

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de comunicación y artes contemporáneas

**Experiencia digital móvil como asistente personal y
motivacional: Hebe**

Miguel Alejandro Álvarez Plascencia

Diseño Gráfico Itinerario Medios Interactivos

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Diseño Gráfico Itinerario Medios Interactivos

Quito, 20 de diciembre de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de comunicación y artes contemporáneas

Proyecto interactivo

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Experiencia digital móvil como asistente personal y
motivacional: Hebe**

Miguel Alejandro Álvarez Plascencia

Diseño Gráfico Itinerario Medios Interactivos

:

Nombre del profesor, Título académico

Gabriel Andrade, M.P.S

Quito, 20 de diciembre de 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Miguel Alejandro Álvarez Plascencia

Código: 00201583

Cédula de identidad: 1722629589

Lugar y fecha: Quito, 20 de diciembre de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en: <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

Hebe es una aplicación móvil la cual busca ser un asistente digital diario. La idea nace a partir de 2 problemas fundamentales: la falta de motivación en adultos jóvenes y la improvisación diaria al momento de organizar las tareas y hábitos del día. La aplicación en su funcionalidad brinda herramientas para organizar de manera simple y eficaz las tareas del día, para tener una constancia en las rutinas diarias y brinda estímulos motivacionales para que sus usuarios continúen trabajando con el fin de cumplir sus objetivos personales. Así mismo, junta investigación al respecto del diseño de interfaces, diseño de experiencia y psicología, con el fin de crear una experiencia de usuario memorable, intuitiva, funcional y motivacional. La aplicación fue desarrollada en su totalidad y publicada en la tienda de Google Play Store como versión de prueba.

Palabras clave: Aplicación móvil, asistente, motivación, hábitos, diseño, UI, UX, desarrollo, psicología.

ABSTRACT

Hebe is a mobile application that aims to be a daily digital assistant. The idea was born from two fundamental problems: the lack of motivation of young adults and the improvisation in daily routines and task management. The functionality of the application provides tools to their users in order to manage in a simple and efficient way their daily tasks, tracking their habits and encourage them with motivation. In addition, this project collects research data of topics like psychology, user experience and user interface with the goal of creating a very intuitive, memorable, functional, and motivational experience. This app was developed from scratch and published on Google Play Store as a trials version.

Key words: Mobile application, assistant, motivation, habits, design, UI, UX, development, psychology.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	9
DESARROLLO DEL TEMA.....	10
1. Benchmarking.....	13
1.1 Evernote	14
1.2 Productive.....	15
1.3 Fabulous	16
2. Diseño.....	17
2.1 Flujo de usuario.....	18
2.2 Descarga.....	18
2.3 Pantallas de presentación	19
2.4 Historia interactiva	19
2.5 Registro e iniciar sesión	22
2.6 Pantalla de inicio por primera vez.....	23
2.7 Diseño de información	23
2.8 Diseño de interfaz.....	24
2.9 Funcionalidad página principal	28
2.10 Ajustes.....	30
3. Desarrollo	30
3.1 Angular Js.....	30
3.2 Google Firebase.....	31
3.3 Sistema CRUD uso de Api's.....	31
3.4 Android Studio	32
4. Monetización	32
5. Futuro	33
CONCLUSIONES.....	34
REFERENCIAS	35

Índice de figuras

Figura 1: Diseño de aplicación Evernote.....	15
Figura 2: Diseño de aplicación Productive.....	15
Figura 3: Diseño de aplicación Fabulous	16
Figura 4: Flujo de usuario.....	18
Figura 5: Historia interactiva –en la cueva-.....	20
Figura 6: Historia interactiva -empieza la aventura-	20
Figura 7: Historia interactiva -através de la tormenta-	21
Figura 8: Historia interactiva -coronar la cima de la montaña-	22
Figure 9: Estructura de la información	23
Figura 10: Paleta de color Hebe	26
Figure 11: Logotipo Hebe.....	27
Figura 12: Pad de notas Hebe	28
Figura 13: Hábitos Hebe.....	29

INTRODUCCIÓN

¿Cuál sería la mejor manera para poder motivar a un desconocido a buscar, encontrar, perseguir y conseguir una meta personal? Fue la pregunta que empezó todo. Pero ¿de dónde vino esta pregunta? ¿Qué tiene que ver con la carrera de medios interactivos y cómo fue aplicada la investigación para cada uno de sus elementos como proyecto interactivo? Estas preguntas fueron respondidas a lo largo de mi proceso de creación y abarcaré en este documento cada tema de manera más profunda y detallada. Así mismo, brindaré información recopilada de investigación dentro de áreas como la psicología, el estudio del mercado, el diseño de la experiencia de usuario, su desarrollo, sus etapas de prueba y su futuro. Finalmente, relatar como cada tema termina conectándose uno entre otro para crear una experiencia motivacional, funcional, intuitiva y eficaz.

DESARROLLO DEL TEMA

Desde inicios del año 2021, dentro del contexto de una pandemia mundial, donde gobiernos confinaron a sus habitantes dentro de sus casas de manera de protección a la propagación descontrolada del virus SARS-CoV-2, (Swissinfo, 2021) sentía muy poca motivación para realizar una meta personal. Este año empezó y a su vez el primer semestre universitario del año. En ese semestre decidí tomar una materia del ámbito de psicología llamada *Existential psychology*. Esta clase basa sus enseñanzas en una rama de la psicología llamada logoterapia, como su nombre hace referencia al “Logos” que significa sentido, y terapia. Este tipo de terapia es una de las tres escuelas vienesas de la psicoterapia, junto a escuelas como el psicoanálisis de Freud y la psicología del individuo de Adler. Escrita y planteada por el Dr. Viktor Frankl, esta terapia busca la introspección personal para que las personas encuentren su propósito personal de vida y en la vida. (Cuncic, 2021)

Esta clase fue importante ya que, desde el inicio hasta el final, me intrigó mucho el tema de la motivación para combatir la depresión y ansiedad en las personas, especialmente adultos. Además de sentir un llamado personal a compartir estos conocimientos que encontré fascinantes y útiles a otras personas que puedan necesitar esta valiosa información. De ahí nace la pregunta inicial, ¿cuál sería la mejor manera para poder motivar a un desconocido a buscar, encontrar, perseguir y conseguir una meta personal?

A mitad de año, por empezar el 2do y último semestre, me topé con la situación de decidir mi proyecto final de carrera. Para este proyecto quería crear algo que personalmente encuentre fascinante, pero las ideas que surgían no cumplían ese requerimiento. El tema de la motivación continuaba rondando por mi cabeza y buscaba motivadores externos que

hablen del tema como experiencia personal. Uno de estos motivadores externos fue el gran, ex basquetbolista de élite, llamado Kobe Bryant. En una entrevista realizada por el exmonje y entrenador de propósitos de vida Jay Shetty a Kobe, habla en gran detalle sobre como la persistencia y la disciplina fueron factores que lo llevaron al éxito que obtuvo en su carrera dentro del básquetbol y en proyectos de vida. Así mismo, de cómo organizaba su día, cómo encontró su propósito, los problemas que se le presentaron en el camino y en sí cómo siempre buscaba la manera de mejorar como persona. (Bryant, 2019)

Encontré fascinante e inspiradora esta información que Kobe brinda detalladamente y, así mismo me topé con que muchas otras personas al ver estas entrevistas comentaban lo beneficiosas que han sido en sus vidas y cómo ayudaron a cambiar su mentalidad para bien. Por lo que, inmediatamente decidí que quería ayudar a difundir esta información con la mayor cantidad de personas posible, y al ser una entrevista dentro del mundo digital, la mejor manera de difundirla es a través de un medio digital.

Hoy en día, 6300 millones de personas alrededor del mundo son usuarios de un dispositivo móvil. Es decir, el 80.63% de la población mundial de una forma u otra tienen en su posesión un dispositivo inteligente móvil. Según proyecciones realizadas por el equipo de Statista en 2021 este número crecerá hasta 2026 en donde se espera que el 100% de la población mundial disponga de un dispositivo inteligente móvil. (O'Dea, 2021) Esta información me ayudó a entender que debía crear algo enfocado a un dispositivo móvil y de fácil acceso, disponible a todo el mundo. Entonces, decidí que mi medio digital sería una aplicación de celular la cual sirva como herramienta para encontrar un propósito de vida, dar estímulos motivacionales y enseñar disciplina.

Con esto en mente, me pregunté ¿qué es la motivación? ¿cómo funciona en el cerebro? Y ¿cómo se consigue? El Dr. Daniel Lieberman expresa en una charla educativa Ted, que el cerebro humano divide sus motivaciones en 2 partes, hablando desde un camino de supervivencia como individuo: lo que tenemos y lo que no tenemos. Lo que tenemos hace referencia a lo que está al alcance de nuestras manos y a lo que poseemos como individuos, y lo que no tenemos: lo que nos hace falta con el fin de asegurar la supervivencia. Esa necesidad por obtener lo que nos hace falta, genera que el cerebro busque obtener eso tan deseado y para hacerlo libera neurotransmisores en el cerebro, especialmente dopamina. (Lieberman, 2021)

La dopamina es uno de los neurotransmisores que produce el cerebro para sentir placer, felicidad y motivación por conseguir algo en específico. Desde un lado evolutivo, el cerebro humano se adaptó para liberar estos neurotransmisores cuando realizamos tareas que, de una manera u otra, aseguren un futuro más seguro. La euforia al completar una meta, llevar comida a casa, ganar un concurso, etc. son ejemplos de momentos en los cuales los niveles de producción de dopamina se incrementan momentáneamente. Así mismo la dopamina se produce de manera más elevada cuando existen eventos inesperados que brinden algún beneficio directo en nuestras vidas, como recibir un regalo, un premio o ser escogido entre varios participantes al azar. (Michely, 2021) Esta investigación fue crucial ya que entendiendo mejor cómo funciona la motivación de una manera más objetiva dentro del cerebro humano, podría diseñar una experiencia que brinde estímulos inesperados pero importantes al momento que un usuario use mi aplicación. Así mismo entendí el famoso fenómeno del *Infinite scrolling* que usan redes sociales tales como Tik Tok, Instagram o Facebook, en donde el usuario puede navegar a través de sus portales sin dejar de recibir

nueva información cada vez que se deslice hacia abajo. ¿Por qué? Justamente por el hecho de siempre buscar ese estímulo inesperado que libere dopamina, un chiste, información interesante y relevante, o chismes son ejemplos de estos estímulos inesperados que el usuario constantemente busca. (Juhász, 2020)

Las investigaciones sobre estos temas psicológicos iban bastante bien, pero no encontraba la forma de hacer que la aplicación sea utilizada diariamente. Fue a lo que me pregunté ¿Qué hacemos todos los días y cómo nuestro dispositivo móvil nos ayuda a completarlas? Generé esta hipótesis: todos los días hacemos una tarea por más simple que sea, hasta tareas complejas y que no se repiten todos los días. Podría crear una aplicación que ayude al usuario a organizar sus tareas diarias, así aseguro que entren, aunque sea una vez por día, y en ese momento la oportunidad de brindar estímulos motivacionales aumente. Al estilo del caballo de Troya (Augustyn, n.d.) brindar estímulos motivacionales, escondidos dentro de una aplicación de uso diario, así servir como una herramienta que fomente el crecimiento personal desde el lado psicológico y organizacional. Ya con esto conceptualizado proseguí a buscar asistentes diarios dentro del mercado de aplicaciones de Google Play Store, que ayuden de una manera u otra a sus usuarios en organizar su día a día.

1. Benchmarking

El benchmarking hace referencia al estudio de mercado de marcas, empresas o negocios similares al proyecto que se está por desarrollar. Con esta etapa se obtiene información importante sobre qué ofrece la competencia y cómo diferenciarse de ellos. Es importante la diferenciación ya que en ella reside ese factor que hará que el usuario decida optar por utilizar un producto u otro. (Salesforce, 2021) Postulé mi análisis de mercado dentro de la categoría de asistentes de vida o aplicación motivacional. Así mismo me dirigí

específicamente a la tienda oficial de Google Play Store, ya que la encontraba más accesible y variada en las opciones que disponía para descargar.

Dentro del mercado de aplicaciones de Google Play Store, encontré algunas aplicaciones que brindaban cierta ayuda al momento de organizar el día. Así mismo busqué aplicaciones que sean de motivación y aplicaciones que busquen ayudar a sus usuarios en el crecimiento personal. Dividí mi investigación de este mercado en tres categorías importantes: aplicaciones organizacionales, aplicaciones motivacionales e interacción con el usuario. Me gustaría hablar específicamente en 3 aplicaciones que fueron las que más importantes dentro de mi proceso investigativo.

1.1 Evernote

Esta aplicación creada por Evernote Corporation, está dentro de la categoría de asistentes diarios de la tienda digital Google Play Store. Brinda herramientas organizacionales a sus usuarios tales como: lista de tareas, bloc de notas, capturas de pantalla, etc. Así mismo tiene una interfaz de usuario vanguardista y una interacción cuidadosamente escogida. Esta aplicación me ayudó a tener idea de qué funcionalidades son óptimas como ayuda organizacional, cuáles considero son buenas y cuáles me dan cierta frustración como usuario.

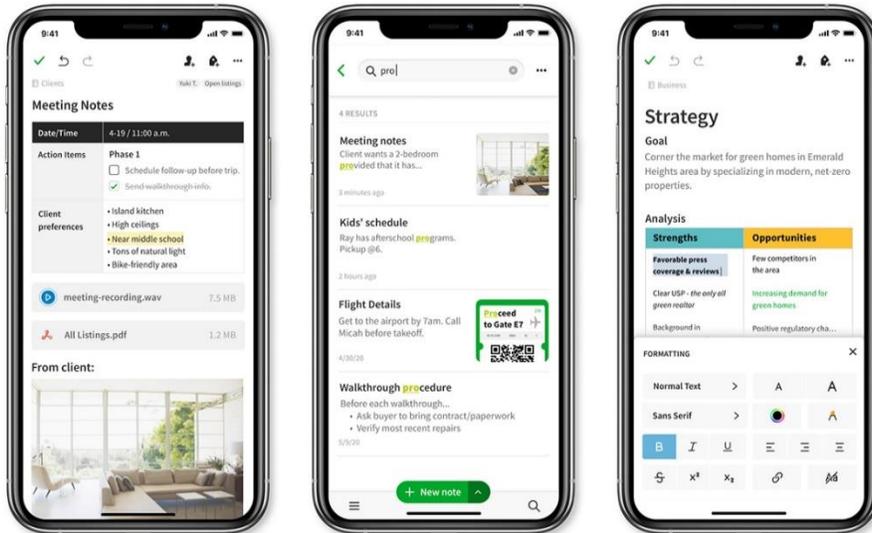


Figura 1: Diseño de aplicación Evernote

1.2 Productive

Productive es una aplicación desarrollada por la empresa Apalon, que de igual manera está dentro de la categoría de asistentes personales de la tienda de Google Play Store y la cual centra sus funcionalidades en hábitos diarios o rutinas. Estos hábitos se pueden crear, editar, eliminar y el usuario puede validar deslizando el hábito hacia la derecha para informar que lo cumplió o deslizar a la izquierda si no alcanzó a realizarlo. Esta fue una de las funcionalidades que más se repetían dentro de esta categoría de aplicaciones y Productive es de los mejores ejemplos para tomar en cuenta.

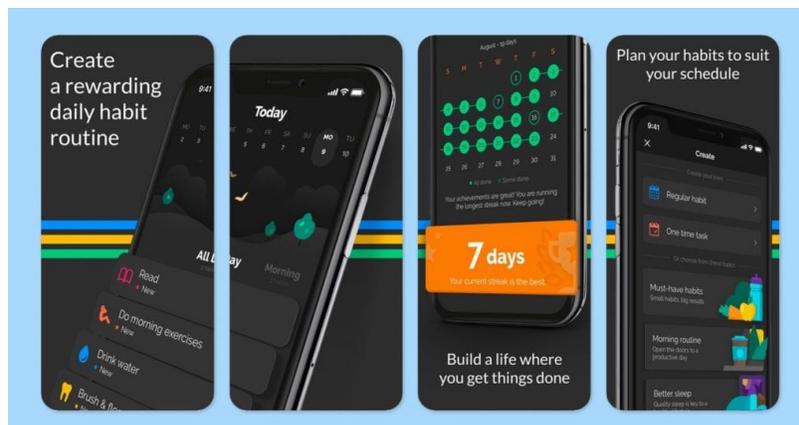


Figura 2: Diseño de aplicación Productive

1.3 Fabulous

Fabulous es una aplicación nacida en la universidad de Duke en Estados Unidos la cual basa sus investigaciones y propuestas de valor muy parecidas a la de mi proyecto interactivo, en el sentido que buscan fomentar el cambio del comportamiento humano a través de estímulos de motivación y organización diaria. Una aplicación que tiene muy buen contenido cognitivo, su funcionalidad principal se basa en los hábitos diarios y en la introspección de sus usuarios, dotando información motivacional.

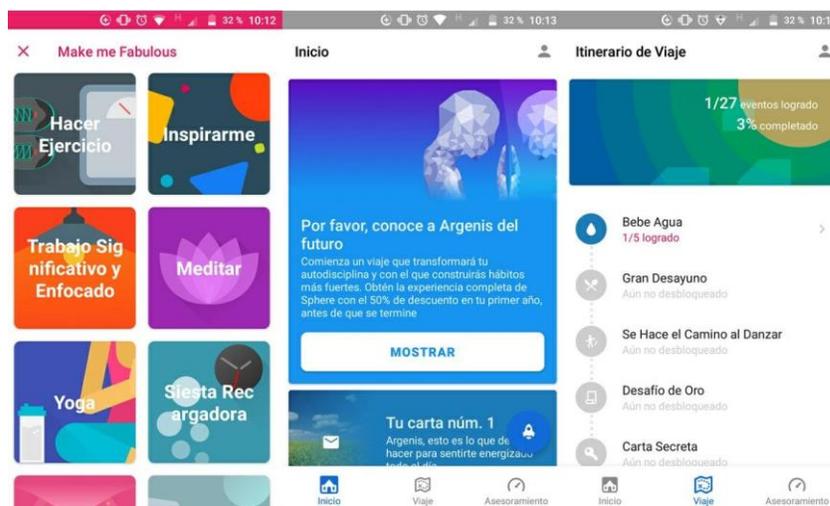


Figura 3: Diseño de aplicación Fabulous

De este benchmarking, obtuve información visual e interactiva de prácticas para mejorar la experiencia del usuario. Una buena experiencia de usuario significa una mayor probabilidad de que el usuario utilice la aplicación y la recomiende. (Swain, 2020) En eso me basé para investigar este apartado. Utilicé cada aplicación todos los días por 2 semanas, y me hacía preguntas como: ¿Me gusta lo que veo? ¿Es fácil de entender? ¿Qué cosas me frustran? ¿Tengo ganas de usar la aplicación?, etc. Con los resultados que iba recopilando, encontraba técnicas que no se me habían ocurrido para mejorar la experiencia, como: la personalización, la información del día y la interacción a través de diálogo y las ilustraciones.

De igual manera, este estudio de mercado me brindó información al respecto de qué funcionalidades son las que más se repiten dentro de la categoría de asistentes de vida y herramientas organizacionales. Encontré que, de las 12 aplicaciones del estudio, 5 tenían la funcionalidad de la constancia de hábitos o rutinas, 4 se centraban en las listas de tareas con validación y 3 en tomar notas. Me llamó mucho la atención que ninguna de las aplicaciones juntaba las 3 funcionalidades en una sola. Este fue el nuevo problema a solucionar, y que decidí aplicar para el proyecto. Y con eso surgieron estas preguntas: ¿Cómo voy a juntar estas funcionalidades, y cómo lo hago simple e intuitivo? Con esto en mente proseguí a la siguiente etapa de creación, el diseño.

2. Diseño

En el apartado de diseño debía responder la pregunta planteada anteriormente, y a la vez abarcar varios ámbitos de otras ramas del diseño. Entre ellos el diseño del flujo del usuario dentro de la aplicación, el diseño de información brindada al usuario, el diseño de la interfaz y el diseño de la experiencia de usuario.

2.1 Flujo de usuario

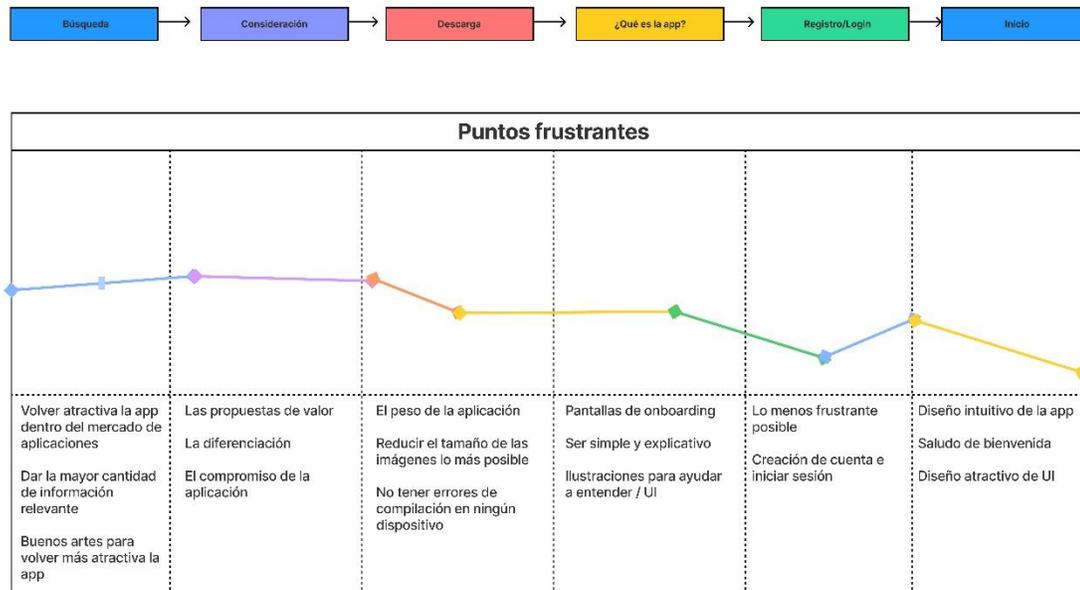


Figura 4: Flujo de usuario

Empezando por el flujo del usuario, un apartado muy importante ya que un buen flujo de usuario representaría una experiencia más sencilla y menos frustrante. Como podemos ver en la Figura 4, centré mi atención en los momentos en donde el usuario podría sentir frustración. Entre estos momentos clave estaba: la **descarga**, las **pantallas de presentación** de la aplicación, el **registro** de una cuenta y al momento de entrar a la **pantalla inicial** por primera vez.

2.2 Descarga

Para este apartado el control que tenía era mínimo. Todo dependía del modelo de celular en el cual se descargue la aplicación, la velocidad de internet, el espacio en la memoria y la capacidad de cada dispositivo para procesar la RAM. Lo que podía controlar, era el peso de cada una de las imágenes que use, empezando por la pantalla de lanzamiento

(Splashscreen). Por lo que me aseguré de cada una de las imágenes utilizadas sean de la mejor calidad con el mínimo de peso posible.

2.3 Pantallas de presentación

Estas pantallas son muy importantes ya que sirven como tutorial para el usuario de qué va a recibir al momento de usar la aplicación. Son también un apartado de interacción con el usuario y que sirven para presentar el estilo gráfico e interactivo. Para este apartado realicé mi investigación de mercado de igual manera para poder aprender de las prácticas más utilizadas y decidir cuál sería la más adecuada para mi proyecto.

Al ser mi proyecto un proyecto de carácter organizacional, pero a la vez con una raíz motivacional decidí utilizar estas pantallas de presentación para contar una historia al usuario. Esta historia debía recordar al usuario que la propuesta de valor de la aplicación no solo residía en las herramientas organizacionales, si no, en brindar estímulos motivacionales con la misma importancia. De igual manera, esta historia tiene el propósito de envolver al usuario y transformar el camino a su meta en una aventura, en donde la aplicación es parte de dicha aventura y sirve como herramienta diaria.

2.4 Historia interactiva

La historia cuenta sobre un joven, que vive momentáneamente en una cueva en la que cayó tiempo atrás en su primer intento por perseguir sus sueños. Mientras se encontraba en la cueva el joven encontró a “la conformidad”, sin embargo, en su corazón aún persistía el deseo de alcanzar su objetivo. En este preciso momento es cuando la aplicación entra en escena como si fuese una escalera, justamente como esa herramienta que le ayudará a salir de su situación, esperando únicamente la decisión del joven.



Figura 5: Historia interactiva –en la cueva-

Después de meditarlo por algún tiempo el joven decide dar el primer paso para salir de esa cueva, aunque ahora no recuerda cómo llegar a su destino, sabe que no está solo, es ahí cuando la aplicación como si fuese un mapa le muestra cómo lo ayudará a continuar su aventura.

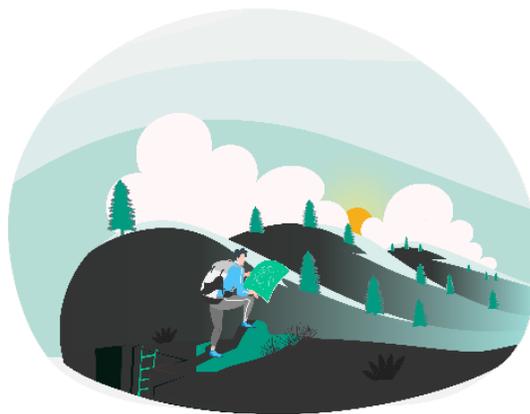


Figura 6: Historia interactiva -empieza la aventura-

El camino no es fácil, en la tarde el joven debe enfrentar una tormenta para llegar a su destino, su añorada recompensa, su meta. En esta parte de la historia lo que se busca es recordarle al usuario que siempre deberá sortear una serie de obstáculos, aprender a superarlos. La aplicación le recordará que la motivación y fuerza necesarias están dentro de él y se verá representada como aquella foto o frase que le alienta a cruzar la tormenta.



Figura 7: Historia interactiva -atraves de la tormenta-

Finalmente, el joven llegó a la cima de la montaña y puede ver el mundo desde arriba y percibir la brisa en su rostro, al fin a conseguido su objetivo, lo ha logrado; y durante este viaje simbólico lo ha acompañado la aplicación para motivarlo y desafiarlo para atravesar la tormenta.



Figura 8: Historia interactiva -coronar la cima de la montaña-

Todo este viaje, está acompañado de texto el cual narra resumidamente cada ilustración y una invitación al usuario a realizar una acción para mantenerlo atento a la historia. Con esto se crea la primera interacción más personal con el usuario, la cual hace referencia a la experiencia de usuario.

2.5 Registro e iniciar sesión

De igual manera, este era un punto importante por diseñar, ya que suponía una frustración para el usuario. ¿Por qué el usuario debería crear una cuenta y registrarse para utilizar la aplicación? El apartado de la personalización que obtuve en mi benchmarking sobre interacción, me obligaba a independizar a cada usuario con su información propia que vaya generando. Así, no se perdería ningún cambio ya que esto afectaría fuertemente a la experiencia del usuario, debido a que sería un problema tener que personalizar todo otra vez.

Entendida la importancia de este apartado, no se lo podía evitar, pero si facilitar. Decidí limitar la recolección de información a un correo electrónico para utilizarlo como usuario, una contraseña que permita ingresar a su apartado individual en el repositorio de almacenaje en la nube (base de datos) y un nombre o apodo para brindar esta personalización.

2.6 Pantalla de inicio por primera vez

El flujo del usuario llega a este punto importante, que es entrar a la sección principal de la aplicación, en donde la mayoría de las funcionalidades estarían ubicadas y donde el usuario pasaría la mayor cantidad de tiempo al momento de usar la aplicación. El diseño de esta página debía recolectar toda la investigación realizada y centrarse en volverla intuitiva.

2.7 Diseño de información

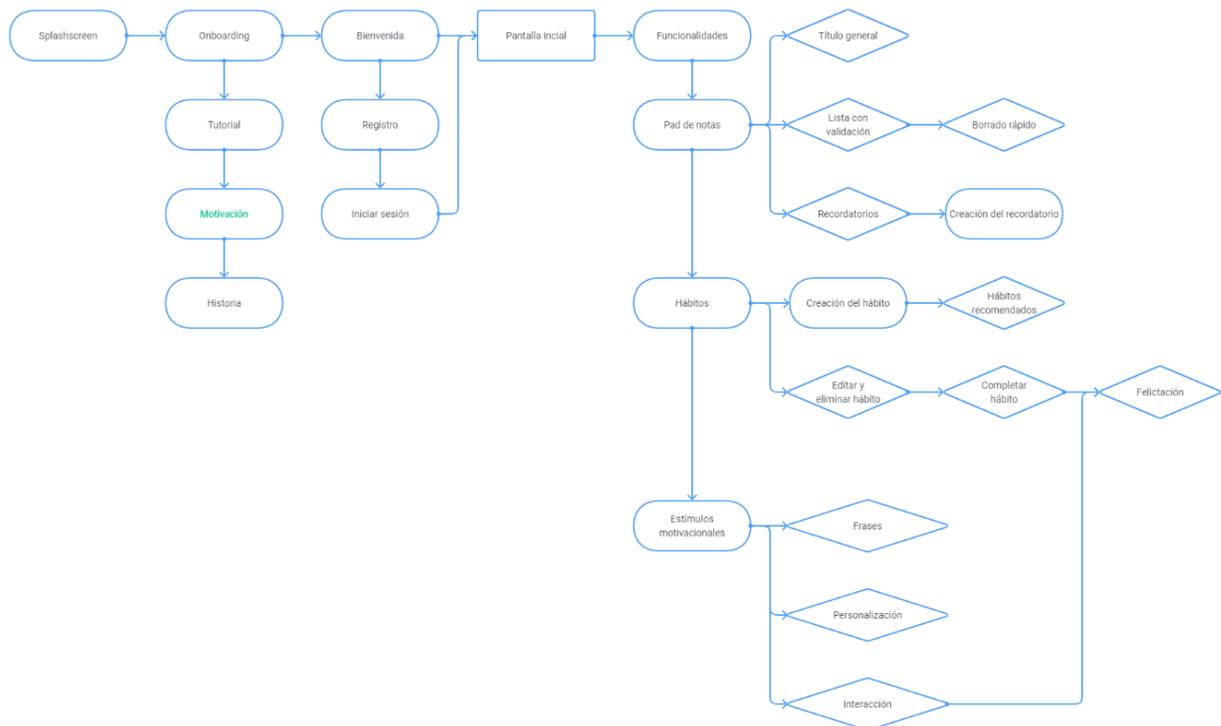


Figure 9: Estructura de la información

Una vez profundizados estos cuatro temas sobre un flujo optimizado y superados los obstáculos, se desarrolló la estructura de información, la misma que de forma esquemática, recopila qué pasa, cada vez que el usuario tiene una interacción con un botón, ícono, enlace, imagen o cualquier llamado a la acción cómo se puede ver en la Figura 5. Este esquema fue de gran utilidad para el apartado de desarrollo donde se debía crear las diferentes páginas a las cuales el usuario accedería. Con el esquema listo, los esfuerzos se centrarían en el diseño visual de la interfaz.

2.8 Diseño de interfaz

El diseño de la interfaz fue un proceso importante, ya que se debía crear la personalidad de la aplicación, escoger la paleta de color, la tipografía y el estilo gráfico de diseño. Para empezar, definir cómo llamar al proyecto, qué nombre asignarle.

Como es una aplicación que busca motivar al usuario buscaba darle ese lado más espiritual con un concepto curativo, entonces partí desde ahí, buscando nombres históricos que hayan tenido un impacto positivo en personas a lo largo de la historia. De igual manera, la aplicación busca ser una herramienta organizativa, como un asistente diario de tareas. Por lo tanto, busqué los nombres de los asistentes personales más reconocidos y eficaces en el mercado de aplicaciones, tales como: Siri de Apple, Sam de Samsung y Alexa de Amazon (PCFusion, 2020).

Me llamó la atención lo siguiente, ¿Por qué estos asistentes digitales tienen un nombre femenino? ¿Y cómo esto tiene un verdadero impacto en la sociedad? ¿Por qué no un asistente masculino? El Dr. Jordan Peterson, en una entrevista realizada en 2019 por British GQ, habla sobre qué, en promedio, los hombres tienden a interesarse más en cosas a lo largo de su vida

y las mujeres tienden a interesarse más en las personas. La imagen femenina ha estado siempre en la evolución humana ligada al bienestar social y mental de las personas. Mientras los hombres estaban interesados en tareas de supervivencia físicas, las mujeres balanceaban la supervivencia por el lado de las emociones. (Peterson, 2019) Esto lleva a que implícitamente, el nombre de un ayudante diario sea de carácter femenino, para asegurar una mayor conexión al momento vivir la experiencia con este asistente diario.

Durante mi investigación encontré una variedad de artículos en internet que hablan sobre el concepto de *Smart Wife.*, uno de los más estudiados para explicar el fenómeno de la figura femenina ligada a la organización diaria. La sensación de tener un asistente diario masculino podría ser contra productiva ya que perdería este sentimiento empático implícito único del lado femenino, además que, por naturaleza el lado masculino de la humanidad no se ha adaptado tanto como el lado femenino a la inteligencia organizacional. (Kennedy, 2020) Con esto en mente, busqué un nombre femenino, pero que tenga un significado escondido. Inmediatamente pensé en adentrarme en la mitología griega y buscar algún personaje o Dios que tenga un nombre con significado profundo. Es así como encontré el nombre de Hebe, Diosa de la juventud y copera de los Dioses, ayudaba a sus hermanos en sus tareas como Dioses, como una asistente divina. (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 1998). Al fin encontré el nombre ideal para mi aplicación, Hebe.

Una vez definido el nombre del proyecto, proseguí a darle una personalidad. Como parte de los valores de este personaje mitológico están: el crecimiento, la empatía, y lo funcional. El Dr. Carl Jung, uno de los padres y doctores más influyentes de la rama psicológica del psicoanálisis propone que cada persona adquiere patrones implícitos dentro del colectivo humano hacia un arquetipo de personalidad desde su nacimiento. (Martinez,

2021). Es decir que, al nacer, cada individuo con sus experiencias y su herencia intelectual se alinea a un tipo de personalidad de forma inconsciente, estos tipos de personalidad varían entre cada individuo y pueden dividirse superficialmente en doce tipos, como, por ejemplo: el rebelde, el explorador, el apasionado o el cuidador, siendo este último, el arquetipo que más acorde iría con Hebe.

El arquetipo del cuidador busca ayudar al resto, es muy empático y está relacionado con la figura de un médico. Importante investigación, ya que de aquí nacería la paleta de color, la tipografía y el estilo gráfico e interactivo de Hebe.

La paleta de color pasó por varios modelos hasta que se decidió el final. Los colores verdes fueron escogidos como colores principales debido a que representan a la naturaleza en su manera más ideal. La idea del crecimiento personal fue igual algo en lo que me basé para sus colores, y la naturaleza tiene un crecimiento constante, nace desde una raíz hasta la flor de un árbol.



Figura 10: Paleta de color Hebe

Mientras recababa información sobre psicología detrás de las formas me topé con un artículo relacionado con el tema, el cual explica, cómo el inconsciente humano relaciona ciertas formas con sentimientos, por ejemplo, las formas cuadradas tienden a ser vistas de

manera más sólida y protectora, justamente por esto las casas son cuadradas y con puntas, entonces las formas cuadradas denotan confianza y solidez. (Glovory Design, 2020)

Finalmente, debía crear el isotipo de Hebe. Siguiendo esta línea de pensamiento el círculo denota suavidad, al no tener esquinas y así mismo la sensación de lo “completo”. Sin embargo, decidí darle una connotación de movimiento al isotipo y para esto, la figura del círculo no me ayudaba por ser muy estática, por lo tanto, me decidí por el óvalo. El óvalo tiene los mismos principios que el círculo, pero rompe la simetría generando implícitamente movimiento. Este movimiento es necesario para poder transmitir el mensaje de crecimiento que representarían los valores de Hebe.



Figure 11: Logotipo Hebe

El Slogan de Hebe busca explicar su isotipo y el mensaje de crecimiento personal, haciendo relación a lo indispensable de desbloquear el potencial escondido que cada persona tiene dentro. Sin dejar de lado la idea de dar estímulos motivacionales a sus usuarios. Una vez definida la personalidad y marca de Hebe, volví al diseño de la página inicial del proyecto.

2.9 Funcionalidad página principal

Las tres funcionalidades escogidas, resultantes de todo el proceso investigativo y conceptual fueron: el pad de notas, los hábitos y la motivación.

a) Pad de notas

El pad de notas es un espacio en el cual el usuario puede tomar notas de manera rápida, sin pasar por un proceso de personalización, con el fin de agilizar el proceso de justamente crear una nota rápida. Para ayudar al usuario a organizar esta nota brindo 3 funcionalidades dentro, que son: un **título general**, con la intención de apoyar al usuario a entender la información y clasificar mejor los datos que vaya anotando, una lista **con validación** la cual tiene un botón de Checkbox para confirmar las tareas que vaya realizando y así su organización aumente ya que puede ver que tareas le faltan por completar, y un **recordatorio** de una tarea la cual requiera que la aplicación le recuerde por realizar a una hora específica del día.

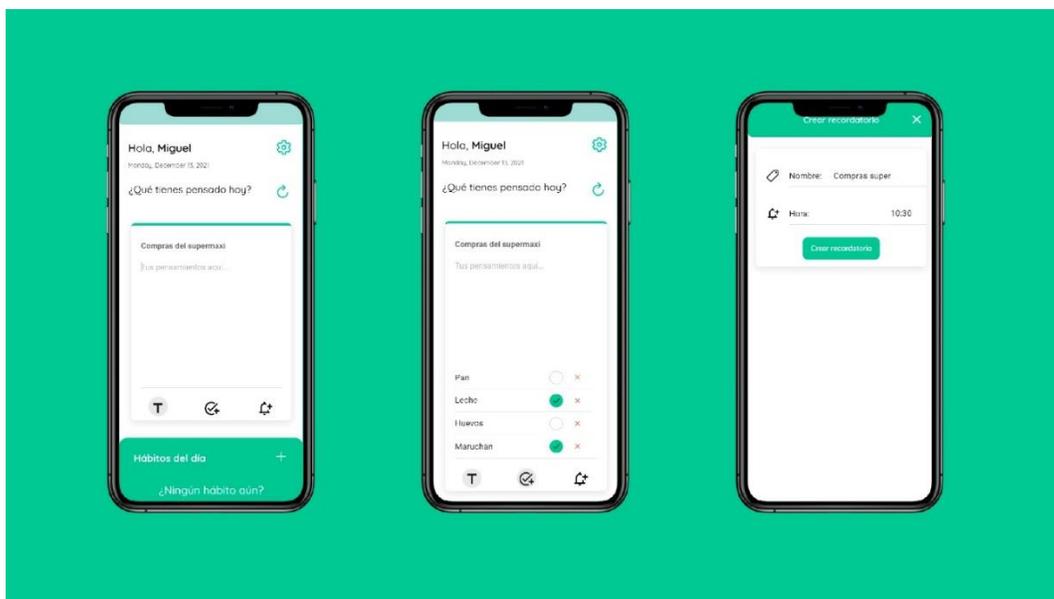


Figura 12: Pad de notas Hebe

b) Hábitos

Este apartado permite a los usuarios crear un hábito con nombre, color e ícono, con el fin de tener constancia de los hábitos que realice diariamente. Así mismo se puede modificar todas sus variables o eliminarlas. El hábito tiene un botón de tipo Checkbox, para confirmar que ha realizado el hábito y una vez realizado, la aplicación lo felicitará a través de una pantalla de alerta con texto e ilustración.

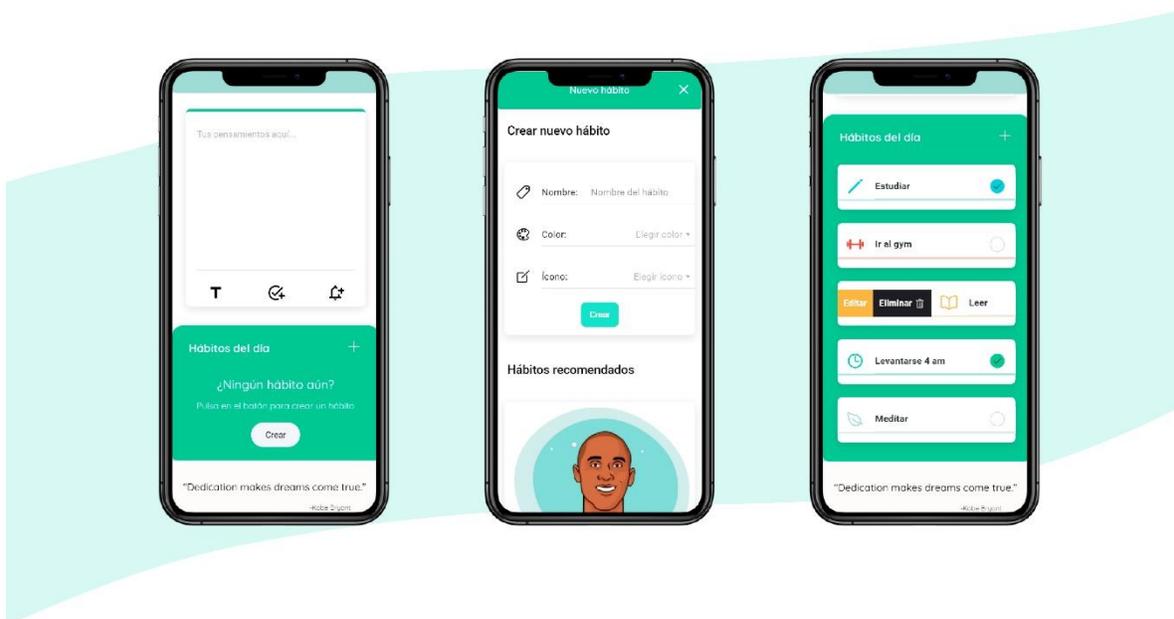


Figura 13: Hábitos Hebe

c) Motivación

La motivación al usuario está distribuida a lo largo de toda la experiencia. En la página principal existe un apartado de frases motivacionales de personas exitosas, con el fin de motivar al usuario. Así mismo en el apartado de crear un hábito, la aplicación recomienda hábitos realizados por personas exitosas, nuevamente para informar y motivar al usuario. El saludo principal con apodo personalizado busca romper esa barrera invisible entre el usuario

y la aplicación, con el fin de mejorar la experiencia interactiva y envolver más al usuario. Así mismo, el saludo es una formalidad digna de interacciones humanas y brinda cierto respeto y seguridad, por lo que se puede entender como un pequeño estímulo de motivación.

2.10 Ajustes

Para el apartado de ajustes, Hebe permite al usuario modificar el apodo con el cual quiera ser saludado, se puede restablecer la contraseña y hacer un Log Out de su sesión activa. Todo esto con el fin de mejorar la experiencia del usuario.

3. Desarrollo

El desarrollo de Hebe fue realizado en el Framework de desarrollo de aplicaciones híbridas Ionic 5. Este Framework desarrollado por Ionic, una empresa tecnológica en el mundo de dispositivos web, busca generar un espacio de trabajo completo, funcional, e híbrido para los dos sistemas operativos más grandes del mundo como lo son Ios de Apple y Android de Samsung. El código el cual utiliza Ionic para estructurar los elementos de la interfaz digital es HTML 5. Así mismo, usa el lenguaje CSS 3 para dar diseño a los elementos HTML. Ionic 5 toma los principios del diseño y desarrollo web que han sido el estándar los últimos 20 años desde la creación de HTML, para justamente entrar dentro de esta estandarización y no generar problemas al usuario en el tema del aprendizaje de un nuevo lenguaje de programación. Utilicé Visual Studio Code, un editor de código creado por Microsoft, cómo el espacio en donde se organizarían las carpetas, el código, y la información.

3.1 Angular Js

Angular Js es un Framework desarrollado por la empresa JavaScript para crear experiencias web dinámicas que utilicen el modelo de desarrollo MVC, sus siglas hacen referencia a Modelo, Vista y Controlador. Esto quiere decir que la información será

procesada inicialmente por el modelo, este modelo tiene un controlador que realiza los eventos y la vista es lo que termina viendo el usuario. (Hernandez, 2021) Así se aseguran de que el usuario no vea una experiencia web como un acordeón de procesos de información o código, si no, limitan al usuario a ver simplemente la vista resultante de todos los procesos llevados a cabo internamente.

Utilicé Angular Js para crear los diferentes eventos que pueda realizar el usuario al dar un clic, al entrar a la aplicación, al cerrar la aplicación y para diseñar la lógica detrás de cada funcionalidad.

3.2 Google Firebase

Las funcionalidades me demandaban conectarme a un repositorio de almacenaje en la nube (base de datos), la cual recopile toda la información que el usuario vaya generando, editando o eliminando. Google Firebase fue el repositorio ideal ya que contaba con una extensa documentación para la conexión entre la aplicación móvil y los servidores en línea. (Google, s.f.) Google Firebase no solo me dio la oportunidad de guardar la información, si no de generar los procesos de autenticación de usuario, sus necesidades como usuario al momento de olvidar una contraseña, y el cerrar una cuenta.

3.3 Sistema CRUD uso de Api's

Las Api's buscan ser los intermediarios entre el cliente y el servidor, como un mesero tomando una orden, el cliente le dice que opción del menú escogió y las Api's mandan esta orden al servidor el cual devolverá la información solicitada a través de la Api correspondiente. (Red Hat, 2017) Esto fue lo que apliqué en Hebe, específicamente al momento de realizar un sistema CRUD de los hábitos creados. El sistema CRUD, hace referencia con sus siglas en ingles a Create, Read, Update y Delete. (Vargas, 2021) Son

órdenes que el usuario solicita al servidor y que son entregadas por las respectivas Api's. El objetivo, brindar una mejor personalización a los usuarios en caso de que decidan modificar un tipo de información o eliminarla.

3.4 Android Studio

Android Studio fue el último paso del desarrollo. En este espacio de desarrollo realicé las diferentes simulaciones de mi proyecto para celulares con sistema operativo Android. Así mismo me permitió crear el Android Application Bundle (.aab) que es el tipo de archivo que recibe la consola de Google Play Store para la revisión y posteriormente su lanzamiento. Aquí gestioné las versiones de la aplicación, el identificador, el nombre, entre otros parámetros.

4. Monetización

Hebe es una aplicación móvil de suscripción gratuita de inicio, con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de descargas para dar una muestra de la propuesta de valor que Hebe propone. Una vez que el usuario interactúa y conoce a Hebe, tendrá la opción de pasar a una suscripción paga con un precio de \$3 dólares americanos mensuales, en ese momento se desbloquearán nuevas funcionalidades en temas de organización motivación y personalización de la aplicación. El modelo de negocio se basa en la cantidad de usuarios dispuestos a descargarse y suscribirse a la aplicación, en su momento se buscará el número de usuarios necesarios para obtener un flujo estable cada mes que asegure la continuidad del proyecto en el tiempo y la estabilidad para el equipo que desarrolle a Hebe. Dentro del enfoque financiero, no está contemplado mostrar publicidad ya que es un tema que distorsiona la experiencia del usuario, la vuelven molesta e invasiva.

5. Futuro

Me he planteado como propósito personal crear una experiencia que sea de utilidad a través de una herramienta como es Hebe, que tiene por un lado motivación y por otra ayuda organizacional. Este es la primera versión de Hebe, por lo que continuaré la investigación con el Feedback recibido por usuarios, y haré los cambios que sean necesarios en todos los ámbitos desde el diseño visual, la experiencia del usuario y sus funcionalidades.

Mi meta es crear un equipo de trabajo comprometido, al cual puedan ingresar diseñadores, desarrolladores, animadores e inversores, dispuestos a involucrarse de lleno en el proyecto con el propósito de crecer y que aportar positivamente en la evolución de Hebe, que llegue a ser una aplicación de élite a nivel mundial caracterizada en otorgar a sus usuarios un nuevo estilo de vida cargado de motivación y una ayuda organizacional.

CONCLUSIONES

En conclusión, Hebe ha sido el primer gran proyecto que he creado. Cada fase de su creación me demandó habilidades que yo no sabía que tenía, y algunas fueron significativamente potenciadas. Desde una pregunta que me la hice en un contexto completamente diferente, hasta el lanzamiento de una aplicación móvil que busca responder esa pregunta. Las largas horas de entretenida investigación me hicieron dar cuenta que, si quieres que algo tenga un buen impacto en las personas, hay que conocer a las personas, sus motivaciones, las diferentes personalidades, sus inconscientes colectivos y en sí, su psicología. Me encantó darme cuenta la conexión que tiene la ciencia de la psicología con el arte, la tecnología el mundo digital y sus usuarios. Así mismo, entendí que la verdadera esencia de un diseñador gráfico en medios interactivos es crear experiencias memorables e interactivas juntando el arte, las personas y lo digital. Este proyecto junta investigación en las ramas del diseño, la psicología, el estudio de mercado, el desarrollo y la publicación. Estoy personalmente alegre y satisfecho con lo trabajado y logrado en esta primera versión de Hebe, este es el primer paso hacia mi propósito de vida personal y no descansaré hasta lograrlo, tomando las palabras del gran Kobe Bryant: *“Dedication make dreams come true”*.

REFERENCIAS

- Augustyn, A. (s.f.). *Trojan horse*. Obtenido de Britannica Web Site:
<https://www.britannica.com/topic/Trojan-horse>
- Bryant, K. (2019). Kobe Bryant's LAST GREAT INTERVIEW On How To FIND PURPOSE In LIFE | Kobe Bryant & Jay Shetty. (J. Shetty, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=g2cQ2kD6lzs&t=2251s>
- Cuncic, A. (08 de 07 de 2021). *What Is Logotherapy?: Verywellmind* . Obtenido de Verywellmind Web Site: <https://www.verywellmind.com/an-overview-of-victor-frankl-s-logotherapy-4159308>
- Glovery Design. (21 de 11 de 2020). *Psychology of shapes in Design: how different shapes can affect people behaviour*. Obtenido de UX Collective Web Site: <https://uxdesign.cc/psychology-of-shapes-in-design-how-different-shapes-can-affect-people-behavior-13cace04ce1e>
- Google. (s.f.). *Firebase te ayuda a compilar*. Obtenido de Firebase.google Web Site: <https://firebase.google.com/?hl=es-419>
- Hernandez, R. D. (19 de 04 de 2021). *The Model View Controller Pattern – MVC Architecture and Frameworks Explained*. Obtenido de Freecodecamp Web Site: <https://www.freecodecamp.org/news/the-model-view-controller-pattern-mvc-architecture-and-frameworks-explained/>
- Juhász, A. (19 de 09 de 2020). *Is Infinite Scroll the Slot Machine of the New Generation?* Obtenido de Medium Web Site: <https://medium.com/swlh/is-infinite-scroll-the-slot-machine-of-the-new-generation-eb6acd8fefa9>
- Kennedy, Y. S. (14 de 11 de 2020). *The Smart Wife: Why Siri, Alexa and other smart home devices need a feminist reboot*. Obtenido de THENEWDAILY: <https://thenewdaily.com.au/entertainment/books/2020/11/14/smart-wife-feminist-reboot/>
- Lieberman, D. (11 de 2021). *Dopamine: Driving Your Brain into the Future [Video]*. Obtenido de Ted Talk: https://www.ted.com/talks/daniel_lieberman_dopamine_driving_your_brain_into_the_future
- Martinez, E. (14 de 10 de 2021). *Los 12 arquetipos de personalidad de Carl Jung*. Obtenido de Psicoactiva Web Site: <https://www.p psicoactiva.com/blog/los-arquetipos-de-jung/>
- Michely, J. V. (20 de 03 de 2021). *he role of dopamine in dynamic effort-reward integration. Neuropsychopharmacol*. Obtenido de Nature Web Site: <https://www.nature.com/articles/s41386-020-0669-0#citeas>

- O'Dea, S. (06 de 08 de 2021). *Number of smartphone users from 2016 to 2021*. Obtenido de Statista Web Site: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
- PCFusion. (07 de 09 de 2020). *Los asistentes personales digitales y sus usos*. Obtenido de PC Fusion Web Site: <https://www.pcfusion.com.mx/los-asistentes-personales-digitales-y-sus-usos/>
- Peterson, J. (15 de 01 de 2019). Jordan Peterson: 'There was plenty of motivation to take me out. It just didn't work'. (H. Lewis, Entrevistador) Obtenido de <https://www.gq-magazine.co.uk/article/jordan-peterson-interview-2018>
- Red Hat. (31 de 10 de 2017). *¿Qué es una API?* Obtenido de RedHat Web Site: <https://www.redhat.com/es/topics/api/what-are-application-programming-interfaces>
- Salesforce. (20 de 08 de 2021). *Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?* Obtenido de Salesforce Web Site: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>
- Swain, A. (08 de 11 de 2020). *Why UX is IMPORTANT!* Obtenido de Medium Web Site: <https://medium.com/the-ui-girl/why-ux-is-important-a6d9b9abb378>
- Swissinfo. (27 de 12 de 2020). *Swissinfo*. Obtenido de <https://www.swissinfo.ch/spa/covid-pandemia-y-confinamiento--c%C3%B3mo-cambi%C3%B3-el-mundo-en-2020/46247730>
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (20 de 07 de 1998). *Hebe*. Obtenido de Britannica Web Site: <https://www.britannica.com/topic/Hebe-Greek-goddess>
- USWITCH. (03 de 06 de 2021). *What are the different mobile operating systems?* Obtenido de Uswitch Web Site: <https://www.uswitch.com/mobiles/guides/mobile-operating-systems/>
- Vargas, K. (16 de 05 de 2021). *¿Qué es CRUD? 4 funciones para dominar la gestión de base datos*. Obtenido de Crehana Web Site: <https://www.crehana.com/ec/blog/desarrollo-web/que-es-crud/>