

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

DISEÑO DE PROTOTIPO Y CAMPAÑA DE LA APLICACIÓN PROFUNDIZA

SUSTENTADO POR:

ARIANNA DÍAZ MONTES DE OCA

11341305

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, M D C HONDURAS, C A

JULIO, 2020

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2020

ARIANNA DÍAZ MONTES DE OCA

Todos los derechos son reservados.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto no hubiera podido realizarse sin la ayuda de las personas que colaboraron en este proyecto, por lo que les quisiera agradecer por su tiempo y colaboración. Gracias a las personas entrevistadas: el Ingeniero Fernando Ramos, el Licenciado Mario Escobar, el Licenciado Taiki Kawano y el Licenciado Jaime Sosa, quien también me asesoró en este proyecto. Gracias a todas las personas que colaboraron en este proyecto, por su aporte que fue muy importante para la construcción de este proyecto.

DEDICATORIA

Quisiera dedicarle este proyecto a las personas de la tercera edad. Por su sabiduría, consejos y ejemplo es que muchos nos hemos convertido en las personas que somos. Con una especial dedicatoria a mis abuelos.

RESUMEN EJECUTIVO

En el documento que se presentará a continuación se mostrará el informe del proceso de diseño del prototipo de una aplicación para ayudar a las personas de la tercera edad. Lo primero que se verá en el documento será la introducción en la cual se habla del proyecto: una aplicación que apoye a las personas de la tercera que se sienten en soledad. En este apartado también se explicará porque se eligió indagar en el tema de la soledad en las personas de la tercera edad. Al igual que se explicará en que consiste el proyecto.

Después se verá el capítulo uno el cual habla de la investigación realizada. En él se comenzará describiendo los objetivos de la investigación, los cuales están divididos en incisos: el primero es el objetivo general y el segundo los objetivos específicos. En la siguiente subdivisión se habla acerca de la metodología de la investigación que ayudo a construir este proyecto.

Después se hablará del marco teórico del proyecto, el cual abarca los siguientes temas: la soledad en la tercera edad, acceso a la tecnología en Honduras, aplicaciones, negocios digitales, modelos de negocio en emprendimientos sociales e iniciativas digitales. Para acabar el primer capítulo se verán los resultados de las entrevistas a profundidad, los cuales se dividen en las siguientes subdivisiones: medios digitales, plataformas virtuales, sitios web, aplicaciones, aplicaciones para personas de la tercera edad, diseño de aplicaciones y mercadeo para aplicaciones.

En el capítulo dos se habla del desarrollo del proyecto. El cual comienza con la descripción de los objetivos, los cuales se dividen en dos partes: la primera es el objetivo general y los objetivos específicos. Después se describirán las características del público objetivo. Después se podrá ver el inciso de justificación del proyecto. Seguidamente se describirán las fases del proyecto, las cuales consisten de las últimas fases de la metodología descrita en el apartado de metodología de la investigación.

Luego se podrán ver los productos diseñados en el marco del proyecto, en este apartado se podrán ver los tres productos diseñados los cuales son: el diseño de la identidad gráfica de la marca, estructura y diseño de prototipo de la aplicación; y por último la campaña de promoción de la aplicación. Terminando el informe se podrán observar las conclusiones y recomendaciones. Así como los tres últimos apartados: glosario, bibliografía y anexos.

INTRODUCCIÓN

La soledad es una condición que afecta a las personas incluso cuando viven con otras personas, es una condición tan compleja que se produce por diferentes factores que no siempre dependen de la cantidad de personas con las que una persona convive. Sin embargo, hoy en día hay diferentes medios de comunicación que facilitan el intercambio comunicacional entre las personas. El reto de construir un canal que proporcione las herramientas correctas es posible si se toman decisiones basadas en la investigación del público objetivo y el medio de comunicación.

El proyecto descrito en este documento es una aplicación que tiene como propósito facilitar el intercambio comunicacional entre personas que sienten un vacío por la soledad con personas que sienten la necesidad de contribuir al bienestar de las personas de la tercera edad. Es por eso que fue de gran importancia realizar una investigación con la que se pudiera conocer el público objetivo con mayor profundidad.

Se comenzó la investigación estableciendo los objetivos que ayudaron a dirigir la investigación. Después se estableció una metodología de la investigación para poder empatizar con el público objetivo. Lo cual se puede ver en el marco teórico, donde se consultaron fuentes secundarias con información precisa que pudiera aclarar la situación en la que viven las personas de la tercera que viven en soledad, al igual que información acerca de medios digitales y emprendimientos sociales.

Para llegar a conocer mejor los medios digitales, el diseño de las aplicaciones y las aplicaciones para las personas de la tercera edad; se realizaron entrevistas a expertos. En el desarrollo del proyecto se establecieron objetivos para el proyecto los cuales están directamente relacionados con la elaboración del proyecto. Es importante mencionar que también se incluyó una justificación del proyecto.

Aunque se mencionó la metodología utilizada y se explicó la primera fase, al inicio del documento. En el inciso de fases del proyecto se explica el proceso de las siguientes fases. Con el objetivo de crear una mejor visualización se diseñaron tres productos dentro del marco del proyecto los cuales consisten; primero del diseño de la identidad gráfica de la aplicación, el cual consiste del diseño de la marca gráfica de la aplicación. También se diseñó la estructura y diseño de prototipo de la aplicación. Por último, se diseñó una campaña de promoción de la aplicación.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO 1: INVESTIGACIÓN REALIZADA	15
1.1 Objetivos de la investigación.....	15
1.1.2 Objetivo General	15
1.1.3 Objetivos Específicos.....	15
1. Buscar información acerca de las personas de la tercera edad y su situación en la sociedad.	15
2. Encontrar información que dirija a obtener una investigación precisa acerca de la creación de aplicaciones.....	15
1.2 Metodología de la investigación.....	15
1.3 Marco Teórico	16
1.3.1 La Soledad en la tercera edad.....	16
1.3.2 Acceso a la tecnología en Honduras	17
1.3.3 Aplicaciones.....	18
1.3.4 Negocios digitales	18
1.3.5 Modelos de negocio en emprendimientos sociales	19

1.3.6 Iniciativas digitales.....	20
1.4 Resultados de las entrevistas a profundidad.....	22
1.4.1 Plataformas Virtuales.....	22
1.4.2 Sitios web.....	23
1.4.3 Aplicaciones.....	23
1.4.4 Aplicaciones para personas de la tercera edad	24
1.4.5 Diseño de Aplicaciones	25
1.4.6 Mercadeo para aplicaciones	26
CAPITULO 2: DESARROLLO DEL PROYECTO	27
2.1 Objetivos del proyecto.....	27
2.2 Público objetivo.....	27
2.3 Justificación del proyecto.....	28
2.4 Fases del proyecto	28
2.5 Productos diseñados en el marco del proyecto	38
2.5.1 Diseño de la identidad gráfica de la aplicación	38
2.5.3 Campaña de promoción de la aplicación	39
CONCLUSIONES	40
RECOMENDACIONES	41
GLOSARIO	42
BIBLIOGRAFÍA	43
ANEXOS	46

ÍNDICE DE IMAGENES

<i>Figura 1.</i> Esquema metodología Design Thinking.....	37
<i>Figura 2.</i> Mapa de sitio	51
<i>Figura 3.</i> Wireframe vistas 1, 2, 3 y 4.....	52
<i>Figura 4.</i> Wireframe vistas 5, 6, 7 y 8.....	53
<i>Figura 5.</i> Wireframe vistas 9, 10, 11 y 12	53
<i>Figura 6.</i> Wireframe vistas 13, 14, 15 y 16.....	54
<i>Figura 7.</i> Wireframe vistas 17, 18, 19,20	54
<i>Figura 8.</i> Wireframe vistas 21, 22, 23, y 24.....	55
<i>Figura 9.</i> Wireframe vista 25.....	55
<i>Figura 10.</i> Imagotipo	59
<i>Figura 11.</i> Rejilla	59
<i>Figura 12.</i> Area de seguridad	60
<i>Figura 13.</i> Proporción	60
<i>Figura 14.</i> Retícula de construcción	61
<i>Figura 15.</i> Paleta de colores.....	61
<i>Figura 16.</i> Tipografía primaria	62
<i>Figura 17.</i> Tipografía secundaria	62
<i>Figura 18.</i> Tipografía de soporte	63
<i>Figura 19.</i> Versión simplificada.....	63
<i>Figura 20.</i> Versión en positivo y negativo.....	64
<i>Figura 21.</i> Pantalla de carga	65
<i>Figura 22.</i> Crear Usuario.....	66

<i>Figura 23.</i> Formulario parte 1.....	66
<i>Figura 24.</i> Formulario parte 2.....	67
<i>Figura 25.</i> Formulario parte 3.....	67
<i>Figura 26.</i> Mensaje completación de formulario.....	68
<i>Figura 27.</i> Inicio	68
<i>Figura 28.</i> Menú.....	69
<i>Figura 29.</i> Llamada.....	69
<i>Figura 30.</i> Chat	70
<i>Figura 31.</i> Inicio juego.....	70
<i>Figura 32.</i> Opción "Jugar con otra persona"	71
<i>Figura 33.</i> Vista decadas.....	71
<i>Figura 34.</i> Pregunta sin patrocinio	72
Figura 35. Pregunta con patrocinio	72
<i>Figura 36.</i> Pregunta relacionada al patrocinador	73
<i>Figura 37.</i> Anuncio	73
Figura 38. Resultados juego.....	74
Figura 39. Primera pieza para campaña	75
<i>Figura 40.</i> Segunda pieza para campaña.....	76
<i>Figura 41.</i> Tercera pieza campaña.....	76

CAPITULO 1: INVESTIGACIÓN REALIZADA

1.1 Objetivos de la investigación

1.1.2 Objetivo General

Conocer la situación de soledad de las personas de la tercera edad y los medios digitales para poder crear un concepto, diseño de prototipo y campaña publicitaria para una aplicación, con el propósito de que pueda ayudar a combatir este problema.

1.1.3 Objetivos Específicos

1. Buscar información acerca de las personas de la tercera edad y su situación en la sociedad.
2. Encontrar información que dirija a obtener una investigación precisa acerca de la creación de aplicaciones.
3. Investigar las ventajas y desventajas de proyectos que tengan el mismo público meta y que hagan voluntariado en línea.

1.2 Metodología de la investigación

Design thinking, un concepto iniciado por Herbert Simon, años después retomado por Tim Brown; así iniciando la metodología Design Thinking. La cual consiste en cinco etapas y está centrada en el pensamiento de diseño. Es por esto que se eligió hacer la elaboración del proyecto con esta metodología.

1.2.1 Empatizar

La primera etapa del proceso es empatizar por lo que se buscó empatizar con la problemática, la cual es la situación de soledad de las personas de la tercera edad y los medios tecnológicos que podrían ser utilizados por este segmento. Para realizar esta etapa de la metodología se consultaron fuentes cualitativas, por medio de entrevistas a expertos para poder definir las características de los diferentes medios digitales y poder definir un concepto para el proyecto. También se consultaron informes para encontrar información reciente de la situación las personas de la tercera edad.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 La Soledad en la tercera edad

Es definida como el "convencimiento apesadumbrado de ser excluido, de no tener acceso a ese mundo de interacciones, siendo una condición de malestar emocional que surge cuando una persona se siente incomprendida o rechazada por otros o carece de compañía para las actividades deseadas, tanto físicas como intelectuales".

Al definir la soledad, se pueden describir dos dimensiones, una de ellas es la subjetiva, que es cuando una persona se siente sola, independientemente de que viva con otras personas o sola. La soledad objetiva es cuando una persona elige estar sola, es importante mencionar que no siempre es una experiencia negativa y que puede ser enriquecedora.

Hay varios factores que se asocian con la soledad, algunos de esos factores están relacionados con las crisis que aparecen a estas edades. Algunas de ellas son:

1. Crisis de identidad: se viven un conjunto de pérdidas que pueden deteriorar la propia autoestima.
2. Crisis de autonomía: dada por el deterioro del organismo.
3. La crisis de pertenencia: experimentada por la pérdida de roles y de grupos a los que la vida profesional y las capacidades físicas y de otra índole que afectan la vida social.

Según lo que se investigó "la soledad de las personas mayores se previene o se supera cuando se realizan actividades incompatibles con los pensamientos que la generan, especialmente si éstas favorecen el cultivo de unas relaciones sociales y familiares satisfactorias."

1.3.2 Acceso a la tecnología en Honduras

Según los datos investigados el 19.9% de la población posee una computadora y el 90.8% posee un celular. En los datos acerca del acceso de internet y los hábitos de consumo se descubrió que el 29.5% tuvo acceso a internet en los últimos 3 meses (2016) de ellos el 61.7% hacen uso al menos una vez por día.

También se descubrió que del total de personas que tiene acceso a internet el 71.5% tuvo acceso a internet desde su celular. Además se pudo ver que la tercera razón de uso de internet por la población es el entretenimiento personal, la cual representa el 75.2%. (INE, 2016).

1.3.3 Aplicaciones

Una aplicación móvil es un programa que se descarga y al que puede acceder directamente desde un teléfono.

La experiencia de usuario (UX) es lo que un usuario experimenta al entrar en contacto con un sitio web, también aplica a lo que experimenta antes y después.

Algunas de las actitudes que se analiza en el usuario son: la percepción, las emociones, la memoria, la mentalidad, la motivación y el aprendizaje.

1.3.4 Negocios digitales

Modelos de ingreso o la forma de obtener recursos de una empresa puntocom, son:

Venta directa: Se venden productos que son cancelados de forma electrónica, en ocasiones también son cancelados en formas tradicionales.

Comisión: El proveedor es un intermediario y recibe una comisión.

Contenido: Se cancela un precio por información especializada.

Suscripción: Se cobra una cuota por el derecho a acceder a servicios o por obtener privilegios especiales.

Participación: Modelo de ingreso utilizado por incubadoras de empresas privadas o fondos de capital de riesgo para, luego, si está en condiciones de auto sustentarse, tomar una participación en la empresa.

Mezcla: depende del modelo de negocios la forma en que se pueden combinar estas alternativas, para entregar la mejor arquitectura de financiamiento. (Espinoza, 2013, p. 93)

1.3.5 Modelos de negocio en emprendimientos sociales

El emprendimiento social se diferencia de las organizaciones sin fines de lucro porque su estabilidad financiera está directamente relacionada con su misión social. W. Grassl definió nueve modelos de negocio para emprendimientos sociales, los cuales se definen como:

1. Apoyo emprendedor: Se vende un negocio que apoye a alguien de su público meta.
2. Intermediario de mercado: Provee servicios a clientes para ayudarlos a que accedan a mercados.
3. Empleo: Provee oportunidades de empleo y entrenamiento para empleo a clientes y luego vende sus productos o servicios.
4. Cuota por servicio: Vender servicios sociales directamente a clientes o a terceras personas.
5. Cliente con bajos ingresos: Ofrece servicios a clientes pero se enfocó en proveer acceso a aquellos que no podrían pagarlo de otra forma.
6. Cooperación: Provee a sus miembros con beneficios con sus servicios.
7. Conexión con el mercado: Facilita las conexiones entre clientes con el mercado.

8. Servicio de subsidiación: Vende productos y servicios a un mercado externo para ayudar a financiar otros programas sociales.
9. Apoyo organizacional: Aplica un modelo externo. Las actividades de negocios están separadas de los programas sociales. (Social Entrepreneurship Development in the Baltic Sea Region, 2015)

1.3.6 Iniciativas digitales

Han habido varias iniciativas digitales en diferentes medios digitales para combatir la soledad. Entre ellas podemos encontrar:

CHD Living: Es un grupo de servicios de atención para el adulto mayor en Inglaterra. Lanzaron la campaña "Adopta un abuelo" con el objetivo de traer alivio a personas jóvenes y de la tercera edad que no tienen abuelos o nietos. Las personas que desean "adoptar a un abuelo" deben llenar un formulario, luego alguien del equipo de CHD Living se comunica con ellos y después de este procedimiento, se puede interactuar con alguien de la tercera edad a través de llamadas, mandando fotos o mandando cartas.

Age UK: Es una institución en Inglaterra que cuenta con un teléfono de la amistad donde las personas mayores pueden llamar si se sienten en soledad. Han realizado varias campañas y videos donde las personas hablan de su experiencia con la soledad.

Ilumina una vida: Es una campaña hecha por la fundación Alares en España donde las personas mayores pueden llamar y hablar con voluntarios, expertos sociales y psicólogos. La línea telefónica es gratuita y anónima.

Happy: Es una aplicación que ofrece apoyo a personas que están pasando por una situación desafiante en su vida. En esta aplicación las personas pueden hablar acerca de los temas que ellos prefieren y que seleccionan previamente para que alguien los conecte con una persona entrenada para dar empatía y motivación.

También se investigaron juegos que promueven la interacción con las personas:

Plato - Juegos y Chats de Grupo: Es una aplicación en la que se puede jugar con otras personas. La aplicación ofrece más de 30 juegos, se pueden hacer grupos de hasta 100 personas y ofrece salas de chat públicas en las cuales se pueden conocer personas que están conectadas a la aplicación. La competencia también es un aspecto de la aplicación ya que, una persona puede organizar un torneo, al igual que la aplicación puede unir a dos jugadores para que jueguen si ellos desean hacer uso de esa función. En la aplicación se puede chatear mientras se está jugando, al igual que pueden hacer uso de un chat privado.

Uno Friends: Es un juego donde las personas pueden jugar el juego uno en grupos. Los grupos pueden estar conformados por personas que ya se conocen y también con personas que se conocen dentro de la aplicación.

Crucigramas español: Es una aplicación que cuenta con diferentes crucigramas, con largas listas de palabras y con tres niveles de dificultad.

Snap quiz challenge: Es un juego que tiene preguntas de diferentes temas, divididos en 11 categorías acerca de libros, videojuegos, geografía, entre otros.

Sopa de letras: Es un juego que está orientado para personas de varias edades, con diferentes temas de interés.

1.4 Resultados de las entrevistas a profundidad

1.4.1 Plataformas Virtuales

En la actualidad existen varios tipos de medios digitales entre ellos se encuentran las aplicaciones, los sitios web y las plataformas digitales. Cada uno tiene diferentes funciones que traen ventajas y desventajas.

Para conocer cómo se define una plataforma virtual se le consultó al Licenciado Jaime Sosa y respondió que es una página web con múltiples funcionalidades. Agregó que lo que una plataforma virtual pretende hacer es gestionar contenido para uso general o específico, ya sea para algo interno o público. (J. Sosa, comunicación por llamada, 21 de mayo de 2020).

El Ingeniero Fernando Ramos también comentó en este tema y mencionó que una plataforma permite que a través de ella se puedan obtener servicios, productos o información. (F. Ramos, comunicación por llamada, 22 de mayo de 2020).

1.4.2 Sitios web

El Ingeniero Fernando Ramos definió un sitio web como una plataforma a la que se accede para obtener información y a obtener productos de comercio electrónico. (F. Ramos, comunicación por llamada, 22 de mayo de 2020).

La diferencia con un sitio web se puede identificar en sus funciones como menciona el Licenciado Jaime Sosa que respondió que un sitio web muestra información y la única interacción que se tendría sería recibir información. (J. Sosa, comunicación por llamada, 21 de mayo de 2020).

1.4.3 Aplicaciones

En cambio una aplicación se diferencia por los objetivos que tiene como lo explicó el Ingeniero Fernando Ramos cuando dijo que su objetivo es muy puntual como jugar, guardar tareas o enterarse de noticias o eventos. Sin embargo mencionó que algunas de ellas se comportan como sitios web.

La rapidez con la que funciona una aplicación es de gran importancia para el consumidor, por lo que podría considerarse una ventaja o desventaja dependiendo de la velocidad de la aplicación. Para conocer que factores podrían hacer que una aplicación sea más lenta, se le consultó al Ingeniero Fernando Ramos que menciona que es importante no incluir los siguientes elementos: imágenes que sean muy pesadas y "streaming", ya que en ese caso se depende del canal de datos o del wifi. También menciona que en términos técnicos también influye el lenguaje de programación que se utilice.

Siguiendo con el mismo tema se le consulto cual sería la diferencia con un sitio web y respondió que en una aplicación se utiliza un concepto de embebido. (F. Ramos, comunicación por llamada, 22 de mayo de 2020).

El proceso de lanzamiento de una aplicación es un proceso que toma varios aspectos en consideración como lo expreso el Licenciado Mario Escobar cuando dijo que la primer parte del proceso es pensar en el usuario, en llevarlo a la virtualidad y analizar su comportamiento. Después se realiza una propuesta en la que se comienza con el diseño de un “wireframe”, luego se hace una primera propuesta y mostrarla a alguien que no necesariamente debe ser el público objetivo. Cuando ya se tiene la simulación, se necesita la programación y por último lanzarla a los dispositivos. (M. Escobar, comunicación por llamada, 28 de mayo de 2020).

1.4.4 Aplicaciones para personas de la tercera edad

Hay varios factores que se toman en cuenta para la creación de aplicaciones como expreso el Ingeniero Fernando Ramos cuando se le pregunto acerca de los aspectos que se deberían de evadir en una aplicación que está orientada hacia personas de la tercera edad y dijo que era importante crear una experiencia de usuario que sea amigable. También agregó que debe cumplir con criterios de usabilidad bastante adecuados para el target. (F. Ramos, comunicación por llamada, 22 de mayo de 2020).

Es por esto que se le consultó al Licenciado Jaime Sosa si para alguien de la tercera edad es más recomendable una aplicación o un sitio web, a lo que

respondió que la aplicación soluciona muchos problemas que genera una página web. Añadió que una de las razones por las que es más recomendable es porque en una aplicación las actualizaciones son automáticas, mientras que un sitio web puede ser que no funcione en cualquier navegador. También resalto que otra de las ventajas es que con la aplicación se accede con un icono, que otra persona puede configurar por ellos y que cuando ya está configurado el usuario no tiene que hacer nada más. (J. Sosa, comunicación por llamada, 21 de mayo de 2020).

1.4.5 Diseño de Aplicaciones

El estilo de animación que se elige para una aplicación puede facilitar la comunicación en una aplicación, al igual que puede distraer del mensaje como expreso el Licenciado Taiki Kawano cuando se le pregunto qué animaciones son las más recomendadas para el segmento de personas de la tercera edad y respondió que debería ser sencilla, fácil de entender y con la cual se pueda interactuar sin crear mucho ruido. En cuanto a su diseño comento que debía priorizar la legibilidad y el buen uso de colores.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta al diseñar una aplicación es la elección de los colores, es por esto que también se le consulto que colores eran los más apropiados considerando una aplicación que está orientada este segmento y comento que era importante mantener un buen contraste en los colores. También resalto que era importante que los colores no sean muy saturados pero que tampoco sean colores pasteles con una saturación muy baja. (T. Kawano, comunicación por llamada, 25 de mayo de 2020).

1.4.6 Mercadeo para aplicaciones

La forma en que las aplicaciones generan ganancias se diferencia a otro tipo de negocios ya que es un rubro en el que el comercio es en línea. El Licenciado Mario Escobar describe dos formas en las que una aplicación puede generar ganancias: de compra o gratis con compras integradas o con publicidad. Con la segunda resalta que las aplicaciones pueden ser pagadas pero le pueden dar la opción al consumidor de tener la aplicación con la condición de que tiene que ver publicidad. (M. Escobar, comunicación por llamada, 28 de mayo de 2020).

CAPITULO 2: DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 Objetivos del proyecto

2.1.1 Objetivo general

Diseñar la identidad gráfica, prototipo y campaña de promoción de una aplicación que pueda ayudar a combatir la soledad en las personas de la tercera edad.

2.1.2 Objetivos específicos

1. Definir la identidad gráfica de la aplicación.
2. Diseñar el prototipo de la interfaz de una aplicación que ayude a las personas de la tercera edad.
3. Crear una campaña publicitaria que dé a conocer la aplicación.

2.2 Público objetivo

El público objetivo del proyecto son personas entre las edades de 60-75 años que residen en Honduras. Son personas que padecen de soledad subjetiva por lo que viven solas o con otras personas pero que se sienten en soledad. Dado a que se sienten de esta manera, también desean comunicarse e interactuar con otras personas. También son personas que tienen un teléfono inteligente que utilizan para entretenimiento.

2.3 Justificación del proyecto

La soledad es uno de los problemas que afectan a los adultos mayores y a pesar de que el interactuar con una persona de la tercera edad puede traer beneficios a personas de todas las edades, no es fácil encontrar una forma de interactuar. La iniciativa de este proyecto pretende facilitar la comunicación entre dos personas: una persona que siente un vacío por la soledad y otra que siente la necesidad de contribuir a esta causa. Esta comunicación se hará a través de una aplicación ya que, después de analizar las diferentes formas de comunicación digital, se dedujo que la comunicación por medio de una aplicación sería la forma más conveniente para las personas de la tercera edad. El propósito de este proyecto es llegar a ese segmento de la población que se siente en soledad y que tiene la necesidad de conectar con alguien más.

2.4 Fases del proyecto

Considerando que en la etapa número uno de la metodología del proyecto se empatizó con el público objetivo.

2.4.1 Definir

En la segunda etapa del proyecto: definir, como se puede ver en la figura 1, se definieron los problemas que se debían solventar en la aplicación para llegar a los objetivos del proyecto. Basándose en el marco teórico, después de analizar el público objetivo se descubrió que hay ciertos aspectos que se deben analizar al elegir un medio digital que se adapte a las necesidades del target. Entre ellas se

consideró que opción facilitaría la experiencia de usuario, las opciones consideradas fueron: las plataformas digitales, páginas web y aplicaciones.

Después de analizar las diferentes opciones se descubrió que las aplicaciones ofrecen como ventaja una experiencia de usuario muy apropiada para las personas de la tercera edad, por su practicidad al momento de descargarla y de acceder al contenido. Además de que se puede acceder a ella en cualquier momento desde su celular sin necesidad de introducir un enlace. Sin embargo representa como desventaja la necesidad de tener un teléfono inteligente o "tablet".

Por otra parte los sitios web tienen la ventaja de que con un enlace puede utilizarse en cualquier dispositivo, sin embargo tiene las desventajas de que necesita constantes actualizaciones, que se debe introducir el enlace cada vez que se requiera su uso y que con solo cerrar la pestaña con la cual se abrió el enlace, se puede perder la oportunidad de fidelización de un usuario.

Cuando se compararon con las plataformas digitales se pudo deducir que las plataformas digitales comparten similitudes con los sitios web en cuanto a que también necesitan actualizaciones, en cuanto a las ventajas que ofrece, su diseño permite que una persona pueda tener un usuario y acceder al contenido.

Otro de los problemas que se definieron es que también es necesario puntualizar como la aplicación generaría ganancias. Es por esto que se estudiaron los diferentes negocios digitales, sin embargo se pudo ver que considerando que la aplicación tiene una misión social, la elección de un modelo de negocios debía

tener como prioridad la misión social del proyecto. Por lo que se decidió que además de tomar en consideración los negocios digitales también se debía elegir un modelo de negocios para emprendimientos sociales. El cual, también se determinó, debía encajar con los dos conceptos más importantes del proyecto; cumplir con la misión social y que se adapte a un medio digital.

Después de haber investigado otras iniciativas digitales que promueven la interacción entre las personas. Se determinó que se debía elegir cual sería el proceso por el cual se iba ayudar a las personas de la tercera edad que viven en soledad, es decir que grupo de personas podríamos unir con las personas de la tercera edad para que puedan interactuar.

Otro desafío que se descubrió fue el de la seguridad dentro la aplicación ya que es importante que al momento de interactuar dentro de la aplicación, las personas tengan la certeza de que la persona con la cual están interactuando en realidad es la persona que dice ser. Especialmente si se considera que el público objetivo no tiene mucha experiencia con los medios digitales. Esto también le da seguridad al grupo de personas que les daría apoyo, ya que es importante que al tratar de combatir un problema como la soledad se pueda tener una cercanía entre las dos personas que están hablando y evitar que tengan conversaciones superficiales por no tener la seguridad de sentirse en un ambiente seguro.

Después de definir los problemas que se podrían enfrentar para la creación del proyecto se definieron los problemas que se podrían enfrentar en su diseño. Se determinó que es importante encontrar una paleta de colores que priorice la

legibilidad y que transmita emociones positivas con el fin de poder transmitir a través de la marca, la confianza y cercanía que podría existir entre las personas entre sí, así como las personas con la aplicación.

También se definió que para la construcción de la marca es importante elegir un concepto que simbolice la buena voluntad de la marca, con el cual las personas puedan sentir una conexión que les transmita seguridad, amabilidad y simpatía.

2.4.2 Idear

En la etapa tercera etapa de la metodología: idear, se plantearon las soluciones que solventaran los problemas definidos en la primera etapa. En esta etapa, después de estudiar las ventajas y desventajas de los medios digitales, se eligió que considerando las necesidades del público objetivo el mejor medio digital que se podría elegir para la realización de este proyecto sería una aplicación.

El reto que se presentó después fue definir el grupo de personas que darían apoyo a las personas del público objetivo, por lo que se definió que se haría a través de personas que quieran ser voluntarios en la aplicación. Se uniría un voluntario con alguien de la tercera edad. Se estableció que el perfil del voluntario debe ser una persona mayor de 21 años, que resida en Honduras y que quiera ayudar a aliviar el problema de la soledad en el adulto mayor. Los voluntarios podrían utilizar la aplicación de la misma forma en que la utilizaría una persona de la tercera edad, de esta forma su interacción es mucho más cercana.

También se conformaría un grupo de ayuda que estaría compuesto por profesionales en psicología. El cual sería un mediador al inicio, haciendo una entrevista después de que las personas crean su perfil, con el objetivo de poder dar mayor seguridad tanto a las personas de la tercera edad como a los voluntarios. El grupo de ayuda también serviría como apoyo cuando una persona necesite consejos para atravesar dificultades. Al igual que los voluntarios pueden pedir recomendaciones al grupo de ayuda acerca de cómo mejorar la comunicación con la persona que les fue asignada.

Con el objetivo de poder facilitar un espacio donde las personas puedan tener una interacción más amena, se evaluaron varios tipos de juegos que podrían ser llamativos para las personas de la tercera edad. Se eligió hacer un juego de trivia ya que, es un juego que da la oportunidad de poder recordar eventos culturales de varias décadas que podrían iniciar un tema de conversación entre el público objetivo y los voluntarios. Todas las preguntas del juego serían de Honduras, ya que tanto el público objetivo como los voluntarios residirían en Honduras. El público objetivo nació entre los años 1945-1960, por lo que se determinó que las décadas en las cuales estarían basadas las preguntas del juego serían las décadas desde el año 1940 al 2019. Se expandiría el tiempo hasta años más recientes tomando en cuenta a los voluntarios, para que ellos también puedan divertirse en el juego y responder preguntas que ellos recuerden. También se incluyó la opción de "mix" que tendría la función de poder jugar con preguntas aleatorias.

En esta etapa también se definió el modelo de negocios para emprendimientos sociales. Se pudo ver que el modelo de cliente con bajos ingresos era el que más se adecuaba a las necesidades del proyecto, ya que en este modelo se puede vender un servicio a terceras personas, que en este caso sería ofrecer un espacio para la publicidad. Sin embargo según los modelos definidos por W. Grassl, también es importante que en el emprendimiento social se creen nuevos modelos de negocio, por lo que considerando que con la aplicación se quiere llegar a la mayor cantidad de personas que se sienten en soledad, se decidió que la aplicación sea gratuita.

Sin embargo, la aplicación generaría ingresos para poder auto sostenerse a través del patrocinio, el cual se aplicaría en el juego de trivia. Se determinó que los patrocinadores deben ser de marcas hondureñas, con el objetivo de que el público objetivo se pueda identificar con las preguntas del juego. En el juego aparecerían tres tipos de preguntas: el primer tipo serían preguntas de cultura general sin anuncios. El segundo tipo serían preguntas que estarían relacionadas a las marcas, seguidas por anuncios. Y el tercer tipo que serían preguntas acerca de los patrocinadores, este espacio sería ofrecido a marcas con mayor posicionamiento en el mercado, para que las personas puedan conocer las respuestas a las preguntas.

Después de establecer como sería el funcionamiento de la aplicación, se definió el nombre de la aplicación, Profundiza, el cual hace alusión a que se debe profundizar en una conversación para conocer una persona. El sentimiento de soledad puede

hacer que una persona se sienta incomprendida pero al profundizar en sus propias emociones ellos podrían buscar ayuda. El concepto de "profundizar" es muy importante en todos los elementos de la aplicación y el motivo principal de elegir el juego de trivia.

También se definió una paleta de colores basándose en lo dicho por los expertos y se eligió una paleta de colores con un alto contraste, que promoviera la legibilidad, también se eligieron estos colores por los efectos que tienen en las personas priorizando la estabilidad emocional, la esperanza y la diversión.

2.4.3 Prototipar

En la etapa número cuatro de prototipar: se pensaron en diferentes formas en las que se podría diseñar la aplicación. Se comenzó haciendo una versión inicial del "wireframe", en el que se consideraron aspectos como usabilidad, la seguridad del usuario y experiencia de usuario. Después se consultó con un experto que aspectos se deberían incluir para optimizar su funcionamiento. Después se hizo un mapa de sitio y una segunda versión del "wireframe". En el mapa de sitio como se puede ver en anexos, se realizaron las conexiones que tendría una pantalla con la otra. En la segunda versión del "wireframe" se tomaron en consideración las conexiones hechas en el mapa de sitio para incluir pantallas que serían necesarias para el funcionamiento del prototipo de la aplicación.

También se determinaron diferentes funciones para los botones, utilizando la paleta de colores determinada en el diseño de la marca. En esta etapa se

determinaron las diferentes funciones de los botones. Para clasificar cada botón según su importancia, se definieron que tres de los colores determinados en la paleta de colores serían los que se utilizarían para los determinar que sensaciones deben transmitir: naranja, verde y azul. El naranja representa un nivel alto de importancia, el verde representa que es una transición a otro contenido y el azul representa la neutralidad, al igual que la concordancia con el texto. Existen dos tipos de botones color verde, el primero es el que solo tiene contorno verde y texto verde, que significa que todavía no se han completado los datos requeridos, al completarse el botón pasa a ser color verde con texto blanco. El segundo tipo de botón color verde es el que tiene relleno color verde y texto beige. El texto de los botones de color verde tiene dos variaciones en cuanto a el texto ya que, en los formularios se utiliza la tipografía Montserrat en su variación regular y en el resto de la aplicación, cuando se utiliza el botón verde utiliza la variación "bold".

2.4.4 Evaluar

En la última etapa se probó el prototipo diseñado a través de un formulario, el cual se puede ver en anexos. Se le pidió a dos expertos que evaluaran el prototipo de la aplicación a través del formulario, en el evaluó: usabilidad, experiencia de usuario, diseño de iconos, paleta de colores, tipografía, jerarquía visual, diseño de formularios y arquitectura de la información. En el formulario evaluó los diferentes aspectos del prototipo del uno al cinco, uno siendo el menor y cinco el mayor.

El Ingeniero Fernando Ramos calificó el diseño de iconos y el diseño de formularios con cinco y el resto de los aspectos con cuatro. La Licenciada Nolvía Reyes calificó

la paleta de colores con tres; el diseño de iconos, tipografía, jerarquía visual, diseño de formularios y arquitectura de la información con cuatro y la usabilidad, así como la experiencia de usuario con cinco. El Licenciado Mario Escobar calificó la usabilidad, experiencia de usuario y arquitectura de la información con tres; el diseño de iconos, tipografía, jerarquía visual y diseño de formularios con cuatro; y la paleta de colores con cinco.

Con el objetivo de evaluar a mayor profundidad la aplicación se realizó un test de usuario con una muestra de cinco personas de la tercera edad. En él se pudo observar que las personas no comprendían completamente el papel del voluntario dentro de la aplicación y que tampoco conocían los servicios que ofrece el equipo de ayuda. También se pudo ver que la tipografía dentro de la aplicación es legible, la tipografía del imagotipo también se pudo leer sin dificultad por el público objetivo. En cuanto al diseño de iconos, se pudo ver que son reconocibles por el público meta.

También se descubrió que los colores complementan el diseño de forma positiva, ya que fueron de agrado por las personas que utilizaron la aplicación en el test. Con la excepción de los textos en color beige sobre el color verde en la tipografía Monserrat en su variación regular, en el que una persona mencionó que dificultaba su legibilidad. Estas características en el texto, solo se puede encontrar en el formulario del inicio, al introducir la información en cada campo requerido. Sin embargo, el resto de los textos en verde y azul en la variación tipográfica regular se podían leer con facilidad.

En cuanto al concepto de la aplicación, las personas entendieron que la aplicación esta orientada a las personas de la tercera edad pero se pudo observar que el mensaje al inicio y las fotografías ayudan a aclarar ese mensaje aun más, por lo que es recomendable incluir más fotografías. Otras sugerencias que se hicieron fueron, en cuanto a los botones, una de las personas sugirió cambiar el texto de uno de los botones de "hablar" a "conversar". Al igual que agregar el código de área al espacio de número de teléfono y aclarar que se deben utilizar letras en las condiciones para crear una contraseña.

Otros aspectos que se observo fue que el juego fue de interés para el público meta, que su navegación fue sencilla y que las divisiones en décadas también llamaban su atención. Reconocían que los anuncios son espacios pagados y que no son parte del juego. Otro aspecto que les resulto interesante fue incluir un espacio para poner una frase en el perfil de cada persona.



Figura 1. Esquema metodología Design Thinking

2.5 Productos diseñados en el marco del proyecto

La forma en que a través de este proyecto se espera ayudar a combatir la soledad es con el diseño de un prototipo de una aplicación. Para asegurar que su imagen este unificada se diseñaron tres productos con el público objetivo en mente.

2.5.1 Diseño de la identidad gráfica de la aplicación

La identidad gráfica de la aplicación consiste en el diseño de la marca gráfica y los cuidados que se deben tener al utilizarla, como se puede ver adjunto como anexo. También se estableció una paleta de colores y se establecieron tipografías con el objetivo de tener unidad en la comunicación visual de la marca. En cada inciso se puede ver una justificación de porque se eligieron ciertos elementos para la marca.

2.5.2 Estructura y diseño de prototipo de la aplicación

La estructura y diseño de prototipo de la aplicación consiste en el diseño de cada una de las pantallas de la aplicación, los enlaces al diseño y el prototipo de la aplicación se encuentran en anexos, para poder apreciar las conexiones que tiene cada pantalla se recomienda ver el enlace al prototipo. La aplicación contiene diferentes beneficios, entre ellos la opción de chat, llamada, visualización de perfil y un juego. El juego que contiene la aplicación es un juego de trivia de datos de cultura general de Honduras, el cual está dividido en décadas. La aplicación genera ganancias a través del patrocinio y la publicidad.

2.5.3 Campaña de promoción de la aplicación

La campaña de promoción de la aplicación está dirigida al mismo público objetivo al que está dirigida la aplicación y consiste en tres diseños de piezas publicitarias para prensa y un diseño para volantes. Las piezas publicitarias están en anexos, así como otros parámetros que se tomaron en consideración para la creación de la misma. Una de las piezas publicitarias fue adaptada para ser impresa como volante. El objetivo general de la campaña es hacer una campaña de lanzamiento que resalte los beneficios de la aplicación.

CONCLUSIONES

1. La soledad subjetiva en el adulto mayor es un problema muy complejo que necesita de una investigación profunda para ser abordado en proyectos que ayuden a combatirla.
2. Es importante que para cumplir la misión social que tiene la aplicación, que tanto la aplicación como su modelo de negocios sean actualizados y modificados, para ayudar aún más personas de las consideradas en el público objetivo inicialmente.
3. El emprendimiento social tiene como objetivo cambiar un problema en nuestra sociedad, por lo que también debe generar ganancias para poder realizar su obra social. Una aplicación genera ganancias a través de medios no tradicionales por lo que al unir estos dos conceptos resulta una idea con muchas posibilidades, siempre y cuando este en constante revisión y mantenga como prioridad su objetivo social.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda hacer conciencia acerca de la situación de soledad en el adulto mayor a través de la comunicación de la aplicación para ayudar a aliviar su situación y comunicar la buena voluntad de la marca.
2. Se aconseja buscar nuevas formas de interacción que podría tener la aplicación como agregar nuevos juegos. Al igual que analizar la posibilidad de lanzarlos al mercado como aplicaciones por separado para generar ganancias que podrían ayudar a programas sociales que ayuden al adulto mayor.
3. Se recomienda analizar que el número de personas de la tercera edad sea el mismo que el de los voluntarios, para evitar perder la fidelización de los usuarios.

GLOSARIO

Imagotipo: Es la combinación de un logotipo y un isotipo.

Isotipo: Es la parte simbólica de la marca.

Logotipo: La representación gráfica de una marca usando solo la tipografía.

Tipografía: Es la destreza, el oficio o la industria de la elección y uso de tipos para desarrollar una labor de impresión.

Sistemas embebidos: son sistemas operativos creados con el fin de ser controlados por microprocesadores o microcontroladores, también se podría decir que son sistemas que cumplen con una tarea en específico.

Usabilidad web: es el grado de facilidad de uso que tiene una página web para los visitantes que entran e interactúan con ella.

Usuario: un usuario es el utilizador habitual de ciertos programas, aplicaciones y sistemas de un dispositivo, ya sea, una computadora o un teléfono inteligente.

Marca: la marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores.

Contraste: escasez de tonos intermedios, de forma que resalta con notoriedad lo claro y lo oscuro.

Wireframe: es una guía visual que representa la estructura esquelética de un sitio web.

BIBLIOGRAFÍA

1. ¿Cómo aplicar la metodología Design Thinking?.
<https://www.fundacioncreativacio.org/es/blog/el-blog-creativador/como-aplicar-la-metodologia-design-thinking/>.
2. ¿Qué es el Design Thinking? ¿Quién lo creó? Historia y fases de la metodología. Lugar de publicación:
<https://www.designthinking.services/2017/07/que-es-el-design-thinking-historia-fases-del-design-thinking-proceso/#:~:text=El%20concepto%20de%20Design%20Thinking,de%20la%20empresa%20Ideo.com>.
3. Instituto Nacional de Estadística. (2016) LIV ENCUESTA PERMANENTE DE HOGARES DE PROPÓSITOS MÚLTIPLES –EPHPM – JUNIO 2016. Recuperado de:
https://www.ine.gob.hn/publicaciones/Hogares/EPHPM_2016/Resumen%20Ejecutivo%20junio%202016.pdf.
4. Rodríguez Martín, M. La soledad en el anciano. Gerokomos.
5. Universidad de Granada. (2009) La soledad en los mayores. Recuperado de:
<http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/rubio-soledad-02.pdf>.
6. More, M. ¿Qué es la UX y la UI?. Lugar de publicación:
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-la-ux-y-la-ui-analitica-usabilidad/>.
7. Adopt a Grandparent. <https://chdliving.co.uk/adopt-grandparent>.

8. Aplicaciones móviles: Qué son y cómo funcionan.
<https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>.
9. Espinoza, R, (2013), *Innovación en negocios para mentes digitales*, Santiago de Chile, Chile, RIL editores.
10. Social Entrepreneurship Development in the Baltic Sea region executed under the Erasmus+ programme and co-financed by the European Union. (2015) HOW TO CHOOSE PROPER BUSINESS MODEL FOR SOCIAL .ENTERPRISE. Recuperado de: <http://socialinnovation.lv/wp-content/uploads/2015/07/Business-model-webam-small.pdf>.
11. Alcaraz, M. LOGOTIPO, ISOTIPO, IMAGOTIPO E ISOLOGO... ¿QUÉ SON Y CÓMO SE DIFERENCIAN?. Lugar de publicación: <https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>.
12. Definición de tipografía. Lugar de publicación: <https://definicion.de/tipografia/>.
13. VIRGAM. ¿Qué son los sistemas embebidos? Lugar de publicación: <https://www.azulweb.net/que-son-los-sistemas-embebidos/>.
14. Usabilidad web: qué es y 6 recomendaciones para mejorarla. Lugar de publicación: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/usabilidad-web>.
15. Significado de Usuario. Lugar de publicación: <https://www.significados.com/usuario/>.

16. ¿Qué es una marca? Lugar de publicación:
<https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html>.
17. DEFINICIÓN DE CONTRASTE. Lugar de publicación:
<https://definicion.de/contraste/>.
18. Wireframe. Lugar de publicación: <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/wireframe>.
19. How we're keeping the door open for older people as lockdown lifts. Lugar de publicación: <https://www.ageuk.org.uk/our-impact/coronavirus-appeal-update/>.
20. ILUMINA UNA VIDA. Lugar de publicación:
<https://www.alares.es/iluminaunavida/#.XxYZPW1KjIU>.
21. Sopa de letras.
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.quelaba.sopalettras&hl=es_419.
22. Crucigrama Español.
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.berniiii.iiiii.palabracruzadas&hl=es_HN.
23. Snap Quiz Challenge.
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.minichimera.snapquiz&hl=es_HN.

ANEXOS

1. Cuestionario de entrevista del Ing. Fernando Ramos

¿Que se debería evadir al diseñar una aplicación que está orientada a las personas mayores?

¿En un aspecto técnico de la aplicación que cosas hacen que sea menos eficiente? ¿Que la aplicación sea más lenta?

¿Cómo es diferente con un sitio web?

¿Los anuncios podrían hacer que sea más lenta?

¿Qué tan importante es que una aplicación tenga sociabilidad para que tenga éxito?

¿Qué elementos del diseño hacen que se dificulte la etapa de programación de la aplicación?

¿Es recomendable que en la aplicación de un juego haya un chat que aparezca simultáneamente mientras se está jugando el juego?

¿Cuál cree que es la forma de mercadeo más recomendable para una aplicación para generar ganancias?

¿Conoce alguna aplicación que haga voluntariado en línea?

¿Cuál es la diferencia entre una plataforma digital, una aplicación y un sitio web?

¿Las plataformas digitales son diseñadas específicamente para instituciones o también las hacen para entretenimiento?

2. Cuestionario de entrevista al Lic. Jaime Sosa

¿Qué es lo que normalmente se entiende con plataforma virtual?

¿Cuál sería la diferencia con una aplicación y un sitio web?

¿Puede haber una plataforma de un juego o normalmente no se hace? ¿Se podría describir como la plataforma de un juego?

¿Una plataforma podría ser una aplicación y un sitio web al mismo tiempo o son tres cosas distintas?

¿Cuál es el proceso de lanzamiento de un sitio web comparado con el de una aplicación?

¿Para alguien de la tercera edad es más recomendable la aplicación o un sitio web?

¿Cree que los anuncios pueden ser un factor distractor, para que las personas mayores utilicen la aplicación?

¿En cuanto a cerrar el anuncio, podrían confundirse o no cree que podría distraerlos?

¿En el caso que no se pusieran anuncios podría ser rentable?

¿Cuál sería una buena estrategia? Si fuera con los anuncios ¿Qué estrategia recomendaría?

¿Cuál cree es el juego más recomendable para personas mayores? ¿Qué tipo de juegos, son más recomendables?

¿Qué tipo de animaciones recomienda para este target? ¿O no las recomienda?

¿Qué otras alternativas se incluyen normalmente en juegos además de animación y video?

¿Qué softwares recomendaría para animación?

¿Cuál sería la mejor forma para que una aplicación o sitio web que se dedique al voluntariado genere ganancias?

¿Hay alguna característica que deban tener los juegos, que usted considera, algo que siempre deban de tener?

¿Cómo debería ser presentada una aplicación como proyecto de inversión, como prototipo?

¿Cómo debería ser diseñada para que pueda ser programada y que cosas la harían menos eficiente? ¿Qué cosas del diseño harían que una aplicación fuera menos eficiente al ser programada en un futuro?

¿Cuáles son los retos para crear un juego comparando un sitio web con una aplicación? ¿Qué sería distinto? ¿Qué es lo más desafiante de hacer los dos?

¿Ha escuchado de alguna aplicación que haga voluntariado en línea?

3. Cuestionario de entrevista al Lic. Taiki Kawano

¿Qué animaciones recomienda para alguien de la tercera edad? En el caso de los colores ¿Cuáles cree que son más apropiados?

¿Qué softwares recomienda para animación?

¿Qué tipo de animaciones recomienda?

Hablando de la creación de personajes de un juego ¿Qué características debería de tener el personaje del juego? ¿Qué es lo que hace que un personaje sea memorable?

¿Recomendaría para este segmento que fuera un personaje que fuera una persona o una personificación?

¿Tiene alguna recomendación para animar texto o tipografía? ¿Para animar el texto en el caso de que fuera trivia o en el caso que se ocupara en la aplicación?

¿Qué consideraciones se deberían de tomar al hacer el logo de un juego? ¿Ha notado algunas similitudes entre varios logos? ¿Deberían ir muy relacionados con la historia del juego o la idea del juego?

¿Cree que necesariamente el logotipo tendría que ser animado? ¿Hay ejemplos donde no están animados?

¿Hay algo que le gustaría agregar, un consejo, para hacer la aplicación?

4. Cuestionario de entrevista al Lic. Mario Escobar

¿Qué elementos del diseño captan la atención de las personas de la tercera edad?

¿Hay alguna paleta de colores que usted recomendaría o algún tipo de colores?

¿Cuál es el proceso de lanzamiento de una aplicación?

Para el proceso del prototipo de la aplicación ¿Considera que hacerlo en Adobe XD es apropiado? ¿Qué recomendaciones tiene?

¿Cómo una app genera ganancias?

¿Cuál es más rentable, la aplicación o un sitio web?

¿Qué recomendaría para un juego, un juego de una aplicación para personas mayores? Específicamente ¿Qué características debería tener?

Cuándo una aplicación ya está creada y ya salió al mercado ¿Cómo es esa etapa de mantenimiento? ¿Qué personas se necesitan para que le den mantenimiento a una aplicación?

¿Cuál sería la diferencia con el proceso de creación de una aplicación?

¿Qué factores hacen que una aplicación sea menos eficiente o que sea más lenta?

En cuanto al logotipo ¿Hay alguna característica que usted cree que deberían de tener los logotipos que deberían de tener las aplicaciones para juegos?

¿Recomienda algún software para animación?

¿Qué tipo de animaciones cree que se deberían de usar, como que estilo?

¿Conoce alguna aplicación que hace voluntariado en línea?

5. Mapa de sitio

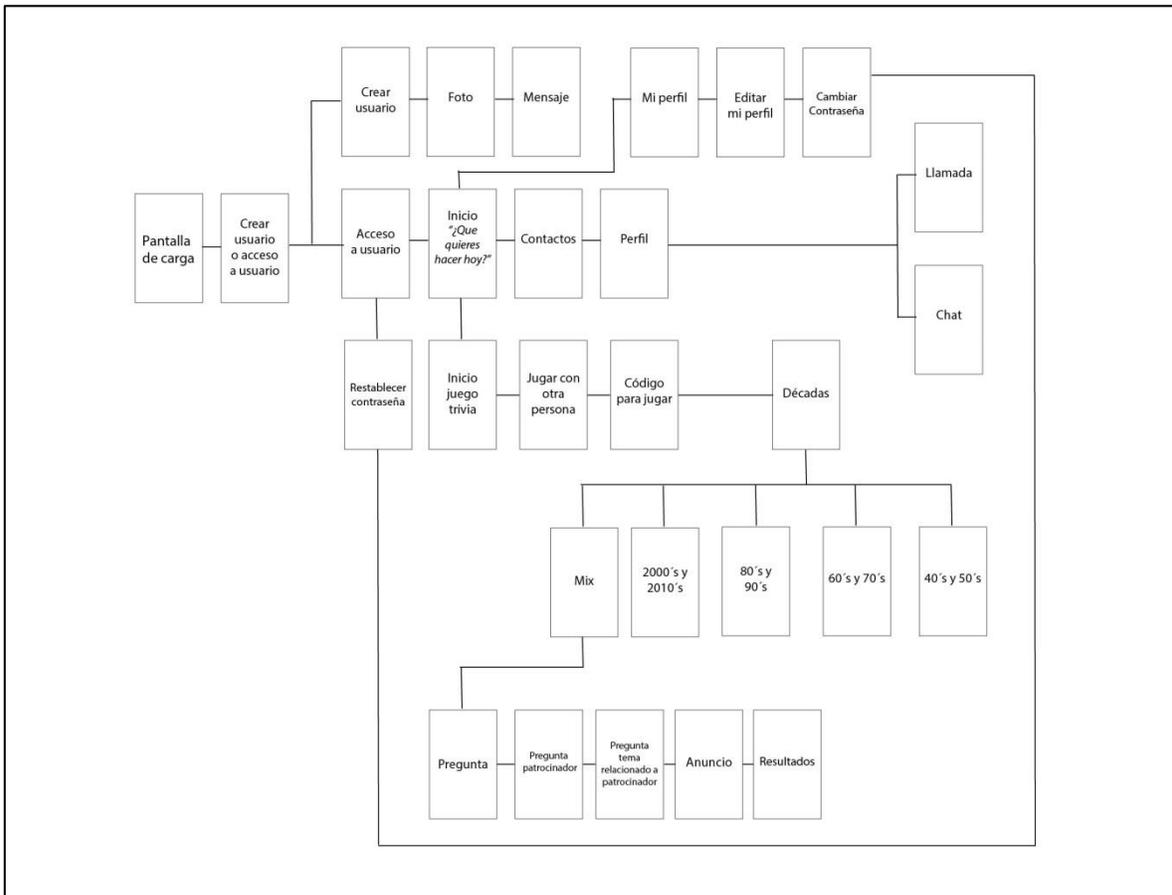


Figura 2. Mapa de sitio

6. Wireframe

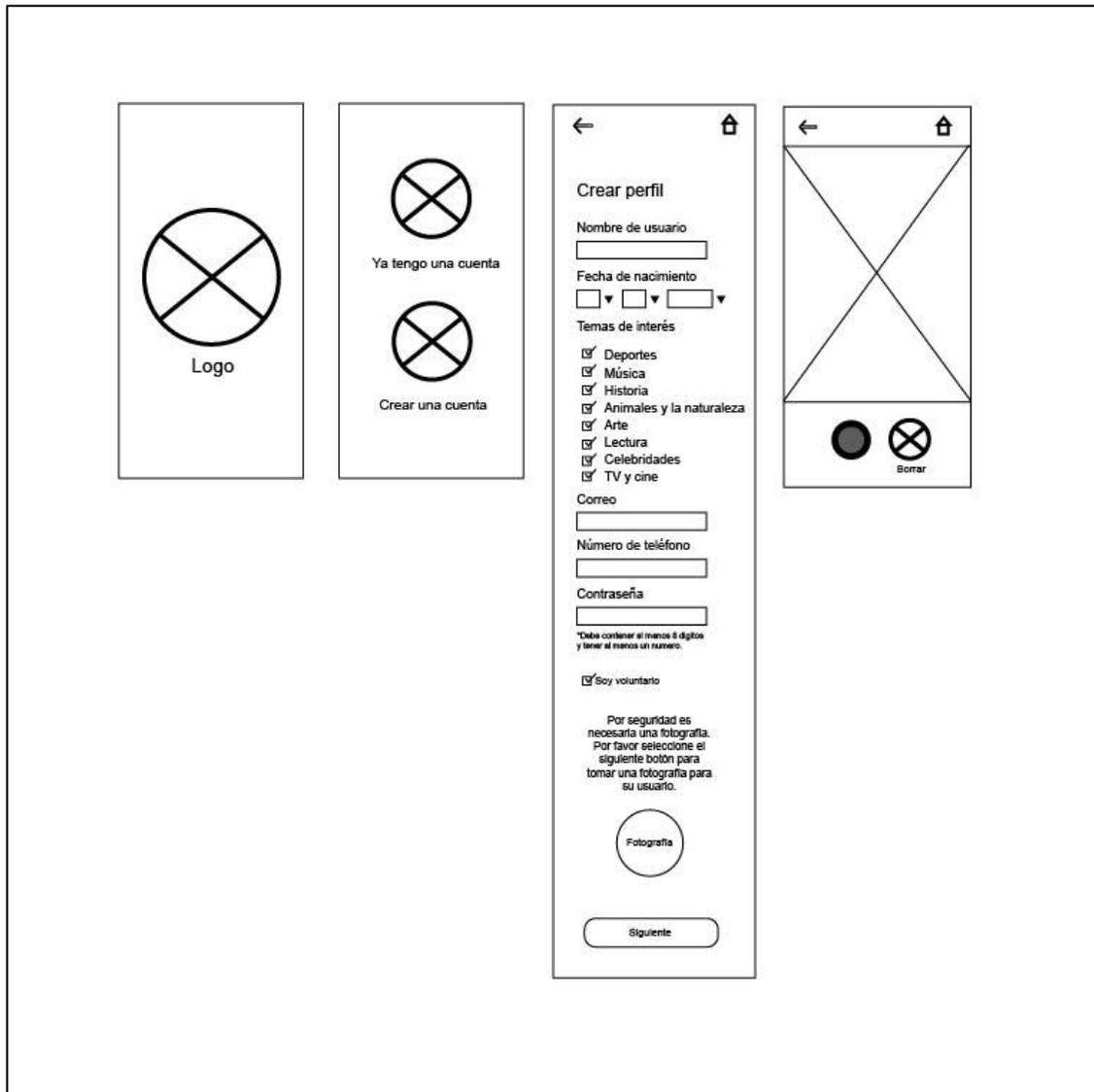


Figura 3. Wireframe vistas 1, 2, 3 y 4

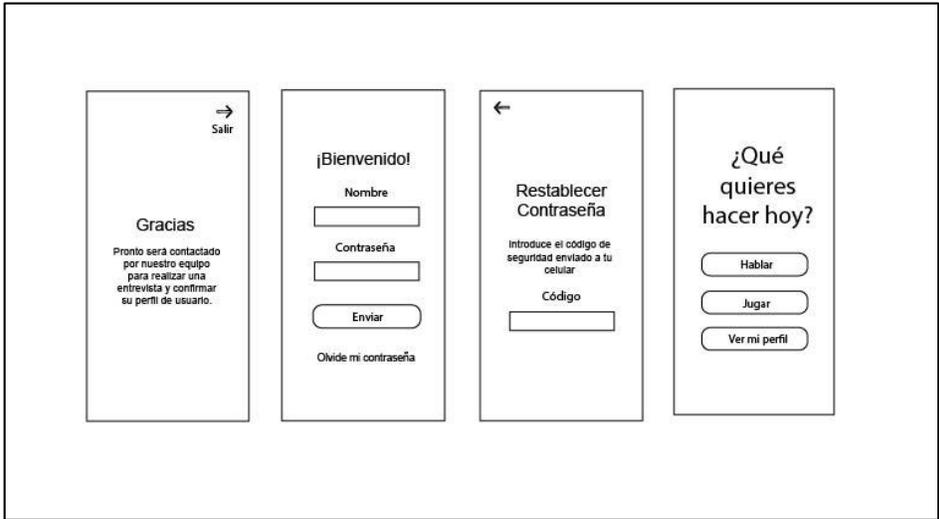


Figura 4. Wireframe vistas 5, 6, 7 y 8

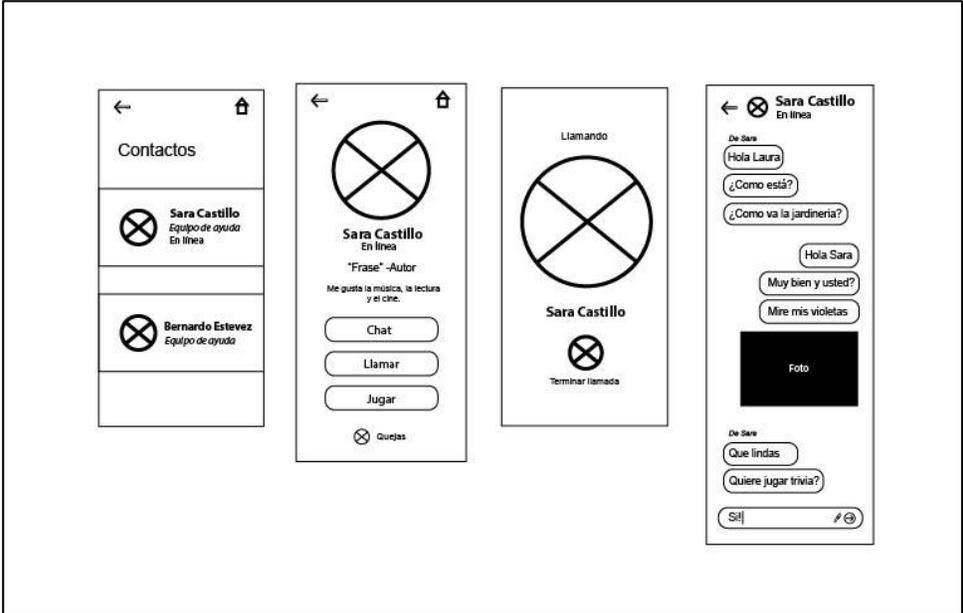


Figura 5. Wireframe vistas 9, 10, 11 y 12

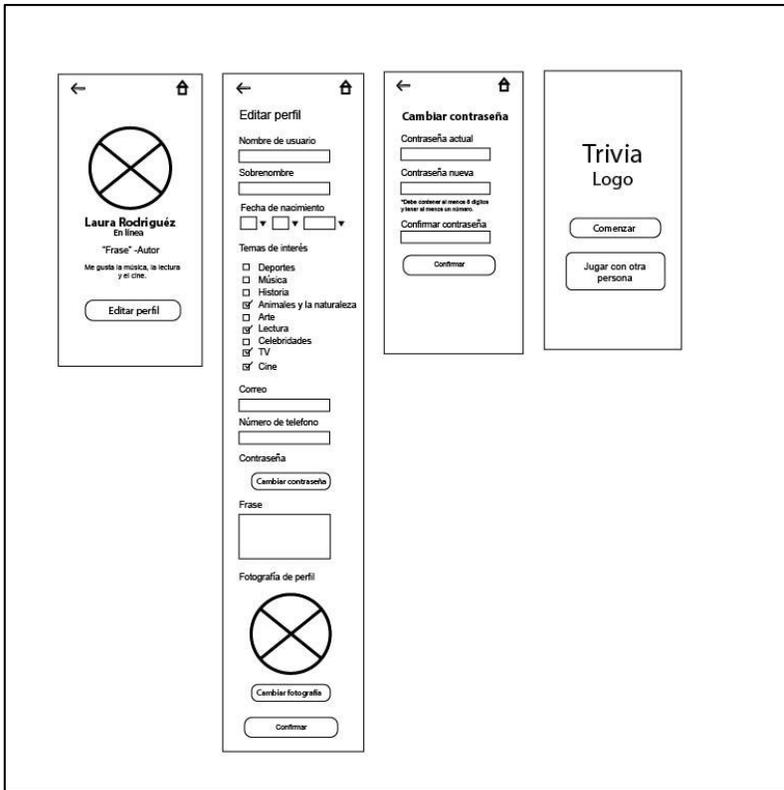


Figura 6. Wireframe vistas 13, 14, 15 y 16

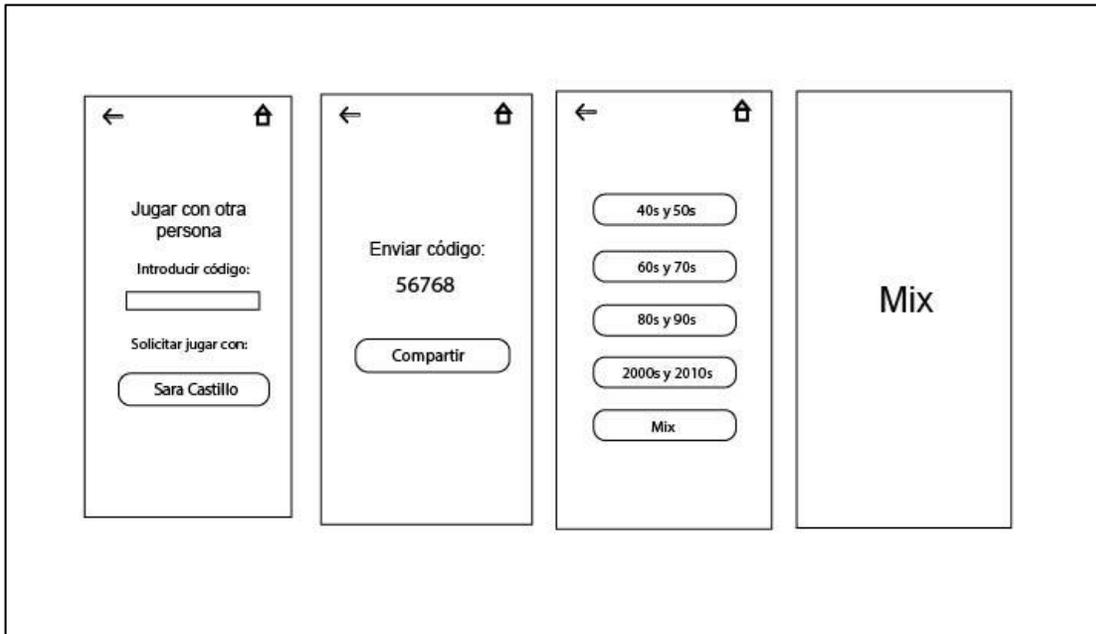


Figura 7. Wireframe vistas 17, 18, 19,20

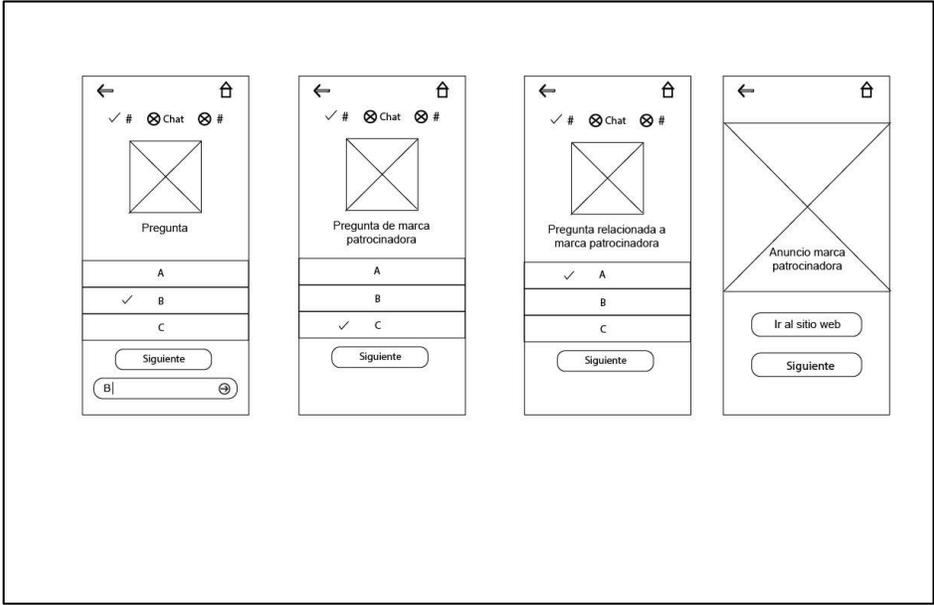


Figura 8. Wireframe vistas 21, 22, 23, y 24.

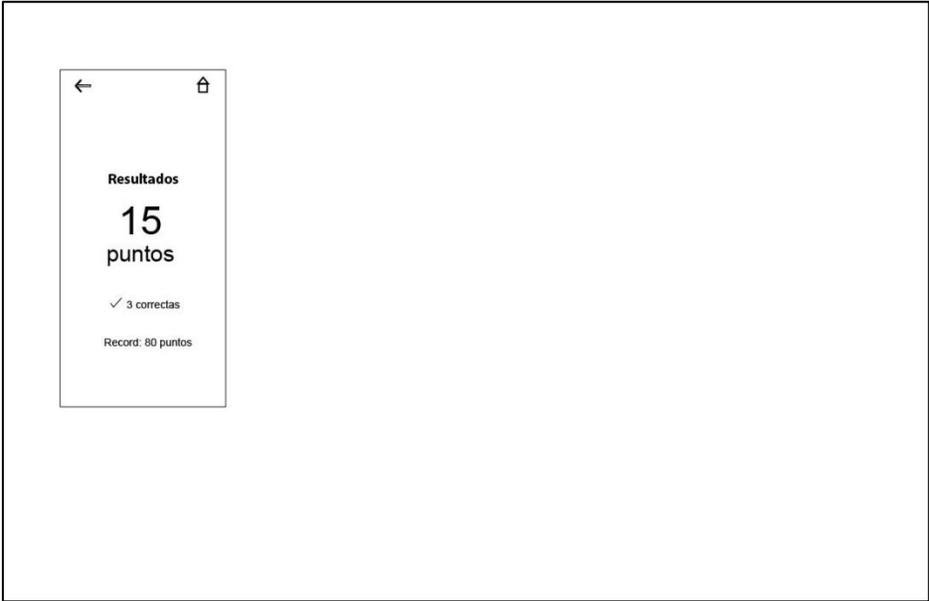


Figura 9. Wireframe vista 25.

7. Formulario de evaluación de la aplicación.

Evaluación de la aplicación	1	2	3	4	5
Usabilidad					
Experiencia de usuario					
Diseño de iconos					
Paleta de colores					
Tipografía					
Jerarquía visual					
Diseño de formularios					
Arquitectura de información					

8. Resultados de test de usuario

Debilidades

- El papel del voluntario no se comprende con facilidad por la muestra de personas que realizo el test.
- El papel del equipo de ayuda y los servicios que ofrece no son conocidos por las personas que utilizaron la aplicación.
- Las especificaciones de la contraseña no son lo suficientemente específicas.
- Hace falta dar mayor énfasis a que la aplicación está orientada a las personas de la tercera edad.
- Hace falta agregar el código de área al campo de número telefónico.
- Hace falta dar una explicación acerca de los diferentes incisos.

Fortalezas

- La tipografía dentro de la aplicación y en el imago tipo es legible.
- El diseño de iconos es perceptible e identificable.
- Los colores son agradables para el público meta.
- El espacio de anuncio es reconocible como un espacio pagado y que no es parte del juego.
- Los botones son legibles y fueron utilizados sin mayor dificultad.
- El juego se navega con facilidad y el tipo de juego, incluyendo las décadas fueron de interés para el público meta.

Recomendaciones del análisis del test de usuario

- Agregar en el mensaje del inicio una explicación del papel del voluntario dentro de la aplicación.
- Incluir un espacio en el que se expliquen los servicios que ofrece el equipo de ayuda dentro de la aplicación.
- Detallar cuantas letras debe llevar la contraseña.
- Incluir fotos de personas mayores al inicio de la aplicación.
- En el campo de número telefónico, agregar el código de área.
- Incluir tutoriales para el uso de la aplicación.

9. Diseño de la identidad gráfica

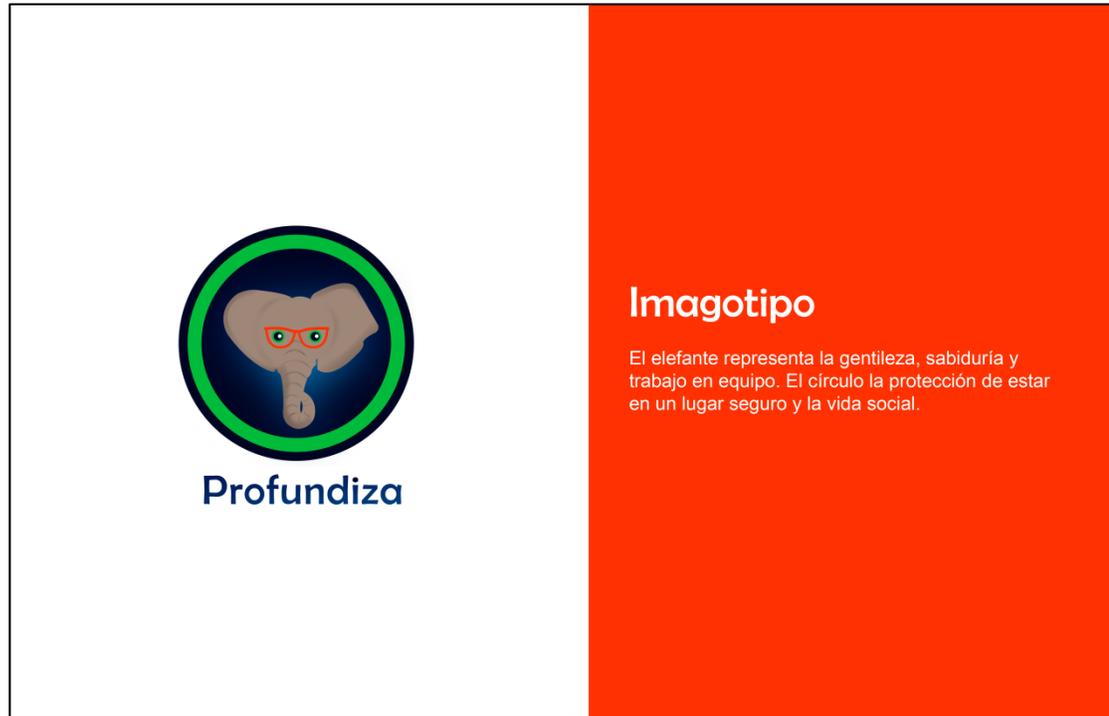


Figura 10. Imagetipo

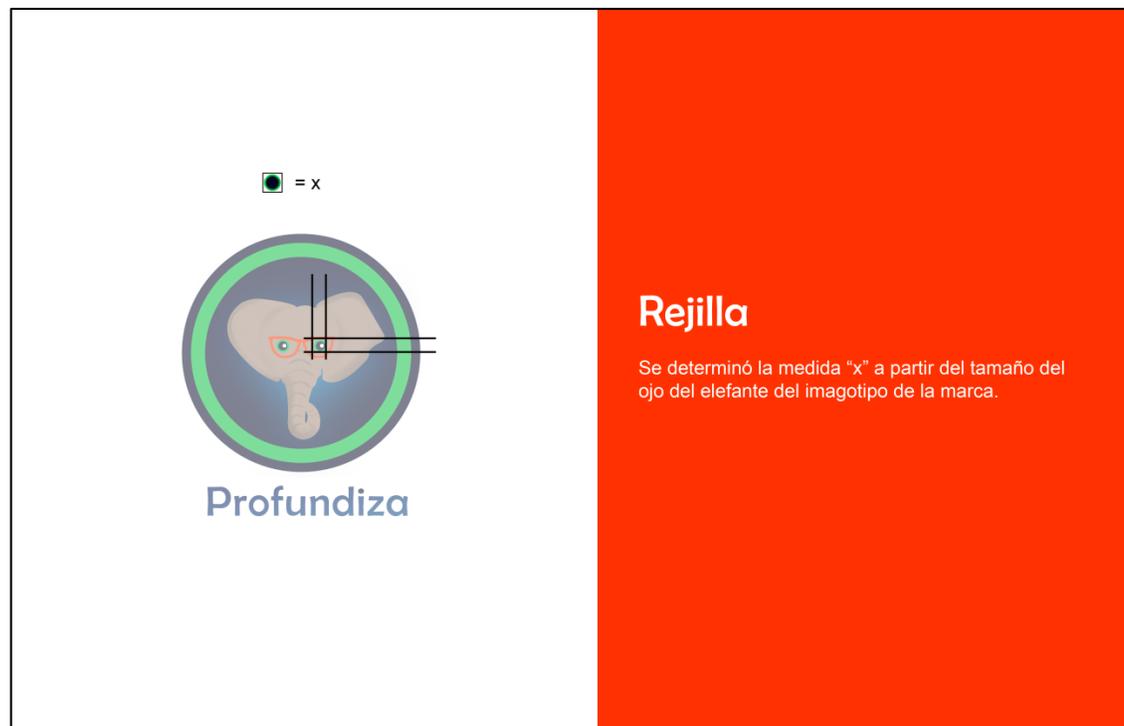


Figura 11. Rejilla



Área de seguridad

Se utiliza la medida 2x como elemento para medir el área de seguridad, la cual esta basada en la medida "x". Con el objetivo de que se respete el área circundante a la marca y se pueda tener una mejor apreciación de la misma.

Figura 12. Area de seguridad



Proporción

Se utiliza la medida "x" para determinar las proporciones de la marca, con el objetivo de mantener todas las proporciones del imagotipo.

Figura 13. Proporción

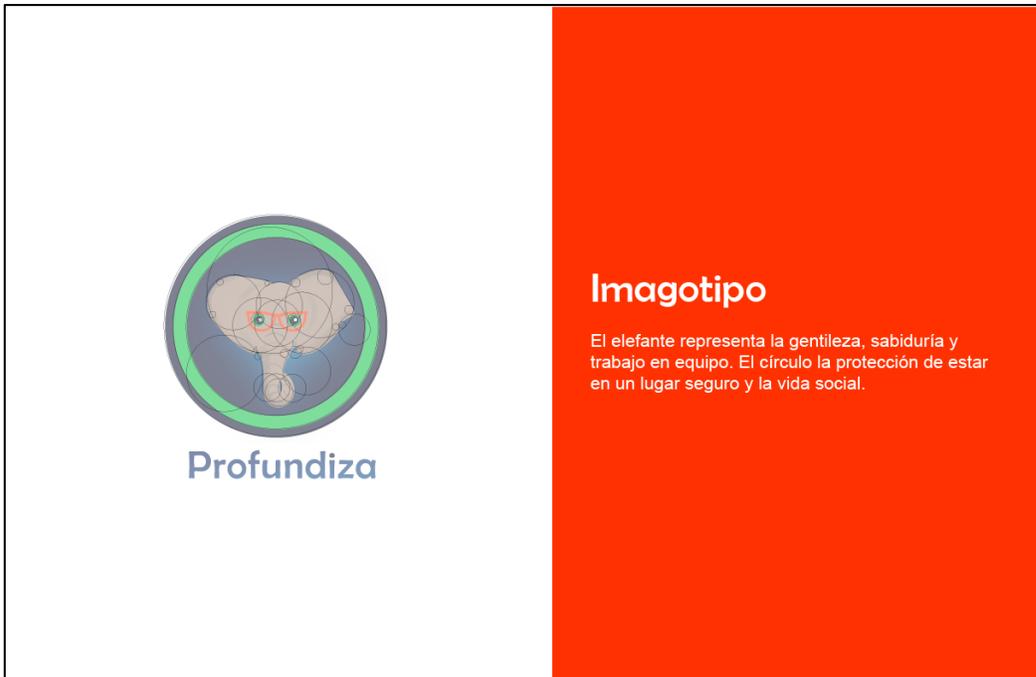


Figura 14. Retícula de construcción



Figura 15. Paleta de colores

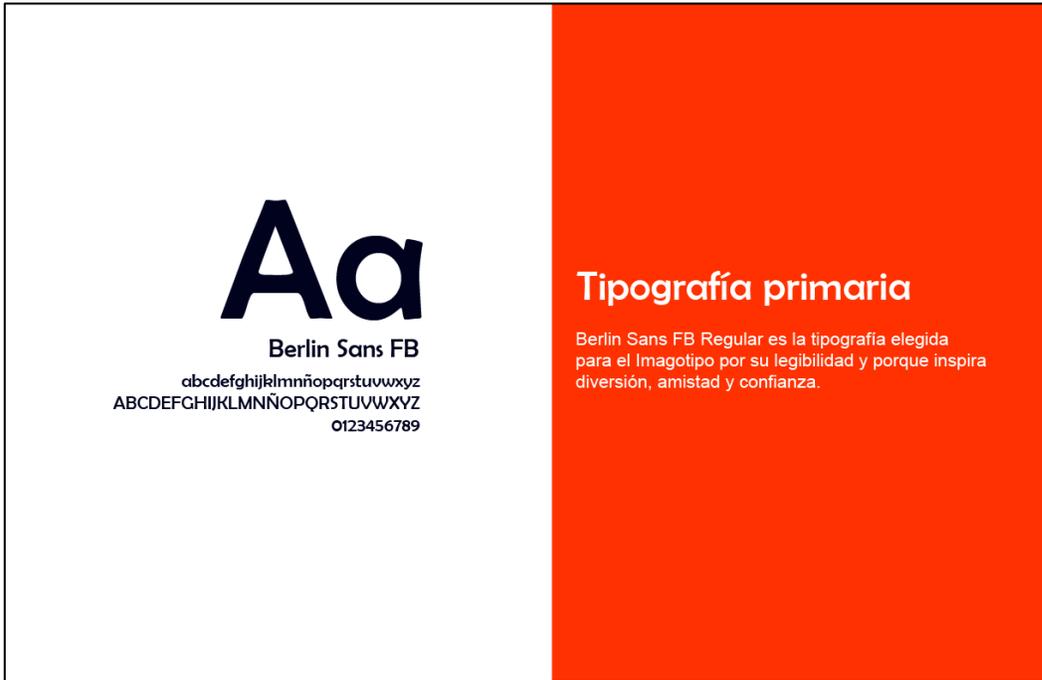


Figura 16. Tipografía primaria



Figura 17. Tipografía secundaria

Tipografía de soporte

Se eligió la tipografía Arial como tipografía de soporte, debido a que muchos dispositivos cuentan con esta tipografía.

Aa

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Figura 18. Tipografía de soporte

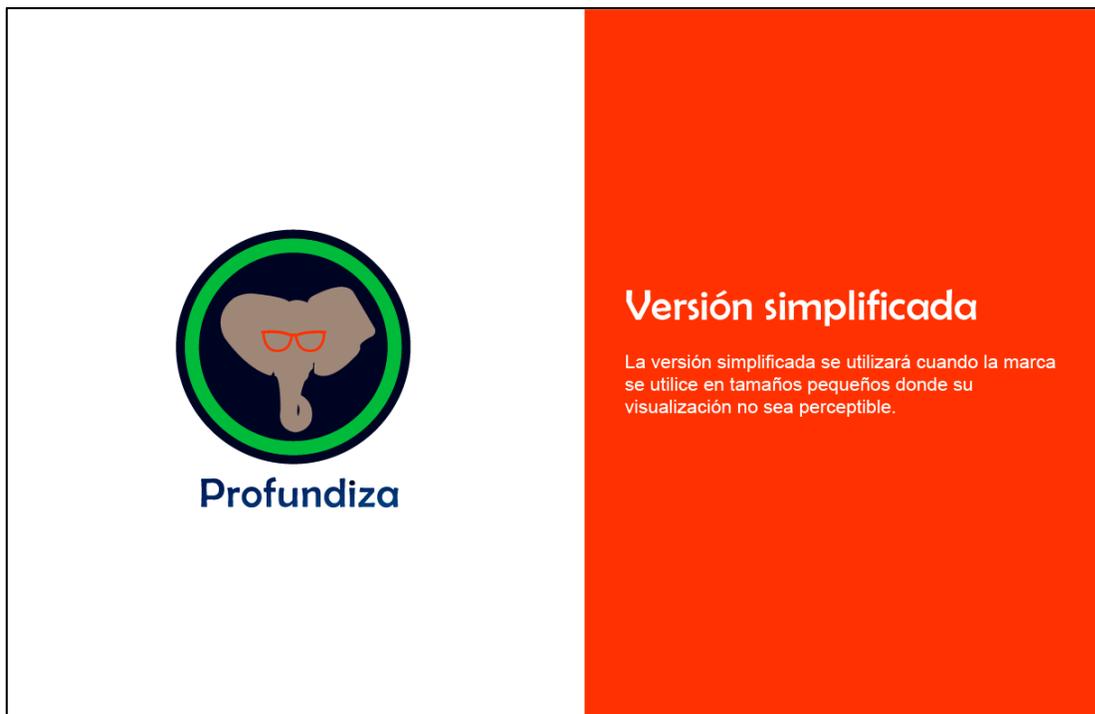
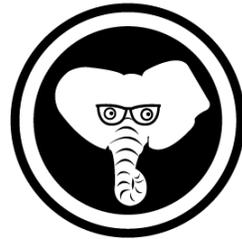


Figura 19. Versión simplificada

Versión en positivo y negativo

La versión en positivo y negativo se utilizarán cuando la marca deba imprimirse a una tinta sobre fondos claros u oscuros.



Profundiza



Profundiza

Figura 20. Versión en positivo y negativo

10. Estructura y diseño de prototipo de la aplicación

Enlace a diseño de aplicación:

<https://www.figma.com/file/i9LUMhyf55Eq9UOsOEcvqB/Profundiza?node-id=0%3A1>

Enlace a prototipo:

<https://www.figma.com/proto/i9LUMhyf55Eq9UOsOEcvqB/Profundiza?node-id=3%3A3&scaling=scale-down>

Vistas del prototipo:



Figura 21. Pantalla de carga



Figura 22. Crear Usuario

A vertical rectangular screen with a light yellow background. At the top left is a blue back arrow icon, and at the top right is the text "Profundiza". Below this is the title "Crear perfil" in bold. Underneath is the label "Nombre de usuario" followed by a text input field containing "Samuel". Below that is the label "Fecha de nacimiento" followed by three input fields: "1", "julio" (with a dropdown arrow), and "2020". Underneath is the label "Temas de interés" followed by a list of seven items, each with a checkbox: "Deportes", "Música", "Animales y la naturaleza" (checked), "Arte", "Lectura" (checked), "Celebridades", and "TV" (checked). Below the list is another checked item "Cine". At the bottom is a rounded rectangular button with the text "Siguiete".

Figura 23. Formulario parte 1

← Profundiza

Correo electrónico

Número de teléfono

País de residencia
Honduras ▼

Contraseña

*Debe contener al menos 8 dígitos y tener al menos un número.

Figura 24. Formulario parte 2

← Profundiza

Soy voluntario

Por seguridad es necesaria una fotografía. Por favor presione el siguiente botón para tomar una fotografía para su usuario.

Figura 25. Formulario parte 3



Figura 26. Mensaje completación de formulario



Figura 27. Inicio



Figura 28. Menú

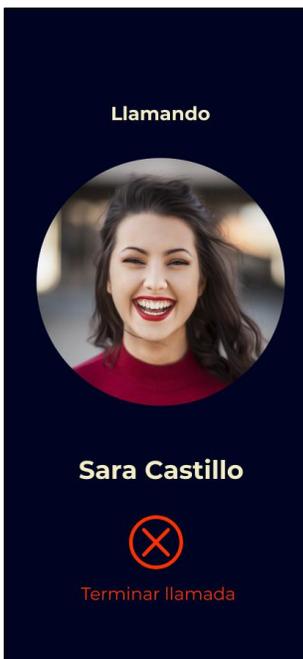


Figura 29. Llamada



Figura 30. Chat



Figura 31. Inicio juego



Figura 32. Opción "Jugar con otra persona"

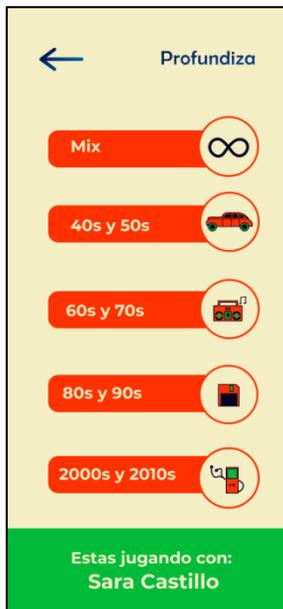


Figura 33. Vista décadas



Figura 34. Pregunta sin patrocinio



Figura 35. Pregunta con patrocinio



Figura 36. Pregunta relacionada al patrocinador

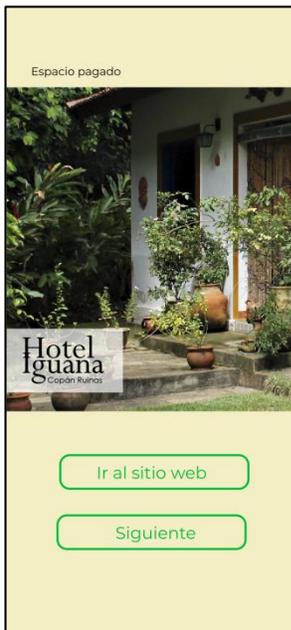


Figura 37. Anuncio



Figura 38. Resultados juego

11. Piezas publicitarias de campaña de promoción de la aplicación

¿Cuál ha sido el grupo musical más exitoso de Honduras?

¿Recuerdas la respuesta?

¿Quieres jugar trivia?

Profundiza es una aplicación que apoya a las personas de la tercera edad. En ella se te asignará un voluntario con el que puedes jugar y hablar.

Profundiza app, descárgala gratis en

DISPONIBLE EN Google Play

Disponible en App Store

A black smartphone is shown at an angle, displaying the Profundiza app logo on its screen. The logo consists of a stylized brain icon with a green outline and the word "Profundiza" written below it in a blue, sans-serif font.

Figura 39. Primera pieza para campaña

¿En qué torneo Honduras ganó el tercer lugar en 2001?

¿Recuerdas la respuesta?

¿Quieres jugar trivia?

Profundiza es una aplicación que apoya a las personas de la tercera edad. En ella se te asignará un voluntario con el que puedes jugar y hablar.

Profundiza app, descárgala gratis en






Figura 40. Segunda pieza para campaña

¿Cuál fué la primera película producida en Honduras?

¿Recuerdas la respuesta?

¿Quieres jugar trivia?

Profundiza es una aplicación que apoya a las personas de la tercera edad. En ella se te asignará un voluntario con el que puedes jugar y hablar.

Profundiza app, descárgala gratis en






Figura 41. Tercera pieza campaña

12. Proceso de campaña de promoción de la aplicación

Público objetivo

El público objetivo del proyecto son personas entre las edades de 60-75 años que residen en Honduras. Son personas que padecen de soledad subjetiva por lo que viven solas o con otras personas pero que aun así se sienten en soledad. Dado a que se sienten de esta manera, también desean comunicarse e interactuar con otras personas. Su nivel de uso de tecnología es bajo, poseen un teléfono inteligente con cámara, que entre otras cosas como llamadas, mensajes y obtener información, lo utilizan para el entretenimiento. Les interesan los temas de cultura general. Son personas que ven televisión y leen el periódico.

Objetivos de la campaña

Objetivo general

Crear una campaña de lanzamiento para la aplicación Profundiza, para resaltar los beneficios de utilizar la aplicación.

Objetivos específicos

1. Informar acerca de los beneficios de la aplicación.
2. Promover el uso de la aplicación en las personas de la tercera edad.
3. Dar a conocer la buena voluntad de la aplicación.

Insights

“A lo largo de nuestra vida recordamos los datos históricos y culturales que vivimos”

“Recordamos con nostalgia la cultura en la que crecimos”

Concepto

Preguntas del recuerdo

Racional Creativo

Se verán piezas publicitarias para prensa donde se mostrarán preguntas del juego de trivia de la aplicación, usando una tipografía san serif con un estilo representativo de los años ochentas, simbolizando que es el recuerdo que una persona tiene de lo que paso hace un tiempo, aunque no haya pasado en los años ochentas pero que representa el paso del tiempo.

Después se verá el copy “¿Recuerdas la respuesta?” en la tipografía Arial para representar la modernidad, creando énfasis en que ya no es un recuerdo si no una petición a contestar una pregunta del juego. En la parte de abajo del afiche se verá la frase “¿Quieres jugar trivia?” y una breve explicación de la aplicación.

Plan de medios

Las piezas se publicarían en el diario El Heraldo tres veces al mes durante el mes de octubre. Una de las publicaciones se haría el día del adulto mayor en Honduras, el 1 de octubre.

Octubre		
1	10	17

También se entregarían hojas volantes todos los sábados del mes de octubre en centros comerciales como el Citymall y Mall Multiplaza. Así como en centros para el adulto mayor en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Octubre			
4	11	18	25