



¡Ponte el delantal!

**Contribución a incentivar la corresponsabilidad en las
tareas del hogar desde la participación masculina
mediante una herramienta digital.**

Proyecto de Grado

Juan Camilo Cárdenas Pérez
Camilo Daniel Rodríguez Cañón
Nicolás Sierra Casallas

Bogotá D. C. 2023

¡Ponte el delantal!

**Contribución a incentivar la corresponsabilidad en las
tareas del hogar desde la participación masculina
mediante una herramienta digital**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al
título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Director (a):

Daniel Andrés Valbuena Romero

Línea(s) de énfasis:

Tecnologías para producción multimedia

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2023

Aval del Proyecto

Firma del director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Dedicatoria

Queridas familias. Con profundo agradecimiento, dedicamos este proyecto a cada uno de ustedes. Su apoyo incondicional ha sido fundamental para seguir adelante en nuestra carrera y convertirnos en profesionales.

Su amor y aliento constante han sido nuestra fuerza en los momentos difíciles. Gracias por ser nuestra voz de aliento, por creer en nosotros y por ser un pilar en nuestro camino hacia el éxito.

Este proyecto es un testimonio de su influencia en nuestra formación académica y personal. Su apoyo financiero, comprensión y sacrificio han sido invaluable para que podamos concentrarnos en nuestros estudios.

Con profundo cariño y gratitud, les dedicamos este logro. Su amor incondicional y apoyo constante nos han guiado en cada paso, y no podríamos haber llegado hasta aquí sin ustedes.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento al señor Román Huertas por su asesoramiento temático y compromiso en este proyecto. También agradecemos al profesor Daniel Valbuena por sus consejos y apoyo continuo.

Extendemos nuestro agradecimiento a los demás profesores por su valiosa retroalimentación. Apreciamos la colaboración de los compañeros con quienes iniciamos el tema en semestres pasados.

A todas estas personas, estamos profundamente agradecidos. Su contribución fue fundamental para el éxito de nuestro proyecto.

Extendemos nuestros más sinceros agradecimientos y gratitud a todos aquellos que contribuyeron a este logro. Nuestro éxito también es suyo

*«No hay hombre tan cobarde a quien el amor no haga valiente y
transforme en héroe.»
Platón.*

Resumen

«Ponte el delantal» es un proyecto que tiene como objetivo promover la masculinidad corresponsable a través de una aplicación que evalúa la participación de hombres jóvenes de 18 a 20 años y su grupo de convivencia en las tareas del hogar, incentivando su compromiso mediante recompensas basadas en la creación de hábitos. Para ello, se emplea la metodología del doble diamante del *UK Design Council*, que consiste en cuatro etapas: Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar. Los resultados evidencian que la aplicación facilita el diálogo entre los miembros del hogar para mejorar la distribución de las tareas y subraya la importancia de promover el valor de la corresponsabilidad. En conclusión, esta herramienta ha demostrado su eficacia al fomentar un compromiso constante y fortalecer la distribución de tareas, proporcionando un valioso apoyo a las familias y promoviendo una cultura de igualdad y equidad en el hogar.

Palabras claves: Corresponsabilidad, gamificación, diseño, tareas de cuidado.

Línea(s) de profundización:

Tecnologías para producción multimedia

Abstract

“Ponte el delantal” is a project aimed at promoting responsible masculinity through an application that assesses the participation of young men aged 18 to 20 and their household group in household chores, incentivizing their commitment through habit-based rewards. To achieve this, the project employs the double diamond methodology from the UK Design Council, which consists of four stages: Discover, Define, Develop, and Deliver. The results demonstrate that the application facilitates dialogue among household members to improve the distribution of tasks and emphasizes the importance of promoting the value of shared responsibility. In conclusion, this tool has proven effective in fostering consistent commitment and strengthening task distribution, providing valuable support to families and promoting a culture of equality and fairness within the home.

Keywords: Co-responsibility, gamification, design, care tasks.

Research lines:

Technologies for multimedia production

Tabla de contenido

Aval del Proyecto

	5	Dedicatoria
	9	Agradecimientos
	11	Abstract
	13	Tabla de contenido
	15	Listado de figuras
	17	Listado de tablas
	19	Listado de anexos
	201.	Formulación Del Proyecto
	211.1	Introducción
	211.2	Justificación
	221.3	Definición Del Problema
	241.4	Hipótesis De La Investigación
	271.5	Objetivos
	271.5.1	<i>Objetivo General</i>
	281.5.2	<i>Objetivos Específicos</i>
	281.6	Planteamiento Metodológico
	281.7	Alcances Y Limitaciones
	332.	Base Teórica Del Proyecto
	352.1	Marco Referencial
	352.1.1	Antecedentes
	352.1.2	Marco Teórico Contextual
	392.1.3	Marco Teórico Disciplinar
	422.1.4	Marco Conceptual
	462.1.5	Marco Institucional
	472.1.6	Marco Legal

	482.2 Estado Del Arte
	492.3. Caracterización De Usuario
593. Desarrollo De La Metodología, Análisis Y Presentación De Resultados	653.1. Criterios de diseño
	653.1.1. Árbol de objetivos de diseño
	653.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño
	683.2 Hipótesis de producto
	723.3 Desarrollo y análisis de la etapa Descubrir.
	753.4 Desarrollo y análisis de la etapa Definir.
	783.5 Desarrollo y análisis de la etapa de Desarrollar.
	793.6 Desarrollo y análisis de la etapa de Entregar.
	833.7 Resultados de testeos.
	843.7.1 Primer testeo.
	843.7.2 Segundo testeo.
	873.7.3 Tercer testeo.
	963.7.4 Cuarto testeo.
1033.7.4.1 Evidencias (Prototipo, testeo y procesos de iteración)	
	1033.8 Prestaciones del producto
	1153.8.2 Aspectos técnico-funcionales.
	1214. Conclusiones
	1234.1 Conclusiones.
	1234.2 Estrategia de mercado
	1254.3 Consideraciones.
	132Referencias
	134Anexos
	141

Listado de figuras

Figura 125Figura	2
29Figura	3
30Figura	4
31Figura	5
32Figura	6
50Figura	7
50Figura	8
51Figura	9
52Figura	10
53Figura	11
54Figura	12
56Figura	13
58Figura	14
60Figura	15
62Figura	16
66Figura	17
73Figura	18

	18
80Figura	19
82Figura	20
85Figura	21
86Figura	22
87Figura	23
88Figura	24
89Figura	25
90Figura	26
92Figura	27
94Figura	28
97Figura	29
98Figura	30
98Figura	32
101Figura	33
104Figura	34
105Figura	35
107Figura	36
108Figura	37
110Figura	38
111Figura	38
113Figura	39
114Figura	40
116Figura	41
116Figura	42
118Figura	43
119Figura	44

130Figura

19

45

131

Listado de tablas

Tabla 1 36Tabla 2 46Tabla 3 68Tabla 4 76

Listado de anexos

Anexo A	Hoja de vida y portafolio de Juan Camilo Cárdenas			
141Anexo B	Hoja de vida y portafolio de Camilo Daniel Rodríguez			
141Anexo C	Hoja de vida y portafolio de Nicolás Sierra Casallas			
141Anexo	D	Línea	de	tiempo.
141Anexo	E	Entrevistas	a	expertos.
142Anexo	F.	Muestreo	a	mujeres.
142Anexo	G.	Muestreo	a	hombres.
142Anexo	H.	Arquetipo	de	usuario.
142Anexo		I.		POV
142Anexo	J.	Entrevista	a	usuario
142Anexo	K.	Protocolo	de	Testeo
143Anexo	L.	Estrategia	de	mercado
143Anexo	M.	Mapa	Mental	del proyecto
143Anexo	N	Evaluación		heurística
143Anexo	O	Evidencias	de testeo	de wireframes
143Anexo	P	Primer		Prototipo
143Anexo	Q	Segundo		prototipo
144Anexo	R	Evidencia	de	tercer testeo
144Anexo	S	Tercer	prototipo	y final
144Anexo	T	Evaluación	del	tercer prototipo
144Anexo	U	Evidencia	del	cuarto testeo

1. Formulación Del Proyecto

1.1 Introducción

A principios del siglo pasado, los movimientos feministas iniciaron un proceso de cambio social en busca de la igualdad de género. Sin embargo, a menudo estos movimientos se han centrado en la mujer, dejando al hombre en un segundo plano en cuanto a la igualdad de género se refiere. Como resultado, se busca que los hombres encuentren también un modelo alternativo de identidad que les permita alcanzar la igualdad de género (Bonino, 2002). Para lograr esto, se ha desarrollado la construcción de una masculinidad corresponsable, que se basa en el equilibrio en la distribución de las tareas del hogar. A pesar de ello, existen diversos obstáculos que impiden que muchos hombres participen en las tareas del hogar (Gaba & Agoglia, 2016).

En la ciudad de Bogotá, por ejemplo, aún persisten las masculinidades hegemónicas que se basan en la idea de que el hombre es el proveedor principal del hogar (Olavarría, 2001, citado

en Gaba & Agoglia, 2016). Estos estereotipos generan una brecha en el trabajo no remunerado y mantienen la norma machista de que solo la mujer debe encargarse del hogar. Otros obstáculos incluyen la falta de modelos masculinos corresponsables a seguir, la falta de habilidades prácticas para realizar tareas del hogar, la presión social para enfocarse en el trabajo y la carrera, y la falta de tiempo debido a las exigencias laborales. Es fundamental abordar estos obstáculos para fomentar una distribución más equitativa de las tareas del hogar y promover la igualdad de género en el hogar y en la sociedad.

Con el objetivo de fomentar un modelo de masculinidad corresponsable, el presente proyecto tiene como motivación involucrar a hombres de entre 18 y 20 años en las tareas del hogar a través del uso del Diseño Digital y Multimedia y el apoyo de la Mesa Nacional de Masculinidades, como un grupo experto en el tema de masculinidades en el país. Se busca contribuir al aumento de la participación de los hombres en estas tareas para promover la idea de «hombres que cuidan» y lograr un mayor equilibrio en la distribución de las responsabilidades en el hogar. Para ello, se utilizará la metodología de los 4 diamantes, la cual es una herramienta efectiva para el desarrollo de proyectos y permitirá una planificación estructurada y una evaluación sistemática del progreso del proyecto.

1.2 Justificación

La construcción social de la masculinidad ha llevado a la creación de un estereotipo de hombre fuerte y autoritario, cuyo papel principal es proveer recursos al hogar (Marín Garcés, 2021; Connell, 2002). Este

modelo hegemónico de masculinidad ha llevado a una desvalorización de los trabajos del hogar, que son predominantemente asignados a las mujeres y no son remunerados (Instituto Nacional de las Mujeres, 2016), desplazando el valor de la corresponsabilidad. En Bogotá, las mujeres emplean significativamente más tiempo que los hombres en las tareas del hogar, lo que genera una brecha en la realización de actividades alternas y refuerza el estereotipo del hombre, cuya única tarea, es la de proveer económicamente al hogar (DANE [Departamento Administrativo Nacional de Estadística], 2022).

En este contexto, se ha creado una preocupación por propiciar un cambio en la promoción de una masculinidad corresponsable para contribuir en la eliminación de comportamientos machistas (Rivera, 2021). La Mesa Nacional de Masculinidades Colombia ha hecho un llamado a los varones que quieran cambiar, así es como se genera la iniciativa «hombres que cuidan», lo que consiste en una estrategia para hacer una reflexión sobre la importancia del cuidado y su relevancia para la vida (Mesa Nacional de Masculinidades, 2022). A pesar de estos esfuerzos, los hombres no participan equitativamente en las responsabilidades del hogar en Bogotá, lo que se refleja en la baja participación de los hombres en actividades de cuidado (Observatorio y Gestión y Conocimiento Cultural, 2021).

Es importante destacar que existen organizaciones interesadas en difundir el tema de la corresponsabilidad en el hogar, pero encuentran un vacío comunicacional que les impide llegar a más

personas. Por lo tanto, es crucial promover un cambio cultural y educativo para fomentar la equidad de género y la corresponsabilidad en el hogar. Especialmente entre los hombres jóvenes, como dice Bonino (2002), promover la participación de los jóvenes en las tareas del hogar es una manera de fomentar una masculinidad corresponsable y contribuir a la igualdad de género. Asimismo, se les enseña a valorar el trabajo no remunerado y se les brinda herramientas para una vida familiar equitativa en el futuro (Gaba & Agoglia, 2016). La metodología del doble diamante puede ser efectiva para lograr este objetivo, ya que permite un aprendizaje cercano y experiencial de la iniciativa «hombre que cuida» a través del diseño digital y multimedia

1.3 Definición Del Problema

La corresponsabilidad en el hogar se ha convertido en un valor clave para la construcción de sociedades más justas e igualitarias (Paterna, Martines, & Rodes, 2005). Sin embargo, aún persisten desigualdades en la distribución de responsabilidades entre hombres y mujeres, lo que limita el alcance de este valor en la práctica. Además, la relación entre la corresponsabilidad en el hogar y el cambio social no está suficientemente explorada (Carabí, 2017). En este sentido, los discursos de corresponsabilidad aún no logran posicionarse significativamente en los hombres (Gaba & Agoglia, 2016). Por tanto, es necesario profundizar en la relación entre la distribución equitativa de responsabilidades y la promoción de valores igualitarios y el cambio social, para comprender cómo mejorar la participación y

compromiso de los hombres en la corresponsabilidad (Carabí, 2017). Es importante tener en cuenta que el cambio en las creencias y actitudes de las personas no se produce de forma inmediata (Bautista, 2020), por lo que se requiere de estrategias que fomenten la participación y compromiso de los hombres en la corresponsabilidad en el hogar y de cuidado de la familia (Gaba & Agoglia, 2016).

En este contexto, surge la pregunta ¿Cómo puede el diseño digital y multimedia propiciar la incorporación de la corresponsabilidad en la vida diaria de los hombres y su entorno de convivencia en Bogotá?

Figura 1

Árbol de problemas

Consecuencias del problema

Perpetuación de la discriminación y la desigualdad de género en la sociedad en general.

Normalización de comportamientos machistas

Sobrecarga y estrés en las mujeres al tener que asumir la mayoría de las tareas del hogar y la crianza de los hijos.



Concepto de corresponsabilidad no es conocido por hombres (Paterna, Martines & Rodes, 2005)

La distribución inequitativa de las tareas del hogar.

la relación entre la corresponsabilidad en el hogar y el cambio social no está suficientemente explorada (Carabí, 2017).

Prejuicios y estereotipos de género que dificultan la participación masculina en las tareas de cuidado

Causas del problema

Nota: En la parte central se encuentra el problema, en la parte inferior las causas y en la superior las consecuencias Fuente: Elaboración propia a partir ejercicio académico.

1.4 Hipótesis De La Investigación

1.4.1 Hipótesis Explicativa

La masculinidad tradicional limita el rol de los hombres como cuidadores y genera una brecha en las tareas de cuidado, sobrecargando a las mujeres. Esto se refleja en la falta de participación masculina en las tareas de cuidado en el hogar y en estereotipos que asignan a las mujeres la responsabilidad exclusiva del cuidado.

1.4.1 Hipótesis Propositiva

Es posible que mediante una herramienta digital que promueva la corresponsabilidad en las tareas del hogar se pueda contribuir a aumentar la participación masculina como la de los otros miembros del hogar en dichas tareas, incentivando una cultura de igualdad en el ámbito familiar.

1.5 Objetivos

Enseguida, se presentan los objetivos, en primer lugar, se encuentra el motivo principal para el desarrollo del proyecto en forma de objetivo general, los específicos brindan una ruta para el desarrollo del objetivo principal.

1.5.1 Objetivo General

Motivar el desarrollo de la corresponsabilidad en la vida cotidiana de los hombres mediante una herramienta digital que propicie su participación en las tareas del hogar.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las tareas esenciales en las que se distribuye el uso del tiempo, con el propósito de crear una visión general sobre los apartados que pueden ser evaluados. Esto permitirá obtener un panorama de las actividades fundamentales a considerar en la evaluación.
2. Diseñar una herramienta digital que fomente la corresponsabilidad masculina en las tareas del hogar, incentivando la participación de todos los miembros en las labores de cuidado y convivencia.
3. Incorporar elementos de gamificación para aumentar el compromiso del usuario con la aplicación, fomentando su participación y motivación.
4. Evaluar la usabilidad del software interactivo para tener una mejora continua del producto.

1.6 Planteamiento Metodológico

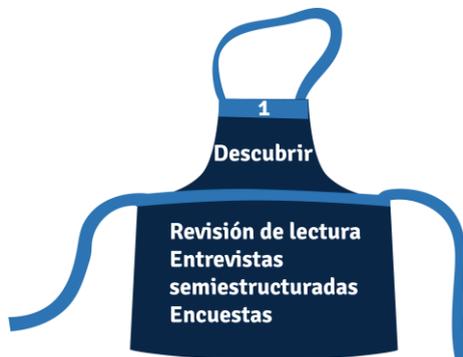
El planteamiento metodológico elegido para el proyecto es el doble diamante del *UK Design Council*, ya que ayuda al abordaje de algunos problemas sociales, económicos y medioambientales. (*Framework for Innovation: Design Council's evolved Double Diamond*, 2022), es una representación visual del proceso de diseño

que a su vez prepara, organiza, estructura y ejecuta desafíos de diseño, con la finalidad de obtener un entendimiento de los usuarios, satisfaciendo sus necesidades (Hidalgo Valencia, 2021). Consta de un primer diamante que consta de dos fases, la primera es el proceso de descubrir y definir.

Descubrir (fase de investigación) Con la finalidad de comprender realmente el problema (T,2022), se identifica una necesidad / oportunidad, tomando como base herramientas de investigación cualitativa, se realiza toda la indagación (Zaragoza et al., 2021); **Definir:** (fase de síntesis) Tras la investigación realizada en el anterior ejercicio reconociendo aquellos *insights* que se utilizan para conceptualizar correctamente el problema (T,2022) culminando en generar ideas y su desarrollo (Zaragoza et al., 2021). Su segundo diamante consta de desarrollar y entregar, esta etapa se asegura de tener una solución que se ajusta a las necesidades y expectativas de los usuarios (Burriel, 2022).

Figura 2

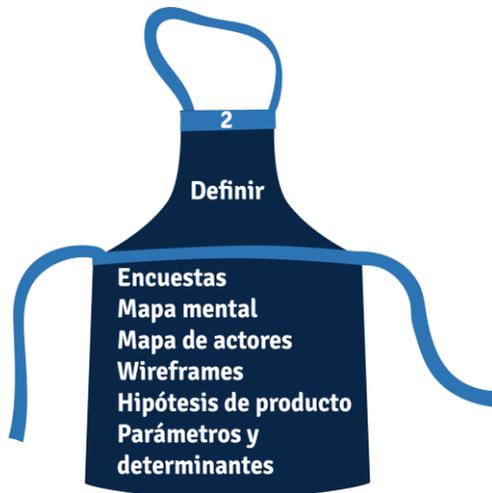
fase 1 descubrir



Nota: Fase 1 del desarrollo del proyecto, toma como principal foco la investigación para establecer pautas de diseño, cumple el desarrollo del objetivo específico uno (1) Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Fase 2 definir



Nota: Fase 2 del desarrollo del proyecto, se sintetiza la información recolectada en la fase anterior para iniciar la fase 3. Fuente: Elaboración propia.

Desarrollar (fase de ideación): se explora un abanico de posibilidades, se visualizan conceptos con un grado de madurez a través del prototipado de ideas (Zaragozá et al., 2021) esto se realiza con la ayuda con procesos de co-creación y diseño (T,2022); **Entregar:** (Fase de implementación): el producto ya es dado por concluido y procede a su puesta en marcha. (Zaragozá et al., 2021) pero, para ello, antes se debe pasar por tres (3) pasos

1. Construir / Prototipar: Es materializar la idea, siendo una idea detallada del producto, el usuario da la posibilidad de entender, evaluar, pulir, y comunicar rasgos esperados por el producto (Hidalgo Valencia, 2021).
2. Testear / Analizar: Al evaluar el prototipo comprobado, su usabilidad da la posibilidad de detectar errores en la propuesta y tomar sus debidas correcciones.

Figura 4

Fase 3 diseñar



Nota: Fase 3 del desarrollo del proyecto, la información sintetizada se convierte en parámetros de diseño y se procede a la creación de del software interactivo en una etapa inicial, esta fase cumple con desarrollo el objetivo específico dos (2) Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

Fase 4 entregar



Nota: Fase 4 del desarrollo del proyecto, se realiza el testeo dos (2)

con el PMV para evaluar la usabilidad del producto, esta fase cumple con el desarrollo del objetivo tres (3). Fuente: Elaboración propia.

1.7 Alcances Y Limitaciones

1.7.1 Alcances

- La herramienta digital proporcionará información y recursos para motivar y promover la corresponsabilidad masculina en las tareas del hogar.
- La herramienta fomentará la participación de los hombres y con quien convive en las labores domésticas, brindando consejos prácticos para su implementación.
- Se ofrecerán funcionalidades interactivas que permitan a los usuarios establecer metas, efectuar seguimiento de sus avances y recibir incentivos para su participación continua.

1.7.2 Limitaciones

- La herramienta no puede garantizar un cambio inmediato en los comportamientos y actitudes de los hombres en relación con la corresponsabilidad, ya que esto depende de factores individuales y sociales.
- La herramienta puede tener limitaciones técnicas y de accesibilidad, lo cual puede afectar su disponibilidad para ciertos usuarios o dispositivos.
- La herramienta no sustituye la comunicación y la negociación interpersonal entre los miembros de la familia, sino que busca complementar y fortalecer estos procesos.

2. Base Teórica Del Proyecto

2.1 Marco Referencial

Para el desarrollo del proyecto es imprescindible conocer, los diferentes conceptos que rodean a las masculinidades corresponsables, a continuación, se contextualiza la situación, se dan claridad a las ideas de referentes importantes.

2.1.1 Antecedentes

En el momento en que se piensa sobre el significado de “ser hombre” inmediatamente surgen respuestas, por un lado, equivale a no ser mujer, por otro lado, poseer un cuerpo y genitales masculinos (Leira 2020). En la literatura antigua, alrededor del año 3000 a.C surgen ideas definidas para los hombres en forma de ideales implícitos en los mitos de dioses y héroes, donde se resaltan las cualidades que inspiran respeto, sabiduría y el valor, ejemplo de ello son las obras como la *Ilíada* y la *Odisea*, insinuando que existían hombres que tomaban riesgos. Para Richards (1999) la masculinidad medieval era cristiana y caballeresca, recalcando el coraje, el respeto hacia las

mujeres. Además, Rubio (2001) cita Michael Kimmel (1997) diciendo que:

«La virilidad no es estática ni atemporal, es histórica; no es la manifestación de una esencia interior, es construida socialmente; no sube a la conciencia desde nuestros componentes biológicos; es creada en la cultura.»
 (“HOMBRES, MASCULINIDAD E IGUALDAD. DIALOGANDO DESDE LA ACADEMIA Y DESDE ...”) La virilidad significa cosas diferentes en diferentes épocas para diferentes personas (p. 49).

A mediados del siglo XIX, tras el nacimiento de los movimientos feministas, se nombra la igualdad entre hombres y mujeres, y ahí es donde parte la línea de tiempo generada para el proyecto.

2.1.1.1 Línea Del Tiempo. La línea de tiempo se crea para tener un indicio de cuándo se inicia a hablar sobre la masculinidad como una construcción social, conocer los diferentes autores que han abordado el tema.

Tabla 1

Línea del tiempo

Mediados del siglo XIX	El Nacimiento de movimientos en búsqueda, equidad entre hombres y mujeres, previamente reservadas solo a los hombres
-------------------------------	--

Nacimiento de movimientos feministas	
1995 La masculinidad hegemónica	Término extraído de la obra de la socióloga Raewyn Connell. Plantea la masculinidad sobre la idea de que existen muchos tipos, los cuales se organizan de manera jerárquica entre ellos.
1996 Colectivo de Hombres y Masculinidades	Primera organización en Colombia encaminada en la construcción de referentes de masculinidad alternativos, desde la investigación, capacitación y activismo.
2008 Atrévete si eres hombre	Juego desarrollado con el fin de que hombres de todas las edades observen la importancia de revisar de manera crítica los modelos ya establecidos y desarrollen nuevos modelos juntos.
2015 Transfórmate Tu Hombre	La intención de la Gobernación del Atlántico es promover nuevas masculinidades que puedan dar cabida a otras formas de relacionarse con las mujeres, sus familias, y su comunidad.
2015 Alerta Machitroll	Iniciativa que busca reducir la violencia hacia las mujeres en internet, identificando mediante la comedia hombres que hacen ese tipo de

	comentarios y creando la etiqueta Machitroll.
2018 Guía para comunicar sobre nuevas masculinidades	El uso de redes sociales para visibilizar toda la información sobre las nuevas masculinidades y su construcción encaminada hacia un futuro más equitativo.
2021 Sueños de lodo	Animación realizada por estudiantes de la Unicolmayor que visibiliza comportamientos positivos de la masculinidad para niños.
2020 Línea Calma	Iniciativa de la alcaldía de Bogotá para que los hombres tengan una línea directa con asesoramiento sobre cómo llevar sus emociones y controlar impulsos de ira.
2021 Calma	Miniserie que cuenta la vida diaria de cuatro hombres que empiezan a cuestionar sus creencias, apoyados entre ellos se ve una transformación colectiva.
2021 Escuela hombres al cuidado	«La Escuela Hombres Al Cuidado es una estrategia que busca contribuir a la» (“Brochure Escuela Hombres al Cuidado”) transformación cultural para la eliminación del machismo y a la participación equitativa de los hombres en el cuidado indirecto, directo, emocional y

medioambiental.

<p>2021</p> <p>¿Sabías que la corresponsabilidad mejora la calidad de vida de toda tu familia?</p>	<p>Video animado que aborda el tema de la corresponsabilidad, apelando su significado, beneficios y mediante un enlace redirecciona a las personas a conocer más sobre la iniciativa.</p>
--	---

Nota: Línea de tiempo con los diferentes productos, publicaciones y movimientos sociales en pro de visibilizar e identificar las masculinidades alternativas y corresponsables para ver la línea completa ver Anexo D Fuente: Elaboración propia a partir de ejercicio académico.

2.1.2 Marco Teórico Contextual

2.1.2.1 Estereotipo De Género. Son todas las creencias junto a la identidad e ideología de género que ocultan comportamientos discriminatorios basándose en la categorización de hombre o mujer. (Barbera, 1998; Moya y Puertas, 2003, como se citó en Castillo-Mayén & Montes-Berges, 2014) en Así es como estas creencias crean conductas distintas con consecuencias negativas, limitando el desarrollo de las personas, repercutiendo sobre sus preferencias, desarrollo de habilidades, aspiraciones, emociones, etc. (Castillo-Mayén & Montes-Berges, 2014, pág. 1044).

2.1.2.2 Masculinidad. Según el diccionario de Oxford, la

masculinidad es el conjunto de características físicas, psíquicas o morales que se consideran propias del varón o de lo masculino, en oposición a lo femenino. Por otro lado, para Luis Bonino (1997) define la masculinidad como una composición social resultante de la organización patriarcal, dominante en la relación con otros géneros, siendo compuesta por valores, definiciones, creencias y significados de lo que es ser un hombre.

2.1.2.2.1 Masculinidad Hegemónica. Como una serie de leyes que brindan beneficios a un grupo de hombres ligados con ciertas formas de dominación, menciona Cardeñosa Iglesias et al., (2021) basándose en lo que señala Espada (2004) la masculinidad hegemónica es modelada a partir de formas victoriosas de ser hombre, desencadenando como consecuencias que tilden otros comportamientos masculinos como inadecuados o inferiores. Así es como esta configuración normaliza costumbres sociales para los varones dominantes, siendo un resultado de los procesos de organización social para hombres y mujeres a partir de la jerarquización masculina (Bonino, 2002), además a estos varones desde jóvenes se les forma en ser autosuficientes, valientes, fuertes, con sus sentimientos controlados y dominantes.

Otro rasgo de la masculinidad hegemónica es que se debe reconocer y consolidar de en pares, donde los otros hombres respaldan y multiplican prácticas dañinas tanto para ellos como para quienes se relacionan con ellos (Quilmes, Gobierno, 2020).

Hay que mencionar, además, la existencia de “mandamientos” que describen la construcción de la masculinidad

hegemónica. No expresar afectos y priorizar lo racional, de ahí que un hombre de verdad no debe llorar o expresar de manera libre sus sentimientos, por ser “cosa de mujeres”. “El no dejarse pasar por encima” hace parte del mandamiento de no demostrar debilidad o dependencia, un varón debe sostener una imagen de seguridad, autonomía. El tener un fuerte lívido dirigido exclusivamente a mujeres, y otras muestras de una persona (híper) heterosexual, comportamientos ajenos a estos los consideran que están fuera, siendo único para mujeres y homosexuales, mencionado lo anterior, la homofobia y la misoginia forman parte de la verdadera masculinidad, al rechazar y ridiculizar conductas homosexuales y femeninas. (Pérez de Sierra et al., 2016)

2.1.2.2.3 Masculinidades corresponsables y alternativas.

Aquellos hombres que han construido su identidad de forma alternativa, desligándose del comportamiento hegemónico a favor de componer conductas libres de violencia machista, homofobia, además de favorecer la igualdad de género, encaminando estos valores hacia un trato justo con mujeres u otros hombres (elDiario.es, 2021). Además, no se avergüenzan de la influencia realizada por mujeres en sus vidas, así es como proponen ser activos socialmente, explorar en la creación de grupos de investigación en búsqueda de la deconstrucción de varón ideal y tradicional, por otro lado, romper la complicidad existente en comportamientos nocivos (Bonino, 2003).

Por otra parte, La Asociación de Hombres por la Igualdad de Género (AHIGE) colabora en la construcción de personalidades más justas, solidarias, aportando en superar el machismo junto a la

concepción de un referente alternativo, el cual genera mayor capacidad en la gestión de emociones, autoestima, formas nuevas de relaciones de pareja y con otros hombres (Hombres por la Igualdad, 2022).

2.1.3 Marco Teórico Disciplinar

2.1.3.2 Diseño de Experiencias. Este se centra en identificar los momentos con una respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario con un producto (en este caso un audiovisual), desencadenando interacción con la obra, así como con el proveedor (Montero, 2005) propiciando memorias positivas otorgando valor igual que significado al consumidor para motivar el compromiso con la marca. Ahora Knapp Bjerén (2003) la define como “el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño de la interfaz” (“La Experiencia del Usuario”)

2.1.3.3 Contenido Digital interactivo. Piezas de información codificadas en archivos electrónicos, formato de texto, audio, imagen, animaciones, y combinaciones de estos, Casado Vara (2017) enuncia que la interactividad es:

El concepto de interactividad que se emplea en el ámbito de las tecnologías digitales suele incluir elementos que describen el diálogo entre personas: palabras como «respuesta», «retroalimentación», «canal de comunicación», mensaje, entre otras, son frecuentes en el ámbito de la

interactividad digital... Esta sería la interacción más básica, y a partir de ella se abre un abanico de posibilidades con mayores o menores niveles de “interactividad”, que pueden ser reconocidos por la calidad de la respuesta (*feedback*) y por el control del intercambio comunicativo (p.392)

2.1.3.4 La Interfaz Gráfica de Usuario (GUI). Es una herramienta esencial en el diseño de software, ya que permite al usuario interactuar con el sistema mediante elementos visuales intuitivos, como iconos, botones y menús. Según Preece, Rogers y Sharp (2002), expertos en diseño de interacción, la usabilidad y la accesibilidad son factores cruciales a la hora de diseñar una IGU eficiente y fácil de usar. Por tanto, es fundamental que el diseño de la IGU se centre en el usuario, considerando sus necesidades y expectativas para lograr una interacción satisfactoria.

En el mundo digital actual, una buena representación visual es esencial, ya que permite una comunicación efectiva con los usuarios. No obstante, es importante recordar que aún existen personas que no están familiarizadas con el entorno digital y pueden sentirse abrumadas por la complejidad de la interfaz. Para garantizar una experiencia satisfactoria para todos los usuarios, es necesario proporcionar una identidad clara y accesible., esto se logra mediante una aplicación cuidadosa de elementos visuales, como colores identitarios, tipografía, imágenes, iconos y esquemas, así como una señalización clara con elementos hipertextuales visibles adecuadamente. (Royo 2004, como se citó en Arango Olmos, 2017)

Además, para garantizar una interfaz gráfica de usuario

efectiva, es relevante considerar algunos elementos clave durante su diseño. Según Carrión Chamba (2014), estos elementos incluyen la representación de iconos, gráficos y colores de acuerdo con el contexto y cultura del usuario para lograr una mayor comprensión y satisfacción en su experiencia de uso. Asimismo, la estandarización en todo el software de formatos relacionados con la fecha y hora, como los calendarios, es fundamental para evitar confusiones y mejorar la eficiencia en el empleo de la interfaz gráfica de usuario. En conclusión, el diseño de una interfaz gráfica de usuario efectiva debe centrarse en el usuario, y considerar factores como la usabilidad, accesibilidad, identidad visual y elementos clave para lograr una interacción satisfactoria y una experiencia de utilización positiva.

2.1.3.4 Gamificación. Se trata de utilizar los elementos, mecánicas y técnicas de diseño propio de los juegos en situaciones donde normalmente no se encuentran presentes, con el objetivo de involucrar a los usuarios y generar motivación y compromiso en ellos. (Zichermann y Cunningham, 2011; webach y hunter, 2012, como se citó en Gené, 2015).

Por otra parte, la gamificación tiene como objetivo involucrar al usuario en los aspectos de motivación, compromiso y fidelización. Un elemento destacado de la gamificación es la generación de competitividad, que se combina con elementos colaborativos.

La gamificación busca despertar el interés y la motivación del usuario al presentar desafíos y metas alcanzables. Al promover la competitividad, se fomenta la participación y se estimula a los usuarios a superarse a sí mismos y a otros. Sin embargo, es

importante tener en cuenta que la competencia no debe ser el único enfoque, ya que la gamificación también puede integrar elementos colaborativos. Esto implica la promoción de la cooperación y la interacción entre los usuarios, creando un ambiente de trabajo en equipo y apoyo mutuo. La combinación de competitividad y colaboración en la gamificación permite una experiencia más enriquecedora y equilibrada para los usuarios, por el hecho de que pueden competir entre sí de manera amistosa y cooperar para alcanzar objetivos comunes. (Gené, 2015)

El mecanismo de la tríada PIC (Puntos, Insignias, Tableros) es uno de los elementos que se derivan de los juegos y que se pueden aplicar en la gamificación. (Gené, 2015)

Los puntos son otorgados al usuario cada vez que realiza una actividad o finaliza una acción, generando una sensación de avance y proporcionando un *feedback* inmediato al incrementarse el contador de puntos, reflejando así sus acciones. (Gené, 2015)

Junto al punto anterior, las insignias son la representación visual de un logro, y se otorgan al completar un número determinado de tareas o acciones dentro del sistema. Estas insignias brindan un posible estatus al usuario, destacando sus logros de manera gráfica o visual. (Gené, 2015)

Los tableros de posiciones permiten a los usuarios ver su ubicación en relación con otros participantes o competidores. Sin embargo, es importante tener en cuenta que pueden ser motivadores para continuar participando y obteniendo puntos, pero también pueden generar discusiones y convertirse en un punto de frustración

para aquellos que se encuentran en las últimas posiciones (Werbach, 2012; Zichermann, 2011, como se citó en Gené, 2015). Esto puede llevar a que algunos participantes decidan abandonar el sistema por esta frustración. Por lo tanto, se busca limitar la visibilidad de estas posiciones únicamente a un círculo cercano de usuarios, evitando así que se convierta en una fuente de desmotivación y abandono.

2.1.4 Marco Conceptual

Tabla 2

Marco conceptual

<p>Trabajo Doméstico (¿Qué son las tareas domésticas y de cuidado?, 2021)</p>	<p>«El Trabajo Doméstico y de Cuidado No Remunerado (TDCNR) comprende las tareas que realizan todas las personas para vivir cada día» (¿Qué son las tareas domésticas y de cuidado? Argentina.gob.ar”)</p>
<p>Corresponsabilidad (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a 2022.).^a 2023.)</p>	<p>1. Responsabilidad compartida 2. Reparto equitativo de las responsabilidades domésticas y del cuidado de las personas entre mujeres y hombres por igual.</p>
<p>Organización Social (<i>La organización social: función y características</i>, s. f.)</p>	<p>«Grupo de individuos que unen actuaciones para alcanzar determinados propósitos.» (“La organización social: función y características - Medwave”)</p>

Responsable (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23. ^a 2022.). ^a 2023)	Obligado a responder de algo o por alguien.
--	--

Nota. Términos utilizados en el documento de gran importancia para el desarrollo del proyecto Fuente: REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a 2022, (*¿Qué son las tareas domésticas y de cuidado?*, 2021)

2.1.5 Marco Institucional

La Mesa Nacional de Masculinidades Colombia es una organización conformada por un grupo diverso de personas distribuidas en todo el territorio colombiano, que busca promover actividades de investigación, capacitación y activismo en torno a diferentes aspectos de género, con un enfoque particular en la construcción de nuevos referentes de masculinidad.

Los antecedentes de esta iniciativa se remontan a los años ochenta, cuando un grupo de amigos comenzó a discutir sobre la necesidad de construir una masculinidad más positiva y comprometida con la igualdad de género. Este diálogo llevó a la creación del primer colectivo dedicado a las masculinidades, el Colectivo Hombre y Masculinidades, en 1994. Posteriormente, en 2016, surge la Mesa Nacional de Masculinidades como un espacio para compartir experiencias y avances en el campo de la promoción de masculinidades positivas.

Durante la pandemia, la Mesa Nacional de Masculinidades enfrenta importantes retos para continuar con sus esfuerzos. Sin embargo, se mantuvieron firmes en su compromiso de contribuir al cambio social, promoviendo la eliminación del machismo, la prevención de la violencia contra las mujeres y niñas, y la promoción de relaciones saludables entre hombres. Entre las iniciativas que han llevado a cabo se encuentra "Hombres a cuidar", que busca sensibilizar a los hombres sobre la importancia de compartir la responsabilidad de las tareas del hogar y promover la equidad de género en el ámbito doméstico.

2.1.6 Marco Legal

2.1.5.1 Política De La Ops En Materia De Igualdad De Género. «Esta política refleja el compromiso inalterable de la OPS con los principios de equidad, respeto a los derechos humanos y el ejercicio de ciudadanía, así como la voluntad de sumarse activamente a la corriente mundial dirigida a eliminar cualquier forma de discriminación por razones de género.» (“OPS/OMS | Política de igualdad de género - Pan American Health ...”) Es una expresión asimismo de la determinación institucional de fortalecer la eficacia y la eficiencia de la práctica de la salud pública en las Américas (User, s. f.)

2.1.5.2 Constitución De Colombia Artículo 13. Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por

razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica.

2.1.5.3 Acuerdo N.º 751 de 2020 Artículo 15. Programas articulados en el plan de desarrollo, el programa 41 “sin machismo ni violencia contra las mujeres, los niños, habla de fortalecer los mecanismos de cuidado que promuevan la reconciliación y la cultura ciudadana pacífica. Se desarrolla a partir de la formulación e implementación de un Plan Distrital de Prevención Integral de la violencia contra niños, niñas, adolescentes, mujeres y personas mayores, aplicando acciones de promoción de nuevas masculinidades. (Concejo de Bogotá, 2020, Artículo 15)

2.2 Estado Del Arte

Este apartado permite visualizar referentes con características de diseño inspiradoras para el proyecto, por otro lado, estos referentes tienen la característica de tratar de solucionar problemáticas relacionadas, como lo es la masculinidad como un modelo hegemónico que debe cambiar en pro de una equidad entre hombres y mujeres.

2.2.1 ¿Sabías que la corresponsabilidad mejora la calidad de vida de toda tu familia? *Motion graphics*¹ realizado para el área de cuidado llamada “conectados contigo” de la empresa minera Antofagasta Minerals. En el video se expone el término de

¹ movimiento, son una técnica de animación de imágenes y texto, que aporta movimiento a una idea, aumentando así su capacidad de impacto. (*¿Qué son los Motion Graphics? Tipos que existen y sus usos*, 2023)

corresponsabilidad de forma clara acompañada de una imagen ilustrativa, recalcando los beneficios que conlleva la división de tareas en el hogar, enfatizando que el hombre puede ser un gran aliado en estas tareas y apoyar a las mujeres para que ellas se puedan desarrollar de manera integral. Por otro lado, el audiovisual también invita a las personas a expandir sus conocimientos sobre el tema, en pantalla se observa un sitio web como un código QR que lo conducen hacia el mismo sitio.

Figura 6

¿Qué es la corresponsabilidad?



Nota. La composición del *fotograma* incluye a un hombre junto a un bebé, la pregunta en pantalla, subtítulos cerrados y en el costado un intérprete, haciendo el video inclusivo en gran medida. Fuente (Antofagasta Minerals, 2021)

Figura 7

Personajes vistos en pantalla



Nota. Personajes utilizados en el video. Fuente (Antofagasta Minerals, 2021)

Los personajes vistos en pantalla son de caracterizados de con silueta distintiva, con colores planos, no existen las sombras para que el punto visual sean las actividades y quienes las están realizados.

Figura 8

Código QR



Nota. Código QR al escanear dirige hacia el sitio web con mucha más información sobre corresponsabilidad. Fuente (Antofagasta Minerals, 2021)

2.2.2 Instituto DMAH. Espacio creado para desafiar el machismo, donde se reúnen hombres y personas identificadas como

varones para hablar de temas relacionados consigo mismos, sus emociones y problemas, como tal ofrece servicios para empresas, redes sociales y publicaciones de literatura basada en la construcción de una nueva masculinidad. Una de sus campañas recientes fue para conmemorar el día del padre, el *hashtag* #PaternidadesPresentes quería exaltar esta fecha, ya que en algunos casos pasa por alto.

Figura 9

Carteles alusivos a la campaña #PaternidadesPresentes



Nota. Mensajes dirigidos a visibilizar la paternidad corresponsable

Fuente (Instituto DMAH, 2022)

De esta campaña se resaltan algunas cifras presentes en México en relación del cómo se involucra el hombre en la paternidad. Su lenguaje es claro y va al punto, por otro lado, el póster usa una tipografía de fácil lectura, así también el uso de una figura masculina que resalta alguna tarea de cuidado.

2.2.3 Famipuntos. Según Solidaridad Network (2020), su herramienta se describe de la siguiente manera:

Una nueva aplicación para Android, desarrollada por Solidaridad, permite a las familias contabilizar las horas que cada miembro dedica a tareas del hogar en la semana y visibilizar su equivalencia en salario remunerado. Esto permite valorizar el trabajo que, en general, realizan las mujeres y propiciar una redistribución más equitativa de las mismas. Así, las familias pueden también ver la cantidad de horas de trabajo doméstico ahorrado a la persona que las realizaba, y registrar en qué se emplearon: ocio, estudio o actividades remuneradas, siendo la meta final un mayor bienestar. (Solidaridad Network, 2020)

Figura 10

Pantalla inicial de la aplicación



Nota. La aplicación abre con un mensaje que invita a la reflexión sobre el valor de las labores domésticas. Fuente: FamiPuntos (Solidaridad Network, 2020)

Figura 11

Menú de Famipuntos



Nota. Los diferentes apartados en los cuales el usuario interactúa para medir sus niveles de corresponsabilidad. Fuente. Famipuntos (Solidaridad Network, 2020)

Los apartados se representan con figuras alusivas a su título, utilizando recursos figurativos. Por ejemplo, el árbol se emplea para representar el núcleo familiar y simboliza que todos los miembros pertenecen a una misma estructura familiar. Por otro lado, cabe destacar el uso del color amarillo, el cual se asocia comúnmente con la alegría y el calor familiar. Una posible interpretación es que el amarillo hace referencia al sol, el astro que permite el desarrollo de la

vida. De esta manera, se establece un paralelismo entre la importancia del sol para la vida en la naturaleza y la relevancia de las tareas domésticas en la estructura familiar y su bienestar.

La aplicación registra a cada miembro del hogar y para su correcto funcionamiento, se asigna un miembro maestro encargado de llenar semanalmente el registro de las actividades realizadas por cada uno y el tiempo dedicado a ellas. Con base en esta información, se genera un reporte que se utiliza en la sección de agradecimientos, donde se crean actividades que se ofrecen en forma de tiempo para agradecer la participación de cada miembro en las tareas del hogar. Finalmente, para que el usuario pueda visualizar el proceso, se ha incluido un árbol en la parte superior derecha de la aplicación. A medida que cada miembro va contribuyendo con las tareas del hogar se van ganando puntos los cuales se ven reflejados en el árbol, simbolizando que, si todos aportan su granito de arena, se fomentará el bienestar de toda la familia.

Figura 12

Evolución del árbol



Nota. El apartado de estadística representa el avance de los usuarios al ganar los puntos por las tareas del hogar cumplidas. Fuente Famipuntos (Solidaridad Network, 2020)

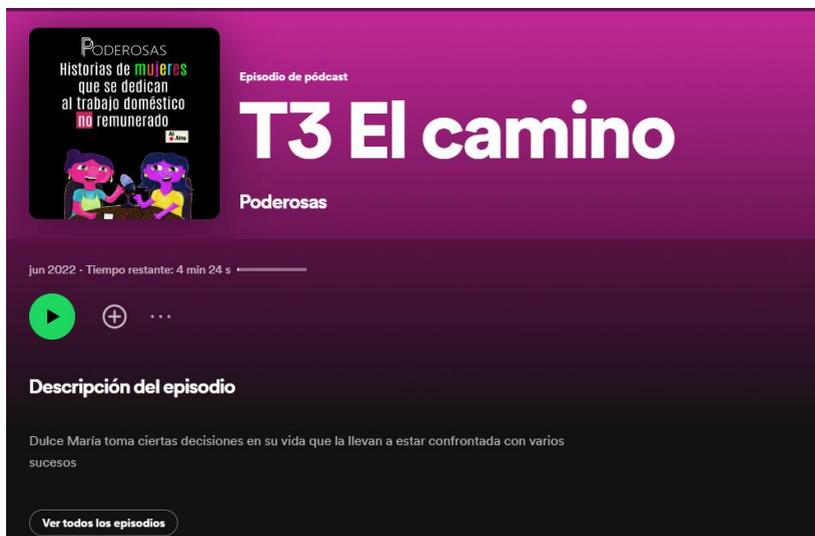
Famipuntos es un referente para tener en cuenta en el desarrollo del proyecto, debido a su cercanía con el tema y la forma en que aborda la situación. Cabe destacar el uso de figuras y símbolos que facilitan su reconocimiento, así como el lenguaje neutro y adecuado para cualquier miembro del hogar que desee utilizar la aplicación.

2.2.4. Poderosas. El proyecto de grado de la carrera de Diseño Digital y Multimedia de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se enfocó en visibilizar el trabajo no remunerado realizado por las mujeres en los hogares colombianos. Este proyecto es un referente para conocer su abordaje y los resultados obtenidos a través de su estrategia de difusión transmedia, resaltando la labor

hecha exclusivamente por mujeres a través de historias narradas en un pódcast.

Figura 13

Podcast Poderosas en Spotify



Nota. Podcast Poderosas capítulo 3 la historia de Dulce María. Fuente (*Poderosas Podcast*, s. f.).

Por otro lado, el proyecto se enfocó en las redes sociales, como Instagram y TikTok, obteniendo un alcance significativo. A partir de este proyecto se destaca la labor de visibilizar de las tareas del hogar realizadas por mujeres. El proyecto que se va a hacer busca ser un complemento para que las mujeres que hacen estas labores cuentan con el apoyo de otros miembros del hogar, especialmente de los hombres jóvenes.

2.3. Caracterización De Usuario

En el proceso de desarrollo de un proyecto de grado, es fundamental identificar las características del usuario objetivo del proyecto. Para ello, se llevaron a cabo diversas metodologías de investigación como encuestas y muestreos, que permitieron obtener información valiosa para elaborar el perfil del usuario.

Se efectuaron dos muestreos independientes para obtener un acercamiento amplio. El primer muestreo se enfocó en hombres y el segundo en mujeres. El objetivo del muestreo hacia mujeres fue determinar su percepción sobre las masculinidades corresponsables y si era pertinente tener en cuenta este grupo poblacional dentro de la caracterización del usuario (Ver anexo F). Los resultados de las encuestas mostraron que las mujeres perciben de manera positiva la corresponsabilidad dentro del hogar, conocen la corresponsabilidad, pero no las ven aplicadas en los hombres, y que es necesario implementar este concepto. Por su parte, el muestreo realizado a hombres tuvo como objetivo conocer el estilo de vida del usuario, sus opiniones sobre las masculinidades corresponsables y su percepción sobre la corresponsabilidad (Ver Anexo G). Este muestreo se llevó a cabo mediante encuestas virtuales a 30 hombres de la ciudad de Bogotá, de diferentes edades y estratos sociales. Los resultados arrojaron que los hombres sí se hacen presentes en la corresponsabilidad, pero en menor medida que las mujeres. Además, los hombres encuentran más difícil expresar sus emociones y buscan otras formas de hacerlo.

Para continuar con la definición del usuario, se plantearon tres arquetipos imaginarios que representan percepciones generales sobre cómo los hombres se relacionan con su contexto. Estos arquetipos ayudaron a definir un posible usuario y el cual se le realizaría la siguiente encuesta, con el fin de obtener un acercamiento completo y una definición más precisa del usuario objetivo (Ver Anexo H). Para tener una comprensión más completa del usuario potencial y su entorno, se ha creado un mapa de actores que incluye a todas las personas involucradas en la convivencia del hogar, así como a aquellas interesadas en fomentar la responsabilidad equitativa en el mismo. Este mapa permitirá identificar los roles y responsabilidades de cada actor, sus interacciones y necesidades, con el fin de tomar decisiones más informadas y eficaces en la gestión del hogar y la promoción de una convivencia saludable y equitativa.

Figura 14

Mapa de actores

Nota: Actores involucrados en la gestión para que los hombres conozcan la Mesa Nacionales de Masculinidades y conozcan sus iniciativas. Fuente: elaboración propia basada en ejercicio académico.

Tras analizar los resultados obtenidos, se ha definido un perfil de usuario enfocado principalmente en el miembro masculino de una familia nuclear, aunque también es relevante para los demás miembros de la familia con los que convive. Este integrante masculino se encuentra en la franja de edad comprendida entre los 18 y los 20 años y se halla en la transición de la educación media a la superior. Perteneciente a los estratos 2 y 3 de la ciudad de Bogotá, depende económicamente de los adultos que conforman la unidad familiar. Los integrantes comparten el espacio de vida y otorgan gran importancia a la responsabilidad compartida en las tareas domésticas para fomentar una convivencia saludable. Asimismo, desean contribuir a crear un ambiente en el que la carga de las tareas se distribuya de manera equitativa, teniendo en cuenta las habilidades y conocimientos específicos de cada uno respecto a las labores del hogar.

Figura 15

Tarjeta personal



Rene

Tiene 19 años

“Todo puede cambiar”

Vivienda familiar estrato 2

Educación superior

Estudiante

Bogotá D.C.

Masculino

Simple

Resiliente

Curioso

Características

Es tímido al primer momento de relacionarse

Es curioso y está en un proceso de auto conocimiento

Es rápido y ágil, es buen lector. Es simple en lo que hace

Se incomoda con cosas que no encajan con sus gustos

La cercanía y confianza la consigue mediante apodosos

Su círculo de amigos es amplio, y tiene habilidades sociales

Gusto e intereses

Vídeo juegos

Películas

Redes sociales

Baile

Motivaciones

Triunfar

Conseguir dinero

Bienestar

Objetivos

Éxito

Estabilidad

Autoconocimiento

Personalidad

Es una persona poco expresiva, que se siente presionado por decir lo que siente. Es comprensivo e intenta entender a los demás. Es fuerte emocionalmente y entiende sus emociones y sentimientos. No se incomoda con facilidad y afronta sus problemas.

Conocimientos tecnológicos

Conocimientos tecnológicos

Redes sociales

Redes sociales

Percepción del proyecto

Es un tema fácil de tratar y comodo para él.

La cercanía y el reconocimiento propio es importante

Estaría dispuesto a participar del proyecto

Nota: La tarjeta usuario intenta definir en su totalidad los gustos del usuario, sus intereses, sus características de comportamiento, su personalidad, aspectos demográficos y percepciones con relación al proyecto. Fuente, elaboración propia a partir de la información obtenida de la entrevista y encuesta a usuario y de información relevante que se generó durante el proyecto.

3. Desarrollo De La Metodología, Análisis Y Presentación De Resultados

3.1. Criterios de diseño

Teniendo en cuenta la descripción del usuario que se presentó en el capítulo anterior, así como el árbol de objetivos que se muestra en la figura 16, se han identificado los requisitos y características clave del producto. Mediante el uso de herramientas de diseño como la lluvia de ideas, estimular la creación de ideas rápidas, generar listas de verificación, ayudaron a organizar los requerimientos identificados y extraer los relevantes para reconocer elementos distintivos que serán esenciales para el desarrollo del producto.

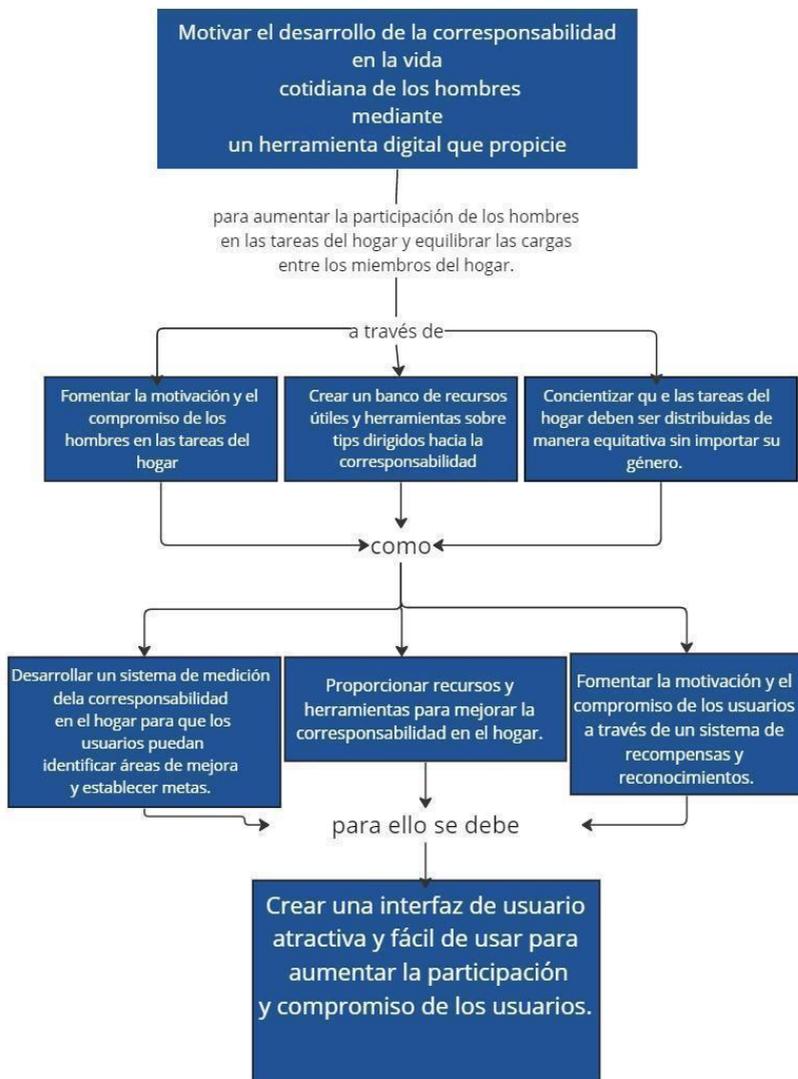
3.1.1. Árbol de objetivos de diseño

Ponte el Delantal es una herramienta digital que contribuye a fomentar la corresponsabilidad en las tareas del hogar, a través de medir la participación de los hombres en estas labores, y así mismo

ayuda a crear hábitos saludables. La comunicación es clave para lograr este objetivo, por lo que la herramienta se enfoca en transmitir conocimientos, valores y habilidades a través de interacciones dinámicas. No obstante, la comunicación por sí sola no basta. Es necesario fomentar la autogestión de la información y eliminar discursos perjudiciales. Para ello, se han ideado estrategias e instrumentos que permiten analizar los temas que se abordan en el producto, de manera que se promueva la reflexión y el cambio de actitudes.

Figura 16

Árbol de objetivos de diseño



Nota: Características y elementos a cumplir por parte del producto

para que sea adecuado y exitoso. Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

En este apartado, se presentan las características necesarias para el desarrollo del proyecto, clasificadas en tres criterios fundamentales: usuario, contexto y producto. Para lograr un producto óptimo que cumpla con el objetivo, es necesario hacer acercamientos al usuario determinado, en este caso, hombres de entre 18 y 20 años de la ciudad de Bogotá. Es importante tener en cuenta que se busca incentivar el desarrollo de la corresponsabilidad en este grupo en particular.

Para lograr esto, se deben considerar las condiciones favorables para el proyecto, como los contextos familiares, escolares y de la vida cotidiana de los usuarios. A partir de esto, se deben generar las especificaciones necesarias para una excelente presentación y un buen desarrollo de la estrategia de diseño.

Seguidamente, se presenta una tabla con los respectivos requerimientos y determinantes de diseño. Sin embargo, es relevante tener en cuenta que, como el producto aún no está en fase de desarrollo, los requerimientos podrían cambiar en el futuro para adaptarse a las necesidades específicas de este grupo de usuarios en Bogotá.

Tabla 3

Requerimientos y determinantes de diseño.

Factor	Subproblema	Determinante	Requerimiento
Usuario	El usuario conoce sobre las masculinidades corresponsables, pero no las aplica y aun así puede practicarlas	Rol del usuario	Debe tener letra estándar de lectura rápida, párrafos cortos e ilustraciones o fotografías que acompañan el texto.
	El usuario no conoce sobre la Mesa Nacional de Masculinidades y puede que no le llegue a intereses lo que la mesa hace	Forma en que el usuario llega a la mesa nacional de masculinidades	El contenido debe ser de carácter informativo. Los espacios de comunicación deben tener contacto directo con la comunicación de la Mesa Nacional de Masculinidades.
	Para el usuario puede que el tema no sea entretenido y que pierda su atención al momento de encontrarse con el producto	Forma en que se capta la atención del usuario	Debe tener colores fuertes y llamativos. Debe tener ilustraciones que generen un reto. Debe tener un loader animado. Debe tener un home que genere

			acciones de reto.
Contexto	La forma de comunicación no ha sido precisa por medios particulares. Comunicar de voz a voz ha sido más efectivo	Forma de distribución de voz a voz	Su comunicación debe ser clara y directa. Debe tener palabras claves y de lectura rápida. El tamaño de la letra debe ser mayor a 12 pts. Debe poseer un botón de compartir de manera rápida
	No es fácil de encontrar un producto así, por eso al momento de verlo una vez puede capturar usuarios de inmediato	Conectividad en donde se encuentre	Debe ser un producto optimizado. Debe tener imágenes y gráficos medianos, que ocupen la pantalla y que pesen poco.

	La información por lo general es desordenada y no se da en buen sentido. Es demasiada información que puede ser confusa para el usuario	Capacidad de información del producto	Debe ser información ordenada y categorías sistémicas, fáciles de encontrar. Debe contener galerías de imágenes segmentadas y ordenadas.
Producto	Llegar al usuario de manera análoga y métodos convencionales de la Mesa Nacional de Masculinidades, no es la mejor forma de captar usuario de este tipo	Digital y que sea funcional	Debe ser un producto digital, de fácil descarga. Debe ser interactivo y que posea pocas categorías, pero con amplia información. Los botones deben ser de tamaño mediano con animaciones e interacción.
	El cliente no encuentra la forma de comunicar de manera asertiva su proceso de trabajo con las masculinidades	Canal de comunicación entre el usuario y el cliente	Debe tener un canal de comunicación integrado. Tiene que ser un canal rápido y de acceso directo.

			Debe tener una categoría en donde se presente el cliente.
	El usuario puede perder fácil el interés por el producto simplemente por ser un producto plano y sin sentido	Divertido, llamativo y reflexivo	Debe tener ilustraciones y un personaje que acompañe el recorrido web. Debe tener colores llamativos, y centrados de tonos medios. Debe tener información en bloques cortos. Tiene que tener gráficas e imágenes. Debe tener animación de botones, loaders, menús y demás elementos interactivos.

Nota. Tabla de requerimientos y determinantes de diseño. Fuente Elaboración propia.

3.2 Hipótesis de producto

En la figura 17 se muestran las hipótesis de producto relacionadas con el proyecto de grado, las cuales se originaron a partir de las necesidades comunicativas expresadas durante diversos encuentros con representantes de la Mesa Nacional de Masculinidades (MSN). Algunas de estas necesidades incluyen la falta de un canal de comunicación directo entre hombres interesados en aprender sobre nuevas masculinidades y la MSN, lo que ha resultado en una baja visibilidad del tema. Para abordar esta necesidad, se ha generado la hipótesis de producto número tres (3).

Por otro lado, se ha identificado la iniciativa «hombres al cuidado», la cual busca fomentar un modelo de masculinidad corresponsable en el que los hombres participen activamente en las tareas del hogar. Para dar seguimiento a esta iniciativa, se ha planteado la hipótesis de producto número dos (2).

Por último, para llevar a cabo la hipótesis de producto número uno (1), se ha utilizado una herramienta en Excel para medir los niveles de corresponsabilidad, así como una serie de documentos relacionados con las tareas del hogar y la corresponsabilidad en las mismas.

Figura 17

Matriz de Hipótesis de producto

Hipotesis de producto



Hípothesis

A lo mejor mediante la visibilización de hábitos corresponsabilidad se puede generar una reflexión de los comportamientos negativos de las masculinidades que sean normalizados.

Es posible que al apelar a los sentimientos de los hombres mediante un producto audiovisual se genere un interés por la corresponsabilidad.

Puede que por medio de una página web llamativa, se logre informar y conectar a hombres con las masculinidades corresponsables generando un interés y una profundidad en el tema.

Mediante una APP que mida el uso del tiempo en actividades domésticas se puede insentivar en los hombres el reconocimiento de hábitos de cuidado y generar una masculinidad corresponsable

Animación digital que explora como las masculinidades corresponsables son una alternativa para la desconstrucción de lo establecido, además generando interés en explorar este tipo de masculinidad.

Una página web interactiva, en donde el usuario pueda recorrer y conocer de manera dinámica e interactiva como las masculinidades corresponsables pueden ser aplicadas en su vida. Además de generar una conexión con talleres de este tipo de masculinidades de forma presencial.



Que el usuario con los tip reconozca que hábitos de cuidado realiza
Que mediante la app pueda conocer que tan corresponsable es el usuario

La animación digital como herramienta llamativa.
Personajes con los que pueda sentirse identificados.
Que pueda ser visto en cualquier dispositivo celular, ordenador.

La interactividad de la página de manera llamativa.
La personalización del recorrido del usuario.
La navegación y la estética que pueda brindar la página para ser llamativa.

Que el usuario le moleste el recordatorio mediante las notificaciones

No lograr captar el interés de los hombres por el tema.
La historia se torne pesada.
La animación sea vista como algo exclusivo para niños.

El usuario puede sentir que esta navegando en una página que no tiene sentido.
No puede ver la página en cualquier dispositivo.
Se pierda el sentido de corresponsabilidad del sitio.

Nota: Matriz con la hipótesis de producto ¡Ponte el delantal! aborda el planteamiento de productos relacionados con incentivar la masculinidad corresponsable. Fuente: elaboración propia

3.3 Desarrollo y análisis de la etapa Descubrir.

Según lo propuesto en el apartado 1.6 la metodología se divide en cuatro (4) momentos clave para el desarrollo del proyecto.

3.3.1 Revisión de lectura. Se lleva a cabo un análisis exhaustivo del tema, que toma en cuenta múltiples perspectivas de disciplinas como la sociología, psicología, educación y diseño. Este análisis nos permite tener una comprensión profunda del tema y evaluar lo que ya se conoce y lo que aún no se conoce. Además, podemos identificar puntos de interés que nos permitan enfocarnos en aspectos específicos, como el desarrollo de la corresponsabilidad a través del involucramiento masculino. Por otro lado, Guirao Goris (2015) dice que:

«Dentro del proceso de investigación, la revisión de la bibliografía se encuentra inicialmente en el proceso de justificación de la investigación para mostrar cuáles son las metas, los objetivos, el alcance, y la exposición de motivos que fundamentan la investigación.» (“Utilidad y tipos de revisión de literatura - SciELO”)

3.3.2 Entrevista semiestructurada. Las entrevistas semiestructuradas a expertos en el área de las nuevas masculinidades jugaron un papel fundamental en la focalización de un problema palpable: la desigualdad en el involucramiento de los

hombres en las tareas del hogar. A través de estas entrevistas, pudimos identificar y comprender mejor los factores que contribuyen a esta desigualdad, y esto nos permitió centralizar nuestro proyecto en la promoción de la presencia de los hombres en estas tareas. (Ver anexo E)

3.3.3 Encuestas. Las encuestas realizadas tanto a hombres como a mujeres resultaron ser una herramienta clave para conocer su perspectiva sobre el tema y comprender mejor sus necesidades y deseos en relación con el involucramiento masculino en las tareas del hogar. Gracias a las respuestas obtenidas, se pudo generar un perfil de usuario ideal, el cual se explora en detalle en el apartado 2.3 del proyecto (para conocer los resultados, encuestas y protocolos ver el anexo F, anexo G, anexo K).

Tabla 4

Recopilación de hallazgos

Pregunta	Respuestas
Entre 1 siendo la menor calificación y 5 la mayor calificación. ¿Qué tanto participas en el oficio de la casa?	1=0% de los encuestados 2=11 % de los encuestados 3=24 % de los encuestados 4=30 % de los encuestados 5=35% de los encuestados
¿Quién te da para tus gastos?	Respuesta abierta, pero observa que la mayoría reciben ingresos por parte de sus padres o tutores, por otro lado, es mínima la cantidad de personas que

	trabajan.
Actividad de la persona encuestada	La gran mayoría de los encuestados están estudiando, mientras que la minoría trabaja desde casa y una persona ejerce las dos actividades
Se les pregunta desde su perspectiva a quien se le debe delegar el cuidado de y crianza de los hijos	Más del 50% de los encuestados responden que ambos padres deben encargarse de estas tareas, mientras que un 30% responde que las mujeres del hogar y el otro 20% en otros.
¿Conoce sobre la masculinidad corresponsable?	70 % de los encuestados manifestaron no conocer ni haber escuchado del término, el otro 30% sí, pero no habían profundizado en el tema.
¿Desearía conocerla y aprender de ella?	60% de los encuestados desean aprender y profundizar en el tema. El resto no les llama la atención.

Nota: Las preguntas presentes en la tabla son las preguntas y respuestas relevantes para conocer al potencial usuario. Fuente: elaboración propia a partir de muestreos y encuestas a hombres de la ciudad de Bogotá.

Este perfil de usuario ideal fue diseñado a partir de una metodología rigurosa y detallada, la cual permitió definir de manera precisa las características, necesidades y deseos de nuestro público

objetivo. De esta forma, pudimos desarrollar soluciones más efectivas y satisfactorias para nuestros usuarios. Las encuestas resultaron ser una herramienta valiosa para el éxito de este proyecto, permitiéndonos conocer a profundidad a nuestro público objetivo y generar soluciones diseñadas específicamente para ellos.

3.4 Desarrollo y análisis de la etapa Definir.

Una vez realizada la etapa anterior se identificaron *insights*, los cuales fueron clave para definir finalmente el producto adecuado que da solución a las necesidades del usuario.

3.4.1 Mapa mental. En el contexto de este proyecto, la creación de un mapa mental resultó ser una herramienta fundamental para focalizar el proyecto y definir de manera clara y precisa el tema a abordar. A través del mapa mental, se pudieron organizar las ideas y conceptos relacionados con el tema de las nuevas masculinidades y la corresponsabilidad en las tareas del hogar. Se exploraron diferentes enfoques y perspectivas que ayudaron a delimitar el alcance del proyecto y definir los objetivos específicos a alcanzar. Una vez definido el tema y los objetivos específicos del proyecto, el mapa mental permitió la organización sistemática de los contenidos que debían ser abordados en el capítulo 2 del proyecto. La utilización del mapa mental permitió una organización clara y coherente de los contenidos, lo cual facilitó la comprensión y la redacción del capítulo. (ver anexo M)

3.4.2 Hipótesis de producto y Parámetros y determinantes. Al inicio de este capítulo se presentan y se explora

en profundidad las herramientas indispensables que permitieron consolidar el producto final. Estas herramientas permitieron ajustar el producto a las necesidades del usuario y brindar apoyo en la construcción de una herramienta completa y adecuada en términos de diseño. Con estos instrumentos se construyó una herramienta específicamente diseñada para abordar la problemática identificada y adaptada a las necesidades del usuario. En consecuencia, la implementación de estas herramientas fue clave para el éxito de este proyecto.

3.4.3 Mapa de Actores. Una vez definida la problemática, se procedió a elaborar un mapa de actores, en el cual se colocó al usuario definido en el centro de este. La creación de este mapa permitió identificar y comprender la complejidad del tema abordado, La elaboración del mapa de actores resultó ser una herramienta esencial para identificar posibles alianzas y conflictos que pudieran surgir entre los diferentes actores involucrados en el tema en cuestión. Además, permitió entender sus perspectivas y puntos de vista sobre el problema, lo cual resultó en una visión global más clara y precisa del panorama completo.

3.5 Desarrollo y análisis de la etapa de Desarrollar.

A continuación, en este nuevo apartado, se profundizará en la etapa de exploración de prototipos para el desarrollo de la herramienta digital estructurada. Durante esta fase se llevaron a cabo diferentes métodos, incluyendo el prototipado en papel, la maquetación y un prototipo de baja resolución, los cuales fueron sometidos a pruebas y

evaluaciones para obtener retroalimentación y mejorar el producto final en la fase de evaluación.

3.5.1 Prototipo en papel. Para avanzar en el proyecto y entrar en la fase de desarrollo, se inició la representación visual de la interfaz de usuario. Cada uno de los integrantes del equipo propuso una idea para finalmente desarrollar un prototipo de *wireframes*. Este fue testeado con un experto en la temática y con un usuario, para obtener su retroalimentación y mejorar el prototipo.

Figura 18

Prototipo en papel



Nota: Prototipos realizados para definir secciones y cómo serían representadas para el siguiente paso. Fuente elaboración propia

3.5.2 Wireframes. Para la creación de una interfaz efectiva y amigable, es necesario definir previamente las secciones y la información que se incluirá en ella. Una vez hecho esto, se procede a la creación de *wireframes*, los cuales son prototipos que se utilizan para testear con expertos y usuarios. En este proceso se aplican heurísticas (ver Anexo N) para sugerir el diseño y organización de los elementos en la interfaz. Estas heurísticas son principios o criterios que se usan para evaluar la usabilidad de una interfaz y se basan en la experiencia y conocimientos de expertos en la materia.

Las heurísticas de usabilidad son importantes en el proceso de creación de *wireframes*, ya que permiten evaluar la efectividad, eficiencia y satisfacción de la experiencia del usuario al interactuar con la interfaz. Entre las heurísticas de usabilidad más comunes se encuentran la visibilidad del sistema, la correspondencia entre el sistema y el mundo real, la consistencia y estándares, la prevención de errores, la flexibilidad y eficiencia de uso, y la estética y diseño minimalista.

Es fundamental considerar la fase de creación de *wireframes* para la creación de una interfaz de usuario efectiva y amigable, ya que permite detectar problemas y corregirlos antes de pasar a la fase de diseño visual y programación. Además, la

retroalimentación obtenida al testear los prototipos con expertos y usuarios es valiosa para mejorar la usabilidad y experiencia del usuario.

3.5.3 Testeo. Durante esta fase, se llevan a cabo dos pruebas para comprender mejor cómo interactuar con los usuarios. En primer lugar, se organiza una prueba de *copywriting* a través de una encuesta en la plataforma *Typeform* para conocer cómo se relacionan los usuarios con el contenido escrito. Además, se realiza una prueba de los *wireframes*, en la que se solicita la opinión de Román Huertas, experto asesor del proyecto, y también de jóvenes. Si deseas conocer más detalles sobre el proceso de prueba y su desarrollo, puedes consultar el apartado 3.7 y el anexo O.

3.5.4. Mock up. Los *mockups* son herramientas fundamentales en el proceso de diseño de aplicaciones móviles, ya que brindan una representación visual de la interfaz de usuario. Esto permite a los diseñadores y desarrolladores probar distintas opciones de diseño y funcionalidad antes de la implementación, ahorrando tiempo y recursos valiosos en el proceso de desarrollo. Además, los *mockups* pueden ser empleados para transmitir ideas de diseño a los miembros del equipo o a los clientes, facilitando la toma de decisiones en el proceso de diseño. En resumen, los *mockups* son esenciales para el diseño de aplicaciones móviles, pues ayudan a garantizar un producto final de alta calidad.

Figura 19

Pantalla inicial



Nota: Ejemplo de del estilo visual de la aplicación ¡Ponte el delantal!

Fuente: elaboración propia.

3.6 Desarrollo y análisis de la etapa de Entregar.

En esta sección se presenta la exploración final del proyecto, donde se evalúa si se han cumplido los objetivos planteados y se revisa si son coherentes con lo que se ha desarrollado.

3.6.1 MVP. El Producto Mínimo Viable (PMV) es una versión inicial del producto que se desarrolla en el proyecto, con el propósito de brindar una idea preliminar de cómo será el producto final. Para lograr esto, se utilizan dos plataformas que permiten obtener este acercamiento final del producto. Para conocer a detalle más ir al punto 3.7.3

3.6.2 Testeos. Para desarrollar productos de buena calidad, estos deben ser evaluados, lo que implica identificar problemas y asegurarse de que sean solucionados. Estas evaluaciones se realizan en tres etapas para conocer y corregir los errores que podrían afectar la experiencia del usuario. Para obtener información más detallada sobre los testeos, se puede consultar el punto 3.7.

3.6.3 Conclusiones. Las conclusiones representan el cierre del trabajo hecho, basándose en los resultados y observaciones obtenidos a lo largo del proceso. Estas conclusiones se caracterizan por ofrecer una síntesis concisa y clara de los hallazgos relevantes. Además, desempeñan un papel fundamental al proporcionar recomendaciones y perspectivas para futuras investigaciones y desarrollo de conocimiento adicional.

3.7 Resultados de testeos.

A continuación, se describen los métodos y resultados de los testeos efectuados para crear un producto que se adapte a las necesidades del usuario.

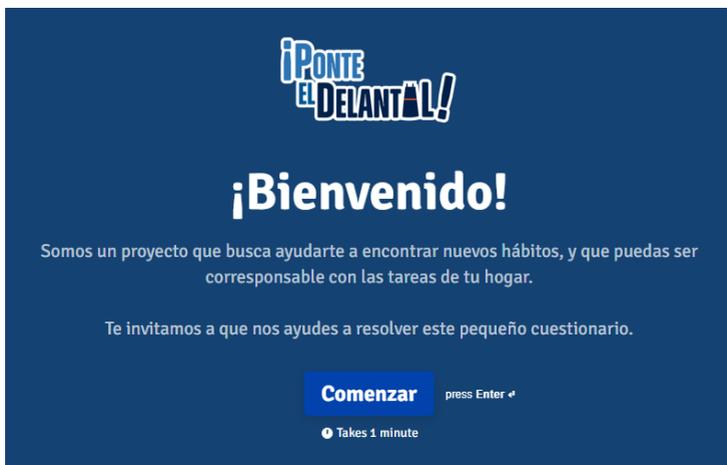
3.7.1 Primer testeo. El primer testeo es para conocer la claridad y la simplicidad en la elección de palabras, la estructura y el

tono de la comunicación para asegurar que los usuarios comprendan el mensaje de manera efectiva. Además, se buscará utilizar ejemplos y analogías para explicar conceptos complejos de manera clara y accesible, para conocer de forma profunda el proceso, ir al protocolo de testeo, ver Anexo K.

3.7.1.1 Proceso. En cumplimiento del protocolo de testeo, se lleva a cabo una encuesta a través de la plataforma *Typeform*, dirigida a jóvenes que habían participado previamente en las encuestas de caracterización de usuario. La encuesta consiste en 5 preguntas que se pueden responder en un minuto.

Figura 20

Inicio del formulario



Nota: Imagen con la que se recibe al usuario, se le agradece su participación. Fuente: formulario creado en la plataforma *Typeform*.

Figura 21

Pregunta de ejemplo.

1 → Comencemos. ¿Cuál de las siguientes frases llama mas tu atención? *

Selecciona solo una opción

A ¡Ponte las pilas y empieza a organizar tus tareas en el hogar!

B Parece descargue nuestra App, y organice lo que tiene que hacer en la casa.

C ¡Ponte la 10 y organiza las tareas de tu casa!

D ¡Compa, ponte las pilas y empieza a organizar las tareas de tu hogar!

Nota: Composición de las preguntas para que el usuario debía responder de forma honesta. Fuente: formulario creado en la plataforma *Typeform*.

3.7.1.2 Resultados. Como hallazgos importantes de este testeo, se encontró que los usuarios se sienten atraídos por textos con los que puedan identificarse o que les generen una sensación de cercanía. Además, se evidenció que el uso de metáforas complejas puede confundir al usuario y llevar a malas interpretaciones. Estos resultados permiten establecer un tono específico en la comunicación con el usuario y brindan información valiosa para persuadir a la audiencia objetivo del proyecto.

La realización de este testeo fue fundamental para obtener información sobre las preferencias y necesidades de los usuarios, lo

que permitió ajustar el tono y la estrategia de comunicación del proyecto. Además, los hallazgos obtenidos brindaron pistas valiosas sobre cómo persuadir a la audiencia objetivo del proyecto para que se sienta atraída y comprometida con la aplicación.

3.7.2 Segundo testeo. El segundo testeo tiene como objetivo conocer cómo el usuario se desenvuelve en un prototipo de baja resolución, lo que permite tener el primer contacto con lo que será el producto.

3.7.2.1 Evidencias (*Prototipo, testeo y procesos de iteración*)

3.7.2.1.1 Prototipo. Se realiza un prototipo exclusivo para evaluar usabilidad y navegabilidad del producto. Este se basa en la en los *wireframes* construidos en la plataforma Figma, como se plantea en el apartado 3.5.2.

Figura 22

Inicio del prototipo y recorrido



Nota: Bienvenida al prototipo Fuente: anexo P

Se le proporciona al usuario un contexto en el que se explica que se trata de un prototipo y que su colaboración es fundamental para lograr un producto de calidad. Además, se pone en manifiesto el proceso de testeo, el cual permite al usuario realizar un recorrido libre por la interfaz y se le asignan tareas específicas.

Figura 23

Registro en la aplicación

A continuation complete el formulario dando clic sobre cada uno de los campos, estos cambiaran automáticamente.

Nombre de usuario

Tu edad

Tu sexo

Estado civil

Registrarme

Cambiar foto de perfil

Joe Doe

18 años

Soltero

Añadir mas información

Aceptar

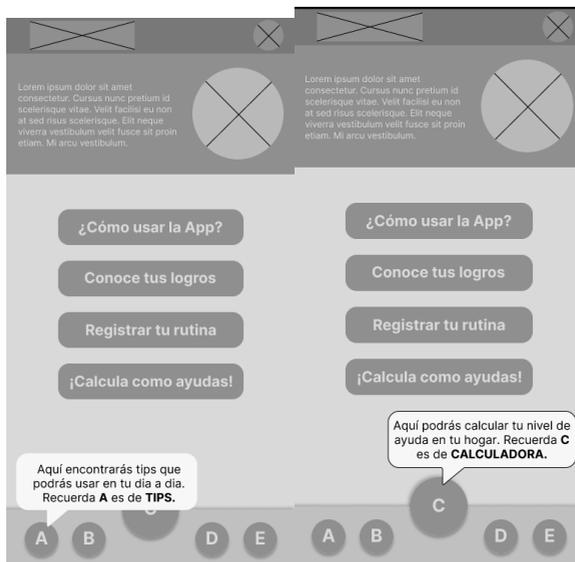
A B C D E

The image shows two side-by-side views of a registration form. The left view is an empty form with a header area containing a crossed-out rectangle and a paragraph of text. Below the text are four input fields, each with a circular icon to its left and a label: 'Nombre de usuario', 'Tu edad', 'Tu sexo', and 'Estado civil'. At the bottom of this section is a 'Registrarme' button. The right view shows the same form after being filled out. The header area now contains a profile picture placeholder (a circle with 'Cambiar foto de perfil' text) and a name field containing 'Joe Doe'. Below these are fields for '18 años' and 'Soltero', followed by an 'Añadir mas información' button. At the bottom of this section is an 'Aceptar' button. At the very bottom of the right view, there is a horizontal bar with five circular buttons labeled 'A', 'B', 'C', 'D', and 'E', where 'C' is highlighted.

Nota: En la izquierda el formulario a llenar, y a la derecha el formulario diligenciado. Fuente: anexo P

Figura 24

Recorrido por la aplicación



Nota: Recorrido por el prototipo, ayuda al usuario a ubicarse y reconocer cada uno de los segmentos de la aplicación. Fuente: anexo P

Una vez que se completa el proceso de registro y se accede a la aplicación, el menú se ubica en la parte inferior, lo que permite un acceso directo a cualquier sección de la aplicación. En la parte superior, se encuentran los accesos directos para acceder al menú de ayuda y al perfil del usuario.

Figura 25

Herramienta para calcular el nivel de involucramiento en las tareas del hogar.

Nota: La herramienta se basa primero en conocer un poco más al usuario y luego las series de preguntas sobre corresponsabilidad.

Fuente: anexo P

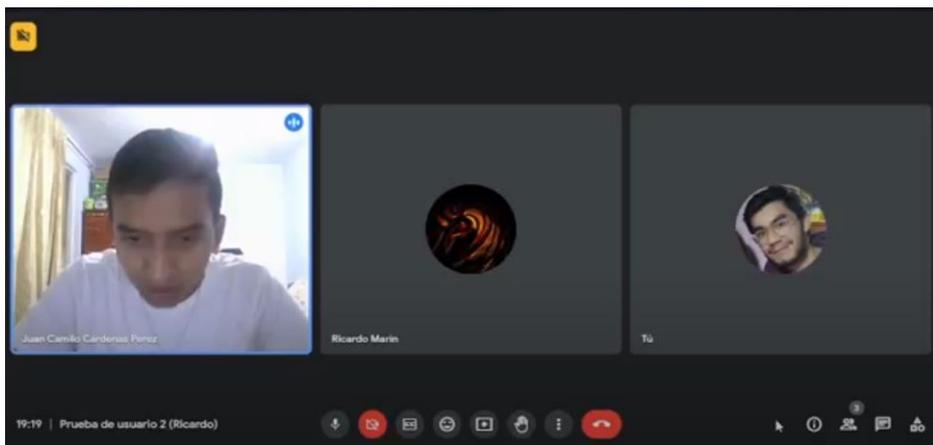
Para este prototipo, la herramienta de nivel de corresponsabilidad todavía no está activa, ya que por el momento se busca conocer cómo el usuario se desenvuelve durante el recorrido.

3.7.2.1.2 Testeo. El desarrollo de este testeo se llevó a cabo de forma virtual mediante la plataforma de Google Meet y de forma presencial. Se convocó virtualmente a Román Huertas, asesor del proyecto y representante de la Mesa Nacional de Masculinidades, y a cuatro de los estratos 2 y 3 ubicados en la zona cuarta de San Cristóbal, en Bogotá, mientras que de manera presencial participaron tres jóvenes más de la misma zona.

El proceso consistió en contextualizar a las personas sobre el estado del producto, explicar el funcionamiento de la plataforma Figma y proporcionarles el enlace. Una vez que tuvieron acceso a la plataforma, se les indicó que hicieran el recorrido de la aplicación para que se familiarizaran con ella. Posteriormente, se les proporcionaron tareas específicas y se midió el tiempo que les tomó resolverlas. Finalmente, se les hicieron una serie de preguntas para recoger comentarios por parte de los usuarios.

Figura 26

Evidencia de las videollamadas por la plataforma *meet*.





Nota: Videollamada con los usuarios los cuales se les enseña el prototipo. Fuente: Anexo O

3.7.2.1.3 Proceso de iteración. Durante el proceso de prueba, se utiliza un enfoque metodológico que involucra la grabación de las reacciones y el seguimiento en tiempo real de la navegación de los usuarios por parte de los evaluadores. Esto permite recopilar datos precisos sobre el tiempo que cada usuario dedica a completar las tareas asignadas.

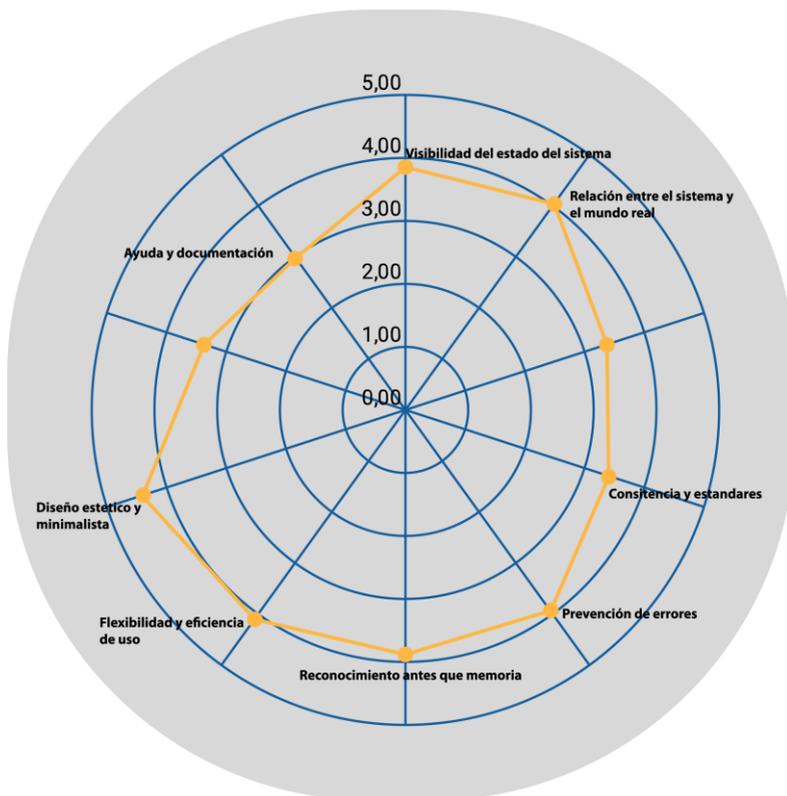
Estos registros de tiempo se usan como base para llevar a cabo una evaluación heurística exhaustiva. La evaluación heurística consiste en analizar el producto en función de un conjunto de principios y estándares establecidos, con el fin de identificar posibles problemas o áreas de mejora. En el anexo N se detalla la evaluación heurística realizada y los criterios empleados.

Como resultado de este análisis en profundidad, se genera un

gráfico de resumen que sintetiza los hallazgos más relevantes. Este gráfico proporciona una visión general de los tiempos promedio de los usuarios en cada tarea y destaca las áreas donde se requieren mejoras o ajustes.

Figura 27

Gráfica evaluación heurística



Nota: Resumen de la evaluación heurística, evaluando las siguientes

heurísticas: Visibilidad del estado del sistema, relación entre el sistema y el mundo real, control y libertad del usuario, consistencia y estándares, prevención de errores, reconocimiento antes que memoria, flexibilidad y eficiencia de uso, diseño estético y minimalista, reconocimiento, diagnóstico y recuperación de errores y ayuda y documentación. Fuente: elaboración propia basada del anexo N.

Así que, durante el proceso de testeo, se pudo observar una respuesta favorable por parte de los usuarios hacia el prototipo presentado. Los resultados indican que los usuarios fueron capaces de completar las tareas de manera rápida y eficiente, con un tiempo promedio de 5 minutos y 46 segundos para cada una de las 6 tareas asignadas, y un tiempo total de navegación en la aplicación de 12 minutos y 8 segundos. Esto demuestra que los usuarios se familiarizaron rápidamente con la interfaz y pudieron realizar las tareas de manera ágil, lo cual es un aspecto positivo.

Sin embargo, se identificaron algunas áreas problemáticas en la aplicación. En la sección de calculadora, los usuarios mostraron confusión con respecto a su nombre y no percibieron claramente que no era seleccionable. En la sección de comunidad, hubo dificultades para relacionar el botón de creación de post debido a su ubicación y falta de relación visual. En la sección de ayuda, los usuarios no reconocieron de manera adecuada el botón correspondiente y malinterpretaron su función. Además, en la sección de cambio de información de perfil, no quedó claro para los usuarios que podían editar la información mostrada.

Con base en estos hallazgos, se tomaron decisiones para

mejorar la experiencia de usuario. Se propone cambiar el enfoque de la sección de calculadora, presentándola como una calculadora de puntos que fomente la competencia familiar y la cooperación en las tareas del hogar. Asimismo, se hará énfasis en el aspecto competitivo de la aplicación, resaltando que es un juego familiar que involucra a todos los miembros de la familia. Se eliminará la sección de calendario y rutina, ya que generaron confusión y preguntas por parte de los usuarios. En cuanto a la sección de comunidad, se transformará en una comunidad que trabaje en conjunto con los *tips* y el contenido generado, tal como sugirió uno de los participantes.

Teniendo en cuenta estas conclusiones, se procederá a realizar los cambios en el prototipo 2.0 de *Wireframes* y se continuará con el desarrollo del proyecto, incluyendo la ejecución de contenido basado en la retroalimentación de los usuarios. Además, se considera importante ampliar el rango de usuarios y contar con un grupo más diverso y participativo para probar activamente el prototipo.

3.7.3 Tercer testeo. Tiene la finalidad de conocer cómo el experto temático se relaciona con el primer prototipo de alta calidad, como se desarrolla el funcionamiento y se desarrolla la experiencia de usuario entorno a las pantallas y a la navegación.

3.7.3.1 Evidencias (Prototipo, testeo y procesos de iteración)

3.7.3.1.1 Prototipo. Se ha desarrollado un producto funcional para evaluar diferentes aspectos, incluyendo la recopilación de datos sobre el tiempo dedicado a las tareas del hogar, la visualización gráfica de esta información y la sección de consejos descargables

para los usuarios. Este producto presenta pequeños cambios en comparación con los *wireframes* propuestos anteriormente, para ver el prototipo ver el anexo Q.

Figura 28

Home de la aplicación

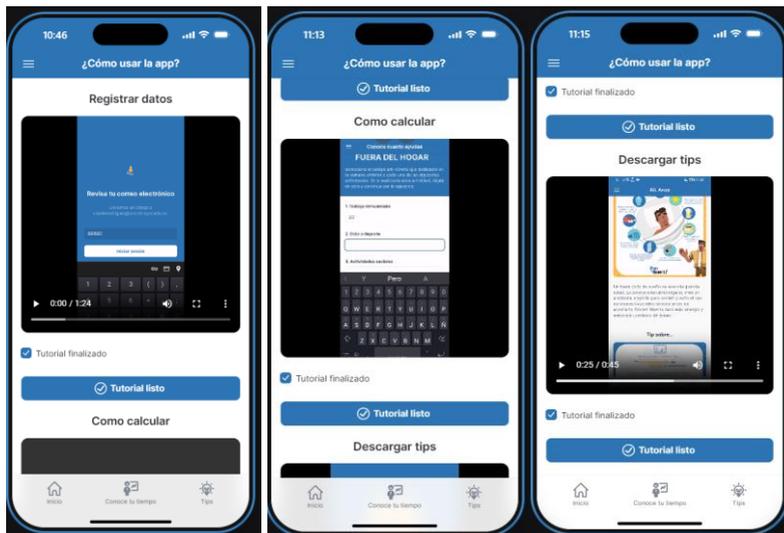


Nota: Home se evidencia perfil y los diferentes botones para direccionar al acuario. Fuente: Anexo Q

Desde este punto de partida, cada botón en el producto tiene una función específica y está ubicado de manera estratégica para seguir un orden lógico. Por ejemplo, se recomienda comenzar por los tutoriales y luego continuar con las siguientes secciones. Cabe aclarar que para poder acceder al registro de datos hay que ver los tutoriales, para luego realizar el registro de datos y ahí en adelante se habilitan el resto de las funciones.

Figura 29

Sección de tutorial



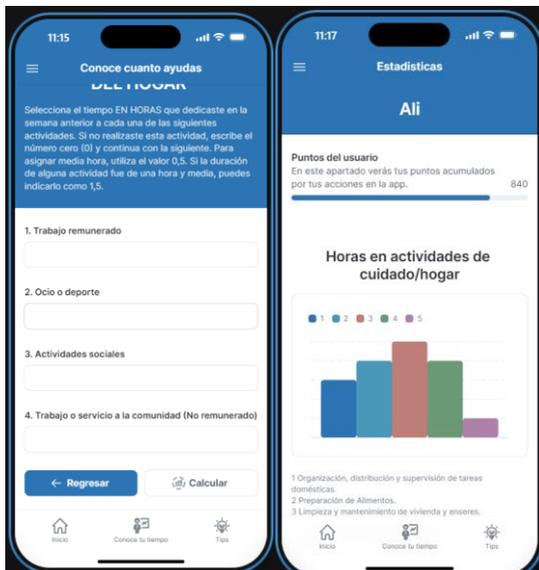
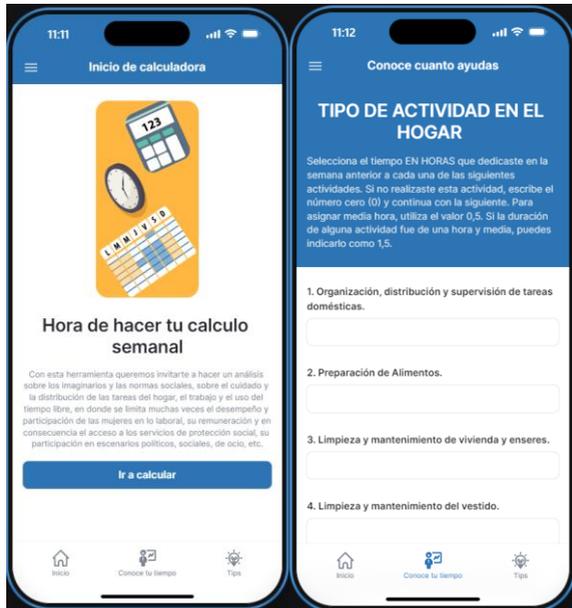
Nota: esta sección reemplaza el recorrido planteado en los *wireframes*.

Fuente: Anexo Q

Se propone una nueva forma para que los usuarios aprendan a navegar por la aplicación, ya que los tutoriales ahora están narrados y se vuelven más ilustrativos.

Figura 30

Sección para conocer participación en el hogar



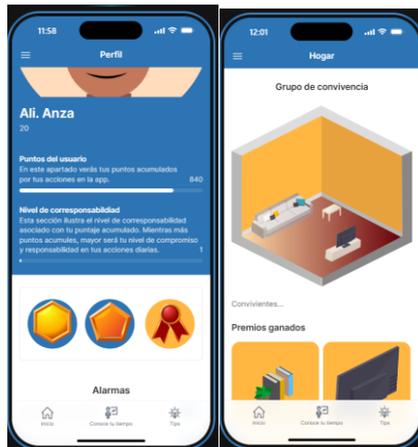
Nota: Sección para conocer cuanto participas en tareas del hogar, se conforma de una bienvenida, dos secciones con preguntas y una sección de gráfica. Fuente: Anexo Q

Para comenzar esta sección, se proporciona una contextualización y se invita a los usuarios a realizar el cálculo de forma semanal, lo que les permitirá ganar puntos. Estos puntos podrán ser canjeados por insignias, premios y recompensas.

Se comienza a implementar los elementos de gamificación, aunque en este prototipo no se incorporan de la manera deseada. Se explora la capacidad de ganar puntos por acciones, como completar el formulario de participación en el hogar y descargar consejos. Sin embargo, la entrega de estos puntos se vuelve una tarea incompleta.

Figura 31

Elementos de gamificación.





Nota: Se observa la implementación de puntos, un sistema de posiciones entre los miembros del hogar y finalmente sección de premios e insignias. Fuente: Anexo Q

3.7.3.1.2 Testeo. Se realiza el testeo a Román Huertas, Miembro de La Mesa Nacional de Masculinidades y coordinador de proyectos del Programa De Las Naciones Unidas Para el Desarrollo. Para ello, se lleva a cabo una entrevista semiestructurada mediante una videollamada, empleando la plataforma de Meet. Con el fin de evitar influencias excesivas, se permite al experto navegar libremente y se le asignan pequeñas tareas de navegación.

Figura 32

Experto testea La herramienta en videollamada

The image shows a Zoom meeting interface. At the top, it says "Roman Alexis Huertas Montoya está presentando". The main window displays a web browser with a survey titled "TIPO DE ACTIVIDAD EN EL HOGAR". The survey asks to select the number of hours dedicated in the previous week to one of four activities. The activities and their corresponding input fields are:

- 1. Organización, distribución y supervisión de tareas domésticas. (Input: 2.5)
- 2. Preparación de alimentos. (Input: 1)
- 3. Limpieza y mantenimiento de vivienda y ensenos. (Input: 2)
- 4. Limpieza y mantenimiento del vehículo. (Input: 0.5)

On the right side of the Zoom window, there are three video thumbnails:

- Top: Daniel Rodríguez Gabon
- Middle: Roman Alexis Huertas Montoya
- Bottom: Tu (self-view)

Nota: El experto temático brinda retroalimentación de la herramienta proporcionada

Para llevar a cabo este proceso de prueba, se emplea la metodología de entrevistas en profundidad. Esta metodología se basa en recopilar información detallada sobre la experiencia del experto temático, incluyendo su interacción con el prototipo proporcionado, su funcionalidad y su sensación al utilizarlo.

3.7.3.1.3 Proceso de iteración. Para llevar a cabo este proceso de prueba, se emplea la metodología de entrevistas en profundidad. Esta metodología se basa en recopilar información detallada sobre la experiencia del experto temático, incluyendo su interacción con el prototipo proporcionado, su funcionalidad y su sensación al usarlo.

En conclusión, durante el proceso de prueba, el experto mostró interés en el prototipo y realizó varias actividades, pero encontró dificultades al navegar por los tutoriales y expresó confusión

en la sección de cálculo de tiempo dedicado a las tareas del hogar. Se destacó la necesidad de brindar instrucciones más claras en los mensajes iniciales y mejorar la redacción de algunas preguntas.

El experto consideró que los consejos proporcionados (*tips*) son relevantes y espera que esta sección se fortalezca en el futuro. También se planteó la necesidad de mejorar la mecánica y los premios en la sección de ganar puntos.

Además, se señaló la importancia de mejorar la exploración gráfica de la aplicación. Se presentó un nuevo prototipo al experto, generando entusiasmo y expectativas para futuras mejoras.

Por otro lado, se presentó el prototipo al director de tesis, quien brindó una retroalimentación positiva en términos de funcionalidad, aunque destacó que aún hay aspectos por mejorar para alcanzar la propuesta de valor inicial.

3.7.4 Cuarto testeo. Evaluar la experiencia del usuario y determinar cómo se relaciona con el prototipo de alta calidad. Se busca obtener información precisa sobre la experiencia del usuario, su interacción con el prototipo y si se cumple el objetivo del proyecto.

3.7.4.1 Evidencias (Prototipo, testeo y procesos de iteración)

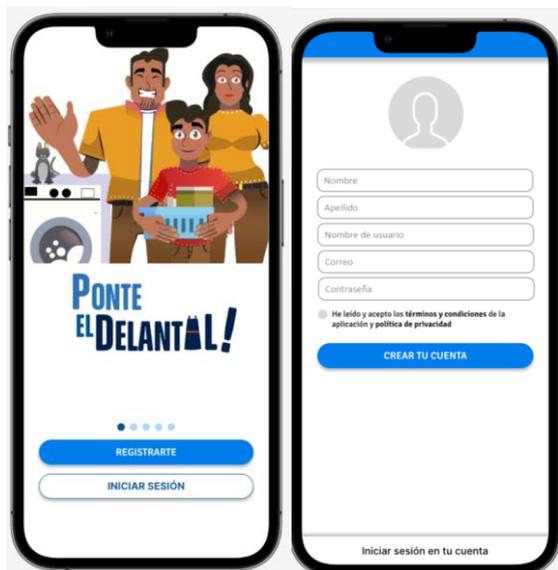
3.7.4.1.1 Prototipo. Se ha desarrollado un producto funcional para evaluar diferentes aspectos, como la funcionalidad y la recopilación de datos sobre el tiempo dedicado a categorías relacionadas con el cuidado en el hogar. Estas categorías abarcan

desde la distribución de tareas hasta la creación de un diálogo entre los integrantes del hogar mediante un juego de roles.

En este producto, se ha implementado un sistema de puntos que se otorgan en función del tiempo dedicado a cada una de las categorías. Estos puntos pueden ser canjeados por recompensas, como artículos para el hogar y elementos de personalización para un personaje. Ver anexo S para recorrer el prototipo.

Figura 33

Inicio y registro de datos de los usuarios



Nota: se evidencia la imagen para recibir a los usuarios y los datos requeridos para iniciar sesión. Fuente: Anexo S

Los usuarios se registran para almacenar su información individual, lo que les permite acumular puntos tanto a nivel individual como grupal. Estos puntos se utilizan para generar una tabla de posiciones, que forma parte de la metodología de gamificación seleccionada.

Figura 34

Inicio de aplicación y recorrido





Nota: El recorrido se adapta junto a los personajes creados para el proyecto. Fuente: Anexo S

Después de identificar que los videos del prototipo anterior no eran adecuados para familiarizar a los usuarios con las herramientas ofrecidas, se ha decidido crear un nuevo recorrido inicial en la interfaz. El objetivo de este recorrido es contextualizar a los usuarios y garantizar su comodidad al utilizar la aplicación.

En el apartado de gamificación, se ha tomado la decisión de ofrecer dos tipos de premios o recompensas. En primer lugar, se encuentran los accesorios para el hogar que deben ser colocados en un espacio en blanco o sala. Por otro lado, se ha integrado la posibilidad de personalizar el personaje con cambios de ropa,

peinados y otros elementos, con el objetivo de fomentar el compromiso de los usuarios en el uso de la aplicación.

Figura 35

Elementos de gamificación implantados





Nota: Elementos implementados para reclamar prendas y artículos del hogar. Fuente: Anexo S

Finalmente, se ha desarrollado el apartado para evaluar la participación en las tareas del hogar, donde se asigna un puntaje en función del tiempo dedicado a cada tarea.

Figura 36

Hora de calcular y conocer el puntaje.



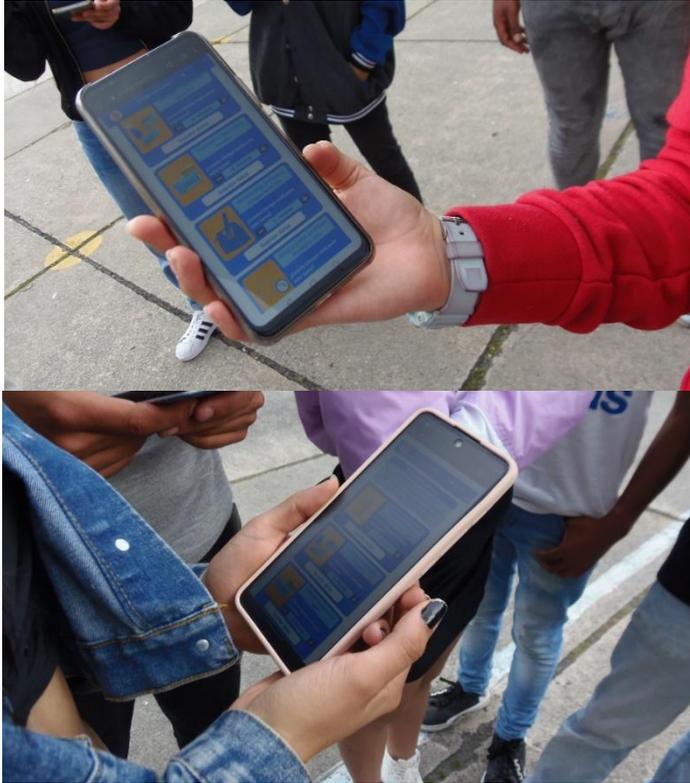
Nota: La asignación de cada punto es de acuerdo con el tiempo empleado en cada una de las categorías.

3.7.4.1.3 Testeo. Se realiza el testeo en un grupo focal conformado por usuarios de la localidad cuarta de la ciudad de Bogotá entre los 18 a 20 años. Se diseñó una actividad que combina ejercicios físicos y el uso de la herramienta proporcionada anteriormente. Las tareas del hogar involucran esfuerzo físico, trabajo en equipo y diálogo entre los miembros del hogar. Para obtener más detalles, se puede consultar el protocolo de testeo en el anexo K.

El grupo se dividió en dos equipos, los cuales debían completar un recorrido por cinco (5) zonas de actividades que representaban las diferentes categorías de tareas del hogar presentes en la aplicación. Cada equipo adoptó un nombre como familia y ejecutó cada actividad, mientras se registraba el tiempo que dedicaban a cada una. Estos tiempos fueron consignados en la aplicación y, al finalizar el recorrido por las cinco (5) zonas, se calculó un tiempo total y se otorgaron puntos en función del tiempo empleado.

Figura 37

Evidencia del testeo



Nota: Los usuarios utilizando el producto en sus teléfonos para llenar el tiempo que tardaron en cada actividad realizada. Fuente: elaboración propia.

Figura 38

Evidencia la actividad hecha para el testeó.



Nota: Las personas testeadas debían realizar diferentes actividades del hogar tomando el tiempo, para ser registrado en la aplicación
Fuente: elaboración propia

Posteriormente, se realiza una pequeña charla entre los integrantes pertenecientes al proyecto y las personas evaluadas para dar cierre a la actividad y se entrega los premios por participar.

Seguidamente, se llevó a cabo una breve charla entre los miembros del proyecto y los participantes para concluir la actividad. Durante esta charla, se entregaron los premios como agradecimiento por su participación, para conocer en profundidad el testeo revisar el anexo U.

3.7.4.1.4 Proceso de iteración. Como se mencionó anteriormente, se lleva a cabo un grupo focal con el objetivo de recopilar opiniones, percepciones y sugerencias de los participantes para mejorar el producto. Estas opiniones se recopilan a través de un

formulario de Google dividido en dos partes. La primera parte proporciona información sobre el funcionamiento y la experiencia de los evaluados, mientras que la segunda parte evalúa el aspecto estético. Para obtener una evaluación más detallada, se puede consultar el anexo T.

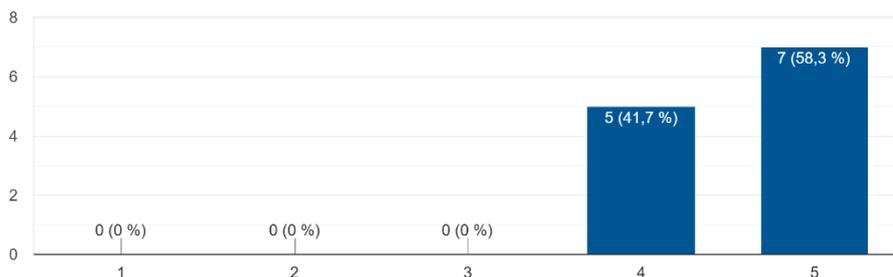
Los usuarios demuestran una experiencia positiva al interactuar con el producto, encontraron que es de fácil de usar gracias a la implementación de un recorrido con el que se familiarizaron de forma agradable.

Figura 38

Índice de respuesta a la pregunta del recorrido.

¿En qué medida consideras que el recorrido te ha sido útil para comprender y familiarizarte con la aplicación?

12 respuestas



Nota: Se plantea el cuestionario en una escala de *likert* de 1 a 5, donde 1 representa el extremo menos favorable y 5 el extremo más favorable. Fuente: Elaboración propia con base en el anexo T

Por otro lado, en cuanto al aspecto estético del producto, se

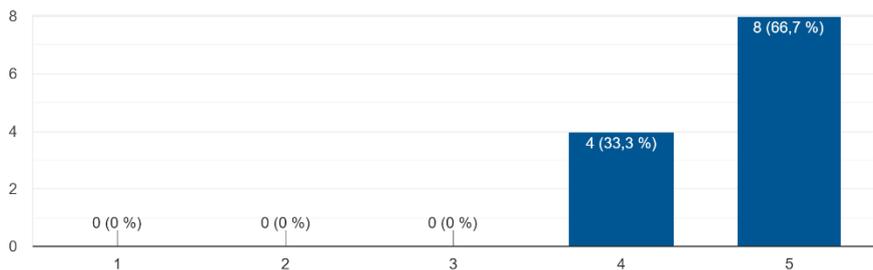
observa una recepción positiva en los diferentes apartados evaluados, destacando especialmente la coherencia y consistencia de la identidad visual en todo el producto.

Figura 39

Respuestas en el aspecto estético del producto

¿Qué puntuación le darías al aspecto estético del prototipo?

12 respuestas



Nota: Se plantea el cuestionario en una escala de *likert* de 1 a 5, donde 1 representa el extremo menos favorable y 5 el extremo más favorable. Fuente: Elaboración propia con base en el anexo T

En conclusión, el ejercicio de evaluación del producto ha revelado la necesidad compartida por los participantes de lograr una participación y equitativa de todos los miembros del hogar en las tareas domésticas. Los usuarios han expresado su disposición a utilizar la aplicación en conjunto con sus familias, creando un entorno colaborativo para alcanzar metas comunes.

Los elementos de gamificación implementados en la aplicación han generado diálogo y competencia entre las familias participantes. Los comentarios, como «Ahora tengo una camiseta roja» o «Me gané una lámpara», demuestran el impacto positivo buscado en un contexto familiar, real y dentro de nuestro público objetivo.

En consecuencia, el producto cumple en medida su objetivo de fomentar y desarrollar la corresponsabilidad entre los jóvenes, al generar espacios de diálogo que involucran a todos los miembros del hogar en las tareas domésticas.

3.8 Prestaciones del producto

En el siguiente apartado se presentan los aspectos por los cuales el producto se conforma, buscando tener un equilibrio. En esta sección, se abordan los aspectos morfológicos, haciendo referencia a la forma y el diseño del producto; los aspectos técnicos y funcionales, que describen cómo la aplicación opera; y, por último, los aspectos de usabilidad, que permiten un uso correcto e intuitivo del producto.

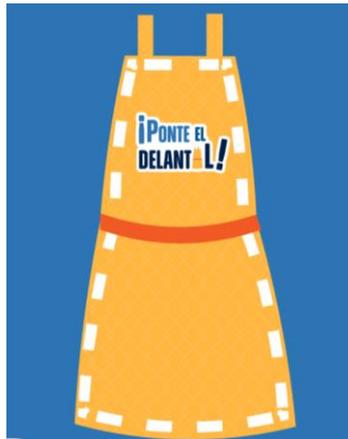
3.8.1 Aspectos morfológicos. Aquí se abordan todos los aspectos relacionados con las pautas gráficas establecidas para el producto, que incluyen la selección de paletas de colores, el estilo visual y todos los elementos que, en conjunto, definen una estética distintiva y coherente para que el producto sea fácilmente reconocible.

La aplicación tiene como objetivo el de fomentar el desarrollo

de la corresponsabilidad, y se propone el nombre «¡Ponte el delantal!», para transmitir esta idea. El nombre hace alusión a la expresión «ponerse la camiseta», utilizando el delantal como símbolo para motivar a los usuarios a asumir la iniciativa y tomar acciones de manera proactiva en las tareas del hogar.

Figura 40

Isologo del producto.



Nota: Se observa el diseño para se ha usado como miniatura cuando el aplicativo esté instalado. Fuente: Elaboración propia.

Figura 41

Logotipo del producto



Nota: El logotipo del producto es visualmente impactante, utilizando el tamaño de las letras de forma creativa. Destaca especialmente al reemplazar la última letra «A» por un delantal, lo cual está directamente relacionado con la temática de la aplicación. Este diseño compacto y sorprendente del logotipo contribuye a crear una imagen atractiva para el producto. Fuente elaboración propia.

Asimismo, el uso del delantal como elemento tiene su origen en su significado y simbolismo más allá de su función práctica en el hogar. La palabra «delantal» proviene del catalán «davantal», que significa «que va adelante». Por lo tanto, el delantal se convierte en un símbolo que invita a reflexionar sobre la distribución de las tareas domésticas y pone de manifiesto una consideración más profunda sobre la estructura de la economía del cuidado. Al usar el delantal como icono, se busca generar conciencia y promover una reflexión sobre el trabajo y la responsabilidad compartida en el ámbito doméstico.

Ahora, se plantea paleta de colores a emplear en el producto y sus derivados.

Figura 42

Paleta de colores seleccionada



Nota: Colores seleccionados para ser usados en los diferentes elementos del producto y sus derivados. Fuente: Elaboración propia

La paleta de colores elegida para este proyecto se basa en una cuidadosa combinación de tonos de azul y amarillo. Evocan un equilibrio armonioso entre la estabilidad y la alegría, creando una atmósfera optimista y positiva.

El azul, como color principal de esta paleta, simboliza la estabilidad y la calma. Es un color que transmite una sensación de

equilibrio y serenidad, invitando a la introspección y la concentración. En el círculo cromático, el azul se encuentra en el extremo fresco y tranquilo del espectro, y su presencia en esta paleta proporciona una base sólida y confiable.

Por otro lado, el amarillo aporta alegría y optimismo a la combinación de colores. Es un color que irradia energía y vitalidad, evocando sentimientos de felicidad y entusiasmo. El amarillo destaca y llama la atención, brindando un toque de luminosidad y positividad. En el círculo cromático, el amarillo se encuentra en el extremo cálido y enérgico del espectro, equilibrando la paleta con su vitalidad y entusiasmo.

La fusión de azul y amarillo en esta paleta crea un equilibrio visualmente agradable y estimulante. Estos colores complementarios se potencian entre sí, generando una combinación que transmite estabilidad y alegría al mismo tiempo. La psicología del color sugiere que esta combinación puede producir un ambiente equilibrado que fomenta la tranquilidad y la paz interior, mientras se infunde con un sentido de optimismo y positividad.

Figura 43

Estilo visual para el diseño de personajes incluidos en la aplicación.



Nota: Personajes diseñados para acompañar la aplicación. Fuente: elaboración propia.

Se han desarrollado personajes para acompañar la aplicación, los cuales interactuaron con el usuario y servirán como avatares personalizables en el futuro. Cada personaje tiene una silueta única y características distintivas que los hacen reconocibles. Además, se ha puesto especial atención en resaltar un elemento en particular: sus manos, las cuales se han exagerado en tamaño para reflejar la naturaleza manual de los trabajos del hogar.

Cada silueta ha sido creada de manera individual, brindando una apariencia única y diferente para cada personaje. Esto permite que los usuarios puedan elegir un avatar que se ajuste a su personalidad y estilo. Además de la silueta distintiva, se ha prestado especial atención a las manos de los personajes. Su tamaño exagerado no solo es un elemento estético, sino que tiene un propósito funcional y simbólico. Representa la importancia del trabajo manual y enfatiza la labor que realizan en los quehaceres del hogar. Esta elección de diseño refuerza la idea de que los trabajos domésticos requieren esfuerzo físico y destreza manual, generando una mayor identificación y comprensión por parte de los usuarios.

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales. El producto es una herramienta móvil diseñada para fomentar la participación de toda la familia en la realización de tareas del hogar. La aplicación se desarrolla para dispositivos Android. A continuación, se detallarán los diferentes aspectos técnicos y funcionales.

3.8.2.1 Diseño de interfaz. La aplicación debe ser intuitiva y fácil de emplear tanto para el usuario como para todos los miembros de la familia. Para lograrlo, se ha desarrollado un menú que siempre está visible, lo que permite acceder de forma directa a cada una de las funciones que se han planteado. Además, se ha creado un recorrido previo para que los usuarios puedan identificar cada una de las funciones de la aplicación.

3.8.2.2 Descarga de recursos sobre corresponsabilidad. La aplicación permite al usuario descargar infografías sobre corresponsabilidad en formato PDF, para que puedan estar disponibles sin conexión a la red. Con el fin de evitar problemas durante la descarga, las infografías se comprimen en el momento de ser descargadas.

3.8.2.3 Gestión de datos y base de datos. Es necesario integrar un sistema de almacenamiento y recuperación de datos y recursos de los usuarios, lo que implica la construcción de una base de datos bien estructurada y diseñada para optimizar el rendimiento.

3.8.2.4 Herramienta de análisis. Se integra una herramienta que mide los niveles de participación del usuario en las tareas del hogar, esta se divide en categorías, las cuales reúne tareas

relacionadas con cada una de las categorías planteadas, finalmente arroja un resultado en forma de gráfica, y de ahí partir para que el usuario inicie su cambio.

3.8.2. Landing page. Para lograr una conversión exitosa, la landing page debe cargar rápidamente, ser responsiva y estar optimizada para diferentes dispositivos. Además, debe contener palabras clave relevantes y metadatos adecuados para mejorar su posicionamiento en los resultados de búsqueda.

3.8.3 Aspectos de usabilidad. Para lograr una buena usabilidad, es importante que la interfaz de usuario sea clara y fácil de navegar, lo que incluye mantener el menú siempre visible para tener acceso directo a cada sección, como se nombró en el apartado anterior. Además, el uso de iconografía reconocible puede ayudar al usuario a identificar rápidamente cada sección.

Otro aspecto valioso de la usabilidad es proporcionar al usuario un recorrido por la aplicación para que se familiarice con las diferentes secciones y funciones. Esto puede ayudar al usuario a ubicarse y encontrar lo que busca más fácilmente.

4. Conclusiones

4.1 Conclusiones.

En conclusión, el proyecto ha demostrado la importancia del valor de la corresponsabilidad, especialmente en la distribución equilibrada de las tareas del hogar, como clave para lograr un equilibrio en la convivencia. La implementación de una herramienta que visibilice y promueva mejoras en la gestión del tiempo dedicado a estas actividades ha sido reconocida como necesaria por parte de los jóvenes, quienes buscan alcanzar una distribución equitativa y eficiente de las responsabilidades del hogar, generando así una convivencia armoniosa y colaborativa.

Además, se ha comprobado la relevancia de incorporar elementos que estimulen un uso constante de la aplicación, ya que los jóvenes han mostrado entusiasmo y expectativas respecto a los beneficios obtenidos a través del intercambio de puntos. Esta estrategia ha demostrado ser efectiva para promover un compromiso

continuo en la distribución de tareas del hogar.

Además, resulta gratificante que la aplicación se haya convertido en una herramienta tangible, atractiva y concreta para llevar un registro de las tareas del hogar que solían ser gestionadas mediante conversaciones informales. Antes al cumplir una cantidad determinada de tareas, las personas obtenían recompensas palpables, reflejadas en premios, permisos y beneficios tangibles. Ahora se convierten en elementos de compromiso para seguir usando el aplicativo. Este enfoque ha permitido que el producto final se convierta en un complemento valioso para muchas familias que ya valoraban la corresponsabilidad en su vida diaria, al mismo tiempo que sirve como punto de partida para aquellos que desean involucrarse más activamente en las responsabilidades de sus hogares.

En definitiva, esta herramienta representa un relevante aporte para promover la corresponsabilidad en los grupos de convivencia, fomentando una cultura de igualdad y equidad en la distribución de tareas del hogar. Además, proporciona herramientas para que las personas adquieran habilidades de colaboración y autonomía, sentando las bases para convertirse en adultos funcionales en el futuro.

Como un agregado final del proyecto es guiar a las personas a seguir un camino hacia la autosuficiencia, donde sean capaces de asumir responsabilidades de manera independiente, al mismo tiempo que fomentan una actitud colaborativa hacia las tareas del hogar. Esta combinación de autonomía y colaboración contribuye a formar

individuos capacitados y comprometidos con su entorno, impulsando el desarrollo de una sociedad más equitativa y armoniosa.

4.2 Estrategia de mercado

El modelo de negocios es un elemento clave en la planificación y desarrollo de cualquier proyecto empresarial. En este apartado se presenta el modelo de negocio que se ha diseñado para el proyecto (ver anexo L), el cual se enfoca en la identificación del segmento de clientes, la propuesta de valor, los canales de distribución, la estructura de costos y las fuentes de ingresos. A continuación, se detalla cada uno de los elementos del modelo de negocios y se explicará cómo contribuyen a la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

4.2.1 Segmentación de clientes. El segmento de clientes que se ha identificado para este proyecto está compuesto por organizaciones y grupos que estén interesados en la promoción de masculinidades corresponsables y que compartan las mismas necesidades y características que el usuario establecido en el apartado 2.3. Se ha determinado que la Mesa Nacional de Masculinidades Colombia es un cliente potencial para este proyecto debido a su trayectoria y experiencia en este campo, y porque se han identificado oportunidades de visibilizar las masculinidades corresponsables que satisfagan las necesidades del usuario establecido. Por lo tanto, se espera que esta organización sea un cliente clave en la implementación del proyecto.

4.2.2 Propuesta de valor. La propuesta de valor se basa en

la creación de hábitos saludables relacionados con la corresponsabilidad, mediante el uso de un sistema de medición personalizado que permite al usuario conocer su nivel de corresponsabilidad en diferentes ámbitos. Este sistema de medición es la piedra angular del proyecto, ya que se basa en una serie de preguntas específicas que, al finalizar, arrojan un gráfico que indica en qué áreas el usuario necesita mejorar su nivel de corresponsabilidad. Además, el usuario es remitido a una zona de recursos, donde se le brinda información relevante e importante sobre corresponsabilidad para ayudarlo a mejorar sus hábitos en este sentido, lo que se puede llegar a simplificar en “El hogar es asunto de todos.” Para fomentar la motivación y la fidelización de los usuarios, se ha incorporado un sistema de gamificación en la aplicación de corresponsabilidad. Este sistema se basa en la acumulación de puntos, que los usuarios pueden adquirir al completar diferentes retos y metas relacionados con su nivel de corresponsabilidad. Entre las estrategias de gamificación implementadas se encuentran la creación de logros, competencias de la comunidad, un sistema de niveles y personalización del avatar. Además, se han incluido recompensas especiales que los usuarios pueden adquirir con sus puntos, como descuentos en productos de salud, acceso a eventos exclusivos y donaciones a organizaciones benéficas. Estas estrategias no solo motivarán a los usuarios a mejorar sus hábitos de corresponsabilidad, sino que también ayudarán a fidelizarlos y a mantenerlos enfocados en la consecución de sus objetivos.

4.2.3 Canales. La aplicación se distribuirá a través de

diversas plataformas para garantizar su accesibilidad a los usuarios. En primer lugar, la aplicación estará disponible en las tiendas de aplicaciones de los sistemas operativos móviles más populares, como Android, para que los usuarios puedan descargarla fácilmente en sus dispositivos móviles.

Además, se ha diseñado una landing page que funcionará como un canal de promoción y adquisición de usuarios para la aplicación. Esta landing page servirá como un medio para presentar la propuesta de valor de la aplicación y para brindar información adicional a los usuarios interesados en descargarla.

Por último, se ha diseñado un sistema omnicanal que integra todos los canales de distribución y comunicación de la aplicación, permitiendo una gestión unificada y eficiente de la relación con el cliente. Este sistema omnicanal permitirá a los usuarios interactuar con la aplicación a través de diferentes canales, según sus preferencias y necesidades, lo que contribuirá a mejorar la experiencia del usuario y a fomentar la fidelización.

4.2.5 Fuente de ingresos. La aplicación contará con diversas fuentes de ingresos, incluyendo un modelo de suscripción y publicidad en la aplicación. Además, se está trabajando en el desarrollo de contenido premium para complementar la experiencia del usuario.

Para financiar el proyecto, se están considerando varias opciones. Una de ellas es el capital semilla en Colombia, el cual está disponible a través de entidades como Impulsa Colombia y el Fondo Emprender. Impulsa Colombia ofrece financiamiento a startups de

hasta \$350 millones de pesos colombianos, con una tasa de interés del 0%. Por otro lado, el Fondo Emprender ofrece financiamiento de hasta \$200 millones de pesos colombianos, con una tasa de interés del 8%.

Además, se están explorando programas de aceleración de startups, los cuales ofrecen financiamiento, mentoría y acceso a redes de contactos empresariales. Estos programas pueden proporcionar desde \$10 millones hasta \$100 millones de pesos colombianos en financiamiento, dependiendo del programa y el desempeño del startup.

Cabe destacar que se buscará mantener un equilibrio entre los beneficios exclusivos para los suscriptores y la calidad y funcionalidad de la aplicación para los usuarios que no estén suscritos. De esta manera, se busca garantizar una experiencia de uso satisfactoria para todos los usuarios y fomentar la adopción del modelo de suscripción como una opción de valor agregado para aquellos que buscan un apoyo adicional en su proceso de corresponsabilidad.

4.2.6 Actividades clave. Las actividades recogidas en este apartado son las siguientes:

- Desarrollo de y actualización de la aplicación y la landing page.
- Mantenimiento del sistema de medición y las herramientas de asignación de tareas.
- Generación de contenido, recursos y nuevos incentivos para

que el usuario siga motivado en usar la aplicación.

4.2.7 Recursos Clave. Para este apartado se debe tener en cuenta el apartado anterior, se identificaron tres fases en el desarrollo de la aplicación. En la primera fase, se necesita un equipo de desarrollo de software para crear la aplicación y su sistema de medición personalizado. En la segunda fase, se requerirá un equipo de diseño para incorporar el sistema de gamificación y personalización de avatares. En la tercera fase, se necesitará un equipo de marketing para la promoción de la aplicación y la adquisición de usuarios, así como un equipo de soporte para la atención al cliente. Además, la aplicación necesitará servidores y una infraestructura tecnológica adecuada para su funcionamiento y almacenamiento de datos.

La inversión en recursos clave estará dividida en estas tres fases, con costos y tiempos específicos según el equipo requerido y las etapas de desarrollo de la aplicación.

4.2.8 Socios Clave. Los socios clave del proyecto son aquellas entidades u organizaciones que cuentan con el músculo financiero necesario para sufragar los gastos establecidos en el siguiente apartado, y que además sienten un gran interés por el tema del proyecto, entre ellos se encuentran ONU Mujeres, El Distrito de la Ciudad de Bogotá, Secretaría de Recreación y Deporte. Estos socios han tenido previamente acercamientos con iniciativas relacionadas con la corresponsabilidad y comparten los valores y objetivos del

proyecto. Además, se ha establecido un marco de trabajo colaborativo, en el cual se fomenta la participación y el intercambio de conocimientos y experiencias entre el equipo del proyecto y los socios clave.

4.2.9 Estructura de costes. La estructura de costes se establece en la siguiente tabla, se planea para un periodo de seis (6) meses inicialmente.

Figura 44

Tabla con presupuesto para el desarrollo de una landing page.

Concepto	Costo Mensual	Costo Total 6 meses
Diseño y desarrollo de la landing page	\$ 833,333.00	\$ 4,999,998.00
Servicio de alojamiento web y dominio	\$ 83,333.00	\$ 499,998.00
Gastos en software y herramientas necesarias	\$ 166,666.00	\$ 999,996.00
Publicidad y marketing	\$ 500,000.00	\$ 3,000,000.00
Honorarios profesionales (para servicios especializados) x 3	\$ 6,900,000.00	\$ 41,400,000.00
Total de Costos	\$ 8,483,332.00	\$ 50,899,992.00

Nota: Es importante tener en cuenta que estos son sólo costos estimados y que los precios pueden variar según los proveedores y los servicios elegidos. Además, puede haber otros costos adicionales,

como los impuestos y los gastos generales que se debe considerar.

Fuente: elaboración propia.

Figura 45

Tabla con costes de desarrollo de la aplicación.

Concepto	Costo Mensual	Costo Total 6 Meses
Desarrollo de la app	\$ 5,000,000.00	\$ 30,000,000.00
Gastos operativos		
Luz	\$ 139,000.00	\$ 834,000.00
Agua	\$ 90,000.00	\$ 540,000.00
Servicio de internet	\$ 100,000.00	\$ 600,000.00
Arriendo	\$ 1,200,000.00	\$ 7,200,000.00
Total Gastos operativos	\$ 1,529,000.00	\$ 9,174,000.00
Publicidad y marketing	\$ 5,000,000.00	\$ 30,000,000.00
Sueldos DDM		
Diseñador 1	\$ 2,300,000.00	\$ 13,800,000.00
Diseñador 2	\$ 2,300,000.00	\$ 13,800,000.00
Diseñador 3	\$ 2,300,000.00	\$ 13,800,000.00
Sueldos (3 DDM)	\$ 6,900,000.00	\$ 41,400,000.00
Total Gastos de desarrollo		
Total de Costos	-	\$ 110,574,000.00

Nota: Es importante tener en cuenta que estos son solo costos estimados y que los precios pueden variar según los proveedores y los servicios elegidos. Además, puede haber otros costos adicionales, como los impuestos y los gastos generales que se debe considerar. Fuente: elaboración propia.

4.3 Consideraciones.

Al incorporar elementos de gamificación y recompensas puede ser una estrategia efectiva para motivar a los miembros del hogar a participar activamente en las tareas y mantener un compromiso constante. Para un futuro sería la de implementar recompensas basadas en estimular actividades de autocuidado, fomentar hábitos positivos para todos, creando un ambiente positivo y colaborativo, incentivando la colaboración y el cumplimiento de las responsabilidades.

Por otro lado, es importante involucrar de igual forma a los miembros más pequeños del hogar, incentivándolos a realizar actividades sencillas como hacer su cama. A medida que van creciendo, se pueden ir asignando responsabilidades adicionales de acuerdo con su edad y capacidad, permitiéndoles adquirir habilidades y desarrollar una mentalidad de colaboración desde temprana edad. Este enfoque gradual y progresivo les brinda la oportunidad de aprender y asumir tareas de forma más autónoma y natural en el futuro.

Finalmente, la forma de abordar el tema de las tareas del hogar mediante la promoción de la corresponsabilidad y la utilización

de herramientas digitales puede servir como un modelo aplicable en otros ámbitos de responsabilidad, como el ámbito académico u otros contextos donde sea necesario distribuir y gestionar tareas. La aplicación de principios de equidad, participación y uso de incentivos puede ser adaptada para promover la colaboración y el cumplimiento de responsabilidades en diferentes áreas de la vida. Esto abre la puerta a explorar nuevas oportunidades para fomentar una cultura de responsabilidad compartida en diversos contextos, generando un impacto positivo en la organización, eficiencia y bienestar general de las personas involucradas.

Referencias

- ¿Qué son los Motion Graphics? Tipos que existen y sus usos.* (2023, 22 mayo). UNIR. <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/motion-graphics/#:~:text=Los%20motion%20graphics%2C%20o%20gr%C3%A1ficos,grado%20de%20impacto%20que%20provo> can.
- Acuerdo 761 de 2020 [Concejo de Bogotá, D.C] Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo económico, social, ambiental y obras públicas del distrito capital 2020-2024. 11 de junio de 2020.
- Antofagasta Minerals. (2021, 24 mayo). ¿Sabías que la corresponsabilidad mejora la calidad de vida de toda tu familia? [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=0iPKaS7_zKQ
- AMAZE. (2022, 28 febrero). amaze-es / Latin America. Recuperado 24 de septiembre de 2022, de <https://amaze.org/es/>
- Arango Olmos, L. E. (2017). Interfaz Gráfica de usuario para la aplicación móvil de comunicación institucional [Pregrado]. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA. http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13325.pdf
- Bautista, G. V. (2020). Paternidades corresponsables e igualdad entre mujeres y hombres. Revista gestión de las personas y tecnología. <https://doi.org/10.35588/revistagpt.v13i37.4411>
- Batista, H. M. Á. (2010, 11 noviembre). "Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño." ("(PDF) Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con ...") https://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseño.htm

- Bonino, L. (2002). Los varones y el cambio en las masculinidades. *Revista Latinoamericana de Estudios de Familia*, 1(1), 5-28.
<http://revlatinofamilia.ucaldas.edu.co>
- Gené, O. C. (2015). Fundamentos de Gamificación. GATE.
<https://oa.upm.es/35517/>
- Burriel, D. T. (2022, 29 septiembre). Modelo Doble Diamante Design Council. Torresburriel Estudio.
<https://www.torresburriel.com/weblog/2022/09/29/modelo-del-doble-diamante-del-design-council/>
- Casado Vara, R. (2017). Diseño de contenidos digitales interactivos. En *Social Interactive Agents (Congreso Iberoamericano de Filosofía de la Ciencia y la Tecnología (4.a ed., pp. 391-466). Ediciones Universidad de Salamanca*.
<https://gredos.usal.es/handle/10366/139681>
- Campero, R., [Rubén Campero]. (2006). Entre fútbol, “Güevos” y minas: Entrenando la masculinidad hegemónica. *Factor Solidario*, 47.
<http://www.internet.com.uy/afae/biblioteca/genero09.pdf>
- Carabí, À. (2017, 21 noviembre). Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona: Masculinidades alternativas en el mundo de hoy. [introducción].
<http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/117984>
- Carabí, A. (2017). La corresponsabilidad de los hombres en el cuidado y la crianza. Observatorio Social de “la Caixa”. Recuperado de <https://observatoriosociallacaixa.org/documents/10180/90443/DT20-Corresponsabilidad+hombres+cuidado+crianza.pdf/c5cf86bb-9f6a-45dc-b0ba-e874ee5c15de>
- Carión Chamba, R. (2014). “Estándar de usabilidad para la interfaz

gráfica de usuario en los proyectos de desarrollo de software [Tesis previa]. Universidad Nacional de Loja.

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 13. de 1991 (Colombia).

Castillo-Mayén, R. & Montes-Berges, B. (2014, 1 octubre). Análisis de los estereotipos de género actuales. *Anales de Psicología*, 30(3). <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.138981>

DANE [Departamento Administrativo Nacional de Estadística]. (2022). Encuesta Nacional del Uso del Tiempo (ENUT) 2020-2021. En DANE. Recuperado 13 de febrero de 2023, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/encuesta-nacional-del-uso-del-tiempo-enut>

elDiario.es. (2021, 15 diciembre). Nuevas masculinidades y masculinidad hegemónica. Recuperado 17 de septiembre de 2022, de https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/dialogando-con-la-sociedad-y-las-ciencias-politicas/nuevas-masculinidades-masculinidad-hegemonica_132_8579284.html

Framework for Innovation: Design Council's evolved Double Diamond. (2022, 8 junio). Design Council. <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>

Gaba, M., & Agoglia, I. S. (2016). "Corresponsabilidad en el cuidado infantil y conciliación con la trayectoria laboral: Significaciones y prácticas de varones argentinos." ("Corresponsabilidad en el cuidado infantil y conciliación con la ...") *Psicoperspectivas*. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol15-issue3-fulltext-749>

- Guirao Goris, Silamani J. Adolf. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. Ene, 9(2)<https://dx.doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Hidalgo Valencia, I. (2021). Metodología “Doble Diamante” aplicada al aprendizaje del Diseño Tridimensional en estudiantes universitarios de Diseño Gráfico [Tesis]. (“Metodología “Doble Diamante” aplicada al aprendizaje del Diseño ...”) UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
- Hombres por la Igualdad. (2022, 4 abril). Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://ahige.org>
- Instituto nacional de las Mujeres (director). (2016). Construcciones de la masculinidad hegemónica: una aproximación a su expresión en cifras (6.a ed.) [Digital]. <https://www.gub.uy/ministerio-desarrollo-social/comunicacion/publicaciones/construcciones-masculinidad-hegemonica-aproximacion-su-expresion-cifras>
- Knapp Bjerén, A. (coord.). La Experiencia del Usuario. Madrid: Anaya Multimedia, 2003, ISBN 84-415-1044-X.
- Marín Garcés, O. (2021). La ignorancia como bastión de la masculinidad hegemónica [Digital]. En Los estudios interculturales Una ventana para el diálogo de saberes desde Abya Yala (1.a ed., p. 111). https://www.researchgate.net/publication/357028264_La_ignorancia_como_bastion_de_la_masculinidad_hegemonica
- Méndez, L. B. (2002). Masculinidad hegemónica e identidad masculina. Dossiers feministes, 7-35.
- Méndez, T. (2002). La feminización de la masculinidad y de la cultura: una perspectiva antropológica. In VV.AA. Masculinidades y ciudadanía: hombres y mujeres en Europa y América (pp. 23-51). Catarata.

- Mesa Nacional de Masculinidades. (2022, septiembre). «Necesitamos ser Hombres que cuidan» un llamado necesario para y desde Colombia [Comunicado de prensa].
- Montero, H. Y. (2005, 7 septiembre). La Experiencia del Usuario. Recuperado 18 de octubre de 2022, de https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm
- Observatorio y Gestión y Conocimiento Cultural. (2021). Informe Escuela de cuidado. En culturaciudadana.gov.co. Recuperado 16 de febrero de 2023, de <https://culturaciudadana.gov.co/observatorio/publicaciones/encuestas/encuesta-escuela-de-cuidado>
- ONU Mujeres, & Essayag, S. (2018). Experiencias promisorias de masculinidades no violentas y corresponsables en el ámbito de los cuidados en Colombia y otros países de América Latina y el Caribe (1.a ed.) [Digital]. <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2018/10/isbn-masculinidades>
- Paterna, C., Martines, V., & Rodes, J. (2005). Corresponsabilidad en la pareja. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Recuperado de <https://www.mitma.gob.es/portal/otpc/archivos/publicaciones/corresponsabilidadPareja.pdf>
- Pérez de Sierra, I., Quesada, S. & Campero, R. (2016, noviembre). Género y masculinidades: Miradas y herramientas para la intervención (1.a ed.). <https://uruguay.unfpa.org>
- Plan International Perú. (s. f.). Plan International Perú - Nosotros. Recuperado 24 de septiembre de 2022, de <https://www.planinternational.org.pe/nosotros>
- Poderosas Podcast. (s. f.). Poderosas. <https://open.spotify.com/show/4VJGUQFRaXDtVF4EJWEfTS>

- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction (1.a ed.). Wiley.
<https://arl.human.cornell.edu/879Readings/Interaction%20Design%20-%20Beyond%20Human-Computer%20Interaction.pdf>
- Quilmes Gobierno. (2020, 15 agosto). ¿Qué es la Masculinidad hegemónica? [Vídeo]. YouTube. Recuperado 17 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=cyA-82BeoWI>
- Richards, J. (1999). «From Christianity to Paganism: The New Middle Ages and the Values of 'Medieval' Masculinity». Cultural Values 3: 213-234.
- Rivera, Y. (2021, 25 octubre). "Cambio cultural es corresponsabilidad no ayudismo en carga de cuidado: alcaldesa." ("Hombres al Cuidado, equilibrará carga de cuidado en hogares de Bogotá ...") Bogota.gov.co. Recuperado 16 de febrero de 2023, de <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/hombres-al-cuidado-equilibrara-carga-de-cuidado-en-hogares-de-bogota>
- Rubio, M. P. G. (2001). El estudio sobre las masculinidades. Panorámica general. Gazeta de Antropología.
<https://doi.org/10.30827/digibug.7487>
- Quilmes Gobierno. (2020, 15 agosto). ¿Qué es la Masculinidad hegemónica? [Vídeo]. YouTube. Recuperado 17 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=cyA-82BeoWI>
- Solidaridad Network. (2020, 15 octubre). Famipuntos, la aplicación de la equidad familiar [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=sA4FzqqgLFw>

T. (2022, 7 septiembre). Metodologías de Diseño. Parte IV: Qué es el Doble Diamante. Platzi. https://platzi.com/blog/metodologias-diseno-doble-diamante/?utm_source=google

User, S. (s. f.). Política de igualdad de género. Pan American Health Organization / World Health Organization. Recuperado 24 de septiembre de 2022, de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=2680:gender-equality-policy&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0

(Zaragoza, J. R. G., Álvaro, R. Z., & Gasca, J. (2021). 80 herramientas para construir tus ideas. LID

Anexos

Anexo A Hoja de vida y portafolio de Juan Camilo Cárdenas

- https://drive.google.com/drive/folders/1a-FNH493X8rvOExniMWovl3WfrGkRBeF?usp=share_link

Anexo B Hoja de vida y portafolio de Camilo Daniel Rodríguez

Hoja de vida:

- https://drive.google.com/file/d/1yXiY_r-lmPH4aIJph5BddaOYXvP66x63/view?usp=sharing

Portafolio:

- <https://www.behance.net/gallery/158746921/Portafolio-Daniel-Rodriguez-Bored-Raccoon>

Anexo C Hoja de vida y portafolio de Nicolás Sierra Casallas

Hoja de vida:

- https://issuu.com/nicolassierracasallas/docs/hoja_de_vida_-_copia_-_copia

Portafolio:

- https://issuu.com/nicolassierracasallas/docs/portafolio_nicoals_sierra_2023

Anexo D Línea de tiempo.

Línea de tiempo completa, abarcando desde productos, libros y finalmente origen de algunos conceptos.

- <https://drive.google.com/file/d/1IsQ6xJbelIntNIVLuOt0yIDMxKBqXRQ/view?usp=sharing>

Anexo E Entrevistas a expertos.

Entrevistas realizadas a expertos

- <https://drive.google.com/drive/folders/1V2ejaOVrLuFFH2BWAgHO3Ls0ubjE7ZIU?usp=sharing>

Anexo F. Muestreo a mujeres.

Encuesta a 25 mujeres hecha para tener un acercamiento con un potencial usuario. Resultados y encuesta.

- https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ebvbk0BmmLLTypkxm8aBgMuk0O_ES_YK/edit?usp=sharing&oid=102067544592415235258&rtpof=true&sd=true

Anexo G. Muestreo a hombres.

Encuesta a 30 hombres, hecha en la ciudad de Bogotá, para tener un acercamiento al usuario ideal. Resultados y encuesta.

- https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RAgmJJLaW-MfLJMqgKe_6S6ahugk2da7/edit?usp=share_link&oid=102067544592415235258&rtpof=true&sd=true

Anexo H. Arquetipo de usuario.

3 arquetipos elaborados tomando como base los 12 arquetipos de Jung, para obtener el usuario ideal.

- https://drive.google.com/drive/folders/1ONY9_kRMQc8tpgOuGPENMwMJ3d9Sg0Q?usp=share_link

Anexo I. POV

Punto de vista para identificar las posibles necesidades de los arquetipos planteados.

- https://drive.google.com/drive/folders/1NuVaS-TafQxPgNP0V6gAdhK3tFdIzIr3?usp=share_link

Anexo J. Entrevista a usuario

Entrevista a usuario a modo de encuesta, en donde se identifican aspectos indispensables para desarrollar el usuario ideal.

- <https://drive.google.com/drive/folders/1Ib9KkAWtrfLES8jwxcfvq2wfONOpqhsP?usp=sharing>

Anexo K. Protocolo de Testeo

Acá se encuentran todos los protocolos de testeo utilizados para definir las variantes de diseño del producto realizado.

- https://docs.google.com/document/d/1Fp6bal2Px_Aa6vcVkoSwfebMFBvFi6MQ/edit?usp=share_link&oid=102067544592415235258&rtpof=true&sd=true

Anexo L. Estrategia de mercado

Acá se encuentra el modelo de negocios para el proyecto de forma de esquema.

- https://docs.google.com/document/d/1Fp6bal2Px_Aa6vcVkoSwfebMFBvFi6MQ/edit?usp=share_link&oid=102067544592415235258&rtpof=true&sd=true

Anexo M. Mapa Mental del proyecto

Acá se presenta el mapa mental del proyecto

- https://drive.google.com/file/d/1PRHB34ILOai5E4BV5y83bPkq6UDiMQLc/view?usp=share_link

Anexo N Evaluación heurística

Se encuentra la tabla con las heurísticas evaluadas en los testeos de wireframes.

- https://docs.google.com/spreadsheets/d/17f3LvMdBFB7AgCpYnp2Xf7sZvk_g_NF/edit?usp=share_link&oid=102067544592415235258&rtpof=true&sd=true

Anexo O Evidencias de testeo de wireframes

Acá se encuentra la evidencia de testeo mediante meet, los otros se realizaron de forma presencial.

- <https://drive.google.com/drive/folders/1lb9KkAWtrfLES8jwxcfvq2wfONOpqhsP?usp=sharing>

Anexo P Primer Prototipo

Acá se encuentra la evidencia de la realización del primer prototipo.

- <https://www.figma.com/proto/YDyAMMPcGJSwwcEWvwi491>

[/Pontes-el-delantal-WireFames-primer-prototipo?node-id=19-137&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=19%3A137](https://pontes-el-delantal-WireFames-primer-prototipo?node-id=19-137&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=19%3A137)

Anexo Q Segundo prototipo

Acá se encuentra la evidencia de la realización del segundo prototipo.

- <https://pontes-project-b6h4.glide.page>

Anexo R Evidencia de tercer testeo

Acá se encuentra la evidencia del testeo realizado al experto temático y asesor, Román Huertas, de La Mesa Nacional de Masculinidades

- <https://drive.google.com/drive/folders/1y0avSRGf40q30WhBndYiYy4UFQoY5OE?usp=sharing>

Anexo S Tercer prototipo y final

Acá se encuentra la evidencia de la realización del tercer prototipo.

- <https://cloud.protopie.io/p/1978f6bae1759f925a04fe07>

Anexo T Evaluación del tercer prototipo

Acá se encuentra consignada las respuestas por parte de los usuarios testeados.

- https://docs.google.com/spreadsheets/d/1MdeHezsdITf_fOPRE9jTCosi7zzUvUELonRH6HFpO_s/edit?usp=sharing

Anexo U Evidencia del cuarto testeo

Acá se encuentra la evidencia de la realización del cuarto testeo.

- https://drive.google.com/drive/folders/1mVaUliYPJD-9CXd_pSnXAEbTXHrjQCB0?usp=sharing

Para ver todos los anexos escanear el siguiente código QR

