su esencia y fortalecer su identidad.

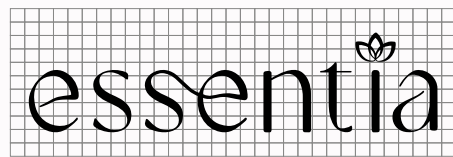


Figura 72
Identificador visual de la marca Essentia y sus variaciones cromáticas

Construcción geométrica



Retícula modular



Espacio de seguridad



Tamaño mínimo



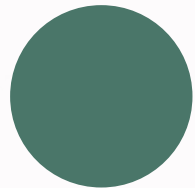
Figura 73

Construcción geométrica, proporciones y parámetros técnicos del identificador visual *Essentia*

Paleta cromática



#f5efea



#4a7669

Tipografía



The Venture Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?"'()[]{} - _ / \ | @ # \$ %

& * + = < > ~ ^ °

Figura 74

Paleta cromática principal y tipografía de la marca *Essentia*



Aplicaciones gráficas



4.6.1 Guía de Inicio



Figura 75
Diseño de portada y contraportada para la Guía de Inicio: Integración de recursos del sistema gráfico

La portada integra los principales recursos visuales del sistema gráfico, combinando ilustraciones botánicas, degradados suaves y una composición minimalista que busca transmitir calma y cercanía. La diferenciación cromática y tipográfica permite identificar cada producto editorial manteniendo coherencia visual dentro del kit.



Figura 76
 Páginas interiores preliminares de la guía: Guarda ilustrada y sección de créditos

Estas páginas presentan la guarda de cortesía ilustrada de la publicación junto con la estructura formal de los créditos editoriales y de autoría. La composición integra una síntesis botánica silueteada, jerarquías tipográficas y un manejo del espacio negativo que permiten establecer un ritmo visual limpio y coherente antes del inicio del cuerpo de contenidos.



Figura 77
 Diseño de interiores para la Guía de Inicio: Articulación entre simbología botánica y contenido

Estas páginas presentan el significado simbólico de la flor asociada al producto editorial junto con la introducción inicial del contenido de la guía. La composición integra elementos botánicos, jerarquías tipográficas y recursos gráficos complementarios que permiten establecer coherencia conceptual y visual dentro del sistema editorial.



Figura 78
Páginas de contenido de la Guía de Inicio

Estas páginas muestran la aplicación del sistema gráfico dentro del desarrollo editorial de la guía, integrando jerarquías tipográficas, recursos botánicos y composiciones limpias que favorecen la organización y comprensión del contenido. La utilización de espacios amplios y elementos gráficos complementarios mantiene una lectura clara y coherente con la identidad visual del proyecto.

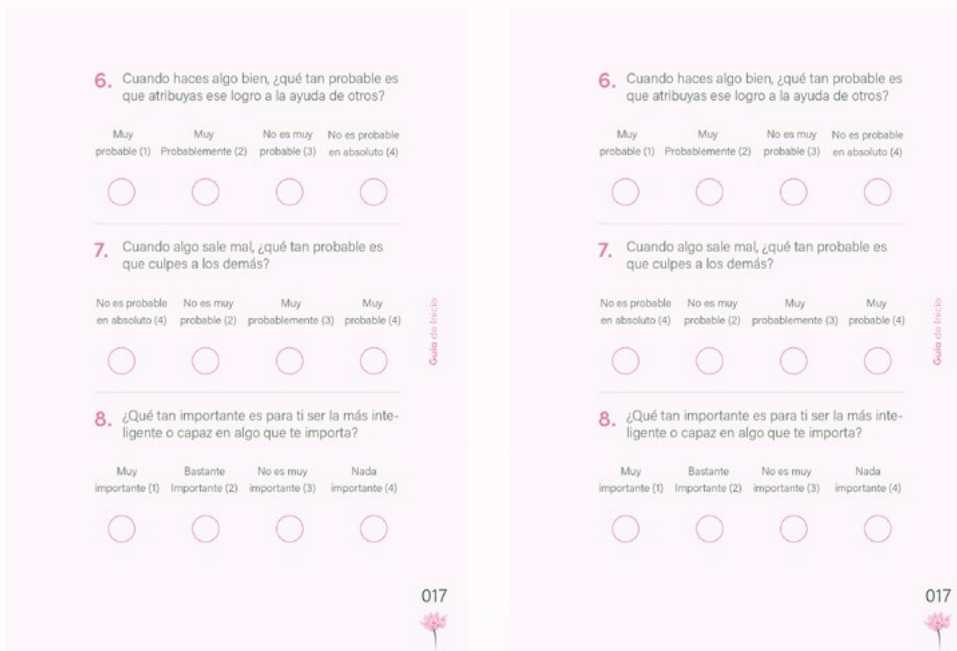


Figura 79
Maquetación del test diagnóstico: Estructura de reactivos y componentes de selección

La diagramación del test integra recursos funcionales como círculos de selección, líneas divisorias y jerarquías visuales que facilitan la interacción y comprensión de la usuaria. Asimismo, se establece un tamaño tipográfico de 9 puntos para el texto corrido y 7 puntos para las opciones de respuesta, permitiendo mantener claridad visual y una organización equilibrada dentro de la composición.



Figura 80
Diseño de páginas informativas y de transición

Las páginas de interpretación de resultados y separadores temáticos permiten estructurar y organizar el contenido editorial mediante recursos gráficos, jerarquías tipográficas y elementos visuales que facilitan la navegación dentro de la guía y refuerzan la identidad del sistema gráfico.

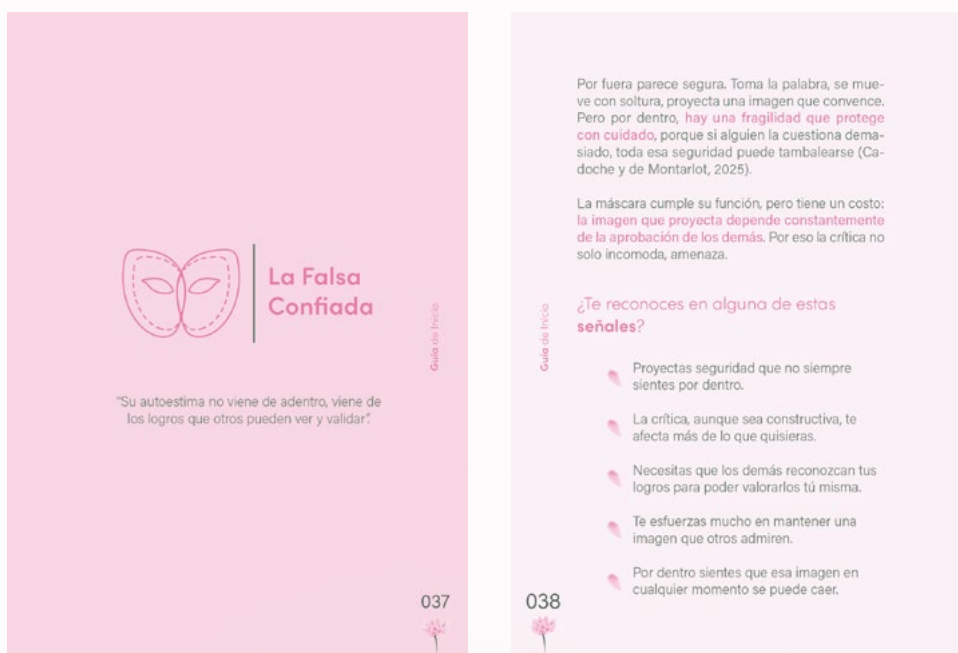


Figura 81
Diseño de separador y estructura de contenidos para las tipologías del síndrome

En estas páginas se presenta la estructura visual de las tipologías, integrando separadores temáticos y páginas informativas desarrolladas mediante una composición editorial limpia, jerarquías visuales claras y recursos gráficos coherentes con la identidad del proyecto.



Figura 82
Diseño de separador y maquetación de contenidos informativos

Estas páginas corresponden al separador temático “Antes de cerrar” y a una de las páginas informativas finales de la guía, funcionando como una transición visual hacia el cierre del recorrido editorial. La composición mantiene coherencia con el sistema gráfico mediante el uso de recursos botánicos, jerarquías tipográficas y una diagramación limpia que favorece la continuidad visual y la comprensión del contenido.

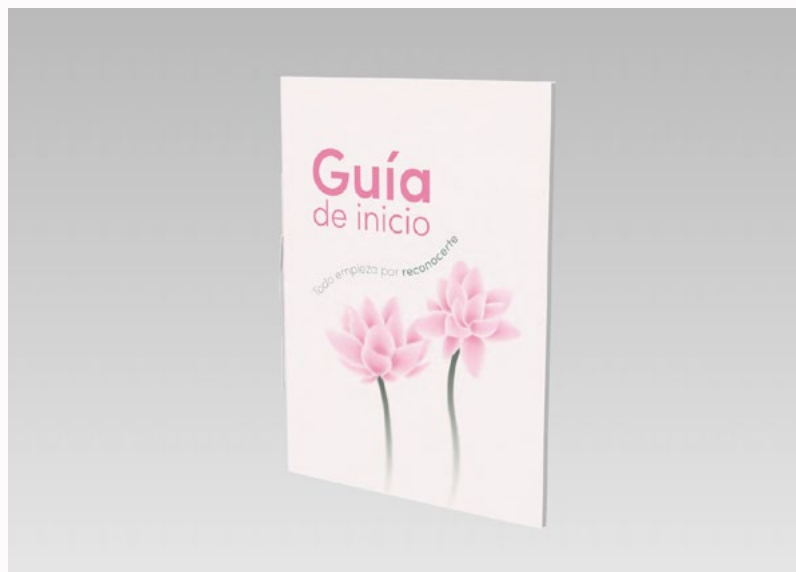


Figura 83
Mockup de la portada de la Guía de inicio



Figura 84
Mockup del interior del producto editorial de la Guía de inicio

4.6.2 Cuaderno de práctica



Figura 85
Diseño de portada y contraportada para el Cuaderno de práctica

La portada del cuaderno de actividades conserva los principales recursos visuales del sistema gráfico, diferenciándose mediante variaciones tipográficas y cromáticas que permiten identificar el producto dentro del conjunto editorial.



Figura 86
Páginas interiores preliminares del cuaderno de práctica: Sección de créditos y guarda ilustrada

Estas páginas presentan la estructura formal de los créditos editoriales y de autoría junto con la guarda de cortesía ilustrada del cuaderno de práctica. La composición integra una distribución jerárquica de datos legales, remates cromáticos en los titulares y una síntesis botánica de peonías que permiten establecer coherencia conceptual, visual y legal dentro del sistema editorial.



Figura 87
Diseño de interiores para el Cuaderno de practica: Articulación entre simbología botánica y contenido

En estas páginas se presenta el significado simbólico de la flor asociada al cuaderno de practica junto con la introducción inicial del contenido, manteniendo coherencia visual mediante la integración de recursos botánicos y composiciones editoriales limpias.

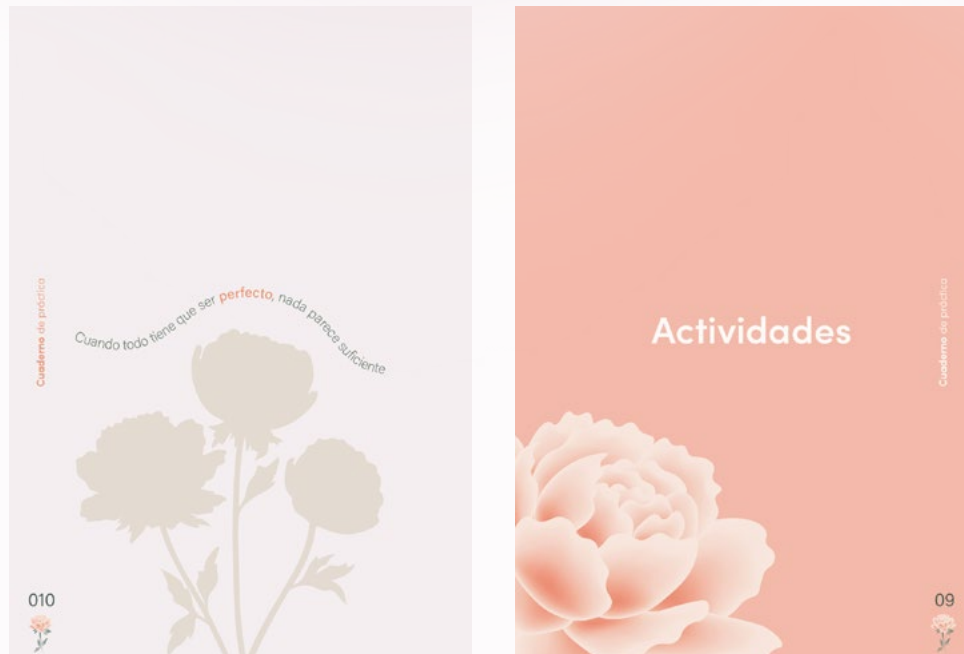


Figura 88
Composición con frase reflexiva y página separadora de contenido

En estas páginas se evidencia el uso de elementos botánicos y separadores temáticos como recursos de apoyo visual dentro del cuaderno de practica, manteniendo coherencia con la identidad gráfica y la estructura editorial del proyecto.

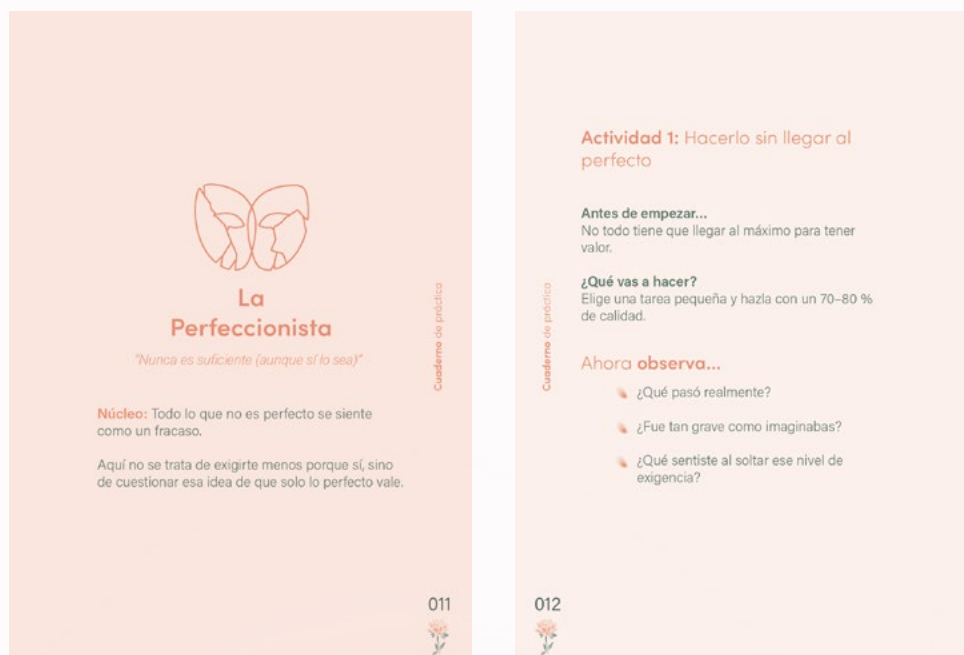


Figura 89
Separador de dinámicas y página instruccional de actividades

En estas páginas se muestra la aplicación del sistema gráfico en los separadores de tipologías y en las actividades del cuaderno de práctica, manteniendo coherencia visual mediante el uso de recursos botánicos, jerarquías tipográficas y composiciones editoriales limpias.

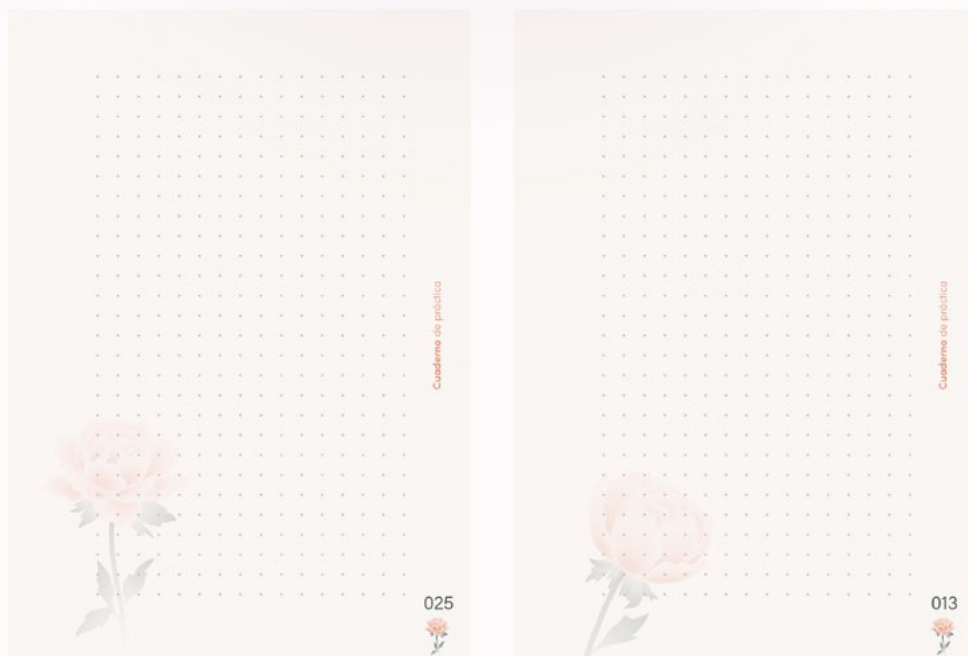


Figura 90
 Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades



Figura 91
 Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades

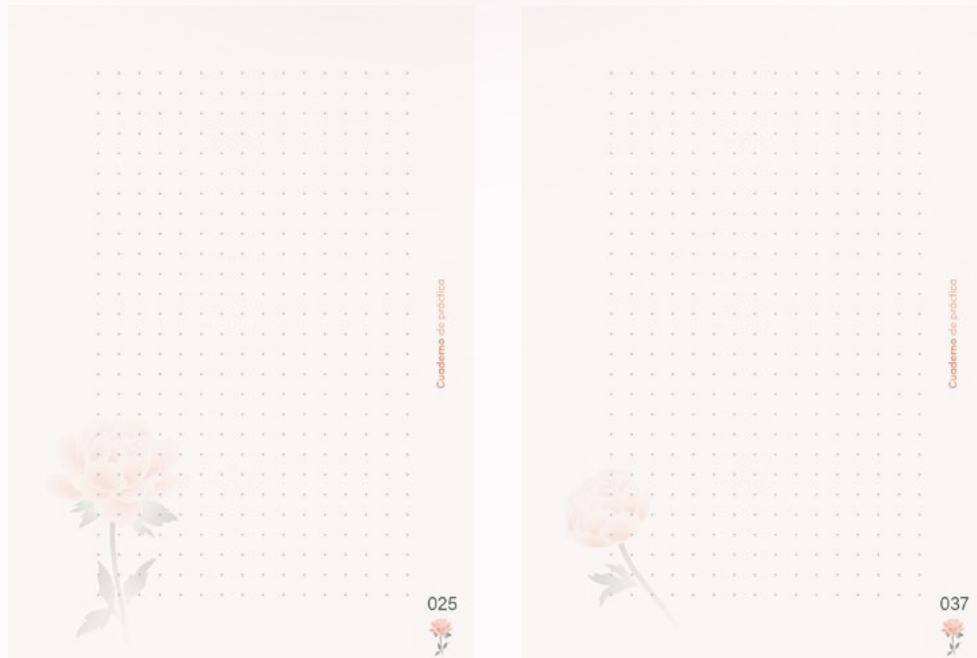


Figura 92
Diseño de retículas y plantillas de registro libre para el desarrollo de actividades

Estas páginas presentan distintas plantillas de escritura desarrolladas para cada tipología, integrando variaciones gráficas y compositivas que mantienen coherencia con la identidad visual del sistema editorial.



Figura 93
Diseño de plantilla y de páginas para cierre reflexivo

Esta página funciona como cierre de una de las actividades correspondientes a la tipología, manteniendo coherencia visual mediante la integración de recursos botánicos, composiciones limpias y jerarquías gráficas acordes al sistema editorial del proyecto.



Figura 94
Mockup de la portada del Cuaderno de práctica



Figura 95
Mockup del interior del producto editorial del Cuaderno de práctica

4.6.3 Bitácora de reflexión



Figura 96
Diseño de portada y contraportada para el Registro interno

La portada del registro interno retoma los principales recursos visuales del sistema gráfico, diferenciándose mediante variaciones tipográficas y cromáticas que permiten identificar este componente dentro del conjunto editorial.



Figura 97
Páginas interiores preliminares de la bitácora: Guarda ilustrada y sección de créditos

Estas páginas presentan la guarda de cortesía ilustrada de la publicación junto con la estructura formal de los créditos editoriales y de autoría de la bitácora de reflexión. La composición integra una síntesis botánica de lavanda silueteada, jerarquías tipográficas con la fuente Sofia Pro y remates cromáticos en tonos lilas que permiten establecer coherencia conceptual y visual dentro del sistema editorial

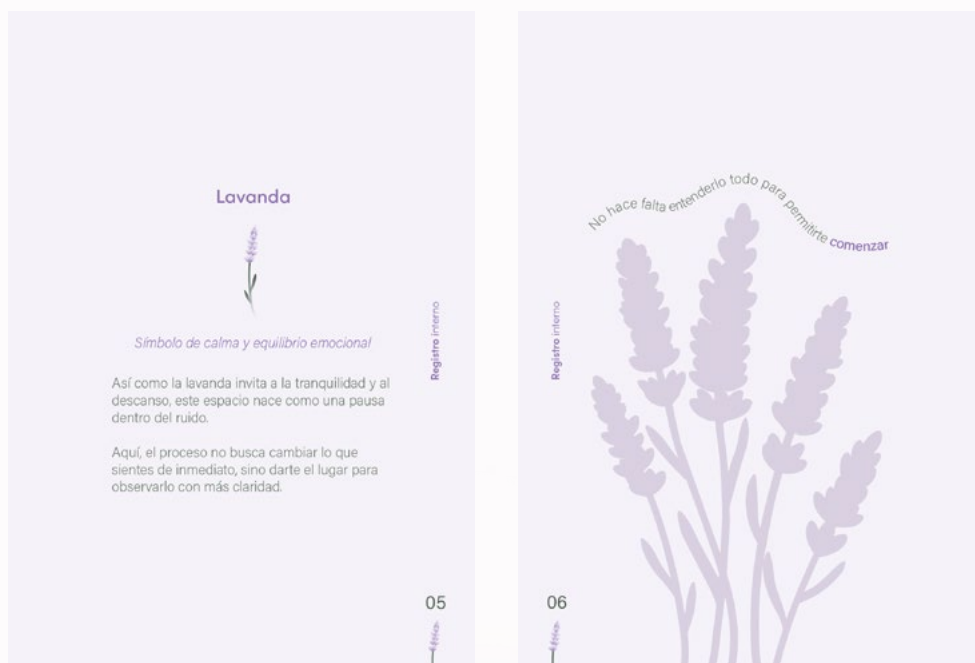
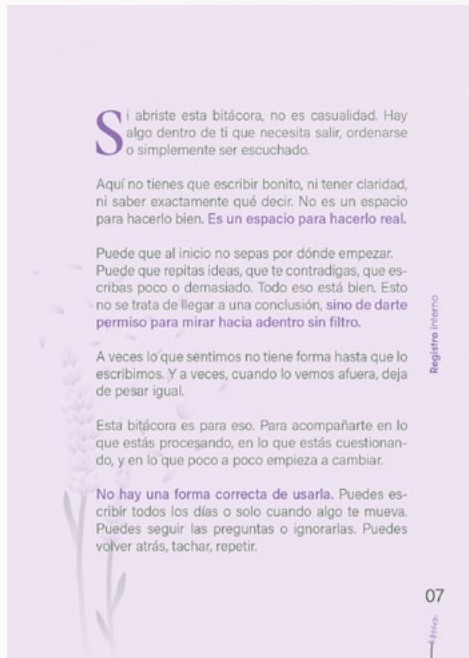


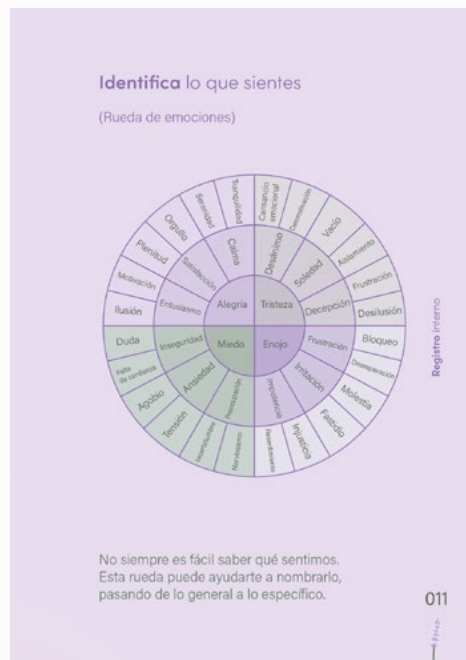
Figura 98
Diseño de interiores para el Registro interno: Articulación entre simbología botánica y composición con frase reflexiva

En estas páginas se presenta el significado simbólico de la flor correspondiente a la bitácora junto con elementos botánicos complementarios y frases introductorias que refuerzan el carácter introspectivo del producto editorial.



En estas páginas se presenta la información introductoria del registro interno mediante una diagramación limpia y jerarquizada, manteniendo coherencia visual con el sistema gráfico del proyecto.

Figura 99
Páginas de contenido del Registro interno



En estas páginas se presenta información complementaria junto con la rueda de emociones, desarrollada como un recurso visual orientado a facilitar la identificación y representación de distintos estados emocionales dentro de la bitácora.

Figura 100
Página informativa y rueda de identificación emocional

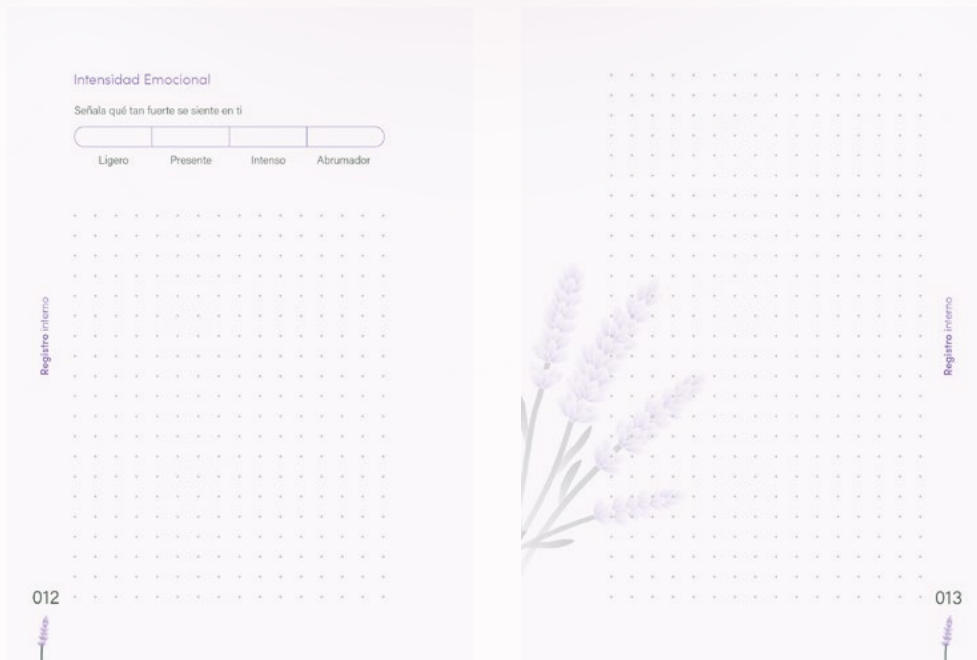


Figura 101
 Diseño de plantillas para el registro emocional: Mapeo de métricas y espacio de escritura

Estas páginas muestran las plantillas de registro desarrolladas para la bitácora, incorporando métricas emocionales, escalas visuales y espacios de escritura diseñados para facilitar el acompañamiento y expresión emocional de la usuaria, manteniendo coherencia con el sistema gráfico del proyecto.

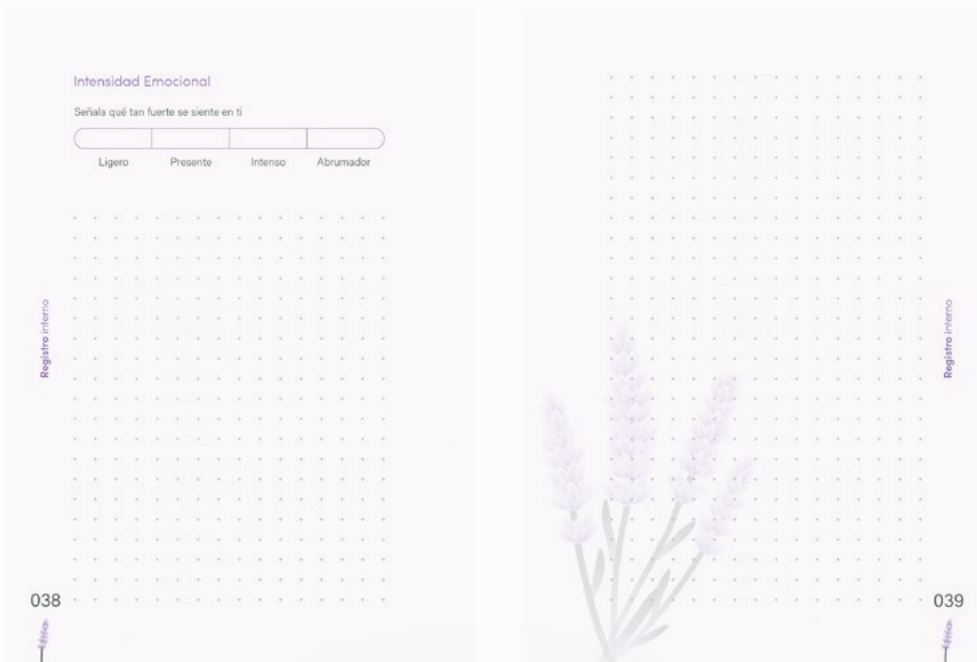


Figura 102
 Diseño de plantillas para el registro emocional: Mapeo de métricas y espacio de escritura



Figura 103
Mockup de la portada del Registro interno

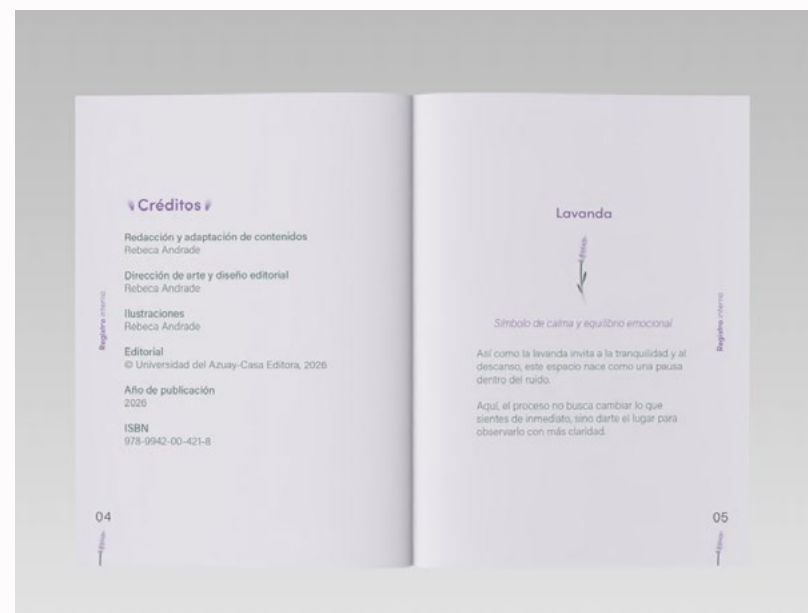


Figura 104
Mockup del interior del producto editorial del Registro interno

4.6.4 Tarjetas: “Zona segura” y “Zona de duda”



Figura 105
Diseño de tarjeta afirmativa para la Zona de Duda: Composición de anverso y reverso

Esta tarjeta corresponde a la zona de duda, incorporando una afirmación y una ilustración simbólica del loto marchito como representación visual del estado emocional asociado a esta sección, manteniendo coherencia con el lenguaje gráfico del proyecto.



Figura 106
Diseño de tarjeta afirmativa para la Zona Segura: Composición de anverso y reverso

Esta tarjeta corresponde a la zona segura, integrando una afirmación, una ilustración botánica simbólica y un código QR como recurso multimedia complementario, reforzando la experiencia de acompañamiento emocional planteada dentro del sistema.

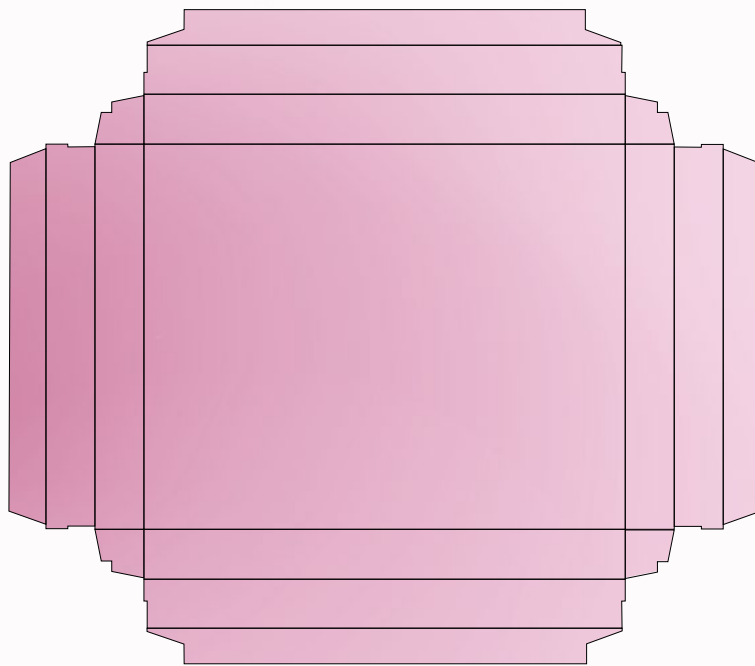


Figura 107
Diseño de troquel del contenedor de las tarjetas



La propuesta gráfica del contenedor de las tarjetas retoma los lineamientos visuales del sistema mediante la incorporación de los cerezos utilizados como elemento representativo de las tarjetas de acompañamiento emocional. La aplicación de estas ilustraciones permite establecer una relación visual directa con las categorías de zona segura y zona de duda, reforzando el carácter simbólico de las piezas. Asimismo, la composición mantiene los criterios cromáticos y formales definidos para el kit, favoreciendo la coherencia visual entre el empaque y su contenido.



Figura 108
Mockup de las tarjetas



Figura 109
Mockup de las tarjetas



Figura 110
Mockup del contenedor de las tarjetas: Vista superior



Figura 111
Mockup del contenedor de las tarjetas: Vista inferior

4.6.5 Manual Instructivo

La propuesta gráfica del manual instructivo mantiene los lineamientos visuales del sistema mediante la aplicación consistente de los elementos botánicos, las transparencias, los degradados y la paleta cromática establecida para el proyecto. Estos recursos se complementan con una estructura editorial basada en amplios espacios de respiro, jerarquías tipográficas claras y una organización visual que favorece la lectura. De esta manera, el manual conserva la identidad gráfica del kit y fortalece la continuidad visual entre los distintos productos que conforman la experiencia de la usuaria.



Figura 112
Diseño exterior del manual instructivo



Figura 113
Diseño interior del manual instructivo





Figura 114
Mockup del exterior del manual instructivo



Figura 115
Mockup del interior del manual instructivo

4.6.6 Mapa de identidad emocional

El mapa de identidad emocional fue concebido como una herramienta visual de exploración personal que permite a la usuaria identificar, organizar y relacionar distintos aspectos de su experiencia emocional. Su diseño se estructuró a partir de espacios diferenciados para el registro, la reflexión y el reconocimiento de patrones personales, facilitando una interacción activa con el contenido.

La disposición de los elementos gráficos y funcionales favorece un recorrido intuitivo a través de las distintas áreas del mapa, promoviendo la construcción de conexiones entre emociones, experiencias y procesos de autoconocimiento.

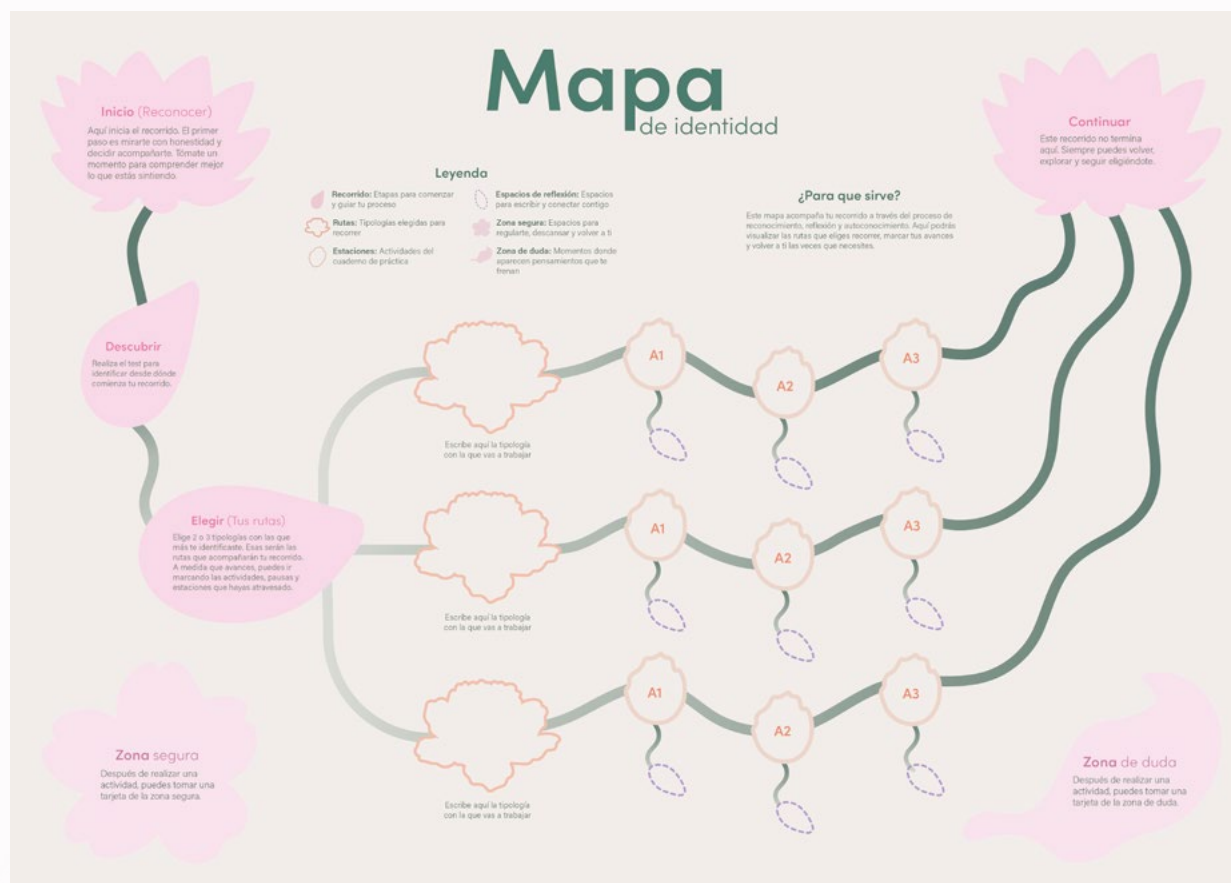


Figura 116
Diseño del mapa de identidad

4.6.7 Stickers

Los stickers retoman las ilustraciones botánicas desarrolladas para el sistema gráfico, transformándolas en elementos adhesivos de acabado transparente. Su aplicación permite extender la presencia de los recursos visuales más allá de los productos editoriales, reforzando la identidad visual del kit y favoreciendo la apropiación de los elementos simbólicos por parte de la usuaria.



Figura 118
Diseño de stickers botánicos del sistema gráfico



Figura 119
Mockup de stickers botánicos del sistema gráfico

4.6.8 Contenedor



Figura 120
Diseño de troquel del contenedor del kit

El empaque principal de Esentia fue diseñado para reflejar los valores de calma, introspección y crecimiento personal que caracterizan al proyecto. La composición floral ubicada en la tapa reúne elementos botánicos presentes en todo el sistema visual, generando una identidad coherente y reconocible. Los tonos suaves y el uso de amplios espacios en blanco aportan una sensación de tranquilidad y equilibrio visual.

En los laterales se incorporaron flores de cerezo (sakura), utilizadas como elemento de continuidad gráfica y como símbolo de transformación y crecimiento personal. La distribución de los elementos busca mantener una estética limpia y armoniosa, evitando la saturación visual y favoreciendo una experiencia más cercana y contemplativa para el usuario.



Figura 121
Mockup del contenedor del kit

5. Conclusiones

El desarrollo de este proyecto permitió comprender que el síndrome del impostor constituye una problemática que afecta la autopercepción, la confianza y el desarrollo profesional de muchas mujeres en procesos de liderazgo. La investigación realizada evidenció que este fenómeno no responde únicamente a factores individuales, sino también a contextos sociales y laborales que influyen en la manera en que las mujeres reconocen y valoran sus propios logros.

Como respuesta a esta problemática, se desarrolló Essentia, un kit editorial multimedia orientado al reconocimiento personal y al fortalecimiento de la identidad. La propuesta integra recursos editoriales, gráficos y multimedia organizados en un recorrido progresivo que busca favorecer la reflexión, el autoconocimiento y la identificación de patrones asociados al síndrome del impostor.

Asimismo, la construcción de un sistema gráfico basado en la botánica simbólica, los degradados y la abstracción de capas permitió representar visualmente conceptos relacionados con el crecimiento personal, la transformación y la reconstrucción de la confianza. La incorporación de herramientas como la bitácora, las tarjetas, el mapa de identidad emocional y los recursos multimedia complementarios contribuye a generar una experiencia de acompañamiento coherente y significativa para la usuaria.

Finalmente, el proyecto demuestra que el diseño editorial multimedia puede trascender su función informativa y estética para convertirse en una herramienta de sensibilización, reflexión y acompañamiento emocional. De esta manera, Essentia evidencia el potencial del diseño para abordar problemáticas vinculadas al liderazgo femenino y contribuir a la creación de experiencias que promuevan el reconocimiento y la valoración personal.

Asimismo, se incorporaron recursos multimedia accesibles mediante códigos QR y herramientas funcionales como un test de identificación del síndrome del impostor, una rueda de emociones, métricas emocionales e iconografía desarrollada a partir de las distintas tipologías del síndrome.

En conjunto, el resultado obtenido evidencia la capacidad del diseño editorial y multimedia para abordar problemáticas relacionadas con la autopercepción y el bienestar emocional, generando una experiencia de reflexión, reconocimiento y acompañamiento que contribuye al fortalecimiento de la identidad y la confianza personal.



6. Recomendaciones

Se recomienda continuar explorando el diseño editorial y multimedia como herramientas aplicadas a problemáticas relacionadas con la salud emocional, la autopercepción y el desarrollo personal, debido a su capacidad para traducir conceptos complejos en experiencias visuales accesibles, reflexivas y significativas para los usuarios.

Asimismo, se sugiere complementar futuras investigaciones con procesos de validación y testeo dirigidos al público objetivo, con el fin de evaluar la comprensión, funcionalidad y percepción de los distintos componentes que conforman el kit. Esto permitiría identificar oportunidades de mejora y fortalecer el impacto de la propuesta dentro de contextos reales de uso.

Por otra parte, sería pertinente ampliar el desarrollo multimedia del proyecto mediante la incorporación de nuevos recursos interactivos, audiovisuales o digitales que complementen la experiencia editorial y favorezcan un acompañamiento más continuo durante el proceso de reconocimiento personal.

Finalmente, se recomienda impulsar proyectos de diseño enfocados en la visibilización de problemáticas vinculadas al liderazgo femenino, la identidad y el bienestar emocional, contribuyendo desde la comunicación visual a la generación de espacios de reflexión, reconocimiento y fortalecimiento personal.



Bibliografía

Álvarez Fernández, D. L. (2010). *Diseño Editorial: Lo que Debes Saber*. Editorial de la Universidad de Palermo. 1668-5229

Ambrose, G., y Harris, P. (2008). *Formato* (Tercera ed.). Parramón Ediciones. <https://es.scribd.com/document/348167549/Formato-Ambrose-Harris>

Andrade Zamora, S. D., y García Bacuilima, J. L. (2018). Women as Managers of Anonymous Societies of Cuenca: Profile, Competitions And Management Styles. *Revista Global de Negocios*, 6(5), 1-17. <https://pure.ups.edu.ec/en/publications/women-as-managers-of-anonymous-societies-of-cuenca-profile-compet/Avolio> Alecchi, B., Vara Horna, A., y Del Carpio Castro, L. (2025). Los Costos Invisibles del Liderazgo Femenino.

Bravata, D. M., Watts, S. A., Keefer, A. L., Madhusudhan, D. K., Taylor, K. T., Clark, D. M., Nelson, R. S., Cokley, K. O., y Hagg, H. K. (2020). Prevalence, Predictors, and Treatment of Impostor Syndrome: a Systematic Review. *Journal of general internal medicine*, 35(4), 1252-1275. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7174434/>

Brockmann, J. M. (2012). *Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores gráficos*. Editorial Gustavo Gili (GG). <https://es.scribd.com/document/467184653/Sistema-de-Reti-culas-de-Josef-Mu-ller-Brockman-pdf>

Cadoche, É., y de Montarlot, A. (2025). El síndrome del impostor: Por qué las mujeres siguen sin creer en ellas mismas (Tercera ed.). Editorial Planeta Colombiana.

Cardona Flores, S. E. (2020, Enero 21). Análisis del diseño editorial en revistas de las Unidades Educativas Particulares de Quito pertenecientes al Distrito de Educación Nro. 5, periodo 2017- 2018 [bachelorThesis]. repositorio.utn. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10024>

Castelló, I., Bardera, D. T., y Vaara, E. (2023, Julio). Moving on: Narrative Identity Reconstruction after Entrepreneurial. *Journal of Business Venturing*, 38(4). 10.1016/j.jbusvent.2023.106302

Cervantes Gilbert, A. (2024, Julio 10). Impostor syndrome among Ecuadorian women in the labour market. *Journal of Business and entrepreneurial*, Vol. 8 - 4, 13-26. <https://www.journalbusinesses.com/index.php/revista/article/download/377/817/1887> Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias. (2024, Noviembre 9). Síndrome del impostor afecta al 85% de las mujeres empresarias: CCME. SIPSE.com. <https://sipse.com/ciencia-y-salud/sindrome-del-impostor-afecta-al-85-de-las-mujeres-empresarias-ccme-480711.html>

Delgado Boza, L. (2011). *Packaging para Diseñadores* (Primera ed.). Biblioteca Nacional del Perú. <https://es.scribd.com/document/328204884/Packaging-para-Disenadores-LORENA-DELGA-DO-pdf>

De Ponti, J. R. (2023). *Diseño de comunicación audiovisual: componentes, procedimientos y procesos*. EDULP (Editorial de la Universidad Nacional de La Plata). <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/book/2306>

Design studio sawol. (2023). *Gwangsan-gu Public Library Space 42*. sawol style. <https://www.sawolstyle.com/2023-gwangsan-library>

Frendika, R., Assyofa, A. R., y Suwarsi, S. (2022, Abril 23). The Influence of Self Efficacy and Self Confidence on Gender Equality in Manufacturing Companies - West Java Province. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 658(4), 238-248. 10.2991/assehr.k.220407.047

García Vicente, A. I. (2021, Junio 16). *Liderazgo en Femenino*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/109854>

Guajardo Espinoza, J. M., Rivera Morales, M. T., Molina Arriaga, Á. G., & Pérez Pinales, L. A. (2019). Autopercepción Motivante. *Memorias del XVI Coloquio Internacional sobre Políticas Sociales Sectoriales*, 523-533. https://www.researchgate.net/publication/344353209_Autopercepcion_Motivante



Jewell, T., y Durand, A. (2022, Enero). This Book Is Anti-Racist: 20 Lessons on How To Wake Up, Take Action, and Do the Work. *School Library Journal*. <https://www.slj.com/review/this-book-is-anti-racist-20-lessons-on-how-to-wake-up-take-action-and-do-the-work>

Khosravi Kamrani, A. (2002, Junio). Product design for modularity: QFD approach. 5th Biannual World Automation Congress. https://www.academia.edu/79310913/Product_design_for_modularity_QFD_approach

Lucas, L., Rodríguez, J., Martínez, M., Vidriales, C., y Sáez, Á. (2021). El Packaging T.I.P. (Técnico, Icónico y Pragmático). *Universidad de Ciencias Aplicadas*. https://www.academia.edu/27947734/El_Packaging_T_I_P

Mann, S. (2021). El síndrome del impostor (Primer ed.). <https://global-talent.ec/wp-content/uploads/2025/06/sindromedelimpostor.pdf>

Martínez Casanovas, M. (2020). Innovation KIT, Manual de Innovación. Crealnova Institute. https://www.researchgate.net/publication/344450793_Innovation_KIT_Manual_de_Innovacion

Narváez, D., Medina, A., y Villegas, A. (2021, Abril 1). Funciones del Packaging. *Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 2(2), 7-11. <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/v2.n2.a2>

Núñez, M. L. (2024, Octubre 2). ¿Por qué se atribuye el síndrome del impostor a las mujeres? *Women for Women Ecuador*. <https://www.womenforwomenecuador.org/single-post/por-qu%C3%A9-se-atribuye-el-s%C3%ADndrome-del-impostor-a-las-mujeres>

Panda, S., y Das, M. (2025, Agosto 1). Impostor Syndrome in Academic and Professional Contexts: A Systematic Review of Prevalence, Psychological Impact, Cultural Influences, and Intervention Strategies. *The International Journal of Indian Psychology*, 13. 10.25215/1303.113

PROMEMCI. (2022). Programa de mentorías para Mujeres Científicas. Universidad de Cuenca. <https://www.ucuenca.edu.ec/promemci/>

Ráfols, R., y Colomer, A. (2006). El diseño audiovisual (Primera ed.). Editorial Gustavo Gili (GG). https://www.academia.edu/72345414/Dise%C3%B1o_Audiovisual_Rafael_Rafols_y_Antoni_Colomer

Toro Ibañez, P. I. (2023). Sensorium: Libro experimental interactivo de estimulación sensorial para la exploración de las emociones [Tesis Pregrado]. In Universidad de Chile. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/196531>

Universidad de Londres (México). (2014, Diciembre). Manual Profesional de Diseño Editorial [Guía de estudio]. Universidad de Londres. <https://www.desarrollosweb.com.ar/tecno2a/descargastecno2a/libros/Libro-Manual-de-Diseno-Editorial.pdf>

Young, V. (2024). El síndrome de la impostura (Castellano ed.). <https://www.editorialkairos.com/catalogo/p/el-sindrome-de-la-impostura>







**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

