



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“LIBERADOS”:**

**GERENCIA DE ESTUDIO DEL PROCESO  
DE DESIGN THINKING**

Elaborado por:

**DOMINIQUE ELIZABETH CAMPAÑA PUICON**

Tutoría por: Fernando Ruiz

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Periodismo**

Guayaquil, Ecuador  
Noviembre, 2022

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **Dominique Elizabeth Campaña Puicon** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Liberados: Gerencia de Design Thinking**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Liberados**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Melanie Jazmín Moncayo Méndez, Miguel Ángel López Infante, Ingrid Vanessa Ordóñez Molina, Iván Alejandro Reyes Solorzano, Luis Alfredo Rodríguez Campoverde.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**Campaña Puicon Dominique Elizabeth**

**0923399497**

## DECLARACIÓN JURAMENTADA

Declaro que

Yo, **Dominique Elizabeth Campaña Puicon** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Liberados: Gerencia de Desing Thinking**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Campaña Puicon Dominique Elizabeth**

**0923399497**

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

Para desarrollar el Modelo de Negocios de “Liberados”, se inició utilizando la metodología de Design Thinking. Con este comienzo, se pudo no solo encontrar una problemática importante, los altos niveles de estrés en los jóvenes adultos de 18 a 29 años, sino que permitió conocer a profundidad las necesidades del grupo objetivo. Luego de estos hallazgos en la fase de empatía, esta metodología ayudó a explorar nuestra creatividad para encontrar una solución innovadora y sobre todo que resuelva de forma eficaz el problema. De esta forma, se procedió a testear un prototipo de nuestra primera idea con el target establecido, en la que a través de una matriz de feedback se organizaron los hallazgos en: comentarios positivos, comentarios críticos y preguntas. Así, la idea tuvo una base que comenzó a tomar forma paulatinamente.

Tomando en cuenta los primeros hallazgos, se necesitaba un trabajo investigativo y sistemático. Por aquella razón, la Gerencia de Estudio de Mercado consta de tres etapas principales, que comprenden inicialmente con una investigación cualitativa para determinar el mercado objetivo seleccionado. En este caso, los jóvenes adultos, para así conocer acerca de los mismo, y profundizar sus necesidades. A partir de esta información y mediante herramientas cuantitativas se pudo conseguir una muestra de la población, así como la aceptación de la propuesta del modelo de negocio. Como tercera etapa, se logró conocer el entorno en que el modelo se verá involucrado, considerando tanto factores internos como externos que afecten dentro del funcionamiento y toma de decisiones del modelo. Destacando de esta manera el reconocimiento de la competencia como método para explorar la cartera de alternativas que el consumidor tiene a disposición y reforzar el aspecto diferenciador de “Liberados”. De esta manera, se pudo definir específicamente qué ofrecemos, a quién le ofrecemos, y quién más está ofreciendo algo parecido.

En base a la investigación realizada, la Gerencia de Marketing buscó establecer una estrategia clara para la penetración del servicio en el mercado. Para esto, fue necesario tener clara la posición estratégica junto a los diferenciales que hacen tan especiales y únicos a “Liberados”. Adicionalmente, se explica cuáles serán las diversas estrategias de producto, precio y promoción a realizarse para ser competitivo en el mercado y llevar consistencia con respecto a la propuesta de valor construida anteriormente. Por último, se diseñó un plan de medios que permita amplificar la estrategia de marketing de manera holística para así llegar a la mayor cantidad de personas posibles y generar interés en el servicio.

La gerencia de Administración y RSE analiza tres puntos del negocio, la estructura interna de la organización, compromisos de RSE y términos legales de nómina. Con este análisis se definió la identidad y filosofía de Liberados, que van de la mano con acciones que establecen su imagen ante público externo, marcando su reputación y perspectiva.

Por otro lado, la Gerencia de Estudio Técnico se centró en la evolución de la idea de negocio a lo largo de todas las instancias del proceso; desde la fase de prototipado hasta la consolidación de la propuesta. En ella se abordan puntos clave acerca de la definición del Modelo de Negocios “Liberados”. Así, se incluyen temas relacionados a la descripción del servicio, procesos de producción, capacidad productiva, gastos de inversión y costos. Por último, se especifican todos aquellos requisitos necesarios para la entrada en operación de “Liberados” desde el punto de vista legal y jurídico.

Mediante la realización y análisis del estudio financiero se logró determinar el plan de inversiones necesario para lanzar “Liberados” al mercado. Así como también identificar las fuentes de financiamiento que impulsarán el inicio de operaciones del proyecto.

Adicionalmente, se identificaron los costos variables fijos, gastos administrativos y de ventas, para poder estimar la utilidad bruta y neta de los 5 primeros años de operaciones. Tales

cálculos sirvieron para determinar la viabilidad financiera del modelo de negocios a partir de los índices: la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN) y el periodo de retorno de inversión.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Dominique Elizabeth Campaña Puicon, Melanie Jazmín Moncayo Méndez, Miguel Ángel López Infante, Ingrid Vanessa Ordóñez Molina, Iván Alejandro Reyes Solorzano, Luis Alfredo Rodríguez Campoverde. En el que se explica el plan de negocios del proyecto denominado “Liberados”; por esta razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

## **2. PALABRAS CLAVE**

Estrés, jóvenes adultos, bienestar, conexión, actividades.

## **3. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

“Liberados” es el resultado del proceso de investigación y testeo del modelo de negocios; dando como resultado la propuesta de espacios de introspección, expresión y relajación a través de Journaling, Pintura y Meditación con la guía de profesionales, con el fin de aportar a la conexión y liberación de estrés; dirigido principalmente a adultos jóvenes de la ciudad de Guayaquil. El presente trabajo se realizó manteniendo la parte integral y ética de cada participante. El proyecto “Liberados” ha sido realizado por estudiantes de la Universidad Casa Grande; por lo que en la presente propuesta de modelo de negocios se encontrarán fragmentos de otros autores, los cuales han sido citados para dar el respectivo crédito y respetando los derechos de autor.

## 4. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO .....	4
2. PALABRAS CLAVE .....	7
3. CONSIDERACIONES ÉTICAS .....	7
4. ÍNDICE DE CONTENIDO .....	8
5. ÍNDICE DE TABLAS .....	9
6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	10
7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO .....	14
7.1. Objetivo General .....	14
7.2. Objetivos Específicos .....	14
8. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO .....	15
9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	18
9.1. GERENCIA: DESIGN THINKING .....	18
9.1.1. Empatizar .....	21
9.1.1.1 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? .....	23
9.1.1.2. Mapa de empatía .....	24
9.1.1.3. Mapa de trayectoria .....	27
9.1.2. Definir .....	28
9.1.2.1. Mapa Usuario + Necesidad + Insight .....	30
9.1.3. Idear .....	31
9.1.3.1. Brainstorming .....	31
9.1.3.2. Mapa de costo / relevancia .....	32
9.1.3.3. Poster de concepto .....	33
9.1.4. Prototipar .....	35
9.1.4.1 Proceso de prototipado .....	35
9.1.4.2. Diseño del prototipo .....	36
9.1.5. Validar .....	37
9.1.5.1. Testeo del prototipo .....	38
9.1.5.1.1. Hallazgos .....	38
9.1.5.1.2. Oportunidades de mejora identificadas .....	40
9.1.5.1.3. Adaptación del prototipo .....	40
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	42
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	46

12. ANEXOS .....	52
12.1 Anexo 1: Croquis y Modelo del prototipo en 3D.....	52

## 5. ÍNDICE DE TABLAS

Figura 1 .....	20
Figura 2 .....	21
Figura 3 .....	23
Figura 4 .....	26
Figura 5 .....	27
Figura 6 .....	29
Figura 7 .....	30
Figura 8 .....	32
Figura 9 .....	33
Figura 10 .....	34

## 6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a estudios realizados por Euromonitor International (2019), denominado *Global Health Trends: Impacts on Consumers*, afecciones como la depresión, el estrés y la ansiedad están fuertemente presentes en el diario vivir. En la actualidad, el término “estrés” alude a una sobrecarga emocional que experimenta el individuo, vinculada a una exigencia desproporcionada del ambiente, y que se manifiesta en un estado de nerviosismo porque requiere un sobreesfuerzo por parte del individuo, poniendo en riesgo de enfermar” (Sierra, Ortega & Zubiedat, 2003, pág 43). Dentro de las varias maneras de contrarrestar el estrés sobresalen:

- Actividad física y ejercicio;
- Visitas a doctores y proveedores de servicios de salud;
- Descansar y realizar meditación;
- Tomar medicinas;
- Inclinarsse hacia soluciones naturales y tradicionales.

Adicionalmente, según el estudio *The mental health of Gen Zs and Millennials in the new world of work* por Deloitte (2022), el 46% de la Generación Z dice estar estresado o ansioso siempre o la mayoría del tiempo. A comparación con el 38% de Millennials. Esto debido a que estas generaciones mencionadas dicen estar profundamente preocupados por la situación actual del mundo. Además, su característica baja tolerancia a la frustración los desafía a tratar de equilibrar su vida cotidiana con su deseo de impulsar un cambio social.

Aún más, la pandemia causada por el Covid-19 trajo consigo agravamientos en la salud mental, puesto que poblaciones de todo el mundo se vieron confinadas en los hogares con reducido relacionamiento social. Con respecto a la población ecuatoriana, estudios realizados durante tal temporalidad demostraron un fuerte impacto en jóvenes de 18 a 29 años con respecto a su salud mental. De una encuesta con una muestra de hasta 766 personas, el

89% confirmó haber percibido mayor malestar psicológico desde que empezó la pandemia (Hermosa-Bosano et al., 2021).

No obstante, de la misma manera, la situación de crisis sanitaria trajo consigo un cambio en la percepción del bienestar y auto-mejoramiento. El confinamiento dio paso a espacios de reflexión donde surgen deseos de: establecer metas personales, aprender nuevas habilidades, cambiar hábitos, entre otros (Wunderman Thompson, 2021). Lo que resulta en nuevas necesidades a satisfacer en el mercado y, por tanto, nuevas oportunidades de negocio.

Por otro lado, mindfulness hace referencia “al modo específico de prestar atención a la experiencia (...) se caracteriza por ser intencional (...) y evitando establecer juicios de valor” (Kabat-Zinn, 1990, citado por Brito, 2011, pág. 222). Por tanto, supone una desconexión de las externalidades del día a día que tienen impacto en el estado de ánimo y salud de las personas; lo que trae consigo beneficios para el bienestar del practicante como la disminución de estrés (Brito, 2011, pág. 224).

Asimismo, journaling y arteterapia son actividades que parten de esta práctica. Por un lado, journaling se refiere a la atención en los pensamientos para poder conectar con uno mismo y tener más control sobre ellos (Purcell, 2006). Mientras que la arteterapia se enfoca en la expresión y reflexión de ideas y sentimientos a través de distintos recursos, como por ejemplo, la pintura (Ruddy & Milnes, 2008, p.2, citado por Dumas & Aranguren, 2013, pág. 42)

Partiendo de esta oportunidad y conceptualización, actividades como journaling y arteterapia contribuyen a la liberación de estrés y otras afecciones, así como también al bienestar de los individuos. Esto es gracias a que las actividades aportan a la práctica de mindfulness, consistente en la atención plena al presente, sin juzgar (Khramtsova & Glascock, 2010). Por tanto, el servicio de guía en la realización de las prácticas de journaling

y pintura supone una oportunidad en un mercado donde estas no han sido explotadas, como es el caso del mercado de Guayaquil, Ecuador.

En otras palabras, es patente la afección del estrés en los jóvenes adultos ecuatorianos, ya sea por trabajo, estudio o demás razones. Este padecimiento se agravó por el confinamiento e incertidumbre sanitaria y económica a causa del Covid-19. Por otro lado, la pandemia también resultó en nuevas perspectivas positivas hacia la búsqueda del bienestar, donde prácticas como journaling y arteterapia resultan atractivas para el mercado.

A partir de este análisis del entorno nace “Liberados”. No solo como una manera más de menguar el estrés, sino como una práctica para contribuir al bienestar de los jóvenes adultos ecuatorianos. Por un lado, el estrés es una problemática que está presente en el diario vivir de los ecuatorianos. Además, estos padecimientos se agravaron durante la pandemia. Por otro lado, el confinamiento resultó en tendencias hacia aprender nuevas habilidades y enfocarse en el bienestar; donde las prácticas del journaling y pintura aportan mucho hacia esta meta. Consecuentemente, “Liberados” ofrece una experiencia multifacética donde se podrá practicar journaling y arteterapia de la mano de profesionales, así como la creación de contenido digital para compartir pautas de las actividades con la comunidad.

Con el fin de determinar la aceptación por parte del público objetivo e identificar oportunidades de mejora del proyecto, se realizaron testeos del producto mínimo viable. Estos consistieron en la convocatoria para participar en sesiones guiadas de journaling y pintura, acompañadas de música y snacks. Cada práctica se la ejecutó por separado en grupos de 5 y 7 personas, lideradas por expertas en el campo y con edades contemporáneas al target; además se las llevó a cabo en espacios al aire libre. Las sesiones, además de centrarse en introspección y expresión de pensamiento y emociones a través de escritura y pintura, permitió un espacio de seguridad y confianza para discutir sobre los temas que los asistentes optaron por mencionar.

Ahora bien, en cuanto a los participantes, cabe mencionar que en un principio se sentían nerviosos ya que pocos habían realizado una actividad similar. Sin embargo, durante la sesión, afirmaron sentirse relajados y también manifestaron haberse reencontrado, pues pudieron organizar claramente sus pensamientos lo cual les permitió dar respuesta a ciertas situaciones que estaban experimentando.

De esta manera, se obtuvo información referente a oportunidades de mejora claves para el éxito de “Liberados”. Así, tanto guías como participantes consideran, debido a la naturaleza de la actividad, que es importante que durante cada sesión esté presente un experto en el área de psicología de modo que se pueda ofrecer un mayor acompañamiento. De igual manera, concuerdan que el ambiente influye fuertemente en el desarrollo de la actividad, y que por ello debería continuar realizándose al “aire libre”, pues para ellos significa un espacio de conexión, confianza y relajación. Por último, consideran importante incluir “espacios de libertad” durante las sesiones donde los sujetos puedan ser un poco más autónomos en cuanto al desarrollo de su actividad. También, sugieren contemplar actividades sorpresas que generen mayor dinamismo durante las sesiones.

Como resultado de la identificación de oportunidades en el mercado y del testeado del proyecto, se propone un servicio de sesiones de journaling y pintura guiada por profesionales. De este modo, se responde a las afecciones de estrés, agravadas por la pandemia, así como al interés en el bienestar propio y en aprender nuevas habilidades. Enfocado en el mercado de jóvenes adultos de 18 a 29 años residentes de la ciudad de Guayaquil.

## **7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **7.1. Objetivo General**

Analizar la viabilidad de un modelo de negocios de prestación de servicio de journaling, pintura y meditación guiada por profesionales, a través del análisis de estudio de mercado, financiero y técnico en la ciudad de Guayaquil.

### **7.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar una investigación de mercado que permita conocer el consumidor actual y potencial del servicio propuesto.
- Identificar el proceso de prestación de servicio para determinar el funcionamiento y obligaciones de la empresa.
- Desarrollar un plan de marketing donde se establezcan los medios de comunicación y acciones a realizar en un plazo de 5 años.
- Elaborar un plan financiero que permita definir la viabilidad de la empresa obteniendo los resultados económicos requeridos.

## **8. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO**

A continuación, se estudia la viabilidad de un modelo de negocios que busca reducir los niveles de estrés en los jóvenes adultos. Aquello se conseguirá a través de actividades de introspección, expresión y relajación, guiadas por profesionales. En estos espacios se generarán conversaciones que permiten una conexión con uno mismo y los demás.

Para formar la idea de negocios desde un punto humano, se realizó el proceso de Design Thinking en donde se logró empatizar con los jóvenes adultos de entre 18 a 29 años. Para así, identificar la problemática definida como los recurrentes altos niveles de estrés provocados por distintos aspectos de su vida, como la mezcla entre estudios y trabajo. Así se reconocieron necesidades, tales como el encontrar actividades que creen hábitos saludables a largo plazo y una guía que facilite su camino hacía el bienestar emocional.

Para este modelo de negocios, el estudio de mercado permitió establecer en la idea en base a las necesidades del mercado objetivo, así como su conocimiento y relación con el entorno interno y externo. En los principales resultados del estudio se encuentran la cuantificación de jóvenes adultos guayaquileños pertenecientes al estrato social A y B. Mediante herramientas de investigación cualitativas como entrevistas y grupos focales, y cuantitativas como encuestas, se profundizó al segmento en temas de necesidades, gustos y preferencias; para así tomarlas como posibles formas de solucionar la problemática planteada. También se realizó una investigación a expertos para ahondar más en el contexto del problema, esta etapa de la investigación se preguntó sobre la perspectiva acerca de la idea de modelo de negocio. Como resultado tuvo un alto grado de aceptación que funcionó como motivante grupal para desarrollar “Liberados”. Para conocer el entorno en que el modelo se estará involucrando, se realizó una investigación interna mediante un FODA para conocer la posición como empresa y reconocer aspectos a trabajar y aprovechar. Para analizar el contexto actual, tanto del país como de la industria, se realizaron análisis PESTEL y

PORTER, que ayudaron a determinar la baja competitividad y la situación presente local. Finalmente, se identificó a la competencia y mediante un mapa de competencias donde las variables fueron el precio y la personalización del servicio. Se concluyó que no hay competencia que ofrezcan con exactitud lo que “Liberados” planea.

Para la Gerencia de Plan de Marketing se construyó toda la estrategia sobre la propuesta de valor del servicio, que es ofrecer actividades de relajación guiadas y enfocadas en que las personas puedan expresarse sobre temáticas que crean conversaciones que permitan una conexión consigo mismo y los demás de una innovadora. Con el objetivo de que “Liberados” entre al mercado y se posicione como la mejor opción para un segmento nuevo que se encuentra creciendo y ganando gran popularidad, este plan busca ser consistente y enfocado. Gracias a una estrategia de posicionamiento por combinación, “Liberados” pretende no solo ser llamativo y diferencial sino también ser la opción recomendada por nuestros aliados claves expertos en el campo, con quienes se trabajará de la mano para poder generar un desarrollo mutuo. Con la propuesta de valor y el posicionamiento claro, se aterrizaron las estrategias del producto y lo que este ofrece; el precio con una estrategia que permita ser competitivos teniendo en cuenta el servicio personalizado, y la promoción basada en la creación de contenido de valor que permita generar engagement con el consumidor. Esta ejecución depende en gran parte de un plan de medios bastante sólido que está construido sobre plataformas digitales de gran alcance y frecuencia para lograr resonancia en el usuario.

En el estudio administrativo se definió que misión es ser el espacio de bienestar integral donde el target pueda alcanzar un balance emocional con actividades tácticas guiadas. Bajo esto surge el objetivo de hacer que Liberados sea en 2025, un referente de prácticas de bienestar emocional en el país. Así también llegar a otros canales y herramientas digitales para incrementar su difusión (como podcasts) y lograr un reconocimiento nacional e

internacional. Liberados será reconocido de igual forma por sus acciones de RSE, con sus actividades con escuelas, que tiene el objetivo de fomentar estas prácticas en las nuevas generaciones.

La Gerencia de Estudio Técnico se centró en la evolución de la propuesta, y cómo esta se consolida de modo que se ajuste a las necesidades del público objetivo en función de la problemática identificada. En este sentido, “Liberados” ofrece un servicio enfocado en actividades que fortalecen el bienestar emocional. Pues, mediante sesiones focalizadas en aspectos como la introspección (journaling), canalización y expresión de emociones (pintura), y ejercicios de respiración y concentración (meditación), se busca dar alivio a la problemática. Una vez descrito el servicio a ofrecer, se establecen los procesos de producción, venta, prestación del servicio y la postventa; asegurando siempre altos niveles de personalización y calidad. Además, se incluyen todos los gastos de inversión y demás costos que permiten que “Liberados” pueda entrar en operación; determinando así un costo unitario por persona que asciende a los \$27,89. Finalmente, se establecieron todos aquellos requisitos correspondientes al marco legal y regulatorio que rige en el territorio ecuatoriano de modo que el modelo de negocio pueda ser legítimo y operar con normalidad.

Una vez consolidada la propuesta de “Liberados”, el estudio financiero permitió determinar la viabilidad de la misma a través del análisis del plan de inversión, fuentes de financiamiento, proyección de ventas, costos y gastos e índices financieros. En primer lugar, se identificó la necesidad de inversión inicial de \$13.502,13, para la que existirán dos fuentes de financiamiento: préstamos bancario y aporte de capital. Como conclusión del análisis, la propuesta es un modelo de negocio viable gracias a que la tasa interna de retorno (TIR) alcanza los 27,99% y el valor actual neto del periodo de 5 años analizado es de \$10.370,90, donde la inversión se termina pagando al finalizar el 4to año de operaciones. Por tanto, se evidencia la viabilidad financiera de “Liberados”.

## 9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### 9.1. GERENCIA: DESIGN THINKING

Design Thinking es un anglicismo que se traduce a “pensamiento de diseño”, esta es una metodología que se basa en una filosofía de diseño centrada en las personas. “La innovación está impulsada por una comprensión sólida, mediante la observación directa, de lo que las personas quieren y necesitan en sus vidas” (Brown, 2008a). Es decir, las distintas técnicas creativas que ofrece el Design Thinking permiten llegar a una solución a un problema específico de un nicho de personas. Un recurso que se puede aplicar en el desarrollo de productos o servicios, hasta incluso mejorar procesos o modelos de negocios; su aplicabilidad puede ser en cualquier tipo de campo (Design Thinking en Español, s. f.-a).

Inspiración, ideación e implementación Brown (2008b) son las tres bases principales que componen el proceso de Design Thinking. La inspiración se relaciona con la etapa de empatía y definición, pues tiene como clave una observación y cercanía a la realidad de la problemática. Por otro lado, la ideación es donde se generan, desarrollan y prueban las posibles ideas que dirigen a soluciones. La implementación es la instancia en la que se ejecutan los proyectos con estrategias de comunicación, para así recibir retroalimentación que permitan descubrir mejoras para la solución diseñada (3 Elementos esenciales del Design Thinking, 2021).

El proceso de Design Thinking es iterativo y consta de cinco etapas:

- **Empatía:** El proceso se comienza con este punto para realizar una detallada observación y comprensión de las necesidades de los usuarios implicados. De esta forma se encuentran soluciones relacionadas a las realidades del grupo objetivo.
- **Definición:** En esta fase se define el problema a partir de los hallazgos extraídos durante la etapa de empatía que brindan valor y da un alcance de nuevas perspectivas.

- **Ideación:** Partiendo de una lluvia de ideas se filtran todas las ideas para generar soluciones innovadoras.
- **Prototipado:** En esta etapa se convierten las ideas en prototipos, pues estos siendo una simulación de la realidad nos permiten visualizar, mejorar o cambiar las posibles soluciones.
- **Testeo:** En la fase de testeo se prueban los prototipos con los posibles consumidores de la solución que se está desarrollando. Durante esta etapa la idea va evolucionando hasta llegar a lo que buscamos.

**Fuente:** (Design Thinking en Español, s. f.-b)

Con los conceptos definidos de la metodología de Design Thinking se puede introducir la problemática. Se partió desde una investigación en donde se reconoció la existencia de un problema que tiene como protagonistas a los jóvenes adultos. Siendo este el desbalance del bienestar emocional a raíz de situaciones que causen un alto nivel de estrés. Entre las distintas causas que provocan esta problemática en el grupo objetivo son: la incertidumbre o soledad, y el agotamiento laboral y académico. Según una reciente investigación de Delloite, “la Gen Z y los millennials están profundamente preocupados por la situación actual del mundo y están tratando activamente de equilibrar los desafíos de su vida cotidiana” (*Encuesta Millennial y Gen Z 2022*, 2022).

El estrés es una reacción natural del ser humano a una alerta o desafío, este es necesario para evitar el peligro o cumplir a tiempo con alguna tarea. Sin embargo, el exceso de los estímulos (hiperestrés) ocasionan malestar (Orlandini, 2014). El no saber cómo bajar aquellos picos altos de estrés es un problema que trae consigo consecuencias que afectan al cuerpo, pensamientos, comportamientos y sentimientos, y se presentan a medida que pasa el

tiempo. En el siguiente cuadro (Ver Figura 1) se podrá distinguir las diferentes consecuencias del estrés en el cuerpo, estado de ánimo y comportamiento.

### Figura 1

#### Consecuencias del estrés

Cuerpo	Ánimo	Comportamiento
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dolor de cabeza</li><li>• Tensión o dolor muscular</li><li>• Fatiga</li><li>• Problemas de sueño</li><li>• Malestar estomacal</li><li>• Dolor en el pecho</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inquietud</li><li>• Falta de motivación o enfoque</li><li>• Sentirse abrumado</li><li>• Irritabilidad o enojo</li><li>• Tristeza o ansiedad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consumo de comida en exceso o por debajo de lo normal</li><li>• Arrebatos de ira</li><li>• Aislamiento social</li><li>• Práctica de ejercicios con menor frecuencia</li></ul>

**Nota.** (*Síntomas de estrés: consecuencias en tu cuerpo y en tu conducta*, 2019). Elaboración propia.

Los desgastes mentales y emocionales que conlleva el ámbito laboral la OMS lo reconoce como *Burnout* o *Síndrome de desgaste ocupacional*. Asimismo, la Organización Mundial de la Salud hizo entrar en vigor este síndrome como parte de la Clasificación de Enfermedades (CIE-11), (Juárez, 2022). Respecto a la mitad de trabajadores europeos mencionan que el estrés es un elemento frecuente en su ambiente laboral (EU-OSHA, 2022). De acuerdo a una encuesta realizada en plataformas de búsqueda de trabajo, como Kozerta, Bumeran, Laborum y Multitabajos, en América Latina 8 de cada 10 personas afirman sentirse exhaustos en el ámbito laboral (Guarino, 2022a).

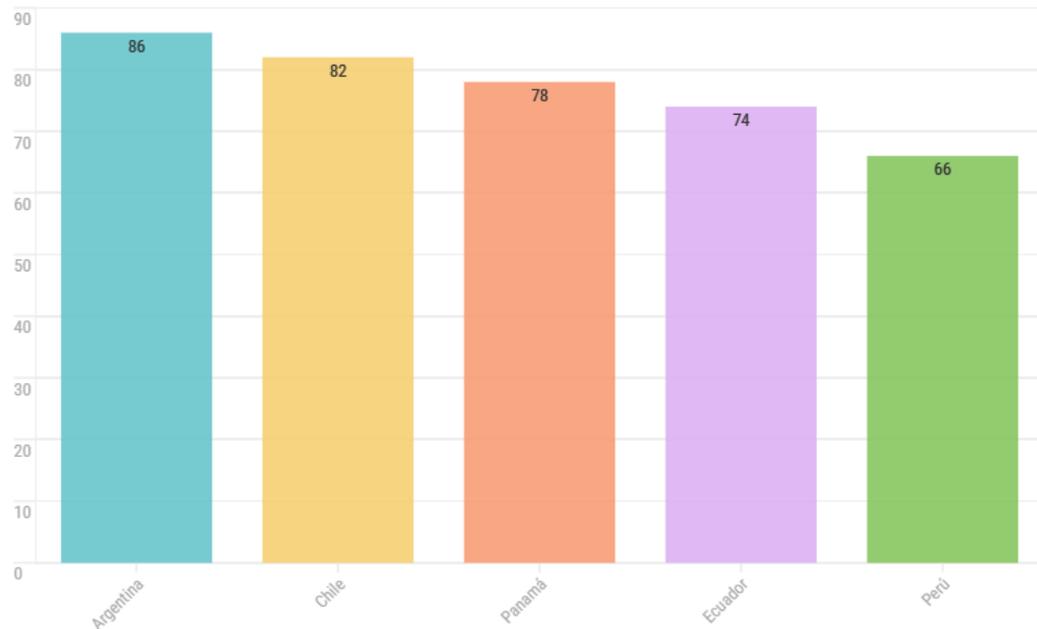
En el siguiente gráfico (Ver Figura 2) se expone que Ecuador con un 74% se encuentra en la cuarta posición del ranking de los países con mayor *burnout*.

## Figura 2

*Países de América Latina con mayor burnout.*

### Los países con mayor 'Burnout' laboral

Top 5 países en América Latina



*Nota.* Datos sacados de *Burnout laboral: Estos son los países más “exhaustos” de Latinoamérica* | Guarino (2022b). Elaboración propia.

Sin embargo, esta realidad en Ecuador, aunque no es tan lejana, no se le da la relevancia suficiente. Yolanda Viteri psicóloga y terapeuta laboral puntualizó para Diario La Hora que en Ecuador el agotamiento no se considera como una enfermedad relacionada al trabajo («Estrés laboral deja pérdidas de \$1,6 millones al día en Ecuador», 2022). Esto demuestra que el estrés, como otras cuestiones relacionadas a la salud mental, suele ser estigmatizado.

#### 9.1.1. Empatizar

Una explicación sencilla de la empatía es ‘ponerse en los zapatos de los demás’, sin embargo, esto es más un complejo proceso psicológico en la que factores como la

observación, la memoria, el razonamiento y el conocimiento se unen para posibilitar la comprensión de los pensamientos y sentimientos de los demás (Albiol, 2018). Palacios y Ramos (2022) nos dicen que: “La empatía es clave para poder comprender las necesidades del usuario y poder proponer soluciones acorde al entendimiento de estas necesidades”. Este proceso es el paso que nos brinda una serie de evidencias de los inconvenientes a resolver. El hallazgo más importante fue que, aunque los jóvenes adultos de hoy son más conscientes e informados sobre el bienestar emocional, estos no la priorizan debido a su agotamiento, falta de tiempo y guía para realizar actividades que equilibren su balanza emocional.

Se realizaron investigaciones y entrevistas para la extracción de información clave que ayude a reconocer los puntos de necesidad y sensibilidad del usuario. El grupo escogido fue conformado por jóvenes adultos de 18 a 29 años que se encuentren cursando sus estudios universitarios y adquiriendo a su vez experiencia laboral. Un horario ocupado sumándole el sentido de soledad que ha existido a lo largo de los años, pero que se multiplica en la pandemia, son factores de estrés que se identificaron para reconocer el malestar emocional de los jóvenes adultos. Tener un sentimiento de soledad, como otras formas de estrés, incrementa el riesgo de trastornos emocionales como depresión o ansiedad (Leland, 2022). Del mismo modo, el malestar se manifiesta de forma física con problemas que van desde fatiga, insomnio hasta ataques cardíacos y problemas gastrointestinales.

Además, la mezcla de estas situaciones de estrés deja un vacío en las necesidades básicas como son la conexión humana propia y la con los demás. Personas pertenecientes a la Generación Z y Millennial dicen tener la sensación de no ser capaces de conectar con sus iguales (Albalat Peraita, 2022). De acuerdo a lo presentado por PsicoAbreu (2022): “La desconexión con nuestros sentimientos nos lleva a actuar en modo automático. Si esto ocurre,

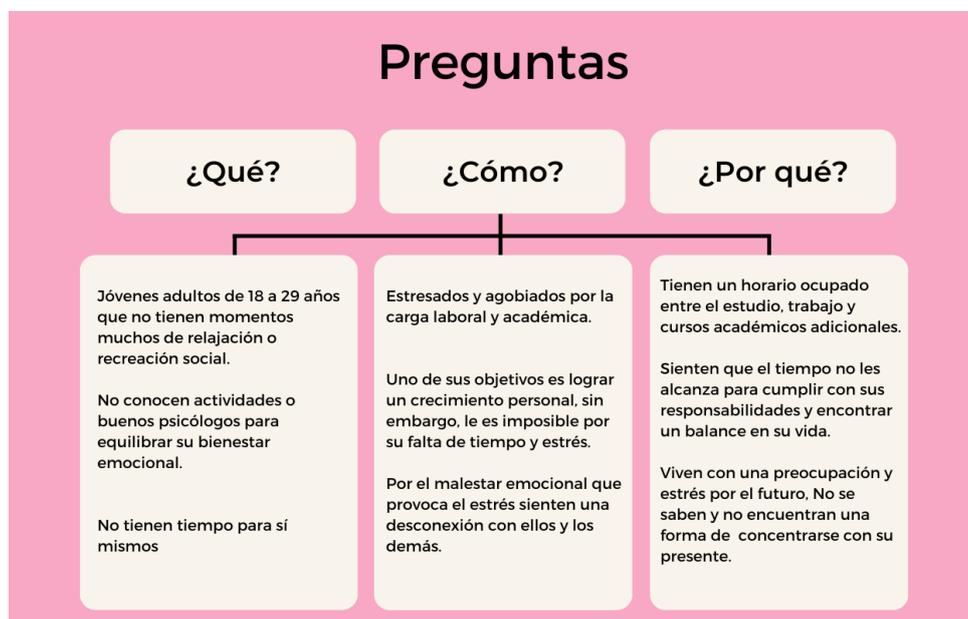
es muy probable que llegue un momento en el que, sin saber por qué, nos sentimos insatisfechos o decepcionados”. Por estas razones es importante otorgar soluciones que permitan un equilibrio a las recientes dificultades de comportamiento, la vida laboral, personal y social.

#### 9.1.1.1 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

De esta forma se inició el esquema de formación del proyecto, con un Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?, donde se reflejan partes elementales de la idea de forma práctica, clara y concisa. De esta forma, se podrán dar posibles modificaciones que requiera el proyecto. Con el mapa se tiene la finalidad de comprender qué necesidades se encuentran, cómo se pueden llegar a solucionar y la razón del por qué emocional tras el problema reconocido. Así, se llega a posibles suposiciones que luego deberán de ser contrastadas directamente con los usuarios (Design Thinking en Español, s. f.-c).

**Figura 3**

*Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?*



*Nota.* Elaboración propia.

### 9.1.1.2. Mapa de empatía

Tras recopilar las primeras fuentes de información tratamos de interpretar la raíz de la posible problemática a través de cuatro entrevistas con el target escogido. Reconociendo qué dice, qué hace, qué siente y qué piensa se puede diseñar el perfil del cliente ideal con base en sus sentimientos (Custodio, 2022). Esta herramienta nos permite acercarnos más a profundidad a las necesidades del consumidor. Un paso esencial para poder llegar a la solución ideal a la problemática.

#### **¿Qué dice?**

Podemos reconocer el lenguaje corporal al momento de contarnos las distintas dificultades. Del mismo modo, escuchar quién es nuestro usuario.

- ¿Estudias? ¿En qué semestre te encuentras?
- ¿Trabajas? ¿Cuál es tu cargo? ¿Desde qué edad empezaste a trabajar?

#### **¿Qué hace?**

Se enfoca en comprender lo que la persona hace en su día a día para así comprender su comportamiento.

- ¿Nos podrías describir tu rutina diaria?
- ¿Cuántas horas de descanso tienes?
- ¿Realizas alguna actividad extra aparte de estudiar/trabajar?

#### **¿Qué piensa?**

En esta etapa se pueden encontrar *insights* relevantes para comprender las incomodidades del usuario.

- De todas las actividades que realizas en el día ¿cuál es tu favorita y cuál es la que menos disfrutas? ¿Por qué?
- ¿Consideras que es importante el balance del bienestar emocional?
- ¿Alguna vez has pensado en recurrir a ayuda psicológica? ¿Qué tal fue tu experiencia? ¿Lo recomendarías?

### **¿Qué siente?**

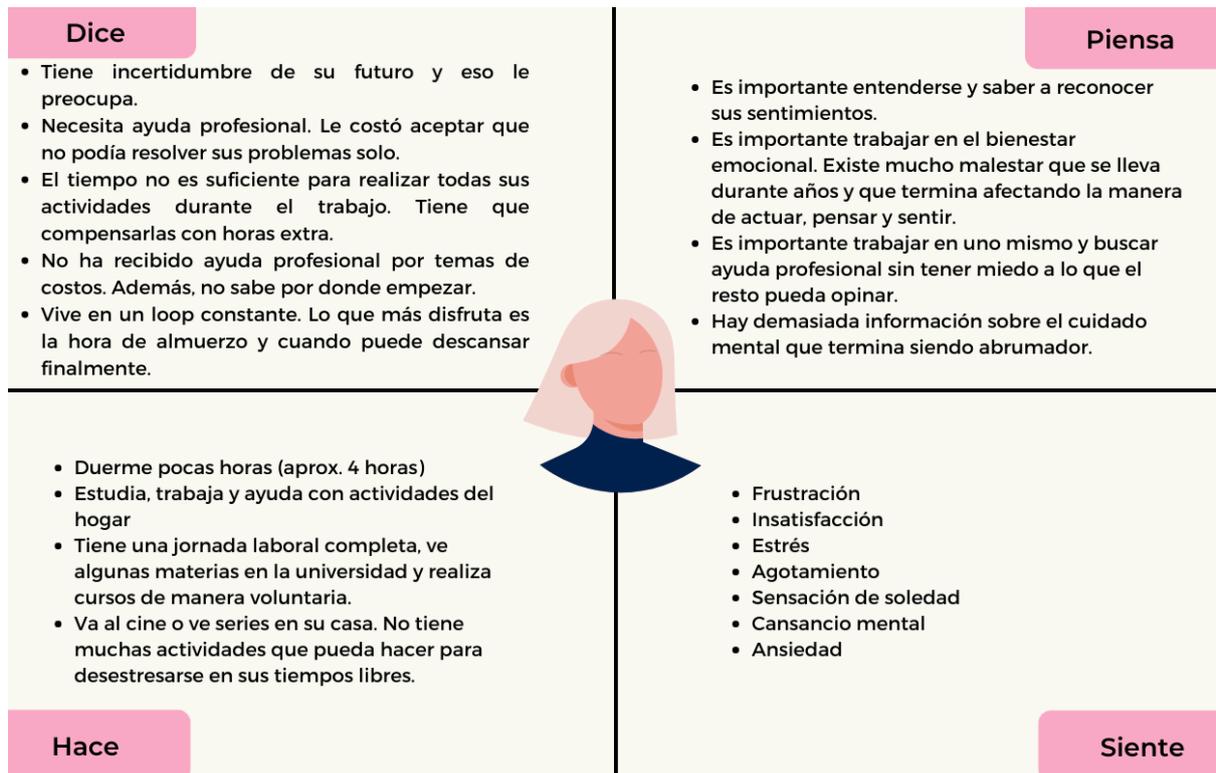
Se encuentran afectaciones negativas o positivas, como desmotivaciones o anhelos, del usuario.

- Si pudieras resumir tu día en tres emociones ¿cuáles serían?
- ¿Te sientes satisfecho con tu estilo de vida?
- ¿Qué sientes que le falta a tu estilo de vida?

A continuación, se presenta el Mapa de empatía (Ver Figura 4) gráficamente en donde se podrán visualizar extracciones de ideas claves de las preguntas presentadas.

## Figura 4

### Mapa de empatía



*Nota.* Elaboración propia.

Como parte de un resumen del mapa, lo que se encontró en estas primeras entrevistas que nos permitieron acercarnos al cliente fue que el problema no surge de la rutina. Pues, una rutina diaria, según los entrevistados, les permite tener una mejor organización. Entonces, el problema se evidencia, en su mayoría en la sobrecarga de actividades que terminan agotando al usuario y ocasiona que estos tengan menos horas de sueño, menos tiempo para socializar o entretenerse y menos tiempo para sí mismo. Esto provoca una contradicción y descoordinación de lo que desean los entrevistados, puesto a que para ellos es importante trabajar en su salud mental y física. Por aquella razón, sienten y experimentan la mayor parte de su día estrés, frustración, insatisfacción y agotamiento.

### 9.1.1.3. Mapa de trayectoria

Plattner (2018) indica que un mapa trayectoria es una óptima forma para pensar sistemáticamente sobre los hitos del proceso, además, este puede ser utilizado tanto para el trabajo de empatía individual, como para comunicar o compartir con los demás. La realización de un mapa de trayectoria posiciona en una línea de tiempo posibles situaciones para así encontrar múltiples observaciones. De esta manera, se mejora el entendimiento y se gana empatía, de tal forma que se descubran áreas de oportunidades o potenciales *insights*.

Se decidió hacer un mapa de trayectoria (Ver Figura 5) de un día del usuario para así conectar puntos de su día que revelen significativos *insights*.

#### Figura 5

##### Mapa de trayectoria



*Nota.* Elaboración propia.

Con este mapa se pudo confirmar distintos factores que estrés que se pueden ocasionar en el día a día del usuario. Como por ejemplo el frecuente agotamiento mental y físico que conlleva los cortos plazos de descanso entre el trabajo y los estudios. Existen casos

en que el usuario suele encontrar un tiempo libre entre semana para realizar otras actividades como asistir a un gimnasio. Sin embargo, se descubrió que la mayoría prioriza más el cumplir con sus responsabilidades académicas o del trabajo. Además, la mezcla entre el estrés y cansancio puede llegar a provocar que no se concilie el sueño y que el usuario se sienta más irritado.

Por otro lado, se descubrió que en fines de semana tienen mayor tiempo libre en las que pueden combinar el cumplir con sus responsabilidades y realizar actividades de entretenimiento. No obstante, estas actividades disminuyen el estrés a corto plazo, por lo que no logran ser lo suficientemente beneficiosas para encontrar a largo plazo un equilibrio en el bienestar emocional. Por lo tanto, desde este análisis se puede afirmar que la estrategia de crear un espacio con actividades terapéuticas guiadas para jóvenes adultos tiene potencial.

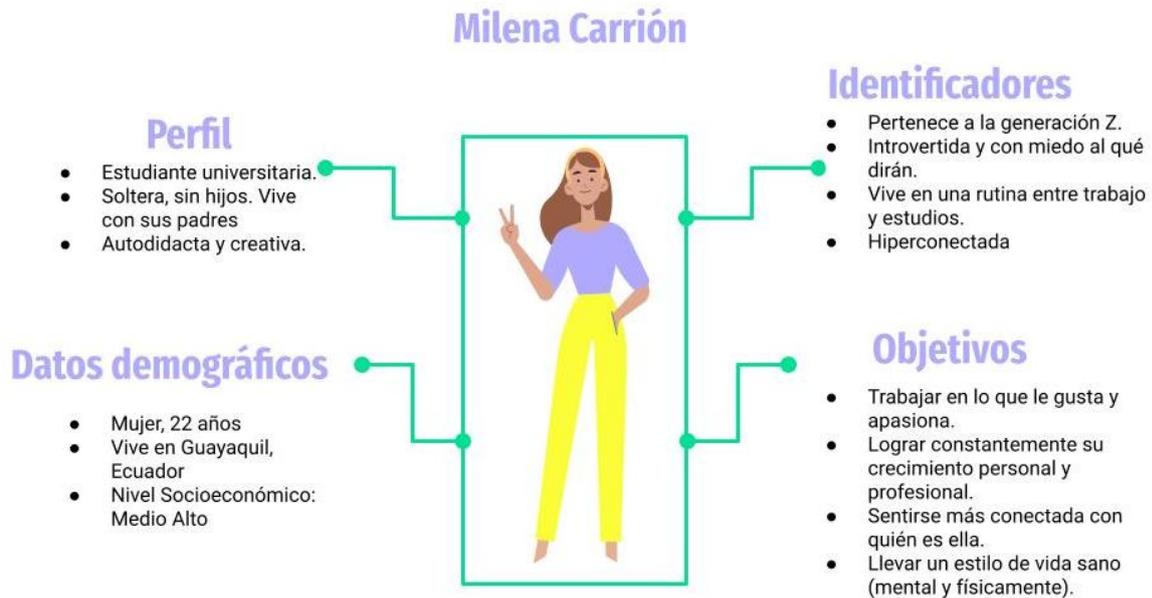
#### 9.1.2. Definir

Tras haber adquirido la mayor cantidad de información, llega la etapa de converger. Para encontrar los denominados *insights* que nos permiten encontrar un foco para empezar a generar soluciones (Design Thinking España, 2019). Para obtener una definición correcta es importante describir quien sería nuestro buyer persona o perfil de la persona. A esto Siqueira (2022) lo define como “la representación ficticia de tu cliente ideal. Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de tus clientes, así como en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones”.

En el siguiente gráfico (Ver Figura 6) se describe a nuestro buyer persona.

**Figura 6**

*Buyer persona*



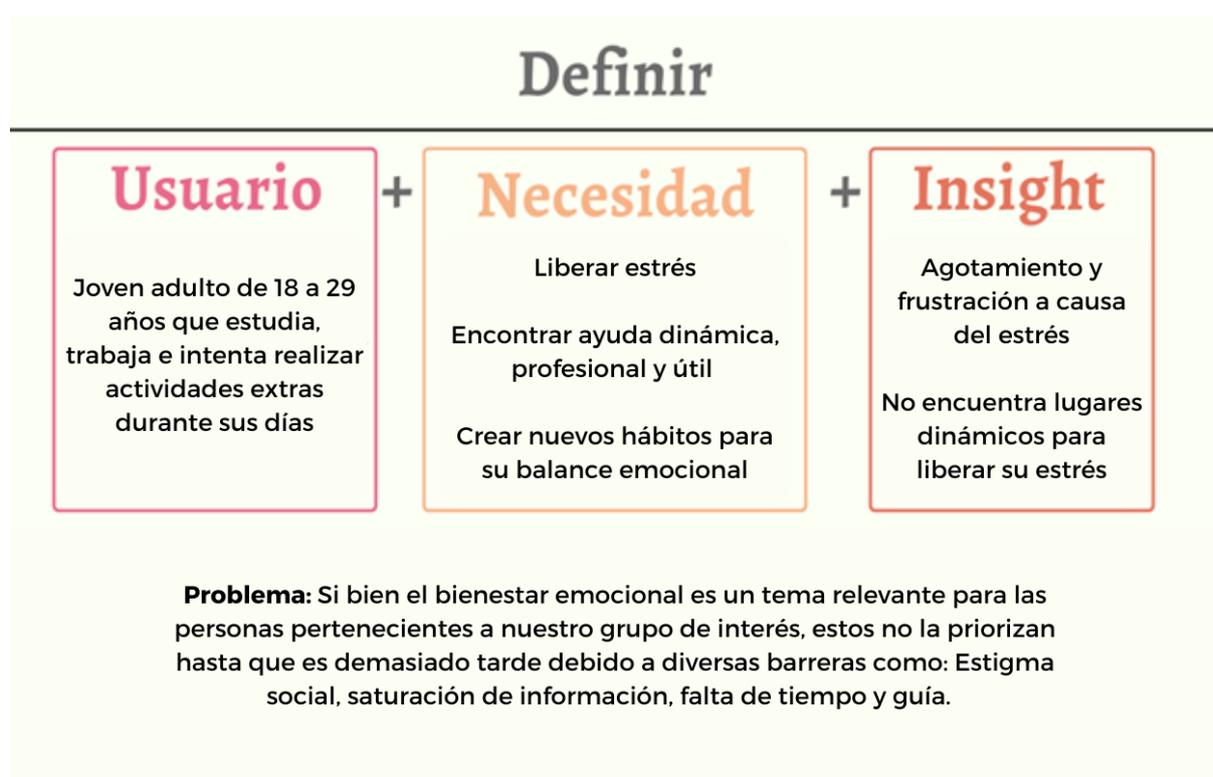
*Nota.* Elaboración propia.

### 9.1.2.1. Mapa Usuario + Necesidad + Insight

Una vez definido el buyer persona, se pudieron encontrar *insights* que ayudan a construir el Mapa Usuario + Necesidad + Insight. Este mapa tiene la finalidad de reflejar el target o grupo objetivo, su necesidad y el hallazgo estratégico. Se escogieron dos *insights* claves que representan los sentimientos que existen detrás de las necesidades del usuario. Asimismo, se plantearon tres preguntas que conecta las necesidades e *insights* y que nos ayudan en la elaboración de ideas.

#### Figura 7

*Mapa Usuario + Necesidad + Insight*



*Nota.* Elaboración propia.

Luego de identificar los insights, se escogieron las siguientes tres preguntas que se relacionan con la problemática:

- ¿Cómo podemos hacer que los jóvenes adultos se interesen en invertir en servicios para cuidar su bienestar emocional?
- ¿Cómo podemos ofrecer servicios que bajen los niveles de estrés que se alejen de la tradicionalidad?
- ¿Cómo podemos mitigar los factores que representan una barrera para los jóvenes al momento de la búsqueda del bienestar emocional?

### 9.1.3. Idear

La fase de idear corresponde al momento para generar ideas creativas, innovadoras y relevantes para la solución de la problemática descrita en la etapa de definición. “Actúa como lo haría un creativo en el proceso de diseño, a partir de un brainstorming o lluvia de ideas que se irán filtrando hasta encontrar la mejor solución para resolver el problema relacionado con el dispositivo” (Design Thinking en Producto Sanitario ¿Qué es idear, prototipar y testar?, 2021). Un aspecto importante a mencionar en esta etapa es que el surgimiento de ideas no tiene un límite, pues no siempre la primera idea es la mejor. Al tener un mayor número de ideas de dónde elegir, se obtendrán mejores resultados.

#### 9.1.3.1. Brainstorming

De acuerdo a un artículo de Design Thinking España (2021): “El brainstorming sirve para ayudarte a generar el mayor número de ideas diferentes y relevantes en relación a un reto o problema que quieras solucionar”. Para la solución de la problemática planteada en este proyecto se elaboraron 50 ideas. En el siguiente gráfico (Ver Figura 8) se podrán visualizar algunas de las que más nos llamaron la atención, debido a la creatividad, para una posible solución.

## Figura 8

### *Brainstorming*

**Buenos hábitos - Dinamismo - Profesionalismo**

## Brainstorming

- Una aplicación que mide tu nivel de estrés y te manda notificaciones que te sirvan de apoyo.
- Scream Bus: bus que va a tu casa y te desestresa a domicilio.
- Videos cortos motivacionales o con guías para el cuidado del estrés y ansiedad.
- Un camping para elevar el estado de ánimo.
- Un libro guía para controlar las emociones y llevar una vida tranquila sin mucho estrés.
- Una plataforma digital en donde existan cursos (como de workout) pero de relajación, como asmr o yoga.
- Guía de los mejores consultorios y especialistas en el tema de salud mental en Guayaquil.
- Una isla en todos los centros comerciales especializados en relajación.
- Un app de un diario digital en el que puedas establecer metas, cumplir objetivos y anotar tu día a día y al final, serás premiado con regalos físicos de nuestros aliados.
- Un videojuego en el que te puedas conectar online con un especialista.
- Una local donde existan distintas actividades que contrarresten los altos niveles de estrés. Ejemplo: un cuarto para romper cosas de forma segura, un cuarto de yoga, un cuarto de gritar, un cuarto de silencio.
- Un set de regalos en el que tengas que abrir uno por cada vez que te sientas ansioso o cansado.
- Una aplicación que mide cuales son las otras apps en tu celular que te alcanzan los niveles de estrés

*Nota.* Elaboración propia.

La idea que más destacó para el grupo fue la de crear un local donde existan distintas habitaciones con actividades, como un Anger Room, sala de yoga, sala de meditación, y arte terapia para que contrarresten los altos niveles de estrés. La razón por la inclinación a esta idea fue debido a que era la que más se acercaba a cumplir con los *insights* que se hallaron.

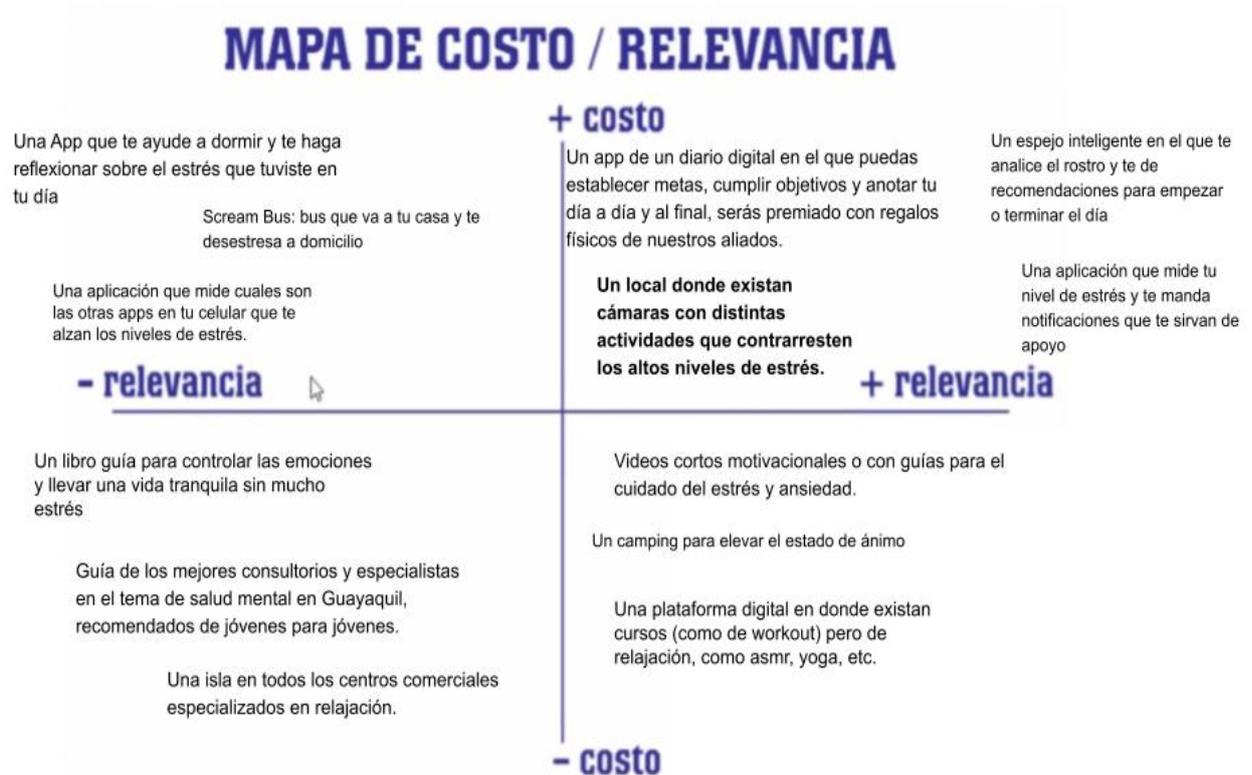
#### 9.1.3.2. Mapa de costo / relevancia

La finalidad de crear un mapa de costo / relevancia es otorgar una visión de las ideas que requieren de una mayor inversión. Asimismo, reconocer las ideas que responden, en menor o mayor medida a la necesidad del usuario. Las ideas que se obtuvieron en el brainstorming se dividen en un plano cartesiano el costo y la relevancia. La idea escogida se

encuentra en subrayada en el mapa a continuación (Ver Figura 9), y está ubicada en el rango de mayor costo, mayor relevancia.

### Figura 9

Mapa de costo / relevancia



*Nota.* Elaboración propia.

#### 9.1.3.3. Poster de concepto

A través de una infografía se presenta de forma concisa y digerible la información sobre distintas áreas del proyecto, de esta forma se entenderá en que consiste la solución que se propone. Asimismo, este ayuda a reflexionar sobre cómo comunicar la idea asertivamente a los usuarios objetivos, así como destacar los aspectos más importantes (Design Thinking en Español, s. f.-d).

La idea inicial escogida para la solución del problema de altos niveles de estrés en los jóvenes adultos de 18 a 29 años, fue la de un local que cuente con actividades terapéuticas dinámicas y que estas sean guiadas por profesionales. Para una mejor comprensión del modelo de negocios, se realizó el siguiente gráfico de CANVAS (Ver Figura 10).

**Figura 10**

*Modelo CANVAS*

Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación clientes	Segmento clientes
<b>Profesionales</b> Psicólogos Coach/motivadores  <b>Otros</b> Empresas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Anger Rooms:</b> Salas seguras llenas de objetos para romper.</li> <li>• <b>Arteterapia:</b> Sesión guiada que permite expresar emociones a través de la pintura.</li> <li>• <b>Meditación y yoga:</b> Las sesiones contarán con este espacio de introspección.</li> </ul>	Establecimiento físico con distintos ambientes de actividades alternativas guiadas por especialistas, para disminuir los niveles de estrés de los jóvenes adultos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia Personal</li> <li>• Página web para reservas e información</li> <li>• Guía durante las actividades ofrecidas</li> <li>• Generación de contenido de valor en Digital.</li> <li>• Convivencia con profesionales.</li> </ul>	<b>Jóvenes adultos</b> de 18 a 29 años, residentes de la ciudad de Guayaquil, que se encuentran actualmente siguiendo estudios de tercer nivel y realizando pasantías o trabajo fijo. Tal rutina genera estrés en el día a día por lo que están interesados en actividades de recreación, conexión y liberación de estrés
	<b>Estructura de costes</b> <b>Costos Variables</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos (materiales para cada espacio)</li> <li>• Mantenimiento de materiales</li> </ul>		<b>Costos Fijos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Sueldos</li> <li>• Infraestructura</li> <li>• Impuestos</li> </ul>	
<b>Recursos clave</b> <b>Personal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guías/Coaches</li> </ul> <b>Proveedores:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollador página web</li> <li>• Guías psicólogos</li> </ul> <b>Infraestructura</b>	<b>Capital</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ahorros</li> <li>• Aporte de Inversionistas</li> </ul> <b>Tecnología</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio (website)</li> <li>• Hosting (website)</li> <li>• Herramientas de Marketing</li> <li>• Wi-fi</li> </ul>	<b>Flujos de ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarifa por actividad (reserva de cupo)</li> <li>• Kits para llevar a casa</li> <li>• Souvenirs</li> </ul>		

*Nota.* Elaboración propia.

Después de una investigación acerca de las actividades no tradicionales para liberar estrés, se escogieron tres opciones: anger room, arteterapia, meditación y yoga. La primera actividad es un ejercicio físico y mental que según James (2022) su mercado global alcanzará una CAGR del 7,6% a finales del 2027. Por otro lado, utilizar el arte en cualquiera de sus formas es una gran respuesta para lograr relajación, además de ser una actividad que permite crear una conexión profunda con nuestras emociones, no requiere de mucha inversión. La

meditación y yoga al combinar ejercicios de respiración junto con mindfulness es una de las mejores prácticas CAM (medicina complementaria y alternativa) que ayuda a aliviar el malestar emocional (*Integrative Behavioral Health | Anxiety and Depression Association of America, ADAA*, s. f.). Cada una será guiada por profesionales como psicólogos o motivadores.

#### 9.1.4. Prototipar

En esta fase se realiza un modelo apoyado en la idea de negocio escogida para que los usuarios puedan visualizar y opinar sobre esta. Pérez (2021) menciona en OBS Business School que esta fase “suele tratarse de una representación o simulación del producto final que nos permite aprender rápido, probando y testeando para incluir las modificaciones en la fase de desarrollo”. Entonces, al tener la idea o solución del problema, se procedió a realizar un prototipo adecuado que nos ayude a llegar a comprobar si la propuesta es viable en el mercado.

##### 9.1.4.1 Proceso de prototipado

Plattner (2018b) destaca que: “El objetivo es desarrollar una generación iterativa de prototipos de baja resolución o a pequeña escala (simples y que tomen poco tiempo en armarlos) que representen diferentes aspectos de la solución de diseño”. En esta fase se llevó la idea del proyecto a tangible para así reconocer la aceptación real del usuario. Antes de diseñar el prototipo se estableció el detalle de todo lo que debía de tener nuestro plan de construcción y funcionalidad para el establecimiento.

Estos fueron los siguientes:

- Escoger una ubicación física estratégica del local, pues la localización del lugar influye en las decisiones visita de los clientes.

- Crear una estructura coherente y simple de las habitaciones para las actividades que se realizan.
- Gastos de compra o alquiler del establecimiento.
- Gastos debidamente presupuestados para los materiales de todas las actividades.
- Seguridad y comodidad en las instalaciones para todas las actividades.
- Obtener los permisos necesarios de funcionamiento.

#### 9.1.4.2. Diseño del prototipo

Para la fase del diseño del prototipo se crearon dos tipos de ilustraciones. Un croquis, que se lo visualiza en el Anexo 1, basado en una casa ubicada en el sector de urdesa, y la que cumple con la estructura pensada para el establecimiento de este modelo de negocios. Asimismo, se diseñó un prototipo en 3D, presentado en el Anexo 1, para una mejor visualización de los detalles de los distintos espacios del local.

En las referencias de prototipo se puede notar que las habitaciones se encuentran conectadas y también equipadas con todo lo necesario para que las actividades clave se lleven de la mejor forma. Pues, para brindar un servicio de calidad los espacios deben de estar organizados y bien distribuidos. Se cuenta con una recepción para que los clientes puedan consultar acerca de las actividades, realizar el respectivo pago y esperar su turno para la actividad. El establecimiento cuenta con áreas verdes debido a que todo debe de estar contar con ambientes que transmitan relajación, pues son factores que influyen en la experiencia del usuario en este modelo de negocios.

#### 9.1.5. Validar

En la fase de validación se llega a comprobar si la propuesta satisface las necesidades encontrados en los usuarios o si resuelve el problema que origina la propuesta de valor, producto o servicio (de la Casa, 2022). También se evalúa si la idea es posible de realizar y que realmente exista un target que lo necesiten. Es decir, comprobar la receptibilidad del mercado. Pues según Cano (2019): “Para un negocio, el supuesto principal es que los clientes tendrán interés en resolver la necesidad o problema que busca responder la propuesta de valor”.

Desde un inicio los altos niveles de estrés en los jóvenes adultos pertenecientes a la Generación Z y Millennial, se reconoció como una problemática existente debido a diversos factores. Aquello se confirmó mediante métodos como entrevistas e investigaciones de referencias, que en efecto afirman que, debido a factores estresantes como la incertidumbre, el agotamiento laboral y académico, provocan un malestar emocional y físico. Asimismo, se sostuvo que el target reconoce y es consciente de su malestar. Sin embargo, a causa de la falta de guía, tiempo o conocimiento, estos no pueden realizar actividades que los lleve a un estado de relajación y balance.

Lo que nuestro modelo de negocios busca es proporcionar actividades guiadas por profesionales en el área, como psicólogos, que logren crear hábitos para saber cómo llegar a un bienestar emocional a largo plazo. Actividades que no solo relajen, sino que permitan llegar a la profundidad de conectar con uno mismo y los demás. Solo así los jóvenes adultos podrán alcanzar el tan anhelado crecimiento personal. Además, ideas de negocios como esta son las que el mercado busca y necesita.

#### 9.1.5.1. Testeo del prototipo

El prototipo se mostró a mujeres y hombres guayaquileños de edades entre 22 a 25 años, que se encuentren trabajando y estudiando. El método utilizado para evaluar fue a través de una matriz de feedback. Esta permite la recolección sistemática de las primeras impresiones de los usuarios que intervinieron en el proceso de validación del prototipo, así se obtiene información relevante sobre las ideas desarrolladas (Zaragozá, s. f.). En la matriz de feedback se recogen comentarios positivos, críticas constructivas, preguntas y nuevas ideas.

El testeo inició describiendo la problemática encontrada y la solución planteada por nosotros para esta. Posteriormente, se les enseñó, describió y explicó el croquis y el prototipo 3D (Anexo 1). Durante todo el proceso de testeo se reconoció mediante sus gestos corporales que a los usuarios escogidos les interesaba la idea de negocios.

En la variable de percepción positiva hacía el proyecto se encontraban:

- Confirmar si el target al que va dirigido es idóneo.
- Interés sobre las actividades que se ofrecen.
- Validación sobre que sean actividades guiadas por expertos.
- Saber si al usuario le parecen novedosas las actividades.
- Acierto en la distribución del establecimiento.

##### 9.1.5.1.1. Hallazgos

Aunque en el testeo se obtuvieron resultados favorables con un nivel alto de aceptación, también se recolectaron críticas constructivas interesantes que permitieron ampliar la perspectiva aún más. Aquello nos permite reconocer errores o vacíos que hacen crecer a la idea de negocio. Del mismo modo, se logró obtener nuevas ideas por parte del grupo objetivo.

Dentro de los aspectos positivos se pudo confirmar que el grupo objetivo al que va dirigido el proyecto es idóneo, debido a que reconocieron que estos al visitar nuestro servicio podrán encontrar personas contemporáneas a ellas. Esto es una ventaja pues permite tener una sensación de comunidad al ser personas que buscan lo mismo. Además, la propuesta permite hacer actividades que la mayoría de usuarios no ha experimentado. Por ejemplo, una de las personas que ayudó al testeó mencionó que no sabía que desde el arte se puede canalizar energía y que, en lugar de destruir, se puede crear. Igualmente, al ser actividades que el usuario no ha hecho, ellos concuerdan en que es un total acierto que estas sean guiadas por profesionales como psicólogos.

Con relación a la estructura, tanto de espacio físico como el de las actividades, las personas testeadas concuerdan en que les llama la atención lo novedoso que es tener distintas actividades para el desestrés en un solo lugar, porque opinan que todo se conecta. Es decir, la distribución del lugar y las actividades es acertado, debido a que transmite que el primer ambiente (Anger Room) es más divertido, el segundo (Arteterapia) es más creativo y por último (Meditación y Yoga) es más introspectivo.

En cuanto a críticas constructivas se mencionaron puntos como que se debe tener cuidado con que el espacio se vuelva ruidoso debido al anger room, pues eso puede llegar a generar un gran contraste que interrumpa o moleste a las otras actividades. También se comentó acerca de que el lugar debía de tener más áreas verdes ya que eso transmite paz. Además, para que las personas sientan que es un lugar seguro se debería de mostrar los perfiles de los profesionales que guiarán las actividades. Por último, mencionaron que les gustaría la información de comunicación sea por redes sociales y más no por canales tradicionales.

#### 9.1.5.1.2. Oportunidades de mejora identificadas

Recopilando la información entre las críticas constructivas y las nuevas ideas durante la etapa de testeo del prototipo se pudieron identificar interesantes oportunidades de mejora. Entre la más mencionada se encuentra ofrecer los tres servicios como un recorrido conjunto, más no por separado. Pues el concepto de brindar un camino de expresión, introspección y relajación atrae al cliente objetivo. Es decir, la idea de negocio se vuelve más completa y se presta mucho para transformar la experiencia del usuario. Para vender una conceptualización así se debe de ligar con la sustentación de la metodología y lo que estas alternativas logran en el bienestar emocional a largo plazo. No puede llegar a ser una solución completa sin estos tres elementos coexistiendo.

Encontramos que el ambiente en donde se ofrece este servicio sea preferiblemente al aire libre, o si es en lugares cerrados que estos sean calmados y tengan elementos que influyan en esto. Por ejemplo, música tranquila o aromas que aporten a una sensación de calma. Para finalizar, se mencionó la opción de alianzas estratégicas con marcas relacionadas a lo que brinda nuestro servicio, pues al vender kits o souvenirs, es otro medio para sustentar económicamente al negocio y que a su vez mejora la experiencia del usuario.

#### 9.1.5.1.3. Adaptación del prototipo

Luego de toda la instancia de retroalimentación y análisis de los resultados del primer testeo del prototipo se pudo mejorar y adaptar el servicio mejor a las necesidades del usuario. Dentro de los primeros descubrimientos, el construir un espacio físico, tomando en consideración los gastos y presupuestos ya establecidos, financieramente no es rentable. A pesar de eso, la idea de negocio sí lo es, por esa razón Liberados será un servicio de actividades de introspección, expresión y relajación guiado por profesionales en ambientes cómodos, tranquilos y seguros para liberar el estrés de los jóvenes adultos. Al momento de

prestar nuestros servicios, se podrá realizar alianzas con cafeterías, restaurantes, universidades, parques o empresas para tener un mayor alcance, cubrir las necesidades que surgen de la problemática establecida y tener menores gastos a comparación de tener un espacio físico propio.

Por último, la idea de incluir un anger room debe de ser replanteada ya que de acuerdo a gran parte de los comentarios recolectados sobre esta actividad indicaron que, aunque la idea es atractiva, llega a ser disruptivo con el ambiente tranquilo que necesitan las otras actividades. Con estos puntos encontrados, se procedió a realizar la adaptación del prototipo y, por ende, finalizar el Design Thinking. Con esta etapa completa, se logrará que la solución esté a la medida de nuestros consumidores. En las siguientes gerencias se detallará más a profundidad cómo la idea se fue moldeando a partir de investigaciones, entrevistas, encuestas, y desarrollo de MVP para su debido testeo a los posibles consumidores.

## **10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Design Thinking es un proceso que contribuye útilmente al desarrollo creativo de ideas innovadoras que solucionen problemas complejos. Esto debido a la excelente metodología que emplea, la que se focaliza en comprender a profundidad las necesidades del grupo objetivo implicado. Por ende, gracias a proceso organizado de Design Thinking, esta herramienta ha sido fundamental para plantear el modelo de negocios Liberado, pues nos facilitó encontrar soluciones deseables desde el punto de vista humano.

Comenzando por un proceso importante como lo es empatizar en donde se desarrolló una mejor comprensión del cliente potencial. Esto a través de investigaciones y entrevistas que fue clave para entender el porqué de los altos niveles de estrés en los jóvenes adultos. De esta forma, fue posible tener en claro no solo los deseos, sino algo más profundo como lo son las necesidades de los usuarios. Fue así que, Liberados encontró un problema clave que debía solucionar con una idea innovadora y viable.

Es ahí cuando la fase de definir e idear del proceso de Design Thinking logran moldear mejor poco a poco la idea para que cumpla con las necesidades de los jóvenes adultos. Puesto a que en la etapa de definir se focalizó en ayudarnos a organizar toda la información recolectada durante el punto de empatizar. Es así que se logró definir claramente el problema desde la perspectiva del usuario. Para luego, seguir con un proceso de lluvia de ideas que fue satisfactoria en permitirnos indagar en distintas propuestas hasta llegar a la nuestra primera opción del modelo de negocio de Liberados.

La primera idea de modelo de negocios de Liberados sería un espacio físico ubicado en el sector de urdesa de la ciudad de Guayaquil. En este lugar se brindaría distintas actividades atractivas y beneficiosas a largo plazo, guiadas por expertos para así disminuir los niveles de estrés que provocan malestar emocional en los jóvenes de entre 18 a 29 años. Con

aquello establecido, se realizaron los distintos prototipos, que son un croquis del lugar y un prototipo en 3D de las habitaciones de las actividades escogidas; anger room, arteterapia, meditación y yoga. A través de entrevistas con el grupo objetivo y con distintos revisores por parte de nuestros mentores, tutor y jurados, se obtuvo comentarios positivos y puntos de mejora.

La información recolectada en la instancia de prototipar, fueron fundamentales para distinguir los aspectos fuertes del proyecto que debíamos mantener, de las sugerencias para mejorar el servicio de Liberados. Mediante estos hallazgos importantes, se analizó las fortalezas y debilidades, hasta que se llegó a qué Liberados sería más viable y rentable si brindáramos solo el servicio por medio de alianzas estratégicas con restaurantes, cafeterías, parques o universidades. Además, se integró una nueva actividad, reemplazando el anger room, que te ayuda a la comprensión profunda de sí mismo; el journaling. Incluso, esta herramienta no solo trae beneficios a largo plazo, sino que también es una tendencia en crecimiento en el sector del bienestar emocional.

Nos enfocamos más en encontrar actividades que se puedan mezclar o incluyan mindfulness o atención plena. Pues estos han demostrado en distintas investigaciones ser una solución poderosa para el bienestar físico, mental y emocional. Con una larga lista de beneficios que van desde regular emociones, reducir el estrés, mejora del funcionamiento cognitivo, mayor tolerancia a la incomodidad o experiencias desagradables, entre otros (McDermott, 2022). Es así que se modificó la idea inicial tomando todas las sugerencias para llegar a un modelo de negocios de servicios de actividades de introspección, expresión y relajación guiado por profesionales en ambientes cómodos, tranquilos y seguros para liberar estrés y mejorar el bienestar emocional de los jóvenes adultos.

Esta idea fue testeada mediante un MVP en donde se pudieron recolectar testimonios, videos y fotos de los participantes durante las actividades. Los detalles de este proceso y sus resultados se pueden evidenciar en la Gerencia de Estudio Técnico. Después de aquello, se obtuvieron las recomendaciones finales por parte de los distintos expertos, internacionales y nacionales, que nos acompañaron durante este proceso.

En conclusión, para idear un modelo de negocio que resuelva en gran medida la necesidad urgente de reducir el estrés en los jóvenes adultos, la metodología de Design Thinking permitió reconocer a nuestro consumidor objetivo. Desde los hallazgos conectados a sus sentimientos, pensamientos, miedos y deseos. Siendo uno de los más relevantes insights el que sientan miedo en no disfrutar de esta etapa de su vida debido a todas las consecuencias como el malestar emocional que conlleva el no saber, ni tener un espacio para manejar su estrés presente en el día a día. Por esa razón, Liberados es un modelo de negocios viable con un alto potencial para satisfacer al grupo objetivo.

### **Recomendaciones**

Como recomendaciones para Liberados sería interesante que se pueda ejercer un plan para brindar nuestros servicios a trabajadores de distintas empresas. Debido a que durante toda esta investigación se encontró la gran necesidad de este tipo de actividades en los lugares de trabajo, para así disminuir los niveles de estrés que se generan durante las horas laborales. Asimismo, se encontró que aún no existen empresas que brinden este tipo de espacios de relajación. Esto dará beneficios a largo plazo para las personas involucradas, que en su mayoría son parte del target escogido para Liberados, y que son la población que ocuparan las mayores plazas de trabajos en el futuro. Pero, desde ahora en el ámbito laboral para los Millennials y Generación Z es su prioridad encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal. El servicio de Liberados no solo ayudará a liberar el estrés del momento,

sino que permitirá que creen buenos hábitos que ayudaran a su bienestar y, por ende, mejorará su rendimiento y motivación.

Como una reflexión personal, el participar del proyecto de titulación de modelo de negocios me ha dejado valiosos aprendizajes, pero más que todo una gran satisfacción al haber trabajado junto a mi equipo en una idea para una problemática sumamente relevante. Pues, todas las personas experimentan estrés debido a que esta es la respuesta natural a situaciones amenazantes, pero sus altos niveles y el no saber controlarla puede llegar a reacciones como la ansiedad o malestares físicos. El estrés en los jóvenes adultos incluso ha sido subestimado, pues se piensan que su edad es muy temprana para experimentar el estrés y sus consecuencias. Pero el haber investigado a profundidad sobre la Generación Z y Millennial se puede entender la razón del problema, y eso en mi opinión ha sido lo más interesante que he podido aprender. Por último, el haber realizado la Gerencia de Design Thinking me permitió aplicar un método creativo para encontrar soluciones efectivas. Así como el poder acercarme y comprender la perspectiva del grupo afectado por la problemática identificada.

## 11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

3 Elementos esenciales del Design Thinking. (2021, 9 abril). Academia Gerencial.

<https://www.academiagerencial.com/3-elementos-esenciales-del-design-thinking/>

Albalat Peraita, B. (2022, 15 marzo). Millennials y generación Z: por qué se los conoce como la «generación deprimida». *BBC News Mundo*.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-60751978>

Albiol, M. L. (2018). *La empatía: Entenderla para entender a los demás* (1.ª ed.).

PLATAFORMA EDITORIAL.

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62206916/Design\\_Thinking\\_por\\_Tim\\_Brown\\_Septiembre20200226-88457-1bayaa7-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668537511&Signature=EnkALBM~SgW8vql9Dw-P3o2CrSHobs3zviTzWdlITE-VqxFOBM7CJAsAHP-TLsMd9lNvOE0nKU5e0ux5ey3SAaQOWbOP2XJaj7l9d1Co0iDj67oaqkxhB1Od6if8rN79i0ahdzfiQGTITWUdu-HH6yzF13JYVP3fxkKE8mPBxzegkzpGU84UtKeA1Qg5aTPW03QUC4svu1F-0LaT-pf4Q53DBv-NX1ziMhB-fs05JC7URQP0fy4hS5yC1Pc5GqL4BGBGi7ZfRs64k2l0fNNYDr31Bs-Hmtu9TwyqIVU8HTMvVOAqDZLt1OaMFF-vvHuSj9nK4OKJH3EpgGWxsfg\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62206916/Design_Thinking_por_Tim_Brown_Septiembre20200226-88457-1bayaa7-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668537511&Signature=EnkALBM~SgW8vql9Dw-P3o2CrSHobs3zviTzWdlITE-VqxFOBM7CJAsAHP-TLsMd9lNvOE0nKU5e0ux5ey3SAaQOWbOP2XJaj7l9d1Co0iDj67oaqkxhB1Od6if8rN79i0ahdzfiQGTITWUdu-HH6yzF13JYVP3fxkKE8mPBxzegkzpGU84UtKeA1Qg5aTPW03QUC4svu1F-0LaT-pf4Q53DBv-NX1ziMhB-fs05JC7URQP0fy4hS5yC1Pc5GqL4BGBGi7ZfRs64k2l0fNNYDr31Bs-Hmtu9TwyqIVU8HTMvVOAqDZLt1OaMFF-vvHuSj9nK4OKJH3EpgGWxsfg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Cano, F. J. (2019, 4 mayo). *Qué es validar - Felipe Jimenez Cano*. Medium.

<https://felipejimenezcano.medium.com/qu%C3%A9-es-validar-2d155dd626b0>

Custodio, M. (2022, 24 octubre). *Mapa de Empatía: qué es y cómo hacerlo en 6 pasos + ejemplos*. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station.

<https://www.rdstation.com/blog/es/mapa-de-empatia/>

de la Casa, J. (2022, 17 febrero). *Design Thinking para validar tu idea de negocio*.

Javier de la Casa. <https://javierdelacasa.com/design-thinking-validar-idea-de-negocio/>

Design Thinking en Español. (s. f.-a). *Design Thinking en Español*. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español.

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Design Thinking en Español. (s. f.-b). *Design Thinking en Español*. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español.

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Design Thinking en Español. (s. f.-c). *Design Thinking en Español*. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español.

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Design Thinking en Español. (s. f.-d). *Design Thinking en Español*. Copyright (c) 2012, Design Thinking en Español.

<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Design Thinking España. (2019, 27 agosto). *Definir, segunda de las etapas en todo proceso de Design Thinking*. <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/definir-segunda-etapas-design-thinking>

Design Thinking España. (2021, 10 marzo). *Qué es un brainstorming y cómo te ayuda a generar ideas innovadoras*. <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/que-es-un-brainstorming-y-como-te-ayuda-a-generar-ideas-innovadoras>

*Design Thinking en Producto Sanitario ¿Qué es idear, prototipar y testar?* (2021, 27 mayo). *Ambit*. <https://www.ambit-bst.com/blog/design-thinking-en-producto-sanitario-qu%C3%A9-es-idear-prototipar-y-testar>

Díaz, G. (2022, 23 enero). *El «journaling» es una práctica sencilla para mejorar tu salud mental*. *Medea*. <https://www.medeamind.com/blog/que-es-el-journaling-y-como-mejora-nuestra-salud-mental>

*Encuesta Millennial y Gen Z 2022*. (2022, 21 mayo). *Deloitte Ecuador*. <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-millennial-y-generacion-z-2022.html>

Estrés laboral deja pérdidas de \$1,6 millones al día en Ecuador. (2022, 7 enero). *La Hora*. <https://www.lahora.com.ec/pais/salud-mental-agotamiento-estres-laboral-coste-economia/>

Guarino, L. (2022a, octubre 28). *Burnout laboral: Estos son los países más “exhaustos” de Latinoamérica*. *Bloomberg LÃ-nea*. <https://www.bloomberglinea.com/2022/10/28/burnout-laboral-estos-son-los-paises-mas-exhaustos-de-latinoamerica/>

Guarino, L. (2022b, octubre 28). *Burnout laboral: Estos son los países más “exhaustos” de Latinoamérica*. *Bloomberg LÃ-nea*. <https://www.bloomberglinea.com/2022/10/28/burnout-laboral-estos-son-los-paises-mas-exhaustos-de-latinoamerica/>

*Integrative Behavioral Health | Anxiety and Depression Association of America, ADAA*. (s. f.). <https://adaa.org/find-help/treatment-help/integrative-behavioral-health>

James, G. (2022, 1 noviembre). *Mercado de Anger Room será testigo de enormes ganancias durante 2022-2027*. *RageRoom.Today, Smash Therapy*,

*SimplySmashing – El Herald del Bajío.*

<https://heraldodelbajio.com/2022/11/01/mercado-de-anger-room-sera-testigo-de-enormes-ganancias-durante-2022-2027rageroom-today-smash-therapy-simplysmashing/>

Juárez, B. (2022, 5 enero). *El burnout es oficialmente una enfermedad de trabajo reconocida por la OMS.* El Economista.

<https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/El-burnout-es-oficialmente-una-enfermedad-de-trabajo-reconocida-por-la-OMS-20220104-0056.html>

Leland, J. (2022, 3 mayo). *nytimes.com. New York Times.*

<https://www.nytimes.com/es/2022/05/03/espanol/pandemia-soledad-salud.html>

*Los riesgos psicosociales y el estrés en el trabajo | Safety and health at work EU-OSHA.* (2022, 25 octubre). <https://osha.europa.eu/es/themes/psychosocial-risks-and-stress>

McDermott, N. (2022, 12 agosto). *What Is Mindfulness—And How Can I Incorporate It Into My Daily Routine?* Forbes Health.

<https://www.forbes.com/health/mind/what-is-mindfulness/>

Orlandini, A. (2014). *El Estrés Que Es Y Como Evitarlo: Qué es y cómo evitarlo: 0* (Edición estándar). Fondo de Cultura Económica.

Palacios Martínez, W. L., & Ramos Sánchez, Y. de J. (2022). *Cómputo afectivo: Aplicación en el diseño de productos desde la empatía del design thinking.* Investigación Y Ciencia Aplicada a La Ingeniería, 5(33), 81–86. Recuperado a partir de <http://ojs.incaing.com.mx/index.php/ediciones/article/view/151>

- Pérez, A. (2021a, septiembre 9). *Design Thinking: ¿qué es lo que hay que prototipar?*  
OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/design-thinking-que-es-lo-que-hay-que-prototipar>
- Plattner, H. (2018). Guía del proceso creativo. Mini guía: una introducción al Design Thinking + Bootcamp bootleg. *Institute of Design at Stanford*.  
<https://guiaiso50001.cl/guia/wp-content/uploads/2017/04/guia-proceso-creativo.pdf>
- Plattner, H. (2018b). Guía del proceso creativo. Mini guía: una introducción al Design Thinking + Bootcamp bootleg. *Institute of Design at Stanford*.  
<https://guiaiso50001.cl/guia/wp-content/uploads/2017/04/guia-proceso-creativo.pdf>
- PsicoAbreu, P. M. (2022, 31 mayo). *Desconexión y estrés. Claves para alcanzar el equilibrio deseado*. Psicólogos PsicoAbreu. <https://www.psicologos-malaga.com/estres-malaga/>
- Sabry, N. (2021). *Growth thinking: think, design, growth hack - a design approaching to growth hacking (English Edition)*. Nader Sabry.
- Siqueira, A. (2022, 14 noviembre). *¿Qué es un buyer persona y cómo hacer uno para tu empresa? ✓*. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station.  
<https://www.rdstation.com/blog/es/buyer-persona/>
- Síntomas de estrés: consecuencias en tu cuerpo y en tu conducta*. (2019, 4 abril).  
Mayo Clinic. <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/stress-management/in-depth/stress-symptoms/art-20050987>
- Team, A. (s. f.). *Design Thinking en Producto Sanitario ¿Qué es idear, prototipar y testar?* <https://www.ambit-bst.com/blog/design-thinking-en-producto-sanitario-qu%C3%A9-es-idear-prototipar-y-testar>

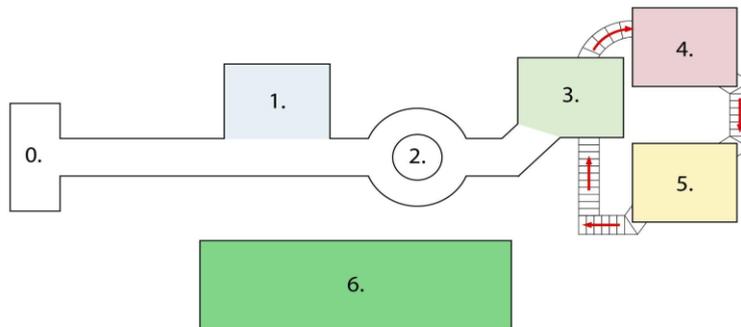
Zaragoza, R. (s. f.). *Designpedia*. O'Reilly Online Learning.

<https://www.oreilly.com/library/view/designpedia/9788483569559/designpedia-103.xhtml>

## 12. ANEXOS

### 12.1 Anexo 1: Croquis y Modelo del prototipo en 3D

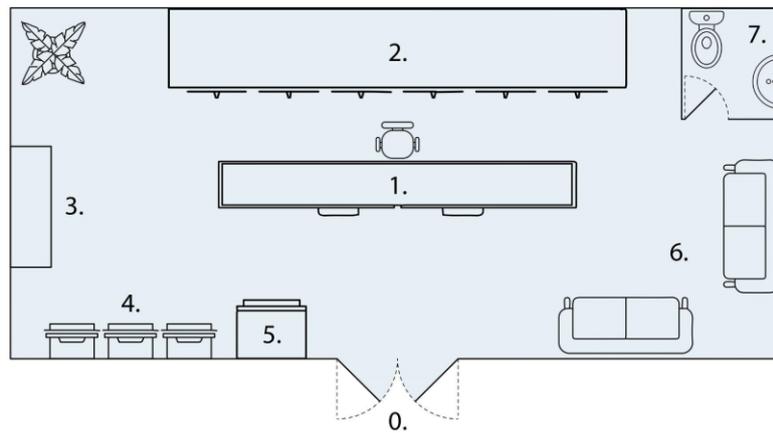
PLANO GENERAL



LEYENDA

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 0. Entrada                             | 4. Subsuelo         |
| 1. Recepción                           | 5. Subsuelo 2       |
| 2. Camino circular con fuente en medio | 6. Jardín de cesped |
| 3. Piso 1                              |                     |

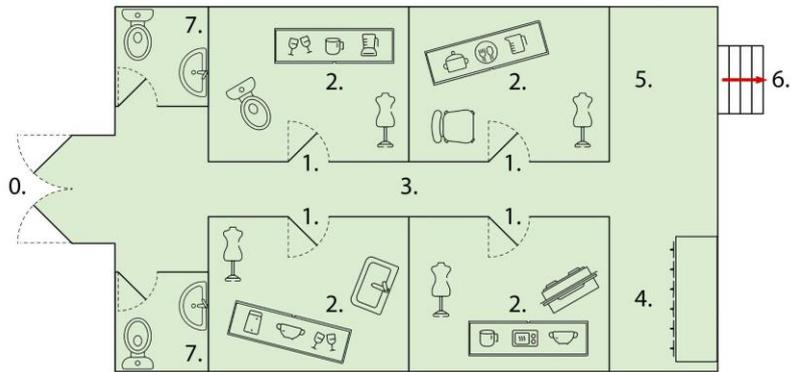
RECEPCIÓN



LEYENDA

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| 0. Entrada                                 | 4. Pantallas para registro/pago |
| 1. Puesto de información + caja para pagar | 5. Máquina expendedora          |
| 2. Lockers                                 | 6. Muebles para espera          |
| 3. Stand de Souvenirs                      | 7. Baño                         |

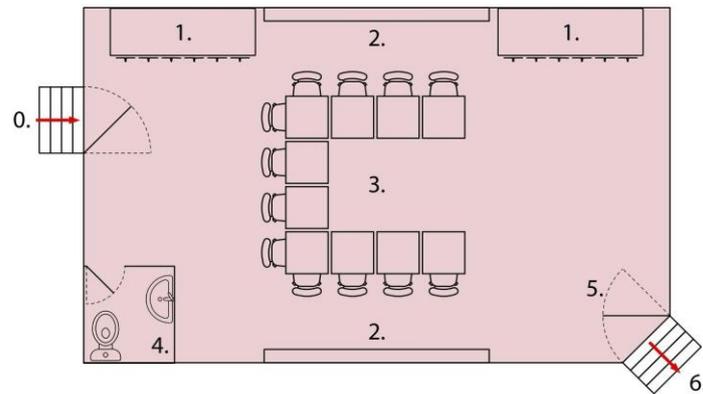
PISO 1: ANGER ROOM



LEYENDA

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 0. Entrada                       | 4. Bodega con lockers                      |
| 1. Habitaciones de Anger Rooms   | 5. Pasillo conector a siguiente habitación |
| 2. Mesas con objetos para romper | 6. Escalera para bajar al subsuelo         |
| 3. Pasillo                       | 7. Baños                                   |

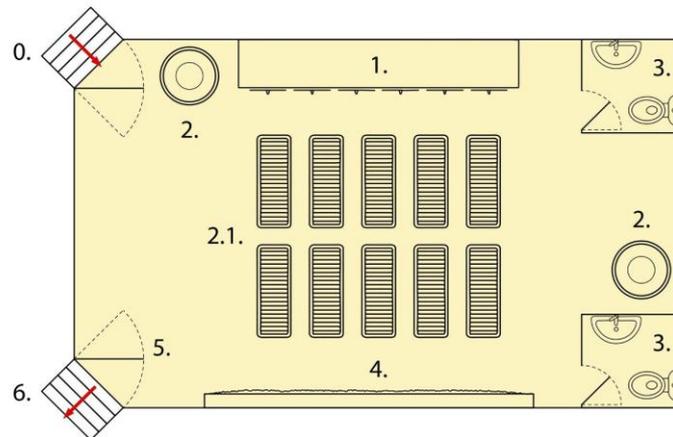
SUBSUELO: SALA DE ARTETERAPIA



LEYENDA

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 0. Entrada                         | 4. Baño                              |
| 1. Lockers para materiales de arte | 5. Salida para ir al Subsuelo 2      |
| 2. Murales para escribir emociones | 6. Escalera para bajar al Subsuelo 2 |
| 3. Mesas                           |                                      |

## SUBSUELO 2: SALA DE MEDITACIÓN

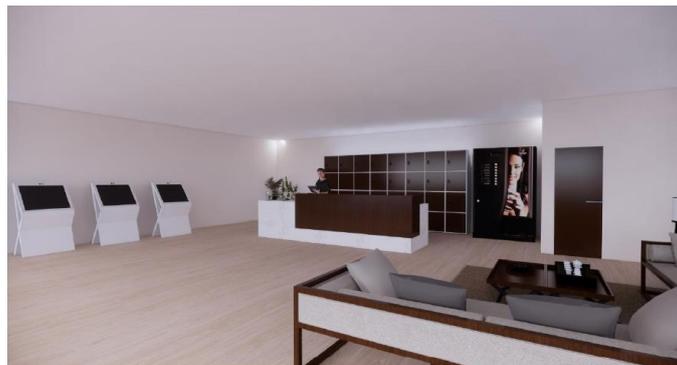


### LEYENDA

- |                                      |                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 0. Entrada                           | 3. Baños                          |
| 1. Lockers                           | 4. Pared con plantas              |
| 2. Canastas para agarrar los tapetes | 5. Puerta de salida               |
| 2.1. Tapetes                         | 6. Escalera que conecta al Piso 1 |

*Nota.* Elaboración propia.

### Recepción



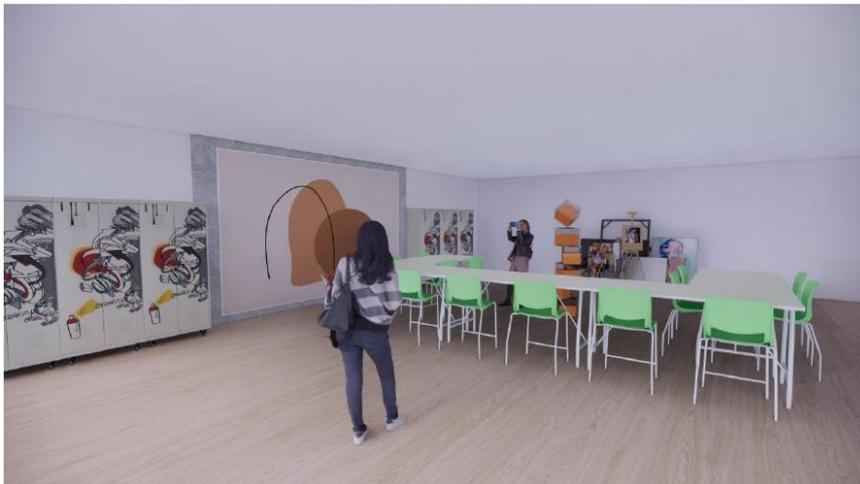
Sala 1: Anger Room



Sala 2: Meditación



### Sala 3: Arteterapia



*Nota.* Elaboración propia.