



Hoja de alivio

Estrategia digital para facilitar la comprensión respecto al uso de cannabis medicinal en tratamientos infantiles para el asma en la Fundación Neumológica Colombiana.

Proyecto de Grado

Natalia Stephania Beltrán Upegui

María Paula Cruz Castillo

Bogotá D. C., 2022

Hoja de alivio

Estrategia para facilitar la comprensión frente a la percepción del consumo de cannabis medicinal en tratamientos infantiles.

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

Diseñador Digital y Multimedia

Director (a):

Freddy Chacón Chacón

Línea(s) de énfasis:

Tecnologías de 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

Dedicamos este proyecto de grado a todos los niños con asma y a sus familias, quienes se enfrentan diariamente a los desafíos que esta condición de salud presenta. A aquellos niños que, a pesar de las dificultades, levantan su mirada hacia el futuro y siguen adelante con determinación. Esperamos que este trabajo contribuya de alguna manera a mejorar la calidad de vida de los niños con asma y sus familias.

¡Este logro es para todos ustedes!

Agradecimientos

Agradecemos a todas las personas e instituciones que en su momento brindaron su apoyo y colaboración para realizar este trabajo de grado. En especial, queremos expresar gratitud a Andrés Felipe Parra por su orientación y colaboración en el desarrollo del proyecto, así como también a Freddy Chacón y Daniel Valbuena por su generoso aporte en la construcción del proceso de investigación y creación. Agradecemos también a nuestros familiares y amigos que nos brindaron su compañía, puntos de vista y apoyo emocional durante este proceso. Finalmente, agradecemos al espíritu de creación interno que impulsa a proponer soluciones en oportunidades de diseño.

“Podemos desafiar las leyes humanas, pero no podemos resistir a
las naturales.”

Julio Verne

Resumen

El desconocimiento de los padres de familia o adultos cuidadores sobre el tratamiento del asma a partir de cannabis medicinal en la Unidad Neumológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana, puede ser causado por la falta de comunicación de esta información de manera estratégica. Por lo tanto, se decide explorar la posibilidad de fortalecer la comunicación digital de la información sobre tratamientos alternativos a base de cannabis medicinal para asma infantil. Esto con el fin de generar una propuesta de estrategia digital desde el diseño digital y multimedia que facilite la comprensión respecto al uso de este tipo de tratamientos. Implementando la metodología del Design Thinking con sus cinco fases de desarrollo, para llegar al Producto Mínimo Viable de la propuesta estratégica digital.

Palabras clave: Cannabis, tratamiento, cuidadores, asma, diseño.

Línea(s) de profundización:

Este proyecto se realiza bajo la línea de profundización de ideación y visualización del espacio del programa de Diseño Digital y Multimedia de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura dentro de la Universidad. Entendiendo la estrategia digital como espacio en el que los usuarios interactúan con diferentes medios y productos.

Abstract

The ignorance of parents or adult caregivers about the treatment of asthma from medical cannabis in the Pediatric Pulmonary Unit of the Colombian Pulmonary Foundation, may be caused by the lack of strategic communication of this information. Therefore, decide to explore the possibility of strengthening the digital communication of information on alternative medical cannabis-based treatments for childhood asthma. This in order to generate a digital strategy proposal from digital and multimedia design that facilitates understanding regarding the use of this type of treatment. Implementing the Design Thinking methodology with its five phases of development, to reach the Minimum Viable Product of the digital strategic proposal.

Keywords: Cannabis, treatment, caregivers, asthma, design.

Research lines:

This project is carried out under the line of deepening the ideation and visualization of the space of the Digital Design and Multimedia program of the Faculty of Engineering and Architecture within the University. Understanding the digital strategy as a space in which users interact with different media and products.

Tabla de contenido

Aval del Proyecto	5
Dedicatoria	10
Agradecimientos	12
Abstract	17
Tabla de contenido	19
Listado de figuras	23
Listado de tablas	24
Listado de anexos	25
1. Formulación del proyecto	27
1.1 Introducción	27
1.2 Justificación	27
1.3 Definición del problema	29
1.4 Hipótesis de la investigación	32
1.4.1 Hipótesis explicativa	32
<i>1.4.1 Hipótesis propositiva</i>	<i>32</i>
1.5 Objetivos	32
<i>1.5.1 Objetivo general</i>	<i>32</i>

1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	33
1.6 Planteamiento metodológico	33
1.7 Alcances y limitaciones	35
2. Base teórica del proyecto	38
2.1 Marco referencial	38
2.1.1 <i>Antecedentes</i>	40
2.1.2 <i>Marco teórico contextual</i>	48
2.1.3 <i>Marco teórico disciplinar</i>	54
2.1.4 <i>Marco conceptual</i>	60
2.1.5 Marco institucional	63
2.1.6 <i>Marco legal</i>	65
2.2 Estado del arte	68
2.4 Caracterización de usuario	81
3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	88
3.1 Criterios de diseño	90
3.1.1 <i>Árbol de objetivos de diseño</i>	91
3.1.2 <i>Requerimientos y determinantes de diseño</i>	91
3.2 Hipótesis de producto	95
3.3 Desarrollo y análisis Etapa X1	97

3.4 Desarrollo y análisis Etapa X2	98
3.5 Desarrollo y análisis Etapa X3	98
3.6 Desarrollo y análisis Etapa X4	99
3.7 Resultados de los testeos	99
3.7.1 <i>Primer testeo</i>	99
3.7.2 <i>Segundo testeo</i>	100
3.7.3 <i>Testeos adicionales</i>	101
3.8 Prestaciones del producto	102
3.8.1 <i>Aspectos morfológicos</i>	103
3.8.2 <i>Aspectos técnico-funcionales</i>	103
3.8.3 <i>Aspectos de usabilidad</i>	103
4. Conclusiones	104
4.1 Conclusiones	105
4.2 Estrategia de mercado	105
4.2.1 <i>Segmentos de cliente</i>	106
4.2.2 <i>Propuesta de valor</i>	106
4.2.3 <i>Canales</i>	107
4.2.4 <i>Relaciones con los clientes</i>	107
4.2.5 <i>Fuentes de ingresos</i>	107
4.2.6 <i>Actividades clave</i>	108

<i>4.2.7 Recursos clave</i>	108
<i>4.2.8 Socios clave</i>	108
<i>4.2.9 Estructura de costes</i>	108
4.3 Consideraciones	109
Referencias	110
Anexos	125

Listado de figuras

Figura 1: Árbol de problemas

Figura 2: Matriz in-out

Figura 3: Marco referencial - (Anexo C)

Figura 4: Línea de tiempo - (Anexo D)

Figura 5: Resultados preguntas 2,3

Figura 6: Resultada pregunta 4

Figura 7: Resultado pregunta 5

Figura 8: logo FNC

Figura 9: logo de Medicann IPS

Figura 10: Página sobre cannabis medicinal (CANNAAP)

Figura 11: Captura de la página **S&F Blog**

Figura 12: Captura de la página Cactus Martorell

Figura 13: Captura de la página principal de Leafwell

Figura 14: Captura de la página de **Enterapia**

Figura 15: Captura de la página de BabyRadio

Figura 16: Punto de vista

Figura 17: Pregunta 3

Figura 18: Pregunta 4

Figura 19: Pregunta 6

Figura 20: Pregunta 7

Figura 21: Pregunta 11

Figura 21: Pregunta 13

Figura 23: Esquema en el que se presenta el rango de interés de

los padres según el contexto en el que se desenvuelven.

Figura 24: Recopilación de datos presentados desde las herramientas metodológicas frente al usuario: padres y madres

Figura 25: Tarjeta persona usuario madre

Figura 26: Mapa de empatía usuario madre

Figura 27: Arquetipo de personalidad

Figura 28: Árbol de objetivos de diseño

Figura 29: Determinantes y requerimientos - (Anexo K)

Figura 30: Matriz de hipótesis de producto

Figura 31: Infografía estrategia transmedia Hoja de Alivio

Figura 32: Journey Map Hoja De Alivio

Figura 33: Cartas de personajes - (Anexo O)

Figura 34: Ruta de testeos

Figura 35: Prototipo para pensar, estructura de la estrategia transmedia

Figura 36: *Comentarios de los usuarios* - (Anexo R)

Figura 37: Evidencia de los usuarios utilizando el sitio web hojadealivio.online

Figura 38: Tabla del modelo Canvas

Figura 39: Buyer persona del director general de la fundación neumológica colombiana

Listado de tablas

Tabla 1: Marco conceptual

Tabla 2: Estructura de costes

Listado de anexos

Anexo A. Árbol de problemas

Anexo B. Matriz in - out

Anexo C. Marco referencial

Anexo D. Línea de tiempo cannabis medicinal

Anexo E. Punto de vista

Anexo F. User person versión extendida

Anexo G. Tarjeta persona

Anexo H. Mapa de empatía usuario madre

Anexo I. Arquetipo de personalidad

Anexo J. Árbol de objetivos de diseño

Anexo K. Determinantes y requerimientos

Anexo L. Matriz de hipótesis de producto

Anexo M. Infografía estrategia transmedia Hoja de Alivio

Anexo N. Journey Map Hoja De Alivio

Anexo O. Cartas de personajes

Anexo P. Protocolos de Testeo

Anexo Q. Audio de testeo como evidencia

Anexo R. Comentarios de los usuarios

Anexo S. Formulario revisión página web hoja de alivio

Anexo T. Análisis del testeo número 3

Anexo U. Tabla del modelo Canvas

Anexo V. Buyer person versión extendida

Anexo W. Presupuesto Hoja de Alivio a seis meses versión extendida

Anexo X. Historia 1

Anexo Y. Historia 2

Anexo Z. Historia 3

Anexo A.B. Portafolio autor 1

Anexo A.C. Portafolio autor 2

Anexo A.D. Guía de estilo

1. Formulación del proyecto

1.1 Introducción

Antes de formular el proyecto, es necesario describir como funciona el tratamiento para el asma infantil de manera general, ya que, este puede incluir el uso de corticosteroides inhalados y otros medicamentos para controlar los síntomas del asma y reducir la inflamación en las vías respiratorias. Además, suelen recomendarse cambios en el estilo de vida, como evitar los desencadenantes del asma y seguir un plan de actividad física apropiado y seguro. Es importante que los niños con asma sean educados sobre la enfermedad y sus cuidados, y que se mantengan bajo la supervisión de un profesional de la salud para ajustar el tratamiento según sus necesidades. También es fundamental que los padres o tutores estén informados y capacitados para manejar las crisis de asma y ayudar al niño a tener control de su enfermedad. Si se está considerando el uso de cannabis medicinal para tratar el asma, es importante hablar con un médico y recibir asesoramiento individual.

Actualmente, no hay suficientes estudios controlados y bien diseñados para respaldar el uso del cannabis medicinal en el tratamiento del asma. Aunque algunos estudios como: "The role of cannabinoids in inflammatory modulation of allergic respiratory disorder, inflamathory pain and ischemic stroke" de la Universidad de de Florencia en el año 2012 o "Cannabiniods inhibit cholinergic

contraction in human airways through prejunctional CB1 receptors” del Laboratorio de Farmacología Respiratoria de Francia en el 2014 han demostrado que el cannabis puede tener propiedades antiinflamatorias y broncodilatadoras, y que algunos pacientes han reportado alivio de los síntomas del asma con el uso de cannabis medicinal, es importante tratar el asma con terapias basadas en evidencia y bajo la supervisión de un profesional de la salud.

Teniendo esta definición en cuenta, se evalúa el déficit de comunicación del tratamiento con cannabis medicinal, para aumentar el posible número de pacientes, junto con el aumento de estudios controlados, por esta razón, este proyecto de grado se enfoca en la implementación de una estrategia digital para facilitar la comprensión del uso de cannabis medicinal en tratamientos infantiles para el asma en la Fundación Neumológica Colombiana. El objetivo principal del proyecto es facilitar la comprensión de los adultos cuidadores sobre el uso del cannabis medicinal en el tratamiento de enfermedades como el asma en niños, a través de una estrategia digital efectiva.

1.2 Justificación

Según el Ministerio de Salud y Protección Social (2021) en Colombia enfermedades como el Alzheimer, esclerosis múltiple, síndrome de Tourette e insomnio afecta a más de un millón de personas, estas enfermedades pueden ser tratadas con cannabis medicinal. Asimismo, este ministerio, afirma que aproximadamente 1 de cada 8 colombianos sufre de asma, afecta todas las edades; en cantidades,

se refiere a más de cinco millones de personas, sin contar la tendencia post covid que hace que este número aumente.

Para que los adultos cuidadores puedan comprender la situación del consumo del cannabis medicinal desde un punto de vista libre de prejuicios, es indispensable la creación de nuevas narrativas de construcción, integración y comprensión dentro del entorno público, es decir, para disminuir los estigmas y mitos que se tienen alrededor del cannabis hay que iniciar por la comunicación asertiva del tema.

El tratamiento más común para el asma infantil incluye el uso de corticosteroides inhalados, que son medicamentos de control a largo plazo para el asma. Estos medicamentos ayudan a reducir la inflamación en las vías respiratorias y prevenir los ataques de asma. Otros medicamentos que se pueden usar incluyen teofilina y broncodilatadores de acción corta, como el albuterol, para aliviar los síntomas del asma cuando se presentan. Sin embargo, es importante recordar que el tratamiento del asma infantil debe ser personalizado según las necesidades de cada niño y debe ser supervisado por un profesional de la salud. Es posible que el tratamiento de un niño con asma cambie con el tiempo a medida que se modifican sus necesidades.

En la actualidad, se están realizando investigaciones recientes sobre el uso de cannabis medicinal en el tratamiento del asma en niños debido a sus posibles propiedades antiinflamatorias, antitusivas y broncodilatadoras. Aunque esta opción de tratamiento

ha generado controversia, estudios preliminares sugieren que podría ser una alternativa prometedora. Sin embargo, es importante tener precaución y supervisión médica adecuada debido a que la seguridad y efectividad del cannabis medicinal en tratamientos infantiles aún no están completamente establecidas.

Es así como, ante la ausencia de proyectos de comunicación en este tema, este trabajo cobra relevancia, en tanto que se arriesga a enfrentar una creencia colectiva sobre el uso de los cannabinoides, al mismo tiempo contribuir al lento, pero existente proceso de transición sobre el uso de la planta de cannabis. El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2017) define dentro del proceso de la gestión de riesgos y accidentes el seguimiento y evaluación de acciones encaminadas a conocer riesgos, promover conciencia de estos y evitar que se produzcan, así como reducirlos cuando existen, privilegiando a niñas y niños en relaciones con sus pares y a sus adultos cuidadores favoreciendo en ellas y ellos su desarrollo integral. (SDIS, 2015) Teniendo estos tres puntos sobre el panorama, se define para este proyecto cumplir con la prioridad que propone el ICBF privilegiar a niños y niñas sobre sus pares, como pueden ser: adultos mayores. Dentro de los cinco millones de personas con asma a nivel nacional, atender a los más vulnerables y comunicar los beneficios de uso de tratamientos para asma a base de cannabis medicinal a los adultos responsables sobre esta población.

La Fundación Neumológica Colombiana es el cliente ideal para el proyecto debido a que son referentes en tratamientos relacionados con afecciones respiratorias, por este motivo se trabaja junto a los adultos cuidadores de los pacientes de la Unidad Neumológica Pediátrica, quienes nutren el proyecto a través de sus diferentes etapas.

1.3 Definición del problema

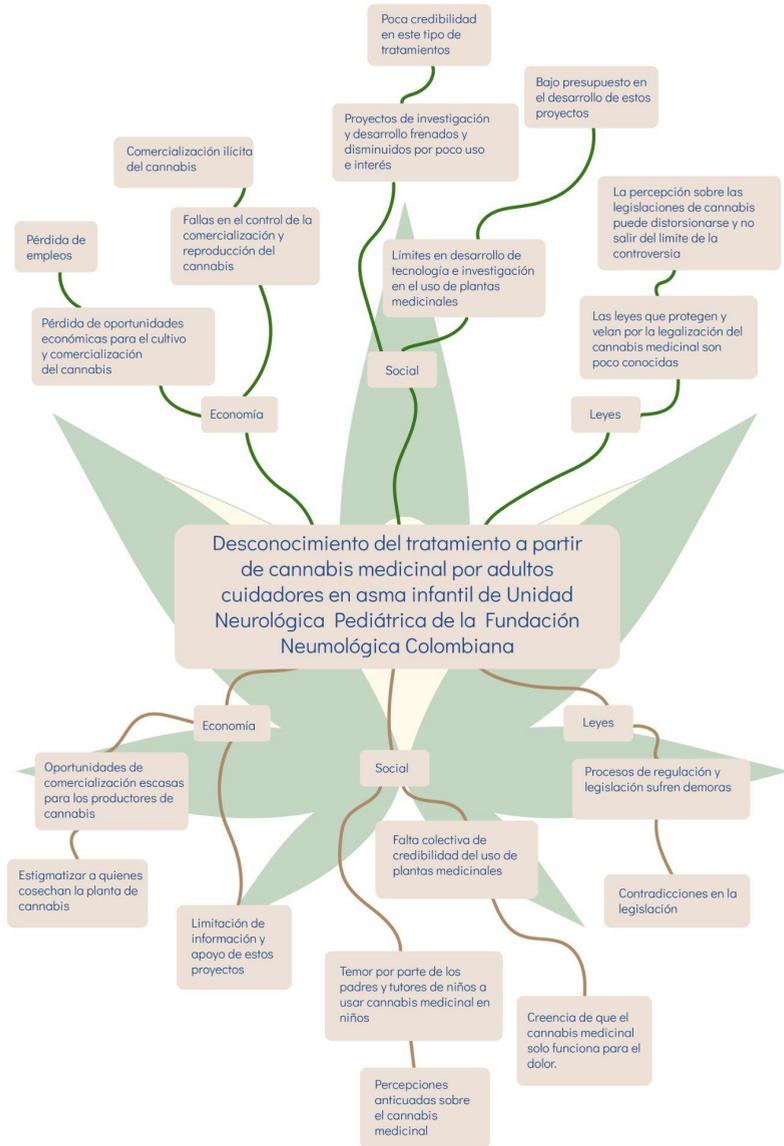
La falta de información clara y accesible sobre los posibles beneficios y riesgos de los tratamientos a base de cannabis medicinal también puede llevar a la toma de decisiones desinformadas y a una atención médica inadecuada. Por lo tanto, se requiere una estrategia digital efectiva para mejorar la comprensión de los adultos cuidadores de la Unidad Neumológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana sobre el uso de cannabis medicinal en tratamientos infantiles para el asma.

Teniendo en cuenta a Heller (2015), fundadora del laboratorio de diseño CommonWise, se requieren habilidades que abran el proceso creativo a la participación colectiva de una cultura que imagina y visualiza su propio futuro. Es decir, el diseño social se utiliza como herramienta que establece conexiones dentro de un entorno determinado, las hace conscientes y visibles, de modo que, lo desconocido se convierte en tema de conversación dentro de ese determinado entorno social. De esta manera, tomando como tema central de investigación, el cannabis medicinal y el asma infantil, se plantea la pregunta: ¿Cómo facilitar la comprensión sobre el

consumo de tratamientos a base de cannabis medicinal en asma infantil desde el diseño digital y multimedia para los adultos cuidadores de los pacientes de la Unidad Neumológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana?

Figura 1

Árbol de problemas



Nota. El árbol de problemas presenta las causas y consecuencias de la problemática en el contexto determinado.

Fuente: Elaboración propia

Árbol de problemas - (Anexo A)

1.4 Hipótesis de la investigación

1.4.1 Hipótesis explicativa

El uso de tratamientos a partir de cannabis medicinal en asma infantil, no es tan fácil de implementar para los adultos cuidadores, debido a que la facilidad de la comprensión de esta información no se ha planteado estratégicamente.

1.4.1 Hipótesis propositiva

Si se fortalece la comunicación digital de la información sobre tratamientos alternativos a base de cannabis medicinal para asma infantil, se genera un cambio en la implementación de los tratamientos a partir de los adultos cuidadores.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Crear una propuesta de estrategia digital para facilitar la comprensión respecto al uso de cannabis medicinal en tratamientos infantiles por parte de los adultos cuidadores de los pacientes de la Unidad Neurológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana.

1.5.2 Objetivos específicos

- Reconocer los beneficios del uso de cannabis medicinal en el tratamiento del asma infantil a partir de la revisión de fuentes científicas.
- Caracterizar el proceso de toma de decisión por parte de los adultos cuidadores al momento de elegir un tratamiento para el asma infantil, desde la indagación de datos referentes a las alternativas de tratamientos.
- Indagar sobre el usuario (adultos cuidadores) y su contexto (UNP de FNC) desde herramientas de caracterización propias del design thinking para definir elementos conceptuales dentro de un producto de diseño.
- Idear una estrategia digital sobre los beneficios y la historia del tratamiento del cannabis medicinal en el asma infantil según procesos de prototipado y testeo.

1.6 Planteamiento metodológico

Dentro del proceso creativo y las incógnitas que se van generando en él, se necesita de un método para obtener mejores resultados, la metodología aplicada durante este proceso de toma de decisiones y orientación es design thinking, pues es la indicada para desarrollar empatía con los posibles usuarios, definir detalladamente el problema que se busca resolver, realizar prototipos y evaluarlos.

Se utiliza como metodología para idear e innovar y su enfoque está dirigido al primer paso del ciclo de vida de un producto, el idear. Angulo S., M. (2019) Para la primera fase de investigación

e inmersión dentro de las posibilidades se utilizan herramientas metodológicas, tales como: Árboles de problemas y objetivos, mapas de actores que se relacionan directamente al problema, matriz de verificación de objetivos, matriz in-out y buzz report. Cada una de ellas permite que la relación entre los hechos prácticos y los ideales planteados en los objetivos sean realizables de forma concreta.

El proceso comienza con la elaboración de árboles de problemas y objetivos dentro de la UNP de la FNC, a partir de esta herramienta se puede identificar los motivos y posibles consecuencias del desconocimiento del tratamiento con cannabis medicinal para el asma infantil, además permite tener una aproximación de los efectos que se pueden generar a mediano, corto o largo plazo. (Comisión nacional de evaluación de la Política de Desarrollo Social. s. f.) A partir de su transformación en árbol de objetivos, dejan de ser problemas y son oportunidades para crear un producto de diseño.

Usar un mapa de actores para identificar quienes son los que se desarrollan dentro de cada una de las propuestas permite un primer acercamiento ideológico con estos involucrados, también ayuda a entender la forma en que se relaciona cada uno de ellos con el problema o entre ellos mismos, funciona para crear un ecosistema en el que se mira desde una perspectiva orgánica la participación de cada una de las partes. Esta herramienta permite generar diferentes escenarios y posibilidades, pero, se necesita de

un límite para encaminar la propuesta, no solo en una parte ideológica, la herramienta que permite que esto sea posible es la matriz in-out, a partir de su elaboración se generan los alcances de cada uno de los proyectos, que tan lejos se puede llegar con cada uno. Finalmente, se utiliza un buzz report para conocer a esos posibles usuarios o involucrados en el desarrollo de alguna de las propuestas, conocer qué piensan, cómo se están expresando en entornos digitales, analizar desde una perspectiva de creación y construcción cada una de las posibles reacciones e interacciones de los involucrados permite que la implementación del design thinking se utilice para ambos puntos clave, entender a los usuarios y entender la problemática que les afecta.

1.7 Alcances y limitaciones

Debido a la polémica que genera el cannabis dentro de una conversación de tipo académica o legislativa, incluso trivial, es necesario establecer alcances y limitaciones que permitan indicar hasta qué punto se llevará a cabo el proyecto. Aterrizando en la metodología, la herramienta de diseño que se implementa es una matriz *in-out*.

Comenzando con las limitaciones, dentro de la matriz todos los conceptos que se encuentran en la zona *out*. El primer punto a tratar son: cambios en la legislación, el proyecto no tiene como objetivo principal generar cambios en la legislación colombiana para el consumo y producción de cannabis. Desde el 1 de junio de 2020 entró en funcionamiento el Mecanismo de Información para el

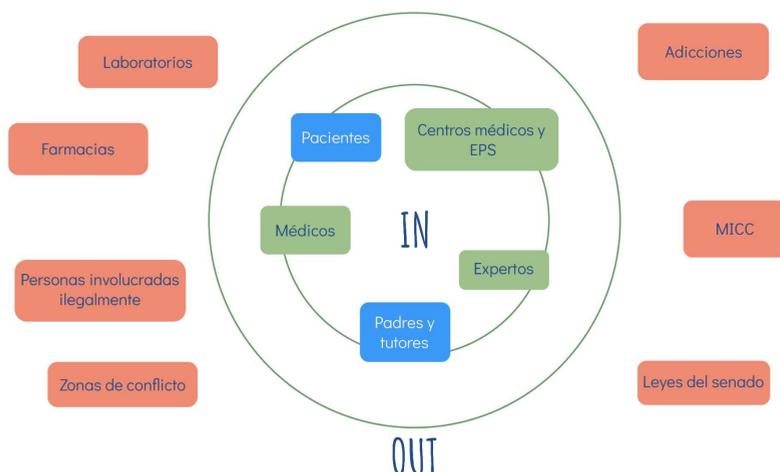
Control de Cannabis para fines médicos y científicos (MICC) Una plataforma encargada del apoyo operativo y administrativo del control de cannabis de uso médico y científico en Colombia, es decir, ya hay quien se encargue de esta función. Por otra parte, desde el proyecto Hoja de Alivio no se considera intervenir en zonas de conflicto dentro del territorio nacional ni con los actores involucrados. Continuando con esa línea de limitaciones se encuentra el trabajar con personas que han generado dependencia o abuso del consumo de cannabis recreativo y tengan la intención de cambiar este consumo al medicinal, en el contexto de la ciudad de Bogotá, según el Observatorio de Drogas de Colombia, se encuentran más de 240.000 consumidores de cannabis, 4 de cada 5 son hombres. La edad más frecuente para consumir cannabis recreativo son entre los 18 y 24 años y de ese total más de 43.000 han consumido de manera abusiva; razón por la cual no se busca tomar a estos individuos como público objetivo o como parte del proyecto. Finalmente, aunque los laboratorios de producción de medicamentos a base de CBD pueden ser un socio estratégico en la construcción colectiva del proyecto, se decide no incluirlos.

Continuando con la implementación de la matriz *in-out* en la zona *in* se encuentran los sectores con los que es posible trabajar dentro del proyecto, tomando como entidad principal la Unidad Neumológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana. Desde este punto se comienza a tener una idea de posible usuario para el producto final, pues, se encuentran dentro de la matriz:

pacientes, médicos, expertos, padres y tutores (cuidadores), así como centros médicos y EPS. En este proceso se señala la relación entre pacientes y cuidadores como factor determinante.

Figura 2

Matriz in-out



Nota. La matriz *in-out* hace parte de las herramientas metodológicas. Se inicia a identificar una relación entre los padres y tutores y pacientes.

Fuente: Elaboración propia

Matriz in-out - (Anexo B)

2. Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

En este espacio está en marco referencial organizado a manera de mapa conceptual para comprender de una mejor manera lo que se abarca en el capítulo 2.

Comienza con el marco contextual, percepción cultural y sociedad, en donde se explican tres ramas, historia y tradición, opiniones e imaginarios de uso del cannabis, se realiza un sondeo para obtener esas opiniones iniciales.

En el marco teórico disciplinar, se encuentran dos apartados , la investigación a través del diseño, en esta parte se explican la accesibilidad y usabilidad junto con los referentes de estrategias digitales en el estado del arte. La otra parte se enfoca en la comunicación en donde se abarca, la comunicación asertiva, función y forma como base del diseño, y estrategias comunicativas transmedia y narrativa transmedia.

En el marco conceptual estarán los conceptos para comprender el cannabis medicinal, en la parte de la institucionalidad está ubicada la IPS Medican que ha apoyado la investigación por medio de entrevistas con expertos en el tema del cannabis medicinal y la Fundación Neumológica Colombiana como institución de desarrollo del proyecto.

A continuación se encuentra el marco legal mediante la legislación de Colombia, en donde se muestran los decretos y leyes, las policías públicas sobre su uso y cultivo y casos comparativos de

estudio y el marco interdisciplinar que en este caso nos iremos por el lado científico, en este apartado se indaga sobre los tratamientos para el asma, así como los beneficios de usar cannabis medicinal en asma.

Figura 3

Marco referencial - (Anexo C)

2.1.1 Antecedentes

En primer lugar, existe desde hace varios años una “mala” percepción hacia el cannabis debido a las épocas de narcotráfico que ha vivido Colombia, además por la falta de comunicación y difusión de los beneficios del cannabis medicinal, ya que cuando se habla de cannabis las personas suelen decir que los que prueban o usan se pueden convertir en adictas, sin saber el contexto de la persona o de qué modo está utilizando el cannabis, debido a esto las personas con enfermedades no conocen que pueden tratarse con el cannabis medicinal, sin tantos químicos y de manera efectiva según varias investigaciones. Para la legalización del cannabis medicinal su inicio fue complicado, ya que poco a poco se fueron dando espacios de debates y de convenciones sobre qué era el cannabis y como poder regular, en el ámbito medicinal esto ya se ha hecho realidad. El Ministerio de Salud se encarga de las licencias de fabricación de derivados de cannabis y la licencia de exportación, y hasta la fecha ha otorgado 171 licencias para este propósito (MinSalud. Licencias de fabricación de derivados de cannabis). Pero

esta información es poco difundida en la sociedad, teniendo en cuenta que se está en una era donde las plataformas digitales tiene un gran alcance al informar a las personas de acontecimientos importantes; sin embargo, la información está y se encuentra, pero con una extensa búsqueda desde los navegadores e incluso pocas personas conocen de centros especializados en tratamientos con cannabis medicinal.

Entre las plataformas que pueden ayudar al proyecto, se encuentra Medicann, una IPS ubicada en Medellín, Colombia. Esta institución brindan tratamientos profesionales basados en la medicina alternativa, ellos tienen un manejo de la información y de sus profesionales bastante amplia para poder ofrecerles a sus pacientes el alivio que buscan, esto ayudará a tener una base sólida a la que puede recurrir el proyecto, ya que en la primera etapa de realización del proyecto se generaron vínculos académicos e investigativos con la IPS.

Igualmente, se encuentra El Observatorio Colombiano de Cannabis Medicinal, que está integrado por un grupo de estudio e investigación científica de la Universidad CES, quienes brindan información objetiva y actualizada de los beneficios y riesgos de los derivados del cannabis para el cannabis medicinal (Universidad CES) proporcionan evidencia científica en varios apartados de su investigación que serían de gran ayuda para nuestro proyecto y poder con base científica soportar los beneficios que tiene el cannabis medicinal, siendo enfático que debe de estar regulado y

siempre con el control de un profesional sobre los tratamientos.

2.1.1.1 Línea del tiempo. En la realización de la línea de tiempo se establecen acontecimientos claves, sociales y científicos sobre la historia del cannabis medicinal, tomando como punto de partida el año 2900 a. C. donde el emperador Fu Hsi señaló que el cannabis era una medicina popular y que tenía el yin como el yang (Hemp: American History Revisited: The Plant with a Divided History, 2003) para poder entender mejor la referencia que hizo el emperador Fu Hsi el “Yin yang es un principio filosófico y religioso que explica la existencia de dos fuerzas opuestas, pero complementarias, que son esenciales en el universo. Según esta filosofía, ambas energías son necesarias para mantener el equilibrio universal.” (Significado de yin yang, 2019) Según la filosofía que se le da al yin y al yang, iría muy de acuerdo al cannabis debido a sus beneficios que pueden tornarse en perjuicios frente a una adicción de los componentes de la planta, la cual debe regularse para que pueda ser controlada y que se pueda mantener un equilibrio entre las dos partes.

En la línea de tiempo también se puede observar que desde hace varios años se sabe de los beneficios que el cannabis medicinal le puede brindar a la salud de los seres humanos, además de algunas investigaciones que resaltan las propiedades anticonvulsivos y analgésicas del cannabis (William Brooke O'Shaughnessy, Journal of the Asiatic Society of Bengal) luego sé

realiza la convención internacional del Opio, un tratado sobre el control de las drogas, desde este punto se comienzan a realizar controles sobre el cannabis y a definir las diferentes sustancias, por otra parte, se encuentran las leyes que en Colombia se han implementado para el uso del cannabis medicinal y el recreativo, surgen además varias fundaciones para el uso medicinal del cannabis y poder tratar enfermedades, un aspecto importante para señalar es que “la ONU reconoce las propiedades terapéuticas del cannabis y la retira de la lista de sustancias peligrosas”. Los beneficios del cannabis medicinal son cada vez más visibles para la comunidad médica. Estudios recientes muestran que el cannabis puede ser útil en el tratamiento de diversas enfermedades y trastornos, como dolor crónico, ansiedad, depresión y otros. Además, las organizaciones médicas y científicas en varios países han emitido recomendaciones y pautas sobre el uso de cannabis medicinal. En conferencias y foros relacionados con este sector, se ha dedicado tiempo a visibilizar los beneficios del cannabis medicinal y promover su investigación y desarrollo como una alternativa de tratamiento en la medicina . Sin embargo, todavía hay mucho por hacer en cuanto a concientizar e informar a las personas sobre el cannabis medicinal.

Figura 4

Línea de tiempo - (Anexo D)

Nota. La línea de tiempo muestra los acontecimientos claves del cannabis medicinal.

2.1.2 Marco teórico contextual

Los parámetros que definen el marco contextual para este caso de estudio son: Percepción, cultura y sociedad respecto del cannabis, así como el conocimiento ancestral fundamentado en la tradición oral a partir de generaciones.

2.1.2.1 Percepción. La percepción y la realidad están relacionadas, son subjetivas e individuales según cada persona, en diversos casos se pueden encontrar parámetros comunes en diferentes percepciones, esto da paso a la percepción colectiva común frente a un tema determinado. Los sentidos hacen parte de una red neuronal que reacciona frente a diversos estímulos, al mismo tiempo, esta red hace parte de un sistema más amplio determinado por convenciones sociales que a la vez dependen de un contexto, definirse así como una construcción biológico-social.

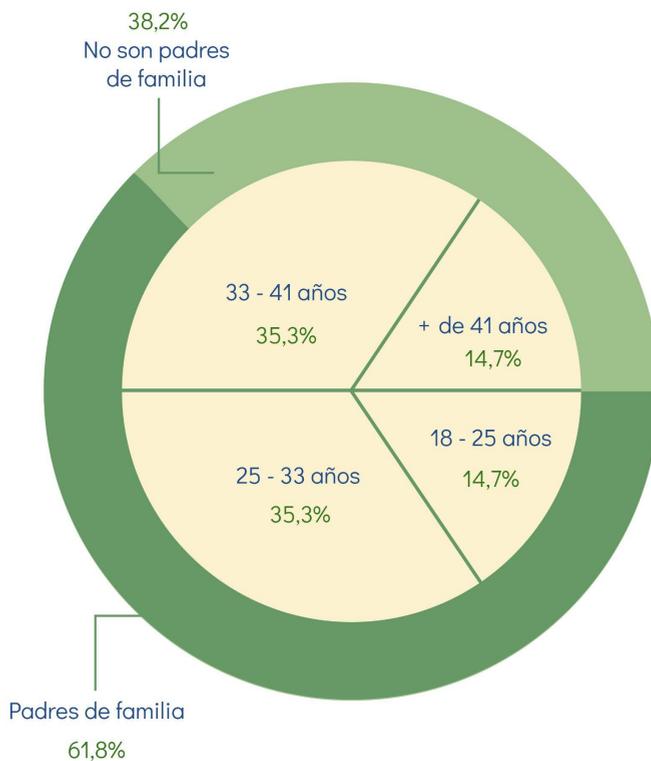
La mente humana y la percepción en general se organizan subordinado lo percibido en conceptos y estos, que no son un reflejo directo de lo percibido, alteran el modo en que vemos el mundo, determinando fenómenos que muchos denominan ilusiones. (Vergara, 2019) Analizando este postulado, se establece una relación cultural dentro de la percepción, así como las experiencias y la velocidad con la que se reconoce una situación junto con sus acciones, actores y decisiones. Tan pronto como se establece un

punto de vista sobre un tema en específico, bien sea con motivos y argumentos, experiencias, o ilusiones; este se mantiene y es omnipresente siempre que se refiera al tema en cuestión, siendo así, se es prisionero de estar predispuesto, incluso, de un hábito o de un concepto, esto tiende a limitar la realidad. Usualmente, después de haber vivido en múltiples realidades y culturas, los estrechos límites que determinan la libertad personal se amplían, permitiendo replantear instrumentos de interpretación, percepción, comprensión y empatía, sumando al cambio colectivo a partir de experiencias individuales.

2.1.2.1.1 Percepción cultural alrededor del cannabis medicinal. Con el fin de determinar factores cuantitativos y cualitativos se realiza un sondeo para obtener de las fuentes primarias, qué información se tiene colectivamente alrededor del cannabis. Como factor inicial, dentro de la muestra se encuentran personas dedicadas a diferentes áreas del conocimiento para interpretar desde diferentes puntos de vista, en su mayoría residentes de zonas urbanas. Se aplica el método de selección no probabilístico para obtener los participantes de la muestra.

Figura 5

Resultados preguntas 2,3

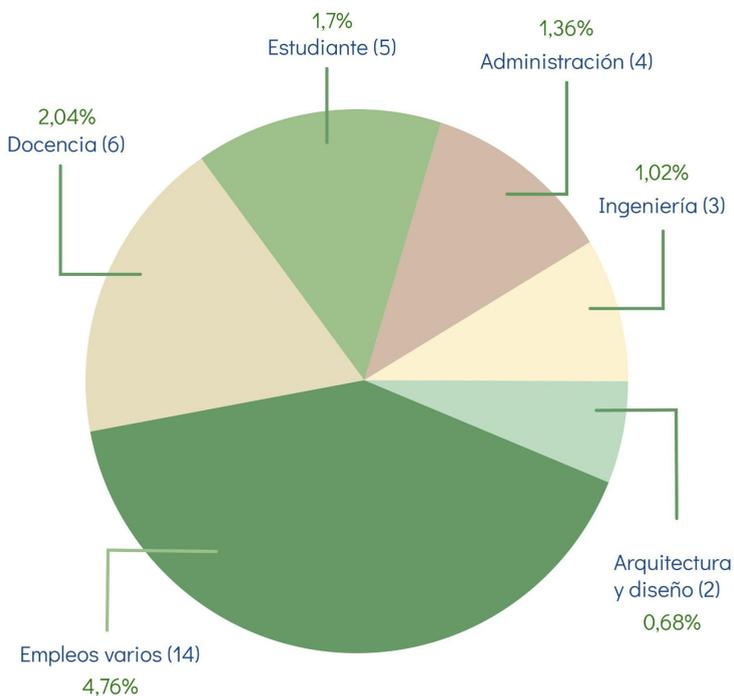


Nota: El estudio se realizó con 34 participantes, todos mayores de edad. Se delimitaron rangos de edad y si eran responsables de más personas o no.

Fuente: elaboración propia

Figura 6

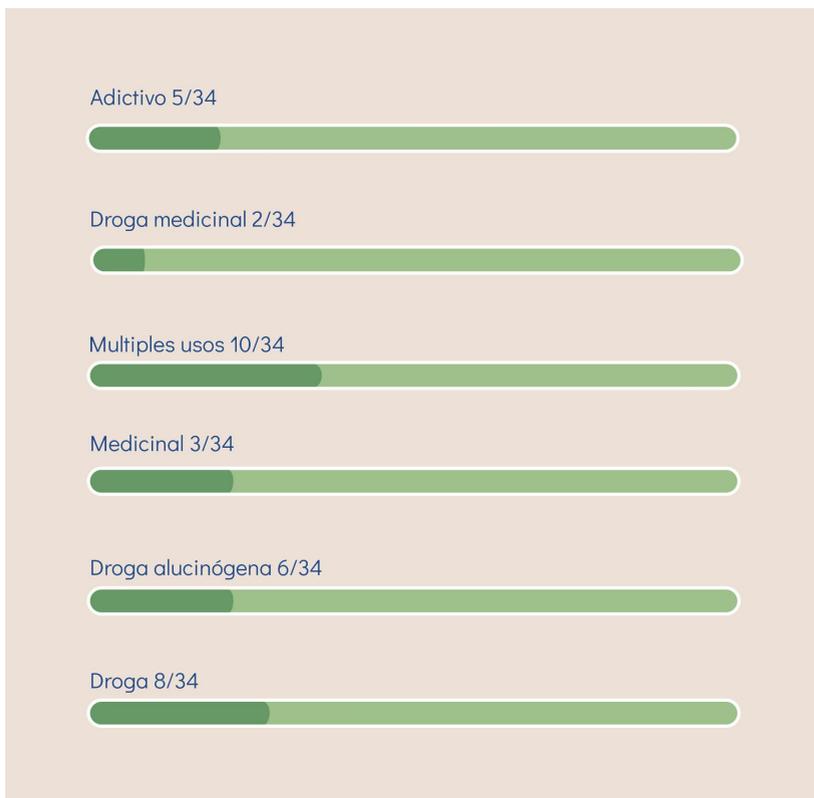
Resultados pregunta 4



Nota: El estudio se realizó con 34 participantes, todos mayores de edad. Esta pregunta establece las áreas de conocimiento que intervienen dentro de la muestra

Fuente: elaboración propia

Continuando con el desarrollo de la encuesta, se busca obtener información relacionada con el significado del cannabis, así como la percepción inicial sin un contexto o una muestra de información adicional.

Figura 7*Resultados pregunta 5*

Nota: Esta pregunta se plantea de forma clara y directa para determinar la percepción de la muestra, es de tipo abierta, pero en el análisis se divide en estas categorías (Adictivo, droga medicinal, múltiples usos, medicinal, alucinógeno, droga), las más comunes dentro de las respuestas.

Fuente: Elaboración propia

2.1.2.2 Conocimiento ancestral. Las comunidades indígenas tienen una conexión con la naturaleza, es su forma de vida. Aunque no tengan en cuenta diferentes aspectos farmacológicos ni de enzimas, conocen los componentes naturales de las plantas y cómo manipularlas, por ejemplo, “*la ayahuasca*” se consigue al mezclar dos plantas, una de ellas es psicoactiva y contiene DMT (Dimetiltriptamina: compuesto natural psicoactivo encontrado naturalmente en plantas y animales) y la segunda contiene B-carbolinas que inhiben la descomposición del DMT en el tracto intestinal negando su paso hacia el sistema nervioso central. Sucede de esta manera con diversas preparaciones que diferentes comunidades utilizan para tratar enfermedades.

Para validar las propiedades curativas de la medicina vegetal utilizada por grupos indígenas, el bioquímico colombiano Yesid Ramirez, afirma que es necesario preservar los derechos del uso de la medicina vegetal más no explotar su cultura a beneficio propio, comparte que hay que firmar un acuerdo de beneficios ante el Convenio sobre la Diversidad Biológica, de esta manera se garantiza su plena distribución. También afirma que las comunidades antiguas tienen el conocimiento, pero que lastimosamente a partir de las regulaciones y diversos actos burocráticos no es posible que puedan entrar a este negocio sin influencia política o económica.

2.1.2.3 Estudios sobre el cannabis medicinal en el asma

El asma se trata de una enfermedad que afecta las vías respiratorias de una persona, estrechándolas y produciendo dificultad para respirar, el origen de esta infección se cree que se encuentra en la primera infancia y en algunas infecciones virales o bacterianas que producen en este momento tan importante como lo es la niñez. Por el momento no existe una cura para el asma, pero se encuentran tratamientos que pueden ayudar a reducir sus síntomas, como los inhaladores con Salbutamol o esteroides, estos llegan a tener posibles efectos secundarios como hipertensión arterial o ansiedad.

Según estimaciones de Global Burden of Disease en 2019, afecta hasta 262 millones de personas en todo el mundo. Incluye tanto muerte prematura como reducción de calidad de vida, en personas de todas las edades en todo el mundo, además la organización mundial de la salud nos dice que el asma es una de las principales enfermedades no transmisibles, que afecta a niños y adultos. Cerca de 1.000 personas por día mueren de asma, todas estas muertes desatan una gran preocupación, ya que muchas de ellas se pueden prevenir y obtener mejoras en los pacientes si son detectadas a tiempo, uno de los motivos es el no disponer de una terapia adecuada.

Algunas investigaciones del potencial terapéutico del cannabis como medicamento para las enfermedades respiratorias se iniciaron en los años 70s. En 1979, investigadores de Estados Unidos realizaron una investigación, un grupo de participantes

recibía el cannabinoide tetrahidrocannabinol más conocido como THC y otro grupo recibiría isoproterenol. Este análisis mostró que, aunque el efecto broncodilatador del THC era menos efectivo, duraba por más tiempo. “American Review of Respiratory Disease, Volume 109, 1974, Donald P. Tashkin et al”, por otra parte, existen el posible efecto antiinflamatorio de los cannabinoides, ya que al paciente se le inflaman los tubos bronquiales y puede empeorar, así que los cannabinoides derivados del cannabis especialmente el CBD, pueden crear un efecto antiinflamatorio.

En otra investigación el asma fue aplicado en ratas por la OVA, luego los animales recibieron cinco miligramos de CBD por cada Kilogramo de su peso, luego de 24 horas se concluyó que el CBD puede ser un nuevo medicamento potencial en modular la reacción inflamatoria del asma, la capacidad del cannabis para actuar como broncodilatador es quizás la propiedad más significativa que tiene en el tratamiento del asma. Sabemos que fumar es perjudicial para nuestro sistema respiratorio, ya que el cannabis que se fuma produce alteraciones, inflamaciones y provoca daños en las glándulas mucosas, pero existen formas de administrar el cannabis mediante aerosoles y vaporizadores, abriendo una oportunidad a la comunidad científica para seguir investigando sobre el cannabis y los tratamientos del asma. Es importante recalcar la importancia de contar con un médico especialista en todo el proceso de toma de decisiones.

Según el ministerio de salud y protección social, “Se estima

que aproximadamente 1 de cada 8 colombianos sufre asma, convirtiéndose así en la segunda enfermedad respiratoria crónica más relevante después de la Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica (EPOC).” Además, Nubia Bautista, subdirectora de Enfermedades No Transmisibles del Ministerio de Salud y Protección Social, dice que es la enfermedad crónica más común entre los niños.

2.1.3 Marco teórico disciplinar

2.1.3.1 Comunicar en el entorno digital.

Desde la convergencia de los nuevos medios se tiene claro que los medios de comunicación no funcionan de manera independiente, se fusionan y conforman un sistema en el que no trabajan de manera opuesta, algunas veces lo hacen de manera perpendicular, incluso, paralela. A partir de esto surgen una serie de necesidades, sociales, culturales, laborales, entre otras. Desde ahora un profesional dedicado a la comunicación y colaboración se enfrenta a audiencias activas y que a la vez también son productoras de información, comunicación y contenidos, es decir, que buscan un servicio con el cual se quiera interactuar.

Tomando este punto de partida, la comunicación y el comunicador encuentran objetos de estudio en los fenómenos sociales significativos que responden a causas y condiciones, por lo tanto, siguen respondiendo a: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural, discurso de los medios

de masas y audiencias que aprenden a reconocer su identidad cultural (Martín-Barbero, 1987) a pesar de la existencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Se mantiene las cualidades de la comunicación análoga con las cualidades significativas de la comunicación digital, es decir, no se busca solo una fuente de información, también se busca que dicha fuente cumpla con características comunicativas, interactivas, simbólicas, participativas, interconectadas y colaborativas. Al integrar esas nuevas tecnologías a los medios tradicionales, se producen modificaciones en la forma en que el mundo es percibido e interpretado por los sujetos, en especial niños y jóvenes, llevando a un cambio progresivo de mentalidad en el que el entorno tecnológico es el centro desde el cual se mira e interpreta la realidad (Pineda, 2011). El profesional se enfrenta a mantener la relación orgánica entre medios, mensaje, lenguaje y audiencia en un entorno que no es del todo orgánico. Un espacio creado, programado y establecido de manera específica para que esta relación sea vivencial, pero no perceptible, un lugar en el que no se nota que hay una estructura mecánica y establece la ya mencionada percepción orgánica.

2.1.3.2 Usabilidad y accesibilidad. En el año 2005, Alfonso de la Nuez, director general de XperieceCounsolting, afirmó que el futuro de la usabilidad para diseño de interfases se caracterizaría por: competitividad y fragmentación de mercado, usabilidad estratégica, usabilidad sensacional y ubicua, además, de usabilidad

estratégica, diecisiete años después se podría decir que no se ha equivocado, es más, se le podrían sumar características al concepto de usabilidad y a sus aplicaciones en entornos digitales. Teniendo esto en cuenta se podría decir que la usabilidad para un producto digital es el grado de facilidad de uso que tiene este mismo junto con la emoción satisfactoria que tiene algún usuario cuando lo utiliza. Es el método que se aplica dentro de un diseño para hacer el proceso de uso más fácil “En la vida diaria, queremos ocuparnos de las cosas importantes y no de desperdiciar nuestro tiempo tratando de averiguar cómo abrir una lata de comida o marcar un número de teléfono” (Norman, 1998) Esta frase es sencilla de entender y de interpretar, es como la frase que fundamenta los principios básicos del diseño: “menos es más” (Van der Rohe, 1929) Los diseñadores de cualquier especialidad tienen clara estas premisas que con el pasar del tiempo se modifican según contexto y uso, pero que se mantiene en esencia.

Estudiando el término accesibilidad se entiende como qué tan fácil es acceder a los contenidos. Mientras que la usabilidad es el grado de facilidad de uso, la accesibilidad es el grado de facilidad de acceso. Ambas características se encuentran relacionadas entre sí y están relacionadas con la experiencia de usuario en general, una diferencia que se puede establecer entre ambas es que la accesibilidad se muda en cuanto a todos los posibles usuarios de un producto o servicio sin exclusiones.

2.1.3.3 Función y forma, base del diseño. La función y la forma son características propias del diseño, más que todo del diseño industrial. Para este proyecto es necesario establecer que se tiene en cuenta como principio, pero que no se utiliza de la misma manera que en un entorno físico, pues el enfoque disciplinar es digital y multimedia. Las cosas físicas se manifiestan por medio de la forma: color , textura, líneas, curvas, espacios bidimensionales o tridimensionales en los que interfieren: punto, línea, plano y volumen; interfieren con los sentidos. Transmiten mensajes y se comunican por medio de códigos que son percibidos por un usuario objetivo. Este principio aplica en un entorno digital y físico, aunque muchas de las características de forma mencionadas sean más perceptibles en un entorno físico, no quiere decir que no se presenten a la vez en entornos digitales.

Un producto, artefacto o servicio, no es solo forma, también es función, ya que debe cumplir con una acción de carácter fisiológico. En productos netamente físicos propios del desarrollo industrial, las acciones son determinadas para un usuario, en el entorno digital el producto cumple con unas funciones determinadas, pero el usuario tiene mayor cantidad de posibilidades para realizar acciones consecuentes de esa que le ofrece el producto o servicio, se desarrolla más interactividad. Ambas características tienen una relación necesaria y estrecha dentro del desarrollo de un producto de diseño.

2.1.3.4 Estrategia comunicativa, transmedia y narrativa

transmedia La acción de comunicarnos exige un proceso de planeación previa y que contribuye de alguna manera asegurar la eficacia de un estímulo, para poder llevar esto a cabo es necesario hablar de estrategias de comunicación, el cual se basa en un conjunto de formas y modos comunicativos con el objetivo de establecer la comunicación eficaz de ideas, productos o servicios. Según Yarmila Martínez, en el libro hablemos de comunicación dice que “una estrategia de comunicación es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito “(2009:160).

La transmedia es un término que introdujo el teórico estadounidense Henry Jenkins, él lo definió como una forma novedosa de la narración, entendida para contar historias a través de múltiples plataformas y formatos, especialmente digitales, en donde el consumidor juega un rol activo en todo el proceso de expansión, ya que ayuda a que se divulgue en más contextos este relato, además no solamente emplea varios canales de difusión, sino que trata de hacer crecer y expandir una historia, mediante varias piezas de la narrativa. El concepto narrativa transmedia es introducido también por Henry Jenkins en el año 2003, él la define como “un proceso donde elementos integrantes de una ficción aparecen dispersos a través de múltiples canales de distribución con

el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada.” Las historias transmediáticas, añadida posteriormente (2006) para poder entender, se explicará la diferencia entre “transmedia” y narrativa transmedia “la primera se refiere a la estrategia de contar historias a través de múltiples plataformas, mientras que la segunda se enfoca en la estructura narrativa que guía la experiencia de la audiencia a través de estas plataformas. Ahora la diferencia en de una estrategia comunicativa y una estrategia transmedia es que, la comunicativa, se enfoca en cómo una organización o un individuo se comunica con su público objetivo. Mientras, que la estrategia transmedia se enfoca en contar una historia a través de múltiples plataformas y medios para llegar a su público objetivo de una forma más inmersiva.

Dentro del proyecto se establece que se plantea una propuesta de narrativa transmedia, pero se tiene en cuenta que para la amplitud que esto establece hay que distribuirlo en etapas y considerar la reacción de los usuarios, ya que, ellos definen con la creación de comunidad que se identifica con el contenido, si la estrategia se puede ampliar o reducir.

2.1.4 Marco conceptual

En este apartado se encuentran algunas definiciones de conceptos que son de importancia al hablar del tema de cannabis medicinal, ya que este ha mostrado ciertos beneficios en tratamientos para el asma, tales como la reducción de la inflamación del tracto respiratorio y la disminución de la frecuencia y severidad de los ataques de asma. Sin embargo, el uso inadecuado del cannabis puede causar adicción y otros efectos secundarios perjudiciales para la salud. Es importante tener en cuenta que cualquier tratamiento con cannabis medicinal debe ser supervisado por un profesional de la salud y ajustado según la respuesta individual del paciente.

Tabla 1

<p style="text-align: center;">Cannabis</p> <p style="text-align: center;">(Diccionario de cáncer del NCI, s. f.)</p>	<p>“Hojas y parte superior de las flores secas de las plantas Cannabis sativa o Cannabis indica. El cannabis contiene sustancias químicas activas que se llaman cannabinoides que causan efectos similares a los estupefacientes en todo el cuerpo, incluso en el sistema nervioso central y el sistema inmunitario. El cannabis puede ayudar a tratar los síntomas del cáncer o los efectos secundarios del tratamiento de cáncer, como náuseas y vómitos, dolor, caquexia (pérdida de peso corporal y de masa muscular). También se llama</p>
--	---

	marihuana.”
Cannabis medicinal (Cannabis medicinal, s. f.)	“Los términos “marihuana medicinal”, “cannabis medicinal”, “hachís medicinal” o “CBD medicinal” hacen referencia al uso de productos hechos a base de la planta de cannabis para tratar ciertas afecciones médicas.
Asma (Diccionario RAE)	“1. f. Enfermedad de los bronquios, caracterizada por accesos ordinariamente nocturnos e infebriles, con respiración difícil y anhelosa, tos, expectoración escasa y espumosa, y estertores sibilantes.”
Tratamientos (medicina) (Diccionario Médico, s.f.)	“m. Conjunto de medios (higiénicos, dietéticos, farmacológicos, quirúrgicos o físicos) que se ponen en práctica para curar o aliviar una enfermedad. También se dice de un medio especial de cura.”
Adicción	“La adicción es una enfermedad primaria y crónica de recompensa cerebral, motivación, memoria y circuitos relacionados. La

(DEFINICIÓN DE ADICCIÓN, 2019)	disfunción en estos circuitos conduce a manifestaciones biológicas, psicológicas, sociales y espirituales. Esto se refleja en un individuo que persigue patológicamente la recompensa y / o el alivio mediante el uso de sustancias y otras conductas.”
--------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia con base en Diccionario de cáncer del NCI (s. f.); Cannabis medicinal (s. f.); Diccionario Médico (s.f.); DEFINICIÓN DE ADICCIÓN (2019); Bembibre, C. (junio 2022).

2.1.5 Marco institucional

Figura 8
logo FNC



Nota: Logo de la Fundación Neumológica Colombiana fuente:
recuperado de <https://bit.ly/3lpH4G4>

“La Fundación Neumológica Colombiana es una institución privada sin ánimo de lucro y sus propósitos son la atención integral, continua y humana y multidisciplinaria del enfermo respiratorio, la investigación y la docencia en el área de la Neumología” (FNC)

El proyecto se enfoca en la Unidad Neumológica Pediátrica, la cual se dedica a prestar servicios médicos y asistenciales al paciente pediátrico y su familia, enfocándose en patologías de alta complejidad como: asma, trastornos respiratorios del sueño, hipertensión pulmonar, displasia broncopulmonar, fibrosis quística,

entre otro, etc. Esto ayuda a poder esclarecer dudas de mano de los expertos y forjar comunicación asertiva al momento de realizar el producto.

Un punto importante para el proyecto es indagar el cómo la Fundación Neumológica Colombiana se comunica con sus usuarios, la comunidad científica y ciudadana, desde hace varios años la FNC ha implementado en contestar a sus usuarios de forma empática agregando emoticones para generar cercanía, la cuenta verificada de la FNC que se encuentra en Instagram es en la que más se observa este tipo de interacciones, además tienen cuentas en Facebook, Twitter, YouTube y la página web donde las interacciones se encuentran, pero van disminuyendo respectivamente. En cuanto a cómo se comunica con la comunidad científica y ciudadana, lo hace por medio de videos informativos, talleres, diplomados, conferencias y demás métodos participativos y académicos a los interesados en el tema.

La fundación no toma en cuenta el tratamiento alternativo cannabis medicinal y por este motivo no lo comunica al público objetivo.

Figura 9

MEDICANN IPS

CENTRO DE CANNABIS MEDICINAL

Asesorías médicas para el uso de extractos medicinales de cannabis

Nota: Logo de MEDICANN IPS Fuente: Recuperado de <https://bit.ly/3S5fYai>

Además, se cuenta con información de expertos en cannabis medicinal como MEDICANN IPS, la cual es una institución prestadora de Salud ubicada en Medellín, que se integra por médicos expertos en cannabis medicinal, en Colombia esta institución ofrece atención a los pacientes interesados en tratamientos a base de cannabis medicinal, ofreciendo un servicio de asesoría especializada para poder formularle a los pacientes derivados farmacéuticos del cannabis, siendo siempre de principal importancia la seguridad en la administración de esta y la salud de

los pacientes.

Además, los pacientes que son remitidos o que van a una consulta a Medicann IPS, son sujetos a exámenes médicos para poder evaluar las necesidades y las dolencias que necesita volver el paciente.

2.1.6 Marco legal

Cannabis en Colombia y su regulación para uso medicinal

En 1986 se creó la ley 30 que fue necesaria para la regulación del cannabis en Colombia debido a que estaba enfocada en la lucha contra el narcotráfico que se vivía en la época, con la ley 30 se quería disminuir el consumo del cannabis por medio de la penalización del porte, dentro de esta ley se consideran sanciones de arresto, multas y reclusiones obligatorias, para quienes consumieran o portaran cantidades equivalentes a la dosis persona (20 g, máx.). De igual manera, en su artículo 3 se habla de que la producción, fabricación, exportación, importación, distribución, comercio, uso y posesión de estupefacientes, se limitará a fines médicos y científicos, conforme la reglamentación que expida el Ministerio de Salud.

La regulación del cannabis medicinal ha estado en el desarrollo de normas para su cultivo y la fabricación de diferentes productos derivados, las normas y leyes que se tienen sobre el cannabis medicinal en Colombia son las siguientes:

2.1.6.1 Decreto 2467 del 2015: que reglamenta la ley 30 de 1986, ya que el entonces presidente Juan Manuel Santos permitió, junto con la colaboración de los ministerios de justicia y del derecho, de salud y protección social y de agricultura y desarrollo rural, la regulación de la producción, fabricación, comercialización y uso de estupefaciente para fines médicos y científicos.

2.1.6.2 Ley 1787 de 2016: crea el marco regulatorio que permite el uso médico, científico y los derivados del cannabis en el territorio Colombiano, en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico del cannabis y las normativas legales vigente asociadas, además describe las tareas y funciones que deben cumplir los entes regulatorios.

2.1.6.3 Decreto 613 de 2017: Expedido por el Ministerio de Salud y Protección Social, permite regular las licencias y especifica los diferentes tipos de solicitudes, utilización, vigencia para cultivos medicinales o investigativos, además define las reglas de importación y exportación. El decreto habla sobre el desarrollo del Grupo Técnico de Cupos (GTC) que se encarga de elaborar análisis, evaluaciones y el seguimiento de todos los asuntos vinculados con la asignación de cupos del cannabis para usos médicos y científicos.

2.1.6.4 Resolución 2891 de 2017: El Ministerio de Salud y Protección Social establece las tarifas que deben cancelar empresas que hacen uso de las licencias de fabricación de derivados de la marihuana, de esta manera también se deben llevar a cabo las normas técnicas que se deben seguir consignadas en la **Resolución 2892 de 2017**.

2.1.6.5 Resolución 577 de 2017 : Regulación del Ministerio de Justicia y del Derecho, en donde se establece la evaluación y seguimiento de las licencias de semillas para cultivos de cannabis psicoactivos y cultivo de plantas de cannabis no psicoactivos. En la Resolución 578 de 2017, se establecen las tarifas a los servicios de evaluación y seguimiento que deben pagar los solicitantes.

2.1.6.6 Resolución 579 del 2017: Expedida por los ministerios de Salud, Justicia y Agricultura, establecen de manera específica a los pequeños y medianos cultivadores nacionales y los grandes productores encargados de transformar y comercializar el cannabis medicinal.

2.1.6.7 Decreto 811 de 2021: Se habla del cannabis con fines industriales, fortaleciendo su investigación científica, además aclara la regulación frente a la fabricación de productos alimenticios. Por otra parte, el Decreto amplía las licencias de 5 a 10 años, de esta manera beneficia a los cultivadores y empresarios de esta industria, para los proyectos que vayan surgiendo se crea un incentivo, abriendo así nuevas posibilidades de inversión extranjera.

2.1.6.8 Resolución 227 de 2022: Define los requisitos y criterios para realizar la solicitud de un cupo o licencia para el uso industrial del cannabis, su intención es garantizar a personas naturales como jurídicas el acceso seguro a productos con componentes del cannabis.

2.2 Estado del arte

El cannabis medicinal con los años ha conseguido abrirse paso mediante varios medios de comunicación, ayudando a que sea conocido por más personas, permitiendo que las personas conozcan y se informen de manera segura y clara sobre los beneficios del cannabis medicinal, aportando a disminuir la percepción negativa de cannabis, permitiendo que se pueda abordar la temática de una manera positiva.

En Colombia existe una tienda virtual de cannabis medicinal CANNAPP, se encarga de distribuir productos a base de cannabis o de sus derivados, además brindan asesorías legales a personas que están interesadas en adentrarse en la industria del cannabis medicinal e industrial. El blog es la parte más importante, ya que busca brindar un espacio en donde los usuarios puedan informarse ampliamente sobre las novedades del cannabis medicinal, teniendo varias categorías donde encontrarán información de su interés.

Figura 10

CANNAPP 

Tienda [Blog](#) ¿Cuál es tu producto? ¿Quiénes somos? [Iniciar sesión](#)   



Aceite CBD: qué es, para qué sirve y dónde puedo conseguirlo 25 junio, 2020

Categorías: Cannabis para dummiesSalud

Probablemente habrás escuchado acerca del aceite CBD. Pero, ¿sabes con exactitud qué es y para qué sirve? Desde que se legalizó el uso de cannabis con fines medicinales y científicos en Colombia, se ha aumentado el interés por este tipo de productos. En CANNAPP explicamos qué es el aceite CBD y para qué sirve. De [...]

5 casos de éxito con cannabis medicinal
19 junio, 2020

Categorías: Historias de vida

A pesar de la amplia evidencia científica que existe en materia de cannabis medicinal, han sido las historias lo que ha generado mayor impacto en el mundo. Casos de éxito con cannabis medicinal hay en casi todos los países, y han sido estos casos los que han impulsado la legislación. En CANNAPP hemos elegido 5 [...]

Categorías

-  Actualidad (9)
-  Cannabis para dummies (2)
-  Cultura (2)
-  Enfermedades (1)
-  Historias de vida (7)
-  Legalización (2)
-  Salud (15)
-  Sin categoría (8)

Entradas recientes

Reduce tus dolores menstruales con aceite de CBD
27 octubre, 2021

EpoCannaBiz Business Conference 2021: Una apuesta al encuentro de la industria y al intercambio de experiencias
9 septiembre, 2021

Nota: Captura de la página CANNAPP Fuente: Recuperado de

<https://cannapp.com.co/>

Soriano & Fernández Abogados

S&F Blog

Figura 11

TODA LA ACTUALIDAD DEL MUNDO CANNÁBICO. LEGISLACIÓN, REGULACIÓN, NOTICIAS, CANNABIS MEDICINAL Y MÁS.



Grow Shops en España

Los grow shops en España, o tiendas de cultivo en castellano, son uno de los negocios más longevos de la industria del cannabis. Todo el mundo ha visto alguna vez en su ciudad esos comercios con silbidos cambiados en sus escaparates mantenerse operativos durante años. Y es que, los grow shops son uno de los

¿Qué puede hacer el cannabis contra el autismo?

Cómo el cannabis afecta a las personas con autismo es algo con poca evidencia científica. Si los cannabinoides mejoran o empeoran los síntomas del trastorno del espectro autista está aún por decidir a debate. Pero, qué se sabe del efecto del cannabis en personas con problemas para la socialización y la comunicación con los demás hasta

¿Cómo puedo montar mi tienda de CBD?

¿Cómo puedo montar mi tienda de CBD? Crear una tienda con productos de CBD parece ser el camino correcto de la industria cannábica ahora mismo. En España, al menos, vemos proliferar en nuestras ciudades pequeños comercios en cuyo interior ofrecen cantidades de CBD, flores, gominolas de CBD, ropa de calhazo, aceites de CBD o de

Nota: Captura de la página **S&F Blog** en donde se muestra el blog de la página Fuente: <https://soferabogados.com/blog/>

Soriano & Fernández Abogados son un grupo de abogados profesionales ubicados en España con más de 10 años de experiencias en el sector del cannabis, dando asesorías a personas interesadas en los usos y beneficios de la planta, esta página web tiene un apartado en donde se encuentra un blog el cual tiene un diseño agradable a la vista, con una diagramación de fácil comprensión, la intención de la propuesta es que sus clientes conozcan las últimas noticias sobre el cannabis, además de manejar un espacio para que ellos dejen sus comentarios y/u opiniones sobre el tema o seguir al espacio de asesoramiento.

Cactus Martorell

Figura 12

2 comentarios en "Libros sobre cannabis"



Nota: Captura de la página Cactus Martorell en donde se muestra los comentarios de los usuarios de la página sobre la noticia Fuente: Recuperado de <https://www.cactusmartorell.com/blog-cannabico/blog/>

Cactus Martorell, es una tienda virtual Española que ofrece productos a productores de cannabis, además ofrecen información actual del sector cannabis mediante noticias en el blog y mediante sus redes sociales. El apartado de comentarios es de suma importancia, ya que le ofrece a los usuarios la opción de expresar dudas y opiniones, los cuales pueden ser vistos por los demás,

creando así una construcción de la información entre todos.

Leafwell

Figura 13

Medical Cannabis

¿Puede el cannabis ayudarme?

Cada uno de nosotros tiene un extraordinario sistema endocannabinólico o SEC. El SEC controla todas las funciones principales de la vida, incluyendo nuestra inmunidad, el apetito, el estado de ánimo, el sueño y los sistemas nervioso y reproductivo. Muchos problemas de salud se han relacionado con desequilibrios del SEC. Aquí es donde el cannabis juega un papel crucial, ayudando a refrescar y reequilibrar nuestros sistemas.

Descubre cómo el cannabis puede ayudarte utilizando el primer panel de investigación interactivo del mundo sobre la marihuana medicinal.

Seleccionar un área corporal

Cáncer Cardiovascular / Circulatorio Cerebro y sistema nervioso Dental Digestivo Endocrino Mental / Emocional Muscular Ojo / Oído Oído

Otros Piel / Cabello Reproductivo Respiratorio Sistema inmunitario Urinario

Nota: Captura de la página principal de Leafwell en donde se muestra las diferentes opciones y secciones de la página web.

Fuente: Recuperado de <https://leafwell.com/es/blog/>

Leafwell se enfoca en contribuir al acceso de información sobre los beneficios del cannabis medicinal terapéutico. Su objetivo es informar a sus usuarios por medio de investigaciones científicas,

utilizando su página web para aumentar el acceso, en donde los expertos responden preguntas de los usuarios, ayudándoles a comprender los beneficios del cannabis. Su diseño es llamativo, intuitivo y la arquitectura de la información es organizada, concreta y fácil de comprender, por otra parte, tiene espacios blancos de legibilidad, que pueden ayudar a guiar al usuario por medio de los contenidos de la página web, además pueden facilitar el descanso.

Enterapia

Figura 14



Nota: Captura de la página de **Enterapia** en donde se muestra los pasos que se deben realizar para comenzar con las citas de psicología en línea

Fuente: Recuperado de <https://enterapia.co/>

Enterapia es una empresa Colombiana de psicólogos especialistas que ofrecen terapias de forma virtual, los usuarios se benefician de los servicios de acompañamiento personalizados, Enterapia toma en cuenta la familia con núcleo importante para el usuario, con la finalidad de dar un seguimiento especial y conseguir buenos resultados en las charlas. Este aspecto es relevante de implementar en la estrategia comunicativa, ya que se busca la integración de la familia en todo el proceso, en cuanto al diseño de la página es muy intuitiva, maneja símbolos e iconos para guiar a los usuarios dentro de la página, con colores pasteles de blanco y azul que generan tranquilidad y serenidad.

BABYRADIO

Figura 15



Nota: Captura de la página de BabyRadio

Fuente: Recuperado de <https://babyradio.es/>

BabyRadio es una plataforma que tiene como objetivo crear y difundir contenido educativo en formato multimedia para niños y niñas de 0 a 9 años. En ella podrán acceder a cuentos con valores, como el amor, la fe, el perdón y mucho más. Los elementos que se rescatan de la página web que se podrán integrar a la estrategia comunicativa, es el lenguaje que se tiene con los usuarios, ya que va dirigido tanto a los padres de familia como a los niños y niñas, además de las ilustraciones y colores llamativas que emplean, también la importancia de la legibilidad y el tamaño de la letra.

2.4 Caracterización de usuario

Desde la aplicación de la metodología, se define como primera parte

del proceso empatizar con las personas, después en la parte de definir es donde se comienzan a crear segmentos para continuar con la ideación del producto. Para la caracterización de usuario es necesario definir a partir de las experiencias y herramientas de empatía, como se muestran en las figuras desde la 19 hasta la 29, es por esto, que a partir de aplicar la herramienta de punto de vista (POV) se plantean el usuario principal: padres de familia de niños que sufren de Asma.

Figura 16

Punto de vista



Nota: En el POV se establece el usuario, además se muestran las razones por las cuales está interesado o relacionado en el proyecto.

Punto de vista - (Anexo E)

Continuando con la aplicación de herramientas como para

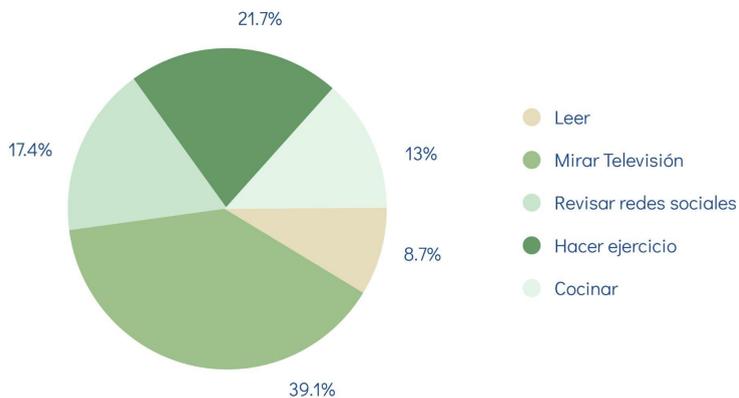
mapas de empatía, tarjetas persona y arquetipos de personalidad, se establece en qué dirección ir para definir el usuario. El primero de ellos evalúa características emocionales y racionales frente al contexto, la tarjeta persona ayuda a distinguir las: necesidades, motivaciones, creencias, objetivos y metas, características demográficas y de comunidad, así como el escenario en el que se desenvuelve el usuario tipo. Finalmente, el arquetipo de personalidad define los rasgos conductuales del usuario frente a diferentes situaciones.

2.4.1 Padres, madres y tutores: Son el usuario principal para el que se decide realizar el proyecto, ya que son los responsables sobre sus hijos. Para llegar a este punto se acude a una herramienta del método cuantitativo, se hace el sondeo “¿Qué opinas?” Está dirigido a padres de familia con diferentes cantidades de hijos, de diferentes edades, diferentes estratos socioeconómicos, con diferentes servicios de salud y preferencias, se acude al método no probabilístico que se basa en la habilidad del investigador para escoger a los participantes. Tiene el objetivo de obtener información sobre uso del tiempo libre, condición de salud de los hijos, reacción en momentos de tensión, e interés en medicina alternativa. Para analizar posteriormente y tomar decisiones de diseño.

Se presentan 16 preguntas en total, para este punto se realiza un análisis de 6 de esas preguntas:

Figura 17

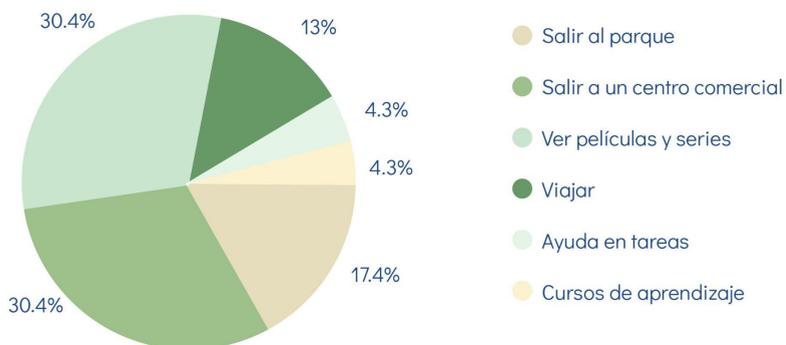
Pregunta 3. En su tiempo libre, usted prefiere



Nota: Esta pregunta se plantea con el fin de conocer las actividades de los usuarios en el tiempo libre, ya que es el tiempo determinado que usaron para adquirir el producto o servicio.

Figura 18

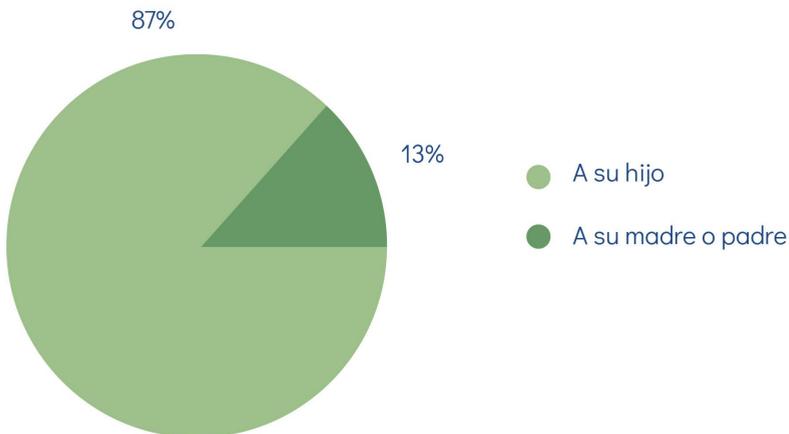
Pregunta 4. ¿Qué actividades hace usualmente en familia?



Nota: Esta pregunta se plantea con el objetivo de conocer las actividades en las que adultos cuidadores y niños realizan en conjunto.

Figura 19

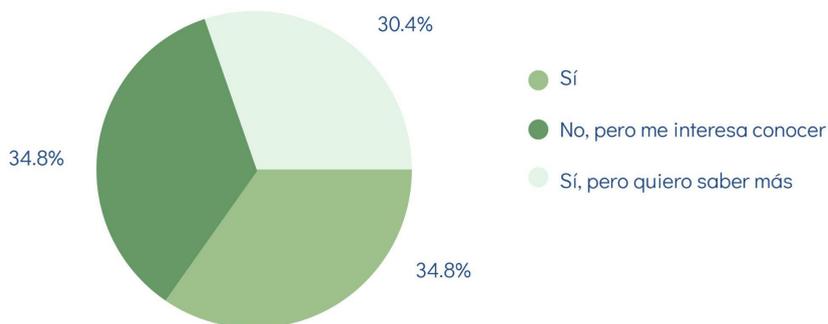
Pregunta 6. En una situación de emergencia en un avión se despliegan las máscaras de oxígeno, después de colocarse la suya, ¿a quién ayudaría primero?



Nota: Esta pregunta coloca al usuario frente una situación hipotética de emergencia, en la que tiene que tomar decisiones rápidas y concretas.

Figura 20

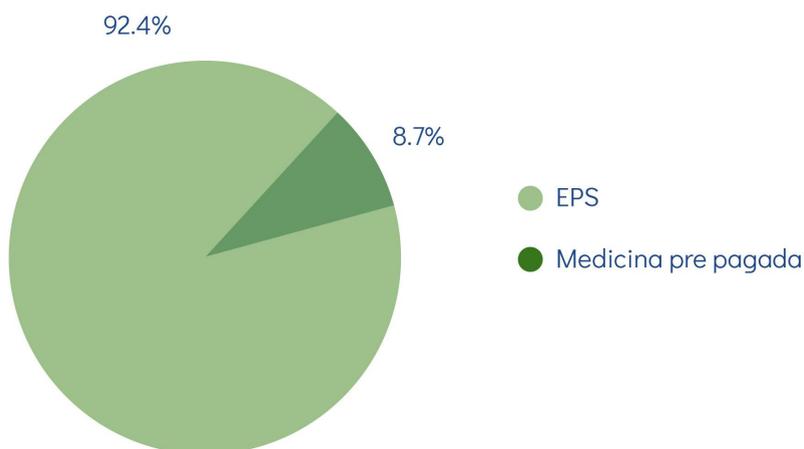
Pregunta 7. ¿Conoce sobre medicina alternativa?



Nota: Con esta pregunta se busca conocer desde un punto de vista general si el usuario está interesado en conocer sobre tratamientos alternativos, el enfoque principal del proyecto.

Figura 21

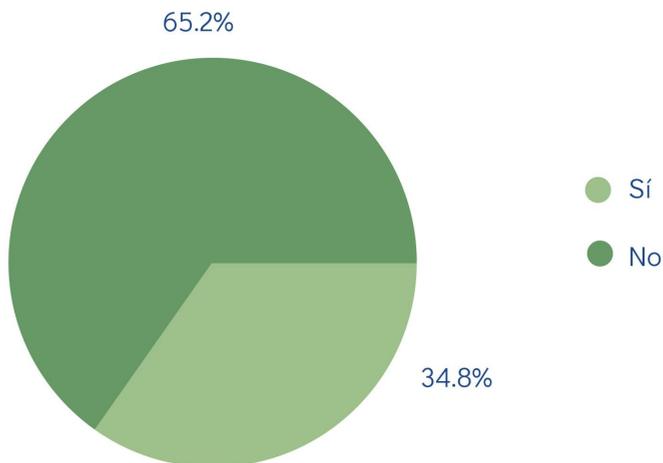
Pregunta 11. ¿Cuál es su servicio de salud?



Nota: se plantea esta pregunta con el propósito de conocer a qué lugar llevan a los niños cuando requieren de ayuda médica.

Figura 22

Pregunta 13. ¿Lleva a su hijo a algún especialista?



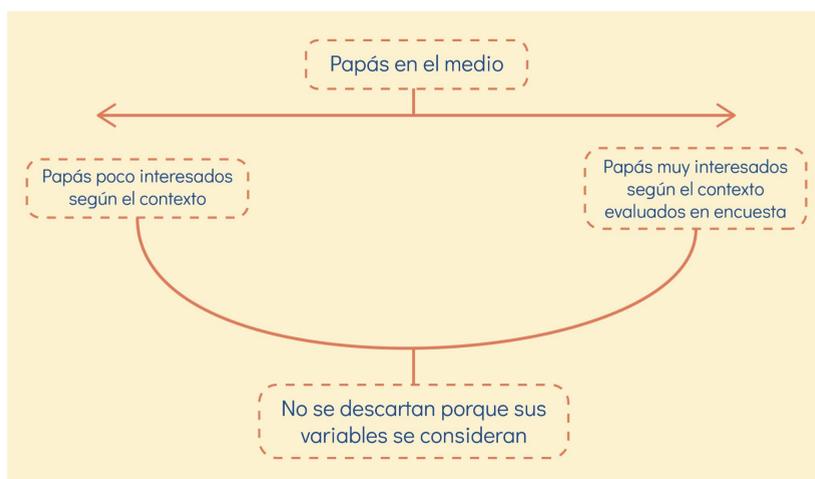
Nota: Esta pregunta determina si los hijos de los usuarios se llevan a atención especializada.

Las respuestas de esta encuesta son fundamentales dentro del proceso de creación, ayudan a tomar decisiones en la fase de definir dentro de la aplicación metodológica. También son claves en el futuro proceso de prototipado. Se concluye del análisis: presentar información de manera audiovisual, ya que la mayoría usa el tiempo libre para visualizar este tipo de contenido, dentro de la estrategia

digital tener en cuenta que los textos amplios pueden no llamar mucho la atención de los usuarios porque leer es la actividad que menos realizan. Además, se comprueba que para los usuarios el bienestar de sus hijos es prioridad sin importar su edad o la condición en la que ellos se encuentren.

Figura 23

Esquema en el que se presenta el rango de interés de los padres según el contexto en el que se desenvuelven.

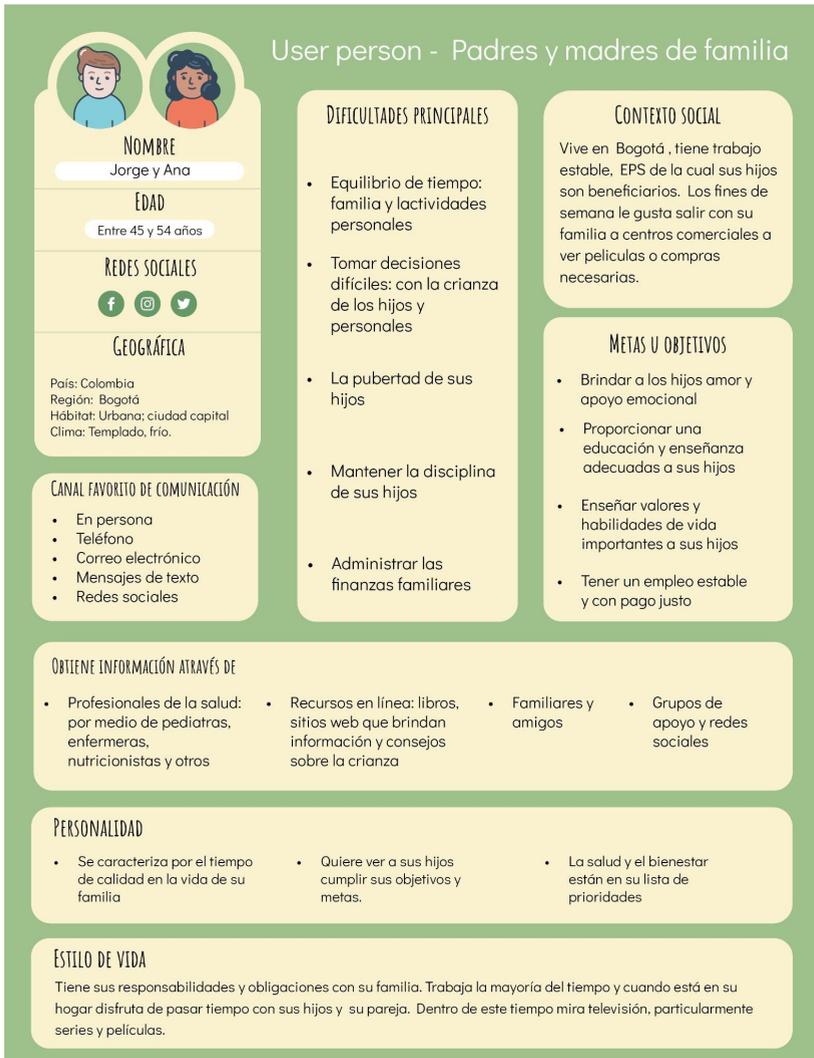


Nota: La figura se coloca dentro del documento con el fin de mostrar que dentro de la encuesta se encontraron resultados de padres poco interesados, muy interesados, o interesados de manera parcial. Los mencionados en tercer lugar representan el usuario para el que se desarrolla el producto dentro del proyecto. A partir de considerar sus contextos y grados de interés, se define que no es necesario plantear un nuevo usuario, sino, precisamente, tomar el grado de

interés mencionado y segmentarlo.

Figura 24

Recopilación de datos presentados desde las herramientas metodológicas frente al usuario: padres y madres



Nota: En esta figura se registran características geográficas con el fin de determinar cualitativamente el contexto en el que se

desenvuelve el usuario, psicográficas para determinar el contexto social y su personalidad.

User person versión extendida - (Anexo F)

Figura 25

Tarjeta persona usuario madre

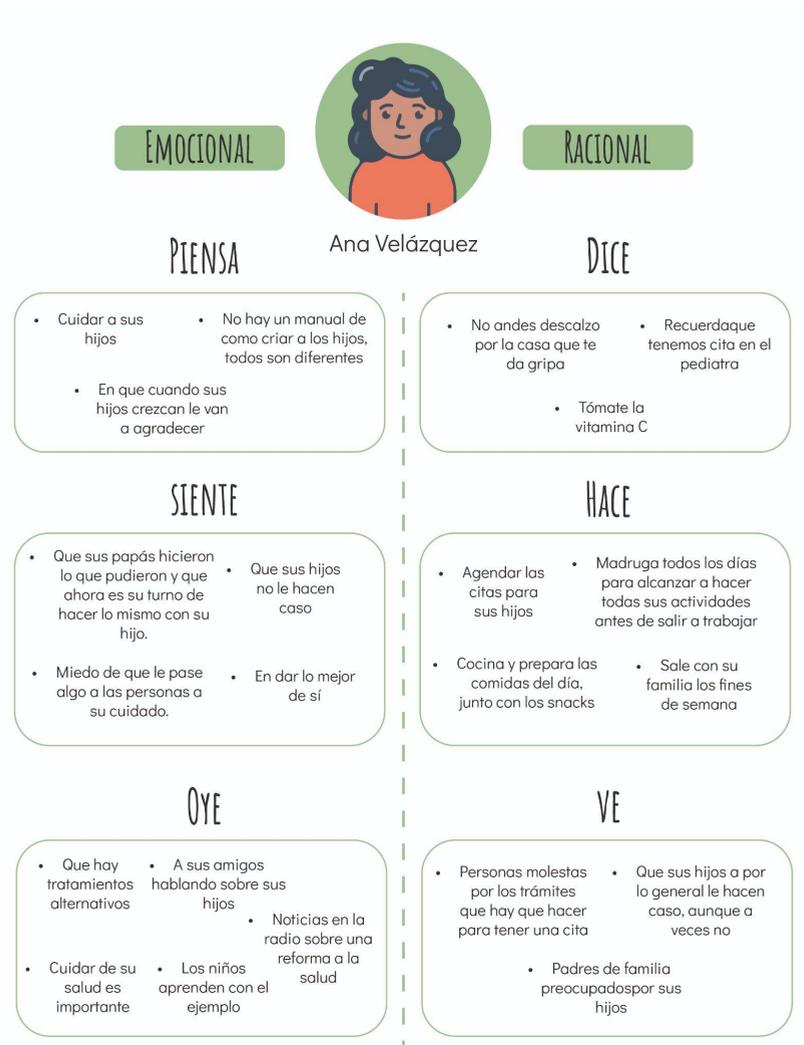


Nota: La tarjeta persona relaciona el contexto del usuario tipo “Ana Velázquez” quien en este caso cumple con el rol de madre con poder de decisión sobre qué tratamientos sirven para sus hijos.

Tarjeta persona - (Anexo G)

Figura 26

Mapa de empatía usuario madre



Nota: El mapa de empatía relaciona características emocionales y racionales del usuario tipo “Ana Velázquez” quien en este caso cumple con el rol de paciente con autonomía de decisión.

Mapa de empatía usuario madre - (Anexo H)

Figura 27

Arquetipo de personalidad



El arquetipo del usuario “padre o tutor” se caracteriza en el papel de protector, ya que cumple con un rol de protección económica, psicológica y emocional de su hijo o persona a su cuidado. Contribuye en la toma de decisiones.

Lema: Pues esperar

Deseo básico: Mantener a salvo a la persona a su cargo.

Objetivo: Determinar cuál es el mejor tratamiento

Mayor temor: Perder a la persona que se cuida

Estrategia: Escuchar atentamente las opiniones de los doctores

Debilidad: Desconocimiento y sobre tratamientos alternativos

Talento: Evaluar todos los puntos de vista para tomar la mejor decisión.

Nota: El arquetipo es una herramienta útil para poder entender y reconocer al usuario, en donde se puede observar atributos de personalidad que definen el rol protector frente a sus hijos.

Arquetipo de personalidad - (Anexo I)

3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

3.1 Criterios de diseño

A partir de las necesidades de los potenciales usuarios y la situación en la que se encuentran, se idea una propuesta de narrativa transmedia digital, que contiene diferentes maneras de entrar a relacionarse con el contenido. Compuesta por seriado audiovisual, página web y 3 redes sociales como: Instagram, Facebook y tiktok. De esta manera se cubren diferentes medios por los cuales el usuario se acerca a la información, el seriado audiovisual tiene características que permiten conexión entre la producción y a la audiencia, el uso del lenguaje cinematográfico y creación de historias permite crear esta relación emotiva. La tendencia de los usuarios en el momento de buscar información sobre un tema es de tipear en un metabuscador, la página web cubre esta forma de acceder a la información por parte de los usuarios. Finalmente, el comportamiento de los usuarios en redes sociales permite la creación de comunidad a partir de un tema determinado. Para comprender la propuesta, en las siguientes secciones se desplegarán y analizarán los aspectos de su diseño y los requerimientos y determinantes del producto.

3.1.1 Árbol de objetivos de diseño

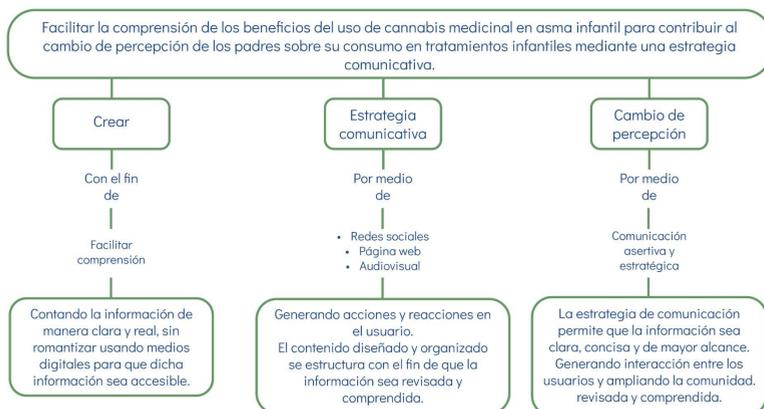
El árbol de objetivos de diseño es el esquema en el que se construye el objetivo del diseño según el objetivo general del proyecto y las necesidades y comportamientos encontradas del usuario. En la figura 30 el encabezado es el objetivo general y a partir de este se divide en tres aspectos importantes: crear (referente a la acción), estrategia comunicativa (objeto de creación) cambio de percepción (propósito del objeto creado)

En la rama de crear se establece el objetivo tanto del diseño como del proyecto: facilitar la comprensión, continuando con cómo se realiza esta acción: contando la información de manera clara y real, sin romantizar, usando medios digitales para que dicha información sea accesible. En la segunda rama, o rama de en medio, se encuentra el servicio: estrategia comunicativa, los medios por los cuales esta estrategia se llega a difundir y cómo hacer que esa información suministrada en esos medios llegue al usuario. Finalmente, la tercera rama, parte de la acción de cambio, continúa hacia el tipo de comunicación necesaria para que el cambio sea efectivo y termina con características de la estrategia que son necesarias para lograr el cambio de percepción, tales como: información clara y concisa, con gran alcance, que genere interacción y forme comunidad. Lo estratégico dentro de esta propuesta es que se adapta al contexto de los adultos cuidadores de la UNP de la FNC, ya que los contenidos dentro de los productos están creados a partir de comprender su comportamiento y avanzan en su producción y convergencia según ellos mismos interactúen y permitan que la estrategia crezca y se amplíe.

Figura 28

Árbol de objetivos de diseño

ÁRBOL DE OBJETIVOS DE DISEÑO



Nota: Las ramas del árbol se leen de izquierda a derecha después de leer el objetivo principal del proyecto. Esta herramienta se utiliza para la transición dentro del proyecto de investigación a creación.

Árbol de objetivos de diseño - (Anexo J)

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Los componentes que se necesitan para desarrollar esta propuesta se clasifican en la siguiente tabla. Se crean tres categorías principales divididas en: contexto, usuario y producto. La categoría contexto hace referencia a las características mínimas para tener acceso a alguno de los productos dentro de la estrategia; se define en el determinante de uso interno y el requerimiento es conexión a internet. La categoría usuario se define con el determinante de interactividad, creando el requerimiento de generación de comunidad, generando un parámetro de diseño medible a partir de

KIPIS de redes sociales. Finalmente, en la categoría de producto se describen las características que debe tener el producto para cumplir con el objetivo de diseño y la vez con el objetivo del proyecto. El producto debe tener: usabilidad, legibilidad dentro de los contenidos; ser informativo, creativo y con calidad.

Figura 29

Determinantes y requerimientos - (Anexo K)

Nota: La tabla de determinantes y requerimientos establece los parámetros de diseño consecuentes a establecer categorías, determinantes dentro de esas categorías y requerimientos para esos determinantes.

3.2 Hipótesis de producto

Para poder organizar las hipótesis de producto se realiza una matriz que permite recoger la información de las diferentes propuestas y organizarlas, ayudando así a tomar decisiones de diseño. Se incluyen aspectos a favor y en contra de cada una de las propuestas pertenecientes a cada hipótesis, con diferentes modos de realización y grados de complejidad propios del desarrollo de cada uno de los productos finales.

La herramienta que permite organizar las propuestas para tomar decisiones de diseño es la matriz de hipótesis, utilizada dentro de la fase de prototipado de la metodología. Se presentan tres hipótesis de producto dentro de la tabla 2, en donde se evalúan sus aspectos

negativos y positivos.

La primera hipótesis define que los padres de familia necesitan informarse completamente sobre el tratamiento con cannabis medicinal en asma. Para satisfacer esta necesidad se propone un libro digital interactivo. Sus aspectos positivos son: La información está completa y es directa, al ser interactivo genera una relación y es más entretenido que consultar la información en internet. Sus aspectos negativos son: según la encuesta de caracterización y acercamiento con los usuarios el porcentaje de encuestados a los que les gusta leer en su tiempo libre pertenece a la minoría, esto representa en decisiones de diseño que no es pertinente realizar un libro digital si los usuarios no leen.

En la segunda hipótesis define si se crea una narrativa no lineal para papás en la que son tutores de un personaje y se enfrentan a una situación de experiencias positivas o negativas, se puede generar conciencia sobre los tratamientos alternativos en sus propios contextos. Por lo tanto, el producto que se decide proponer es un audiovisual interactivo con esta toma de decisiones en diferentes situaciones en las que simula escenarios relativos al uso de cannabis medicinal en asma infantil. Los aspectos positivos de esta propuesta son: se puede mostrar una terapia de choque y el usuario prefiere contenidos audiovisuales según la encuesta de caracterización y acercamiento. En los aspectos negativos se encuentra la interpretación del concepto, los tiempos de elaboración y programación y la capacidad de atención de los usuarios.

Finalmente, la tercera hipótesis establece que los padres de los niños con asma pueden informarse de diferentes maneras sobre los tratamientos con cannabis medicinal, así que se plantea como prototipo una estrategia comunicativa transmedia. Los aspectos positivos de esta propuesta son: el alcance, los diferentes medios con los que el usuario tiene interactividad y ya conoce según su contexto, es una propuesta fuerte y nutrida, ya que requiere la interpretación de los diferentes medios de comunicación de la información. Los aspectos negativos son: más tiempo para verificar su objetivo, mucha información que requiere de tiempo por parte de los usuarios.

El usuario juega el papel más importante dentro de cada una de las hipótesis, a partir de sus decisiones registradas desde la fase de definir de la aplicación de la metodología en el capítulo 2 se decide trabajar con la tercera hipótesis de producto.

Figura 30

Matriz de hipótesis de producto

HIPÓTESIS DE PRODUCTO			
	01	02	03
HIPÓTESIS	Los padres de familia necesitan informarse completamente sobre el tratamiento de cannabis medicinal en asma.	Creacion una narrativa no lineal para papás en la que son tutores de un personaje y se enfrentan a una situación de experiencias positivas o negativas.	Los padres de los niños con asma pueden informarse de diferentes maneras sobre los tratamientos con cannabis medicinal.
PROTOTIPO	Presentar un libro digital interactivo.	Presentar un audiovisual interactivo con toma de decisiones.	Presentar una estrategia comunicativa transmedia.
POSITIVO	<ul style="list-style-type: none"> - La información está completa y es directa - Al ser interactivo genera una relación, es más entretenido que consultar la información en internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Mostrar una terapia de choque - El usuario prefiere audiovisuales según la encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor alcance - Diferentes medios para llegar al usuario - Mayor tiempo en planeación al incluir diferentes productos para cada medio.
NEGATIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Según el sondeo realizado a los padres no les gusta leer 	<ul style="list-style-type: none"> - El concepto puede ser difícil de entender - No puede ser muy largo máximo 5 min - Complejo de programar 	<ul style="list-style-type: none"> - Más tiempo para verificar su objetivo - Mucha información que requiere de tiempo por parte de los usuarios

Nota: la tabla sintetiza de manera organizada las hipótesis y sus características positivas y negativas.

Matriz de hipótesis de producto - (Anexo L)

3.3 Desarrollo y análisis Etapa X1

El plan de acción para la producción del objeto de diseño se divide en tres etapas, para esta primera etapa se inicia a trabajar sobre una de las hipótesis planteadas en la matriz de hipótesis. Se decide trabajar sobre la hipótesis número tres, creación de una narrativa transmedia, esta decisión se toma a partir del análisis de las respuestas de los usuarios que brindan en la encuesta de caracterización planteada en el capítulo dos.

Para esta primera etapa se plantea la estrategia: Hoja De Alivio, compuesta por tres productos, el producto central es una página web fuente de información principal para los usuarios; acompañada de una estrategia de redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) y completando con un audiovisual, la figura 31, muestra cómo se comportan estos medios en reacción al usuario.

Figura 31

Infografía estrategia transmedia Hoja de Alivio

También se debe establecer como se espera que se comporte el usuario al realizar la convergencia entre medios, la herramienta indicada para tener ese estimado es el Journey Map, la figura 32 muestra el viaje estimado del usuario en la estrategia Hoja De Alivio.

Infografía estrategia transmedia Hoja de Alivio - (Anexo M)

Figura 32

Journey Map Hoja De Alivio

Journey Map Hoja De Alivio - (Anexo N)

3.4 Desarrollo y análisis Etapa X2

Para la segunda fase del proyecto se propone crear un personaje que funcione como eje central de identificación entre medios, es decir, que funcione como medio para contar los beneficios del cannabis medicinal en el tratamiento del asma infantil, que pueda generar empatía con los usuarios contando su propia historia. Una vez el desarrollo del personaje está listo y los usuarios logran reconocerlo e identificarlo, se puede iniciar con la fase de creación y manejo de redes sociales. Para la toma de decisión sobre la caracterización y estética que este debe manejar, se hacen diferentes propuestas, seis en total, y se colocan a prueba con un grupo determinado de usuarios.

En esta fase también se plantean tres historias para contar en el seriado audiovisual, son historias cortas con caracteres narrativos diferentes. El desarrollo a profundidad de este seriado se retoma cuando el proyecto tenga mayor acogida por el público objetivo y el impacto del universo de Hoja de Alivio sea amplificado.

Figura 33

Cartas de personajes - (Anexo O)

Nota: Las cartas de personajes son un recurso gráfico que se crea de forma análoga y digital para implementar en el testeo número

dos, el cual tiene como objetivo definir qué personaje utilizar.

3.5 Desarrollo y análisis Etapa X3

En esta etapa de desarrollo se tiene en cuenta los tiempos de ejecución y magnitud del proyecto y se toma la decisión de desarrollar la página web que funciona como punto de partida dentro de la estrategia. A partir de la tabla de determinantes y requerimientos se propone una guía de estilo que determina las características y lineamientos estéticos sobre los que se debe trabajar el proyecto. Para construir la web, se inicia por elaborar los wireframes, luego se decide el hosting y el dominio del sitio web que se mantiene oculto durante el proceso de maquetar y realizar iteraciones. En este proceso se toma la decisión de trabajar con Hostinger como hosting y creador de dominio y editar y realizar cambios con Wordpress junto con el plugin Elementor Pro.

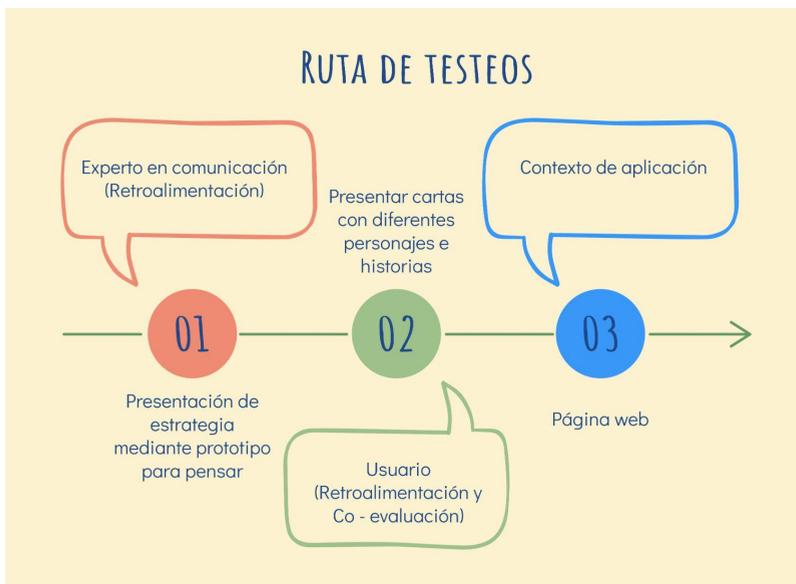
El último paso para realizar en esta etapa es definir las heurísticas bajo las cuales el producto página web cumple requerimientos para el usuario.

3.6 Resultados de los testeos

En la fase de prototipado y evaluación se establece una ruta de testeos donde cada testeo es una evolución del producto en general en la figura 34 se muestra cronológicamente como se plantea esta ruta. Iniciando con un testeo con experto en comunicación, continuando con testeo de historias con los usuarios, y finalmente prueba del prototipo con usuarios.

Figura 34

Ruta de testeos



Nota: El resultado de cada testeo mencionado en la ruta se describe en la continuidad del documento. Página web

Protocolos de testeos - (Anexo P)

3.6.1 Primer testeo

3.6.1.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración). El primer testeo del prototipo de estrategia comunicativa transmedia se realiza con un prototipo para pensar que consiste en un esquema de la primera propuesta de la estrategia. En esta fase se evalúa la pertinencia de los medios según el contexto de los usuarios y cómo los medios se pueden complementar para contar la narrativa transmedia, así como las diferentes maneras de acceder a

la información en los diferentes medios. Las redes sociales que se plantean dentro del prototipo son Facebook, que se destaca por su capacidad de crear comunidad y también por ser la primera red social en la que muchos de los usuarios iniciaron su experiencia y acercamiento en redes. TikTok se establece por ser la comunidad que de difundir y visualizar contenido audiovisual, en esta red el comportamiento de los contenidos es según el interés de los usuarios en un determinado tema, es la que se caracteriza por difundir contenidos en menor tiempo. Finalmente, Instagram es la red que se encarga de difundir contenidos en imagen, audiovisuales, cortos o con una duración más extensa, el contenido que se sube a Instagram se relaciona al usuario según sus intereses de búsqueda. Se plantea la elaboración de una página web teniendo en cuenta el comportamiento de los usuarios al momento de buscar información relacionada a temas de salud, esta web funciona como producto principal en el que se direcciona según la autonomía del usuario hacia los diferentes medios complementarios. El tercer producto que se plantea en este esquema es un audiovisual dividido por seriados, este audiovisual es la forma de conectar de una manera emotiva con los usuarios. El comportamiento de los usuarios juega un papel importante para la convergencia y el cambio de un medio a otro. La estrategia se caracteriza como transmedia, ya que tiene diferentes medios para que el usuario se haga partícipe, así como es él quien tiene la autonomía de decidir si hacer el cambio de medio y finalmente los medios y la información no están desvinculados entre

sí, sin embargo, cada parte de la narración y de la información suministrada en un medio en particular es única.

Figura 35

Prototipo para pensar, estructura de la estrategia transmedia



Nota: La figura 32 muestra la estructura en un panorama general de la estrategia transmedia.

Audio de testeo como evidencia - (Anexo Q)

Esta estrategia en este esquema se presenta a un experto en comunicación transmedia, Andrés Felipe Parra. La retroalimentación que brinda el experto se sintetiza en tres aspectos

principales: adaptación de una narrativa a la estrategia, acercamiento de los usuarios para fortalecer seriado audiovisual, y movimiento de indicadores en redes sociales.

3.6.2 Segundo testeo

3.6.2.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración). Para la estrategia es necesario un personaje principal que funcione como hilo conductor dentro de los diferentes medios, para tomar esta decisión se plantea una actividad en la que los usuarios tengan diferentes opciones de personajes y elijan con cuál de ellos sienten mayor conexión. La actividad consiste en presentar unas cartas, algunos usuarios de forma análoga (Tres usuarios) y algunos otros de forma digital (7 usuarios) en la primera carta se encuentran las instrucciones de la actividad, en las demás cartas, en cada una de ellas, se encuentran los personajes junto con su descripción. Además de conocer la opinión de los usuarios frente a qué personaje se debe escoger, se evalúan elementos estéticos de forma y estilo gráfico, ya que las cartas son diseñadas a partir de los elementos definidos en la guía de estilo.

3.6.2.2 Evidencias (Percepción del usuario). El protocolo de testeo, dentro de esta segunda fase de iteración, propone dos preguntas clave respecto a la opinión de los usuarios, como el testeo se realizó de forma mixta, es decir, algunos usuarios de forma virtual y otros de forma presencial, las respuestas a esas preguntas

se consolidan en el Anexo R Comentarios de los usuarios. A estas respuestas se les hace un análisis para decidir que personaje usar dentro de la estrategia.

Figura 36

Comentarios de los usuarios - (Anexo R)

3.6.3 Testeos adicionales El tercer testeo consiste en probar a partir de las heurísticas establecidas si el producto las cumple o no lo hace. Se pide a los usuarios que usen el producto y naveguen en él, cuando consideran que ya han revisado toda la información dentro de la página, se les direcciona a un formulario de revisión en el que se encuentran 8 preguntas que planteadas para comprobar la heurística, de esta manera se establece el protocolo de testeo en esta última fase.

3.6.3.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración). El prototipo usado en esta fase es la primera iteración de la página web hojadealivio.com, cumple con alta fidelidad estética y funcional. Se testea con 16 usuarios diferentes, tres de ellos pertenecientes al primer grupo de testeo de la fase anterior, indicando que están aún más envueltos en el contexto del proyecto en comparación a los demás usuarios.

Figura 37

Evidencia de los usuarios utilizando el sitio web hojadealivio.online

3.6.3.2 Evidencias (Percepción del usuario). En este punto la percepción del usuario se mide según las respuestas a las preguntas que evalúan las heurísticas, para eso se realiza un análisis detallado del formulario de revisión Anexo S en el que se consideran aspectos importantes como: la velocidad de carga, la capacidad de reconocimiento que generan los personajes dentro de la página web y la composición del tono comunicativo.

Formulario revisión página web hoja de alivio - (Anexo S)

3.7 Prestaciones del producto

Hoja de Alivio es una estrategia de comunicación digital que funciona como un servicio, ya que tiene proyecciones a futuro y su desarrollo está establecido por fases. Esta estrategia está conformada por tres productos diferentes que le agregan características transmediales. Tiene un contexto y usuario determinados, es decir, cumple con adaptabilidad y se destaca por querer comunicar los beneficios del cannabis medicinal en el tratamiento del asma infantil.

3.7.1 Aspectos morfológicos

La estrategia tiene la característica de ser digital y los medios en los que se distribuyen los productos son digitales, por lo tanto, la forma se describe no como un objeto tangible, más bien como productos

hechos para medios digitales con la característica principal de estar conectados a internet.3.2

3.7.2 Aspectos técnico-funcionales

Los aspectos técnicos funcionales del producto se definen desde la tabla de determinantes y requerimientos, ya que ahí se parametriza lo que debe cumplir el producto en técnica, utilidad y estética. Los productos dentro de este servicio cumplen con determinantes de usabilidad, legibilidad, información, creatividad y calidad.

3.7.3 Aspectos de usabilidad

Para determinar la usabilidad dentro del producto principal, se crean heurísticas basadas en las heurísticas de Jacob Nielsen, principalmente con: relación entre el sistema y el mundo real, consistencia y estándares, reconocer antes de recordar, flexibilidad y eficiencia de uso, diseño estético y minimalista, retroalimentación y experiencia. Aunque el planteamiento de Nielsen es más extenso, según el desarrollo de fases del producto hasta la fase tres se consideran las características ya mencionadas.

4. Conclusiones

4.1 Conclusiones

Desde el anexo del análisis del último testeo realizado, Anexo T, se definen aspectos importantes a considerar en el apartado de las conclusiones.

Análisis del testeo número 3 - (Anexo T)

Para facilitar la comprensión del tratamiento con cannabis medicinal en asma para los adultos cuidadores de los pacientes de la Unidad Neumológica Pediátrica de la Fundación Neumológica Colombiana, se necesitan elaborar productos multimedia interactivos que contengan información clara, precisa, actualizada y comprensible sobre el asma infantil y el cannabis medicinal, también incluir elementos narrativos que tengan la capacidad de conectar con los usuarios como los testimonios, animaciones e historias que permiten conectar de forma emotiva. En la estrategia comunicativa digital Hoja de Alivio se toman estas características y se busca representarlas de la mejor manera posible, según las opiniones del último testeo del producto página web, se logra, pero se puede mejorar en la forma y en el contenido interactivo.

Al punto que se encuentra el proyecto no se cumple con lo planteado en las hipótesis explicativa y propositiva en su totalidad, ya que en estas se apuesta por algo más grande (Estrategia digital); sin embargo, con el primer producto que se desarrolla dentro de esta estrategia, se comprueba que el PMV de esa esta cumple como

primer paso para lograr lo propuesto en la hipótesis, puesto que en el último testeado con usuarios, las opiniones indican que les gustaría ampliar la información, los personajes y las historias., es decir, ampliar el universo narrativo correspondiente a Hoja de Alivio.

El objetivo planteado en este proyecto se define como la creación de una propuesta estratégica digital respecto al uso de cannabis medicinal en tratamientos infantiles por parte de los adultos cuidadores de la UNP de la FNC hasta este punto se cumple con el objetivo propuesto, ya que la estrategia está planteada y se inició con el desarrollo del primer producto dentro de ella. Respecto a los objetivos específicos, se cumple con la revisión de los beneficios del uso del cannabis medicinal en el tratamiento del asma a partir de la revisión de fuentes científicas. También, se caracteriza el proceso de toma de decisión por parte de los adultos cuidadores el momento de elegir un tratamiento para el asma infantil, indagando sobre la manera en que la FNC habla respecto al tratamiento con cannabis y consultando cuál es el tratamiento más común que se elige y qué relevancia se le da a este. Finalmente, se presenta la propuesta de estrategia digital y se inicia con fases de prototipado y testeado como corresponde a las últimas dos fases del planteamiento metodológico, se realizan tres planteamientos de desarrollo de producto, cada uno con su testeado a actores involucrados dentro de la situación, es decir actores que están relacionados con el problema disciplinar o al problema contextual, este proceso de creación e iteraciones permite concluir que en variables como la

facilidad de comprensión, la convergencia entre medios o el nivel de conexión de los usuarios con el producto cambian respectivamente desde el punto de inicio del proyecto en el que se inició con un sondeo de opinión general al punto de tomar la iniciativa de proponer ampliar el universo narrativo transmedia de Hoja de Alivio.

La estrategia Hoja de Alivio responde como producto a este proceso de investigación y creación, es un resultado de diseño que cumple con la aplicación metodológica desde el Design Thinking de manera rigurosa y tiene en cuenta que en algún punto dentro del proceso se maneja la retroalimentación por parte del usuario hacia el producto para generar nuevas iteraciones.

4.2 Estrategia de mercado

La estrategia de mercado es esencial para determinar cómo se comercializa ya sea el servicio que se tiene planteado, la estrategia debe contener un análisis detallado, precisando en aspectos esenciales para que se lleve a cabo de manera exitosa, a continuación en los siguientes apartados se expresaran y analizaron las partes que hacen parte del modelo de negocio a partir del modelo Canvas

Figura 38

Tabla del modelo Canvas

MODELO CANVAS

SOCIOS CLAVE

- Médicos expertos en cannabis medicinal y asma infantil
- Médicos reconocidos con credibilidad que comuniquen a través de su mensaje el uso de la transmedia

ACTIVIDADES CLAVE

- Desarrollo de la transmedia
- Testeo y evaluación
- Aplicación de la retroalimentación según los testeos de usuarios y clientes

RECURSOS CLAVE

- Herramientas de diseño
- Espacio de coworking dónde el ambiente sea el ideal para el desarrollo
- Desarrolladores estratégicos
- Información verfica, investigación y literatura

PROPUESTAS DE VALOR

- Información veraz y confiable en un lenguaje claro y sencillo
- Une el cannabis medicinal y el apoyo a niños con asma

RELACIÓN CON EL CLIENTE

- La relación con el cliente se basa en la comunicación de una manera amigable, comprensiva, concreta y sencilla.
- Se dejarán actas firmadas cuando se llegue a acuerdos.

CANALES

- Usuario:
Canales dentro de la transmedia
- Cliente:
Correo electrónico y reuniones por virtualidad asistida o presencial

SEGMENTOS DE CLIENTES

- Usuario: papás de niños con asma que recurren a centro médicos y fundaciones
- Cliente: fundaciones, IPS, centro de salud a dónde van los papás con los niños

ESTRUCTURA DE COSTES

- Presupuesto a 6 meses: 107.000.000,00
 - Presupuesto mensual : 17.833.333,33
- La estructura detallada de costos se encuentra en el apartado 4.2.9

FUENTE DE INGRESOS

- Fundaciones colaboradoras
- Entidades sin ánimo de lucro
- Convocatorias de proyectos de narrativas digitales

Nota: La figura 33 muestra la tabla de modelo canvas con las características que se encuentran en cada sección.

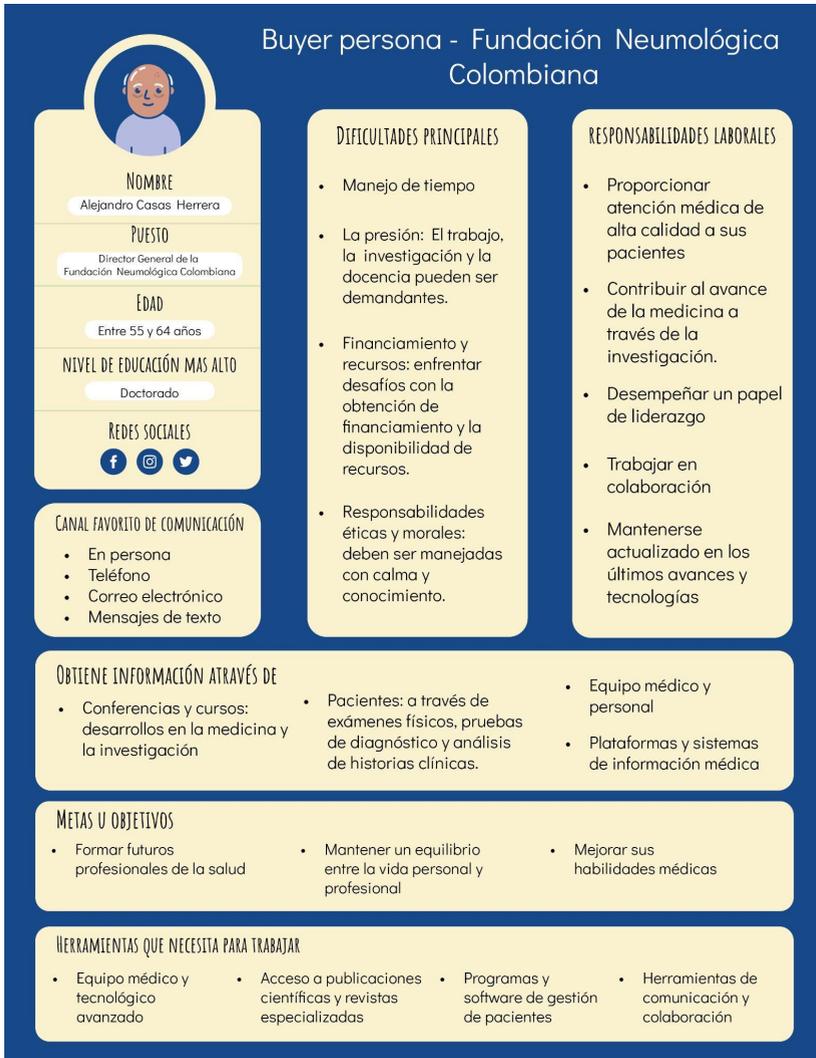
Tabla del modelo Canvas - (Anexo U)

4.2.1 Segmentos de cliente

El cliente del servicio que se plantea son fundaciones, IPS y los centros de salud a donde van los padres de familia con sus hijos, un contexto importante de cliente es la Fundación Neumológica Colombiana, por otro lado, el usuario se basa en papás de niños con asma que recurren a centros médicos y fundaciones, en donde el escenario está involucrado sobre el objetivo que se quiere cumplir.

Figura 39

Buyer persona del director general de la fundación neumológica colombiana



Nota: La figura 39 muestra las diferentes características y cualidades de Alejandro Casas Herrera, director general de la

Fundación Neumológica Colombiana.

Buyer person versión extendida - (Anexo V)

4.2.2 Propuesta de valor

El producto ofrece información veraz, con alto nivel de confiabilidad pero en un lenguaje sencillo y claro. Es fácil acceder a ella mediante el entorno digital propuesto y es capaz de atender inquietudes que emerjan entre los padres y tutores, desde una perspectiva experta o desde la experiencia de otras personas y familias que han estado en una situación similar. La propuesta de valor se establece según las necesidades del usuario. La cual se centra en características esenciales que están en como él obtiene la información que necesita por medio de sus canales favoritos de comunicación, estos aspectos son la accesibilidad y las diferentes formas de hablar de un tema en específico.

4.2.3 Canales

Debido a la estrategia de transmedia narrativa, los canales de comunicación utilizados con el usuario, se plantean principalmente por medios digitales como lo son Instagram, Facebook, Tik tok y página web.

Para los canales de comunicación con el cliente, se propone mediante correo electrónico o reuniones de manera presencial o virtual.

4.2.4 Relaciones con los clientes

Se plantea que la relación con el usuario es mediante una comunicación amigable, comprensiva, además de que esta sea concreta y sencilla en cuanto a facilitar la comprensión de los beneficios del cannabis medicinal en tratamientos infantiles.

La relación con el cliente se basa en una comunicación formal, sencilla y concreta que debido al contexto que se requiere manejar en situaciones que tengan que ver con la infancia y la medicina.

4.2.5 Fuentes de ingresos

La fuente de ingresos proviene de fundaciones colaboradoras, entidades sin ánimo de lucro y convocatorias de proyectos de narrativas digitales. Teniendo en cuenta que se plantea crecimiento del proyecto y que pueda ser implementado en otros lugares que estén interesados en la estrategia transmedia, incluso puede ser una herramienta que potencia servicios existentes en diferentes centros médicos del país.

4.2.6 Actividades clave

Se plantea el desarrollo de la narrativa transmedia que contiene las características esenciales que le interesan al usuario, el desarrollo tiene fases de preproducción, producción y postproducción, luego se realiza la etapa de testeos y evaluaciones que está planteada mediante los protocolos de testeos que establecen las pautas que

se necesitan en cada momento de las actividades, por último se aplica la retroalimentación según los resultados que se tienen de los testeos de usuarios.

4.2.7 Recursos clave

Teniendo en cuenta la realización de un producto digital, se tienen en cuenta como recursos claves el uso de herramientas de diseño, además se piensa en un espacio de coworking, en donde sea un espacio ideal para el desarrollo de la propuesta, junto con las actividades necesarias para la preproducción, producción y postproducción de la narrativa transmedia.

4.2.8 Socios clave

Los socios claves para llevar a cabo la propuesta son los médicos expertos en cannabis medicinal infantil, debido a que ellos son los que más conocen los beneficios del cannabis medicinal, también se contempla a los médicos reconocidos en el área del asma infantil, generando un proceso de fortalecimiento en la información verídica, de esta manera se llegará a aumentar el alcance de la propuesta y posiblemente llamando el interés en que se quieran generar lazos con entidades interesadas en el proyecto.

4.2.9 Estructura de costes

Principalmente, se establecen los costos iniciales del primer mes de funcionamiento y los recursos necesarios, una vez se definen estos

costos se realiza un presupuesto detallado a seis meses en el que se consideran gastos de producción, nómina y oficina.

En los gastos de producción se considera el capital para el desarrollo del proyecto, publicidad y promocionales, mantenimiento, alojamiento web y dominio, servicios públicos. Dentro de los gastos de nómina, entra el salario de dirección de proyecto, gerencia de proyecto y gerencia de comunidad encargados del desarrollo y monitoreo de los productos dentro de la estrategia establecida; el presupuesto para tres asesorías por parte de expertos transmedia y la contratación a tres meses de un técnico en sistemas externo encargado del monitoreo y funcionalidad técnica. Se consideran entre gastos de oficina el espacio de oficina, los equipos de cómputo que cumplen con los estándares de calidad para la elaboración de productos y limpieza y mantenimiento del espacio.

Teniendo esto en cuenta, el total para ejecutar el proyecto durante seis meses se aproxima a 107' 000.000 COP con una ejecución mensual de 17' 900.000 COP aproximadamente.

Tabla 2

Presupuesto Hoja de Alivio a seis meses

HOJA DE ALIVIO PRESUPUESTO GENERAL A SEIS MESES

RESUMEN	PRESUPUESTO	MES	VALOR POR EJECUTAR
Total de ingresos	\$ 107.000.000,00	\$ 17.833.333,33	\$ 89.166.666,67
Total de gastos	\$ 105.192.255,00	\$ 18.682.042,50	\$ 86.510.212,50

INGRESOS	PRESUPUESTO	MES	VALOR POR EJECUTAR
INGRESOS DE OPERACIÓN	PROYECTADO	REAL	DIFERENCIA
Capital Semilla	\$ 107.000.000,00	\$ 17.833.333,33	\$ 89.166.666,67
TOTAL	\$ 107.000.000,00	\$ 17.833.333,33	\$ 89.166.666,67

GASTOS			
GASTOS DE PRODUCCIÓN	PROYECTADO	REAL	DIFERENCIA
Desarrollo de proyecto	\$ 3.000.000,00	\$ 500.000,00	-\$ 2.500.000,00
Publicidad y promocionales	\$ 22.800.000,00	\$ 3.800.000,00	-\$ 19.000.000,00
Mantenimiento	\$ 1.200.000,00	\$ 200.000,00	-\$ 1.000.000,00
Alojamiento web y dominios	\$ 260.000,00	\$ 43.333,33	-\$ 216.666,67
Servicios públicos	\$ 4.392.255,00	\$ 732.042,50	-\$ 3.660.212,50
	\$ 31.652.255,00	\$ 5.275.375,83	-\$ 26.376.879,17
NÓMINA	PROYECTADO	REAL	DIFERENCIA
Gastos de nómina	\$ 46.800.000,00	\$ 7.800.000,00	-\$ 39.000.000,00
Asesor	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	-\$ 2.000.000,00
Salarios de contratista	\$ 3.900.000,00	\$ 1.300.000,00	-\$ 2.600.000,00
	\$ 53.700.000,00	\$ 10.100.000,00	-\$ 43.600.000,00
OFICINA	PROYECTADO	REAL	DIFERENCIA
Espacio de oficina	\$ 2.400.000,00	\$ 400.000,00	-\$ 2.000.000,00
Equipos de cómputo	\$ 16.000.000,00	\$ 2.666.666,67	-\$ 13.333.333,33
Limpeza y mantenimiento	\$ 1.440.000,00	\$ 240.000,00	-\$ 1.200.000,00
	\$ 19.840.000,00	\$ 3.306.666,67	-\$ 16.533.333,33
TOTAL	\$ 105.192.255,00	\$ 18.682.042,50	-\$ 86.510.212,50

Nota: En el presupuesto se considera el monto para que la propuesta se realice en un tiempo de 6 meses, además se toma en cuenta el desglose de servicios públicos

Presupuesto Hoja de Alivio a seis meses versión extendida - (Anexo W)

4.3 Consideraciones

El proceso de diseño generalmente se considera cíclico con retroalimentación e iteraciones que cambian el contexto, el producto o al usuario y es en esos cambios donde la creatividad del diseñador se pone a prueba, en un modo prospectivo se propone para Hoja de Alivio a corto, mediano y largo plazo:

- A corto plazo, considerado a un año, realizar todos los productos de la estrategia adaptados al contexto de la UNP a tal punto que se pueda concretar una comunidad de fandom activa, unida a partir de que el objetivo de facilitar la comprensión del uso del cannabis medicinal en el tratamiento del asma infantil se realiza con tal precisión que el mismo fandom es el que inicia a crear contenido.
- A mediano plazo, considerado a tres años, se propone la posibilidad de contemplar diferentes enfermedades para comunicar estratégicamente los beneficios y tratamientos con cannabis medicinal en ellas, en palabras más simples, si el tratamiento con cannabis medicinal es efectivo para el dolor crónico, por qué no plantear una propuesta de estrategia comunicativa que no solo hable del asma infantil sino también del dolor crónico, o la epilepsia.
- Por último, a largo plazo, considerado como cinco años, se considera en expandir la forma de comunicar no solo hacia el cannabis medicinal, tal vez al consumo de cannabis de uso recreativo.

Referencias

- Admin. (2021, 24 febrero). *Asma - DaVIDA CBD Ya en Guatemala* 5422-9793. DaVIDA CBD.
<https://davidacbd.com/2021/01/27/asma/>
- Alexandra. (2021a). El uso del cannabis medicinal para el tratamiento del asma. *Kalapa Clinic*.
<https://www.kalapa-clinic.com/tratamiento-del-asma-cannabis/>
- Arenzana, D. (2022a). Principios de usabilidad web de Jacob Nielsen y el diseño UX. *Semrush Blog*.
https://es.semrush.com/blog/usabilidad-web-principios-jakob-nielsen/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=641222098075&kwid=dsa-1929298976563&cmpid=19249322807&agpid=145221525980&BU=Core&extid=64565383138&adpos=&clid=CjwKCAjw67ajBhAVEiwA2g_jEBeZtxWdkOAwMzVnLkCFhqGPOJzcXd3J25SRHKCut9CD2b9G7OMrKxoCb70QAvD_BwE
- Asociación Médica Colombiana de Cannabis Medicinal*. (s. f.).
<https://www.asomedccam.org/>
- Barrios Rubio, A. (2014a). *El comunicador en el entorno digital: Vol. Cuadernos. info*, (34), 165-181.
- Cardona, V. V. (2010a). La forma y función como base del diseño. *Revista Grafías*, 23-26.
- Collado, E., & Collado, E. (2022). El cannabis para combatir el

- asma. *Blog de Grow Barato*.
<https://www.growbarato.net/blog/el-cannabis-para-combatir-el-asma/>
- Cordoba. (2022, 9 junio). *Clínica Zerenia Cannabis Medicinal - Clínica Zerenia*. Clínica Zerenia. <https://clinicazerenia.com/>
- Fundación Neumológica de Colombia*. (s. f.).
<https://www.neumologica.org/>
- Guida, J. G., Navone, C. C. O., Pérez, M. D. O., González, A. M., & Ramos, P. I. P. (2019). Cannabis medicinal como recurso terapéutico: estudio preliminar. *Revista Médica del Uruguay*.
<https://doi.org/10.29193/rmu.35.4.5>
- Iberian-Hemp. (2023). ACEITE CBD PARA EL ASMA | ¡FUNCIONA!
Iberian Hemp | Premium Brand CBD.
<https://iberian-hemp.com/aceite-cbd-para-el-asma-funciona/>
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar*. (s. f.).
<https://www.icbf.gov.co/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. Grupo Planeta.
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/jenkins_introduccion_cultura_de_la_convergencia.pdf
- Línea del tiempo de la historia del cannabis | Historia del Cannabis*. (2022, 11 octubre). Historia del Cannabis.
<https://historiadeltcannabis.lasagradamaria.org/linea-tiempo/>
- Marihuana medicinal*. (2022, 4 febrero). Mayo Clinic.
<https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/consumer->

[health/in-depth/medical-marijuana/art-20137855](https://www.medicannips.com/health/in-depth/medical-marijuana/art-20137855)

Medicann IPS Colombia. (2022, 24 noviembre). *Medicina alternativa Medellín | MEDICANN IPS*. MEDICANN IPS. <https://medicannips.com>

Meersohn, P. V. (2019a, abril 26). *Percepción, cultura y realidad*. Meer. <https://www.meer.com/es/53161-percepcion-cultura-y-realidad>

Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (s. f.). <https://www.minsalud.gov.co/>

Promoestetica - La Estetica de Todos. (2023, 19 mayo). *Consulta Especializada en Medicina Alternativa Promoestetica*. Promoestetica. <https://www.promoestetica.com/consulta-especializada-en-medicina-alternativa/>

Russo, S. (2021a, julio 27). *Cuando el conocimiento empírico indígena se encuentra con la ciencia del cannabis - Society of Cannabis Clinicians*. Society of Cannabis Clinicians. <https://www.cannabisclinicians.org/2021/07/27/cuando-el-conocimiento-empirico-indigena-se-encuentra-con-la-ciencia-del-cannabis/>

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652806.pdf>

Soto, A. P. G., & Miró, J. D. F. (2016a). Usabilidad y accesibilidad

para un e-learning inclusivo. *Revista de educación inclusiva*.

Anexos



Para acceder a los anexos de Hoja de alivio, Escanee el código QR

Los anexos del proyecto de grado de Hoja de alivio se encuentran almacenados en un drive, organizados de manera alfabética para una fácil navegación y acceso. Esto permite una gestión más eficiente y ordenada de los diferentes documentos asociados al proyecto.