



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Facultad de Bellas Artes

SERENMIND: DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL PARA
UNA STARTUP DE BIENESTAR EMOCIONAL.

Trabajo Fin de Grado

Grado en Diseño y Tecnologías Creativas

AUTOR/A: Sansano Avaria, Clara

Tutor/a: Roldán Garrote, David

CURSO ACADÉMICO: 2021/2022

RESUMEN

Diseño de identidad visual para una startup de bienestar emocional. La memoria documenta el proceso de diseño desde el análisis del producto y sus contenidos psicológicos hasta la definición de su identidad visual y su aplicación en distintas plataformas digitales de comunicación. Centrándose especialmente en la aplicación móvil sobre la cual se concibe la startup. De igual modo, se realiza una propuesta de diseño para sus perfiles en redes sociales y la página web de la misma.

PALABRAS CLAVE

Diseño de interfaz de usuario, diseño gráfico, ilustración, bienestar emocional, app y redes sociales.

ABSTRACT

Visual identity design for an emotional wellness startup. This report addresses the design process from the analysis of the product and its psychological content to the definition of its visual identity and its application in different digital communication platforms. Focusing especially on the mobile application on which the startup is conceived. Likewise, a proposal of design for their profiles on social media and their website.

KEY WORDS

UI design, graphic design, illustration, emotional wellbeing, app and social media.

CONTRATO DE ORIGINALIDAD

El presente documento ha sido realizado completamente por el firmante; es original y no ha sido entregado como otro trabajo académico previo, y todo el material tomado de otras fuentes ha sido citado correctamente.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Clara Sansano Avaria', written in a cursive style.

Clara Sansano Avaria
09-05-2022

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. JUSTIFICACIÓN	5
1.2. OBJETIVOS	5
1.3. METODOLOGÍA	6
2. DESARROLLO	8
2.1. BRIEFING	8
2.2. REFERENTES PROFESIONALES	9
2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DESARROLLADO	11
2.3.1. <i>Establecimiento de la línea estilística</i>	11
2.3.2. <i>Realización de los continentes</i>	13
2.3.3. <i>Revisión y corrección del material</i>	19
2.3.4. <i>Propuestas alternativas que fueron descartadas</i>	19
2.3.5. <i>Lanzamiento del nuevo contenido</i>	22
2.4. RESULTADO	22
2.4.1. <i>Interfaz visual de la app móvil</i>	22
2.4.2. <i>Interfaz visual de la página web</i>	41
2.4.3. <i>Publicaciones para Instagram y Facebook</i>	42
2.5. PREVISIÓN DE IMPACTO / TESTEO / DIFUSIÓN / ETC	45
2.6. PRESUPUESTO	48
3. CONCLUSIONES	49
4. REFERENCIAS	51
5. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS	52
6. ANEXOS	61
ANEXO I. BUYERS PERSONA	
ANEXO II. REFERENTES DE DISEÑO	
ANEXO III. INTERFAZ DE LA APP ANTIGUA	
ANEXO IV. INTERFAZ DE LA WEB ANTIGUA	
ANEXO V. ENLACES A LOS VIDEOS DE LAS INTERFACES APP Y WEB	
ANEXO VI. MOCKUPS APP MÓVIL	
ANEXO VII. REFERENTES WEB	
ANEXO VIII. PROPUESTA DE DISEÑO WEB	
ANEXO IX. IMÁGENES PARA LAS APP STORES	
ANEXO X. REDES SOCIALES	
ANEXO XI. CABECERAS DE LOS PERFILES EN LINKEDIN, TWITTER Y FACEBOOK	
ANEXO XII. OPINIONES DE LOS USUARIOS	
ANEXO XIII. ENLACES A APP STORE, PLAY STORE Y PÁGINA WEB	

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

El contenido recopilado en este proyecto consiste en una pequeña parte de la labor realizada durante un año de prácticas en la startup de Lanzadera llamada Serenmind.

Serenmind es una app móvil de bienestar emocional. Esta tiene como finalidad principal, la oferta de un servicio psicológico de calidad. No busca ser un sustituto de un terapeuta, pero sí que busca ser ese refuerzo de ayuda terapéutica. Es decir, puede servir como complemento para personas que acuden a terapia o puede ayudar a personas que no tienen tiempo de acudir a un especialista o no tienen medios económicos para esto mismo. Es una solución económica para personas con problemas de malestar emocional como: ansiedad, estrés, depresión e insomnio. La app ayuda a sus usuarios a través de audios autoguiados a comprender mejor sus sentimientos, de dónde nace su malestar y cómo aprender a gestionarlo y a superarlo. Los contenidos de esta aplicación han sido preparados por un equipo de psicólogas quienes han empleado la Teoría Cognitivo - Conductual (2020) para la realización de todo este material. Serenmind (2020) explica que, los fundamentos básicos de esta terapia se basan en la comprensión de cómo uno piensa sobre sí mismo, sobre otras personas y sobre el mundo que lo rodea, además de comprender cómo, las acciones que lleva a cabo una persona, se reflejan en cómo piensa y cómo se siente a nivel emocional.

Esta oportunidad surgió por casualidad, en un momento de necesidad por parte de la empresa de dar con diseñadores gráficos con interés por el proyecto. La principal tarea es la de realizar un cambio de imagen a la empresa. Establecer un nuevo sistema de diseño y aplicarlo a todas las plataformas y soportes posibles, desde la aplicación móvil, hasta los diseños de presentaciones para posibles inversores. Estos meses de trabajo sirven para desarrollar las capacidades en un entorno laboral, aprender cómo funciona este y la interrelación entre departamentos. Todo lo que se presenta a continuación es material que a día de hoy conforma un proyecto real, al alcance de todos, en todas las plataformas digitales.

1.2. OBJETIVOS

Este proyecto se nos plantea como propuesta de trabajo de prácticas con la finalidad de ayudar a la startup Serenmind a contar con una imagen propia. Buscan encontrar su esencia, una imagen que la defina. Por lo tanto el motivo principal del trabajo a desarrollar es la creación de su marca, encontrar esa imagen que los diferencie. Por lo tanto, teniendo esta máxima como objetivo principal, para lograrlo, debemos de cumplir con una serie de objetivos específicos:

Investigar sobre la materia a exponer así como a su público objetivo.

Tenemos que conocer muy bien los contenidos que expone la aplicación. Entender para qué sirven y por qué son buenos para sus usuarios. Asimismo, es de vital importancia saber a quién va dirigido. Cada persona tiene una sensibilidad diferente y los contenidos que ofrece Serenmind son para un público objetivo, debemos comprender la forma en que estas personas piensan y reciben los estímulos de su entorno para así exponer de una manera apropiada los contenidos y que ellos hagan una lectura adecuada de los mismos sin llevar a confusiones.

Establecer la línea estilística.

Una vez comprendida la materia a exponer y el público objetivo para el cual se realizan los contenidos. Debemos diseñar la imagen de Serenmind. Estableciendo unas pautas clave que entornan la tipografía, el color y la ilustración, materializamos los contenidos.

Crear un diseño modulado.

Todo lo que se desarrolle a nivel visual ha de tener la capacidad de adaptabilidad. No solo trabajamos para generar la parte visual de la app móvil, sino que buscamos que Serenmind tenga personalidad propia. Esta, ha de verse reflejada en todas sus plataformas, desde la aplicación, hasta la página web, pasando también por sus perfiles en redes sociales: Instagram, Facebook, LinkedIn...

Propiciar la adaptación adecuada al entorno laboral.

Dado que se trata de unas prácticas en empresa, como diseñadores dentro de un equipo, debemos ser capaces de trabajar en un entorno laboral multidisciplinar. Adaptarnos a las necesidades de las materias compañeras, pues en ocasiones el diseño puede interferir en el desarrollo de la app o en las estrategias de marketing. Además de escuchar al líder del grupo y ser capaces de materializar las ideas que este propone a nivel visual.

1.3. METODOLOGÍA

Durante todo este proceso de trabajo y de aprendizaje, el sistema de organización que siempre llevamos a cabo consiste en reunirnos con el CEO y establecer las necesidades que requiere la startup en cada momento. En estas reuniones se proponen tareas a realizar, tras estas, se lleva a cabo un proceso de investigación sobre referentes que pueden servir de ayuda y posteriormente a eso se plantea un briefing con la propuesta a desarrollar. Tras este proceso previo, nos volvemos a reunir con el CEO para exponer las ideas recopiladas y una vez este nos da su aprobación, llevamos a cabo el desarrollo de la propuesta definitiva.

A lo largo de este proceso, se tiene en cuenta de manera constante, la opinión y consejo de las expertas en el ámbito de la psicología y de los expertos en el campo del desarrollo web y app.

Dentro de la startup, el concepto de departamento no está estrictamente establecido, pues pese a que cada uno está especializado en un tema y este,

es su tarea a desarrollar en el trabajo, todas las tareas implican conocimientos del compañero de al lado. Es por esto que el trabajo a desarrollar por todos y cada uno de los trabajadores, siempre se ha visto respaldado por el resto de profesionales especialistas en distintas áreas.

Por lo tanto, el proceso de trabajo siempre funciona de esta forma: El CEO plantea una necesidad, se realiza un proceso de investigación y experimentación, se presenta un briefing de una o varias opciones a desarrollar, se intercambian opiniones entre el CEO y el resto de expertos, se opta por la opción más adecuada y comienza el proceso de creatividad. Durante este tiempo, se realizan consultas al resto del equipo, para asegurar que se está realizando el proyecto de la manera adecuada. Finalmente se termina la propuesta de diseño y se testea, se comprueba si funciona correctamente en el entorno en el que ha de situarse (aplicación, página web o redes sociales) si la respuesta es afirmativa, se publica el contenido, dando paso así a la próxima propuesta de diseño.

Todo esto explicado anteriormente es la metodología llevada a cabo en conjunto con el resto del equipo, es decir, una dinámica de trabajo más transversal. Si nos centramos en el proceso de diseño, podemos hablar de otros procesos llevados a cabo. Nuestra manera de trabajar a la hora de realizar una propuesta de diseño, comienza con la recopilación de referentes. Estos provienen de diversas ramas, por un lado, las ideas que nos propone el CEO, por otro lado, referentes profesionales de un mismo ámbito o de ámbitos laborales similares a los de la empresa para la que desarrollamos el proyecto y por último, referentes visuales que nos resultan interesantes o atractivos y que consideramos que cuentan con características que nos conviene tener en cuenta para nuestra propuesta. Seguidamente a toda esta recopilación de información, comenzamos con la base de abocetado, aquí probamos a dibujar cientos de combinaciones de dibujos de personajes y elementos variados, tipografías y colores. De entre todo este material generado, hacemos una selección de lo que más nos gusta, nos parece adecuado y cumple con los requisitos establecidos y realizamos una pequeña presentación a modo de moodboard de lo que futuramente será la propuesta de diseño. Una vez el resto del equipo nos ha dado feedback comenzamos con la realización de la propuesta definitiva. Para comenzar con la labor más densa de trabajo, realizamos un listado organizando los elementos a crear, por orden de prioridad y a partir de ahí comenzamos con el proceso de realización de los elementos definitivos. Cuando todo el contenido está hecho, lo enseñamos al equipo y o bien se le da el visto bueno y pasa a la fase de testeo o bien se realiza alguna corrección puntual en algo con lo que no está de acuerdo el resto del equipo. Una vez todo el contenido se testea, se vuelven a hacer correcciones si son necesarias y finalmente el contenido se publica.

2. DESARROLLO

2.1. BRIEFING

A lo largo de un año de prácticas, se realizan distintos encargos y distintas propuestas de diseño, pero en esta memoria vamos a desarrollar más exhaustivamente la primera propuesta que se nos hace, se trata de la nueva identidad de Serenmind.

La primera toma de contacto con la startup es una reunión con el CEO, en ella, nos indica la necesidad de la creación de una nueva identidad para la marca. Se especifica la necesidad de generar una nueva imagen que ayude a distinguir a su empresa del resto, además de que permita transmitir de una manera óptima sus contenidos y de que sea atractiva visualmente. De igual modo de comunicarnos sus necesidades, se establece un referente a nivel estético, este es Headspace, una aplicación móvil de meditación. Además de compartir cierta similitud de contenidos, en lo que refiere a la temática de meditaciones, mindfulness e insomnio, Headspace cuenta con la línea estilística a la que aspiran desde Serenmind, es por ello que se tiene en cuenta como referente principal a la hora de llevar a cabo las labores de diseño.

Por lo tanto, después de la primera toma de contacto con Serenmind, podemos entender el briefing del proyecto como el desarrollo de un lenguaje visual capaz de diferenciar a la marca y de transmitir el mensaje de esta. Además, este ha de permitir su adaptación a los distintos formatos y plataformas de comunicación con los cuales cuenta la empresa.

Para poder comenzar con esta tarea es necesario hacer un estudio previo tanto del servicio que ofrece la empresa como de las bases teóricas sobre las cuales se sustenta. Por ello, realizamos una serie de preguntas al equipo de psicólogas para que nos informen sobre los lugares en los cuales encontrar la información necesaria para comprender al público objetivo de la app así como los fundamentos teóricos que se emplean en los contenidos de esta. A parte de ofrecernos como fuente de información, el sitio web de la propia startup, donde se encuentra explicado, a través de videos y textos, de una manera muy clara e interesante la información, nos invitan a conocer el sitio web: La mente es maravillosa.

Se trata de una revista de ciencia muy interesante donde se pueden encontrar artículos de todo tipo relacionados con la psicología. En ella descubrimos el significado de la Teoría Cognitivo - Conductual (2020), que como ya hemos nombrado, es la base principal sobre la cual se redactan todos los contenidos psicológicos que se plantean dentro de la aplicación. Como Elena Sanz (2020) explica en La mente es maravillosa: “consiste en la relación entre el pensamiento de una persona y su conducta ante dicho pensamiento. Cuando un paciente distorsiona la realidad, reacciona de una manera negativa, de modo que lo que la TCC pretende es enseñar a este paciente a comprender lo que realmente ocurre en su entorno, consigo mismo y con el resto

de personas, para poder reaccionar de una manera adecuada, sin producir respuestas y sensaciones negativas.”

Asimismo a parte de proporcionarnos lugares en los cuales encontrar información para indagar en fundamentos psicológicos, el equipo de psicólogas nos brinda una serie de descripciones sobre los usuarios ideales, personas diana (como ellas denominan) o público objetivo de la app. Maite Mora, integrante del equipo de psicólogas de la startup los define como: “Personas con sintomatología de leve a moderada. Con trastornos adaptativos, que básicamente aparecen ante cualquier situación estresante normal. Es decir, no es que sean trastornos graves sino que suele ser ansiedad y depresión ante un cambio vital estresante.”

Una vez recopilado todo este conocimiento sobre el público objetivo y sobre la manera de actuación a nivel terapéutico para tratarlos, podemos generar una serie de buyers persona, para poder visualizar de una manera más clara el ideal de usuario de Serenmind. En el apartado de anexos de esta memoria, se pueden encontrar, en el anexo 1, tres resúmenes de tres buyers personas diferentes.

2.2. REFERENTES PROFESIONALES

Desde el inicio y a lo largo de todo el proyecto, la dirección de la startup, nos hace especial hincapié en la aplicación móvil Headspace (2010). Por ello, a parte de llevar a cabo un proceso de investigación y análisis en base a los requisitos establecidos por la empresa, se ha tenido muy presente a esta otra aplicación.

Headspace (2010) es una plataforma digital que ofrece contenido guiado de mindfulness y meditación, se puede acceder a este a través de su aplicación móvil. Es de origen inglés y ya cuenta con más de dos millones de usuarios. La imagen de esta marca se caracteriza por ser muy divertida, se distingue del resto por presentar unos personajes ficticios y antropomórficos, de ojos saltones, que ilustran los contenidos que componen la app. También presenta una paleta cromática alegre y variada, donde predominan tonos naranjas y azules. Esto puede ser un recurso utilizado para marcar una clara diferenciación entre los contenidos diarios y nocturnos, pues al tratarse de contenido mindful y de meditación, puedes encontrarte con material para comenzar el día con energía o para relajarte antes de ir a dormir. Para completar los elementos principales que conforman la identidad de Headspace, encontramos la fuente tipográfica denominada Apercu. Hablamos de una fuente de palo seco, con los remates rectos pero con formas generales redondeadas. Transmite sencillez e informalidad. Es clara, sencilla y divertida, muy adecuada para la línea estilística que presentan las ilustraciones.

Desde el equipo de Headspace, han sabido jugar muy bien con las ilustraciones para transmitir sus mensajes. En numerosas ocasiones no ilustran de manera literal el contenido del audio a escuchar, sino que emplean figuras retóricas que ejemplifican el tema a tratar.

Continuando con la búsqueda de referentes, y habiendo establecido algunas de las características primordiales para esta nueva imagen que tenemos que crear. Realizamos una búsqueda en la plataforma de Pinterest (2010) de diversos estilos de ilustración. Nos topamos con un referente muy interesante. Se trata de un proyecto en concreto del estudio de animación independiente barcelonés, Niceshit Studio y su proyecto “Join the Conversation” (2019) este, es un proyecto desarrollado con un estudio de diseño gráfico, donde buscan generar un lenguaje visual sencillo, colorido y con movimiento, para transmitir cualquier tipo de mensaje relacionado con la comunicación. Nos resulta muy interesante a la hora de ver como con formas geométricas tan básicas y una paleta de color bastante reducida, son capaces de transmitir tantas cosas, de manera tan variada.

Otro proyecto que descubrimos y que nos resulta interesante es la campaña digital llamada “Un mundo de gente” (2020) para el Centro Cultural Recoleta de Buenos Aires. Se trata de una propuesta diferente a lo que veníamos mostrando anteriormente, pues pese a seguir la línea de personajes antropomorfos que parten de formas geométricas básicas y colores vivos y variados. Esta propuesta presenta texturas y degradados y las formas geométricas son más complejas. Lo que nos resulta más interesante de este trabajo es la expresividad de los personajes, la manera de ilustrar las caras y plasmar las emociones de una manera tan clara.

Por último, otro ejemplo interesante del cual aprender y tener en cuenta como referencia para trabajar, es el portfolio del artista Ivan Mesaros (2021), quien cuenta con un abanico de proyectos muy curiosos. Su estilo de ilustración es sencillo y se caracteriza por la utilización de línea y mancha, con una paleta de colores reducida. En su mayoría de trabajos utiliza como máximo dos colores diferentes. De entre todos sus trabajos, cabe destacar “Theo” (2021) y “PollCat” (2021) pues tanto la temática como el estilo de diseño de personajes va en la línea conceptual de lo que estamos buscando.

A lo largo del proceso de investigación encontramos una gran variedad de ilustradores que en mayor o menor medida plasman conceptos o características que nos gustan y que sirven como inspiración, no podemos extendernos y explicar todos y cada uno de ellos, por eso nombraremos algunos más que nos resultan relevantes: James Jarvis, Sticky Monster Lab, Keith Haring y Redmi Kino.

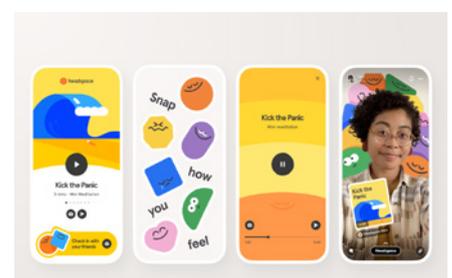
En el anexo 2, se pueden encontrar más ejemplos de referentes de diseño.

Fig.1. Ilustración de Ivan Meseros (2020)

Fig.2. Ilustración de James Jarvis (2003)

Fig.3. Ilustración de Niceshit studio (2019)

Fig.4. Capturas de Headspace (2019)



2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DESARROLLADO

Para llevar a cabo este proyecto, hemos establecido una serie de pautas que nos permiten organizar en el tiempo todas las tareas que deben llevarse a cabo. En base a estos cuatro puntos hemos materializado nuestro proyecto.

2.3.1. ESTABLECIMIENTO DE LA LÍNEA ESTILÍSTICA

Como hemos comentado anteriormente, antes de comenzar con el apartado más creativo del proyecto, se producen varias reuniones en las cuales se intercambian opiniones, se proponen ideas y se establecen las especificaciones necesarias por parte del CEO, para llevar a cabo el nuevo diseño de la imagen de Serenmind. Una vez esto queda claro y se realiza la búsqueda de referentes, se comienzan a perfilar las características específicas de la nueva imagen de la app.

Una vez finalizado todo este proceso previo, se puede definir la estética de Serenmind como la suma de tres elementos relevantes: la tipografía, la paleta cromática y la ilustración.

Tipografía

Tras el estudio previo de la competencia y de los referentes profesionales, hemos decidido mantener como tipografía oficial de la identidad visual, la fuente Nunito. Consideramos que cumple con las necesidades de este nuevo estilo que buscamos crear. Además, forma parte del logotipo de la empresa, cuya apariencia no va a verse modificada por este rediseño.

NUNITO BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Vv Ww Xx Yy Zz

NUNITO REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Vv Ww Xx Yy Zz

Paleta cromática

Observando la gama cromática actual que define a la empresa y el objetivo estilístico que estamos persiguiendo, llegamos a la conclusión de que necesita un cambio, por lo tanto proponemos una nueva versión a la paleta actual.

En la que ya podemos entender como antigua, observamos una combinación de colores apagados y poco variados. Se ha llevado a cabo una selección de tonos fríos y cálidos, en concreto: tres variantes de azul y tres variantes de naranja, y a partir de estos, se han obtenido sus gradientes de color a los tonos neutros, gris y negro. Los principales problemas que observamos en esta paleta son: la poca variedad de tonos y los gradientes tan oscuros.

La contrapropuesta que planteamos se define en base a dos máximas, la primera: la selección de una gama cromática reducida pero combinable. Y la

segunda máxima se centra en la selección de tonos, estos consisten en una combinación de fríos y cálidos. Tomando como inspiración la paleta original, esta es una manera interesante de transmitir a través de los colores emociones, sensaciones y sentimientos. Por lo tanto tener tonalidades opuestas nos brinda un amplio abanico de combinaciones que nos facilitan la expresión de todo tipo de estados de ánimo y emociones.



Fig. 5. Paleta cromática Serenmind (2019)



Fig. 6. Paleta cromática Serenmind (2021)

Ilustraciones

Una vez llevado a cabo el estudio de los referentes profesionales propuestos por la startup y los ejemplos estilísticos obtenidos de una investigación previa, somos capaces de generar un estilo de ilustración característico que permite transmitir de manera clara las ideas y mensajes que trata de expresar la aplicación de forma esclarecida.

Este tipo de ilustración se caracteriza por la utilización de formas geométricas sencillas para la representación de elementos y paisajes, y de personajes ficticios antropomorfos. Estos, son masas maleables curvas con caras y brazos pero sin piernas. Se trata de personajes poco detallados pero con mucha personalidad, sus expresiones faciales, sus colores y sus formas cor-

porales, definen tanto su personalidad como sus estados de ánimo.

Cabe destacar que se trata de una propuesta muy contraria a la estética previa. Esta está compuesta por imágenes obtenidas de bancos de imágenes de internet, por lo tanto no presenta ningún tipo de armonía ni existe una gran diferenciación de apartados y contenidos, pues cada imagen cuenta con una edición diferente. Buscamos romper con esto por medio de unos recursos distintos. Por ello a partir de una paleta cromática adecuada y un estilo de ilustración característico, desarrollaremos una imagen homogénea y acorde a las necesidades de esta interfaz, así como de su posterior aplicación a tantas plataformas sean necesarias.

Para observar la apariencia de la interfaz antigua, revisar anexo 3.



Fig.7. Ilustración Serenmind (2021)

2.3.2. REALIZACIÓN DE LOS CONTINENTES

Inmediatamente después del establecimiento de los puntos clave de la línea estilística del proyecto, realizamos un listado de todos los elementos a desarrollar en orden de relevancia, cuando este orden ya está establecido, nos dedicamos de pleno a su ejecución.

La organización en función de la prioridad y relevancia de los elementos a desarrollar es la siguiente: Apariencia de la aplicación móvil, de la página web y de las redes sociales.

Aplicación móvil

Antes de comenzar con la explicación de las propuestas estilísticas realizadas en esta nueva versión de la app. Cabe decir que nosotros no hemos tomado ninguna decisión en cuanto a los contenidos de la aplicación, su sistema de navegación o su programación. A nosotros se nos ha planteado un esquema de funcionamiento muy extenso y elaborado, en el cual se presentan todos los contenidos, su orden y su función. En base a toda esta información hemos establecido la estructura de nuestra propuesta de diseño. Es decir, nos hemos limitado a proponer una nueva imagen para todos estos contenidos ya establecidos.

Una vez explicado esto, pasamos a la exposición del esquema de navegación que hemos seguido para elaborar todo el continente de la aplicación móvil de Serenmind.

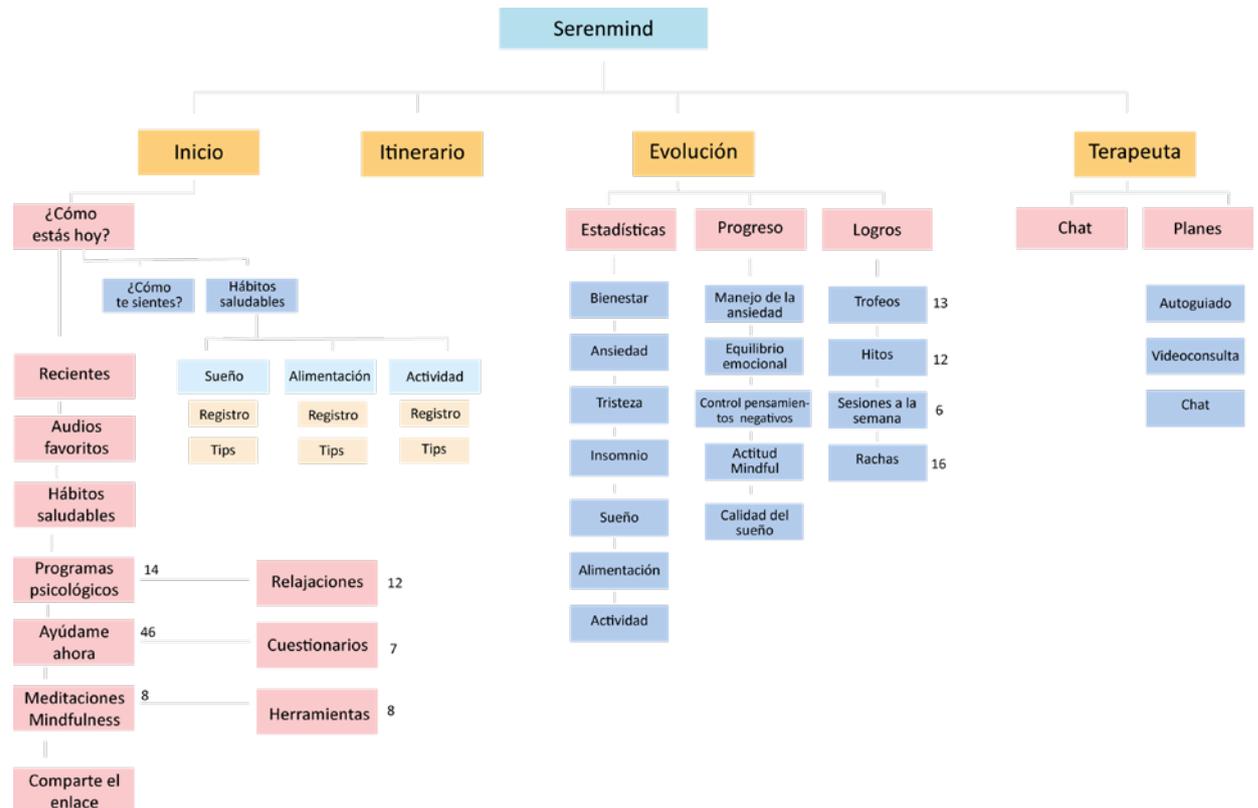


Fig.8. Esquema de navegación de la app Serenmind (2021)

Esta cuenta con un menú conformado por cuatro apartados, estos son: inicio, itinerario, evolución y terapeuta.

La pantalla de inicio es la más importante, pues al ser la más extensa, cuenta con los contenidos principales de la aplicación. En ella encontramos los diferentes apartados: ¿Cómo estás hoy? Aquí se puede hacer diariamente un seguimiento de tu bienestar emocional, expresar las emociones de ese día y los Hábitos saludables llevados a cabo en el mismo. Seguidamente, encontramos la sección de Recientes, aquí se pueden observar los dos últimos audios escuchados. Continuando por esta interfaz, nos topamos con Mi lista de audios favoritos, donde como su nombre indica, se encontrarán aquellos audios marcados como favoritos. Una vez pasada esta sección, descubrimos a Serena con el apartado de Mi itinerario, el cual también se encuentra en el menú principal. Es aquí donde el chatbot de Serenmind, llamado Serena, realizará un cuestionario al usuario, ofreciéndole la rutina de audios más acorde a sus necesidades. Bajo esta opción, encontramos la herramienta de Hábitos saludables, donde se puede llevar un seguimiento del sueño, la alimentación y la actividad del usuario. Justo después del seguimiento de los hábitos saludables, el usuario encuentra la sección más importante de la aplicación, esta es la de Contenidos. Conformada por seis apartados diferentes que ofrecen toda la información necesaria para que el usuario aprenda a gestionar de una

manera adecuada sus emociones y comience a sentirse mejor. Este apartado está compuesto por: Programas psicológicos, Ayúdame ahora, Meditaciones mindfulness, Relaxaciones, Cuestionarios y Herramientas.

Para finalizar con la pantalla de inicio, cabe decir que también cuenta con un apartado que ofrece la oportunidad al usuario de compartir la aplicación con sus familiares y amigos por medio de un enlace.

Si continuamos con el menú, podemos observar que seguido del Inicio, encontramos el Itinerario, como hemos nombrado anteriormente, se trata de un apartado en el cual Serena, el chatbot de la app, ofrece en base a un cuestionario, el mejor planning de audios a escuchar para que el usuario aprenda a gestionar sus emociones de una manera más adecuada y para así poder sentirse mejor consigo mismo y con su entorno.

Justo a continuación de Itinerario, encontramos la sección de Evolución. Es aquí donde se visualiza el seguimiento de las tareas realizadas en la app. Dividido en tres apartados, encontramos las estadísticas de: bienestar, ansiedad, tristeza, insomnio, calidad del sueño, alimentación y actividad. El progreso del usuario está plasmado en una serie de gráficas divididas por secciones: Manejo de la ansiedad, Equilibrio emocional, Control sobre pensamientos negativos, Actitud mindful y Calidad del sueño. Por último los logros obtenidos: Trofeos, Hitos, Sesiones a la semana y Rachas. En Serenmind la continuidad y los esfuerzos personales se premian y por ello en base a la constancia en el trabajo puedes obtener recompensas.

Finalizando con el esquema de navegación de la app, nos encontramos con la sección Terapeuta. Al entrar en ella, se ofrecen dos opciones, realizar un cuestionario con Serena para ver qué plan se adapta mejor a las necesidades del usuario, o directamente, acceder a la sección de planes, donde se pueden observar todas las posibilidades. Estos son: Plan autoguiado, Plan videoconsulta y Plan chat.

Adicionalmente al diseño de todos los contenidos expuestos con anterioridad, cabe decir, que para que los usuarios puedan obtener esta aplicación, han de tener la posibilidad de descargarla de algún servidor o espacio de aplicaciones para dispositivos móviles. Por ello, también han de diseñarse una serie de imágenes explicativas de la aplicación, para que estas a su vez sean expuestas en dichos servidores. Estamos hablando de espacios como Apple Store o Play Store. Cuando un usuario realiza una búsqueda en una de estas aplicaciones, puede encontrar un sinnúmero de otras aplicaciones de todo tipo, todas estas, siempre van acompañadas de una serie de imágenes que comunican de manera breve, la finalidad y funcionalidad de la aplicación en cuestión.

Es por eso, que para poder promocionar y explicar en qué consiste y para qué sirve Serenmind, diseñamos un conjunto de imágenes compuestas por mockups y textos breves donde descubrir qué es Serenmind y su finalidad.

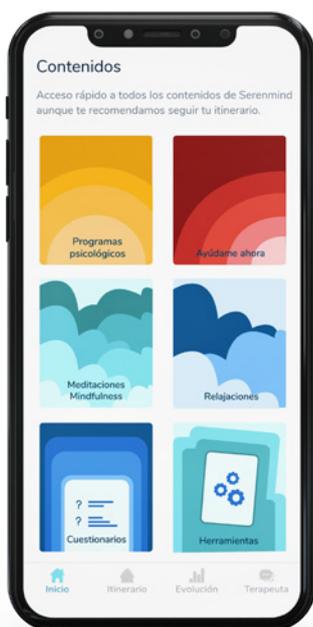


Fig.9. Mockup app Serenmind (2021)

Fig.10. Imagen app store Serenmind (2021)

Fig.11. Imagen app store Serenmind (2021)

Fig.12. Imagen app store Serenmind (2021)



En el apartado de anexos, en el anexo 9, se encuentran las otras tres imágenes de promoción de la app para las app store.

Interfaz de la página web

Una vez realizado todo el contenido necesario para la aplicación móvil, investigamos sobre páginas con funciones similares a la nuestra en cuestión, con la finalidad de poder llevar a cabo el rediseño de esta de una manera eficaz. El objetivo principal a la hora de comenzar con esta tarea es el de adaptar las características de diseño establecidas en la app para generar armonía y concordancia con todas las plataformas visibles y cara al público, de Serenmind.

Cabe destacar, como se ha expresado anteriormente, nosotros no hemos formado parte en ningún tipo de decisión respecto al esquema de navegación de la página web, ni de su programación como tal. Nuevamente, se nos han expuesto estas tareas ya realizadas y nuestra labor ha sido la de plantear un diseño de la parte visual de esta página.

Una vez expresada esta aclaración, comenzaremos con la exposición de los referentes más importantes en esta fase de creación. Podemos destacar las páginas webs de empresas como: Headspace (2010), Calm (2012), TherapyChat (2012), Emjoy (2019) y BetterHelp (2013). El motor de todas estas, es la utilización de una app móvil a través de la cual ofrecer un servicio relacionado con el bienestar físico y/o mental del usuario. Por lo tanto la finalidad de sus páginas webs es explicar la finalidad de su app, transmitir su filosofía, hablar un poco de la empresa y su origen y enseñar la funcionalidad de su producto. Los elementos más notorios y a tener en cuenta para mantener en nuestro diseño son: La utilización de recursos que se encuentran presentes en la aplicación móvil, la exposición de manera clara de la información de su empresa, como por ejemplo: quiénes son, cuál es la finalidad de su producto, por qué deberías utilizarlo, en qué se basan para ofrecer ese contenido y lo más importante, cómo funciona y cómo obtenerla. También es interesante la manera que tienen de implementar imágenes de la interfaz de la app a través

de mockups de teléfonos móviles. Estos son algunos ejemplos de las virtudes de las cuales estamos hablando.

Se pueden encontrar más ejemplos de páginas web de referencia en el apartado de anexos número 7.

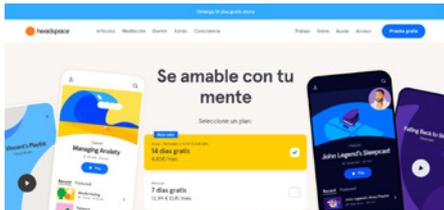
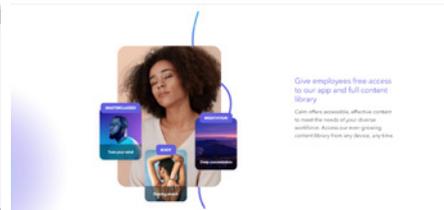


Fig.13. Web de Headspace (2021)

Fig.14. Web de Calm (2021)

Fig.15. Web de Calm (2021)



Además de analizar a la competencia y a referentes profesionales, también es importante conocer de dónde partimos. Ver que es lo que no está funcionando y cómo transformarlo para obtener resultados positivos.

Observando la página web inicial de Serenmind, encontramos cosas positivas a nivel de contenido, pero a la vez encontramos cosas muy negativas a nivel de diseño. El elemento primordial que sí funciona, es la manera de comunicar y el orden en el que se encuentra, toda la información relevante sobre la aplicación y el equipo que hay detrás de ella. Los errores los encontramos a la hora de analizar su estética. La página no muestra en ningún momento imágenes de la interfaz, por lo tanto, el usuario no puede hacerse una idea de cómo funciona la aplicación. Por otra parte, el diseño general de esta se concibe como la combinación del color de la identidad visual y fotografías. El tono elegido es excesivamente oscuro, lo cual dificulta la lectura de la información que se brinda, además, de que cabe destacar el hecho de que el público objetivo de este servicio presenta indicios de ansiedad, depresión e insomnio, motivo por el cual, la utilización de tonalidades frías y oscuras en grandes cantidades puede generar rechazo. A esto se le suma la utilización de una serie de fotografías de personas, tanto retratos como paisajes, como la combinación de ambas, personas realizando actividades en un lugar. Estas, pueden llevar a confundir al usuario, pues se puede hacer una lectura equivocada de lo que muestra la web y de lo que ofrece la aplicación.



Fig.16. Web de Serenmind (2019)

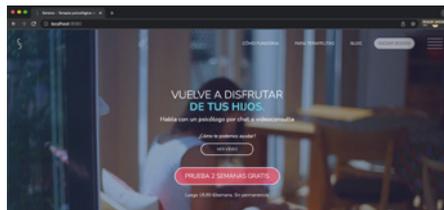


Fig.17. Web de Serenmind (2019)



Fig.18. Web de Serenmind (2019)

Ante todos estos inconvenientes, proponemos una solución la cual consideramos más apropiada, para la finalidad que desempeña esta página web en concreto.

La propuesta de diseño parte de la idea de introducir el nuevo sistema de diseño a su página. Este, se ha implementado de manera que, utilizando la

paleta cromática, reorganizando los textos y empleando como recurso principal para el fondo ilustraciones de paisajes pertenecientes a las imágenes de la app. De esta manera, manteniendo la estructura que presentaba anteriormente esta página web, hemos generado un espacio original, diferente y sin redundancias, donde obtener la información clara y necesaria sobre qué es Serenmind, para qué sirve y en qué nos puede beneficiar. Para ser más exhaustivos a la hora de definir este rediseño, podemos remarcar los elementos fundamentales de esta propuesta. Estos son: la implementación de mockups que muestran puntos clave de la interfaz de usuario y la utilización de recursos visibles en la aplicación para generar un fondo que produce indirectamente sensación de orden. Pues si uno se para a observar, puede apreciar como, en función del apartado de la página en el que se encuentra, el fondo cambia de color o incluso de escenario, en ocasiones se encuentra un pedazo de cielo y en otras paisajes soleados. Además, también se puede apreciar la introducción de la nueva paleta cromática. Esta ha permitido resaltar de diversas maneras la información que se ofrece en el espacio web, en función de sus múltiples combinaciones posibles.

De esta manera, observamos una propuesta más fresca y sencilla, que ofrece la información de manera más directa. Asimismo presenta concordancia en estética con la nueva interfaz de la aplicación y sus futuras publicaciones en redes sociales, de las cuales, pasaremos a hablar a continuación.

Se pueden apreciar más imágenes de la web en el anexo número 8.



Fig.19. Web de Serenmind (2021)

Fig.20. Web de Serenmind (2021)

Fig.21. Web de Serenmind (2021)

Aplicación del estilo de ilustraciones a las publicaciones en redes sociales.

Dado que ya hemos desarrollado los apartados más relevantes de este proyecto, continuamos con la última sección por rediseñar. Estamos hablando de las redes sociales. Así como en los ámbitos de app y web, hemos tenido en cuenta las necesidades y las limitaciones que nos brinda el desarrollo web y el equipo de especialistas en la materia, en este sector, tendremos en cuenta las especificaciones técnicas del departamento de marketing. Ellos, junto al equipo de psicólogas, son los encargados de crear y planificar los contenidos a comunicar por medio de los perfiles en redes sociales. Nuestro papel aquí es la materialización de estos contenidos. A partir de un documento con toda la información de las publicaciones, estas se diseñan con una media de dos semanas a un mes de anterioridad, las distintas imágenes a publicar en estos perfiles. Estos contenidos tratan los temas que contiene la aplicación, pero de una manera más breve. Hablan de estrés, ansiedad, depresión e in-

somnio. Estos se van a transmitir en distintos formatos, vía publicación sencilla, de una única imagen o vía publicación múltiple o carrousel, las cuales se pueden componer de un máximo de diez imágenes, pero que nosotros reducimos a un máximo de tres imágenes.

Asimismo cabe destacar que a parte de el diseño de las publicaciones, también se ha realizado el diseño de cabeceras para los perfiles en las plataformas de Facebook, Twitter y LinkedIn.



Figs.22 a la 27. Posts para Instagram de Serenmind (2021)

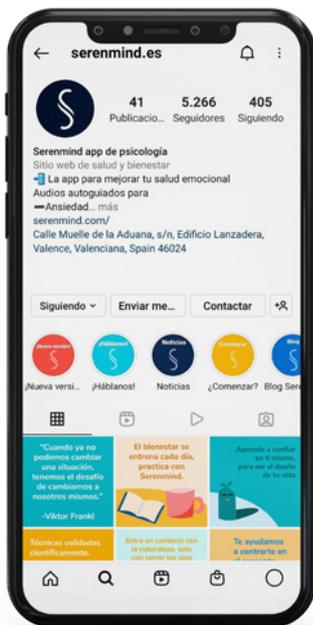


Fig.28. Perfil de Instagram de Serenmind (2021)

2.3.3. REVISIÓN Y CORRECCIÓN DEL MATERIAL

Justo después de la realización de cada bloque de contenido, los cuales se han explicado anteriormente, se presentan al CEO de la empresa y a los diferentes departamentos a los que de alguna manera afectan (psicólogas, desarrolladores o expertos en marketing). Se analizan las propuestas realizadas y se llevan a cabo las correcciones pertinentes para su posterior publicación. Previamente a su publicación definitiva y tras haber recibido la aprobación de todo el equipo, se presenta de una manera más genérica, las nuevas características de diseño en los diversos ámbitos que envuelven a la empresa a los inversores principales. Una vez el equipo de trabajo, el CEO, el CTO, y los principales accionistas, entre los cuales se encuentra el grupo empresarial de salud Ribera Salud, se lleva a cabo el lanzamiento de la nueva imagen de Serenmind.

2.3.4. PROPUESTAS ALTERNATIVAS QUE FUERON DESCARTADAS

Debido a que a la hora de trabajar con un equipo tan variado y bajo la supervisión de tantos cargos superiores a nosotros, en ciertas ocasiones, han sido elegidas versiones de un diseño que nosotros hubiéramos descartado. Por eso, a continuación mostraremos una serie de elementos que han sido seleccionados para conformar parte del diseño de la aplicación móvil y la

alternativa que planteamos nosotros.

Por norma general siempre hemos llegado a un consenso en cuanto a la ilustración se refiere, el inconveniente principal ha surgido a la hora de decidir los colores para dichas ilustraciones. El problema, en cuanto a nosotros concierne, surge del uso en exceso del color rojo. Este es un color cálido y con unas denotaciones preestablecidas en nuestra sociedad, muy concretas. Nosotros, con los conocimientos con los que contamos sobre la teoría del color, Teoría de Goethe, 1810 explicada en el artículo de Lozano, P (2020) entendemos el color rojo como un tono intenso que implica, fuerza, sangre, calor, acción, pasión, deseo, odio, agresividad, violencia, exceso... Todas estas características son tanto positivas como negativas, todas ellas se pueden resumir en intensidad, en llevar cualquier característica al extremo. Por ello, consideramos que para ciertos contenidos es el color idóneo, para representar la ansiedad, la rabia, la tensión... Pero al utilizarse ya con la connotación negativa en estos contenidos ya nombrados, consideramos erróneo utilizarlo también en contenidos de carácter más positivo, pues esto puede llevar a confusión. El principal ejemplo en el cual el color rojo ha sido empleado y nosotros hubiéramos empleado un tono alternativo es en los contenidos de la alimentación. Al ya haber utilizado el rojo para la ansiedad, utilizarlo nuevamente para la alimentación, está relacionando de manera indirecta y sin pretenderlo, la ansiedad con la alimentación. Precisamente es algo que se debe evitar, tratándose de pacientes con problemas de bienestar emocional.

Otro ejemplo puede ser el hecho de utilizar este color en imágenes de audios que hablan sobre la relajación. Cuando tratas de relajarte buscas la calma, no la tensión. Por lo tanto ha de emplearse un tono cálido pero que transmita sensaciones positivas.

Alimentación (Inicio)



Fig.29. Imagen alimentación app (2021)

Fig.30. Imagen alimentación app (2021)

Registro de alimentación



Figs. 31 a la 35. Imagen registro alimentación app (2021)

Figs. 36 a la 40. Imagen registro alimentación app (2021)

Pautas de alimentación



Figs. 41 a la 49. Imagen pautas de alimentación app (2021)



Figs. 50 a la 58. Imagen pautas de alimentación app (2021)

Evocar lo positivo (Ayúdame ahora)

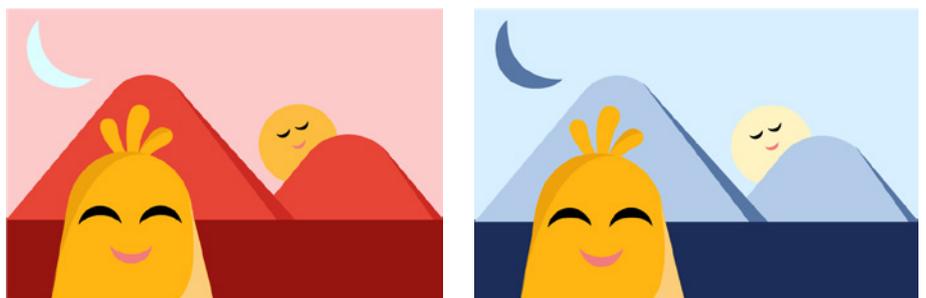


Fig. 59. Evocar lo positivo app (2021)
Fig. 60. Evocar lo positivo app (2021)

Relajar los músculos I (Relajaciones)

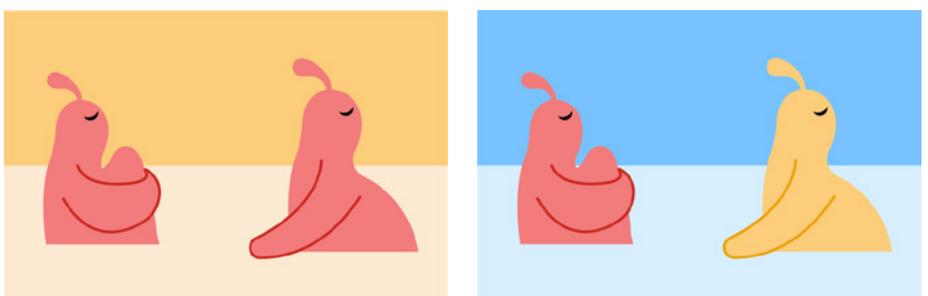


Fig. 61. Relajar los músculos I app (2021)
Fig. 62. Relajar los músculos I app (2021)

Relajar los músculos II (Relajaciones)

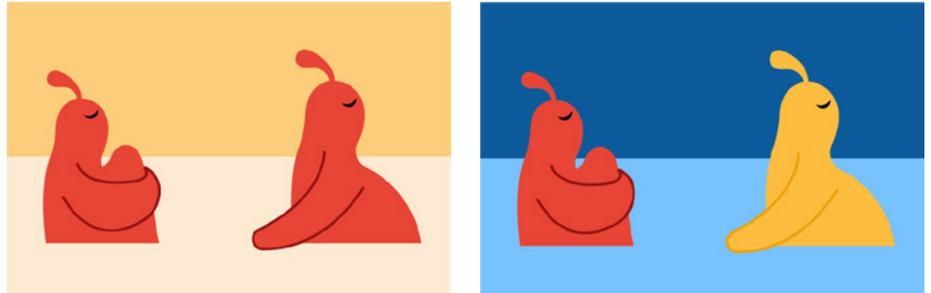


Fig. 63. Relajar los músculos II app (2021)
Fig. 64. Relajar los músculos II app (2021)

2.3.5. LANZAMIENTO DEL NUEVO CONTENIDO

El lanzamiento de la nueva imagen de Serenmind tiene lugar en enero de 2021, en esta primera fase, se publica la nueva aplicación, de manera progresiva y a lo largo de los próximos siete meses se lanza la nueva página web y se van actualizando sus perfiles en redes sociales. Es en este momento donde también nace, en formato web, una versión de Serenmind para psicólogos denominada Serenmind Pro. Esta facilita la comunicación entre terapeuta y paciente y permite el seguimiento de la evolución del paciente a través de la realización de tareas durante el periodo de tiempo que transcurre entre cada sesión, presencial u online.

A su vez, a lo largo de todo el año, el proyecto de Serenmind con su nueva imagen se promueve en todo tipo de ámbitos, en facultades de psicología y en charlas de todo tipo, desde nuevas formas de crear negocios, como startup de Lanzadera, hasta nuevas formas de hacer terapia. Pues se trata de una app móvil que permite acercar la psicología a las personas.

Debido a toda esta actividad, durante el verano de 2021 se plantea a los inversores la creación de una nueva aplicación, centrada de igual manera en el bienestar emocional, pero enfocada específicamente en personas que padecen cáncer de mama, con la intención de que a largo plazo, se pueda ofrecer este producto a personas con todo tipo de cáncer. A comienzos de septiembre de 2021 comenzamos a trabajar en este nuevo proyecto hasta finales de diciembre de ese mismo año.

2.4. RESULTADO

El resultado final del proyecto consiste en la recopilación de todos los recursos visuales generados a lo largo de los meses de trabajo. Estos, conforman la aplicación móvil, la página web y las redes sociales de la empresa.

En el apartado de anexos podemos encontrar mockups de la app en el anexo 6 y enlaces a videos del funcionamiento tanto de la app en el anexo 5.

2.4.1. INTERFAZ VISUAL DE LA APP MÓVIL

Inicio



Fig. 65. Cómo estás hoy app (2021)

Figs. 66 a la 70. Registro cómo estás hoy app (2021)

¿Cómo estás hoy?



En este apartado el usuario valora diariamente su estado de ánimo, seleccionando la cara que mejor representa su estado de ánimo. Para diferenciarlo de lo que posteriormente explicaremos como registro del sueño, hemos optado por caras amarillas para reforzar el sentimiento positivo.

Mi lista de audios favoritos

Imagen que representa el apartado donde almacenar los audios favoritos y poder recurrir a ellos de manera más rápida. Dado que se trata de audios que hacen sentir bien al usuario, la lectura que se hace de esta imagen es de, usuario feliz por escuchar un audio.



Fig. 71. Mi lista de audios favoritos app (2021)

Mi itinerario

En el apartado de itinerario encontramos la rutina establecida por Serena, el chatbot, por ello la imagen que aparece es la del personaje más representativo de la aplicación, con los cascos para escuchar la rutina en cuestión. Se emplea el color denominado dentro del equipo como azul serena para evitar el exceso de colores en cada imagen del inicio.



Fig. 72. Mi itinerario app (2021)

Hábitos saludables

Estas son las portadas de los subapartados de los hábitos saludables, la actividad, la alimentación y el sueño. Establecen el color predeterminado de cada apartado.

Además se emplean ilustraciones más monocromas para que queden claramente diferenciados de los contenidos que se expondrán posteriormente.

Fig. 73. Actividad app (2021)
 Fig. 74. Alimentación app (2021)
 Fig. 75. Sueño app (2021)



Sueño

Este apartado cuenta con dos secciones. La primera, de registro del sueño, donde el usuario puede llevar un seguimiento diario de su nivel de sueño en función de la cara seleccionada. Posteriormente encontramos las actividades tanto positivas como negativas que el usuario puede realizar a lo largo del día y que repercutirán de manera directa en su nivel de sueño.

Se emplea un lenguaje visual sencillo y claro, con un primer vistazo se pueden comprender las acciones expuestas sin necesidad de hacer la lectura explicativa de cada una.

El color empleado es el azul que hace referencia a la noche.

Figs. 76 a la 80. Registro sueño app (2021)



Figs. 81 a la 88. Tips sueño app (2021)



Alimentación

Al igual que en el apartado de sueño, alimentación cuenta con un apartado de registro de la alimentación diaria, en el cual se puede llevar a cabo un seguimiento de la calidad de la alimentación del usuario.

Seguido de este apartado, encontramos las actividades positivas y negativas a las que tienden las personas y que el usuario puede registrar diariamente.

El color empleado en este apartado es el rojo. Se utiliza para contrastar con las variables azules utilizadas en las otras dos secciones.

Como se ha explicado anteriormente, las imágenes definitivas empleadas para la alimentación cuentan con el tono rojo como tonalidad principal, personalmente hubiéramos preferido emplear el tono amarillo pero la decisión final no ha sido la nuestra, por lo tanto los botones definitivos del apartado de alimentación son los que se muestran a continuación.

Figs. 89 a la 93. Registro alimentación app (2021)



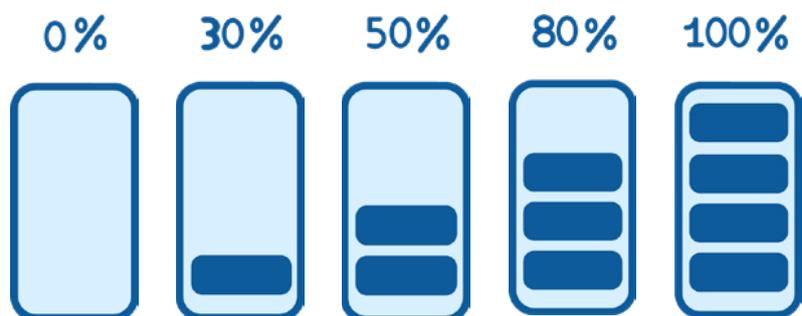
Figs. 94 a la 102. Tips alimentación app (2021)



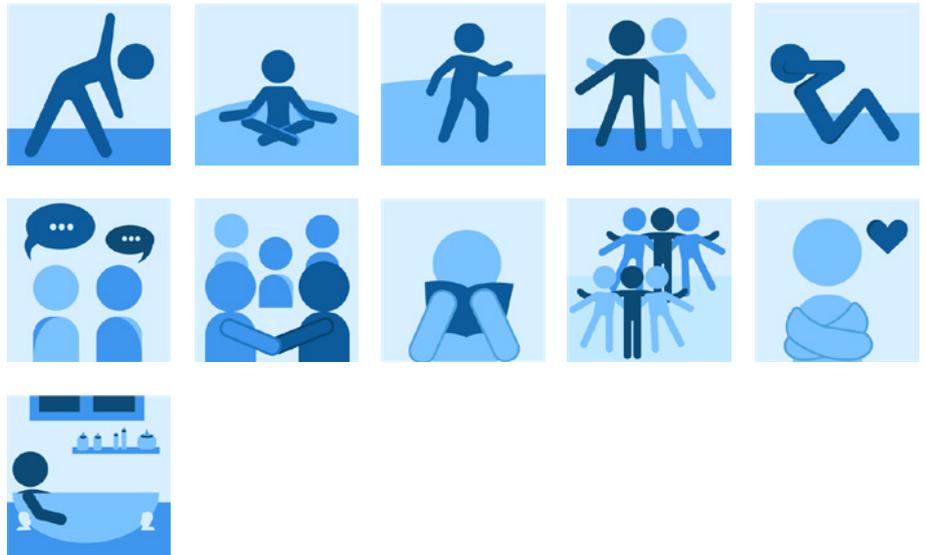
Actividad

En este apartado se ha buscado realizar un sistema de registro diferente. En vez de emplear expresiones faciales, se emplea una batería que mide el nivel de actividad que el usuario considera que tiene en ese día. Seguidamente aparecen las actividades que puede haber realizado el usuario.

Figs. 103 a la 107. Registro actividad app (2021)



El color empleado es un azul más oscuro, transmite potencia, es decir energía pero a la vez calma. Esto se puede entender como la calma y bienestar que te puede aportar un día de realización de actividades placenteras.



Figs. 108 a la 118. Tips actividad app (2021)

El apartado de hábitos saludables sirve, como ya se ha expresado anteriormente, para que el usuario realice diariamente un registro de las actividades y hábitos saludables que lleva a cabo en su día a día, para que posteriormente la app le proporcione análisis de su evolución emocional a lo largo del tiempo de utilización de esta misma.

Por lo tanto, para que al usuario le resulte cómodo, rápido, sencillo y claro de hacer este registro diario, es necesaria la realización de unos recursos visuales muy sencillos y sintetizados. Con la intención de no necesitar un texto explicativo de acompañamiento para dichas secciones.

Contenidos

Estas seis imágenes conforman las portadas de las secciones de contenidos. Los contenidos psicológicos y principales que ofrece la aplicación, para proporcionar ayuda psicológica al usuario y que este comience a sentirse mejor.

Los colores empleados buscan transmitir las sensaciones que buscan solucionar o alcanzar los usuarios. El tono amarillo representa los Programas psicológicos, aquí el usuario encuentra las técnicas y las explicaciones de por qué hay algo que no está bien con ellos mismos y como solucionarlo. El rojo de Ayúdame ahora representa la ansiedad y la tensión que sufren los usuarios. En este apartado se encuentran contenidos más específicos para momentos puntuales de mayor tensión. Tanto meditaciones como relajaciones son apartados en los cuales el usuario aprende a gestionar los nervios, a la vez que a relajarse y a descansar. De ahí el tono azul, representa la noche, la calma, lo opuesto a la tensión del rojo. Seguidamente observamos los dos últimos apartados, Herramientas y Cuestionarios, se trata de secciones más técnicas, donde se plantea al usuario ejercicios para descubrir cosas sobre lo que sienten o incluso se les ayuda a descubrir qué están sintiendo y cómo ponerle remedio.

La iconografía empleada se puede encontrar en la parte baja de la escala

de iconicidad. Se intuyen elementos figurativos pero no de una manera especialmente clara. Para Programas psicológicos se emplea una sucesión de esferas centradas. Esto se puede entender como la salida del Sol, la llegada de un nuevo día, optimismo. Seguidamente, se emplea un recurso similar, una sucesión de esferas pero esta vez su origen se encuentra en la esquina inferior derecha. Esta imagen representa más bien una alerta, como si de una alarma se tratase. Para Meditaciones mindfulness y Relaxaciones se han empleado las nubes como recurso principal, organizadas en el espacio de maneras diferentes, representan la calma de un cielo azul. Por último tanto Herramientas como cuestionarios simulan unas posibles carpetas o libretas en las cuales archivar información útil y necesaria.



Fig. 119. Programas psicológicos app (2021)

Fig. 120. Ayúdame ahora app (2021)

Fig. 121. Meditaciones mindfulness app (2021)

Fig. 122. Relaxaciones app (2021)

Fig. 123. Herramientas app (2021)

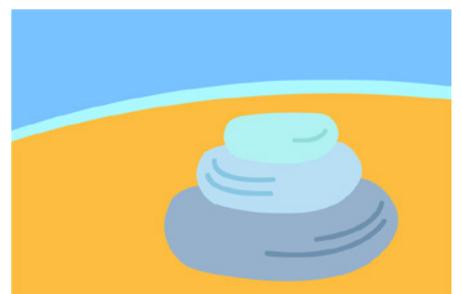
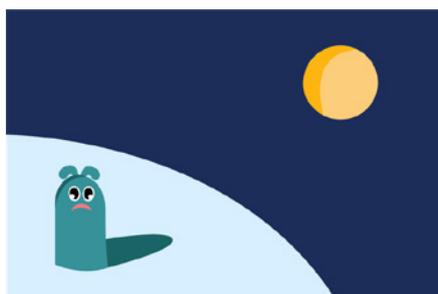
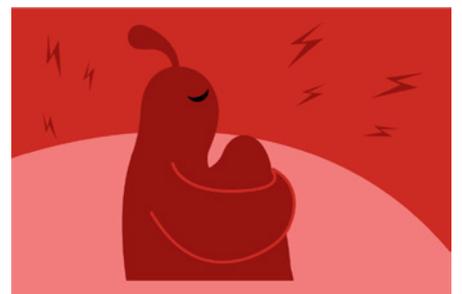
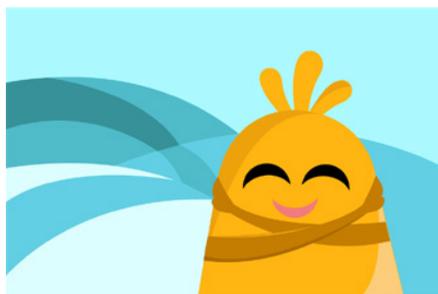
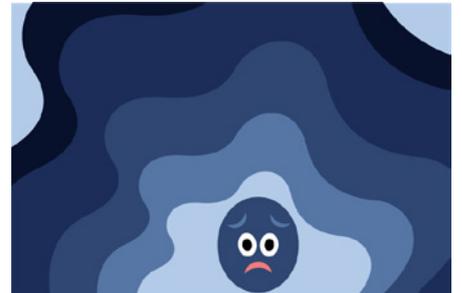
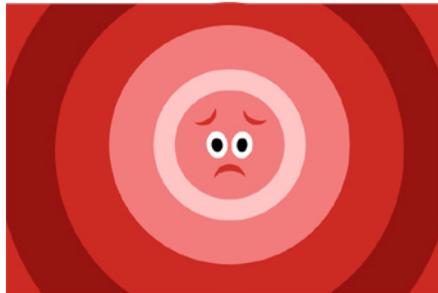
Fig. 124. Cuestionarios app (2021)

A continuación presentamos las imágenes que representan las portadas de los audios que se pueden encontrar dentro de cada bloque de contenidos.

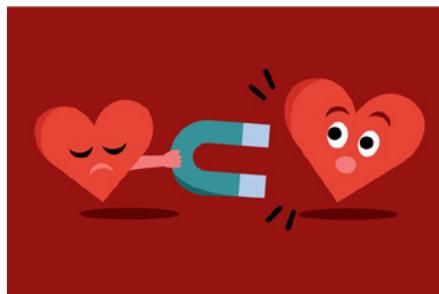
Éstas ya muestran el imaginario propio de Serenmind. Muestran tanto a los personajes como a los escenarios diseñados para la misma, coloreados a partir de la nueva paleta cromática establecida.

Los recursos establecidos como línea estilística de la marca, se combinan y emplean de manera óptima en cada portada, con la finalidad de transmitir de la mejor manera posible el tema específico de cada uno de los audios.

Programas psicológicos

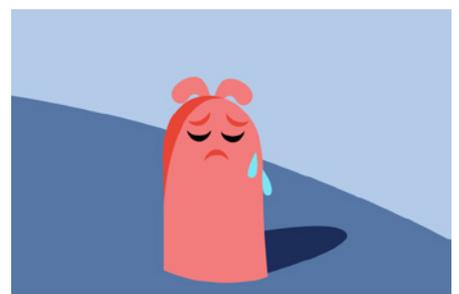
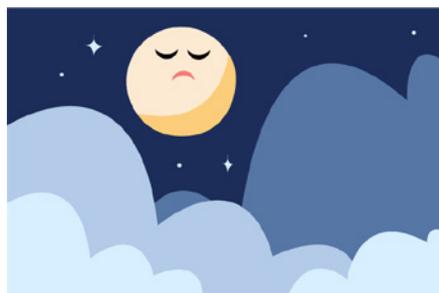


Figs. 125 a la 134. Audios Programas psicológicos app (2021)

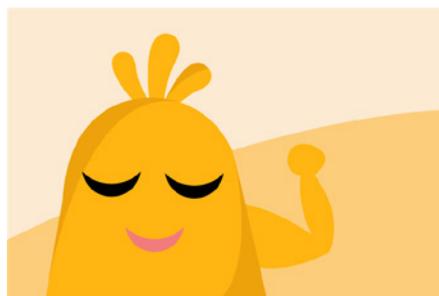
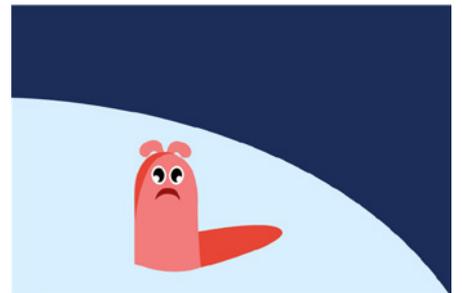
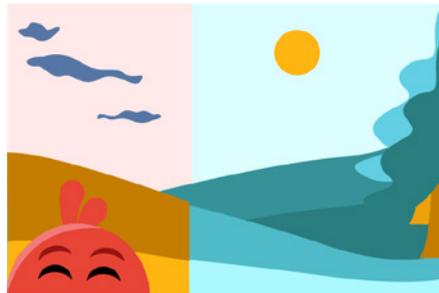


Figs. 135 a la 138. Audios Programas psicológicos app (2021)

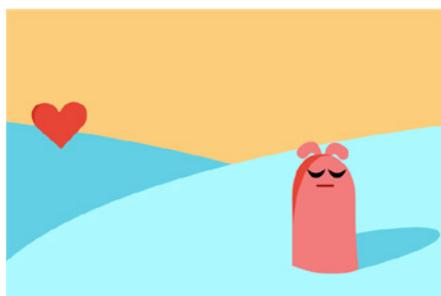
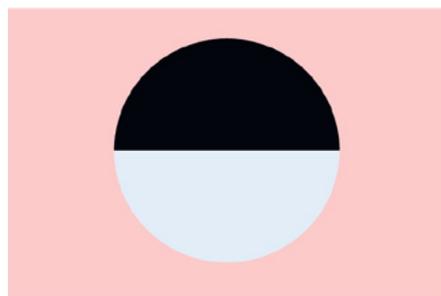
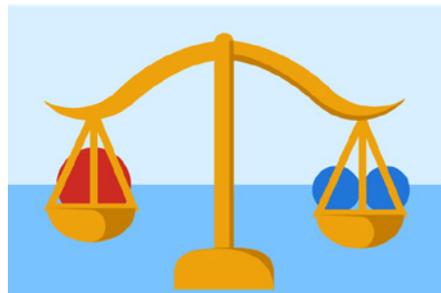
Ayúdame ahora



Figs. 139 a la 144. Audios Ayúdame ahora app (2021)

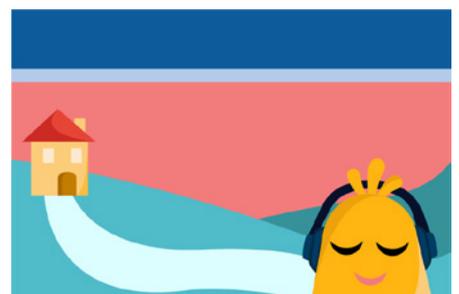
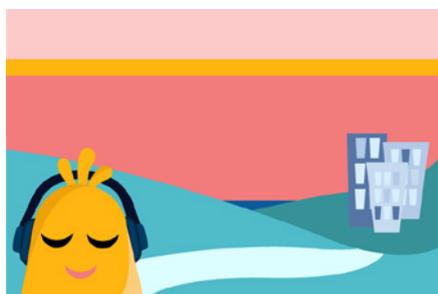
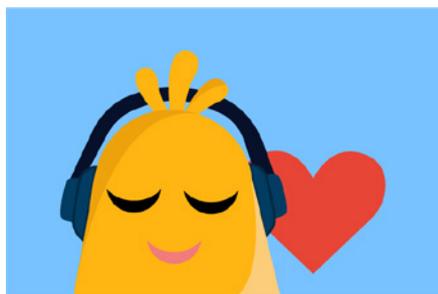
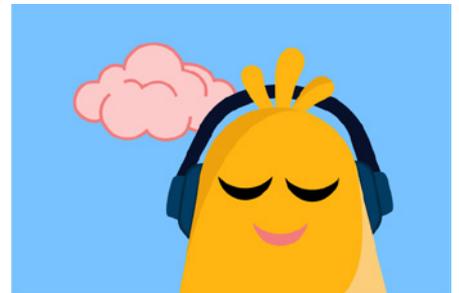


Figs. 145 a la 154. Audios Ayúdame ahora app (2021)



Figs. 155 a la 163. Audios Ayúdame ahora app (2021)

Meditaciones Mindfulness

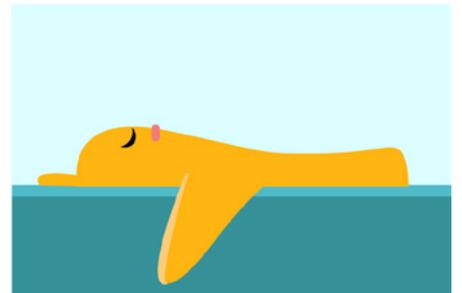


Figs. 164 a la 171. Audios Meditaciones mindfulness app (2021)

Relajaciones

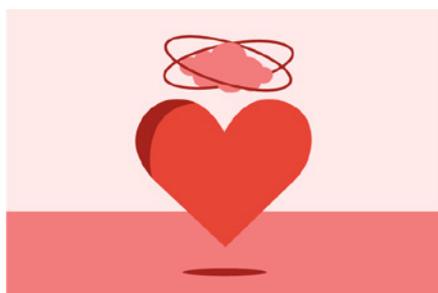


Figs. 172 a la 173. Audios Relajaciones app (2021)



Figs. 174 a la 179. Audios Relaxaciones app (2021)

Cuestionarios

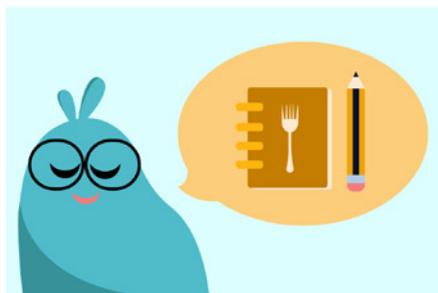


Figs. 180 a la 183. Audios Cuestionarios app (2021)



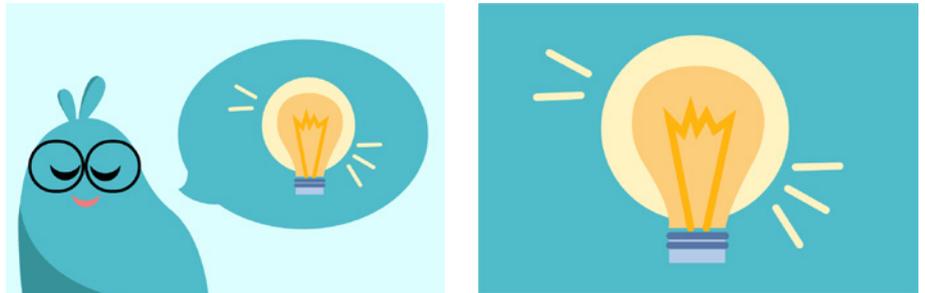
Figs. 184 a la 186. Audios Cuestionarios app (2021)

Herramientas



Figs. 187 a la 192. Audios Herramientas app (2021)

Figs. 193 a la 194. Audios Herramientas app (2021)



¿Te está ayudando Serenmind? Comparte el enlace

Se trata de un pequeño botón que permite al usuario compartir un link para que sus amigos y familiares puedan descargarse la app. De ahí la imagen de un grupo de personajes felices junto al link.



Figs. 195 a la 196. Ilustración y botón comparte el enlace app (2021)

Itinerario

El itinerario forma parte del menú principal pero en su interior no hemos tenido ningún tipo de interacción en cuanto a diseño se refiere. Se trata de un apartado en el cual el usuario contesta unas preguntas realizadas por el chatbot Serena, a partir de esta encuesta Serena le ofrece un planning al usuario en el cual encuentra los audios necesarios para empezar a sentirse mejor.

Lo único remarcable de diseño en esta sección, es el botón de Itinerario que aparece en el menú principal, colocado en la parte inferior de la pantalla. Esto se explicará posteriormente.

Evolución

Dentro de este apartado, el usuario encuentra a su disposición tres secciones diversas en las cuales puede observar estudios sobre su evolución emocional durante el periodo de utilización de la aplicación.

Estadísticas

Estas siete imágenes son las portadas de las estadísticas a las que un usuario de la app tiene acceso. Al clicar en ellas obtendrán un gráfico de líneas o un gráfico de barras en el cual podrán observar su actividad tanto

positiva como negativa en los distintos ámbitos presentados: bienestar, ansiedad, tristeza, insomnio, sueño, alimentación y actividad.

Como venimos comentando desde un principio, el uso de color y de formas es primordial a la hora de transmitir el mensaje. En este caso, tratamos de relacionar las portadas de las estadísticas, con los distintos apartados de la aplicación. De modo que el usuario es capaz de relacionar los contenidos que ha puesto en práctica, y por lo tanto puede encontrar el apartado en el cual obtener el análisis de su constancia en dicha actividad.

Tanto los colores como las ilustraciones guardan relación directa tanto con el apartado de Hábitos saludables como el apartado de Contenidos.



Fig. 197. Mide tu nivel de bienestar app (2021)

Fig. 198. Mide tu nivel de ansiedad app (2021)

Fig. 199. Mide tu nivel de tristeza app (2021)

Fig. 200. Mide tu nivel de insomnio app (2021)

Fig. 201. Mide tu nivel de calidad del sueño app (2021)

Fig. 202. Mide tu nivel de alimentación app (2021)

Fig. 203. Mide tu nivel de actividad app (2021)

Progreso

En esta sección se puede apreciar cómo se mide la evolución positiva en las distintas ramas clave que se tratan en esta app.

Es aquí dónde el usuario puede observar en qué nivel de aprendizaje se encuentra sobre su: ansiedad, equilibrio emocional, control sobre pensamientos negativos, actitud mindful y calidad del sueño.

Todas estas secciones se han representado con elementos distintivos de cada tema ubicándolos sobre un cuadrado de un color liso que nuevamente

busca transmitir una sensación asociada a dicha actividad.

Fig. 204. Mide tu progreso en ansiedad app (2021)

Fig. 205. Mide tu progreso en equilibrio emocional app (2021)

Fig. 206. Mide tu progreso en control sobre pensamientos negativos app (2021)

Fig. 207. Mide tu progreso en actitud mindful app (2021)

Fig. 208. Mide tu progreso en calidad del sueño app (2021)



Logros

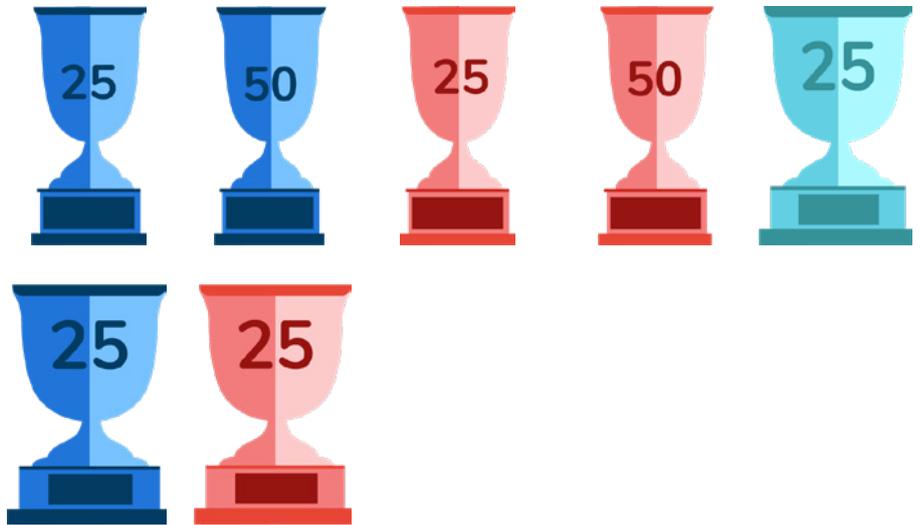
En este último apartado de evolución se premia al usuario por su esfuerzo y constancia. Conforme va escuchando los audios recomendados por Serena y va realizando los registros de hábitos saludables, el usuario obtiene recompensas en forma de trofeos y medallas.

Estas recompensas se dividen en cuatro grupos: trofeos, hitos, sesiones a la semana y rachas. Cada una tiene una forma y un color en función del título que ostenta. Cuando se trata de bienestar y equilibrio, es amarillo, cuando se trata de ansiedad es rojo y cuando se trata de mindfulness o insomnio hablamos de tonos azules.

Trofeos



Figs. 209 a la 223. Trofeos app (2021)



Figs. 224 a la 230. Trofeos app (2021)

Hitos



Figs. 231 a la 242. Hitos app (2021)

Sesiones a la semana



Figs. 243 a la 248. Sesiones a la semana app (2021)

Rachas



Figs. 249 a la 264. Rachas app (2021)

Terapeuta

En este apartado aparece nuevamente una conversación con el chatbot Serena. Aquí se plantean dos opciones, o dejar que Serena aconseje al usuario sobre qué plan se acopla más a sus necesidades, u observar directamente el listado de planes.

Planes

Los planes que se ofertan son:

Plan autoguiado, ilustrado con unos cascos. Se trata del más económico, en el cual el usuario paga por una suscripción de manera mensual o anual para tener acceso a todos los audios de la app.

El plan videollamada, ilustrado con una cámara de video. Esta oferta combina la comunicación por videollamada y chat con un terapeuta a la vez que acceso al contenido de Serenmind para que el usuario pueda escuchar los audios.

Finalmente el plan chat, ilustrado con dos bocadillos o globos de conversación. Esta opción incluye comunicación vía chat con un terapeuta de manera ilimitada, además de acceso a todos los audios de la plataforma.

Fig. 265. Plan autoguiado app (2021)
 Fig. 266. Plan chat app (2021)
 Fig. 267. Plan videollamada app (2021)



Menú

La iconografía seleccionada para las imágenes del menú está compuesta por las siguientes ilustraciones en el tono denominado por el equipo: azul serena. Una casa para el inicio, el personaje principal para itinerario, el gráfico de barras para evolución y los dos globos de conversación o bocadillos para terapeuta.

Cuando el usuario se encuentra en una de estas secciones, la imagen del menú aparece en este tono azul turquesa, mientras que el resto aparece en gris claro.

Fig. 268. Inicio activado app (2021)
 Fig. 269. Itinerario activado app (2021)
 Fig. 270. Evolución activado app (2021)
 Fig. 271. Terapeuta activado app (2021)



Fig. 272. Inicio desactivado app (2021)
 Fig. 273. Itinerario desactivado app (2021)
 Fig. 274. Evolución desactivado app (2021)
 Fig. 275. Terapeuta desactivado app (2021)



Botones de situación del audio

A la hora de visualizar el listado de audios de cada programa, dentro de los contenidos, podemos encontrar tres tipos de estado de un audio. Estos estados son: bloqueado, escuchado y por escuchar. Aparece bloqueado cuando el usuario tiene la versión gratuita y no tiene acceso a todos los contenidos. Este es representado por un círculo con un fondo gris sobre el cual aparece un candado blanco. El audio se presenta con un círculo amarillo sobre el cual muestra un tick blanco en el momento en el que dicho audio ya ha sido escuchado. Finalmente aparece un círculo azul con un triángulo blanco apuntando hacia el lado derecho de la pantalla como señal de darle al play, puesto que se trata de un audio disponible y por escuchar.

Fig. 276. Audio bloqueado app (2021)
 Fig. 277. Audio escuchado app (2021)
 Fig. 278. Play audio app (2021)



2.4.2. INTERFAZ VISUAL DE LA PÁGINA WEB

El diseño de la estética de la página web está planteado de manera que las secciones están divididas gracias a las ilustraciones que ocupan el fondo de cada sección. Las ocasiones en las que se ve un fondo liso, no es un simple fondo liso, se trata de una nube, hay varias nubes de varios colores en la organización de las secciones. En los momentos en los cuales el fondo cuenta con más elementos, observamos paisajes de los cuales encontramos también en portadas de audios dentro de la aplicación. La información se muestra en las distintas pantallas acompañada o bien de pequeñas ilustraciones que plasman de manera visual el contenido explicado en el texto al que acompañan, o por medio de un mockup de un teléfono móvil donde se puede apreciar una simulación de la interfaz de la app.

Además el contenido se organiza de manera alterna de izquierda a derecha conforme el usuario hace scroll hacia abajo de la página.

Cabe destacar que en cuanto al diseño de la página web, se ha realizado la propuesta de tres de las cinco pestañas del menú que conforman la página. Es decir, el menú está formado por: Inicio, Psicología innovadora, Psicólogos, Blog y Login. De todas estas, solo se nos ha pedido realizar el rediseño de las tres primeras pestañas. De entre estas tres, ha de remarcar el hecho de que la sección de Psicólogos, en un principio no formaba parte de la página web de Serenmind, sino que iba a pertenecer a otra página paralela nombrada Serenmind Pro. Este es un proyecto que surgió a mediados de 2021 con la finalidad de ofrecer a terapeutas la posibilidad de emplear Serenmind como herramienta a la hora de trabajar y atender a sus pacientes. Esta plataforma paralela cuenta con otro logotipo y otra paleta cromática, de ahí el hecho de que no guarde relación estética con las otras dos pestañas. Pese a tratarse de dos plataformas diferentes con paletas cromáticas diferentes hemos tratado en todo momento que haya cierta semejanza de manera que los usuarios que conozcan una o la otra, siempre sean capaces de relacionarlas a parte de por sus nombres.

En la pestaña de Psicólogos el diseño es ligeramente diferente. En ella, no aparecen ilustraciones en el fondo, estos son lisos, se emplea algún color más allá del blanco pero no aparecen ilustraciones. Aquí se mantiene el recurso de los mockups de los móviles, pero también se le suman mockups de ordenadores, pues esta nueva plataforma está pensada para utilizarse desde un ordenador.

En el apartado 8 de anexos se pueden encontrar más imágenes del diseño de la web. Además, en el apartado 5, se puede apreciar un enlace a un video del funcionamiento de la web.

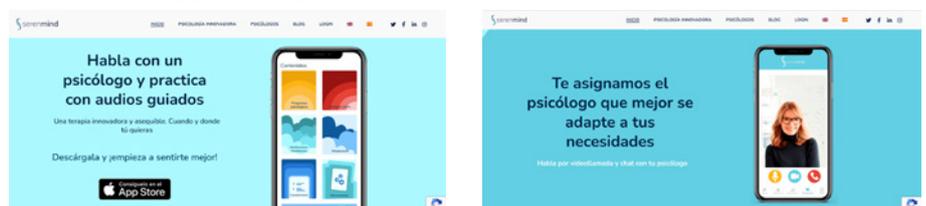
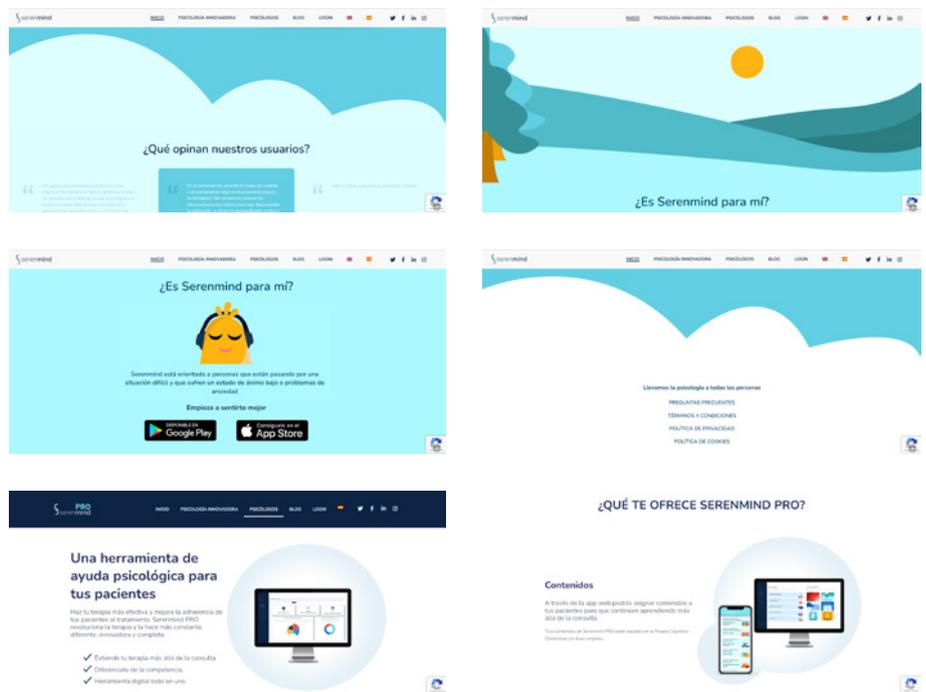


Fig. 279. Web Serenmind (2021)

Fig. 280. Web Serenmind (2021)



Figs. 281 a la 286. Web Serenmind (2021)

2.4.3. PUBLICACIONES PARA INSTAGRAM Y FACEBOOK

Publicaciones en el perfil

Las publicaciones en redes sociales mantienen una línea similar a las portadas de los audios de la app. Esta vez, trabajamos en un formato cuadrado de 1.200 x 1.200 px y empleamos los recursos tratados anteriormente. En los posts se ofrecen tips, pequeños consejos o frases motivadoras para los seguidores. De esta manera conocen un poco más de la aplicación, para qué sirve, cómo utilizarla y cómo es.

En ocasiones las publicaciones muestran solo texto, en otras solo ilustración y otras la combinación de ambas.

Las publicaciones se planean con una media de dos semanas a un mes de anterioridad y se piensan como posts individuales o como carruseles (publicación formada por una serie de imágenes). Estas publicaciones que se encuentran en el feed o perfil de las redes sociales de la empresa, pueden promocionarse en estas plataformas, por lo tanto una misma publicación puede servir como publicación normal que ven los seguidores de la cuenta y como anuncio promocionado por dicha red social, mostrado a personas que podrían estar interesadas en el contenido que la cuenta de la empresa ofrece.



Figs. 287 a la 289. Posts Instagram Serenmind (2021)



Figs. 290 a la 304. Posts Instagram Serenmind (2021)

En el apartado número 10 de los anexos podemos observar tres mockups de como luce el perfil de Instagram de Serenmind.

Campañas publicitarias

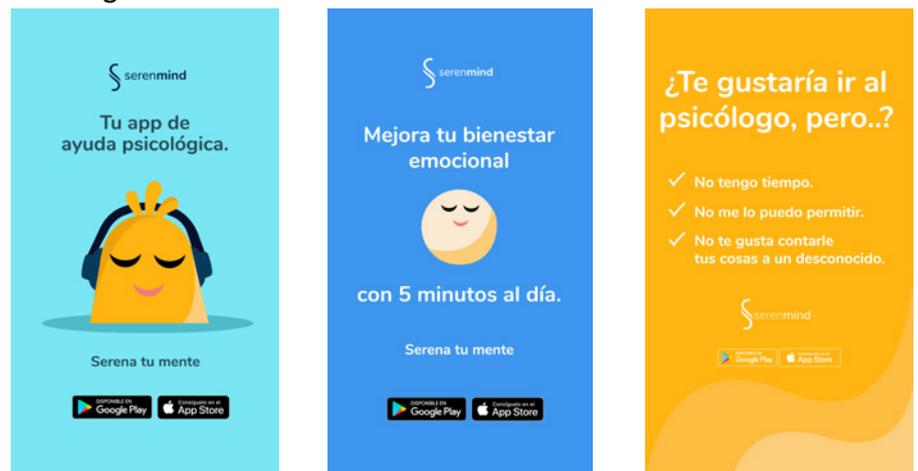
Además de emplear imágenes del feed para promocionar la cuenta, como

hemos explicado anteriormente, también se han realizado una serie de imágenes específicas para convertir en anuncios tanto en Instagram como en Facebook.

Estas se han realizado en formato story y en formato post. Los stories son publicaciones efímeras de 24 horas de duración y los posts aparecen en la pantalla de inicio junto con las publicaciones regulares de los usuarios a los que otro usuario sigue en redes.

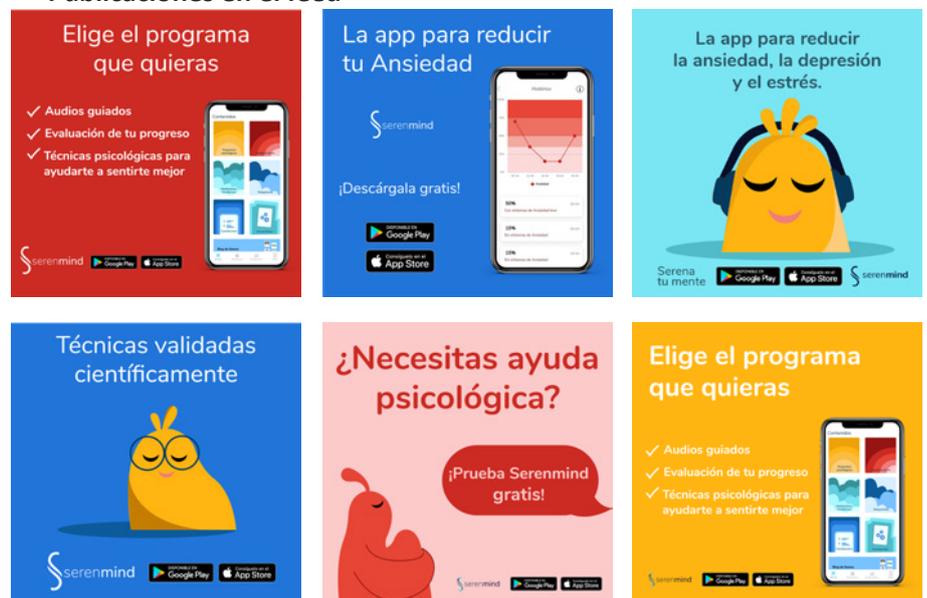
Este tipo de imágenes son más sencillas que las realizadas para la publicación de post, en cuanto a cantidad de ilustración se refiere. Esto se debe a que estas imágenes cuentan con bastante texto, además del logotipo de la empresa y los iconos de App Store y Play Store, lugares de descarga oficiales de la app. Es por ello que a modo representativo de la imagen de la app, se emplea un único personaje del imaginario creado, además de la paleta cromática oficial y la tipografía Nunito.

Instagram Stories



Figs. 305 a la 307. Instagram stories publicidad Serenmind (2021)

Publicaciones en el feed



Figs. 308 a la 313. Posts Instagram publicidad Serenmind (2021)

Figs. 314 a la 315. Posts Instagram publicidad Serenmind (2021)



Cabeceras

Perfiles en redes como LinkedIn, Twitter y Facebook precisan de una imagen denominada cabecera. Esta se encuentra en la parte superior central del apartado perfil dentro de todas estas plataformas.

Las tres cabeceras están compuestas por la misma imagen adaptada a las proporciones precisas para cada red social. Se puede observar una versión más estrecha y alargada para LinkedIn y otra más ancha y corta para Twitter y Facebook. Estas, están organizadas de manera que, la imagen general simula un cielo azul, en el lado izquierdo muestra un par de nubes, en la zona central aparece el slogan de la empresa en inglés “Improving your emotional well-being” y en el lado derecho aparece el personaje principal con sus cascos, listo para escuchar audios y dos mockups de teléfonos que muestran un poco de la interfaz de la aplicación.

La apariencia real de las cabeceras de los perfiles en estas redes sociales, se puede observar en el anexo número 11.

Fig. 316. Cabecera perfil LinkedIn Serenmind (2021)



Fig. 317. Cabecera perfiles Twitter y Facebook Serenmind (2021)



2.5. PREVISIÓN DE IMPACTO / TESTEO/ DIFUSIÓN / ETC.

La idea de esta aplicación móvil surgió tiempo antes de la aparición del coronavirus, debido a la necesidad de la gente de entenderse mejor a sí mismos, de ser capaces de afrontar sus problemas y de desconectar del ritmo frenético de vida que venía estando en auge estos últimos años. La situación de emergencia sanitaria con la que nos topamos hace ya dos años, incrementó la necesidad de un servicio de terapia asequible, telemático y de calidad. Por lo tanto plataformas como la que estamos tratando se estaban haciendo

cabida en el mercado. Cuando iniciamos nuestra labor como diseñadores el proyecto estaba comenzando a coger forma, los contenidos eran muy buenos y estaban muy bien estructurados, para nosotros su gran flaqueza era su imagen.

Los usuarios que utilizaban la versión inicial, previa a nuestra labor, coinciden al opinar respecto a los fallos que encontraban al utilizarla. Afirmaban que la interfaz era confusa, no se diferenciaban las distintas herramientas y pautas que ofrecía la app. Nosotros, previamente al rediseño de la estética, decidimos probar a utilizar la aplicación y coincidimos con la opinión de los usuarios. Se trataba de una amalgama de imágenes que, teóricamente formaban diversos apartados de contenidos. Además, estas imágenes de estilos muy diferentes se mostraban en una misma forma rectangular. Por lo tanto no había manera alguna de comprender la organización de esta. Tras la salida al mercado de la nueva versión, con todas las mejoras en cuanto a diseño y funcionamiento, se realizó una encuesta a los usuarios y los resultados obtenidos a grandes rasgos, tanto positivos como negativos, fueron los siguientes:

Mejora en la organización de la interfaz. Los usuarios pasan de describir la experiencia de uso de forma confusa a sencilla e intuitiva.

Cambio del apartado de evolución. El cambio más remarcable de una versión a otra es este mismo. En un origen se ofrecía una información muy pobre respecto a los progresos del usuario, con la nueva versión se ofrece mucha más información y se ve representada de una manera muy gráfica.

Diversidad en el género del narrador. Los contenidos son muy útiles e interesantes, pero estaría bien si los audios dieran opción de escuchar a una narradora o a un narrador.

Lenta a la hora de cargar los audios, además de que no funciona sin internet. Estos dos últimos comentarios en cuestión no se ven influidos por el diseño pero son de lo más demandados por los usuarios al igual que las expuestas anteriormente.



Didi didi

Me parece buena. Voces agradables y relajantes, buena metodología y me ha ido bien lo que he podido escuchar, pero casi todo está bloqueado, sólo hay como 3 sesiones desbloqueadas, los audios se cortan y repiten constantemente, es una pena que haya que pagar para casi todo así que si no pagas no sirve de ayuda, ya que si cada tema te deja a medias por los bloqueos...



Inmaculada Gozalvo Fornas

Creo que es una buena iniciativa y un buen complemento para el desarrollo personal. He empezado a probarla de camino al trabajo y la interfaz es muy intuitiva, creo que es perfecta para todas esas personas que no disponen de los recursos necesarios para asistir a una terapia presencial (tiempo/económico) e incluso para aquellas personas que ya acuden y quieren complementarlo.

 **Silvia Contelles Vicent**

La descargué en un mal momento de mi vida y me ayudó en numerosas ocasiones. Muy buena app que se adapta a tus necesidades, ya sea una depresión, como tristeza o ansiedad. Para mi gusto le faltan más audios de meditación, pero lo compensa con los demás audios, sobre todo el de salir de la tristeza y coger autoconfianza. Una maravilla, 100% recomendable.

 **Bea H**

Me encanta! Acabo de graduarme en psicología y llevo varios años con problemas de ansiedad y ataques de pánico. Por fin he encontrado una app que trata los problemas psicológicos desde un punto de vista cognitivo-conductual, de manera clara y concisa. He comprado la versión premium y merece totalmente la pena. Espero con ganas que salgan más programas.

 **Andrew Abrahams Flores Fernández**

A nivel de contenido está genial. Pero dicen que han resuelto el tiempo de descarga de los audios y no es así, debo esperar al menos 10 min para descargar un audio y con una red wifi para mi solo. En general, la app es muy pesada para todo. Es muy lenta para cargar algo muy sencillo. Aún así, la recomiendo por contenido porque es muy bueno. Cuando mejoren esto de la rapidez, le doy 5 estrellas.

 **Laura Silva**

Realmente agradezco mucho a las personas que desarrollaron esta aplicación. A todos y cada uno de ustedes, estoy teniendo ansiedad hace dos meses y me está ayudando a sentirme mejor obviamente también con la ayuda de psicólogos. Me gustaría que pongan las voces a elegir entre mujer y hombre para variar. Y si pudiera pagar la parte premium la verdad es que lo haría pero espero que habiliten más cosas para los que no podemos. Realmente la recomiendo.

 **Juan Pirela**

Sin duda genial, muy completa. ayuda muchísimo a las personas con ansiedad como yo. El contenido es maravilloso pero no le doy las cinco estrellas porque es muy lenta para descargar los audios. Se tarda demasiado pero en general está buena.

 **Rosa Romero Olmo**

Ayuda muchísimo a profundizar en uno mismo y darse cuenta, en mi caso que sufro ansiedad, de los pensamientos que nos sabotean constantemente y así corregirlos. Muy buena aplicación, gracias.

Figs. 320 y 325. Opiniones usuarios (2021)

Para continuar con la lectura de las opiniones de los usuarios, se ha de leer el anexo número 12.

En definitiva, pese a seguir necesitando mejoras, tras el primer lanzamien-

to, se obtuvieron resultados positivos en cuanto al diseño. Conseguimos establecer una jerarquía de contenidos a nivel visual.

A lo largo de los siguientes meses de trabajo, se logró un aumento de seguidores en redes sociales, de 3.000 a 5.257 seguidores, se obtuvo un aumento de descargas tanto en España como en Latinoamérica y se lanzó la versión inglesa de la app para Reino Unido.

Todo este crecimiento hizo que inversores dentro de la aceleradora de proyectos se interesaran por esta startup en concreto. En septiembre de 2021 la empresa firmó un contrato con Ribera Salud para la creación de una nueva app de bienestar emocional focalizado en pacientes con cáncer de mama. Proyecto para el cual, tuvimos la suerte de trabajar hasta la finalización de nuestro convenio en diciembre de 2021.

Tras haber expuesto todo el crecimiento de la empresa ocurrido a lo largo del año 2021 podemos afirmar, que en cierta medida y junto con el trabajo y esfuerzo del resto de integrantes del equipo, el diseño gráfico ha servido de ayuda en la evolución de Serenmind.

2.6. PRESUPUESTO

En vista de que estamos exponiendo el material realizado durante el periodo de un año de prácticas, no exponemos el presupuesto real que se cobró por las prácticas. En contraposición, realizamos un presupuesto ficticio que equivale al salario real que se hubiera cobrado si se tratara de una situación real entre diseñador gráfico y cliente.

CONCEPTO	PRECIO	CANT.	SUBTOTAL	TOTAL
Análisis (estudio previo)	500,00€	1	500,00€	500,00€
Estrategia (Metodología, plan de actuación)	500,00€	1	500,00€	500,00€
Desarrollo de la identidad visual	1.400,00€	1	1.400,00€	1.400,00€
Diseño de imágenes para la app móvil	300,00€	1	300,00€	300,00€
Diseño de estética para la web	300,00€	1	300,00€	300,00€
Diseño de publicaciones para las redes sociales	100,00€	1	100,00€	100,00€

Fig. 326. Presupuesto

*En este presupuesto no se incluye el IVA.

TOTAL 3.100€

3. CONCLUSIONES

Una vez dado por finalizado el periodo de prácticas y por lo tanto, el proyecto de diseño para Serenmind, podemos afirmar el cumplimiento de los objetivos establecidos antes de comenzar.

Posteriormente a la aceptación de la propuesta de trabajo, comenzamos el proceso de investigación. Durante este periodo y gracias a la ayuda del departamento de psicología, comprendimos mejor la situación emocional en la que se encuentran los usuarios diana (como ellas llaman) así como la manera en la que comunican los contenidos teóricos para que dichos usuarios aprendan a sentirse mejor. Hemos aprendido que los usuarios de Serenmind son personas con sintomatología de leve a moderada y con trastornos adaptativos. Es decir, estos trastornos pueden aparecer en cualquier situación estresante normal. No se trata de casos graves sino de situaciones de ansiedad o depresión ante un cambio vital estresante. Ante este público objetivo, la teoría empleada para generar un contenido de calidad que ayude a mejorar estas situaciones puntuales de estrés o ansiedad es la TCC (Teoría Cognitivo Conductual). Aaron Beck (1960), el creador de esta terapia la definió como: “La terapia cognitiva busca aliviar las tensiones psicológicas mediante la corrección de las concepciones erróneas y auto-señales. Al corregir las creencias erróneas, podemos terminar con las reacciones excesivas”.

Continuando con el listado de objetivos cumplidos, contamos con la creación de una línea estilística característica. Se trata de la tarea más extensa pero a la vez satisfactoria. Con su creación hemos definido la personalidad de la marca, es divertida pero sin ser informal, es graciosa pero no deja de tratar temas serios y es alegre sin llegar al exceso. A la hora de establecer el estilo de la marca, buscábamos algo que nos permitiera hablar de temas serios sin aburrir, asustar o deprimir al usuario y que a la vez no transmitiera una imagen de falsa felicidad o falso positivismo. Estamos hablando de encontrar un equilibrio y consideramos que tras meses de trabajo, encontramos la manera óptima para equiparar todas estas teorías y sensaciones tan diversas que presenta Serenmind. Al establecimiento de la línea estilística se le puede sumar el objetivo de diseño modular. Pues es que ya no solo se trata de establecer el lenguaje visual, la imagen de la app, sino que ha de conseguirse también que este sea adaptable a todas las plataformas y medios de comunicación con los que cuenta la empresa. Podemos confirmar que hemos cumplido con esta misión pues en el resultado tanto de la página web como de las redes sociales podemos observar cómo los distintos elementos que componen las imágenes de la app, funcionan adecuadamente combinados de maneras diversas y sobre formatos diferentes. La app está compuesta por imágenes con fondos lisos o paisajes, sobre los cuales pueden aparecer una serie de personajes antropomorfos, además de elementos figurativos de la vida real. Todas estas imágenes vuelven a aparecer en la página web, en Instagram, Facebook o

LinkedIn, maquetadas y combinadas de maneras diversas y podemos afirmar que funcionan de manera adecuada.

Por último y en base a las sensaciones obtenidas durante el tiempo de trabajo y los resultados alcanzados en el ámbito del diseño, podemos confirmar que hemos logrado cumplir el objetivo final, la adaptación en el entorno laboral, pues terminamos este proyecto con muy buenas sensaciones. A parte de por el hecho de ser la primera toma de contacto con el mundo laboral, desempeñando una tarea relacionada directamente con nuestros estudios. Se trata de un proyecto muy interesante y con mucha evolución en un periodo de tiempo muy breve. Se han cumplido todos los objetivos establecidos, generales y específicos, hemos cumplido con los plazos, nos hemos esforzado y hemos establecido buenas relaciones con el resto de integrantes del equipo. Formar parte de este proyecto, es particularmente especial, pues estás ayudando de manera directa a que otra persona con malestar emocional se sienta mejor y eso es muy gratificante.

Cabe decir que no todo el proceso ha sido perfecto, pero de esas situaciones menos positivas, también se ha obtenido algún tipo de aprendizaje. A lo largo de estos meses de trabajo, hemos aprendido a comunicarnos con personas que no tenían nociones básicas de diseño. Lo cual puede sonar irracional, pero es más complicado de lo que parece. Pues explicar por qué algo resulta mejor o peor a la vista del usuario y cuáles son las razones por las cuales, algún elemento o color no se puede emplear porque contiene un mensaje implícito, no es tan sencillo como puede parecer. Hemos aprendido también que pese a todas estas explicaciones, tus compañeros o superiores no tienen por qué darte la razón y pueden seguir optando por la versión que nosotros descartamos.

Para concluir acerca de este proyecto, estamos muy complacidos con el resultado obtenido. Ha cumplido o incluso superado nuestras expectativas, al igual que las de nuestro CEO quien en todo momento se ha sentido satisfecho con nuestra labor a desarrollar, incluso en ocasiones en las que nos hemos podido alejar de sus intenciones, siempre ha sido capaz de comunicarse con nosotros de una manera agradable y clara para exponer su opinión. El trato ha sido siempre muy profesional y respetuoso por ambas partes y eso siempre facilita la comunicación y la efectividad a la hora de trabajar.

4. REFERENCIAS

- AVELLANEDA, K. (2019). Psicología innovadora. *Serenmind*. [Consultado 8 de enero de 2021], de <https://serenmind.com/psicologia-innovadora/>
- C.I. (2013). BetterHelp es la plataforma de terapia más grande del mundo. *Betterhelp*. [Consultado 9 de enero de 2021], de <https://www.betterhelp.com/about/>
- GONZÁLEZ NÚÑEZ, P. (2019). Aaron Beck y la terapia cognitiva. *La mente es maravillosa*. [Consultado 8 de enero de 2021], de <https://lamenteesmaravillosa.com/aaron-beck-la-terapia-cognitiva/>
- H.B. (2020). Un mundo de gente. *Behance*. [Consultado 15 de enero de 2021], de <https://www.behance.net/gallery/106633243/CCR-Un-mundo-de-gente>
- K.H.S. (1997). La fundación Keith Haring. *Haring*. [Consultado 15 de enero de 2021], de <https://www.haring.com/!/introduction>
- LOZANO, P. (2020). La teoría del color de Goethe. *Proyecto idis*. [Consultado 20 de enero de 2021], de <https://proyectoidis.org/la-teoria-del-color-de-goethe/>
- MESAROS, I. (2021). Proyectos. *Ivan Mesaros*. [Consultado 20 de enero de 2021, de <https://ivanmesaros.com/>
- N.S.S. (2019). Join the conversation. *Behance*. [Consultado 20 de enero de 2021], de <https://www.behance.net/gallery/82966197/Join-the-Conversation>
- PUDDICOMBE, A. (2010). Sé amable con tu mente. *Headspace*. [Consultado 9 de enero de 2021], de <https://www.headspace.com/es>
- SABAT, M. (2019). Aumenta tu bienestar sexual y explora tu placer. *Emjoy*. [Consultado 12 de enero de 2021], de <https://www.letsemjoy.com/>
- SANZ, E. (2020). La terapia cognitivo conductual. *La mente es maravillosa*. [Consultado 20 de enero de 2021], de <https://lamenteesmaravillo->

sa.com/la-terapia-cognitivo-conductual/

SARIO, A. (2016). Tu psicólogo online. *Therapy Chat*. [Consultado 20 de enero de 2021], de <https://therapychat.com/es-es/>

SCALESSE, A. (2021). Xiaomi puede haber renovado la mascota de Redmi en vista de los K50. *Gizchina*. [Consultado 1 de septiembre de 2021], de <https://es.gizchina.it/2021/08/xiaomi-registrazione-marchio-mascotte-redmi-kino/>

SCIARRA, P. (2010). Pinterest. *Pinterest*. [Consultado 8 de enero de 2021], de <https://www.pinterest.es/>

S.J. (2003). Studio Jarvis. *James Jarvis Studio*. [Consultado 15 de enero de 2021], de <https://www.studiojarvis.com/>

S.M.L. (2014). Sticky Monster Lab Studio. *Sticky Monster Lab*. [Consultado 15 de enero de 2021], de http://www.stickymonsterlab.com/?page_id=2299

TEW, A. (2012). Encuentra tu calma con Calm. *Calm*. [Consultado 9 de enero de 2021], de <https://www.calm.com/es>

5. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

1. Ilustración de Ivan Meseros (2020) referente para el proyecto.	10
2. Ilustración de James Jarvis (2003) referente para el proyecto.	10
3. Ilustración de Niceshit studio (2019) referente para el proyecto.	10
4. Imagen de la app Headspace (2019) referente para el proyecto.	10
5. Paleta cromática de Serenmind (2019).	12
6. Paleta cromática de Serenmind (2021).	12
7. Personajes de Serenmind (2021).	13
8. Esquema de navegación de la app de Serenmind (2021).	14
9. Mockup de la pantalla de inicio de la app de Serenmind (2021).	15
10. Imagen 1 para la app store promocionando la app de Serenmind (2021).	16
11. Imagen 2 para la app store promocionando la app de Serenmind (2021).	16
12. Imagen 3 para la app store promocionando la app de Serenmind (2021).	16
13. Web de Headspace (2021) referente para el proyecto.	17
14. Web de Calm (2021) referente para el proyecto.	17
15. Web de Calm (2021) referente para el proyecto.	17

16. Web antigua de Serenmind (2019).	17
17. Web antigua de Serenmind (2019).	17
18. Web antigua de Serenmind (2019).	17
19. Web de Serenmind actual (2021).	18
20. Web de Serenmind actual (2021).	18
21. Web de Serenmind actual (2021).	18
22. Post para Instagram de Serenmind.	19
23. Post para Instagram de Serenmind.	19
24. Post para Instagram de Serenmind.	19
25. Post para Instagram de Serenmind.	19
26. Post para Instagram de Serenmind.	19
27. Post para Instagram de Serenmind.	19
28. Mockup del perfil de Instagram de Serenmind (2021).	19
29. Imagen botón Alimentación app, versión definitiva.	20
30. Imagen botón Alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
31. Imagen botón Registro alimentación app, versión definitiva.	20
32. Imagen botón Registro alimentación app, versión definitiva.	20
33. Imagen botón Registro alimentación app, versión definitiva.	20
34. Imagen botón Registro alimentación app, versión definitiva.	20
35. Imagen botón Registro alimentación app, versión definitiva.	20
36. Imagen botón Registro alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
37. Imagen botón Registro alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
38. Imagen botón Registro alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
39. Imagen botón Registro alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
40. Imagen botón Registro alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	20
41. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
42. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
43. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
44. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
45. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
46. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
47. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
48. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
49. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión definitiva.	21
50. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
51. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21

52. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
53. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
54. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
55. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
56. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
57. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
58. Imagen botón Pautas de alimentación app, versión descartada (mi preferencia).	21
59. Imagen audio Evocar lo positivo app, versión definitiva.	21
60. Imagen audio Evocar lo positivo app, versión descartada (mi preferencia).	21
61. Imagen audio Relajar los músculos I app, versión definitiva.	21
62. Imagen audio Relajar los músculos I app, versión descartada (mi preferencia).	21
63. Imagen audio Relajar los músculos II app, versión definitiva.	22
64. Imagen audio Relajar los músculos II app, versión descartada (mi preferencia).	22
65. Imagen Cómo estás hoy botón de la app.	22
66. Imagen Registro de Cómo estás hoy botón de la app.	23
67. Imagen Registro de Cómo estás hoy botón de la app.	23
68. Imagen Registro de Cómo estás hoy botón de la app.	23
69. Imagen Registro de Cómo estás hoy botón de la app.	23
70. Imagen Registro de Cómo estás hoy botón de la app.	23
71. Imagen botón Lista de audios favoritos de la app.	23
72. Imagen botón Mi itinerario de la app.	23
73. Imagen botón Actividad de la app.	24
74. Imagen botón Alimentación de la app.	24
75. Imagen botón Sueño de la app.	24
76. Imagen botón Registro del Sueño de la app.	24
77. Imagen botón Registro del Sueño de la app.	24
78. Imagen botón Registro del Sueño de la app.	24
79. Imagen botón Registro del Sueño de la app.	24
80. Imagen botón Registro del Sueño de la app.	24
81. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
82. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
83. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
84. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
85. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24

86. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
87. Imagen botón Tips del Sueño de la app.	24
88. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
89. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
90. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
91. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
92. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
93. Imagen botón Registro de la Alimentación de la app.	25
94. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
95. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
96. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
97. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
98. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
99. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
100. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
101. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
102. Imagen botón Tips de la Alimentación de la app.	25
103. Imagen botón Registro de la Actividad de la app.	25
104. Imagen botón Registro de la Actividad de la app.	25
105. Imagen botón Registro de la Actividad de la app.	25
106. Imagen botón Registro de la Actividad de la app.	25
107. Imagen botón Registro de la Actividad de la app.	25
108. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
109. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
110. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
111. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
112. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
113. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
114. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
115. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
116. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
117. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
118. Imagen botón Tips de la Actividad de la app.	26
119. Imagen botón Programas psicológicos de la app.	27
120. Imagen botón Ayúdame ahora de la app.	27
121. Imagen botón Meditaciones mindfulness de la app.	27
122. Imagen botón Relajaciones de la app.	27
123. Imagen botón Herramientas de la app.	27
124. Imagen botón Cuestionarios de la app.	27
125. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
126. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
127. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
128. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
129. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28

130. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
131. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
132. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
133. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
134. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	28
135. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	29
136. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	29
137. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	29
138. Imagen audio Programas psicológicos de la app.	29
139. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
140. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
141. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
142. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
143. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
144. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	29
145. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
146. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
147. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
148. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
149. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
150. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
151. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
152. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
153. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
154. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	30
155. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
156. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
157. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
158. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
159. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
160. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
161. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
162. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
163. Imagen audio Ayúdame ahora de la app.	31
164. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
165. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
166. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
167. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
168. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
169. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
170. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
171. Imagen audio Meditaciones mindfulness de la app.	32
172. Imagen audio Relajaciones de la app.	32
173. Imagen audio Relajaciones de la app.	32

174. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
175. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
176. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
177. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
178. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
179. Imagen audio Relajaciones de la app.	33
180. Imagen audio Cuestionarios de la app.	33
181. Imagen audio Cuestionarios de la app.	33
182. Imagen audio Cuestionarios de la app.	33
183. Imagen audio Cuestionarios de la app.	33
184. Imagen audio Cuestionarios de la app.	34
185. Imagen audio Cuestionarios de la app.	34
186. Imagen audio Cuestionarios de la app.	34
187. Imagen audio Herramientas de la app.	34
188. Imagen audio Herramientas de la app.	34
189. Imagen audio Herramientas de la app.	34
190. Imagen audio Herramientas de la app.	34
191. Imagen audio Herramientas de la app.	34
192. Imagen audio Herramientas de la app.	34
193. Imagen audio Herramientas de la app.	35
194. Imagen audio Herramientas de la app.	35
195. Imagen ilustración personajes Serenmind.	35
196. Imagen botón compartir enlace a la app.	35
197. Imagen botón Mide tu nivel de Bienestar de la app.	36
198. Imagen botón Mide tu nivel de Ansiedad de la app.	36
199. Imagen botón Mide tu nivel de Tristeza de la app.	36
200. Imagen botón Mide tu nivel de Insomnio de la app.	36
201. Imagen botón Mide tu nivel de Calidad del sueño de la app.	36
202. Imagen botón Mide tu nivel de Alimentación de la app.	36
203. Imagen botón Mide tu nivel de Actividad de la app.	36
204. Imagen botón Mide tu progreso en Ansiedad de la app.	37
205. Imagen botón Mide tu progreso en Equilibrio emocional de la app.	37
206. Imagen botón Mide tu progreso en Control sobre pensamientos negativos de la app.	37
207. Imagen botón Mide tu progreso en Actitud mindful de la app.	37
208. Imagen botón Mide tu progreso en Calidad del sueño de la app.	37
209. Imagen trofeo de la app.	37
210. Imagen trofeo de la app.	37
211. Imagen trofeo de la app.	37
212. Imagen trofeo de la app.	37
213. Imagen trofeo de la app.	37
214. Imagen trofeo de la app.	37
215. Imagen trofeo de la app.	37
216. Imagen trofeo de la app.	37

217. Imagen trofeo de la app.	37
218. Imagen trofeo de la app.	37
219. Imagen trofeo de la app.	37
220. Imagen trofeo de la app.	37
221. Imagen trofeo de la app.	37
222. Imagen trofeo de la app.	37
223. Imagen trofeo de la app.	37
224. Imagen trofeo de la app.	38
225. Imagen trofeo de la app.	38
226. Imagen trofeo de la app.	38
227. Imagen trofeo de la app.	38
228. Imagen trofeo de la app.	38
229. Imagen trofeo de la app.	38
230. Imagen trofeo de la app.	38
231. Imagen hito de la app.	38
232. Imagen hito de la app.	38
233. Imagen hito de la app.	38
234. Imagen hito de la app.	38
235. Imagen hito de la app.	38
236. Imagen hito de la app.	38
237. Imagen hito de la app.	38
238. Imagen hito de la app.	38
239. Imagen hito de la app.	38
240. Imagen hito de la app.	38
241. Imagen hito de la app.	38
242. Imagen hito de la app.	38
243. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
244. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
245. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
246. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
247. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
248. Imagen Sesión a la semana de la app.	38
249. Imagen Racha de la app.	39
250. Imagen Racha de la app.	39
251. Imagen Racha de la app.	39
252. Imagen Racha de la app.	39
253. Imagen Racha de la app.	39
254. Imagen Racha de la app.	39
255. Imagen Racha de la app.	39
256. Imagen Racha de la app.	39
257. Imagen Racha de la app.	39
258. Imagen Racha de la app.	39
259. Imagen Racha de la app.	39
260. Imagen Racha de la app.	39

261. Imagen Racha de la app.	39
262. Imagen Racha de la app.	39
263. Imagen Racha de la app.	39
264. Imagen Racha de la app.	39
265. Imagen botón plan de suscripción autoguiado de la app.	40
266. Imagen botón plan de suscripción chat de la app.	40
267. Imagen botón plan de suscripción videollamada de la app.	40
268. Imagen botón Inicio activado de la app.	40
269. Imagen botón Itinerario activado de la app.	40
270. Imagen botón Evolución activado de la app.	40
271. Imagen botón Terapeuta activado de la app.	40
272. Imagen botón Inicio desactivado de la app.	40
273. Imagen botón Itinerario desactivado de la app.	40
274. Imagen botón Evolución desactivado de la app.	40
275. Imagen botón Terapeuta desactivado de la app.	40
276. Imagen botón Audio Bloqueado de la app.	40
277. Imagen botón Audio Escuchado de la app.	40
278. Imagen botón Play Audio de la app.	40
279. Imagen de la página web de Serenmind.	41
280. Imagen de la página web de Serenmind.	41
281. Imagen de la página web de Serenmind.	42
282. Imagen de la página web de Serenmind.	42
283. Imagen de la página web de Serenmind.	42
284. Imagen de la página web de Serenmind.	42
285. Imagen de la página web de Serenmind.	42
286. Imagen de la página web de Serenmind.	42
287. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	42
288. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	42
289. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	42
290. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
291. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
292. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
293. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
294. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
295. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
296. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
297. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
298. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
299. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
300. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
301. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
302. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
303. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43
304. Post para la cuenta de Instagram de Serenmind.	43

305. Instagram story publicitario para la cuenta de Serenmind.	44
306. Instagram story publicitario para la cuenta de Serenmind.	44
307. Instagram story publicitario para la cuenta de Serenmind.	44
308. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
309. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
310. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
311. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
312. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
313. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	44
314. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	45
315. Post publicitario para la cuenta de Serenmind de Instagram.	45
316. Cabecera para el perfil de LinkedIn de Serenmind.	45
317. Cabecera para los perfiles de Twitter y Facebook de Serenmind.	45
318. Opinión de un usuario de la app.	46
319. Opinión de un usuario de la app.	46
320. Opinión de un usuario de la app.	47
321. Opinión de un usuario de la app.	47
322. Opinión de un usuario de la app.	47
323. Opinión de un usuario de la app.	47
324. Opinión de un usuario de la app.	47
325. Opinión de un usuario de la app.	47
326. Tabla de presupuesto.	48

6. ANEXOS

En este apartado se pueden encontrar ejemplos y soportes visuales referenciados a lo largo de la memoria.

ANEXO I. BUYERS PERSONA



MARÍA JOSÉ

45 años. Licenciada en magisterio. Actualmente ama de casa.
Le encanta leer, salir a pasear y la organización.
Sufre de insomnio.
Los días que no duerme está de mal humor y siente que nada le sale bien.



JUAN

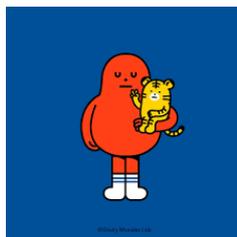
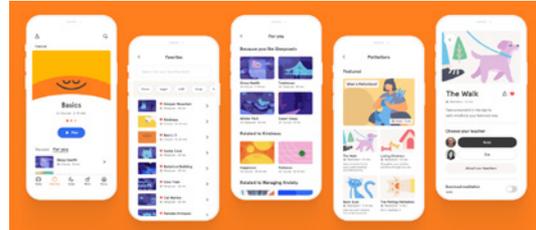
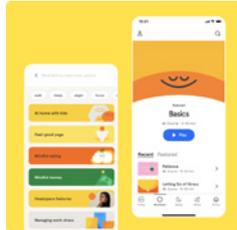
56 años. Licenciado en derecho. Trabaja para un bufete de renombre.
Le gusta ir al gimnasio, leer y ver partidos de fútbol.
Sufre estrés debido a la cantidad de trabajo en la oficina.
Cuanta más tensión siente en el trabajo, más horas dedica al ejercicio en el gimnasio.



EVA

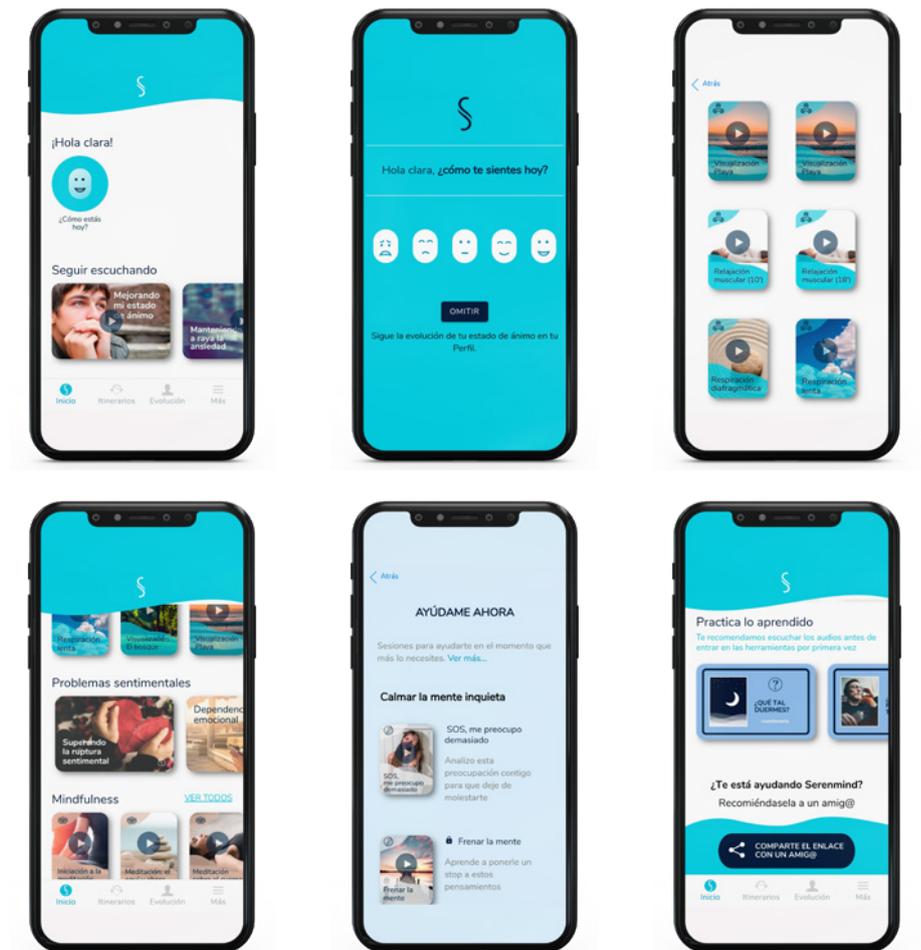
20 años. Estudia Bellas Artes. Los fines de semana trabaja de camarera.
Le gusta bailar y pintar con acuarelas.
Siente una gran presión social en su entorno, consideran que no tendrá estabilidad laboral en el futuro.
Se frustra cuando no valoran su tiempo y esfuerzo en mejorar su talento.

ANEXO II. REFERENTES DE DISEÑO



ANEXO III. INTERFAZ DE LA APP ANTIGUA

Conjunto de simulaciones de cómo era la interfaz de la app anterior a la propuesta de diseño que planteamos.



ANEXO IV. INTERFAZ DE LA WEB ANTIGUA

Conjunto de simulaciones de cómo era la interfaz de la web anterior a la propuesta de diseño que planteamos.



ANEXO V. ENLACES A LOS VIDEOS QUE MUESTRAN TANTO LA INTERFAZ DE LA APP COMO LA DE LA WEB

Enlace al video de la app móvil:

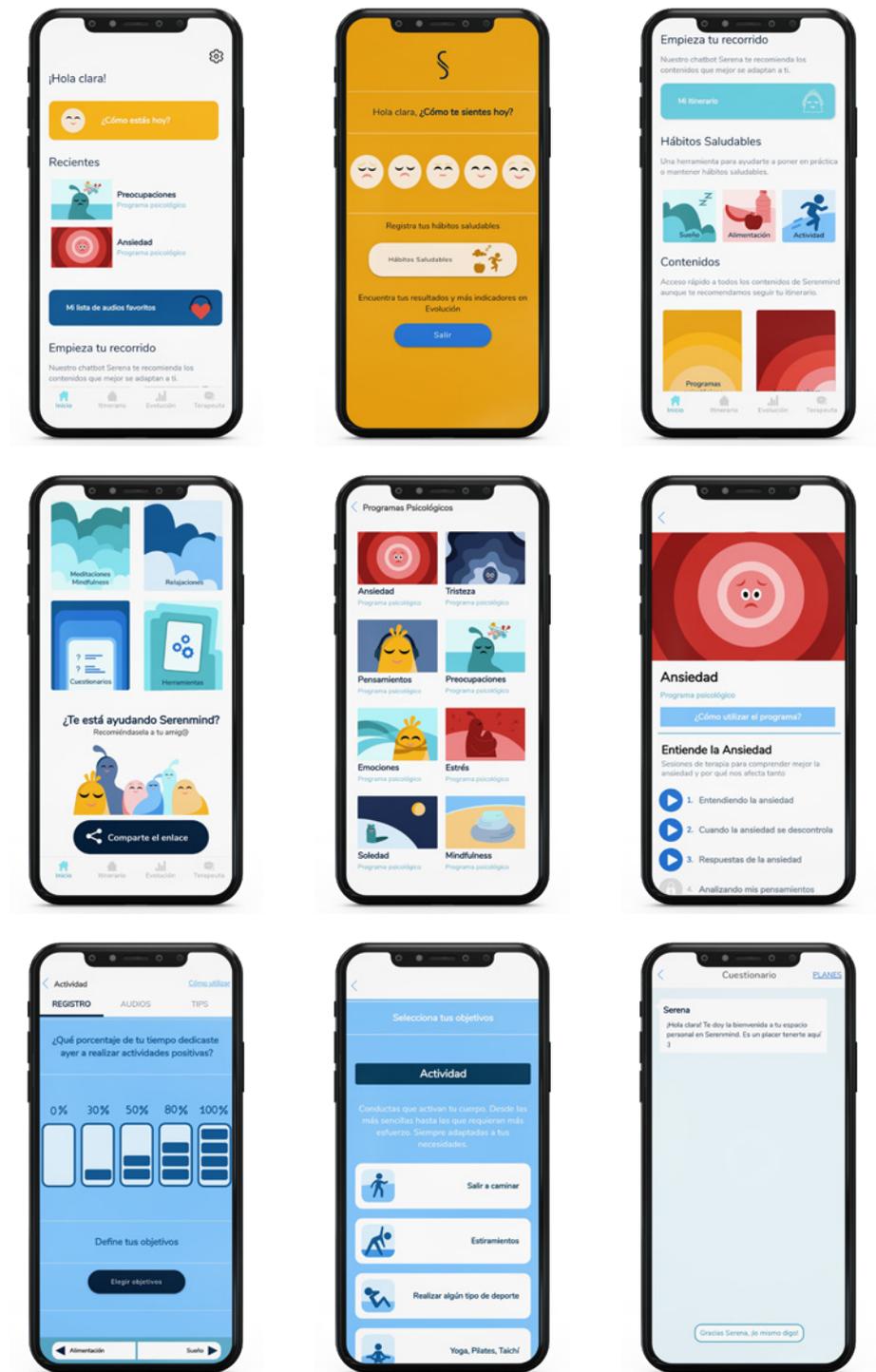
https://upvedues-my.sharepoint.com/personal/clasnav_upv_edu_es/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fclasnav%5Fupv%5Fedu%5Fes%2FDocuments%2FGrabacionAppSerenmind%5FClaraSansano%2Emp4&parent=%2Fpersonal%2Fclasnav%5Fupv%5Fedu%5Fes%2FDocuments&ga=1

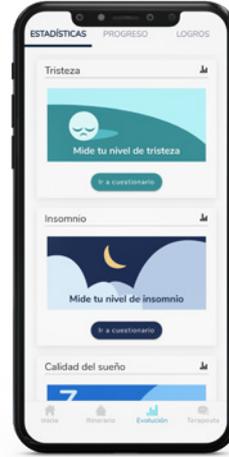
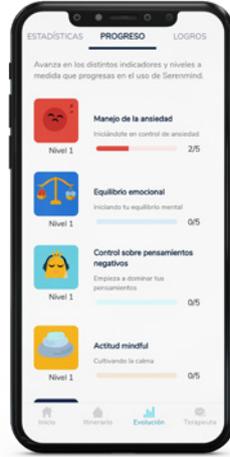
Enlace al video de la web:

https://upvedues-my.sharepoint.com/personal/clasnav_upv_edu_es/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fclasnav%5Fupv%5Fedu%5Fes%2FDocuments%2FGrabacionWebSerenmind%5FClaraSansano%2Emp4&parent=%2Fpersonal%2Fclasnav%5Fupv%5Fedu%5Fes%2FDocuments&ga=1

ANEXO VI. MOCKUPS APP MÓVIL

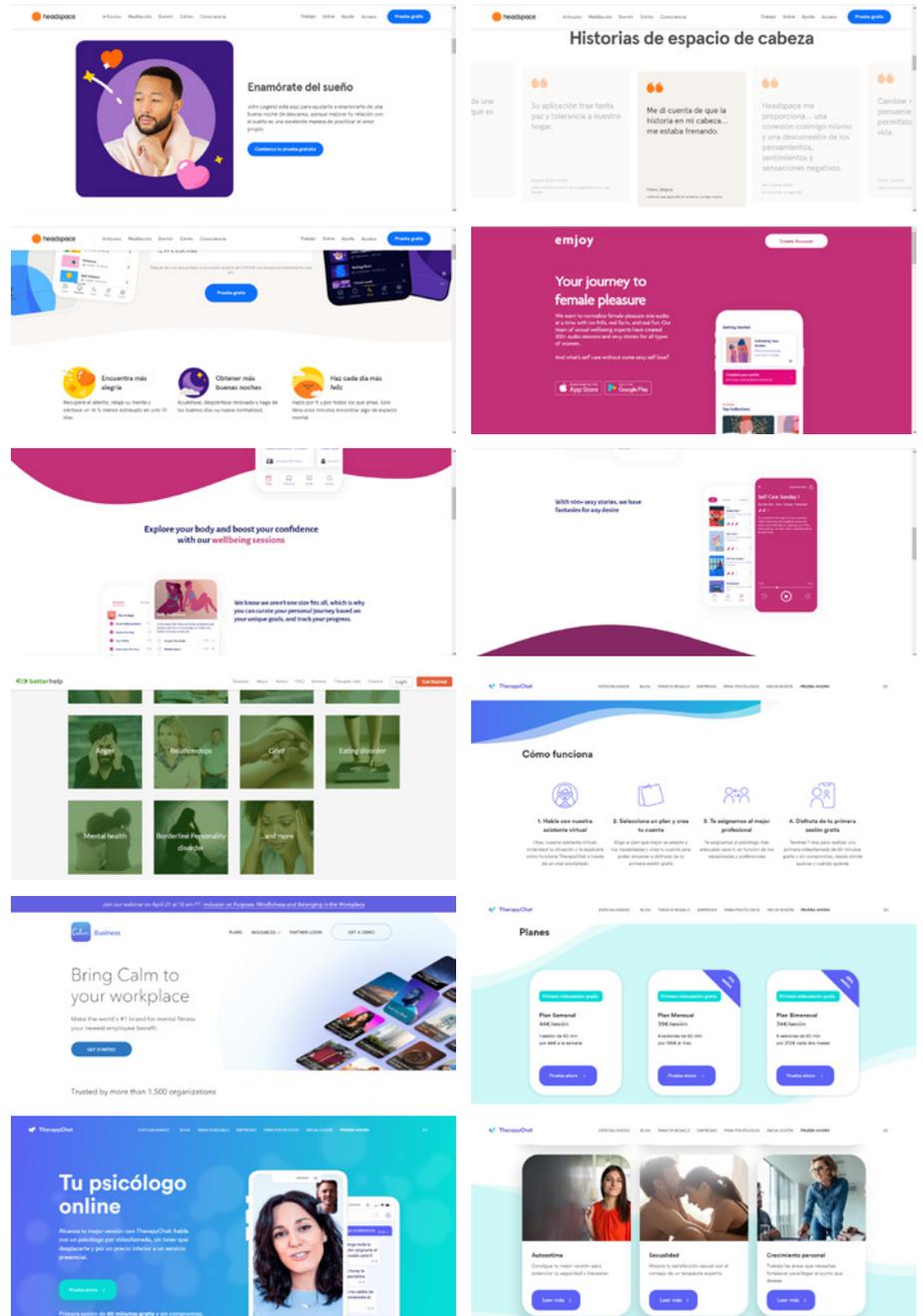
Conjunto de simulaciones de cómo se ve la interfaz de la app móvil en la actualidad.





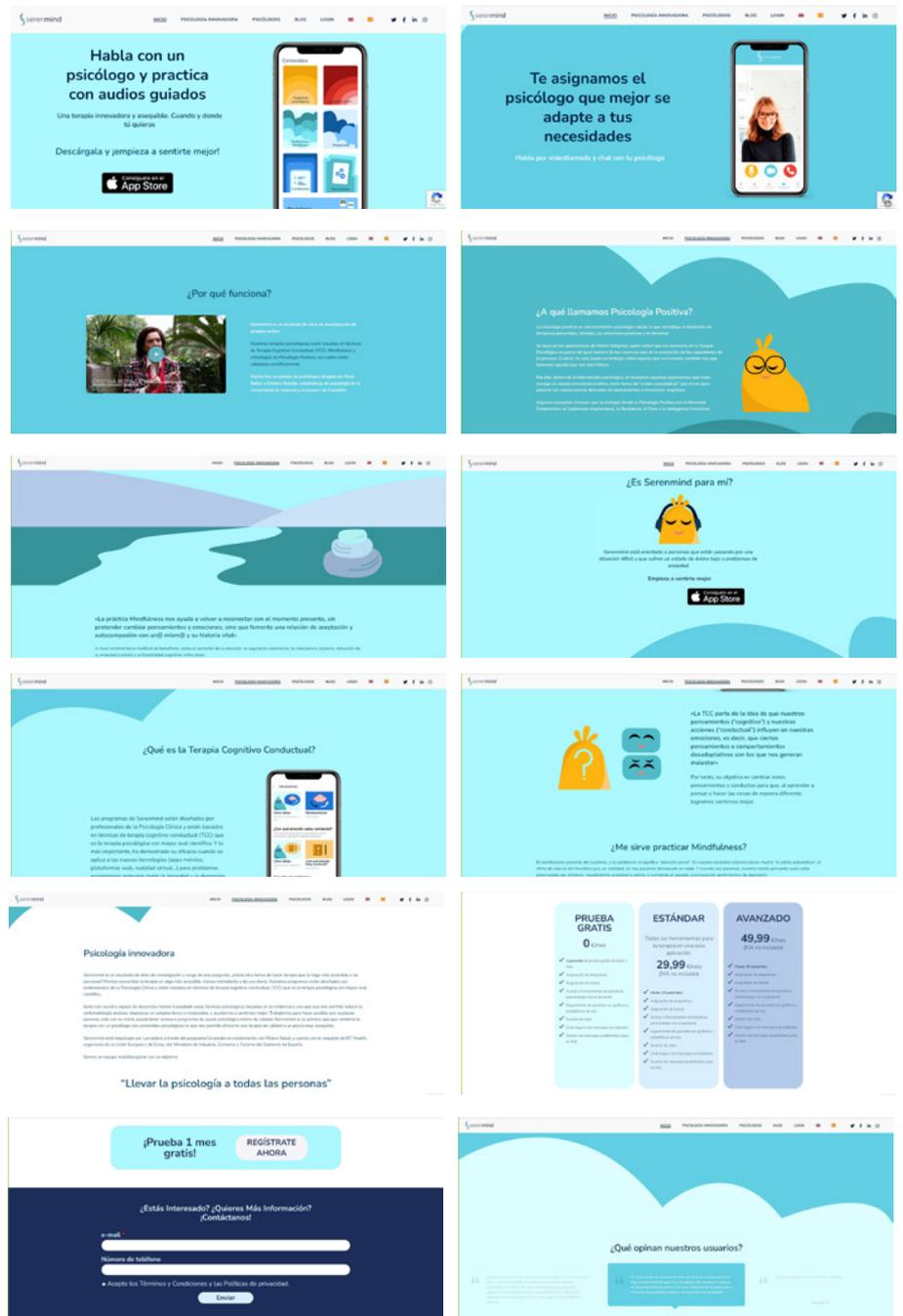
ANEXO VII. REFERENTES WEB

Imágenes de la estética de la interfaz web de las empresas que tomamos como referencia durante el proceso de investigación.



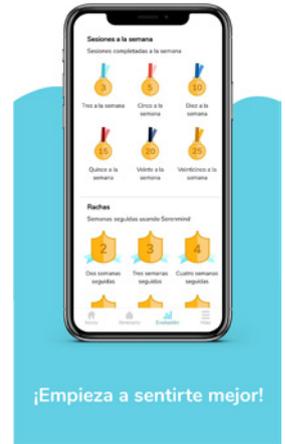
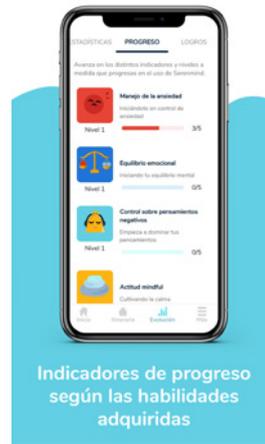
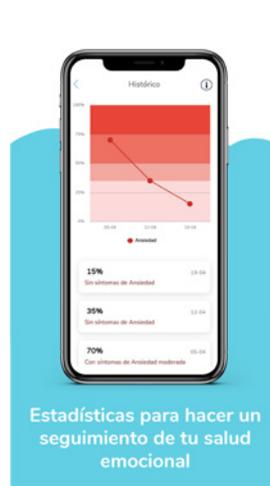
ANEXO VIII. PROPUESTA DE DISEÑO WEB

Propuesta de diseño de la interfaz de la página web.



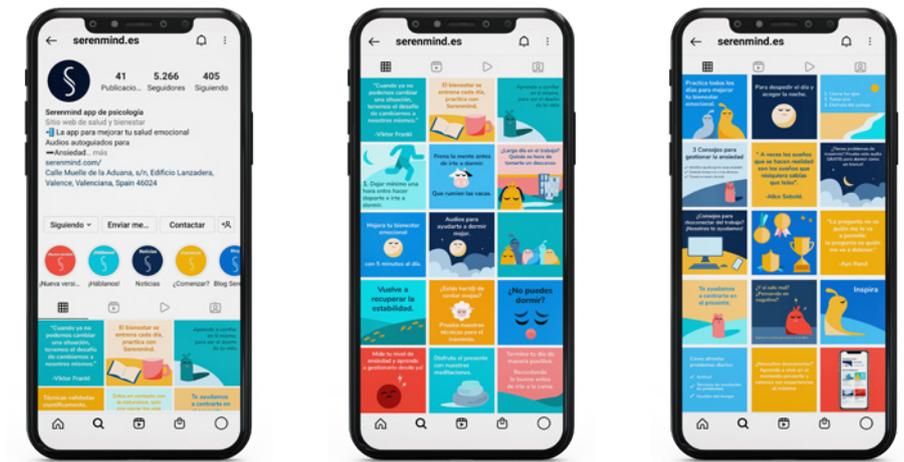
ANEXO IX. IMÁGENES PARA LAS APP STORES

Continuación de imágenes realizadas para la previsualización de las App Stores.

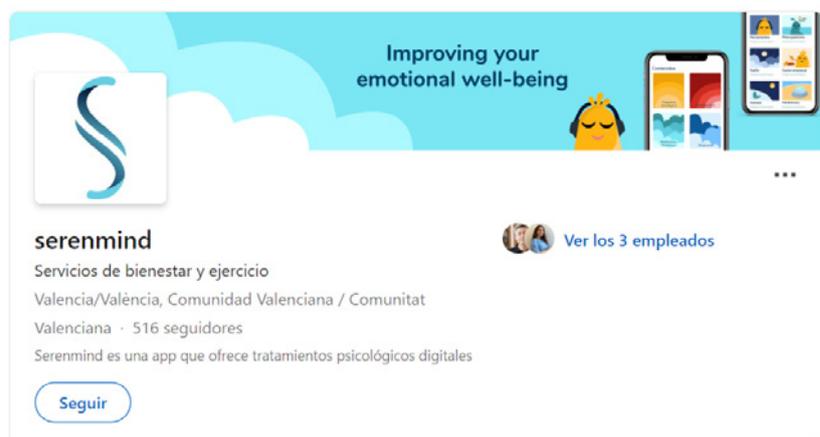
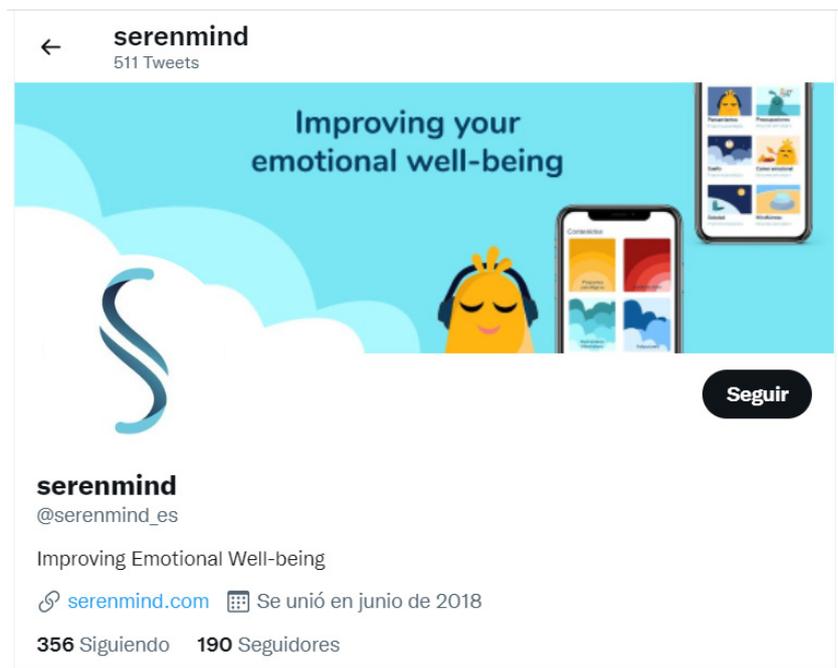
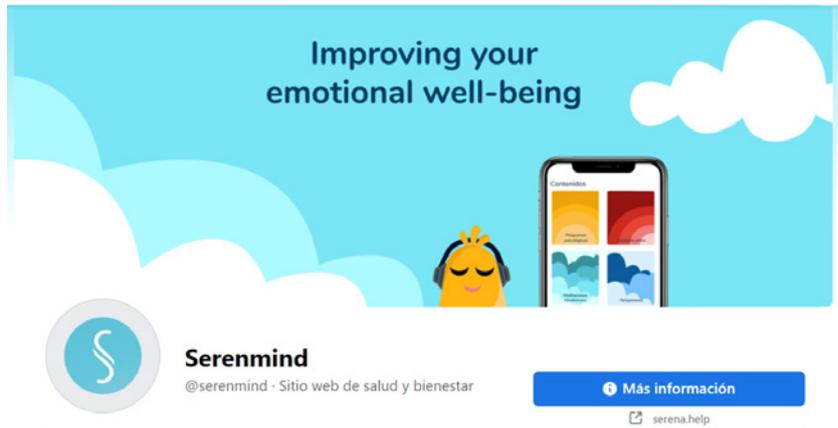


ANEXO X. REDES SOCIALES

Simulación de cómo es el feed de Instagram.



ANEXO XI. CABECERAS DE LOS PERFILES EN LINKEDIN, TWITTER Y FACEBOOK



ANEXO XII. OPINIONES DE LOS USUARIOS



Roberth Moreira

Tiene muy buen asistente, largo pero gracias a sus exhaustivas preguntas puede recomendarte los mejores audios o tratamientos disponibles. El apartado que más flojea es el de Evolución, marca los minutos de terapia y demás valores que son muy significativos en base a las terapias que sigue, y claro no sabes su progreso en los diferentes itinerarios de los que te estás tratando de manera individual, además de ser muy escueto.



Tr. Mariana N.

Sufro mucha ansiedad y ataques de pánico. Recomiendo esta app al 100% ya que me ha ayudado a lidiar con problemas muy intensos y aprendes métodos que realmente te sirven tanto en el momento del episodio como para tratarlo luego. La versión de pago lo vale mucho, sumamente recomendable.



Estefani Rodríguez

Estaba un poco escéptica para usar esta app pero la verdad es que me gustó bastante. Es fácil de usar, el contenido me ha gustado bastante además de que es segura no sólo protege tu intimidad emocional, sino que te hace sentir cómodo y seguro, la manera de usarlo es como ir a terapia de una forma más anónima y muy personal, me siento muy cómoda usándola y creo que es super funcional, ayuda mucho a entenderse a uno mismo, la recomiendo ampliamente!



Tita Titosa

Me está ayudando con la ansiedad. Me parece bastante útil. El único problema que tengo es que los audios se interrumpen varias veces y vuelven hacia atrás. Aún no he conseguido escuchar un audio completo sin interrupciones y en el caso de los audios de mindfulness es un fracaso porque no consigo relajarme.



Eva FD

Es una app excepcional para lo que ha sido creada. Ayuda mucho a la hora de gestionar problemas como ansiedad, depresión, tristeza... Te ayuda incluso a llevar e intentar solucionar el tema de comer por ansiedad. Muy recomendable!



Edith MGM

Merece tanto la pena, increíble! Me ayudó muchísimo a entender en la situación en la que estaba, y no solo eso, te dan herramientas para saber combatir tus peores momentos y al final sientes muchísimo alivio y agradecimiento de haberla encontrado! Es super intuitiva, tiene muchas maneras de ayudarte y serenizarte. La recomiendo muchísimo, yo tengo problemas de ansiedad y desde que la uso los pensamientos que me podían llevar a ataques de pánico y de ansiedad ahora están totalmente controlados.

★★★★★ **Estela Estage**

Muy buena. Ojalá fuera totalmente gratuita. De todas maneras, es muy intuitiva y realmente creo que puede ayudar. Los audios y materiales son geniales y aún hay una buena cantidad de contenidos gratuitos.
Gracias.

★☆☆☆☆ **Ainhoa Martínez**

Ni se abre. Se queda la pantalla en negro y no hace ni pompas.

★★★★☆☆ **Jhorman Amaya**

Deberían de dejar que se descargue los audios para escuchar cuando no haya conexión.

★★★★☆☆ **Juana Anguita Cabrera**

Hacéis un trabajo formidable dando seguridad a las personas que tenemos dudas, enhorabuena.

★★★★☆☆ **Valeria Olgún**

Estoy teniendo problemas con la aplicación, la acabo de instalar y no puedo escuchar audios completos y tampoco ver los videos, realmente me interesa esta app me pdrían ayudar con el problema, por favor, gracias.

★★★★☆☆ **Idxieri Juárez**

Me relaja demasiado, con el poco tiempo que he ocupado esta app, siento un progreso.

**Anónimo Al Asad**

Me esperaba un chat que realmente diera feedback en base a lo que tú decías, por el contrario tenemos un bot que independientemente de lo que le expliques pone una respuesta predefinida. Publicidad engañosa, mala app.

**Erika Moreno**

Me gustaba mucho esta aplicación, porque me estaba ayudando a entenderme, pero llevaba una temporada sin entrar y hoy cada vez que quería escuchar un audio, al minuto se salía de la app, así que no se qué pasa y eso que la tengo actualizada.

ANEXO XIII. ENLACES A APPSTORE, PLAYSTORE Y PÁGINA WEB

AppStore:

<https://apps.apple.com/es/app/serenmind/id1484851055>

PlayStore:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.serenmind.app>

Página web:

<https://serenmind.com/>