



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

# apiel

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia  
Universidad Católica de Chile para optar al título  
profesional de Diseñador.

Alumna: María Emilia Leyton de la Fuente  
Profesor Guía: José Allard

Julio 2022. Santiago, de Chile

# apiel

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia  
Universidad Católica de Chile para optar al título  
profesional de Diseñador.

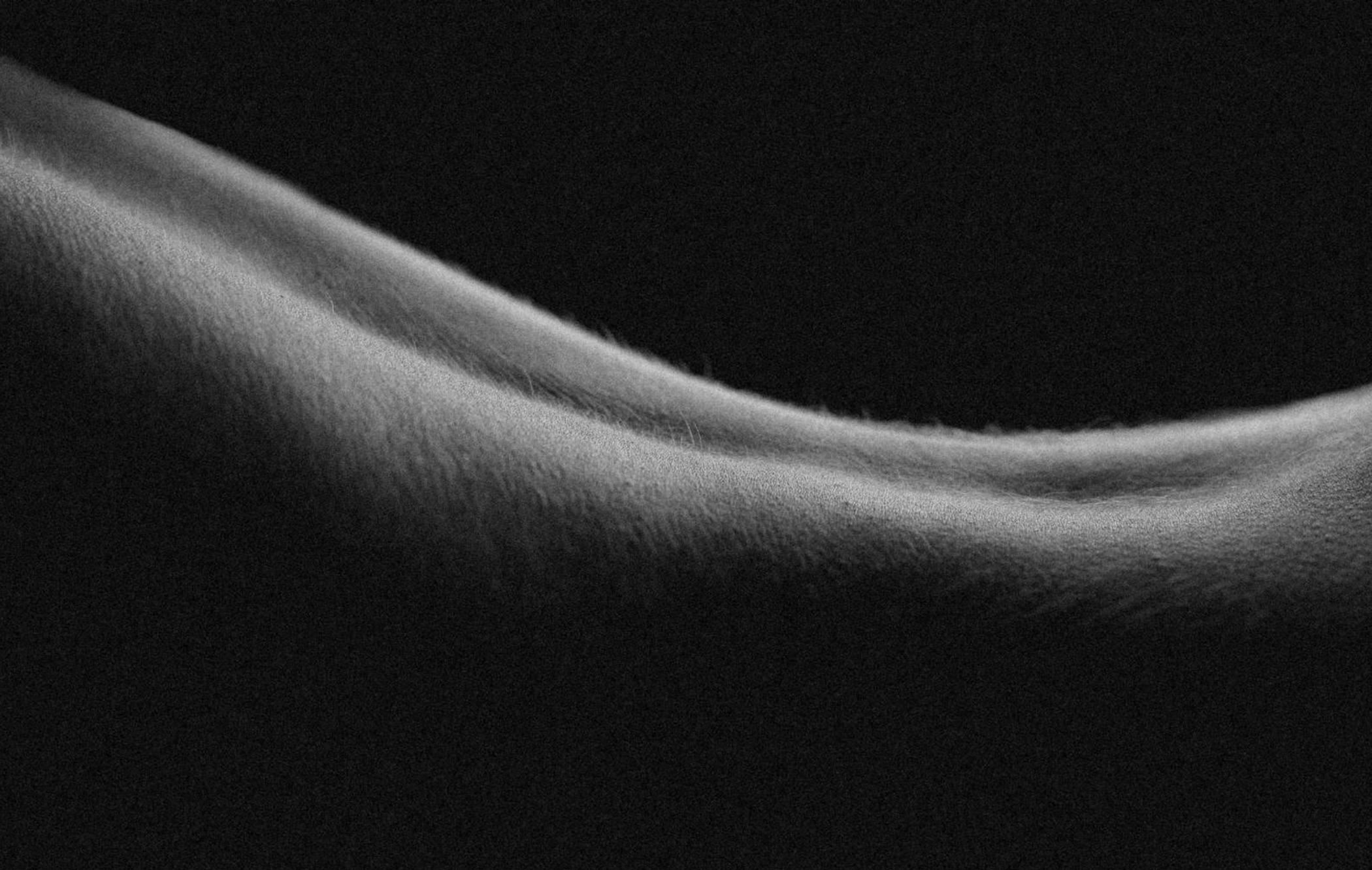
Alumna: María Emilia Leyton de la Fuente  
Profesor Guía: José Allard

Julio 2022. Santiago, de Chile

---

**Apiel** es una plataforma informativa sobre cuidados preventivos de la piel en la adolescencia, respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología.

Alumna: María Emilia Leyton de la Fuente  
Profesor Guía: José Allard



---

# AGRADECIMIENTOS

# AGRADECIMIENTOS

---

Agradezco a todas las personas que me apoyaron durante el desarrollo de este tremendo proyecto, sin ellas nada de esto hubiese sido posible. Gracias a la **Paty** por partir guiándome en este camino, por estructurarme y confiar en mi. Gracias **Jose** por guiarme e inspirarme con tu creatividad infinita durante el proceso, y por impulsarme a dar lo mejor de mi, logrando potenciar tanto este proyecto. Gracias **Tere** y **Jp** por toda la ayuda. Y gracias a mi **familia** y **amigos**, por estar siempre ahí apoyándome y alentándome especialmente en los momentos más difíciles.

No hay problema que no podamos resolver **juntos**, y hay muy pocos que podemos resolver nosotros mismos.

Lyndon Johnson



# ÍNDICE

# ÍNDICE

<b>0. PRESENTACIÓN</b>	
Agradecimientos	5
Resumen	9
Motivación personal	11
<b>01. INTRODUCCIÓN</b>	
Introducción	13 - 15
<b>02. MARCO TEÓRICO</b>	
Piel como órgano funcional	17 - 18
Piel como órgano de expresión	19 - 20
Prácticas de cuidado de la piel	21 - 23
Cuidados preventivos	24 - 25
Bienestar y autoestima	26 - 29
Sociedad Chilena Dermatología	30 - 31
<b>03. PROBLEMÁTICA</b>	
Introducción	33
Falta de conocimiento	34
Falta de hábitos	35 - 36
Información en medios	37
Actual foco en rutinas	38
Actual foco en patologías	39
Actual foco en adultos y verano	40 - 41
<b>04. OPORTUNIDAD</b>	
Oportunidad	43
<b>05. APROXIMACIÓN DISEÑO</b>	
Aproximación diseño	45
<b>06. FORMULACIÓN PROYECTO</b>	
Formulación	47
Objetivo general	48
Objetivos específicos	49
<b>07. USUARIO</b>	
Adolescente en Chile	52
Adolescente y su piel	53 - 54
Adolescente y los medios	55 - 56
Adolescente y sus relaciones	57 - 59
<b>08. PLAN DE DESARROLLO</b>	
Metodología	61 - 65
<b>09. DESARROLLO PROYECTO</b>	
Introducción	66 - 67
<b>9.1 escuchar</b>	
Introducción	68 - 69
Contenido	70 - 74
Expertos	75 - 83
Adolescentes	84 - 95
Medios	96 - 97
<b>9.2 diseñar</b>	
Introducción	98 - 101
Prototipado 1	102 - 108
Prototipado 2	109 - 118
Prototipado 3	119 - 125
Prototipo final	
Introducción	126 - 129
Recursos Gráficos	130 - 133
Contenidos	134 - 149
Jerarquía	150 - 151
Diseño Responsivo	152 - 153
Testeos	154 - 159
<b>9.3 implementar</b>	
Sociedad Chilena Dermatología	161
Página Web	162 - 164
Difusión y Comunicación	165 - 167
Modelo de Negocio	168
Financiamiento	169 - 170
Costos implementación	171
Análisis FODA	172 - 173
<b>10. CIERRE</b>	
Conclusión	175 - 176
Reflexión	177
Proyecciones	178 - 179
<b>11. BIBLIOGRAFÍA</b>	
Referencias	180 - 183
Fuentes secundarias	184

---

# RESUMEN

# RESUMEN

En Chile, actualmente hay **falta de conocimiento** sobre la piel y sus prácticas de cuidado, especialmente en la adolescencia. Por otro lado hay un exceso de **información no certificada** en los medios, por ende, hay conocimientos erróneos y falsas creencias respecto a la piel y sus cuidados. Sumado a una falta de prácticas de cuidados especialmente **preventivas** de la piel, ya que se tiende a cuidarla cuando ya está dañada y es muy tarde.

Por otro lado, en Chile, la información dermatológica certificada que se entrega en los medios, está enfocada en los **problemas** en la piel y no en la prevención de ellos. Sumado a que la información o las

campañas dermatológicas, no se centran en el adolescente, sino en el **adulto**, cuando ya es muy tarde para prevenir daños. Es por todo esto, que en el presente proyecto se diseña una plataforma informativa sobre **cuidados preventivos de la piel** en la adolescencia, la cual está respaldada por la **Sociedad Chilena de Dermatología**.

Esta busca entregar información certificada, para que los adolescentes puedan informarse y aprender sobre los cuidados preventivos de la piel de forma gratuita, a través de un sitio web certificado, pero amigable y así prevenir posibles daños o problemas.

Se diseña una plataforma informativa **sobre cuidados preventivos** de la piel en la adolescencia, la cual está respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología.



**MOTIVACIÓN PERSONAL**

---

Conocí a personas pasando por momentos muy difíciles emocionalmente, sufriendo mucho por su condición en la piel, por **no haberla cuidado a tiempo.**

Hace un par de años me surgió una oportunidad laboral, y entré a trabajar en el mundo de la dermatología y cosmetología, introduciéndome en el tema de la piel y sus cuidados, **sin saber prácticamente nada sobre esto.** Yo era de esas personas que jamás se cuidaron la piel, me exponía al sol constantemente y sin nada de protección, sin dimensionar el daño que le estaba provocando a mi propio cuerpo.

Cuando entré a trabajar en este rubro, me di cuenta de lo valiosa que es la piel y que la mayoría de las personas **no la cuidamos hasta que ya es muy tarde** y probablemente ya está dañada.

En este tiempo, conocí a personas pasando por momentos muy difíciles emocionalmente, sufriendo mucho por su condición en la piel, por no haberla cuidado a tiempo. Esto me hizo tomarle aún más valor, por la fuerte y estrecha **relación de la piel con el ámbito emocional.**

Pude entender que la piel es mucho más que un órgano funcional, es un **órgano de comunicación y expresión**, y por eso es tan relevante cuidarla antes de que sea muy tarde. Esto es lo que quiero transmitir a los demás a través de este proyecto.



WARRIOR

01

---

**INTRODUCCIÓN**

La piel es un órgano con funciones vitales que hacen posible nuestra vida sobre la tierra (Elias et al., 2005). Es el órgano de mayor extensión del cuerpo, el más versátil y es el único que está directa y constantemente expuesto al exterior, por lo que su cuidado y protección son de vital importancia (Orive, 2021). Aún así siempre está la posibilidad de sufrir alguna enfermedad o daño, lo bueno es que muchos de estos se pueden prevenir.

La mayoría de las veces, **la piel es lo primero que ven y perciben** las personas de uno mismo y del resto. El problema es que es un órgano muy sensible, y puede sufrir de muchos daños o enfermedades, y una piel con lesiones visibles puede afectar y dañar el desarrollo de la autoestima, ya que existe una estrecha relación entre **la piel de cada persona y su bienestar socio emocional**.

Todo esto, se ve especialmente reflejado en la adolescencia, principal etapa donde se sufre de **discriminación**, lo que también puede afectar en el bienestar y repercutir a largo plazo. El 25% de los adolescentes en Chile, se han sentido discriminados por sus compañeros; un 15,7% se ha sentido discriminado por desconocidos en la calle y un 14,4% al buscar trabajo (figura 1). Y la mayor razón por la que los jóvenes declaran sentirse discriminados es por su **aspecto físico** por sobre otras cosas (INJUV, 2018).

Por lo tanto, si **la apariencia de la piel está afectando en el bienestar** de los adolescentes actualmente, es un tema que se debe tratar y dar importancia. Y por eso, el cuidado de la piel es relevante no solo por ser un órgano funcional, sino porque es un órgano que expresa, y por esto mismo, muchas veces tiende a dañarse.

· De los adolescentes en Chile, el:

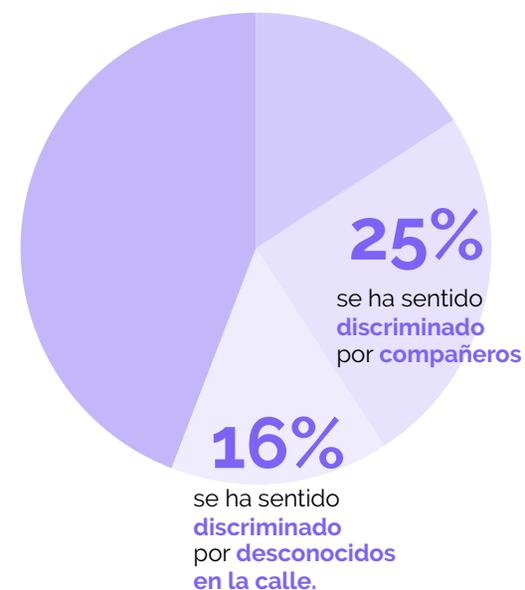


Figura 1. Gráfico discriminación en la adolescencia. Elaboración propia.

Poder **expresar con la piel** puede ser considerado hermoso, pero por otro lado puede ser **dañino y riesgoso.**

(Dr. Sandoval, 2022)

A lo largo del tiempo se ha visto como la piel se usa de forma consciente o inconscientemente para **comunicar y expresar** por ejemplo: cierta información sobre una persona, o culturas y sus jerarquías, decisiones que se toman, incluso puede llegar a ser muy política.

El problema de esto, es que a pesar de que por un lado, el hecho de poder expresar con la piel puede ser considerado hermoso, pero por otro lado, puede ser **dañino y riesgoso**. Principalmente porque en la adolescencia actualmente **hay falta de conocimiento sobre la piel y sus cuidados**, especialmente preventivos, por ende también hay falta de hábitos y prácticas de cuidado preventivas.

Todo esto va de la mano con que los jóvenes hoy en día, se rodean de **información no certificada** en los medios, por ende hay conocimientos erróneos y falsas creencias respecto al tema, llevándolos muchas veces a cometer errores.

Otro problema, es que en Chile, la información dermatológica certificada que se entrega en los medios, **se enfoca principalmente en las patologías** de la piel, y no en la prevención de pieles sanas. Al igual que las campañas dermatológicas, que no se centran en el adolescente, sino que se enfocan principalmente en el **adulto, cuando ya es muy tarde** para prevenir daños.

El adolescente es el que está a tiempo de cuidarse, de prevenir daños y comenzar un cambio, son la población del futuro. El adolescente es el que está en una época difícil, de mucho aprendizaje, y en pleno proceso de desarrollo, sufriendo de muchos cambios de todo tipo, y varios de estos se pueden ver reflejados en la piel.

Es por todo esto, que en este proyecto se hace especial énfasis al tema de la piel, pero con foco total en la **adolescencia**, porque además, es un período en que los jóvenes comienzan a **experimentar y expresar con su piel**, usando piercings, tatuajes, maquillaje, tomando sol etc. Por lo que es importante prevenir los riesgos que estas acciones pueden provocar.

Sumado a que esta es una **etapa de plena construcción de la autoestima**, y los daños en la piel podrían afectar el desarrollo de este (Ulate, 2010).

En este período de la adolescencia, el desarrollo físico se relaciona con el desarrollo de la identidad, especialmente en cuanto a imagen y autoestima, y problemas en la piel son relevantes porque a pesar de no amenazar la vida directamente, si tienen un **impacto psicosocial**, ya sea por la presencia de lesiones o por las secuelas y cicatrices que puedan quedar por un largo tiempo o incluso para toda la vida (Ulate, 2010).

---

Los jóvenes comienzan a **experimentar y expresar** con su piel, usando piercings, tatuajes, maquillaje, tomando sol etc.



02

---

MARCO TEÓRICO

## PIEL COMO ÓRGANO FUNCIONAL

Cuando se habla de la piel como órgano, se entiende desde un significado meramente científico, definida **como una capa de tejido resistente y flexible que cubre y protege el cuerpo**. Gracias a la existencia de la piel como un órgano protector es posible la vida sobre la tierra (Elías et al., 2005) ya que dentro de sus funciones principales está el mantenimiento de la integridad del cuerpo, la protección, la absorción y excreción de líquidos, la regulación de la temperatura, la absorción de la luz ultravioleta, la detección de estímulos sensoriales, la acción como barrera contra el exterior, entre otras (McKee et al., 2005).

Esta consta de **tres principales partes**: la epidermis, la dermis y los tejidos subcutáneos o hipo-dermis (figura 2). Cada componente tiene células y estructuras únicas que generan diversas respuestas a estímulos externos de manera coordinada. La epidermis es la parte que está en constante contacto con el exterior, es la capa que se puede ver y que cada persona tiene una apariencia distinta de esta (Kabashima, 2019).

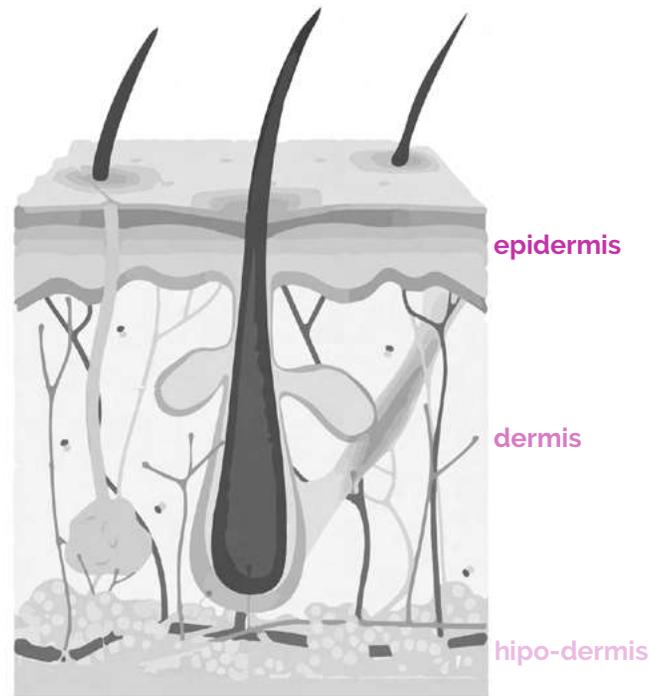


Figura 2. Capas de la piel. Elaboración propia a partir de (Kabashima, 2019).

Es el órgano de mayor extensión del cuerpo, el más versátil y es el único que está **directa y constantemente expuesto al exterior**, por lo que su cuidado y protección es de vital importancia (Orive, 2021). Aún así siempre está la posibilidad de sufrir alguna enfermedad o daño, que si bien, generalmente se desarrollan en la dermis, tienen una visualización desde la epidermis (figura).

Dentro de las condiciones que afectan la piel, las más comunes son: acné, psoriasis, infecciones, cáncer, urticarias alérgicas y lunares. En caso de padecer algunos de estos problemas, generalmente se acude a un especialista, tales como **Dermatólogos o Cosmiatras, ya que ambos tratan pieles enfermas** y muchas veces se complementan, mientras que por otro lado están los cosmetólogos que solo tratan pieles sanas (Torales et al., 2020). Sumado a estos especialistas, existe una especialidad que es la **Psicodermatología**, que surge

de la fusión de dos ramas aparentemente divergentes de la medicina: la Psiquiatría y la Dermatología.

Por lo tanto, la relación entre estos dos conceptos es relevante, y esto lo valida la creación de esta especialidad de Psicodermatología. Sobre esta se afirma que **“es imposible separar la enfermedad física de la enfermedad mental**, puesto que la fisiopatología de cualquier enfermedad contiene a la esfera psicológica, y en cuanto a la Dermatología la relación es más evidente aún” (Torales et al., 2020).

Es por esta razón, que este proyecto no se centra en el cuidado de la piel solo por ser un órgano funcional, sino también por su relevante significado y valor como **órgano de expresión y comunicación**, ya que esto mismo, hace que sea la piel sea más tendiente a ciertos daños.

Es el órgano de mayor extensión, el más **versátil** y es el único que está directa y constantemente **ex-**  
**puesto al exterior.**

(Orive, 2021)

# PIEL COMO ÓRGANO DE EXPRESIÓN

Generalmente, lo primero que las personas ven y perciben de uno mismo y del resto es la piel (Reinholz, 2020), por ende, como se menciona anteriormente, además de ser un órgano vital para nuestras vidas, es un órgano de comunicación, es **nuestra carta de presentación al mundo**, por lo que es importante conocerla y cuidarla (Ros, 2015).

Una piel impecable es el rasgo humano universalmente más deseado (Rodan et al., 2016) y quienes presentan problemas en la piel pueden sentirse en desventaja ante **una sociedad actual que pone énfasis en las apariencias**, por lo que la vida de muchas personas se ve afectada por problemas cutáneos, no solo en cuanto a los aspectos físicos, sino también a los aspectos psicológicos (Reinholz, 2020).

Este tema de la apariencia y la piel como órgano de expresión, se considera especialmente relevante en la adolescencia, por varias razones.

Por un lado, es **período de transición** en el ciclo vital humano, pasando de niños a adultos, donde aspectos como la conformación de la identidad, búsqueda de la independencia, pertenencia y aceptación, se convierten en temas claves, además de los grandes y variados cambios físicos, psicológicos y emocionales que se viven durante esta etapa (Wendkos et al., 2010).

Para los adolescentes es **prioridad la relación con sus pares** y cómo ellos los perciben, ya que problemas como la exclusión luego provocan sentimientos de frustración, tristeza o estrés.



Figura 3. Imagen piel como órgano de expresión y comunicación. Rescatada de <https://unsplash.com/es>

Incluso, para los profesionales de la psicología, la relación de los adolescentes con sus iguales es un indicador de la calidad de su desarrollo, es decir, **tener relaciones positivas con los pares es sinónimo de un desarrollo social adecuado**, y por otro lado la incapacidad de vincularse con otros se traduce en problemas sociales cognoscitivos y conductuales. Por todo esto, es relevante el tema de la piel como órgano de expresión (Santrock, 2004).

Por otro lado, la piel muchas veces expresa y comunica cosas de uno mismo o del resto, esto puede ser de forma **consciente o inconsciente**. Al ser un órgano que está a la vista de todos, revela información constantemente, por ejemplo: información genética sobre un persona, o sobre ciertas **decisiones, ideologías, culturas**, incluso puede llegar a ser muy política.



Figura 4. Imágenes piel como órgano de expresión y comunicación.  
Rescatadas de <https://unsplash.com/es> y <https://www.univision.com/>

Para tener una buena relación con la propia piel son importantes las prácticas y hábitos de cuidado diarios, para así mantener una buena calidad de esta, y por ende estar lo más conforme posible con la propia piel y lo que expreso y comunico con ella.

Para lograr esto se debe tener un nivel de conocimiento básico sobre la piel y sus cuidados, ya que la **ignorancia puede llevar a cometer errores** como: no tener rutina de cuidado de la piel, hacer limpieza con agua muy fría o caliente, creer que la piel grasa no necesita hidratación, no usar pro-

ductos adecuados para cada tipo de piel, exceso de limpieza, inconstancia en uso de protector solar, desorden en los pasos o productos innecesarios etc (Grez, 2021).

Por esto, es importante que **cada persona conozca su piel, para así saber tratarla y protegerla**, especialmente porque adoptar estos ciertos hábitos a tiempo puede tener un impacto significativo a largo plazo en la calidad general del cutis de una persona (Rodan et al., 2016).

Adoptar estos **hábitos a tiempo** puede tener un impacto significativo a largo plazo.

(Rodan et al., 2016).

Existen ciertos cuidados básicos que son indispensables desde temprana edad: **limpieza, hidratación y protección** especialmente solar, este último tema es el principal cuidado que se debe tener. Ya que, estudios han demostrado que alrededor de un 80% de los cambios cutáneos, que usualmente se perciben como envejecimiento, en realidad se deben al **efecto de los rayos solares** (Gefeller, 2016).

Por esta razón, es relevante el uso de protector solar **desde temprana edad**, ya que el sol puede dejar marcas, por lo que no hay que esperar que la piel esté dañada para recién empezar a cuidarla, tal como afirma una de las expertas entrevistadas en las técnicas aplicadas que se detallan

más adelante, “la falta de cuidado de hoy son los problemas del mañana, mejor prevenir actualmente, a que tratar en un futuro” (Irma Pérez, 2021).

Es importante destacar, que muchas veces se piensa que el tema de la **protección** solamente refiere al cuidado del sol, pero no es así, hay una serie de factores de los cuales se debe proteger la piel especialmente en la juventud.

El cuidado de la piel es esencial no sólo por salud, sino también porque ayuda a **generar confianza y bienestar** (Developer, 2019), conceptos que se desarrollan más adelante.

La falta de cuidado de hoy son los problemas del mañana, mejor **prevenir actualmente**, a que tratar en un futuro

(Irma Pérez, 2021).



Figura 5. Diagrama Pilares de cuidados básicos de la piel. Elaboración propia.

Existen varios antecedentes contemporáneos que se relacionan con este tema del cuidado de la piel y que ayudan a incentivarlo de una forma fácil y amigable para el usuario, **entregando rutinas y consejos para lograr generar hábitos**.

El problema es que muchas veces no se sabe si es información certificada y validada por expertos al ser información entregada por marcas que te venden su producto. Además, la información muchas veces es superficial, dejando fuera necesidades de cuidados preventivos adolescentes que **van más allá de una rutina diaria** de "skin care". Como por ejemplo, en el caso de tatuajes, piercings, foto protección no solo del sol, o también todo el ámbito emocional, riesgos como el cáncer de piel etc, estos son muchos de los temas que se dejan de lado.

Un ejemplo que trata el tema del cuidado de la piel con rutinas diarias, es la gama de productos Bro & Tips para el cuidado de la piel exclusivamente para hombres, usuario que en general no les interesa o les cuesta todo este tema. Son productos fáciles de usar, y lo que se más se destaca de este antecedente, es que buscan tener una **relación cercana, casi íntima con el usuario**, entregando consejos prácticos que amigos o hermanos se darían entre sí.



Figura 6. Imágenes página web Bro&Tips. Rescatadas de <https://brontips.com/>

Por otro lado, está la aplicación Skin 360° de la marca de cuidado de la piel Neutrógena. Esta evalúa la salud de la piel y luego entrega una rutina adecuada para cada piel según sus daños. Y lo que más se destaca de este antecedente, es que intenta ser **personalizado**, y busca llevar **un control, registro y seguimiento del progreso** de la piel de cada persona.

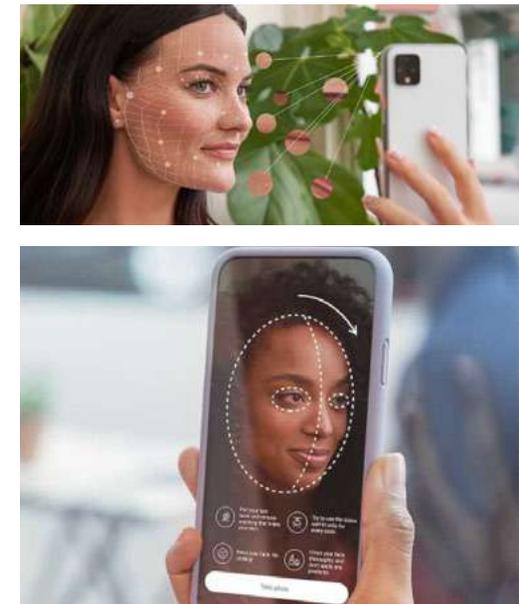


Figura 7. Imágenes página web Neutrógena. Rescatadas de <https://es.neutrogena.com/skin360app.html>

## CUIDADOS PREVENTIVOS

Todo lo recién mencionado sobre el cuidado de la piel es fundamental, pero lo más importante es **cuidarla antes de que sea tarde**, antes de que se generen daños que pueden ser irreversibles. Y justo acá está el problema, que los chilenos actualmente, suelen estar acostumbrados a comenzar a tratarse y cuidarse cuando ya es muy tarde, y hay daños que muchas veces no se ven de inmediato, ni en un corto plazo, sino que son daños que se observan o desatan a largo plazo, cuando muchas veces no hay vuelta atrás.

Hoy en día, efectivamente existen muchas entidades que promueven el cuidado de la piel, es un tema que está siendo cada día más tendencia. El problema es que estos cuidados de la piel, pocas veces son para prevenir el daño, y más bien **se enfocan en tratar problemas, patologías, envejecimiento** etc.

Además, durante el proceso de investigación de este proyecto, se observó que muchas de las marcas dermatológicas u otras entidades relacionadas con la piel en Chile, promueven el cuidado de la piel pero generalmente lo hacen solamente en cuanto a la **radiación solar** o **cáncer** de piel, y mayoritariamente con el foco puesto en los **adultos** y en tratar el envejecimiento, pero en ese minuto es muy tarde, ya hay daños, muchas veces irreversibles.

Entonces se detecta esta falta de entidades, campañas o plataformas que promuevan los cuidados preventivos de la piel pero con foco especialmente en la adolescencia, pero que vayan **más allá del daño solar y cáncer de piel**. Por que es una edad donde hay más tendencia a usar la piel para expresar, ya sea con tatuajes, maquillaje, piercings, bronceo etc. Por ende, acá es donde hay tomar mayores precauciones.

El cuidado de la piel es fundamental, pero lo más importante es **cuidarla antes de que sea tarde.**

Existen algunos antecedentes que tratan el tema de los cuidados preventivos de la piel. El problema, es que las campañas en Chile, generalmente se quedan solamente en el tema de la protección solar y/o cáncer de piel, y hay **alto nivel de desinformación** en cuanto a otros temas de la piel y sus cuidados.

Para este ámbito, se toman como antecedentes algunas campañas o entidades que incentivan el cuidado preventivo de la piel, en las cuales se puede ver claramente que el foco está en el cáncer o foto protección solar.

Primero está una de las campañas de la Corporación Nacional del Cáncer, la cual incentiva a cuidarse del sol en todo momento, para protegerse del cambio climático y el cáncer de piel. El problema es que, supuestamente incentiva a **usar protector en todo momento**, pero la foto es en una playa y modo verano.



Figura 8. Campaña prevención daño solar. Imagen rescatada de [https://www.conac.cl/noticias/06\\_01\\_2020.php](https://www.conac.cl/noticias/06_01_2020.php)

Otro ejemplo, es la campaña de la Corporación Nacional del Cáncer, la cual incentiva la prevención del cáncer de piel. Esta enseña tres pasos claves para la prevención: **conocer tu piel, protegerla y chequearla**. Incentivando así, el chequeo de lunares.



Figura 9. Campaña Preventiva Cáncer Piel. Imágenes rescatadas de [https://www.conac.cl/noticias/20\\_12\\_2018.php](https://www.conac.cl/noticias/20_12_2018.php)

## BIENESTAR Y AUTOESTIMA

Existe variedad de definiciones de bienestar, una de ellas afirma que este concepto indica la manera en la que una persona evalúa su vida, incluyendo componentes como: la satisfacción personal, la ausencia de depresión y la experiencia de emociones positivas (Diener, 2000).

Históricamente el bienestar estuvo asociado con estados afectivos positivos, pero en realidad es un constructo mucho más amplio que la simple estabilidad de estos afectos positivos, denominado popularmente como la felicidad (Schumutte & Ryff, 1997).

Más bien, es una dimensión evaluativa, vinculada a la valoración que le da cada individuo a los resultados obtenidos en su vida. Las situaciones de bienestar psicológico suelen estar relacionadas con vínculos personales como reuniones con amigos, eventos, noviazgos y logros personales (Benatuil, 2003).

Es relevante el tema de bienestar en la adolescencia al ser un periodo en que se dan muchos cambios, y hay un **vínculo entre todos estos cambios y la relación con los demás**. Esto influye directa y constantemente en la calidad de vida y bienestar de los jóvenes (Papalia et al., 2005).

Esta vinculación se relaciona con las habilidades sociales que cada individuo desarrolla a lo largo de su vida, pero en la etapa de la adolescencia su desarrollo es imprescindible, porque existen diferentes factores que pueden causar problemas emocionales y psicológicos, que terminan afectando en el bienestar a largo plazo.

Uno de estos factores, es la aparición de problemas o lesiones en la piel, tales como manchas, infecciones, alergias o acné, el problema es que no hay ninguna enfermedad que cause más **inseguridad y sentimientos de inferioridad** que enfermedades a la piel como por ejemplo

el acné (Thiboutot & Strauss, 2005) y esto puede generar carga psicológica, al sentir ansiedad y vergüenza.

Entonces hay que enseñar a no sufrir en silencio e intentar **prevenir o tratar esta condición lo antes posible**, de forma física como psicológica, y así no permitir que este problema interfiera en el bienestar adolescente a corto o a largo plazo (Reinholz, 2020).

Hay que enseñar a no sufrir en silencio e intentar **tratar esta condición lo antes posible**.

Durante la adolescencia uno suele tener variedad de eventos y actividades, aun así, por diferentes factores los jóvenes en esta etapa pueden sentir pocas ganas de querer hacer las cosas, de hecho, un 5,9% de los adolescentes en Chile afirma sentir esta falta de ganas "siempre o casi siempre", y un **54,3% declara sentirlo por lo menos "algunas veces"**, y la mayor razón, según la encuesta de INJUV, es por falta de confianza en uno mismo al **no estar satisfechos con su apariencia personal** (INJUV, 2018).

Este problema, que pareciera ser solo estético, se puede convertir en un verdadero desencadenante de depresión o deterioro de la vida social (Montalván, 2015).

### Los adolescentes declaran sentir pocas ganas de querer hacer las cosas:

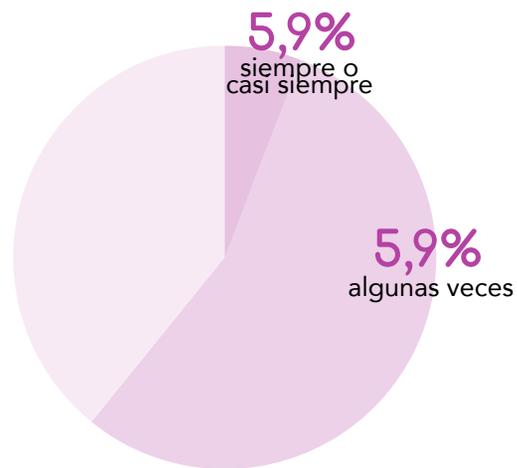


Figura 10. Gráfico adolescentes y pocas ganas de hacer las cosas. Elaboración propia, según (INJUV, 2018).

Otro tema relevante, especialmente hoy en día en cuanto al bienestar adolescente, es el tema de la **discriminación a través de Internet y redes sociales**, el cyber bullying es una forma actual de acoso muy utilizada, de hecho, un 24% de los jóvenes en Chile entre 15 y 19 años han sufrido de este tipo de acoso, y un 23% de los adolescentes entre 20 y 24 años.

Luego tiende a disminuir, afectando a un 17% de los jóvenes entre los 25 y 29 años. Dejando en claro que la adolescencia es la etapa de mayor cyber bullying, y se declara que **gran parte de los acosos son por la apariencia física** (INJUV, 2018).

En parte, por esto mismo es que los adolescentes con lesiones en la piel, son propensos a presentar **bajos niveles de autoestima y autoconfianza**, así mismo, suelen presentar síntomas como el dolor y malestar, la ideación suicida, vergüenza, inhibición social, alteración en la percepción de la imagen corporal propia y síntomas de tipo obsesivo compulsivo (Tan, 2004).

#### Los adolescentes declaran haber sufrido de cyber bullying:

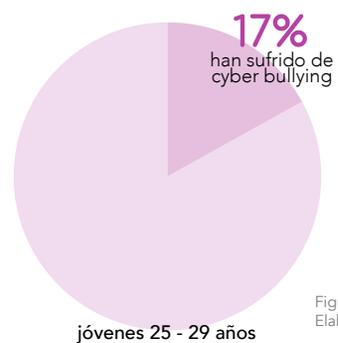
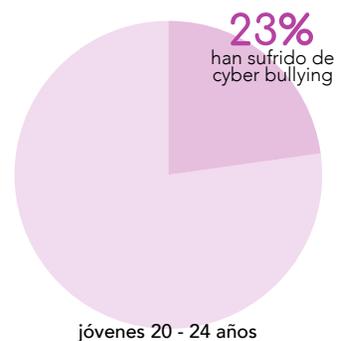
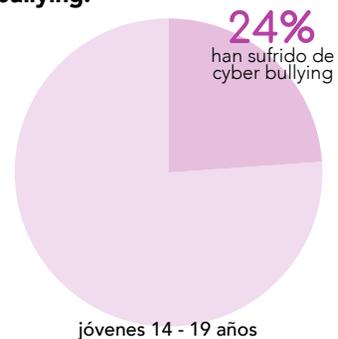


Figura 11. Gráfico bullying adolescente. Elaboración propia, según (INJUV, 2018)

Actualmente, existen algunos recursos disponibles en los medios que responden a la situación particular del **bienestar**, que buscan promoverlo e incentivarlo, pero el problema es que no se relacionan particularmente con el tema de la piel.

A continuación, se dejan algunos antecedentes que se toman en cuenta para este proyecto, de iniciativas que buscan favorecer la construcción de la autoestima y alcanzar un mayor bienestar.

Un ejemplo, es la plataforma digital llamada "Papás 360°", que busca **incentivar el bienestar y reforzar la autoestima** de niños y adolescentes a través de material para los padres tales como consejos, herramientas, estrategias, clases sobre diferentes temas y variedad de talleres desarrollados por profesionales.



Figura 12. Antecedente bienestar. Rescatada de <https://www.papas360.com/>

Por otro lado, está el ejemplo de la cuenta de Instagram "**Créete el cuento by Amalia**", es un blog personal, concepto que está en **tendencia entre los adolescentes** hoy en día. Esta joven coach, sube contenido para reflexionar sobre la vida e incentivar a amarse y perdonarse a uno mismo. Busca empoderar con frases, conversaciones *online*, consejos, datos, información y post diarios.

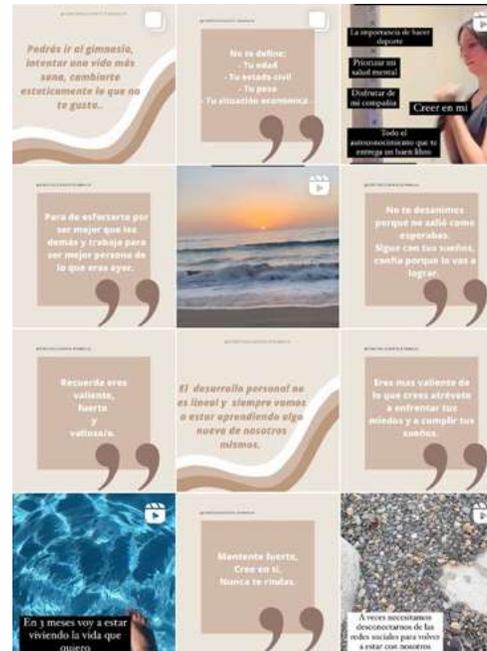


Figura 13. Antecedente bienestar. Rescatada de <https://www.instagram.com/creeteelcuento.byamalia/>

Y un último ejemplo, es el programa "**AutoestimaTE**" que busca **incrementar los niveles de autoestima** de los escolares, favoreciendo la cantidad de interacciones positivas entre ellos y aumentando el conocimiento sobre la autoestima.



Figura 14. Antecedente bienestar. Rescatada de <https://www.amazon.com/-/es/Juan-Carlos-Rodriguez/dp/3346037665>

Luego de la investigación realizada en este proyecto, sobre las entidades en Chile que tratan el tema de la piel, la que más se acerca a los cuidados preventivos es la Sociedad Chilena de Dermatología y Venereología, y es una de las **entidades respaldadas por la salud** más **destacadas y reconocidas** en Chile.

Es una Corporación de Derecho Privado, sin fines de lucro, se constituyó el 29 de marzo de 1938, está compuesta en su mayoría por médicos expertos en el tema de la piel. Esta Sociedad tiene por objetivo y finalidad contribuir al desarrollo, perfeccionamiento y **divulgación** científica

de todo lo vinculado con la especialidad médica de Dermatología y Venereología, incluyendo aspectos científicos, sociales, gremiales, de salud pública y la organización de jornadas, congresos, simposios y todo tipo de actos y reuniones relacionadas con la especialidad.

Para que este proyecto de diseño, diera un salto, se propone y desarrolla una **asociación** con esta organización. Esta fue cordialmente conversada tras varias reuniones con parte del equipo, hasta lograr un acuerdo para efectivamente **llevar a un siguiente nivel esta propuesta de diseño** que tanto hace falta.



Sociedad Chilena de  
Dermatología y Venereología

La Sociedad Chilena de Dermatología entrega información muy relevante sobre los temas de la piel, pero el problema es que **se enfocan en las patologías** y cuidados de la piel ya dañada o enferma. El único contenido que hay sobre prevención de pieles sanas, es en cuanto al tema de la protección solar y el cáncer de piel, pero casi nada enfocado en la prevención diaria de pieles adolescentes sanas y cuidados preventivos en otros ámbitos iguales o más relevantes, en cuanto al "uso" que le dan los jóvenes hoy en día para expresarse y comunicar.

Las imágenes que se muestran a continuación (figura 15) son los únicos tres banner que hay en la página web y que refieren a las únicas tres campañas que se han hecho sobre prevención. Se puede observar que **solo tocan los temas de foto protección y cáncer de piel.**

Es por esta razón que se busca una alianza con esta Sociedad, para aumentar el **nivel y variedad de información certificada sobre cuidados preventivos** de la piel, pero ahora con más foco aún en la adolescencia, usuario que suele dejarse más de lado, en comparación al adulto, cuando se habla de los daños a la piel y sus cuidados preventivos.



Figura 15. Banners Sociedad Chilena Dermatología.  
Imágenes rescatadas de <https://www.sochiderm.org/sitio/pacientes/>

*C'est un autre*

03

---

**PROBLEMÁTICA**

Este proyecto se centra en la adolescencia en Chile, y al profundizar en este usuario, se detectan varias problemáticas en cuanto al tema de la piel y sus cuidados, especialmente preventivos.

En primer lugar, hay **falta de conocimiento** sobre la piel y sus cuidados, por otro lado, hay gran cantidad de **información no certificada** por el área de la salud, dando vuelta en los medios, por ende hay conocimientos erróneos y falsas creencias respecto a la piel y sus cuidados.

También hay **falta de hábitos** y prácticas de cuidados en la piel, especialmente de cuidados **preventivos** de la piel. El adolescente comienza a cuidarla cuando ya es muy tarde.

Además, en Chile, la información certificada por expertos en la salud, que se entrega en los medios, está generalmente **enfocada en los problemas** y patologías de la piel y no en la prevención de daños en pieles sanas.

Por último, la información o las campañas dermatológicas, principalmente no se centran en el adolescente, sino en el **adulto**, cuando ya es muy tarde para prevenir ciertos problemas o daños.

Durante el desarrollo de este proyecto, se aplicaron diferentes técnicas, muchas de estas se enfocaron en el **acercamiento al usuario, para profundizar en el adolescente**, su día a día, sus hábitos, conocimientos sobre la piel etc. Estas técnicas se explicarán en mayor detalle más adelante, pero es importante destacar, que una de las principales conclusiones que se obtuvieron de técnicas como entrevistas y encuestas, es que **hay un alto nivel de desconocimiento sobre la piel** en general y sobre sus cuidados, especialmente preventivos.

Como se mencionó anteriormente, dentro de los cuidados diarios de la piel, para prevenir daños a corto o largo plazo, están los tres pilares principales: 1.Limpieza, 2.Hidratación, 3.Protección. Respecto a estos, a la muestra se les hizo una serie de preguntas para **observar y analizar su nivel de conocimiento sobre estas prácticas.**

Los resultados fueron alarmantes, mucho peor de lo esperado. Dentro de los 85 jóvenes que se entrevistó y encuestó, el 85% declara no saber cuando comenzar a tener una limpieza facial. Por otro lado, el 80% declara no saber cuando comenzar a hidratar la piel.

Dentro de las respuestas que se repetían, estaba que “hay que comenzar una rutina cuando ya esté más grande”, incluso el 25% cree que hay que hacerlo después de los 18 años. Justo este es el problema, que generalmente **esperan hasta que ya es muy tarde para prevenir y los daños ya están hechos.**

• De los jóvenes entrevistados:

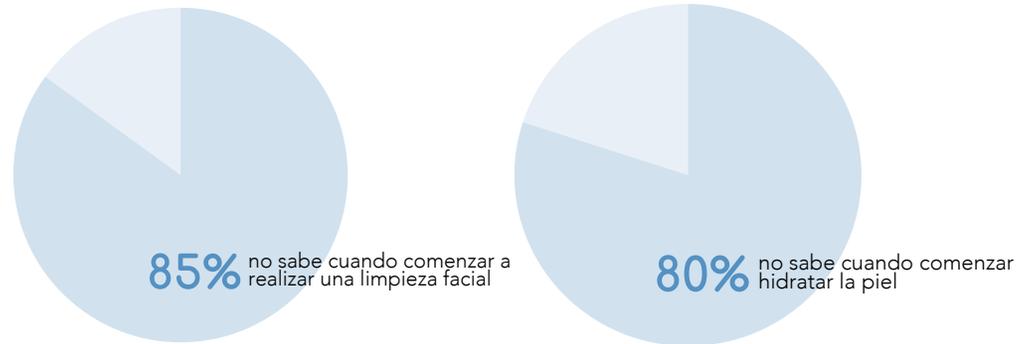


Figura 16. Gráfico Limpieza Facial. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

# FALTA DE HÁBITOS

A raíz de este alto nivel de desconocimiento de los jóvenes, recién mencionado, se observa también **falta de hábitos y prácticas de cuidado de la piel.**

Según los expertos entrevistados dentro de la técnicas aplicadas, se afirma que lo ideal es que a partir de los 12-13 años, comenzar a realizar una rutina todos los días, por la mañana y por la noche. La rutina al comenzar el día debe incluir limpieza, hidratación y protección. Mientras que por la noche, solo limpieza e hidratación.

Con esta información de base, se entrevistó a los adolescentes a ver si estaban al tanto de este conocimiento básico.

El 80% de los jóvenes declaran realizar una limpieza facial, pero de este porcentaje, el 35% lo hace solo una vez al día, el 25% lo hace solo a veces, por ejemplo cuando se maquillan. Por otro lado, solo el 35% utiliza algún tipo de jabón, y el **15% solamente utiliza agua.**

En cuanto a la hidratación, el 91% considera importante hidratarse la piel, aún así **un 19% de ellos, no lo hace**, y un 10% solo a veces.

## • Jóvenes en cuanto a la hidratación:



Figura 17. Gráfico Hidratación. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## • Jóvenes en cuanto a la limpieza facial:

### \*frecuencia de lavado:



### \*uso de jabón:

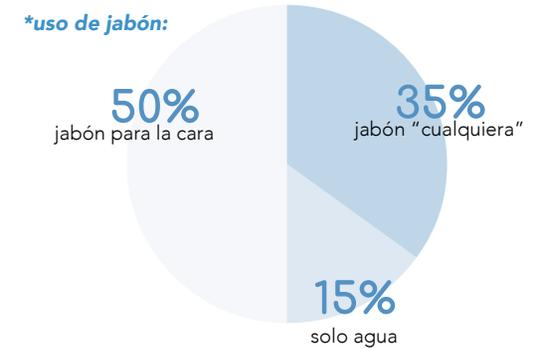


Figura 18. Gráfico Limpieza Facial. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

El tercer pilar de cuidados diarios de la piel y el más importante es el tema de la **protección**. En las encuestas se hizo énfasis en la **protección solar**, para conocer el nivel de cuidado que están actualmente teniendo los jóvenes.

Dentro de las respuestas más alarmantes, que se muestran en los gráficos a continuación (figura 19), es que solamente el 53% afirma usar protector solar, pero de ese porcentaje, un 40% en realidad **solamente lo utiliza en el verano**, cuando lo correcto es usar todos los días al salir de la casa.

**Jóvenes en cuanto a la protección y el uso de factor solar:**

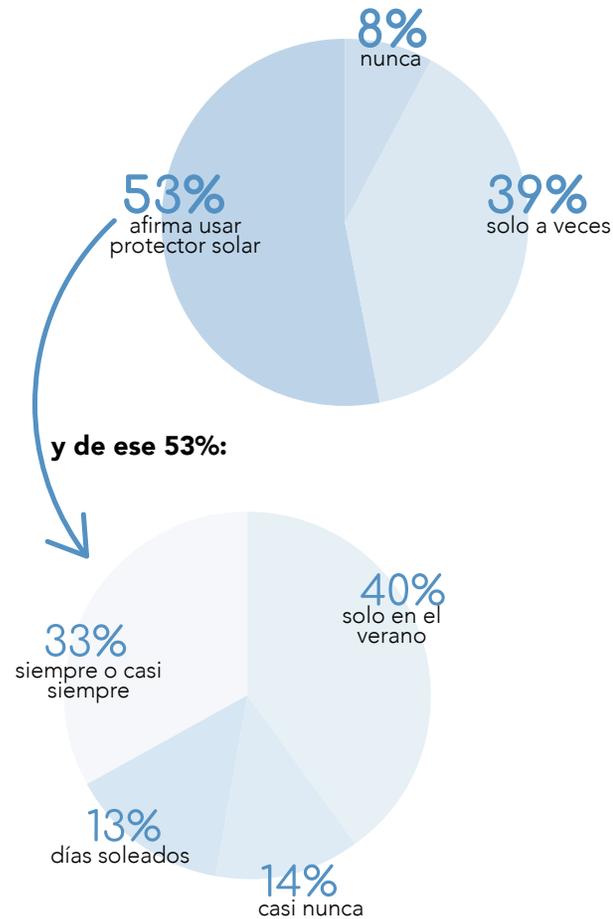


Figura 19. Gráfico Protección Elaboración propia según técnicas aplicadas.

Otro tema importante dentro de la problemática, es que los jóvenes hoy en día se informan casi en su totalidad a través de los **medios digitales y redes sociales**.

Dentro de las técnicas aplicadas con los usuarios, se les pidió que mencionaran sus páginas favoritas para informarse sobre la piel y sus cuidados. Se repitió mucho la respuesta, “no me informo” o “no he necesitado informarme aún”, justamente por el tema mencionado anteriormente sobre la falta de conocimiento y hábitos.

Algunos adolescentes si tenían medios de información sobre la piel favoritos, se repetían diferentes páginas web de marcas de cosméticas, blogs, cuentas de Tiktok o Instagram como “the skin lovers club” (figura 20). Se realizó un análisis de estas fuentes, y **algunas de ellas no estaban certificadas por expertos** y un par de ellas entregaban información errada.

Ademas, por cuenta propia, se hizo una búsqueda en los medios simulando ser una adolescente en búsqueda de información.

Efectivamente si **hay mucha información dando vuelta en Internet**, hay centenares de páginas y de cuentas de instagram o TikTik. El problema es que no todas estas páginas entregan la misma información, por lo que se genera confusión. Además pocas están respaldadas por expertos en la salud de la piel, entonces es difícil elegir a que sitio uno le hace caso o no.

Es por está razón que hay muchos conocimientos errados en la adolescencia, porque están **“bombardeados” constantemente de información**, pero no todo es oficial o fidedigno. Por otro lado, las páginas que si están certificadas, muchas veces no se enfocan en el adolescente, sino en el adulto o en patologías de la piel, en lugar de también promover la prevención y cuidado de la piel sana.

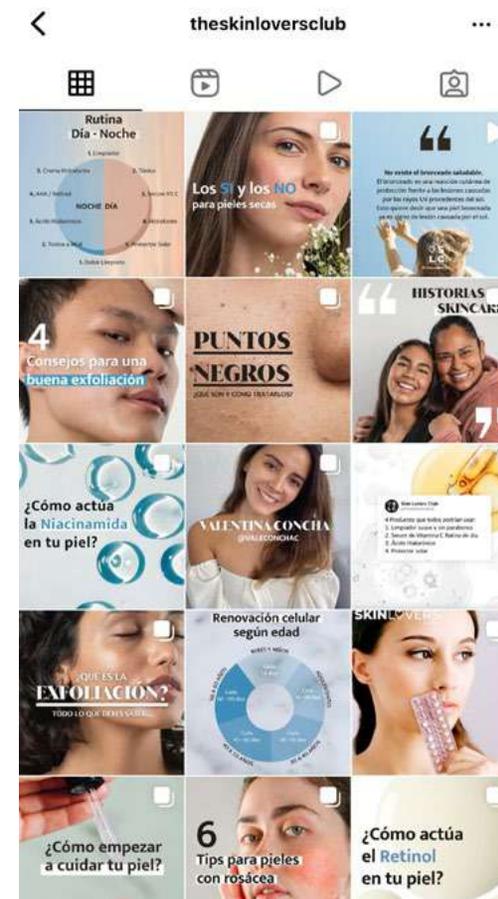


Figura 20. Una de las cuentas que más se repitió en las técnicas aplicadas. Rescatada de <https://www.instagram.com/theskinloversclub/?hl=es>

## ACTUAL FOCO EN RUTINAS

Siguiendo con este análisis que se hizo, de búsqueda de fuentes de información en los medios, se observa también que la mayoría de las páginas o cuentas en redes sociales, generalmente entregan información sobre **rutinas de cuidado diarios** de la piel y recomendaciones de productos.

Hay mucha concentración de información al rededor de este tema, y muy poca información respecto a otros temas de cuidado de la piel en otros aspectos que no sean la rutina diaria de "*skin care*".

Tal como dice el Dr. Sandoval, uno de los expertos entrevistados, "hace muchísima falta que los jóvenes tengan conocimiento sobre los daños que puede sufrir su piel".

"Falta que los **jóvenes prevengan antes de causar daños más grandes**. Pero es importante no solo que se cuiden con una rutina diaria, sino **que cuiden todos los aspectos que rodean la piel**, desde adentro hacia afuera, incluyendo lo emocional, o el arte corporal que cada día es más común"

Es importante no solo que se cuiden con una rutina diaria, sino que cuiden **todos los aspectos que rodean la piel**, desde dentro hacia afuera.

(Sandoval, 2022)

Sumado a lo anterior, se pudo observar que las entidades de la piel generalmente ponen su foco en informar sobre las patologías de la piel, y no en la prevención antes de que pueda ocurrir algún problema.

El ejemplo más clave de esta situación, se vio al profundizar en la Sociedad Chilena de Dermatología. Esta entrega información muy relevante sobre ciertos temas de la piel, pero **se enfocan en las patologías** y cuidados de la piel ya dañada o enferma.

Los temas de interés de la página web la Sociedad (figura 21), constan de 10 contenidos informativos sobre **problemas** en la piel y su respectiva información técnica. Mientras que, en cuanto al tema prevención de pieles sanas, solo hay dos campañas preventivas, una de protección solar y otra de cáncer de piel.

Más allá de estas dos campañas, no hay casi **nada que esté enfocado en la prevención diaria** de pieles adolescentes y sus cuidados preventivos en otros ámbitos que son iguales o más relevantes, en cuanto al “uso” que le dan los adolescentes hoy en día a la piel para expresarse, que van mucho más allá que una rutina de “skin care”.



QUIENES SOMOS

TEMAS DE INTERÉS

DERMATOSCOPIA	+
DERMATOSCOMÉTICA	+
ACNÉ Y ROSÁCEA	+
DERMATOEPIDEMIOLOGÍA	+
URTICARIA Y ANGIOEDEMA	+
HIDRADENITIS SUPURATIVA	+
ANOMALÍAS VASCULARES	+
DERMATITIS ATÓPICA	+
TELEDERMATOLOGÍA	+
SORIASIS	+

Figura 21. Temas de interés Sochiderm. Rescatada de <https://www.sochiderm.org/sitio/pacientes/>

## ACTUAL FOCO EN ADULTOS Y VERANO

Según la investigación hecha en los medios, buscando información y campañas sobre cuidados preventivos de la piel, efectivamente se encuentran algunas campañas realizadas en Chile, pero se observa que estas tienen el **foco puesto en la edad adulta**.

Además de enfocarse en los adultos como público objetivo, ponen el foco en la **protección solar durante el verano**, lo cual es muy relevante, pero es la información que generalmente la gente ya sabe. Existen muchos otros factores y situaciones que dañan la piel, más allá de la exposición al sol en las vacaciones, ya que **el sol daña la piel durante todo el año**, incluso en los días nublados.

Y no solo la exposición directa al sol afecta la piel, sino también la **luz azul** de las pantallas, las **camas solares** o solárium. Y estos son los temas que hay mayor desinformación actualmente.

En cuanto a radiación artificial el dermatólogo Hugo Vázquez afirma que "este uso regular, antes de los 30 años de las **cabinas de bronceado**, logrará que el riesgo de tener un melanoma se incremente en los adolescentes en un 75%. Todo esto hará que las campañas de prevención del melanoma y de los otros cánceres de piel, tengan en la actualidad como **foco a los adolescentes**".

**#PROTÉGETE DEL CAMBIO** ☀️🔥🧢

**USA PROTECTOR SOLAR, EVITA EL ENVEJECIMIENTO PREMATURO Y EL CÁNCER A LA PIEL.**

**REGLAS DE PROTECCIÓN SOLAR**

- Evita exponerte al sol en las horas de máxima radiación (entre 10 y 16 horas).
- Evita exponerte al sol con la piel húmeda.
- Cubre las zonas sensibles con ropa adecuada y sombrero. Prefiere los colores oscuros.
- Usa anteojos oscuros con protección UV.
- Usa protector solar a diario y todo el año, incluso en los días nublados.
- Aplicalo 15 a 30 minutos antes de exponerte al sol, sobre la piel limpia y seca, cubriendo todas las áreas expuestas, sin olvidar orejas, escote y cuello posterior.
- Repite la aplicación cada 3 a 4 horas, sobre todo tras baños largos o excesiva transpiración.
- Extrema las precauciones en los niños. Los menores de 6 meses no deben ser expuestos al sol.
- Los menores de 6 años deben usar productos especiales. Desde los 6 años, deben usar protección normal FPS +50.
- Evita los medios artificiales de radiación (solárium).

**EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA DISMINUCIÓN DE LA CAPA DE OZONO NO SÓLO IMPACTAN AL PLANETA, TAMBIÉN AFECTAN TU PIEL.**

**RECUERDA: PIEL BRONCEADA ES PIEL DAÑADA. EL EFECTO DE LOS RAYOS SOLARES ES ACUMULATIVO.**

INFÓRMATE MÁS EN [WWW.CONAC.CL](http://WWW.CONAC.CL)

**CONAC** CORPORACIÓN NACIONAL DEL CÁNCER

Figura 22. Una de las principales campañas sobre cuidado de la piel en Chile. Rescatada de [https://www.conac.cl/noticias/20\\_12\\_2018.php](https://www.conac.cl/noticias/20_12_2018.php)

Tal como se puede ver en las imágenes, al buscar “prevención cuidado piel Chile” solo aparecen temas relacionados con el **cáncer de piel, foto protección solar, o envejecimiento** de pieles adultas. No existen campañas dirigidas al cuidado de la piel en la edad adolescente, ni campañas de cuidados preventivos de la piel en **otros ámbitos tan necesarios durante esta edad**.

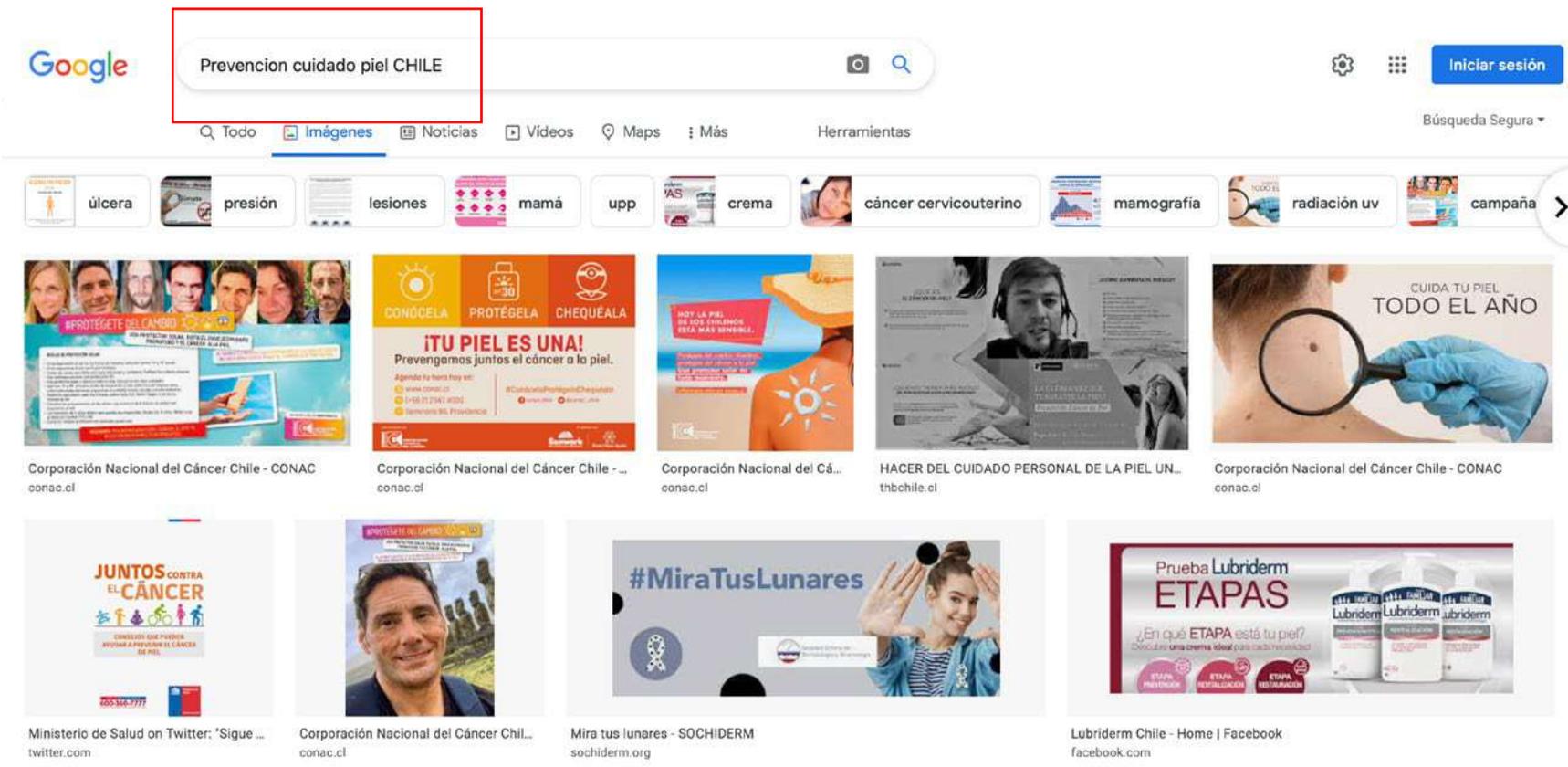


Figura 23. Pantallazo buscador prevención cuidado piel en Chile. Elaboración propia a partir de búsqueda google.com



04

---

OPORTUNIDAD

# OPORTUNIDAD

Se toma como oportunidad:

el vacío que hay actualmente, en cuanto a la **información certificada de cuidados preventivos de la piel** en la adolescencia, y la **escasa variedad** en su contenido informativo.

En este proyecto se busca que los jóvenes puedan **informarse** de forma **amigable** pero **segura, gratuita y certificada**, sobre los cuidados preventivos de la piel, y así evitar cualquier tipo de lesión que podría perjudicar la piel, y por consecuencia, afectar en la construcción del autoestima.

Todo esto, con foco en la adolescencia porque son ellos los que tienen más **tendencia a ciertos cambios** en su piel, entonces es importante reconocer los efectos a corto y largo plazo que problemas en la piel pueden generar en su salud mental y en su calidad de vida (Shrewsbury, 2015), especialmente porque es una **condición médica que debilita la confianza** de la persona y afecta en su bienestar.

“Tanto para los adolescentes como para los adultos, condiciones que afectan la piel, son **estigmatizantes**, y las personas que padecen alguna condición en la piel, a menudo son vistas y consideradas como poco saludables, poco atractivas o incluso impuras” (Arroyo, 2019).



05

---

**APROXIMACIÓN DISEÑO**

# APROXIMACIÓN DISEÑO

Diseñar para aumentar el nivel de **conocimiento y conciencia** del adolescente sobre su piel, y así **prevenir** ciertos tipos de daños que podrían **perjudicar su bienestar**.

Este proyecto, evidentemente se relaciona con temas de salud, al tratarse de los cuidados de la piel, pero el **foco está en la prevención** de sus daños, y no en la solución de ciertos problemas o enfermedades que podrían presentarse en la piel.

Es por esto, que se busca diseñar un proyecto con una mirada desde el *“Design for Wellbeing”*, dándole principal importancia a los adolescentes y su bienestar. Este se refiere a un estado que indica si las **personas son felices o no**, y se considera una de las cosas más relevantes para el ser humano, ya que un mayor bienestar es lo que hace que la vida sea buena, y esto, para la mayoría de las personas es lo que tiene mayor valor (Petermans & Cain, 2019).

Por esta razón, en este proyecto, se busca diseñar con **foco en mejorar la calidad de vida de los adolescentes a corto y a largo plazo**, teniendo como objetivo, a través del diseño, generar una plataforma informativa sobre la piel y sus cuidados preventivos, para aumentar el nivel de conocimiento y conciencia, para así prevenir ciertos tipos de daños que podrían perjudicar su bienestar físico y/o emocional.

Se busca ayudarlos a realizar una transformación de un estado real actual a un estado deseado (Petermans & Cain, 2019) mejorando **la relación con su propia piel, conociéndola, cuidándola y protegiéndola**, y así poder sentirse mejor con ellos mismos.



06

---

FORMULACIÓN PROYECTO

# FORMULACIÓN

## ¿qué?

Diseño de una **plataforma informativa** respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología, sobre **cuidados preventivos** de la piel en la adolescencia, que busca **cubrir el vacío** existente, en cuanto a **información certificada** y variada, sobre este de tipo cuidados.

## ¿por qué?

- La información dermatológica certificada, está principalmente enfocada en los **problemas** de la piel y no en la prevención de pieles sanas.
- La información o campañas dermatológicas, no se centran en el adolescente, sino en el **adulto**, cuando ya es muy tarde para prevenir daños.
- Hay **falta de conocimiento** y conciencia sobre la piel y sus cuidados, especialmente en la adolescencia.
- Hay variedad de fuentes e **información no certificada** en los medios.

## ¿para qué?

Para que los adolescentes puedan informarse y **aprender sobre los cuidados preventivos** de la piel de forma gratuita, a través de una plataforma digital **certificada** por la Sociedad Chilena de Dermatología y así poder **prevenir posibles daños** en su piel.

# OBJETIVOS

## Objetivo General

○ **Cubrir el vacío de información certificada** sobre **cuidados preventivos** de la piel en la **adolescencia**.

## Objetivos Específicos del Proyecto

○ **Comprender** la importancia de la piel y sus principales cuidados preventivos en la adolescencia.

*I.O.V: lectura crítica con su respectivo análisis y síntesis.*

○ **Identificar** el conocimiento y las prácticas de cuidado diarias de la piel en el adolescente.

*I.O.V: Técnicas como entrevistas, encuestas y test, con sus respectivos análisis cualitativo y cuantitativo.*

○ **Diseñar** una plataforma informativa sobre cuidados preventivos de la piel en la adolescencia, respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología.

*I.O.V: Prototipos funcionales y su implementación e iteración en torno al objetivo general del proyecto.*

○ **Desarrollar** un plan de implementación de la plataforma informativa y sus complementos.

*I.O.V: Modelo, plan de negocios y financiamiento viable del proyecto en torno al objetivo general del proyecto.*

## Objetivos Específicos de la Propuesta

○ **Generar** una plataforma amigable para que el adolescente pueda informarse de forma clara y cómoda.

*I.O.V: evaluar la experiencia del usuario en la plataforma.*

○ **Potenciar** el interés de los jóvenes sobre los cuidados preventivos de la piel.

*I.O.V: medir el nivel de interacción y alcance del usuario con la plataforma.*

○ **Incrementar** el nivel de conocimiento de los adolescentes en torno a los cuidados preventivos de la piel.

*I.O.V: medir el nivel de conocimiento de los adolescentes antes y después del uso de la plataforma.*

○ **Apoyar** las consultas médicas con material complementario que redirige al paciente a una plataforma informativa.

*I.O.V: entrevistas a pacientes para evaluar la efectividad del material complementario entregado.*



07

---

**USUARIO**

## USUARIO

---

Este proyecto se enfoca en la etapa de la adolescencia, tanto en hombres y como mujeres, entre los 12 y 18 años.

---

Los **buenos hábitos** formados en la **juventud**, marcan toda la diferencia

- Aristóteles

## a. el adolescente en Chile

El usuario de este proyecto de diseño centra en la entidad local, por eso es importante entender y conocer al adolescente en Chile. De acuerdo con las proyecciones de población realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), **hay actualmente 2.703.243 jóvenes**, identificados como las personas entre 15 y 24 años, según la ONU; lo que representa el **13,9% de la población** total del país (INE, 2021) y el 43,5% de los hogares del país tienen niños o adolescentes (CASEN, 2017).

En cuanto al género de los adolescentes, es mayor la cantidad de hombres que de mujeres, aun así, **la cantidad es pareja**: el 51% son hombres y el 49% son mujeres. Pero hablando de la adolescencia en general, hay algunas cifras relevantes para conocer y profundizar en el usuario especialmente

De la población total del país:

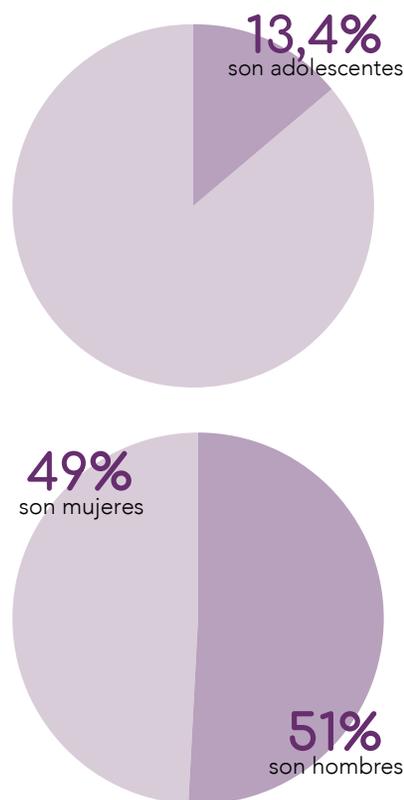


Figura 24. Gráfico población Chile.  
Elaboración propia según (INE, 2021)

en Chile, tales como que el **46,4% de los adolescentes de 1° medio presentan obesidad** severa, obesidad y sobre peso (JUNAEB, 2018) y por otro lado el **13,9% de los niños y adolescentes viven en situación de pobreza** por ingresos, y el 22,9% de los niños y adolescentes viven en situación de pobreza multidimensional (CASEN 2017).

Estos últimos factores son relevantes de conocer, ya que **temas como la alimentación pueden llegar a influir directamente en el estado, salud y apariencia de la piel**, y por otro lado, la escasez de recursos puede repercutir en una **falta de prácticas** o productos adecuados para el cuidado de la piel.

## b. el adolescente y su piel

Durante la adolescencia, la piel no va a ser ajena a los **cambios que se producen en esta edad**. La piel del adolescente se caracteriza por un aumento de la actividad de las glándulas sebáceas con unos **cambios muy evidentes en su piel**. Hay una serie de cambios hormonales, relacionados estímulos emocionales (Vázquez, 2012).

Frente a estos cambios, la actitud de los jóvenes con el cuidado de la piel es variada. Al principio, en la adolescencia, que es un **periodo de cambio y de rebeldía**, muchos jóvenes presentan una actitud transgresora dejando a un lado incluso los hábitos higiénicos básicos y los hábitos de prevención.

En el lado opuesto, otros se interesan excesivamente por el **cuidado de su imagen**, se inician en la **utilización de cosméticos** de todo tipo que, la mayoría de las veces, no son los adecuados para su tipo de piel.

Además, en ese cuidado de su imagen, la **búsqueda de un tono más oscuro de la piel**, los hace caer también en el abandono de la foto-protección, que los padres le han impuesto en la infancia, comenzando, además, con un peligroso **consumo de luz ultravioleta artificial**, en centros de bronceado, que puede terminar en la Tanorexia (Vázquez, 2012).

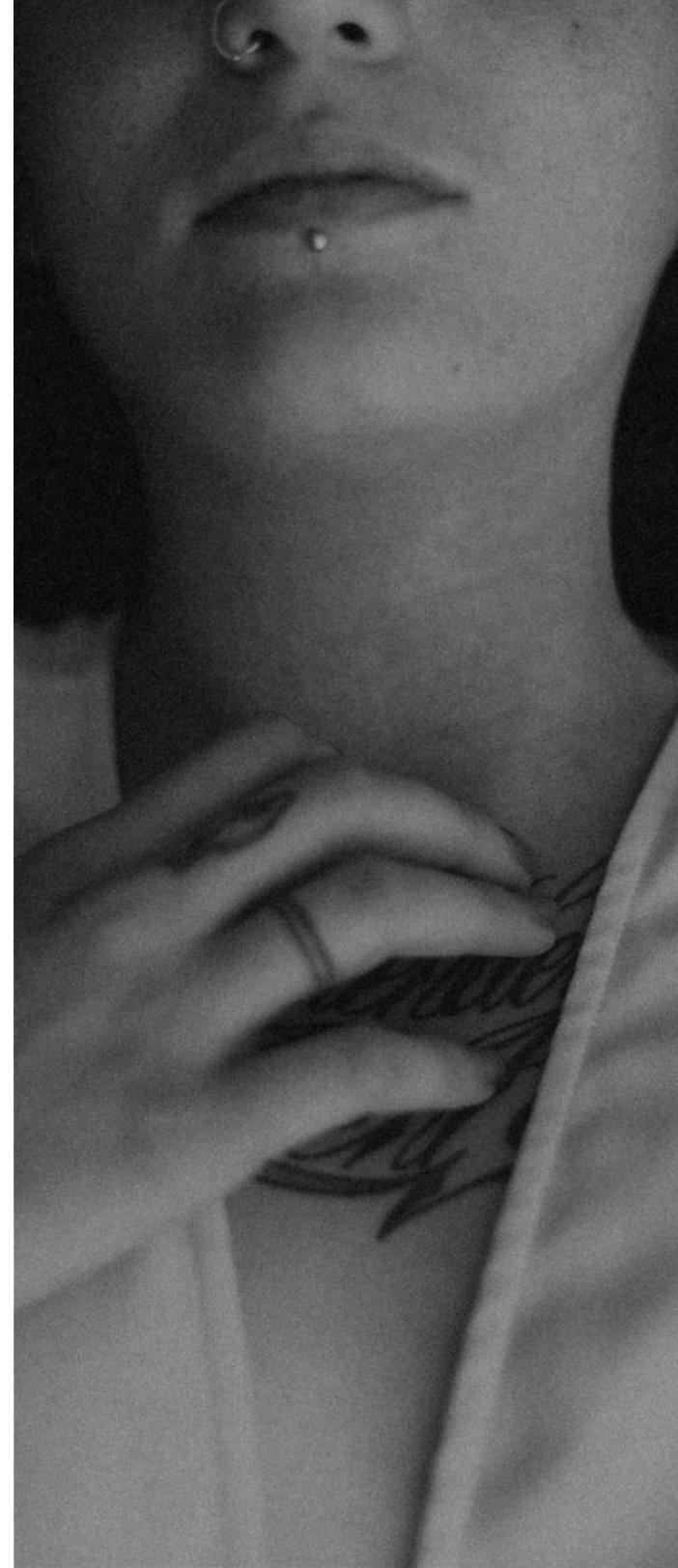


El problema de esto, es que las quemaduras solares en la infancia y en la adolescencia **van a multiplicar por 20 el riesgo de tener un melanoma en la edad adulta**. Por otro lado, el uso regular antes de los 30 años de las **cabinas de bronceado** logrará que el riesgo de tener un **melanoma se incremente en los adolescentes en un 75%**. Todo esto hará que las campañas de prevención del melanoma y de los otros cánceres de piel, tengan en la actualidad como foco a los adolescentes (Vázquez, 2012).

Es el período en que las habilidades sociales están en pleno proceso de desarrollo, por lo tanto consecuencias psicosociales, tales como ansiedad, aislamiento social, depresión o emo-

ciones negativas como la ira, irritación, desesperación y angustia, que se puedan generar producto de problemas en la piel, tienen **mayor repercusión y son más representativas en la adolescencia** (Guerra, 2007).

También, en este periodo, nos encontramos con **complicaciones cutáneas tras realizar decoración corporal** (perforaciones o piercings y tatuajes) que es necesario prevenir. Las complicaciones más vistas con los tatuajes permanentes son: foto-sensibilidad, reacción a cuerpo extraño, hipersensibilidad e infecciones. Por otro lado, hasta un 43% de los piercings tienen complicaciones, la mayoría de causa infecciosa (García et al., 2021)



## c. el adolescente y los medios

Los jóvenes diariamente le dedican al uso de Internet un promedio de 6,4 horas al día, y según la encuesta nacional de la juventud 2018, las principales actividades que realizan en Internet "una o muchas veces al día" son: 83% le dedica "una o muchas veces al día" la actividad de chatear; un **29% a leer prensa, revistas o noticias**; luego un 27,2% a compartir información, *links* o noticias; **33,4% a buscar tutoriales o vídeos para aprender cosas nuevas**; 16% a participar en comunidades virtuales o foros de discusión; 16% a trabajar por medio de aplicaciones (INJUV, 2018).

Memoria de Título - Julio 2022

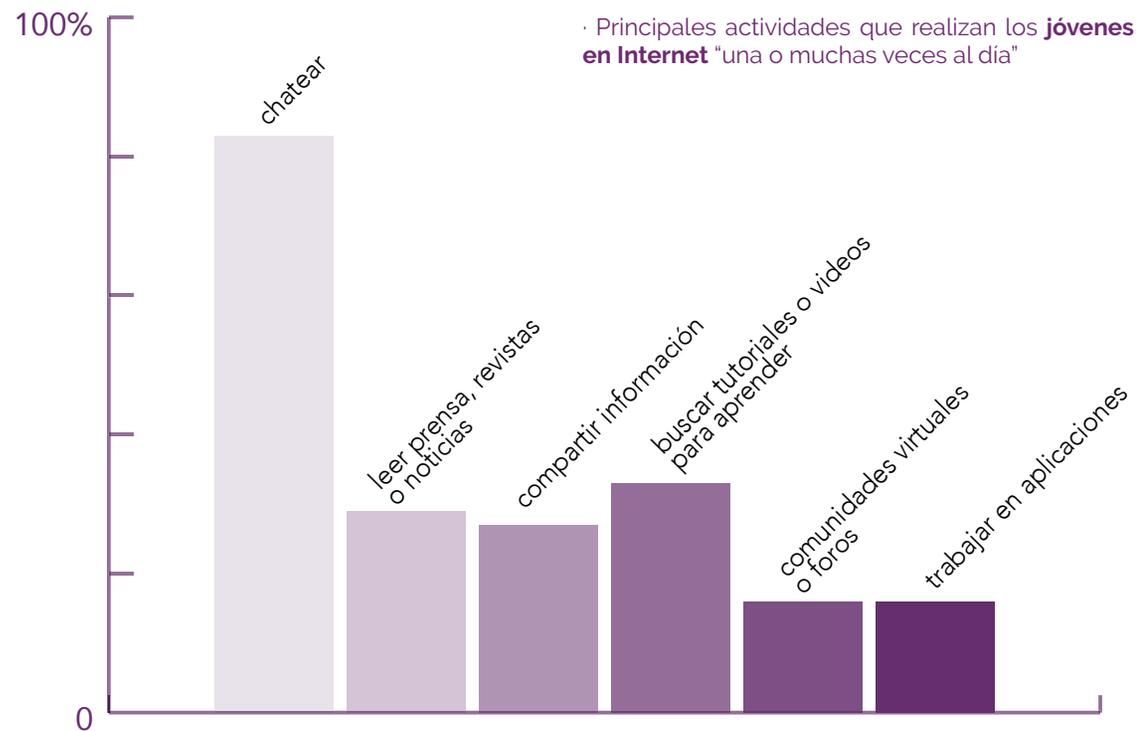


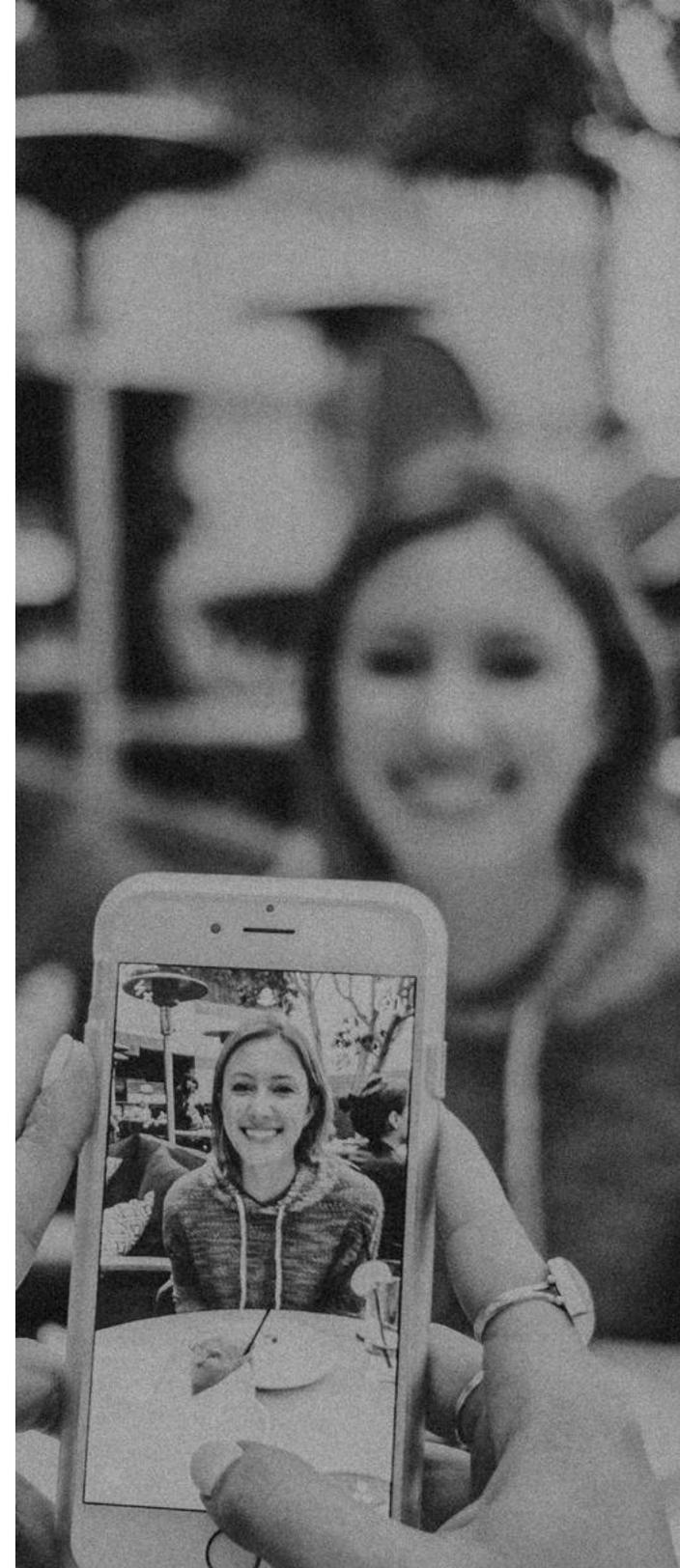
Figura 25. Actividades Jóvenes Gráfico. Elaboración propia según (INJUV, 2018)

Entre **las redes sociales más utilizadas están**: WhatsApp la cual un 92% de los adolescentes afirman usarla “una o muchas veces al día”, luego YouTube con un 65%, después Facebook con 64%, y en cuarto lugar Instagram con 62% (INJUV, 2018), y tal como se menciona anteriormente, estas **no son utilizadas únicamente para socializar, sino que también como medios de información y aprendizaje**. A estas plataformas mencionadas, se le agrega la red social TikTok, la cual está como mayor tendencia hoy en día 2022.

Es importante entender la relación del adolescente con todo el material disponible en Internet y redes sociales, donde además de interactuar con sus pares, cada

vez es más común **informarse a través de estos medios**, por lo que esta forma de llegar al usuario se presenta como una oportunidad para lograr un impacto en los adolescentes dentro de este proyecto en desarrollo.

Además, se le suma el tema mencionado anteriormente sobre el problema de la cantidad de **información no certificada que hay dando vueltas en los medios digitales** hoy en día. Existe una gran cantidad de cuentas y páginas que entregan información que no está respaldada por la ciencia, o hay discordancia entre ellas. Lo cual es un problema para el adolescente al generar una **confusión y conocimientos erróneos**.



## d. el adolescente y sus relaciones

Las personas que sufren de alguna condición en su piel, son más propensas a presentar bajos niveles de autoestima, presentando síntomas como vergüenza, **inhibición social y aislamiento**.

El presente proyecto se enfoca 100% en el usuario, por lo que es importante **conocer su entorno, entendiendo sus relaciones y como estas influyen en su día a día** y en su bienestar. Para lograr esto, se desarrolla un diagrama (figura 26) con 4 niveles y se distribuyen en estos los principales actores de su día a día, según la cantidad de horas semanales que el adolescente se relaciona con cada actor. Todo esto, según la información recopilada por entrevistas y encuestas, que se explican en detalle más adelante.

Se hace una comparación para comprender como **varía el nivel de interacción** cuando el joven tiene o no algún tipo de problema a la piel, ya que las personas que sufren de alguna condición en su piel, son propensas a presentar **bajos niveles de autoestima y autoconfianza**, presentando síntomas como vergüenza, inhibición social y aislamiento (Tan, 2004).

La piel es una gran preocupación en los adolescentes alrededor del mundo, debido al compromiso de la **apariencia física**, y no solo impacta a nivel estético, sino también a nivel emocional, por el rechazo, la **discriminación y el aislamiento que este produce** (Rodan et al., 2016).

Como podemos ver en la figura de la próxima página, hay una **variación en el nivel de interacción** con cada uno de los actores cuando el adolescente tiene o no problemas en su piel, ya que las afecciones y las diferencias visibles que uno puede tener, especialmente en el rostro, **tienden a aislar y uno se relaciona menos con su entorno** (Khatib, 2020).

Existen ciertas relaciones con las que hay una **interacción obligatoria**, ya sea con los compañeros de estudios o con la familia al vivir bajo el mismo techo, aun así, cuando existe una condición que afecta la piel, hay una **tendencia a interactuar lo justo y necesario**, tal como lo declara Sofía en una de las entrevistas al usuario realizadas en las técnicas aplicadas: “los días que estoy mal me da vergüenza que mi familia me vea, trato de ir a comer a la pieza. Igual muchas veces me obligan a sentarme, pero trato de comer rápido y supuestamente volver a estudiar” (Sofía, 2021).

En el diagrama (figura 26) se puede observar que la mayor diferencia en el nivel de horas dedicadas es en la **relación con las propias redes sociales**, ya que, con problemas en la piel, existe una tendencia a bajar la presencia en las redes personales, y no querer subir fotos con la apariencia actual, tal como afirma Isabel en la entrevista a usuario: “desde que tengo la embarrada en la cara casi que desaparecí de mi Instagram, o subo fotos antiguas nomas” (Isabel, 2021)

Diagrama Ecología del usuario

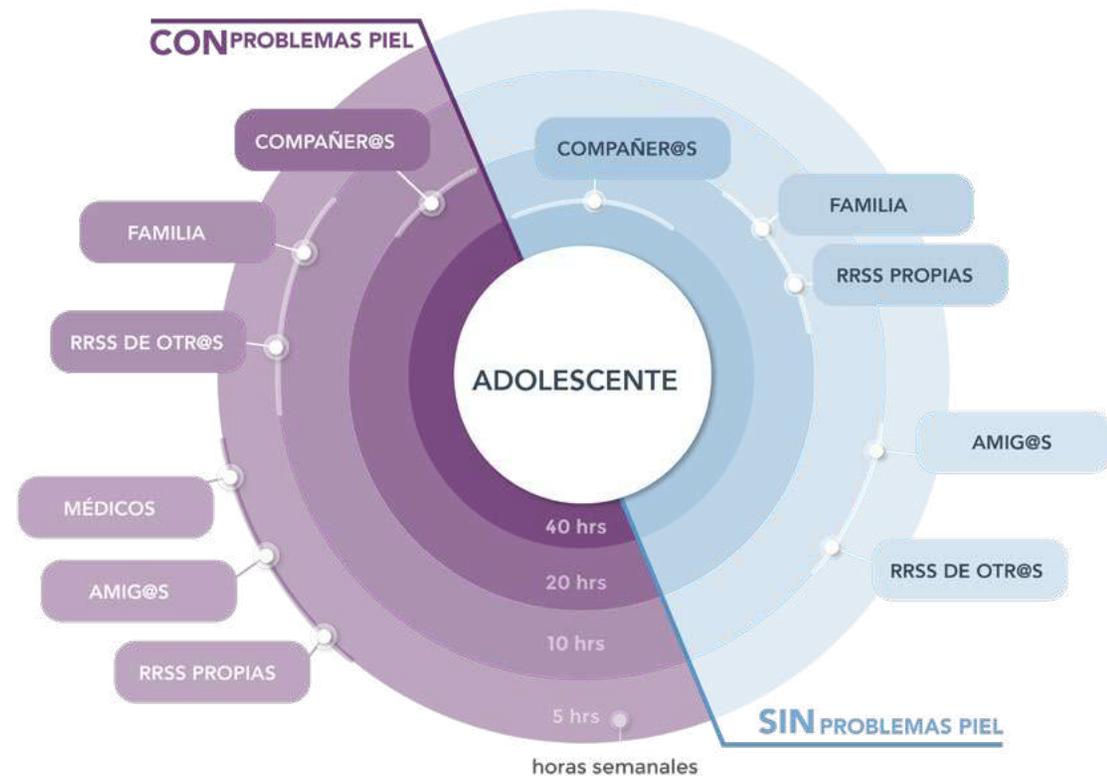


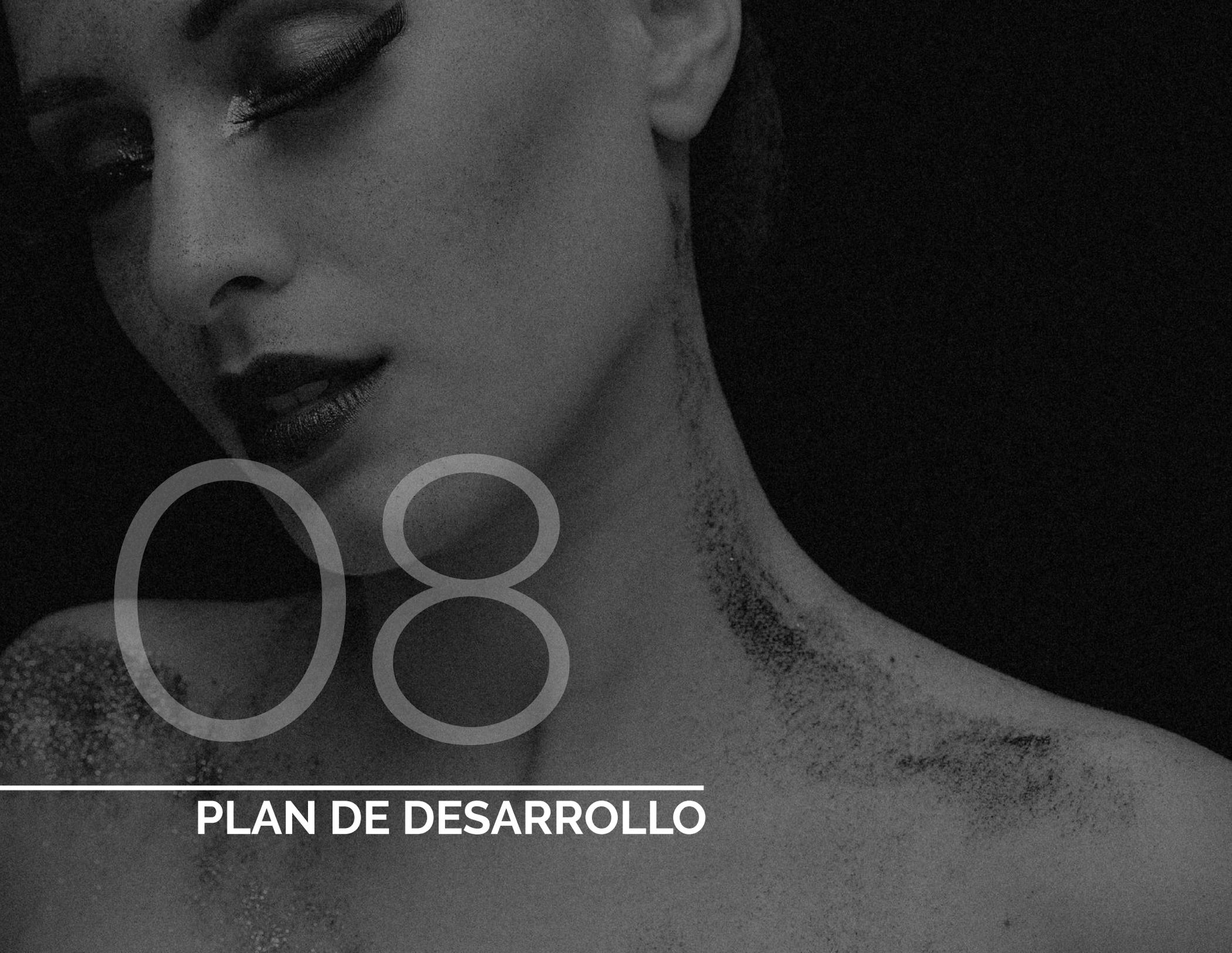
Figura 26. Ecología usuario. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

Por otro lado, se observa que los adolescentes sin ningún tipo de condición que afecte su piel, hoy en día suelen **relacionarse con alta frecuencia con sus propias redes sociales**, muchas horas a la semana subiendo fotos y vídeos con su rostro como protagonista.

Por otro lado, la **interacción con las redes sociales de otras personas se mantiene igual**, con o sin problemas en la piel, interactuando constantemente con sus pares, *influencers* y otros.

Por último, es relevante saber que cuando el adolescente presenta alguna condición en su piel, a veces surge un actor nuevo: los médicos, tales como dermatólogos, cosmiatras, psicólogos, psiquiatras o psicodermatólogos.





08

---

**PLAN DE DESARROLLO**

El proyecto propuesto se inserta en el área del **diseño informativo**, el cual tiene como objetivo asegurar la efectividad de la comunicación mediante la facilitación de procesos de percepción, lectura, comprensión y uso de la información presentada (Frascara, 2011).

Además, **el proyecto se centra totalmente en el usuario**, por lo que se desarrolla una metodología basada en el *Human Centered Design* (HCD), conocido en español como Diseño Centrado en las Personas (DCP), el cual busca desarrollar una profunda **empatía con las personas** para las que se está diseñando, compartiendo con el usuario lo que se va haciendo.



Las personas ignoran el diseño  
que ignora las personas  
- Frank Chimero

En el DCP, o Diseño Centrado en las Personas, el proceso de diseño comienza **examinando las necesidades, sueños y comportamientos** de las personas que se verán beneficiadas por las soluciones resultantes.

Se pretende escuchar y entender lo que estas personas desean, y lo que necesitan, a eso se le llama la dimensión de lo que es deseable, y a lo largo de todo el proceso de diseño se mira el mundo a través de esta perspectiva. Una vez identificado lo que es deseable, se comienzan a ver las soluciones a través de lo que es factible y lo que es viable (IDEO, 2015).

El DCP es un proceso y conjunto de técnicas que se usan para crear soluciones tales como productos, servicios, espacios, organizaciones o modos de interacción, pero **siempre centrándose en el usuario** para quien se quiere crear la nueva solución (IDEO, 2015)

Se pretende **escuchar y entender** lo que estas personas desean, y lo que necesitan.

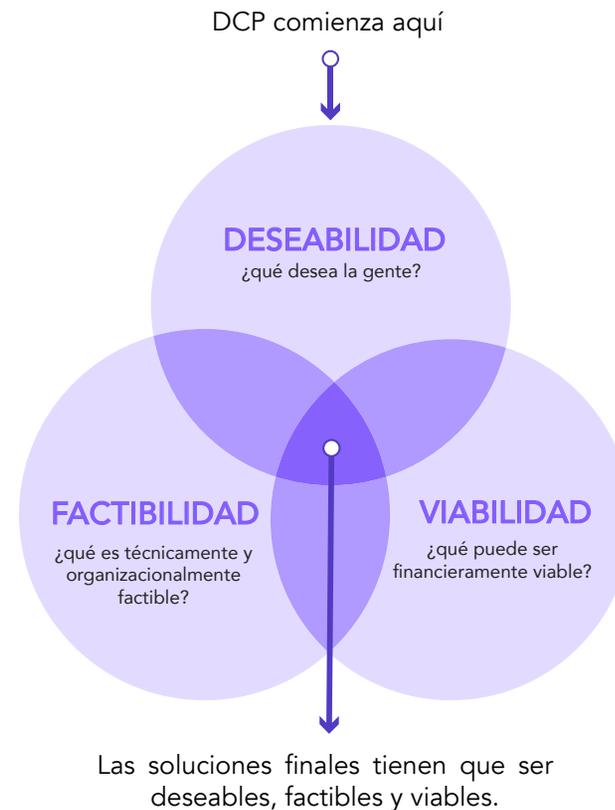


Figura 27. Gráfico DCP. Elaboración propia según (IDEO, 2015)

El Diseño Centrado en las Personas se divide en tres principales fases: “*Hear, Create & Deliver*”, o en español “Escuchar, Crear e Implementar”. En todas estas etapas, el **foco está totalmente en el usuario**, pero en la primera fase se le da especial énfasis, analizando al individuo en profundidad en torno al tema de investigación.

Durante Seminario de esta proyecto, se realiza esta primera etapa de escuchar profundamente lo que los usuarios dicen, lo que uno mismo observa y también lo que se dice de ellos, sumergiéndose en sus vidas hasta llegar a **comprender profundamente sus necesidades**, tal como se hizo en el presente proyecto con los

adolescentes. Luego comienza la fase dos, la creación y todo el desarrollo del proyecto, una etapa de **prototipado, iteración y testeos**, buscando diseñar soluciones con el foco en la deseabilidad del cliente o usuario. Primero se definen las oportunidades, para luego generar cientos de soluciones a través de lluvias de ideas y más tarde, concretar algunas de estas en prototipos.

Finalmente, en la etapa tres, se **planea la implementación del proyecto**, idealmente con los elementos que sean necesarios para que la solución efectivamente tenga éxito y cobre vida.

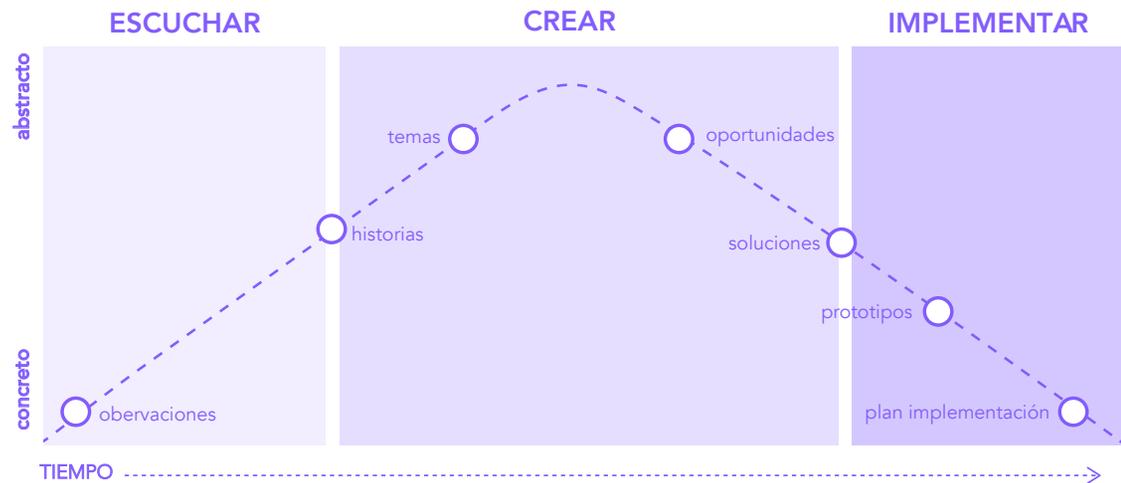


Figura 28. Diagrama metodología. Elaboración propia según (IDEO, 2015)

A partir de esta metodología del DCP, se crea una propia, partiendo por la **identificación del problema** y la oportunidad de diseño, para luego pasar a la fase de escuchar, en esta se pretende profundizar en el usuario y alcanzar un buen nivel de **levantamiento de información** respecto al tema de la piel en general.

Sumado a esto se realizaron observaciones para conocer mejor la problemática, al usuario y el contexto para luego definir **interacciones críticas**. Esta fase comenzó en el semestre de Seminario de Título, pero se sigue complementando durante este semestre de Título.

Luego se pasa a la fase de Diseñar, pero siempre volviendo al usuario para no perder el foco. La idea de esta metodología es estar avanzando a la siguiente fase, pero **sin dejar de lado la etapa anterior**.

En todo proyecto de diseño es imprescindible estudiar los referentes que se relacionan con la problemática identificada. Para esto se realizó un estudio y análisis de referentes y antecedentes, considerando lo que existe actualmente relacionado al tema de la piel y sus cuidados preventivos. Para luego comenzar el proceso de **prototipado**, los primeros testeos, rescatando siempre aprendizajes, para luego pasar a la siguiente etapa de implementar.

Por último, está la fase de Implementar que consiste en el desarrollo de un **acercamiento a la puesta en marcha y ejecución del proyecto** en conjunto con la Sociedad Chilena de Dermatología.

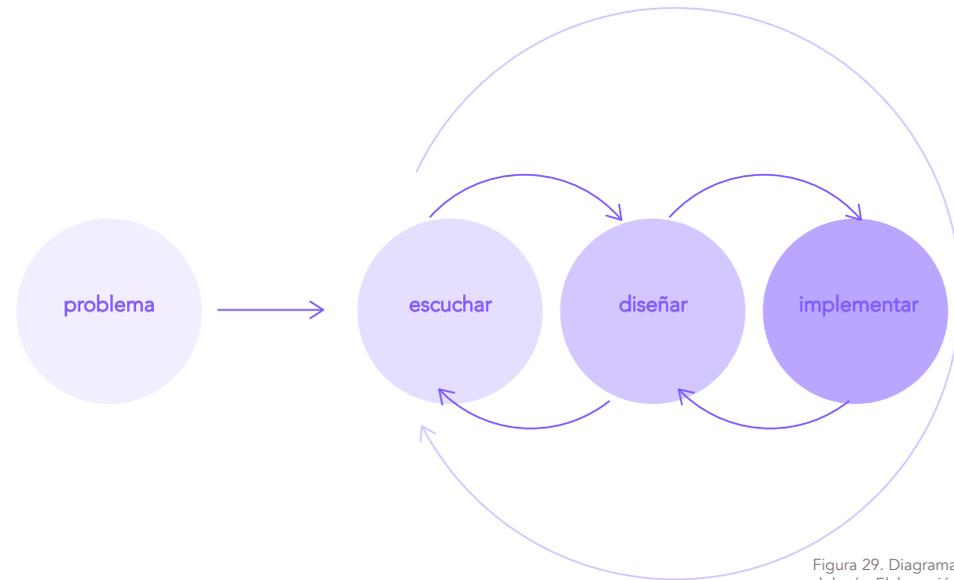


Figura 29. Diagrama metodológico. Elaboración propia.

Para el desarrollo de la metodología para este proyecto, se llevó a cabo una propuesta metodológica con enfoque mixto de predominancia cualitativa, y se plantea la siguiente **tabla metodológica**, con las **técnicas aplicadas** a largo de todo este proceso.



Figura 30. Tabla metodológica. Elaboración propia.

A close-up, black and white photograph of a person's face and neck. The person's mouth is slightly open, and their hand is visible near their neck. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a moody and intimate atmosphere. The background is dark and out of focus.

09

---

**DESARROLLO PROYECTO**

En esta etapa del presente documento, se **explica en detalle el desarrollo de todo el proyecto** de diseño. Desde el comienzo de la etapa de Escuchar, que parte en el semestre de Seminario 2021, hasta la última fase de Implementar, ejecutada durante este semestre de Título 2022. Cada una de las fases consta con diferentes partes y muchos aprendizajes obtenidos antes de pasar al desarrollo de la siguiente etapa.



## 9.1 escuchar

La primera etapa es “Escuchar”, y esta se basa completamente en la **profundización del usuario**, búsqueda de interacciones críticas y levantamiento de información sobre el tema de interés. Todo esto se realiza a través de revisión de literatura, encuestas, entrevistas, observaciones, entre otras técnicas y herramientas.

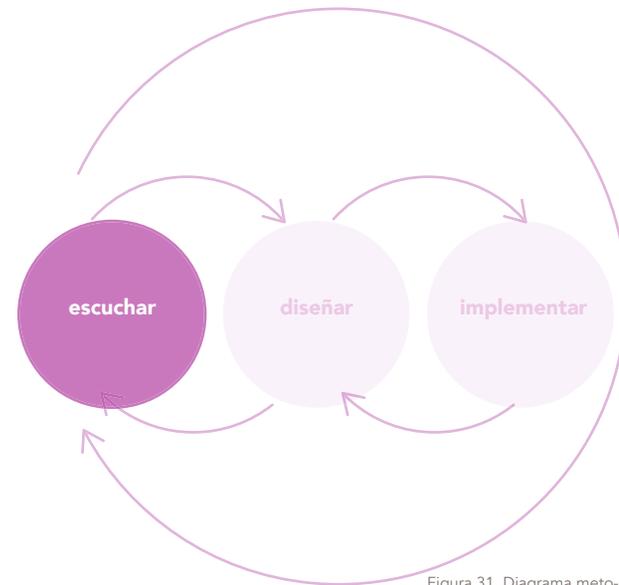


Figura 31. Diagrama metodología. Elaboración propia.

Este proceso se realiza en base a cuatro ejes principales que se muestran en el diagrama a continuación (figura 32). Primero se realiza un profundo levantamiento de información en base a: primero el usuario, los **adolescentes**, a través de encuestas y entrevistas. Luego revisión del **contenido** certificado, con literatura académica. Después entrevistas a **expertos**, y por último, un análisis de los **medios** digitales y redes sociales usadas por los jóvenes.

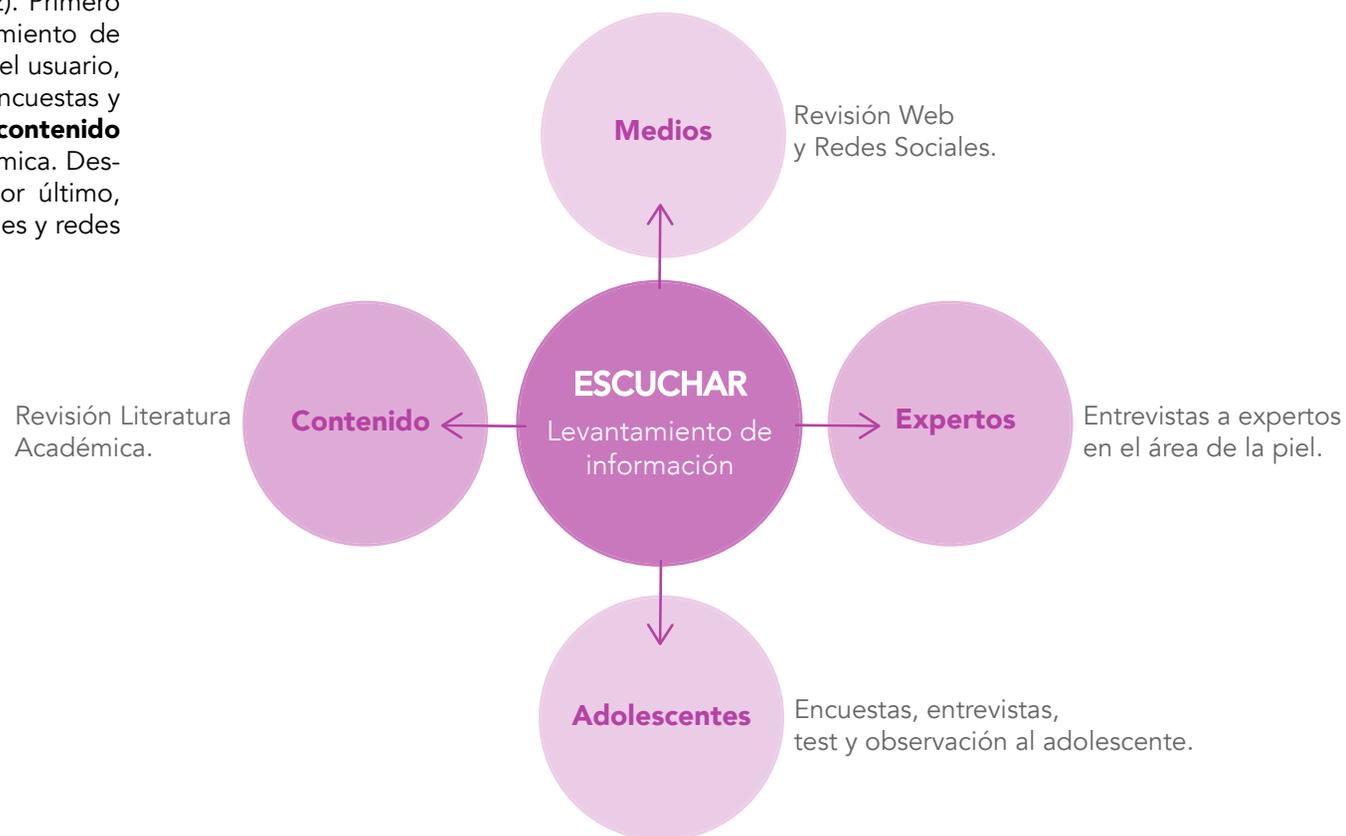


Figura 32. Diagrama escuchar. Elaboración propia.

## a. contenido

Esta etapa comienza con el desglose del tema elegido: “la piel” para comenzar a **aproximarse al tema y a la problemática**. Es una profunda etapa de lectura crítica en donde aparece mucha información clave para la base de este proyecto, en cuanto a la relevancia de la piel y sus cuidados.

Se abordan temas como: los posibles **daños** que puede sufrir la piel, también la relación con el **autoestima** y por último el tema del **diseño**, y como este se ha relacionado actualmente con el tema a través de diferentes campañas o en diseño de información etc. Fue importante conocer todo lo que existe actualmente alrededor del la piel y sus cuidados, ver **como se ha aproximado el diseño a esta temática**.



Figura 33. Diagrama contenidos.  
Elaboración propia.

## a. contenido

Al comienzo de este escrito, especialmente a lo largo del marco teórico, se explica en detalle la mayoría de la información recopilada en esta etapa de levantamiento. Luego también se mencionaron algunos antecedentes destacados en cuanto al tema de la piel y sus cuidados, tales como Bro & Tips y Skin 360° de Neutrógena.



Figura 34. Antecedentes contenido. página web Bro&Tips. Rescatadas de <https://brontips.com/>



Figura 35. Antecedentes contenido. página web Neutrógena. Rescatadas de <https://es.neutrogena.com/skin360app.html>

En esta sección, se quiere destacar un tercer antecedente, que no se mencionó anteriormente, pero que se relaciona con la piel y sus cuidados. Este es la comunidad de apoyo y consejo para el cuidado de la piel llamada “**Emma Cares**”, la cual entrega información a través de asesorías por expertas y te recomienda productos **según tu tipo de piel**.

De este se destaca la intención de ser un **servicio personalizado**, y lo bueno es que no pertenecen a ninguna marca en específico, sino que recomiendan una variedad de marcas que tienen asociadas. El problema es que las “expertas” que asesoran, muchas en realidad son maquilladoras, por ende, no son especialistas certificadas en la salud lo cual puede ser complicado.

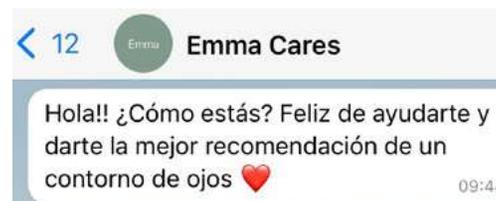


Figura 36. Antecedentes contenido. [https://www.instagram.com/emma\\_cares\\_cl/?hl=es](https://www.instagram.com/emma_cares_cl/?hl=es)

## a. contenido

Estas imágenes (figura 37 y 38) **no pretenden ser leídas en detalle**, más bien mostrar el proceso de análisis y síntesis de información recopilada a través de la literatura académica revisada y analizada.

Para esta etapa se utilizó la plataforma Miró, la cual ayudó mucho a este proceso de síntesis y orden de la información. Todo esto se fue constantemente revisando y actualizando en conjunto del profesor guía.

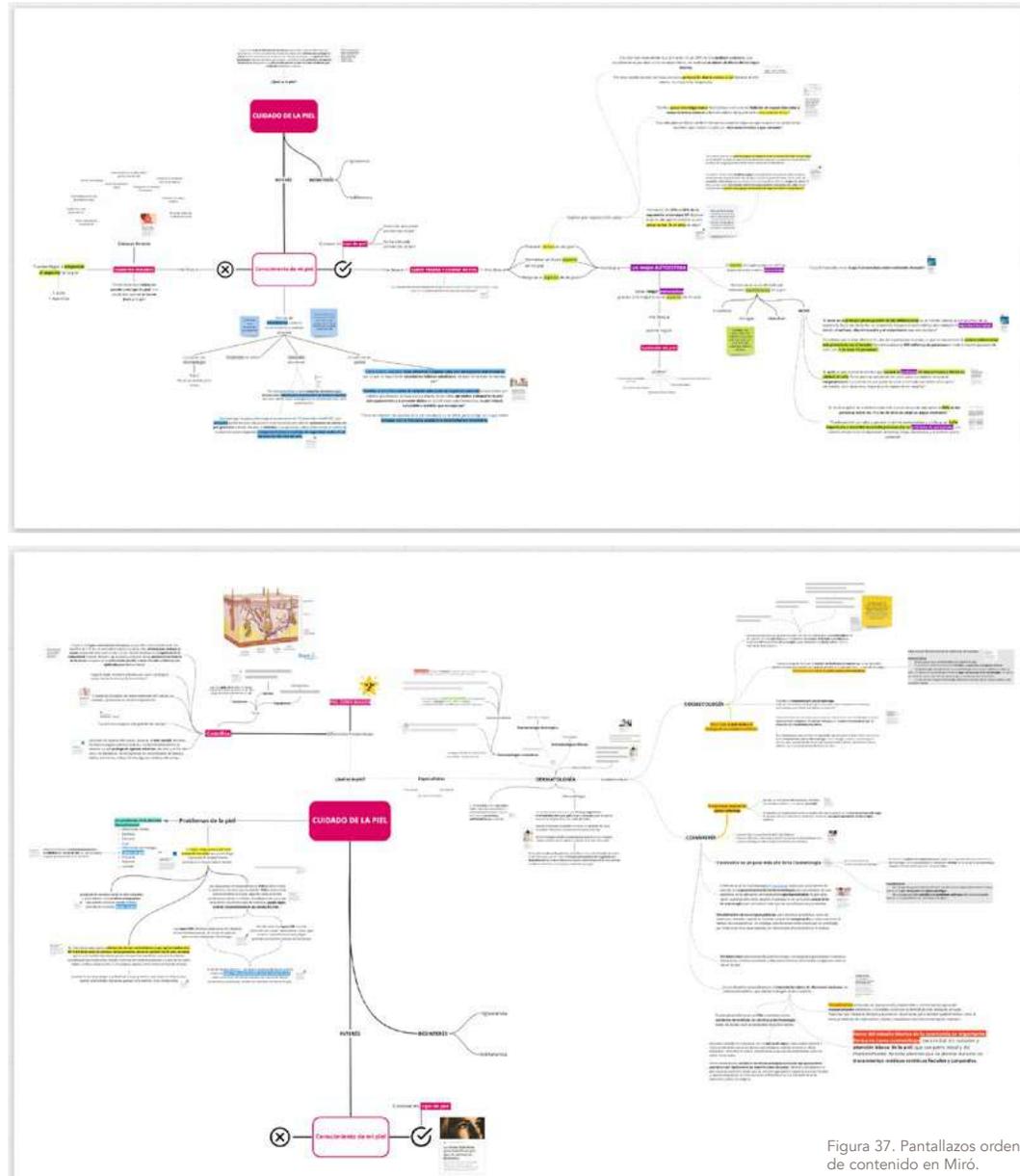


Figura 37. Pantallazos orden de contenido en Miró.

a. contenido

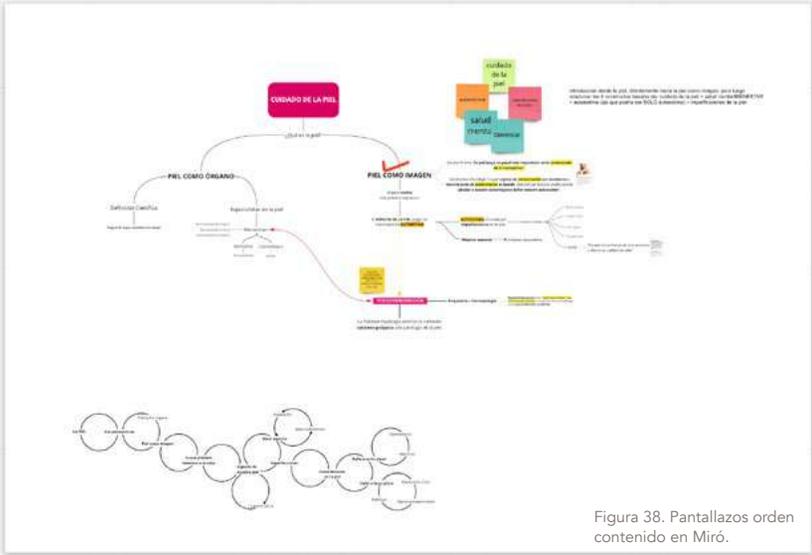
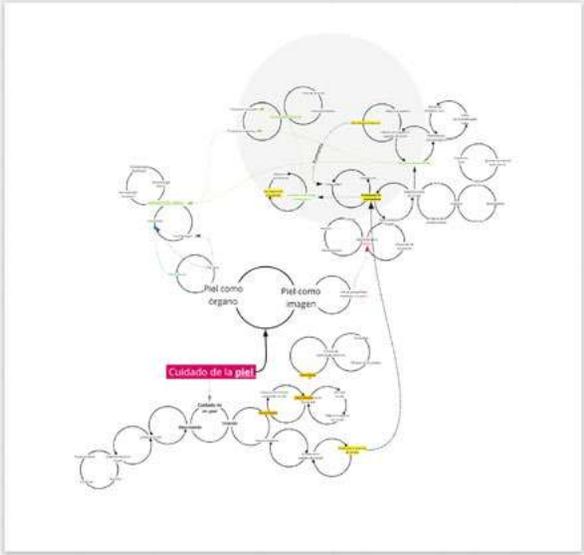
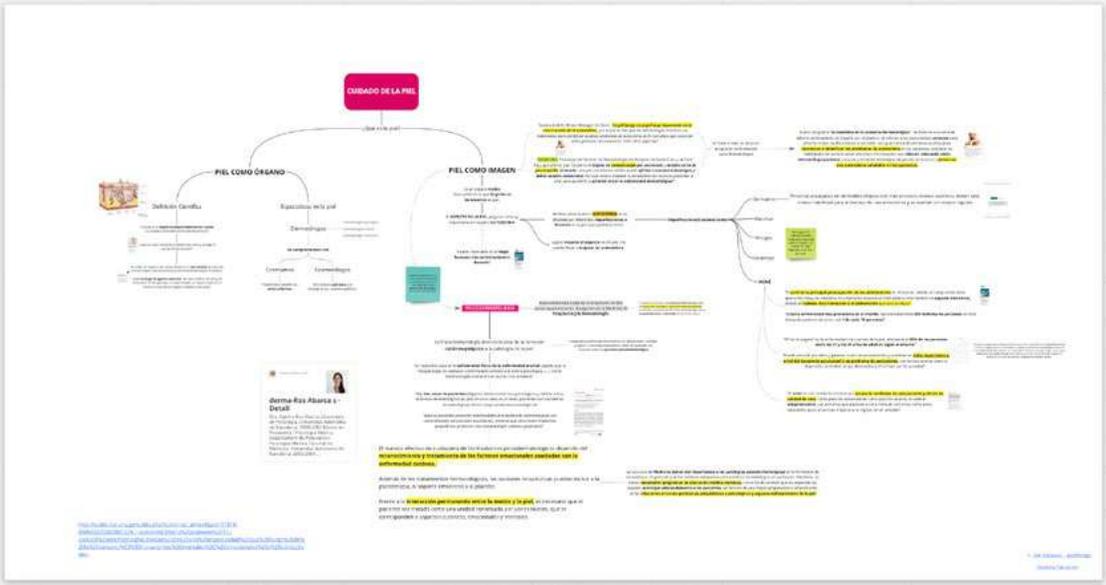


Figura 38. Pantallazos orden contenido en Miró.

## a. contenido

A partir de toda esta información recopilada, su orden y síntesis, se definen los principales constructos y se detectan las principales **problemáticas y oportunidades de diseño**. Para luego definirlas y delimitarlas, y con toda esta información recopilada, se tiene una base para entrar de lleno al desarrollo del proyecto de diseño y todo su proceso.



Figura 39. Diagrama constructos y contenidos. Elaboración propia.

## b. expertos

Con el fin de profundizar en el tema de la piel, desde una **perspectiva profesional**, se realizaron entrevistas vía Zoom para levantar información de forma directa e indirecta, con especialistas en el ámbito de la piel. Se escogió variedad en las profesiones, para obtener información desde diferentes perspectivas.

Primero se entrevistó a la especialista con profesión de **cosmetóloga**, María José Echeverría. Se realizó una video conferencia por Zoom, y se le hizo una serie de preguntas sobre el tema generando una conversación fluida pero guiada, hasta obtener una serie de conclusiones.



Hay muchísima **falta de información**, llegan niñas a mi consulta diciendo que tienen la piel grasa, y en realidad su piel es totalmente seca, por ende cometen **errores gravísimos** en su día a día.



Es importante que los jóvenes partan con una rutina de cuidado de la piel **desde la pubertad**, porque hay **cambios hormonales**, entonces es muy importante **limpiar** para ir eliminando las impurezas. Y por lo tanto, luego hay que **hidratar** porque la limpieza deja la piel más seca y sensible. Pero a la vez, permite que ingresen los principios activos que aplicamos después.



## b. expertos

Luego se entrevista a una segunda **Cosmetóloga**, llamada Irma Pérez. Con ella se realiza una entrevista por Zoom, con una conversación guiada sobre el tema para ir obteniendo **información de forma directa e indirecta**.



Hay personas que desde los **12 años** empiezan a tener brotes, desde esa edad ya tienen que empezar con su **limpieza, hidratación y protección**. Si es que no tienen ningún tema en la piel, desde los **14-15 años** ya es buena edad para partir con la rutina de estos tres pasos.



Cuando ya se empiezan a **maquillar**, es ley tener su rutina de limpieza, hidratación y protección. Ahí sí que la piel se **expone a muchos más riesgos** y es importantísimo tener una rutina. Desde que **antes la adopten**, más fácil va a ser lograr **generar el hábito para siempre**.



## b. expertos

Con toda la información recopilada luego de estos dos primeros encuentros con expertos. Se arma una **tabla con los tres pasos claves de cuidados básicos** de la piel: limpieza, hidratación y protección.

Esta tabla contiene la información de la literatura académica y la información recopilada de las entrevistas a expertos. Se ordenan los contenidos base y se **validan con los expertos**, primero con Irma, la cosmetóloga mencionada recientemente, y luego con nuevos expertos para tener más opiniones.

LIMPIEZA	HIDRATACIÓN	PROTECCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mañana y noche.</li> <li>• Sin importar el sexo ni edad.</li> <li>• Usar limpiador + tónico (buen aliado contra puntos negros y tamaño poros)</li> <li>• Limpieza sin agredir</li> <li>• Productos pH neutro</li> <li>• Sin alcohol ni sulfatos</li> <li>• <b>Toalla limpia</b>, nunca frotar</li> <li>• Reiter siempre maquillaje</li> <li>• Frecuencia y tipo <b>exfoliación depende del tipo de piel.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hidratante después de cada limpieza, <b>todos los días.</b></li> <li>• <b>Todas las pieles</b> necesitan hidratación (incluso grasas).</li> <li>• Piel grasas: usar productos <b>oil-free</b> para no favorecer la producción de comedones.</li> <li>• Productos <b>no comedogénicos</b>, para evitar el bloqueo de los poros.</li> <li>• Medida preventiva, usar contorno de ojos con pequeños toques en la zona.</li> </ul>	<p><b>Solar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exposición puede causar daños a corto (quemaduras, manchas) y largo plazo (envejecimiento, cáncer)</li> <li>• <b>Todas las mañanas.</b></li> <li>• Día <b>nublado</b> y pleno <b>invierno.</b></li> <li>• Para uso diario, mínimo SPF 30 y con exposición directa, usar mínimo SPF 50.</li> <li>• <b>Todas las edades.</b></li> <li>• Cuando hay granos, especial cuidado. Provoca <b>marcas, y acelera pigmentación.</b></li> </ul>	<p><b>Otros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>NO TOCAR!</b> Cicatrices permanentes. Las manos tienen gérmenes.</li> <li>• <b>MAQUILLAJE ADECUADO</b> Libres de aceite. Mucho maquillaje puede causar brotes. <b>Hidratar antes maquillar.</b></li> <li>• <b>MAQUINA AFEITAR</b> Evitar cortarse. Escoger maquina y crema adecuadas, y limpiarlas.</li> <li>• <b>PRODUCTOS ADECUADOS</b> Cremas para pieles maduras tienen excipientes más grasos que las recomendadas para pieles jóvenes.</li> </ul>

Figura 41. Tabla cuidados básicos validada por expertos. Elaboración propia a partir de técnicas aplicadas.

## b. expertos

Primero se le pide a la Cosmetóloga que **valide la tabla hecha con la información** recopilada sobre la piel y sus cuidados en la fase anterior. Se le da un tiempo de tres días para **analizar la información y luego enviar comentarios** sobre cada uno de los tres pilares sobre cuidados básicos de la piel: limpieza, hidratación y protección.



Figura 40. Pantallazos conversación con experta.

## b. expertos

Luego se coordina un segundo encuentro con la **experta Irma Pérez**, donde se le envía esta tabla de cuidados básicos. Ella envía un *feed back* por medio de Whatsapp, grabando vídeos con audio hablando sobre **cada uno de los puntos de la tabla**, tal como se puede ver en la imagen (figura 42).



- Frecuencia y tipo de **exfoliación depende** del tipo de piel.
- Aplicar hidratante después de **cada limpieza**.
- **Todas las pieles necesitan hidratación**. La deshidratación o falta de humectación puede hacer que se vean signos de envejecimiento que en realidad no lo son.
- Usar productos para tu **tipo de piel y tu edad**. No usar productos para pieles maduras.
- Es mucho mejor **prevenir actualmente**, a que tratar en un futuro. La falta de cuidado de hoy, son los problemas del mañana.

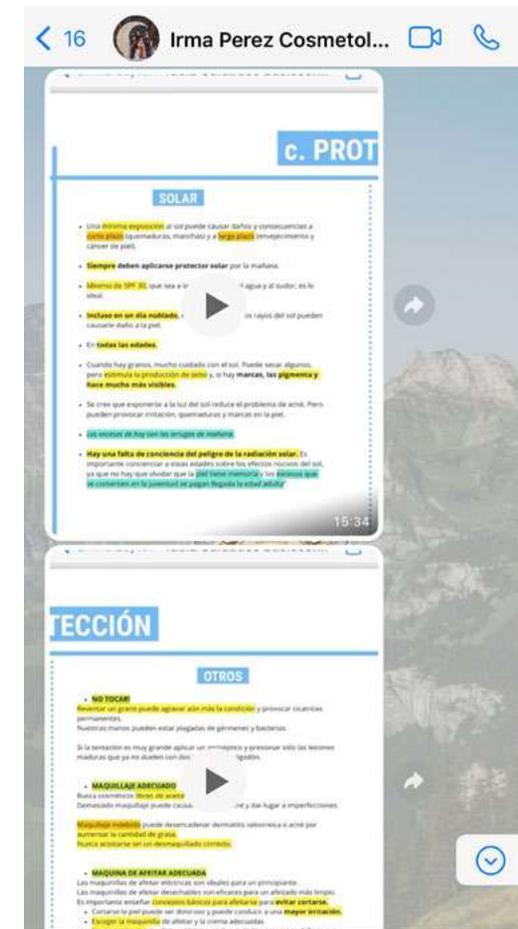


Figura 42. Pantallazos conversación con experta.

## b. expertos

Luego se coordina un encuentro con un tercer experto, para conversar con ella y que también valide la información de la tabla de cuidados básicos propuesta. En este caso se contacta a otra a una **Dermatocosmiatra** llamada Solana García. En esta especialidad se tratan principalmente pieles enfermas.



Mira revise y la verdad esta todo bien. Pero hay que agregar en la **protección el uso de bloqueador cada 3 horas**, incluso la protección debe ser en el **invierno**. Y debes colocar que la **exfoliación debe ser indicada solo por el especialista**. Tu trabajo está muy bueno.



Es un grave **error ponerse al sol con granos** o acné, es una falsa creencia pensar que eso hace bien! Solo puede acelerar la pigmentación de la zona y dejar marcas.



Efectivamente se puede usar factor 30 para el día a diario, pero si uno se expone al sol, tiene que ser factor 50. **Incluso días nublados**.

MAKE UP ARTIST  
*Solana*  
MAKE UP ARTIST

Dermatocosmiatra y  
Maquilladora



## b. expertos

Por último, se realiza una video conferencia con un cuarto especialista, esta vez un **Dermatólogo**, miembro de la Sociedad Chilena de Dermatología. Su nombre es Mauricio Sandoval, **profesor de la Universidad Católica** y especialista en **Psicodermatología**, por lo que fue una reunión muy relevante para tener una perspectiva desde lo psicológico, emocional etc. y con un **miembro relevante de la Sochiderm**.



Hay **desconocimiento** por parte de los adolescentes, y por ende, poco interés, salvo que la persona **ya presente alguna patología**. Efectivamente **falta información** para que los jóvenes se cuiden **antes de que sea tarde**.



Alrededor de la piel hay toda una **esfera emocional**, en cuanto al autoestima, autoimagen etc. Los niños cuando están por ejemplo con acné, andan con jockey, con capucha, andan agachados etc. De verdad que **es algo importante y provechoso de informar**.



Existe un porcentaje de adolescentes que se cortan, se tiran el pelo, se comen las uñas, se rascan y pellizcan/escorían la piel. Hay un **grupo de patologías de la esfera emocional** que al mostrarlos desde una plataforma, los jóvenes se podrían dar cuenta de que deben tratarse. **Eso sí que no tiene nada de difusión**.

## b. expertos

 **Falta una herramienta de educación básica**, porque también hay un aspecto que son las pieles sanas. Entonces, ¿cuando consultar? ¿cuándo ver a un especialista? para **hacerlo antes de que ya sea muy tarde**.

 Están **bombardeados de información** en los medios. Llegan a la consulta con puras cosas que **no tienen ninguna evidencia científica**, o ningún estudio clínico que avalen la efectividad de esos productos. Incluso hay mucha **publicidad engañosa**.

 Hay que informar que cosas como **tomar sol no tienen ningún sentido**. Es solo la influencia de la cultura. **Incentivar la foto protección es algo vital**. Las **quemaduras antes de los 20 años, son las que más riesgo tienen** de hacer cáncer, y cuando luego el daño ya está hecho.

 Importante **enfocarse en la adolescencia**, porque es **preventivo**. Este conocimiento no es algo que esté tan a la luz. No se entiende el tema del hábito. Entonces, **prevenir educando sería positivo** a nivel de salud pública para que la población adolescente se cuide.

## b. expertos

A modo de **conclusión** de esta etapa, se observa esta primera tabla que se hizo a partir de la literatura y las primera entrevistas a expertos, se puede ver que **se concentra el contenido en el sector de "protección"**. A pesar de que uno podría pensar que el paso de protección, es el simple hecho de usar factor solar, pero no es así.

Tal como afirma el doctor Sandoval, existe una serie de **cuidados preventivos** que se deben tener en la piel, además de el hecho de usar factor solar, especialmente en la **adolescencia donde la piel suele "decorarse"**.

A los contenidos de esta tabla, **se le sumarían varios más**, con tremenda importancia en el adolescencia, como por ejemplo cuidados preventivos frente a tatuajes, piercings, esfera emocional, chequeo lunares, etc.

LIMPIEZA	HIDRATACIÓN	PROTECCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mañana y noche.</li> <li>• Sin importar el sexo ni edad.</li> <li>• Usar limpiador + tónico (buen aliado contra puntos negros y tamaño poros)</li> <li>• Limpieza sin agredir</li> <li>• Productos pH neutro</li> <li>• Sin alcohol ni sulfatos</li> <li>• <b>Toalla limpia</b>, nunca frotar</li> <li>• Reiter siempre maquillaje</li> <li>• Frecuencia y tipo <b>exfoliación depende del tipo de piel.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hidratante después de cada limpieza, <b>todos los días.</b></li> <li>• <b>Todas las pieles</b> necesitan hidratación (incluso grasas).</li> <li>• Piel grasas: usar productos <b>oil-free</b> para no favorecer la producción de comedones.</li> <li>• Productos <b>no comedogénicos</b>, para evitar el bloqueo de los poros.</li> <li>• Medida preventiva, usar contorno de ojos con pequeños toques en la zona.</li> </ul>	<p><b>Solar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima exposición puede causar daños a corto (quemaduras, manchas) y largo plazo (envejecimiento, cáncer)</li> <li>• <b>Todas las mañanas.</b></li> <li>• Día <b>nublado</b> y pleno <b>invierno.</b></li> <li>• Para uso diario, mínimo SPF 30 y con exposición directa, usar mínimo SPF 50.</li> <li>• <b>Todas las edades.</b></li> <li>• Cuando hay granos, especial cuidado. Provoca <b>marcas, y acelera pigmentación.</b></li> </ul>	<p><b>Otros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>NO TOCAR!</b> Cicatrices permanentes. Las manos tienen gérmenes.</li> <li>• <b>MAQUILLAJE ADECUADO</b> Libres de aceite. Mucho maquillaje puede causar brotes. <b>Hidratar antes maquillar.</b></li> <li>• <b>MAQUINA AFEITAR</b> Evitar cortarse. Escoger maquina y crema adecuadas, y limpiarlas.</li> <li>• <b>PRODUCTOS ADECUADOS</b> Cremas para pieles maduras tienen excipientes más grasos que las recomendadas para pieles jóvenes.</li> </ul>

Figura 43. Tabla cuidados básicos validada por expertos. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

En esta tercera etapa, se llevan a cabo entrevistas, encuestas y un test a una muestra adolescente. El fin de todo esto era **profundizar en el usuario**, evaluar el nivel de conocimiento sobre la piel y sus cuidados, conocer sus hábitos y sus sentimientos respecto a su piel.

Primero se realiza una **encuesta de Google Forms** por invitación personalizada, esta la respondió una muestra de **85 adolescentes** de ambos sexos y diferentes edades. Se dieron los resultados que se muestran a continuación.

La encuesta se dividió en tres secciones, primero **limpieza**, luego **hidratación** y por último **protección**. Según cada uno de esos temas, se rescató cierta información clave que se muestra a continuación:

### 1. El adolescente en cuanto a la LIMPIEZA:

#### \*Falta de Conocimiento:



Figura 45. Gráfico falta conocimiento limpieza. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

#### \*Falta de Hábitos:

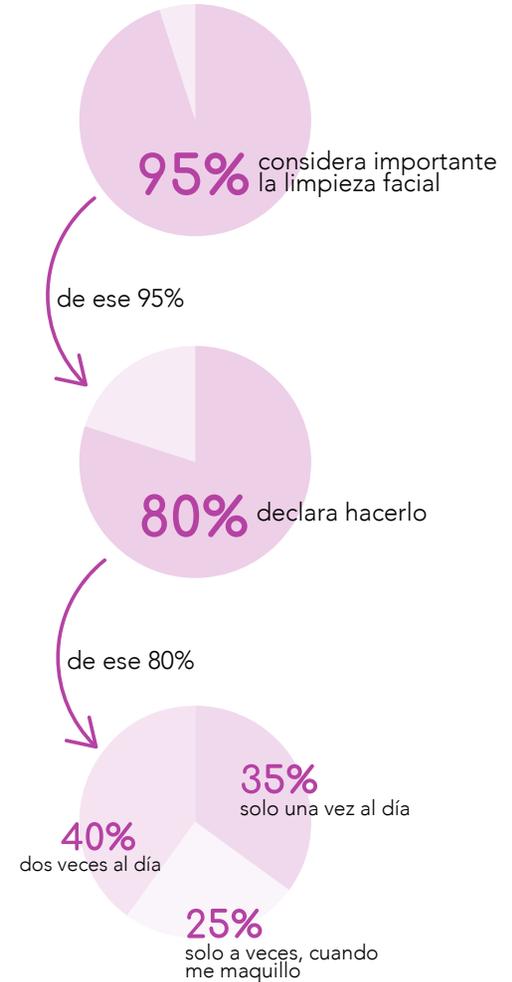


Figura 46. Gráfico falta hábitos limpieza. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

En el tema de la hidratación, llama la atención que el **80% no sabe cuándo comenzar a hidratar** la piel. Incluso, el 20% de la muestra, cree que recién se comienza a hidratar la piel después de los 20 años.

Otra cifra relevante, es que a pesar de que el 91% de los encuestados considera importante la hidratación, solo el 70% efectivamente la hidrata todos los días, o casi todos. Y casi un **20% declara que nunca o casi nunca hidrata su piel.**

### 2. El adolescente en cuanto a la HIDRATACIÓN:

#### \*Falta de Conocimiento:



Figura 47. Gráfico falta conocimiento hidratación. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

#### \*Falta de Hábitos:

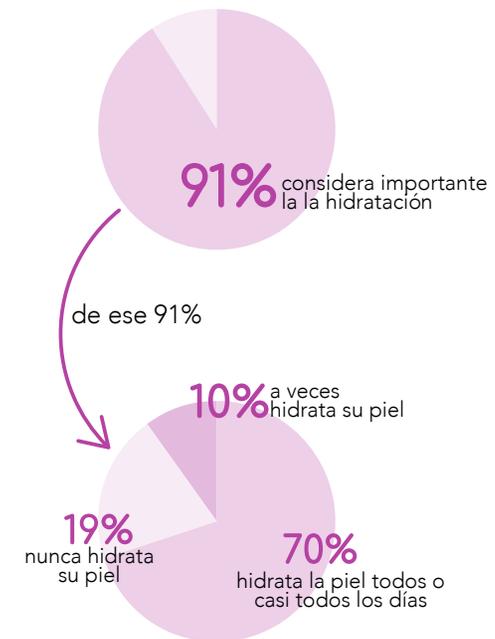


Figura 48. Gráfico falta hábitos hidratación. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

En el tema de la protección, la cifra que más llama la atención es que el 40% de los adolescentes que afirman usar protector solar, **solo utilizan en el verano**.

Luego de la encuesta, se les pregunta a la muestra ¿por qué razón solo usan protector en el verano? Y la respuesta que más se repite es: **“en el verano es cuando el sol quema”**, lo cual es totalmente errado.

Esto demuestra que hay falta de conocimiento en cuanto a los daños que genera el sol en la piel durante todo el año, incluso en los días nublados.

### 3. El adolescente en cuanto a la PROTECCIÓN:

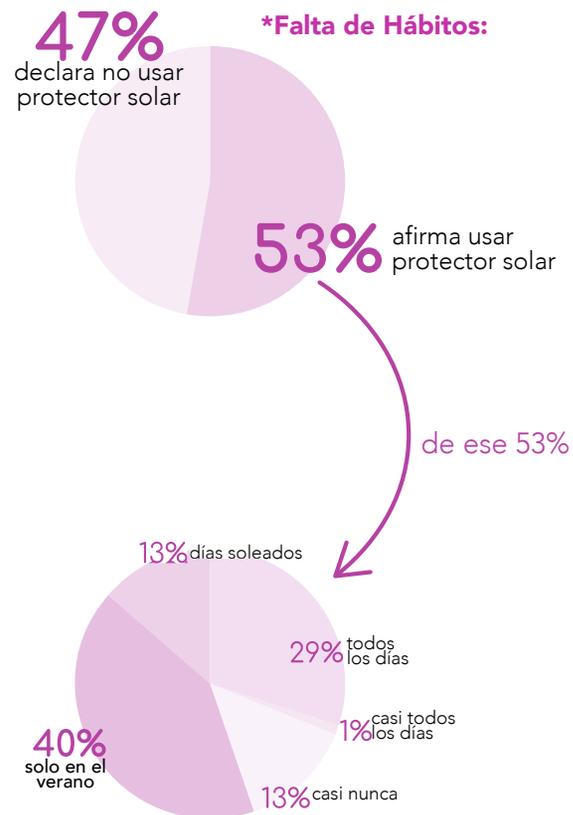


Figura 49. Gráfico falta hábitos protección.  
Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

Luego de esta encuesta de Google Forms, realizada a 85 adolescentes, se realizan **video conferencias por Zoom**, con un grupo de adolescentes más pequeño. Esta vez con **6 jóvenes** de ambos sexos.

Esta reunión pretendía generar una **conversación guiada** con una serie de preguntas para conocer al usuario, sus rutinas diarias, sus **hábitos**, su perspectiva sobre la piel etc. De la forma más amigable y cercana posible.

De estas juntas con el adolescente, se rescatan algunas de las **frases relevantes** de la conversación, para el proyecto y su desarrollo, las cuales están a continuación:



Si en la crema que le robo a mi mamá no estuviera incluido el factor solar, no usaría nica. Es que **según yo no es tan necesario**, porque yo **soy blanca** y no me quemó ni en el verano te juro.

(Sofía, 2021)



Si te soy sincera, **ni en el verano me pongo mucho bloqueador**, es como típico trauma que te meten los papás como "te va a dar cáncer" pero obvio que no es tan así. Además yo nunca me pongo roja, así que todo bien.

(Claudia, 2021).



Nunca uso cremas y esas cosas, porque como me salen **espinillas, esas cosas me hacen pésimo**, se me pone más grasa la piel. Además según yo **hace bien poner las espinillas al sol** para que se sequen así que lo hago siempre, pero sin bloqueador para que sirva.

(Pablo, 2021)



Es **carísimo** todo lo de skin care, así que será mi prioridad cuando vieja o no se, **cuando en verdad lo necesite**.

(Andrea, 2021).

## c. adolescentes

Luego de estas entrevistas por Zoom, se lleva a cabo otra encuesta por invitación personalizada de Google Forms. La diferencia con la primera, es que está buscando una **aproximación más íntima**, y conocer la **percepción del adolescente sobre su propia piel**. Se pretende analizar que significa la piel para el joven y si es que se siente a gusto o no con ella.

La cifra más destacable, es que el 65% de los jóvenes afirma que sí le gusta su piel, esto pareciera ser un buen índice. El problema es que de ese porcentaje, el 40% luego de decir que sí le gusta su piel, menciona un "pero", declarando finalmente que **no está conforme con su piel**.

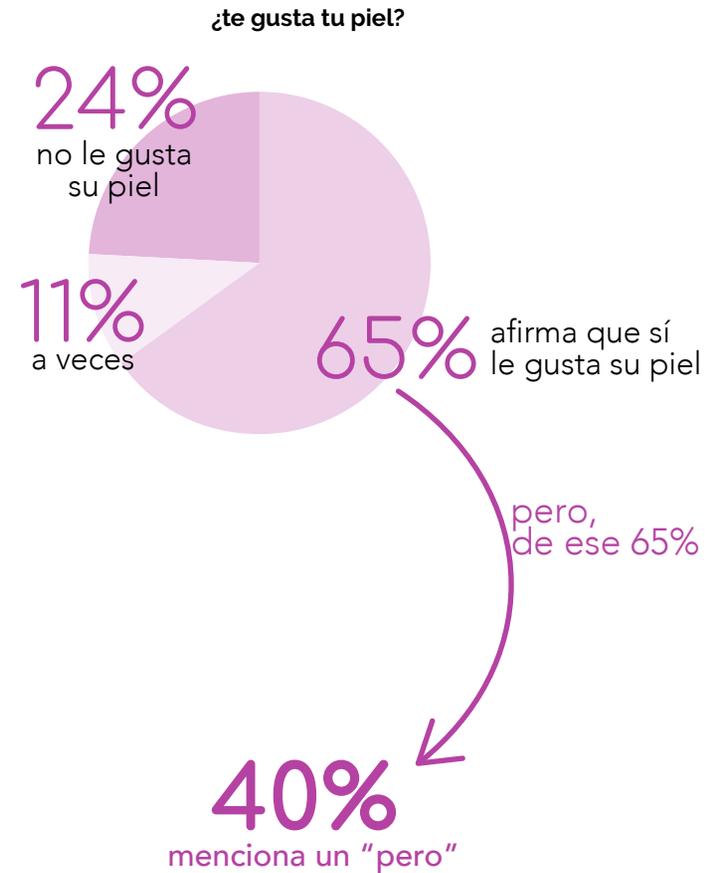


Figura 50 Gráficos ¿te gusta tu piel?. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

40%  
menciona un "pero"

A continuación se dejan algunas de las frases que mencionan los adolescentes que **"si les gusta su piel, pero..."**

### características de color

- "Muy pálida"
- "Un poco pálida"
- "Es pálida, no me puedo broncear"
- "Se quema muy rápido"
- "Me gustaría que fuera más tostada, pero me conformo"
- "Es muy pálida, tendencia grasa y acné"

### características grasitud

- "Me gusta su suavidad, y no me gusta el exceso de grasa"
- "No me gusta que es grasa a ratos"
- "Me gusta que no es muy seca, pero por otro lado no me gusta porque es un poco grasienta"
- "Es tendiente a grasa y acneica"

### características piel seca

- "Es muy seca entonces a veces aunque me ponga crema no se me hidrata bien"
- "Lo que no me gusta es que es muy seca"
- "Se me seca muy rápido"
- "Es muy seca"

## c. adolescentes

**40%**  
menciona un "pero"



### **imperfecciones**

- "Los granitos o espinillas que tengo"
- "Me gusta que no me salgan espinillas, pero no me gusta que me salgan tantos puntos negros"
- "Me gusta que mi piel no produce acné, pero si me salen muchos granos"
- "Los granitos o espinillas que me salen"



### **por otras características**

- "Es muy sensible, si me descuido se me irrita de inmediato"
- "Me gusta que es suave, pero no me gusta que tenga manchas"
- "Me cargan los poros abiertos"
- "Tengo cabecitas de vena"

## c. adolescentes

Dentro de las personas que respondieron que **"no les gusta su piel"** se repitieron características como las manchas, marcas, cicatrices, acné, impurezas etc.

Todo esto demuestra que es muy alto el nivel de **insatisfacción** de los adolescentes con su piel. Un tema que muchas veces pasa desapercibido y los jóvenes lo callan, pero les molesta profundamente.

Lo bueno de esto, es que muchas veces **hay solución, o se pueden prevenir** estas condiciones en la piel, o evitar que empeoren, y eso es lo que busca este proyecto de diseño.



Figura 51. Gráfico ¿te gusta tu piel? Elaboración propia según técnicas aplicadas.

- "Muy **blanca**"
- "Muy **grasosa**"
- "Odio las **marcas** que tengo"
- "Que sea tan **blanca**"
- "Me salen **manchas**"
- "Me salen **granos**, y es **seca**"
- "Me lleno de **puntos negros**"
- "Se **mancha** fácil"
- "Es **rara** xd"
- "Muchas **impurezas** y **marcas**"
- "**Cicatrices**"
- "Me lleno de **espinillas**"
- "Las **marcas**"
- "No me gusta la **textura**, es áspera"
- "Odio mis **pecas**"

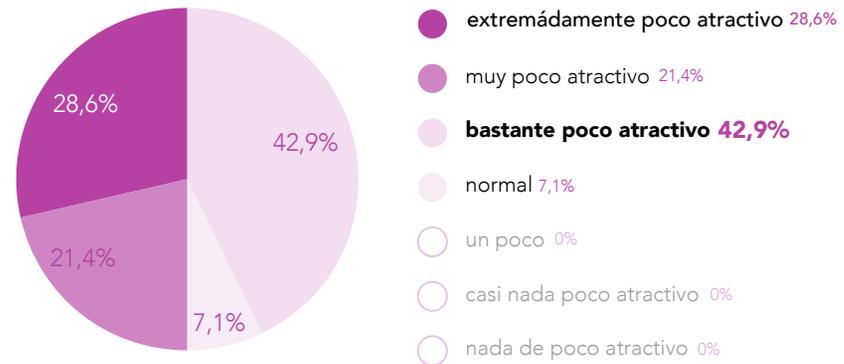
## c. adolescentes

Al ver este alto nivel de insatisfacción de los jóvenes con su piel, se decide hacer un test validado enfocado en la **calidad de vida de los adolescentes** que sufren de algún problema en la piel.

El test más indicado y por ende, el escogido para esta etapa del proyecto, fue el Test Acné-QOLI, que es una escala breve y de fácil administración que se puede utilizar para evaluar el impacto del acné y otras patologías de la piel, en la vida de los pacientes.

Este se le aplica a **14 adolescentes que sufren de alguna condición en su piel**. Se respondió vía Google forms, este constaba de 17 preguntas para ver como se sentía la persona respecto a ciertos ámbitos en particular con su piel, y se obtuvieron los siguientes resultados:

### ¿qué tan poco atractivo te has sentido?



### ¿qué tan avergonzado te has sentido?

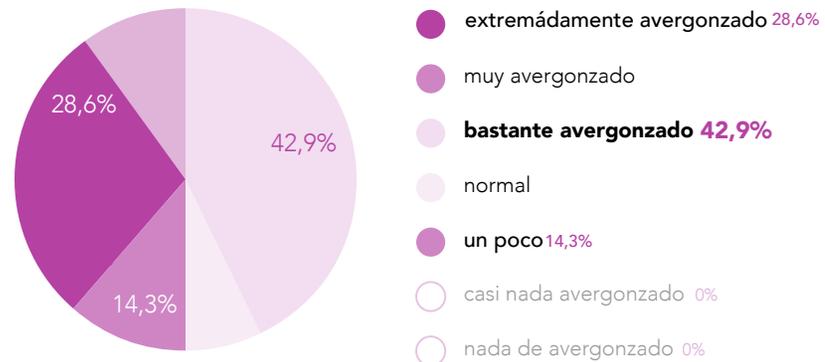
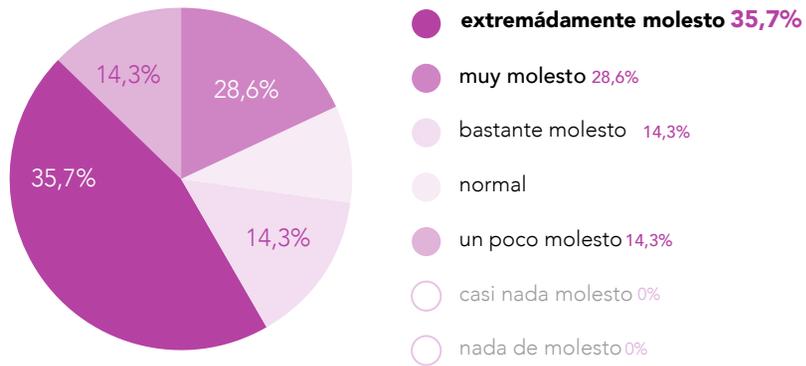


Figura 52. Gráficos Test Aplicado. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

¿qué tan molesto te has sentido?



¿cuánto se ha visto afectada tu confianza o seguridad en ti mismo?

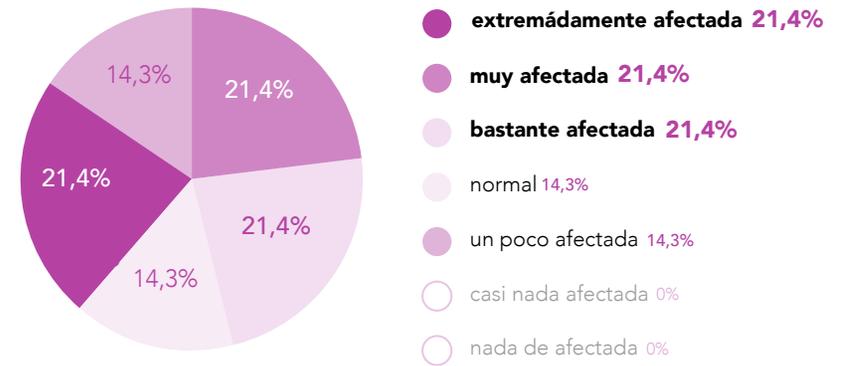


Figura 53. Gráficos Test Aplicado. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## c. adolescentes

Según el Test, la puntuación máxima en cuanto a la calidad de vida de los adolescentes, era de **96 puntos**, y el resultado obtenido a partir de la muestra de 35 jóvenes de ambos géneros, se obtuvo un promedio de **34 puntos, indicando baja calidad de vida dentro del marco del test.**

Las puntuaciones más bajas, con mayoría de respuestas "extremadamente", se obtuvo en preguntas como: ¿Qué tan poco atractivo se ha sentido? ¿Que tan avergonzado se ha sentido? ¿Qué tan incomodo consigo mismo se ha sentido? ¿Qué tan molesto ha estado?

Después se realizó una pequeña entrevista, con consentimiento informado, a la misma muestra, y se les pidió que **relataran brevemente cómo se sentían con su piel.** Surgieron respuestas significativas para interiorizarse aún más en el adolescente y su bienestar, algunas de ellas se muestran a continuación:



Me **arrepiento** demasiado de haberme hecho ese **piercing** en el ombligo, después del embarazo me quedó una **cicatriz** horrible y como nunca la cuidé, ahora está peor, me incomoda mucho, no puedo usar bikini.  
(Valentina, 2021)



En los años que tuve acné severo **sufri** mucho, al nivel que perdí las ganas de salir de mi casa por **vergüenza**, lo pasaba súper mal y me sentía muy **incómoda.**  
(Sofía, 2021)



Me siento **mas o menos** con mi piel, me importa mucho ojalá no tener granos o cosas así. El problema es que me descuido 2 días y me lleno de granos. Eso me hizo más **inseguro**, ya que me da vergüenza.  
(Vicente, 2021)



Ahora que mi piel no está como antes, me siento feliz y conforme con como se ve mi piel. Pero en un pasado me **incomodaba y molestaba** muchísimo.  
(Fernando, 2021)



En invierno me aparecen muchas espinillas y juntas, entonces **cuesta mucho taparlas** con base y no solo por el color, también tienen relieve, por lo que muchas veces **no dan ganas de salir** de la casa.  
(Anónimo, 2021)

## c. adolescentes

Luego, para profundizar más en el tema de la piel como órgano de expresión, se llevó a cabo una encuesta rápida a 155 adolescentes, preguntándoles si es que tenían **tatuajes**, y efectivamente el **58% respondieron que sí**.

Luego se les preguntó a 142 jóvenes si es que tenían **piercings**, y **72 personas** afirmaron tener. Se puede observar entonces, que aproximadamente la mitad de los jóvenes tienen algún tipo de “decoración corporal” por ende es importante informar para prevenir daños.

Además, según el Dr. Robinson Guerrero, Dermatólogo de la Universidad de Chile, entre el **10% y 15%, de los piercings o tatuajes suelen tener algunos problemas**, ya que no se preocupan de informarse sobre los riesgos, ni averiguar sobre las medidas de higiene del centro o de la persona que lo va a realizar (Guerrero, 2021).

### ¿tienes algún tatuaje?



### ¿tienes algún piercings?



Figura 54. Pantallazos encuesta. Elaboración propia según técnicas aplicadas.

## d. medios

Para terminar la fase de “Escuchar”, se realiza un levantamiento de información en cuanto a los **medios digitales y redes sociales** que envuelven al adolescente. Analizando las fuentes de las que los **jóvenes se informan**, las páginas que ocupan para consultar o buscar ayuda etc.

Primero se tomó una muestra de 50 adolescentes de ambos géneros, y se les preguntó: ¿si quieres saber algo sobre tu piel, **dónde buscas información?** y nadie supo responder con seguridad. Si se repitió la respuesta “**Google**” el problema es que esta plataforma arroja miles de resultados en cada búsqueda, y puede haber información errada, no certificada etc.

Algunos adolescentes, afirman informarse a través de una **blogger** de instagram, como por ejemplo “RoperoPaula”. El problema de ellas es que pueden dar consejos y recomendar productos, pero no son especialistas en el tema, por lo que se puede generar **confusión e incluso daños** a la piel.



Figura 55. Pantallazo cuenta instagram influencer.

## d. medios

Frente al tema de los medios, el Doctor Sandoval, uno de los expertos entrevistados, menciona que el **nivel de información es escaso**, especialmente en el sector público, y comenta que es un error que el tema de la piel y sus cuidados no se enseñe por ejemplo en **colegios**.



Es muy **escasa la información**, a nivel escolar y universitario. Desde el sector privado (industria farmacéutica o de cosmética) se han hecho algunas campañas, pero **no mucho desde el sector público**.



Están **bombardeados de información** en los medios. Llegan a la consulta con puras cosas que **no tienen ninguna evidencia científica**, o ningún estudio clínico que avalen la efectividad de esos productos. Incluso hay mucha **publicidad engañosa**.

## 9.2 diseñar

En esta etapa de “Diseñar”, se profundiza principalmente en el tercer objetivo de este proyecto, el cual busca desarrollar una plataforma informativa sobre cuidados preventivos de la piel en la adolescencia.

Para lograr esto, son **necesarias una serie de pasos y procesos de prototipado e iteración** para poder acercarnos al resultado final y esperado, para solucionar los problemas actuales existentes.

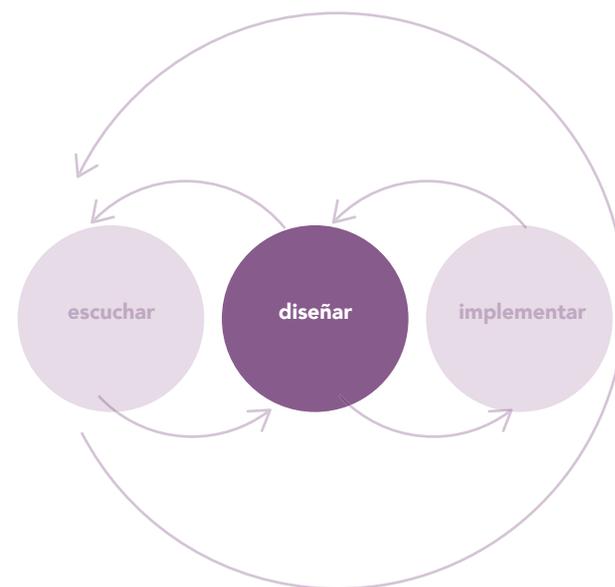


Figura 56. Gráficos Metodología, Diseñar. Elaboración propia.

# INTRODUCCIÓN

Una vez que se alcanza una recopilación importante de información en el transcurso de la primera etapa “Escuchar”, se puede proceder a esta segunda etapa, **entrando de lleno en el diseño y prototipado**.

A continuación se explica en detalle, este proceso de diseño con prototipos y tests que corresponde, según la metodología, a la **segunda fase de “Diseñar”**.

En esta etapa, se contempla la **iteración de distintos prototipos**, que fueron sometidos a prueba tanto con usuarios como con expertos y gracias al significativo aporte de los participantes y el uso de **herramientas digitales** como el programa Wix, se pudo llegar a la propuesta final.

Para introducirse en esta etapa, es importante mencionar el contexto de pandemia en el cual nos encontramos y las amenazas de COVID-19. Los tests se realizaron de forma **presencial cuando se pudo**, considerando todas las medidas de prevención sanitaria necesaria, como el uso de alcohol gel y de mascarilla.

Lo bueno es que el proyecto también permitió realizar **tests de manera remota/en línea**, principalmente vía Zoom, Whatsapp e Instagram.

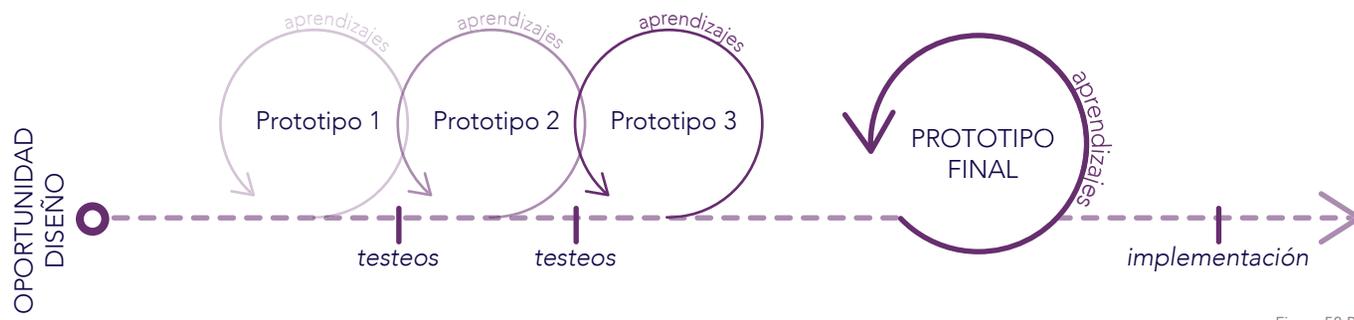


Figura 58 Proceso Diseñar.  
Elaboración propia.

Esta etapa de “Diseñar” se divide en principalmente **tres etapas de prototipo** (figura 58). Partiendo del prototipo más básico, hasta llegar a uno más completo que se acercaría al prototipo final.

Cada una de estas fases de prototipado, contaron con diferentes testeos y recopilación de información, **rescatando diferentes aprendizajes de cada etapa**, los cuales sirvieron para la iteración y siguientes prototipos, hasta acercarse al prototipo final.

Luego del desarrollo del prototipo final, comienza el proceso de implementación, el cual sería la tercera y última etapa según la metodología propuesta. La cual se detallará en el próximo capítulo.

Diferentes **aprendizajes** en cada etapa, los cuales sirvieron para la iteración y siguientes prototipos, **hasta acercarse al prototipo final.**



## PROTOTIPADO 1

DESARROLLO PROYECTO | Diseñar | Prototipado 1

Tras realizar la primera etapa: "Escuchar" y todo el levantamiento de información que se hizo, junto a la revisión de literatura y entrevistas a expertos que se explicó anteriormente, se comienza la **etapa de "Diseñar"**, **partiendo con el desarrollo del prototipo número 1.**

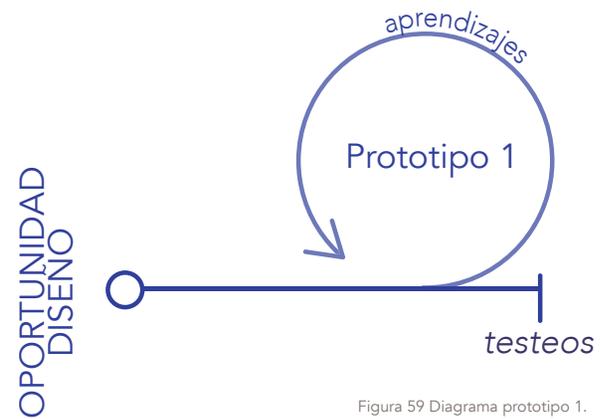


Figura 59 Diagrama prototipo 1.  
Elaboración propia.



Este primer proceso de prototipado se centra en **tres principales partes**, primero el prototipo en papel, luego los testeos y por último el análisis de los resultados, obteniendo aprendizajes del proceso, para con esos aprendizajes pasar a la siguiente etapa con conclusiones concretas.

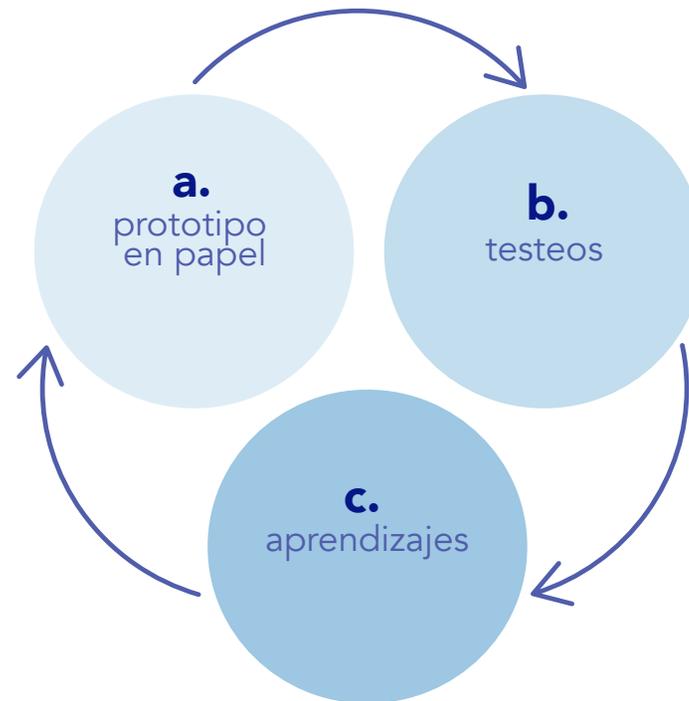


Figura 62. Diagrama proceso prototipado 1.  
Elaboración propia

Esta etapa de prototipado en papel fue útil para **guiar el proceso creativo** y poder tener un lineamiento base de lo que debe ir en la plataforma antes de comenzar a crear los wireframes de baja fidelidad.

Este primer prototipo, tiene como principal objetivo ser **rápido y fácil** de llevar a cabo y testear. Es de baja fidelidad y no es 100% funcional, ya que solo busca poder validar los siguientes puntos:

**1** Comprobar que se esté diseñando en un **formato** adecuado.

**2** Evaluar la **usabilidad** general.

**3** Testear los **contenidos**, el **orden de sus secciones** y sus **funcionalidades** más generales.



En la página de inicio la idea es tener acceso directo a las 6 opciones de temas de cuidados preventivos de la piel, al apretar uno de los estos temas, el sitio debería dirigirte hacia más **información detallada sobre ese contenido en específico**, con todo lo que uno debería saber.

### Prototipos Páginas Internas:

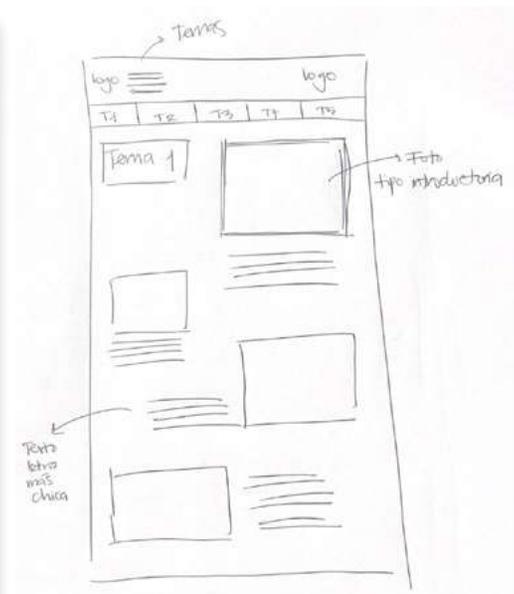
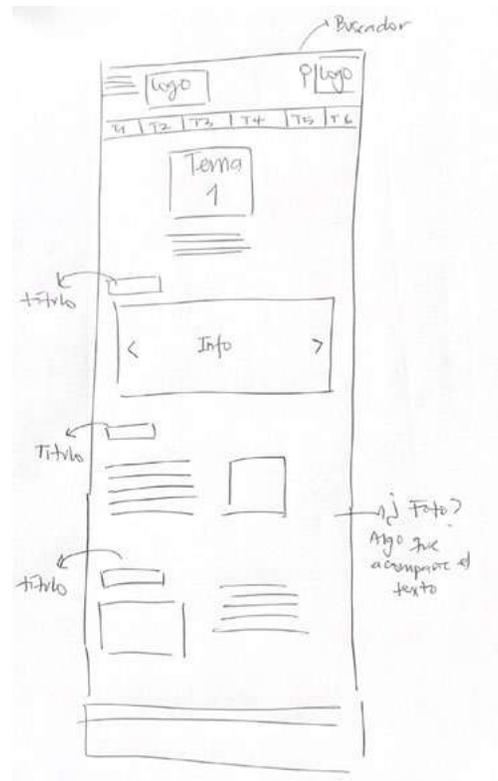


Figura 64. Prototipos rápidos.  
Elaboración propia

Para llevar a cabo el proceso de testeo con los usuarios, se definieron las siguientes tareas a realizar: Primero la definición del **objetivo** del testeo, luego pensar, escoger y llamar a la **muestra** que realizaría el testeo, en tercer lugar, crear un tipo de **pauta** para ir guiando la sesión, y por último **coordinar y realizar** las sesiones de testeo con el permiso de cada usuario y una previa firma del consentimiento informado.

El objetivo de este primer testeo que se llevó a cabo con una muestra determinada, fue **evaluar el formato de la página** de inicio, y las páginas específicas de cada tema. **Testear la usabilidad y el recorrido** de la plataforma, analizando si es que los usuarios encuentran obstáculos o dificultades, si es que les sale fácil moverse dentro del sitio. Todo lo observado indicó ir bien encaminado el orden de contenidos desarrollado.

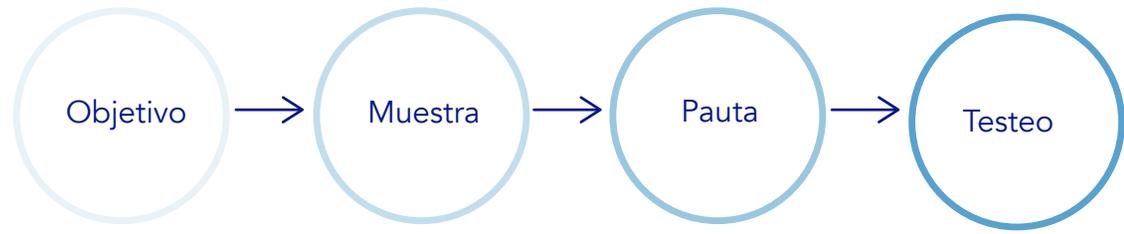


Figura 65. Diagrama proceso prototipado 1. Elaboración propia

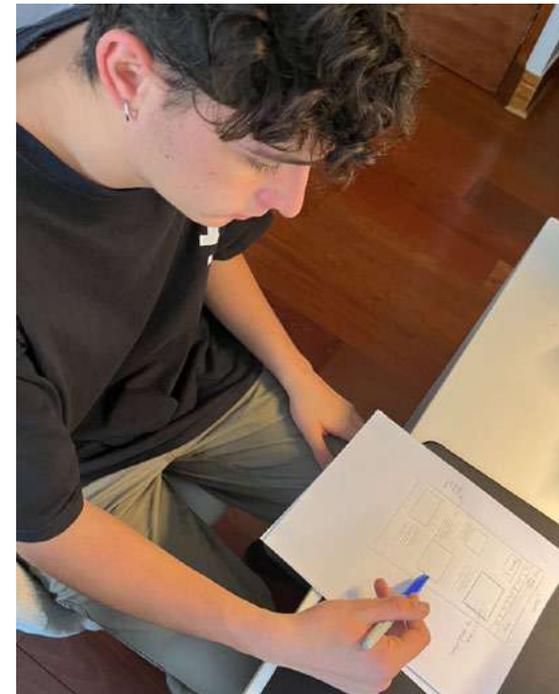
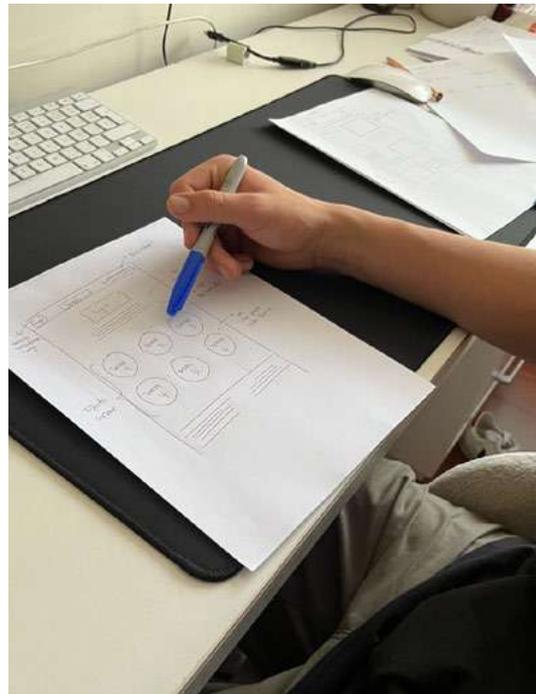


Figura 66. Fotos testeo prototipo rápido.



## PROTOTIPADO 2

DESARROLLO PROYECTO | Diseñar | Prototipado 2

Continuando con la etapa de "Diseñar", comienza una segunda fase de prototipado, esta vez no es en papel, sino que se desarrollan **prototipos de baja fidelidad de forma digital**, para evaluar y testar otros factores relevantes para el proceso.

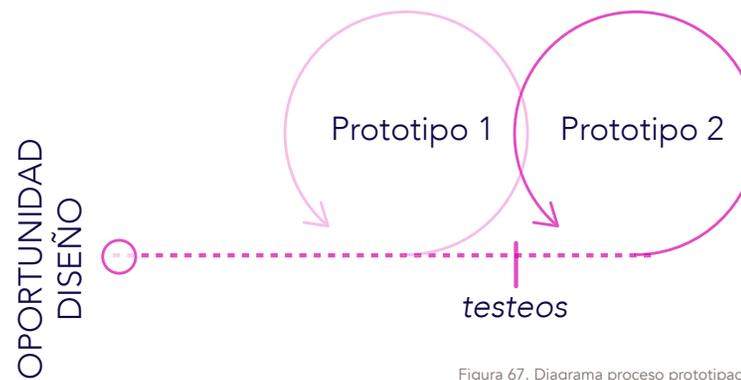


Figura 67. Diagrama proceso prototipado. Elaboración propia.

## proceso prototipado n°2

Este segundo proceso de prototipado, esta vez se centra en **cuatro principales partes**, primero una búsqueda importante de referentes y antecedentes, luego se pasa a prototipar de forma digital, pero con wireframe de baja fidelidad, para después testarlos y analizar los resultados, obteniendo aprendizajes de este proceso, para poder pasar a la siguiente etapa con conclusiones y objetivos más concretos.

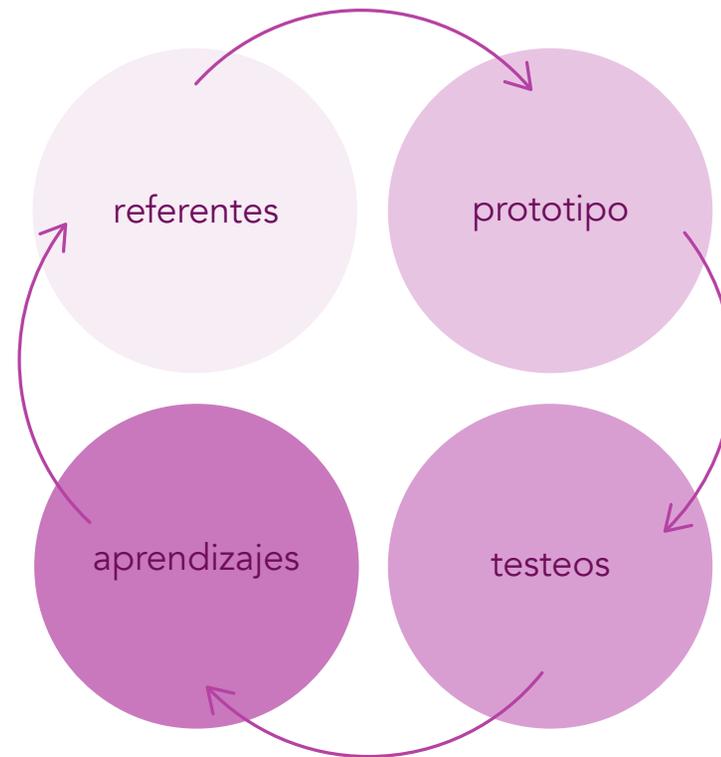


Figura 68. Diagrama proceso prototipado 2. Elaboración propia.

## referentes

### 1. Spotify

En cuanto a la etapa de **búsqueda de referentes y antecedentes**, se toman algunas páginas web ya existentes que se relacionan con este proyecto, especialmente en el ámbito de **diseño e identidad** que se busca alcanzar.

Se rescatan de ciertas páginas web, su diseño, su lenguaje, la identidad, la forma de entregar la información etc. Y a partir de esas observaciones, se pretende diseñar una identidad propia que se diferencie de lo que ya existe actualmente, inspirándose en **tendencias actuales**, para que sea una plataforma **llamativa para los adolescentes**.

El primer referente es Spotify, plataforma para escuchar música. Esta es la mejor aplicación de streaming de música (según músicos, productores y DJs) y es la más antigua de las plataformas, apareció el 2006. Además la más grande, al contar con más de 320 millones de usuarios en el mundo, en **su mayoría adolescentes**.

Se destaca la identidad de esta marca, diferenciándose fuertemente de la competencia, utilizando variedad de **colores**, muchas ediciones en sus fotografías, juegos con la **tipografía**, uso de **íconos** para diferenciar los temas. Se considera **memorable**, concepto que también se busca alcanzar para este proyecto de diseño.



Figura 69. Mood board referente. Elaboración propia.

## 2. Fintual

Fintual es una Administradora General de Fondos, sociedad anónima especial supervisada y regulada en Chile por la Comisión para el Mercado Financiero. Es también una empresa tecnológica que automatiza procesos y rutinas típicas en la industria financiera, permitiendo el enrolamiento remoto de clientes y las acciones de inversión y rescate **de manera sencilla y eficiente**.

El tema financiero para muchos puede ser muy complejo, y en este proyecto, lo que se rescata de Fintual, es que intenta ser lo más **amigable** posible para el usuario, usando un **lenguaje amigable e íconos**.

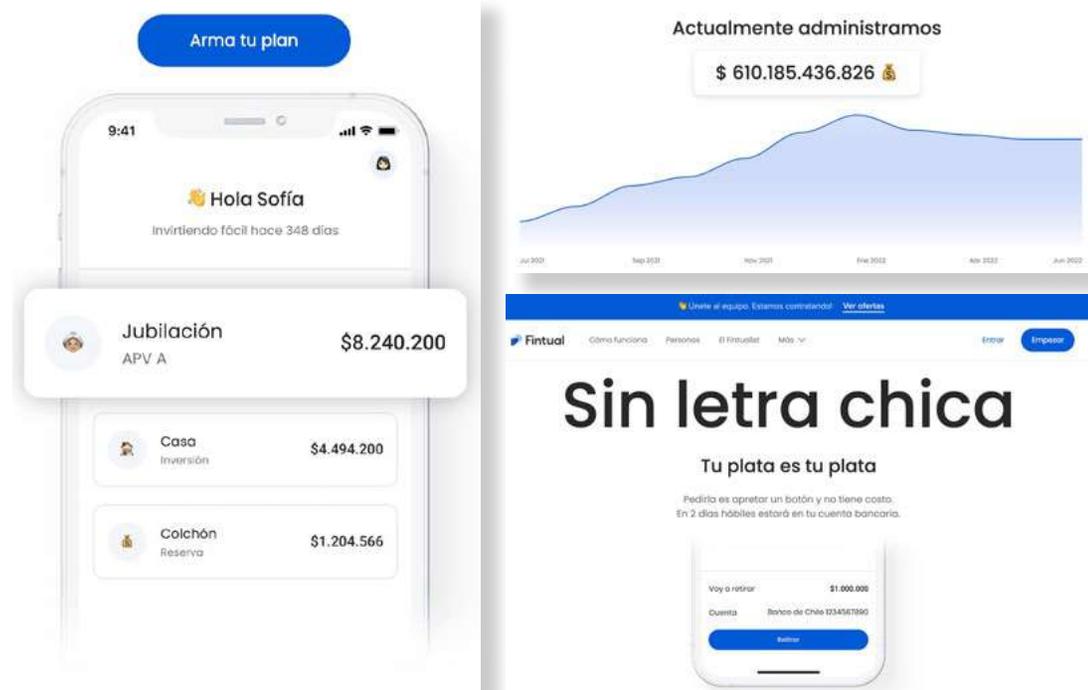


Figura 70. Mood board referente. Elaboración propia.

### 3. Slabinsky

Este tercer referente, también es un sitio web de finanzas. Lo que se destaca de esta plataforma, es su diseño que se aleja de la apariencia clásica que suelen tener las plataformas que entregan información técnica como en este caso sobre finanzas.

Se rescata el uso de **gradiente de fondo**, lo cual hace que el fondo sea claro y no interviene en la lectura, pero no tiene una apariencia lisa de un solo color, por lo que ayuda a generar más **dinamismo** durante el recorrido de la página.

Se hacen juegos con las **tipografías** y sus tamaños para **destacar** ciertas cosas, de la mano de íconos, flechas, rayas tipo hechas a mano etc, para hacer más **atractiva** la página.

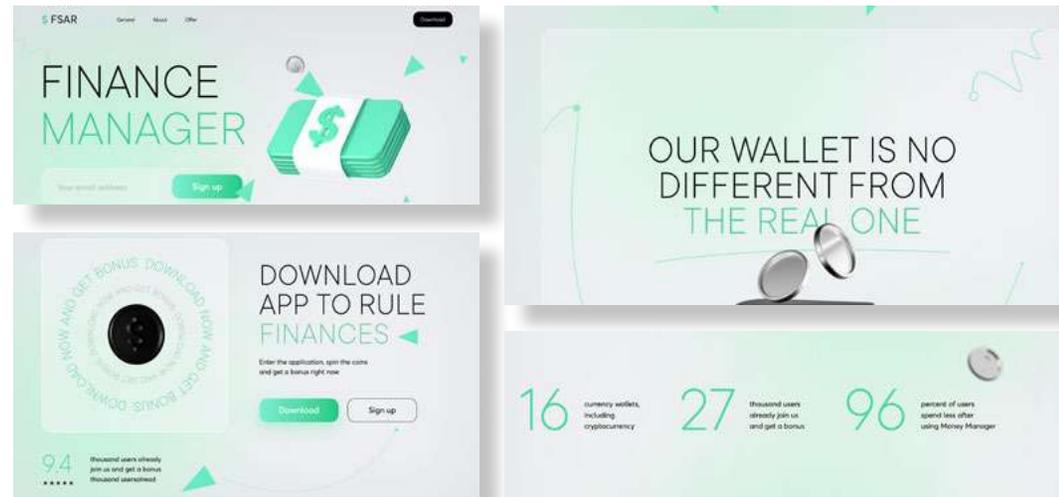


Figura 71. Mood board referente. Elaboración propia.

## 4. Bioderma

La mayoría de los antecedentes relacionados con el tema de la piel y sus cuidados, suelen ser muy **sobrios**, lo cual se aleja de la finalidad de este proyecto. Pero lo que si se destaca, de páginas clásicas de cuidado de la piel, es el **uso de íconos** en algunas plataformas como Bioderma.

Los íconos que acompañan los textos, hacen que la información no sea tediosa de leer, ayuda a **comprender** lo escrito y hace más **dinámica** la lectura de la página. Por lo que son imprescindibles para páginas que entregan información.

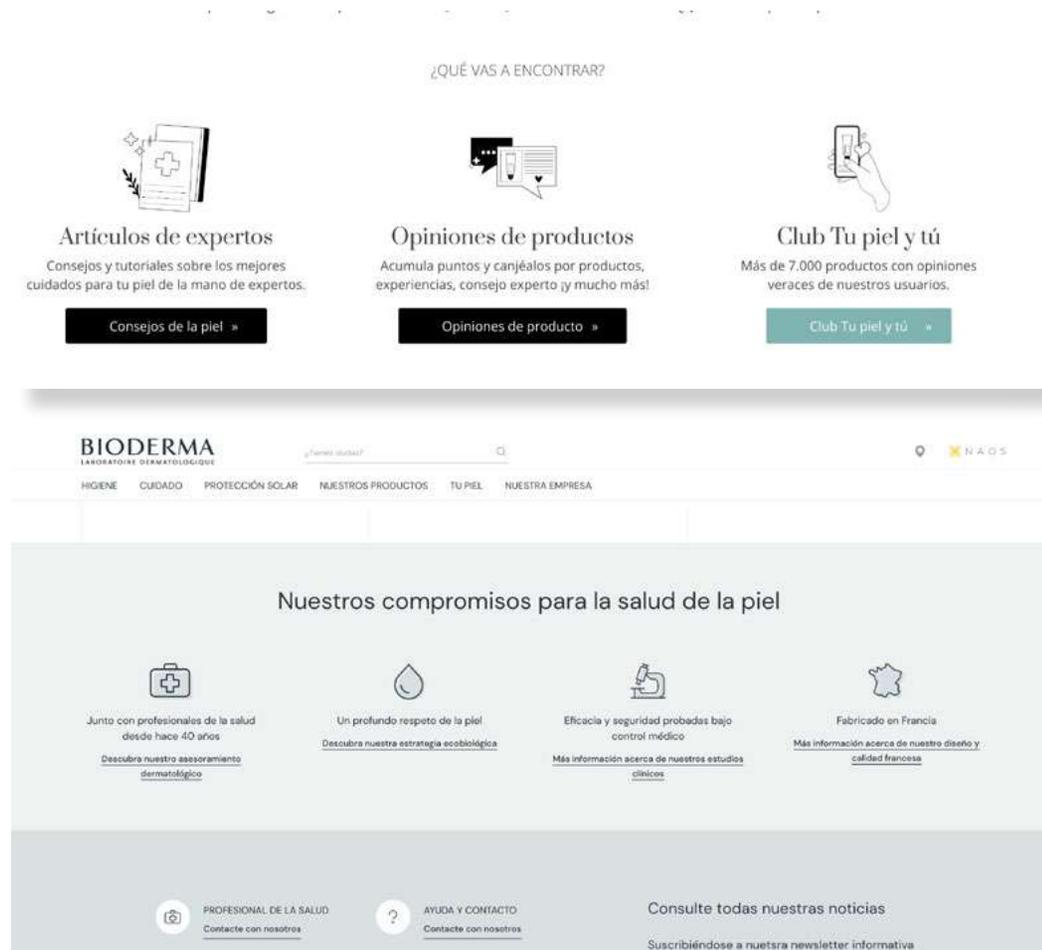


Figura 72. Páginas referentes.

# 5. Add Skin

Es una startup chilena nacida el 2021 para entregar **conocimiento de skincare** y sus rutinas diarias, buscan generar un ritual de amor propio y tiempo para uno.

En esta plataforma se pueden **comprar productos** para armar tu rutina. Están aliados a varias marcas de cuidado personal y belleza. Proponen la **ayuda de expertos** para crear tu rutina, el problema es que la "persona experta" que te ayuda, en realidad es un **asistente virtual** que te va haciendo preguntas programadas por un chat y luego de eso te entrega productos recomendados para una rutina. Por ende, no es en realidad un experto certificado que te asesora de forma personalizada.

Lo que si se rescata de esta marca, es que buscan **alejarse de lo convencional**, utilizando un **lenguaje amigable** para el usuario, con colores fluor, emojis, memes etc. Aún así, podría estar siendo ser mucho uso de "informalidades", ya que se aleja de ser una página creíble, seria y respaldada.

\* Página Web:

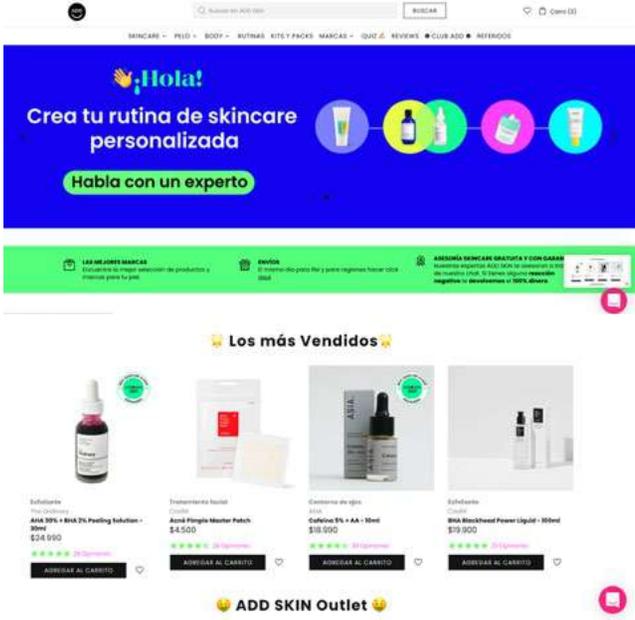


Figura 73. Página referentes.

\* Instagram:



Figura 74. Instagram referentes.

## prototipado

Luego de la revisión de antecedentes y referentes, se pasa a esta segunda etapa de **prototipado**. Esta vez, se prototipa de forma **digital**, creando **posibles versiones de la página web**. Se busca probar el orden y diagramación del contenido y testear que se esté diseñando de forma correcta.

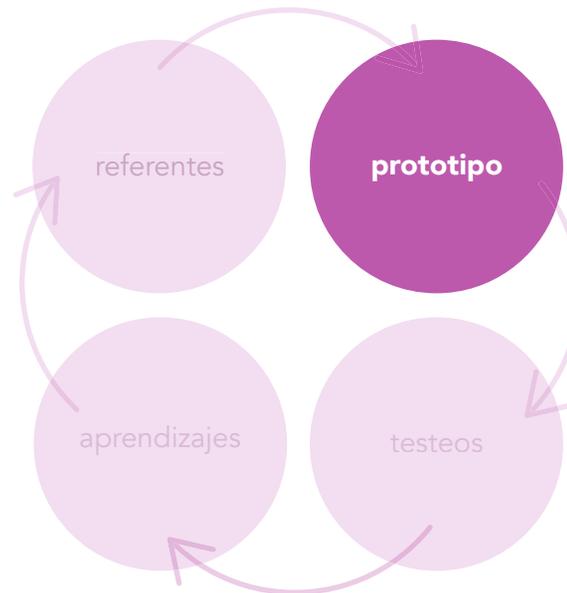
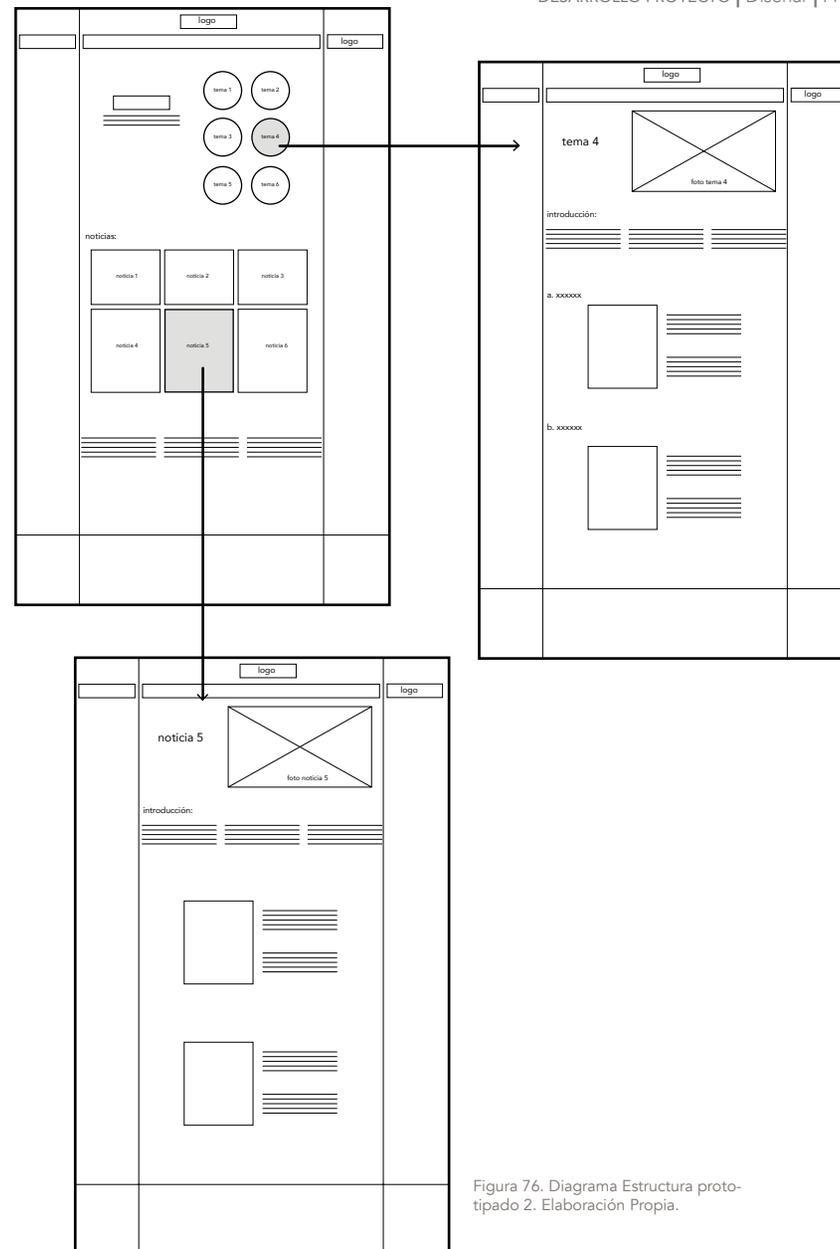


Figura 75. Diagrama proceso prototipado 2. Elaboración Propia.



Lo primero fue definir la **página principal**, y las **páginas secundarias**. Se decide que en la página de inicio, debían estar los **6 temas de cuidados preventivos** a tratar, y desde ahí que se derivara a una segunda página con información detallada sobre el tema.

Estas 6 páginas, sobre los temas seleccionados con la Sociedad Chilena de Dermatología, tendrían una **información determinada fija** siempre. Por lo tanto, para tener una sección **actualizable y más dinámica**, se propone hacer una sección de noticias, para mantener la página actualizada y al público objetivo tenerlo **cautivo e interesado** en cada vez saber y aprender cada vez más.

Figura 76. Diagrama Estructura prototipado 2. Elaboración Propia.

## testeo y aprendizajes

Se le muestra la propuesta a Estefanía, la periodista de Sochiderm. Ella es la encargada de la comunicación en la Sociedad. Se le envía el prototipo, para ver si ella los **entiende de forma fácil e intuitiva**, y que entregue su **opinión**.

Memoria de Título - Julio 2022



Me parece excelente. Claramente tiene que haber información que permanezca siempre ahí en bandeja para los jóvenes. Pero ideal que vaya saliendo **material nuevo** porque o sino se meten una vez nomas y listo. Ideal que se **mantengan enganchados** con información nueva todo el rato.

(Estefanía, 2022)



Me tinca pero ojalá sea **más choro y entretenido** igual ¿o no? Para que sea bien llamativo para el adolescente y todo eso. Quizás se ve **muy tieso** ¿o no? Pero va **bien encaminado** porque se entiende todo perfecto.

(Estefanía, 2022)

## PROTOTIPADO 3

Continuando con la etapa de "Diseñar", comienza una tercera fase de prototipado, esta vez pasan a ser **prototipos funcionales y de alta fidelidad**, con los cuales se busca evaluar el recorrido por la página, la lectura de los contenidos, los colores, tipografía, legibilidad, entre otros.

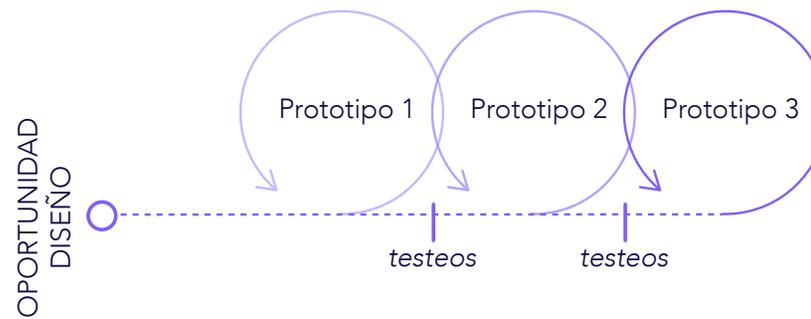


Figura 77. Diagrama proceso prototipado 3. Elaboración Propia.

## proceso prototipado n°3

Este tercer proceso de prototipado, también se centra en **cuatro principales partes**. Primero se comienza a desarrollar prototipos **funcionales** con el programa Wix, para luego hacer testeos con el fin de analizar principalmente el ámbito gráfico y de identidad. Con esto se busca obtener aprendizajes para el proceso de **iteración** y **re diseño**, puliendo cada vez más el proyecto hasta llegar a una propuesta final.

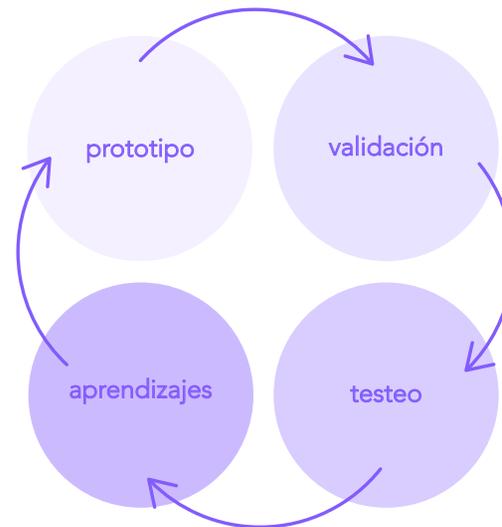


Figura 78. Diagrama proceso prototipado 3. Elaboración Propia.

## Primer prototipo

Se diseñó en **formato celular**, pensando en que los jóvenes entrarían principalmente desde sus teléfonos. En este primer intento, se prueba usar un **fondo oscuro** para **contrastarse** con colores claros y blancos. Se utiliza como base una paleta de colores **morados y azules**, los cuales después se complementarían con otros colores, específicos para cada tema, para **diferenciar las secciones** entre ellas.

Se utiliza una frase al comienzo para llamar la atención del usuario. Se busca usar una **tipografía informal**, con estilo hecha a mano, acompañadas de **flechas** para hacerlo **amigable** al usuario y **disminuir la formalidad** de este tema más científico que se está tratando.

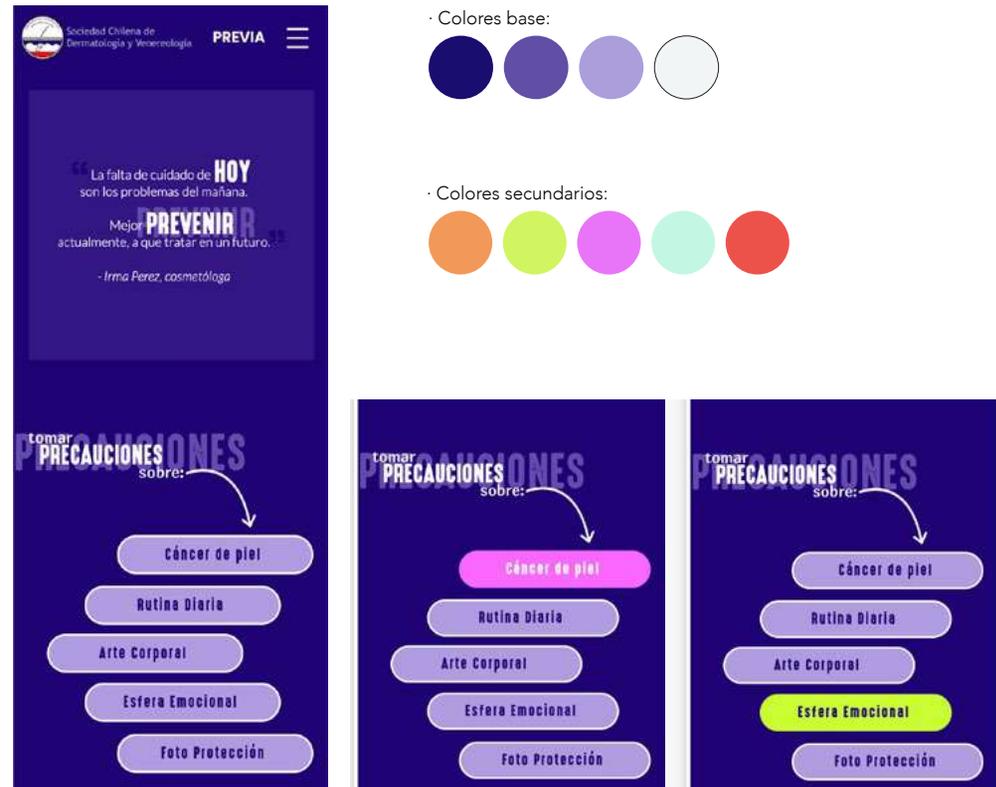


Figura 79. Prototipado sitio web. Elaboración Propia.

Cada tema, busca diferenciarse con un **color en particular**. Colores elegidos para que resalten en contraste con el fondo oscuro, y poder **destacar** ciertos términos, conceptos, información etc.

Se propone un primer nombre: **"previa"**, concepto muy utilizado en la adolescencia para referirse a la junta entre amigos **antes de** algún evento. Por lo que se tomó este concepto para referirse también a un **"antes de"** pero en este caso refiriéndose a **"prevenir antes de que sea tarde"**.



Figura 80. Prototipado sitio web.  
Elaboración Propia.



Figura 81. Prototipado sitio web.  
Elaboración Propia.

Se realiza una videollamada con usuarios y algunos de los **expertos** en la piel y se les muestra esta primera propuesta para **validarla antes de testearla**.

Surgieron varios comentarios relevantes, especialmente relacionados con el **colorido y el orden** de los contenidos. Se concluye que es interesante jugar con colores, flechas y diferentes tipografías para hacer un lenguaje amigable, pero está siendo un poco **exagerado y forzado**, viéndose muy **desordenado y poco formal**.

Se observa que a pesar de la importancia del formato celular, estaba faltando la versión web vista desde el **computador**, en caso de que los jóvenes entren directamente desde ahí, además es más **cómodo** de leer y se puede entregar más información.

Siento que se ve un poco desordenado. Yo creo que falta jerarquía y que sea más limpio. Está bien que no sea lo típico científico formal muy fome, pero quizás está siendo mucho..

Formato vista desde el computador no hay? Yo creo que es importante, mucho más cómodo para leer

Figura 82. Pantallazos comentarios testeos. Elaboración Propia.

## Segundo prototipo

En este segundo intento, se diseña un prototipo en vista de computador. Se mantienen los **colores fuertes resaltando sobre un fondo oscuro**, pero esta vez intentando un **mayor orden y jerarquía**, utilizando tipografías un poco “menos informales”.

Esta vez se prueba un nombre del proyecto diferente: “prevenSKIN” para hacer más alusión a lo que busca el proyecto en cuanto a prevención, pero que se entienda rápidamente que se **relaciona con la piel**.

En la página de inicio, también se destacan los **6 principales temas**. Incluyendo cicatrices, que se estaba dejando de lado, y Sochiderm recalcó su relevancia y falta de información en esta área.

Esta vez se utilizan imágenes para diferenciar cada uno de los contenidos. Esta con un **tratamiento y edición de color**, para que mantengan el **mismo lenguaje**.

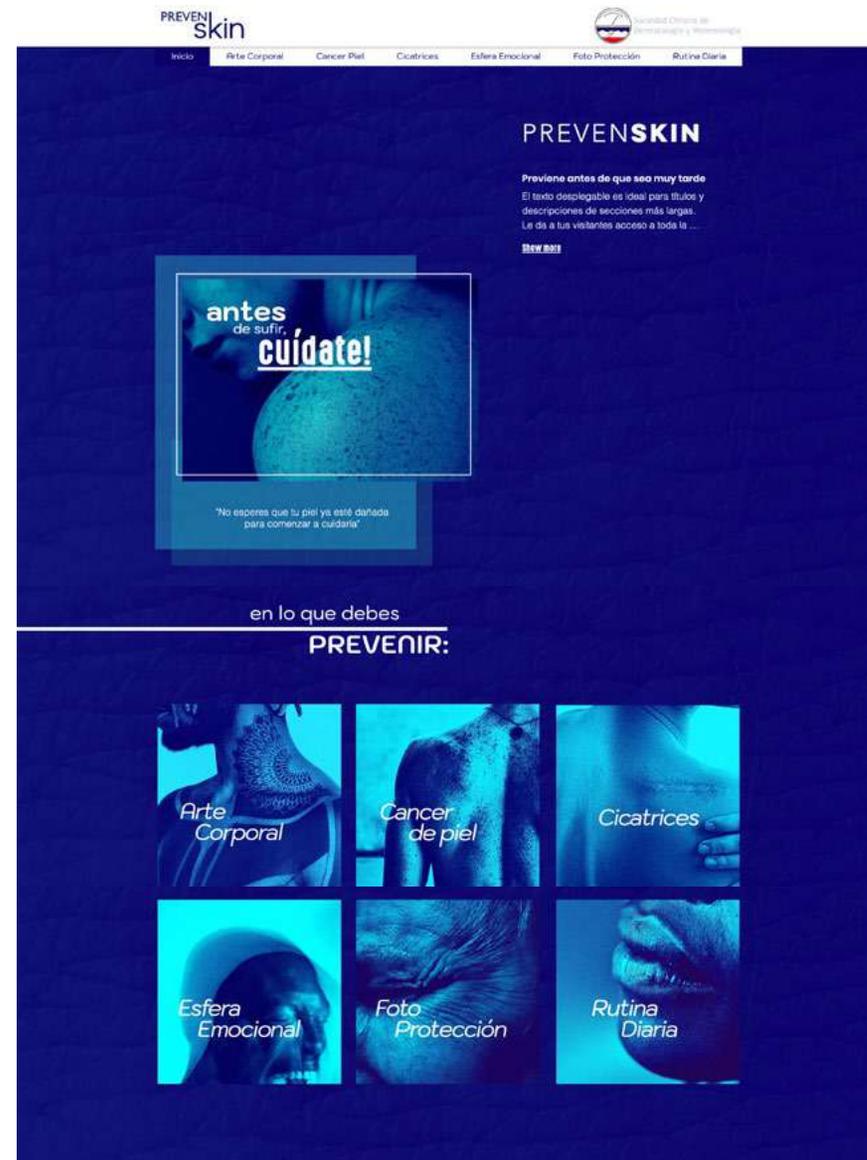


Figura 83. Prototipo página inicio. Elaboración Propia.

En la página de inicio, estarían los 6 temas del **mismo color**. Pero al pasar el mouse sobre alguno de los títulos, este cambiaría de color, **diferenciándose del resto** y haciendo entrada al tema seleccionado, el cual se diseña con ese color como base.



Figura 84. Prototipo página inicio efecto cursor. Elaboración Propia.

Luego de este prototipo se concluye que definitivamente **el fondo oscuro no es el indicado**. A pesar probar poniendo texturas en el fondo para que deje de ser liso, la legibilidad no es buena, y le resta mucha seriedad a la página. El tratamiento en las fotografías está generando que se aleje mucho de la realidad.

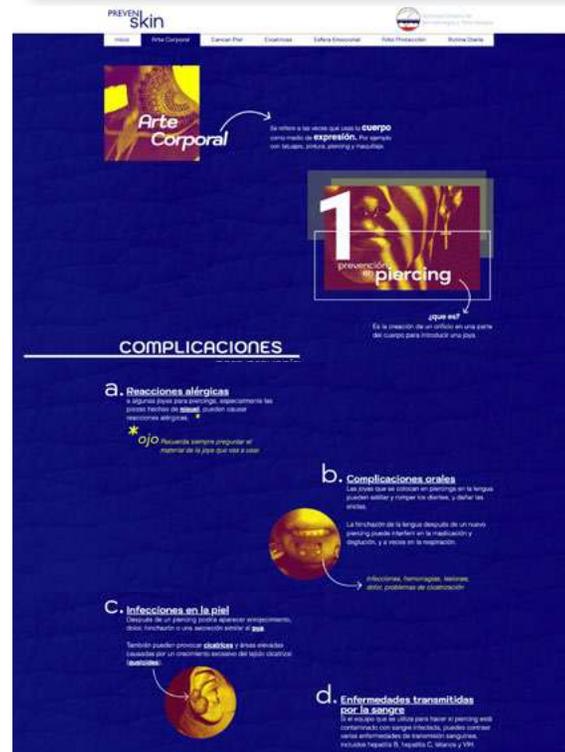


Figura 85. Página interior prototipo.

Es choro y distinto pero me pasa que no lo relaciono tanto con la piel. No se si será bueno o malo jajaj pero quizás esta siendo demasiado alternativo o no? 😬

Es distinto, eso me gusta! Pero quizás es demasiado o no? Como que hay cosas muy extra y yo creo que hay que definir si las fotos son cuadradas o redondas

Siento que hay que probar con otro fondo, este no esta dando credibilidad

Figura 86. Pantallazos comentarios tests. Elaboración Propia.



## PROTOTIPO FINAL

---

Continuando con la etapa de “Diseñar”, comienza la última fase de prototipado. Luego de haber recopilado suficiente información gracias a los prototipos anteriores, se llega al desarrollo de un **prototipo final en la plataforma Wix.**

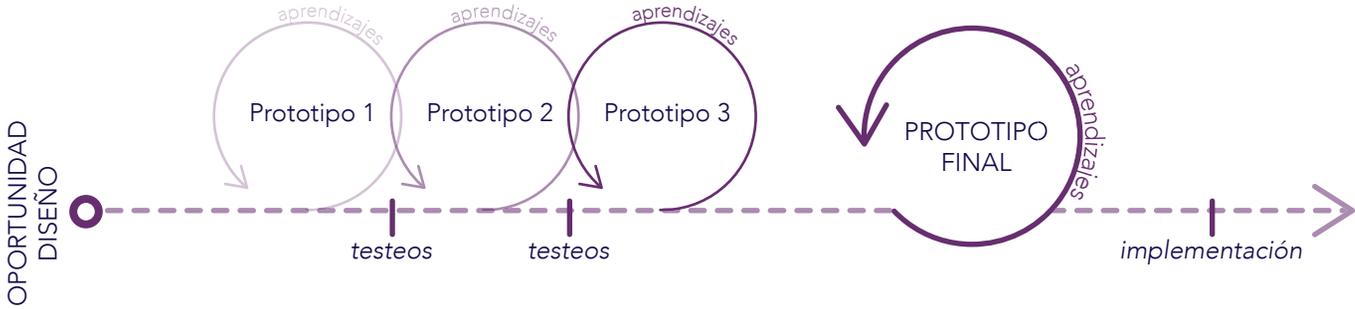
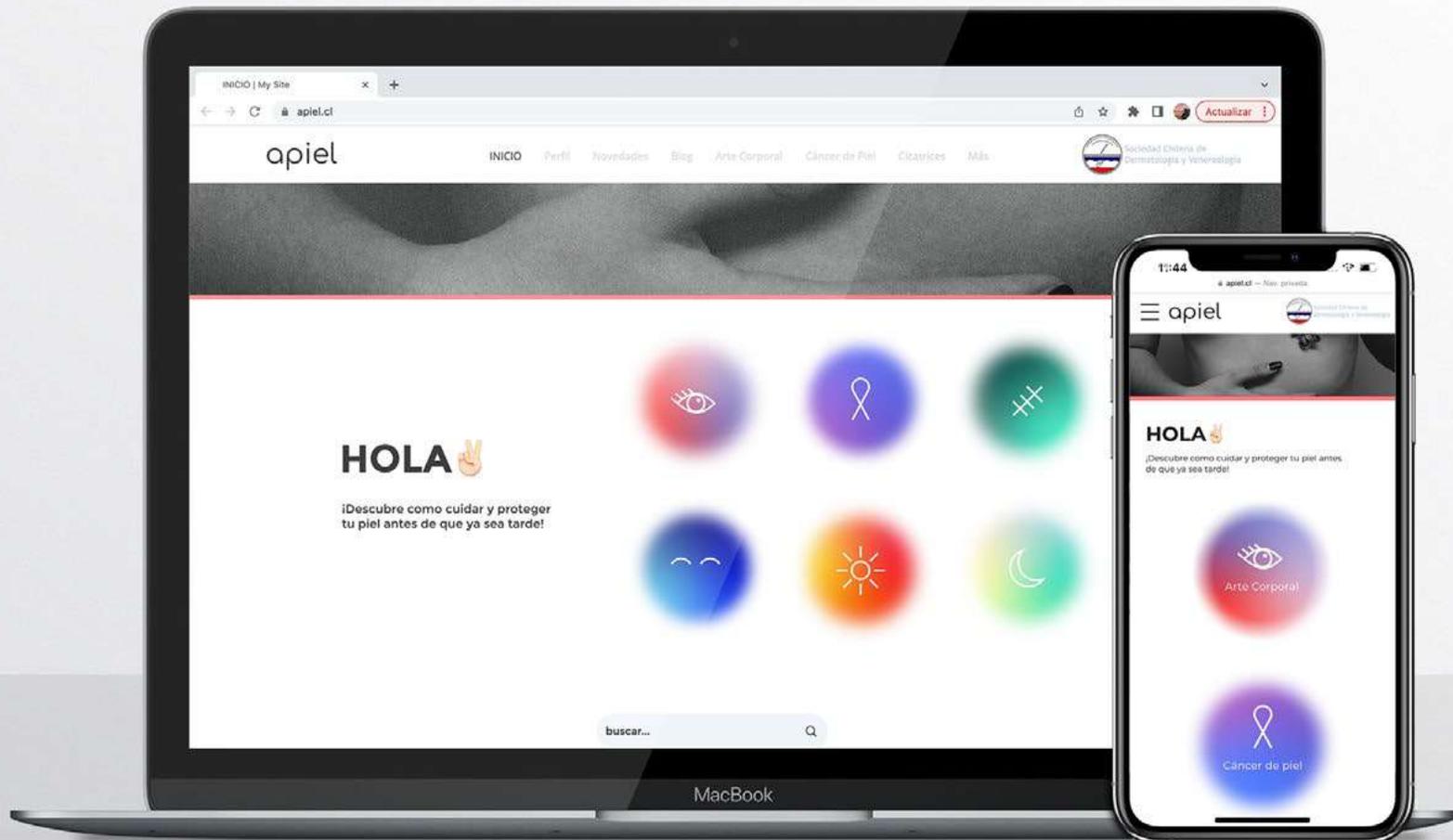


Figura 87 Diagrama proceso prototipado. Elaboración Propia.



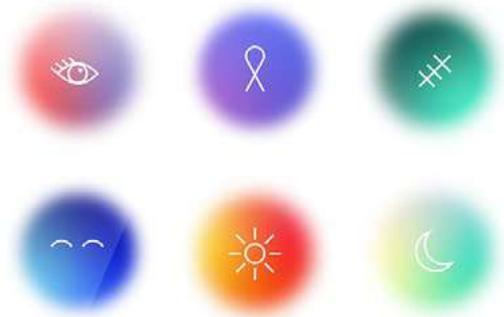
apiel

INICIO Perfil Novedades Blog Arte Corporal Cáncer de Piel Cicatrices Más

Sociedad Chilena de Dermatología y Venereología

HOLA 🕊️

¡Descubre como cuidar y proteger tu piel antes de que ya sea tarde!



buscar... 🔍

MacBook

11:44 apiel.cl - No. privada

apiel

Sociedad Chilena de Dermatología y Venereología

HOLA 🕊️

¡Descubre como cuidar y proteger tu piel antes de que ya sea tarde!



El desarrollo de este prototipo final se realiza en la plataforma Wix, para hacerlo de la forma más **real y dinámica** posible. Para luego, **comprar el dominio** y efectivamente poder **lanzar el sitio web**.

Fue un largo proceso de **re diseño y constante iteración**, se tomaron todos los aprendizajes de los prototipos anteriores, para partir con este último prototipo final de la **plataforma informativa "Apiel"**.

En la imagen a continuación, se observa la **página de inicio** al entrar en el sitio web. Esta contiene el logo del proyecto, y el **logo de la Sociedad Chilena de Dermatología**, la idea es darle protagonismo, para que desde que uno abre la página, se vea el **respaldo** de esta importante organización.

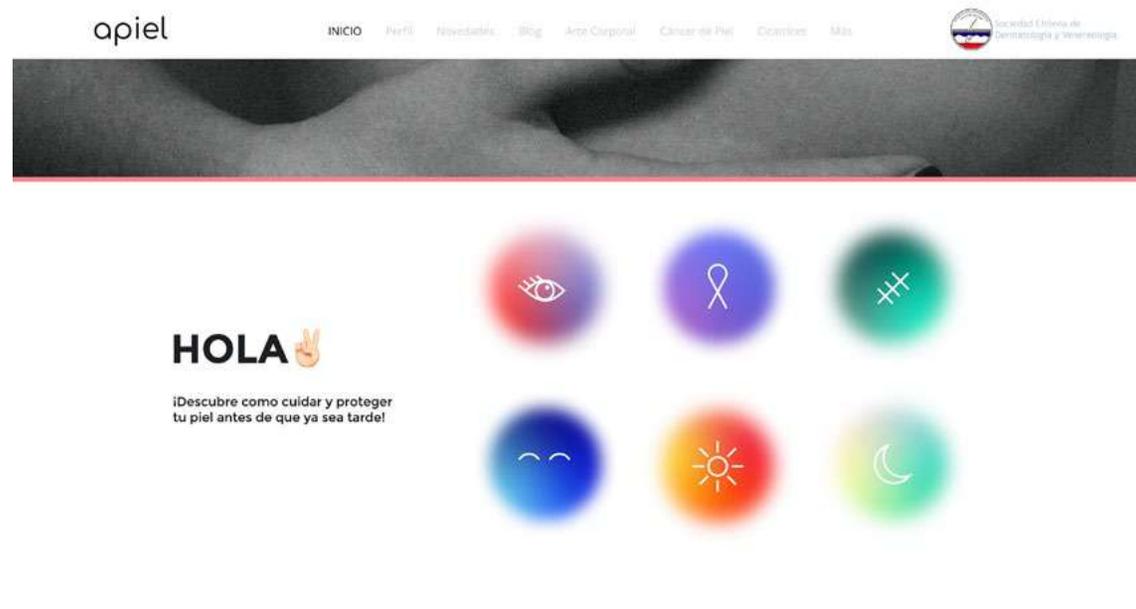


Figura 88 Pantallazo página de inicio prototipo final sitio web.



ESCANEAR ESTE CÓDIGO PARA UNA MEJOR VISUALIZACIÓN DEL SITIO WEB.

## Recursos Gráficos

Se intenta tener variedad de recursos gráficos, para lograr que la página sea dinámica y tenga varios ítem que acompañen la lectura, para hacerla más **amigable y fácil de entender** para los adolescentes, ya que el contenido suele ser muy técnico.

Dentro de estos recursos, se utilizan los círculos con **gradientes**, variedad de colores, para diferenciar los temas entre ellos. Se ocupan **emoji e ilustraciones** para recalcar o explicar ciertas cosas del texto.

Todas las páginas tienen una **franja superior**, con una foto en blanco y negro, introductoria al respectivo tema, y para generar una unión entre cada una de las páginas de sitio.

Se utilizan **botones** para redirigir a otros lugares del sitio web o a redes sociales. También fotos con marco **circular** y siempre en blanco y negro para no hacer distinciones en los colores o tonos de las pieles. Ya que los cuidados son para **todos los tipos y tonos de piel**.



Figura 89 Conjunto de recursos gráficos utilizados. Elaboración propia.

Para este proyecto de diseño, se escoge un estilo de **colores en degradado**, y círculos con gradiente, estos se utilizan en el fondo, y para destacar ciertos ítem. Se toma esta decisión para **darle color y energía al sitio**, pero sin dejar de lado la importancia del fondo blanco, o más bien **claro, para la mejor legibilidad posible**.

“El degradado o gradiente es una combinación de uno o varios colores ordenados generalmente de forma lineal o radial, en la que se realiza una **transición gradual**, suave y progresiva. Es un técnica causa **gran impacto a los consumidores** sobre todo, a los **milenials** ya que este añade un **toque moderno y actual**. Por eso, no nos extraña ver marcas como Instagram, Meta y Apple usando el degradado para la creación de su marca y de sus productos” (JumboPrinters, 2022).

Desde que uno entra a la página de inicio, se encuentran 6 círculos con borde difuminado, o, **estilo gradiente**, los cuales podrían parecer seis **“imperfecciones”**, tipo granos, manchas, inflamación, estas destacan sobre este fondo blanco. Estos refieren a cada uno de los 6 temas principales de cuidados preventivos de la piel en la adolescencia.

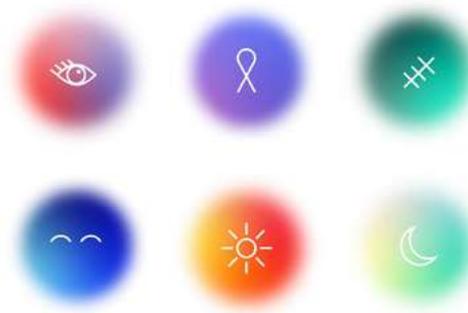


Figura 90. Temas con sus respectivas gradientes. Elaboración propia.

**Todas las secciones tienen el mismo formato de inicio.** Se mantiene la barra superior que incluye los logos y los contenidos, y luego todos los ítem tienen una franja en la parte superior, que contiene una foto en blanco y negro, la cual introduce al tema seleccionado y genera una **unión visual** entre toda la página y sus secciones.

También se mantiene permanente el recurso de **fondo con gradientes** de color, para unificarse entre las páginas, pero diferenciándose entre ellas cada una con su respectivo colorido, pero siempre manteniendo un **tonos claros o baja opacidad, para no dificultar la legibilidad**, a no ser que se quiera destacar algo.



Figura 91. Estructura y diseño inicio página web.

Desde la página de inicio se deriva a las diferentes secciones en donde se profundiza de cada tema. La figura a continuación, muestra el boceto del **formato que mantienen todos los ítem**, en el inicio.

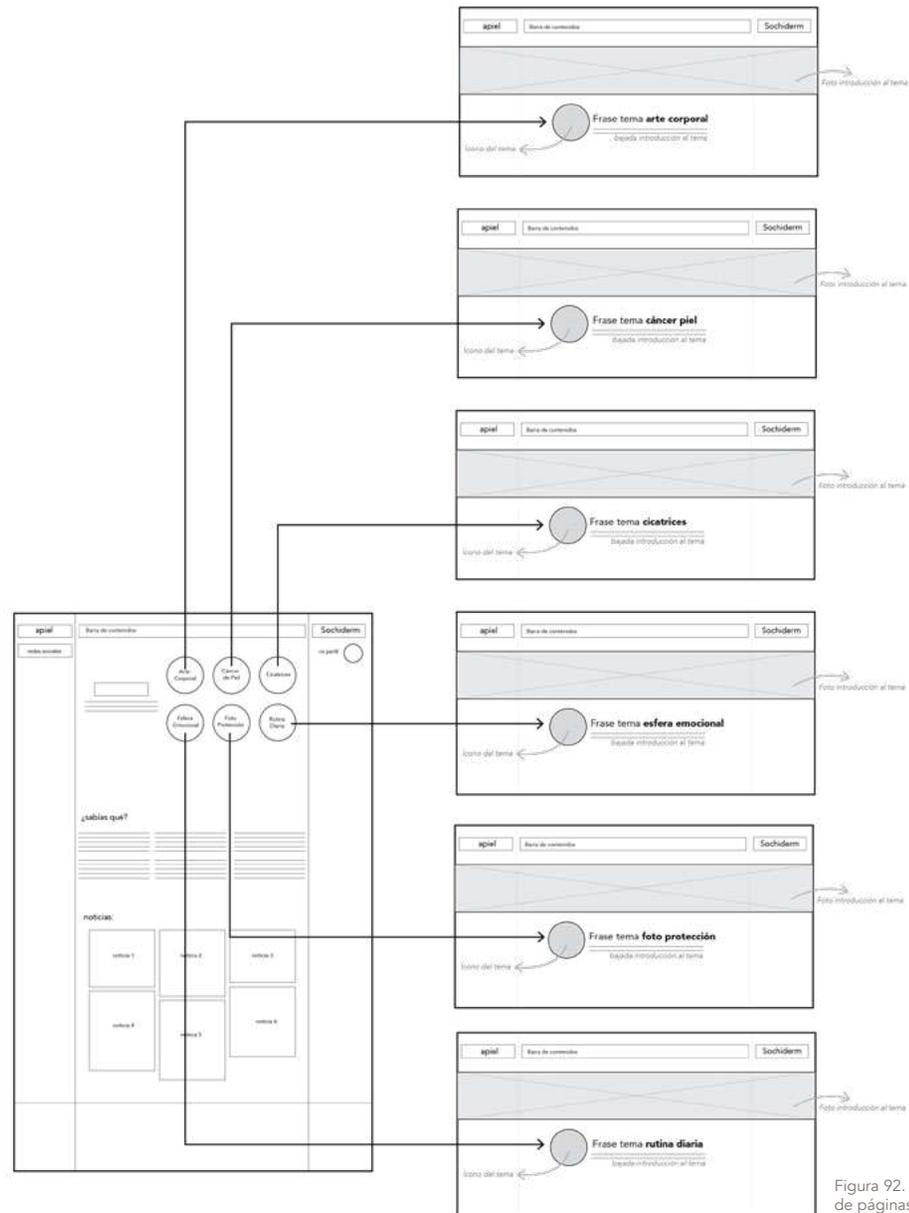


Figura 92. Estructura y gráfica de inicio de páginas. Elaboración propia.

## Contenidos

Los contenidos se escogen luego de las técnicas aplicadas y las conversaciones con la Sociedad Chilena de Dermatología, según los temas en que está faltando **información que está faltando** en los medios, y que es la **más relevante** de dar a conocer a los jóvenes que están en la edad para prevenir.

Es importante aclarar que el contenido actual de la página *apiel.cl*, aún **está en proceso de validación por los expertos**, por ende, está sujeto a modificaciones. Se tomó la información diagramada como **base para diseñar el sitio**, pero puede no ser el contenido oficial.

Los diferentes contenidos que conforman el sitio, se dividen en dos, primero el sector de **información fija**, es decir, que no se actualiza, a no ser de que sea puntualmente necesario agregar o cambiar algo. Estos son los **6 grandes temas** sobre cuidados preventivos de la piel. Estos contienen siempre o casi siempre, la misma información, estando a disponibilidad de cualquier joven que quiera informarse en algún momento.

Por otro lado, están los **contenidos actualizables**. Primero, el **perfil** del adolescente y la información propia, con los temas de interés, las preguntas realizadas. Luego está el **blog** de preguntas a los expertos, que está en constante actualización por los comentarios y dudas de los usuarios de la página, y los expertos al responder las dudas de los jóvenes. Y por último, hay una sección de **novedades** o noticias, con contenido interesante sobre la piel y sus cuidados, para derribar mitos y tener al usuario en un constante aprendizaje.

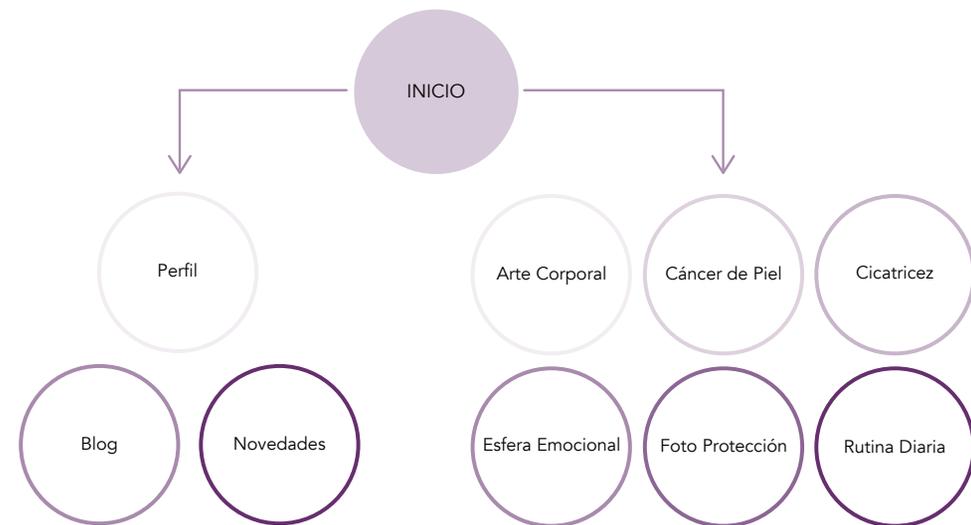


Figura 93. Diagrama contenidos sitio web. Elaboración propia.

## 1. Inicio

Al abrir la página web, aparece el **inicio**, que es una de las páginas más importantes, ya que es la **primera impresión** que tiene el usuario. Por lo que es muy relevante la jerarquía de la información que se entrega, y que en esta sección, se muestre lo fundamental para llamar la atención del lector e incentivar que navegando.

En la parte superior se encuentra el logo del proyecto, y el **logo de la Sociedad Chilena de Dermatología**, este es clave de resaltar desde que uno entra a la página, para que quede claro rápidamente, que toda la información está respaldada por la organización.

Los 6 temas principales se encuentran en la página de inicio para dar la opción de un acceso rápido. Estos ítem, se diferencian entre ellos por el **color y por una ilustración vectorial** que representa a cada uno.

A simple vista, estos círculos solo contienen el ícono que representa cada tema, que se destaca en un color blanco sobre los diferentes colores. Pero al **deslizar el mouse sobre el tema elegido, aparece el nombre** de la sección a elegir, tal como se muestra en la imagen. El usuario puede hacer clic en cualquiera de estos, y **elegir en que tema profundizar** la lectura. También se puede escoger desde la barra superior con los contenidos.

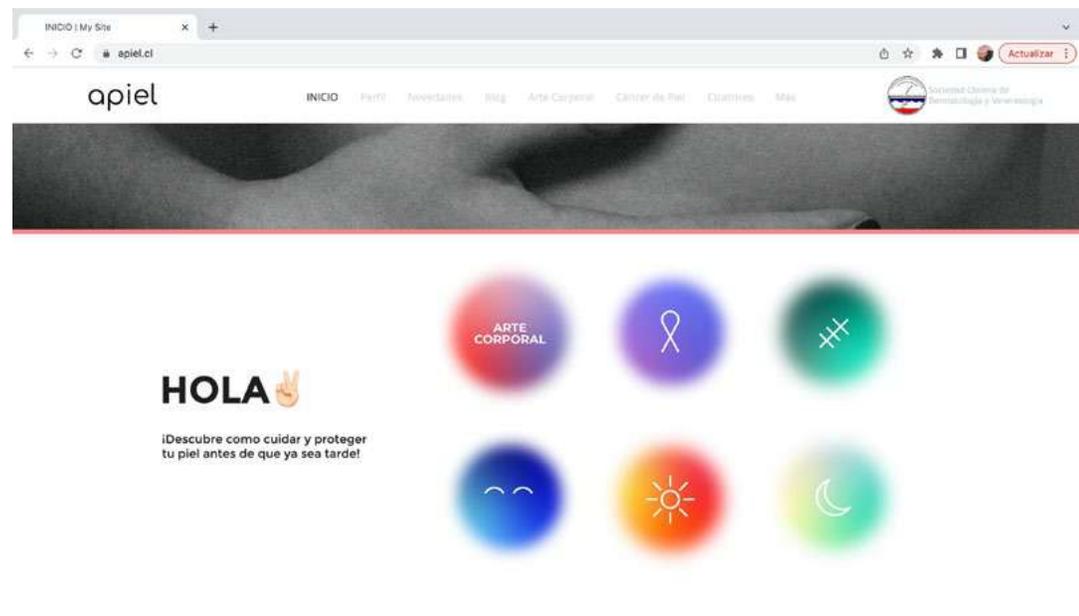


Figura 94. Página inicio prototipo funcional sitio web. Elaboración propia.

En la imagen se observa una **vista ampliada** de lo que es la página principal del sitio web, **vista desde un computador**. Esta contiene desde los logos y la barra de contenidos en la parte superior, hasta el pie de página que se mantiene de forma permanente en la parte inferior.

Al igual que el resto de las páginas, en la parte superior está la franja con una foto en blanco y negro, que introduce al tema y hace la unión entre las secciones. También se utiliza como recurso, un **fondo con gradientes** de color, para unificarse con el resto de las páginas. Siempre manteniendo un **tono claro, para que no dificulte la lectura**.



ESCANEAR ESTE CÓDIGO PARA UNA MEJOR VISUALIZACIÓN DEL SITIO WEB.

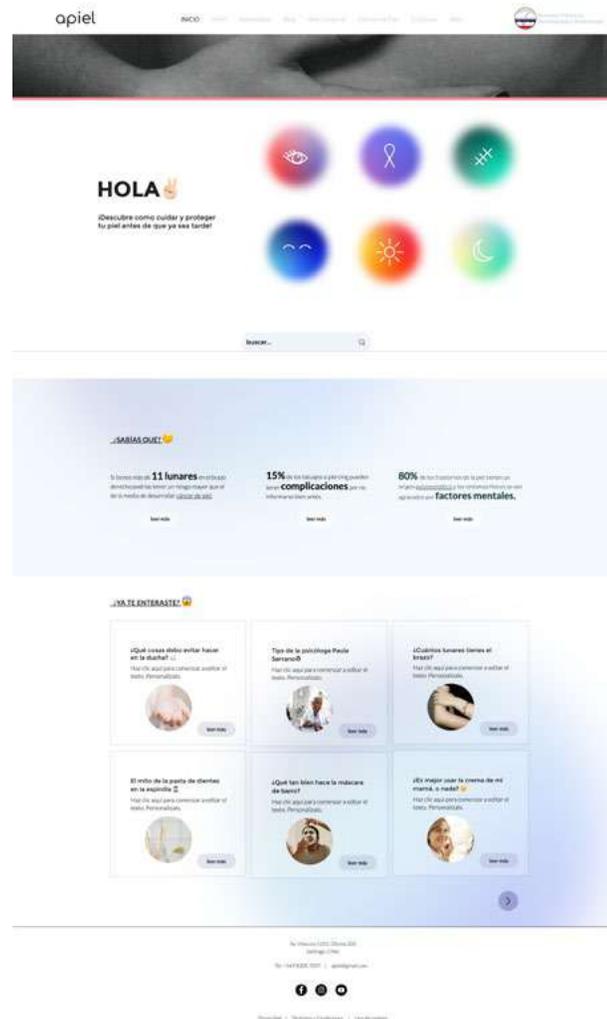


Figura 95. Página inicio prototipo funcional sitio web.

## 2. Blog

Al ser una página respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología, es importante que efectivamente los adolescentes puedan tener el **apoyo de los expertos** que conforman esta organización.

Muchas veces es difícil conseguir hora médica, otras veces no hay presupuesto, o simplemente no lo ven necesario. Y por eso es tan relevante esta sección destinada a **preguntas rápidas a especialistas**, para resolver dudas, descartar posibles problemas en la piel, o detectarlos a tiempo para comenzar a tratar.

Esta página comienza mostrando a los diferentes **expertos**, destacando el área médica de cada uno, con la opción rápida de **"preguntar"** a alguno de ellos si es que es necesario.

Luego está la sección de **"blog de preguntas"**, donde aparecen todas las dudas que han hecho otros usuarios. Esta parte es clave, ya que lo que preguntan unos, le sirve también a otros, entonces se crea una **red de apoyo**.

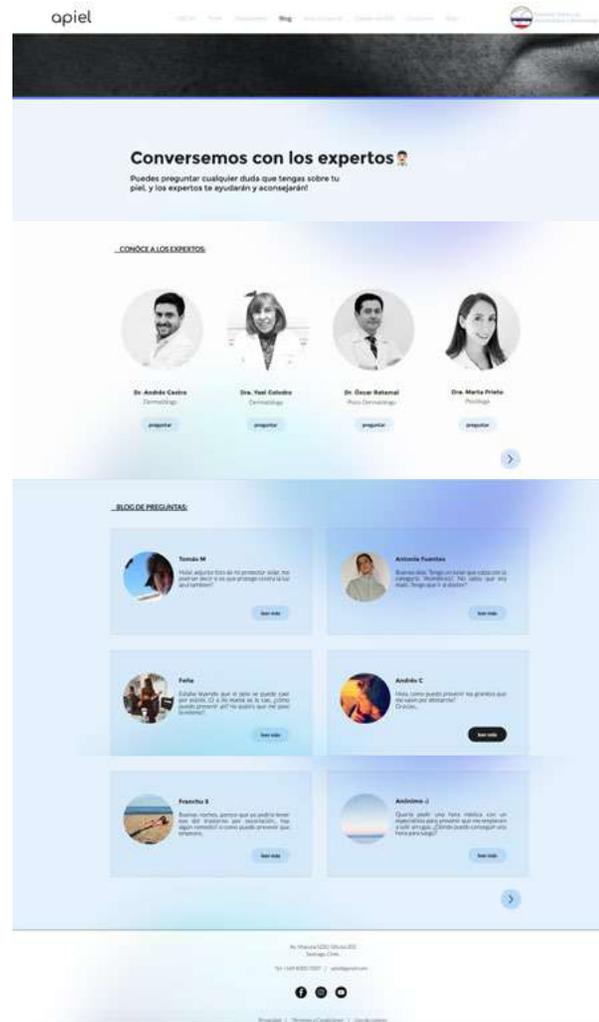


Figura 96. Sección blog del prototipo funcional sitio web.

### 3. Perfil

En la imagen se observa una **vista ampliada** de lo que es la sección "perfil", **vista desde un computador**. Esta sección busca que el sitio sea más **personalizado**, ya que primero lleva un registro de las propias preguntas a los diferentes expertos. Luego indica los temas de interés de cada usuario, mostrándolos de forma resumida, pero siempre con la opción de volver a leer más sobre el tema.

En proyecciones futuras pretende **potenciarse aún más** este ítem, para poder llevar un seguimiento de la propia piel y aprovechar actuales tecnologías de reconocimiento facial.

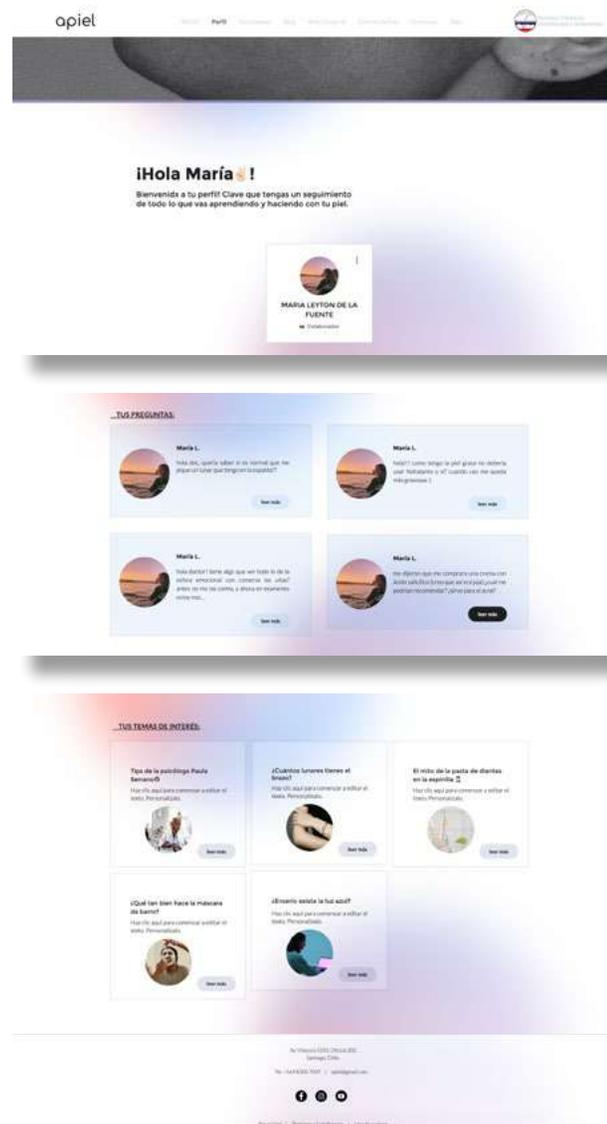


Figura 97. Sección novedades del prototipo funcional sitio web.

## 4. Novedades

Esta es otra de las secciones actualizables, y es muy relevante para mantener al **usuario activo**, enterándose de nuevas noticias o novedades, y así estar **constantemente aprendiendo** cosas nuevas sobre la piel y sus cuidados.

La página muestra los **“artículos” de forma resumida**, con un título y breve introducción acompañada de una fotografía. Si se desea profundizar en alguna en particular, está el botón de “leer más”, el cual redirige al usuario a una página con más información sobre ese tema en particular.

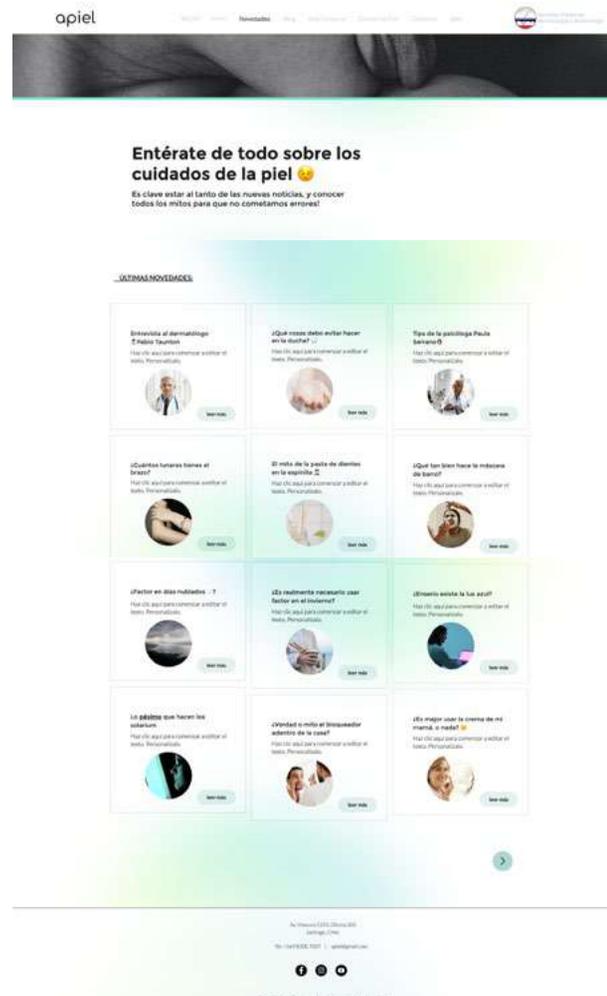


Figura 98. Sección perfil del prototipo funcional sitio web.

## 5. Arte Corporal | Maquillaje

Este es el primer tema, de los seis principales, sobre los cuidados preventivos de la piel en la adolescencia. Se ordenan de forma alfabética, por ende “Arte Corporal” es el primero.

Se busca hablar de forma **amigable**, para que el joven se sienta **cómodo** navegando por la página, y para esto también se usan palabras **inclusivas** (como: todxs), ya que además está “full tendencia” en la adolescencia.

La sección parte con una **frase corta** que introduce al tema de arte corporal: “a todxs nos gusta decorar la piel :)”. Esta busca que el **usuario se sienta identificado**. Ya luego la bajada dice: “pero hay que tener ojo con esto. Es clave cuidarse mucho la piel, especialmente las primeras semanas”, dando una señal de lo que sigue en la lectura, incentivando al adolescente que se sintió identificado con esto, quiera seguir leyendo.

El tema de arte corporal se divide en **tres grandes aspectos** sobre los cuales se entrega información. Primero **maquillaje**, luego **piercings**, y por último **tatuajes**. En la imagen a continuación, se muestra una vista ampliada de la **parte de maquillaje**.

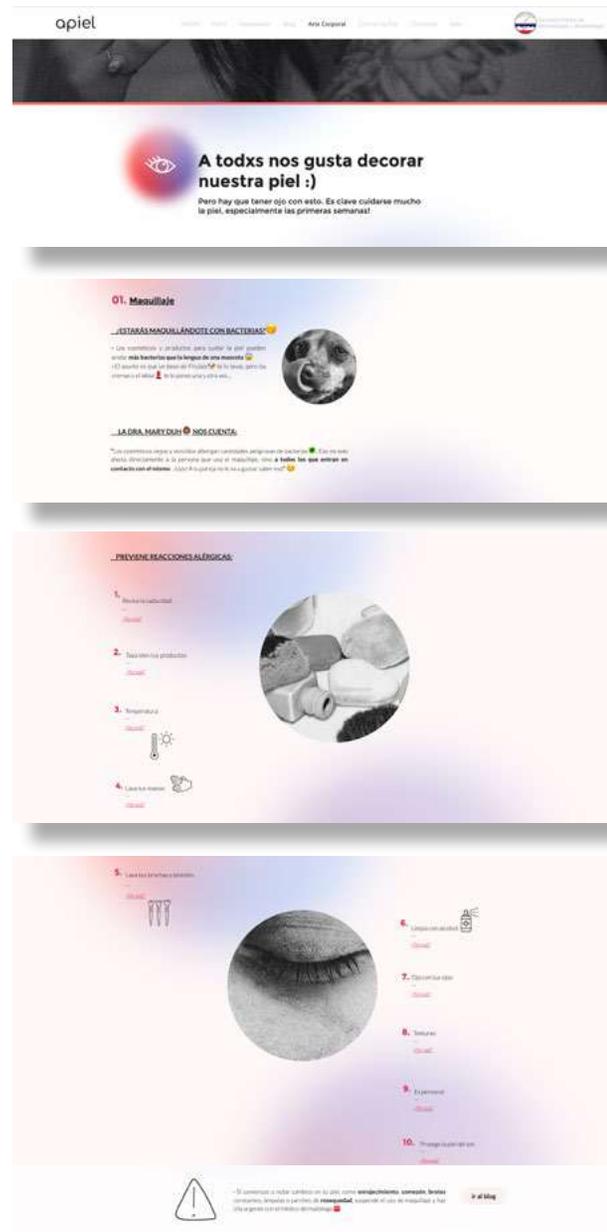


Figura 99. Sección maquillaje del prototipo funcional sitio web.

## 5. Arte Corporal | Piercings

En la imagen a continuación, se muestra una vista ampliada de la parte de **piercings**. Esta parte explicando lo que es un piercing, luego posibles complicaciones y después cómo prevenir estas posibles complicaciones.

Para que la página no se vea llena de información y no den ganas de leer, hay ciertas partes que los **textos se expanden** solo en el caso de presionar el botón "leer más".

La información se acompaña de **íconos**, **emojis** y ciertas **fotos** específicas para cada tema del cual se está hablando. La sección termina con una **barra de alerta**, que indica que si te sientes identificado con alguna de las complicaciones expuestas, debes acudir a un especialista y te da la opción de **re dirigirte a la sección "blog"**.

Es importante aclarar, que al navegar por la página, se genera una **continuación en el fondo y las gradientes**, y no cómo se ve en la imagen a continuación, que se ven cortes en el fondo, que en realidad son debidos a los pantallazos.

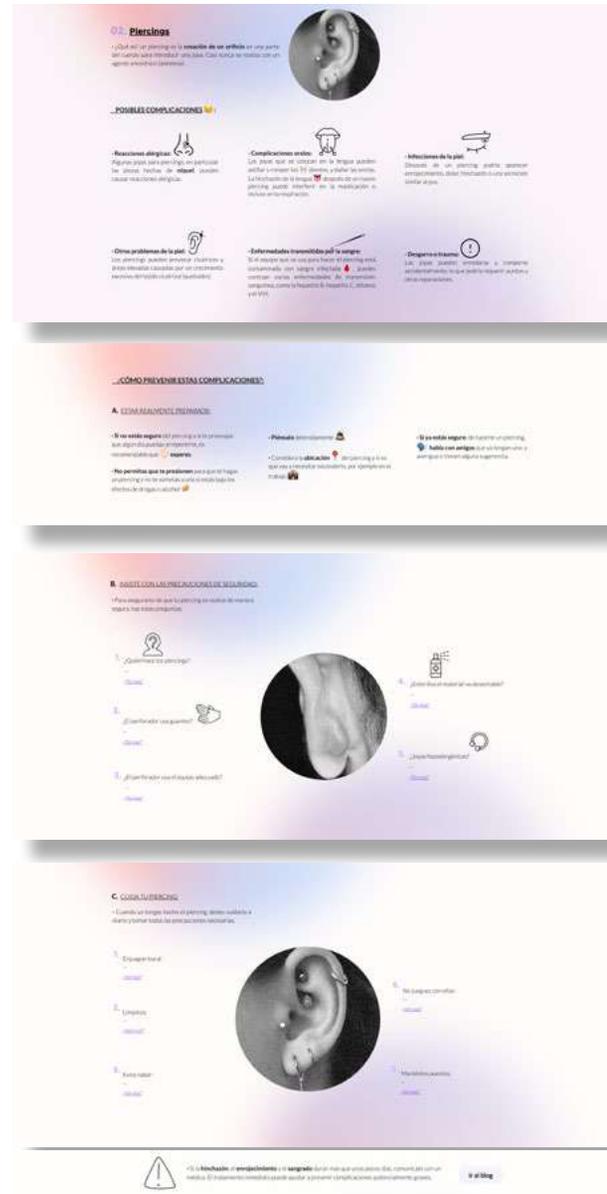


Figura 100. Sección piercings del prototipo funcional sitio web.

## 5. Arte Corporal | Tatuajes

El tercer ítem de arte corporal, son los **cuidados preventivos de los tatuajes**. Esta sección mantiene una estructura similar a las mencionadas anteriormente, donde los textos también se acompañan de ilustraciones, fotos y emojis.

La diferencia es que este ítem, es un **tema más complejo y delicado**, por lo tanto, requiere de más cuidados luego de hacerse el tatuaje. Por lo que, la última parte: **"cuida tu tatuaje"**, contiene bastante información y bien detallada para no sufrir complicaciones en esta forma de arte corporal. Esto se muestra en la imagen de la **próxima página**.

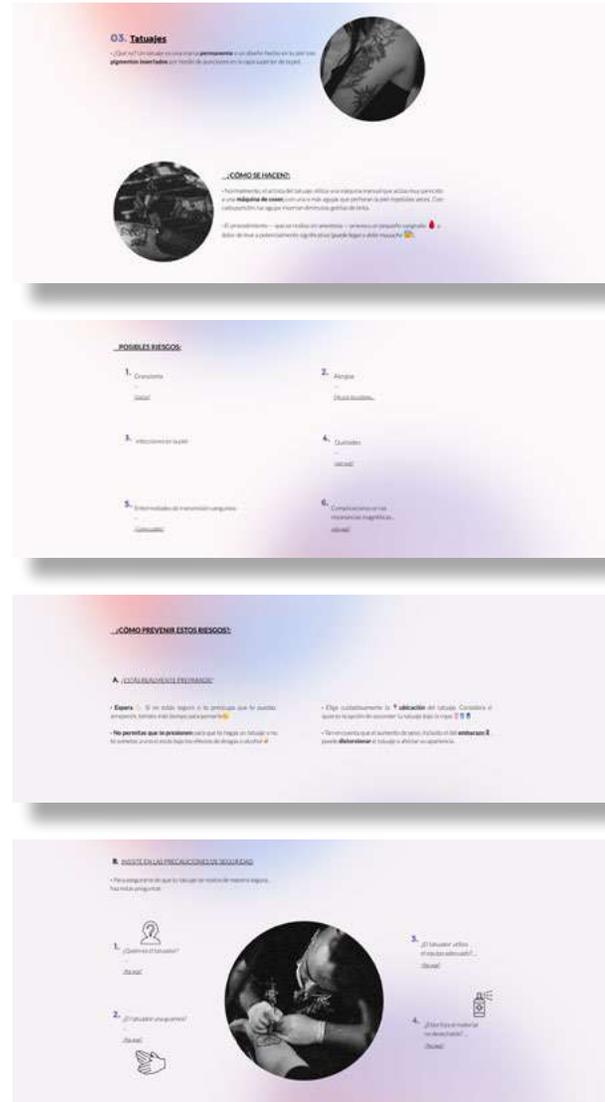


Figura 101. Sección tatuajes del prototipo funcional sitio web.



## 6. Cáncer de piel

El segundo tema a tratar es el **cáncer de piel**, de los puntos más relevantes porque es una **causa de muerte** que se puede prevenir, por lo que es importante entregar información sobre este punto y que los adolescentes tomen conciencia sobre el tema, y luego **generen hábitos de prevención**.

La sección parte indicando 5 consejos para prevenir el cáncer de piel, y luego entra en detalle sobre esta enfermedad, sus causas, las señales de alerta y por último, la **sección de lunares**, que son la clave para la prevención de esta enfermedad.

En esta última parte de lunares, se explica la diferencia entre los lunares normales y los anormales, dando información para **poder auto examinarse** al conocer cuales son las 5 condiciones que pueden hacer que un lunar sea cancerígeno.

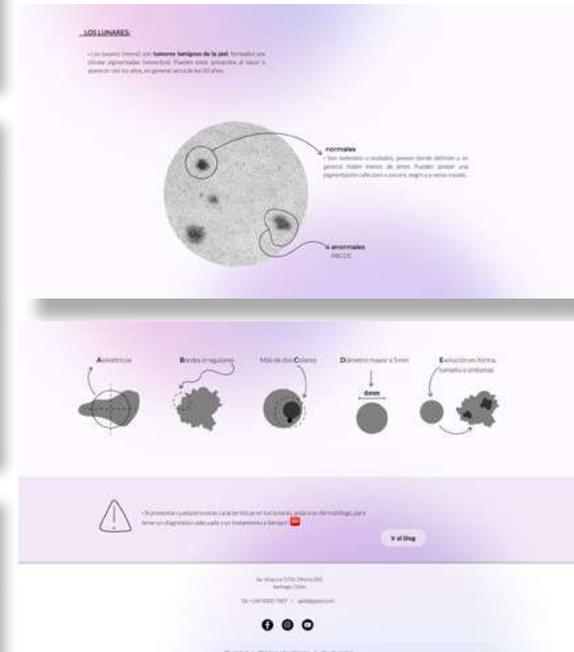
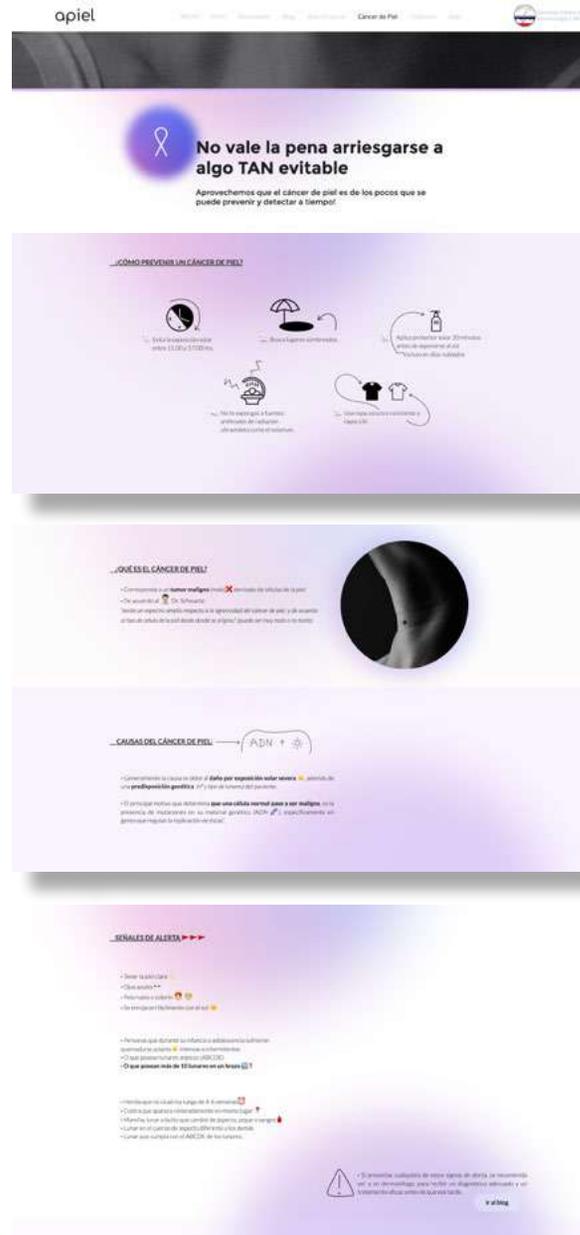


Figura 103. Sección cáncer de piel del prototipo funcional sitio web.

## 7. Cicatrices

Las cicatrices, lamentablemente muchas veces estas no se pueden prevenir al 100%, muchas veces son **inevitables**, por ejemplo luego de una operación o de un accidente. Pero lo que si se puede prevenir, es lo que sale de la frase de introducción al tema: "que las cicatrices no nos queden para siempre".

Las cicatrices son un tipo de marca en la piel que pueden tener un **desenlace bueno o malo**. Hay ciertos cuidados preventivos de las cicatrices, que ayudan a que estas realicen su **proceso de cicatrización de la mejor forma** posible. Y esto es lo que se desarrolla en esta sección, desde la explicación de las cicatrices y sus diferentes tipos, hasta consejos básicos de prevención.

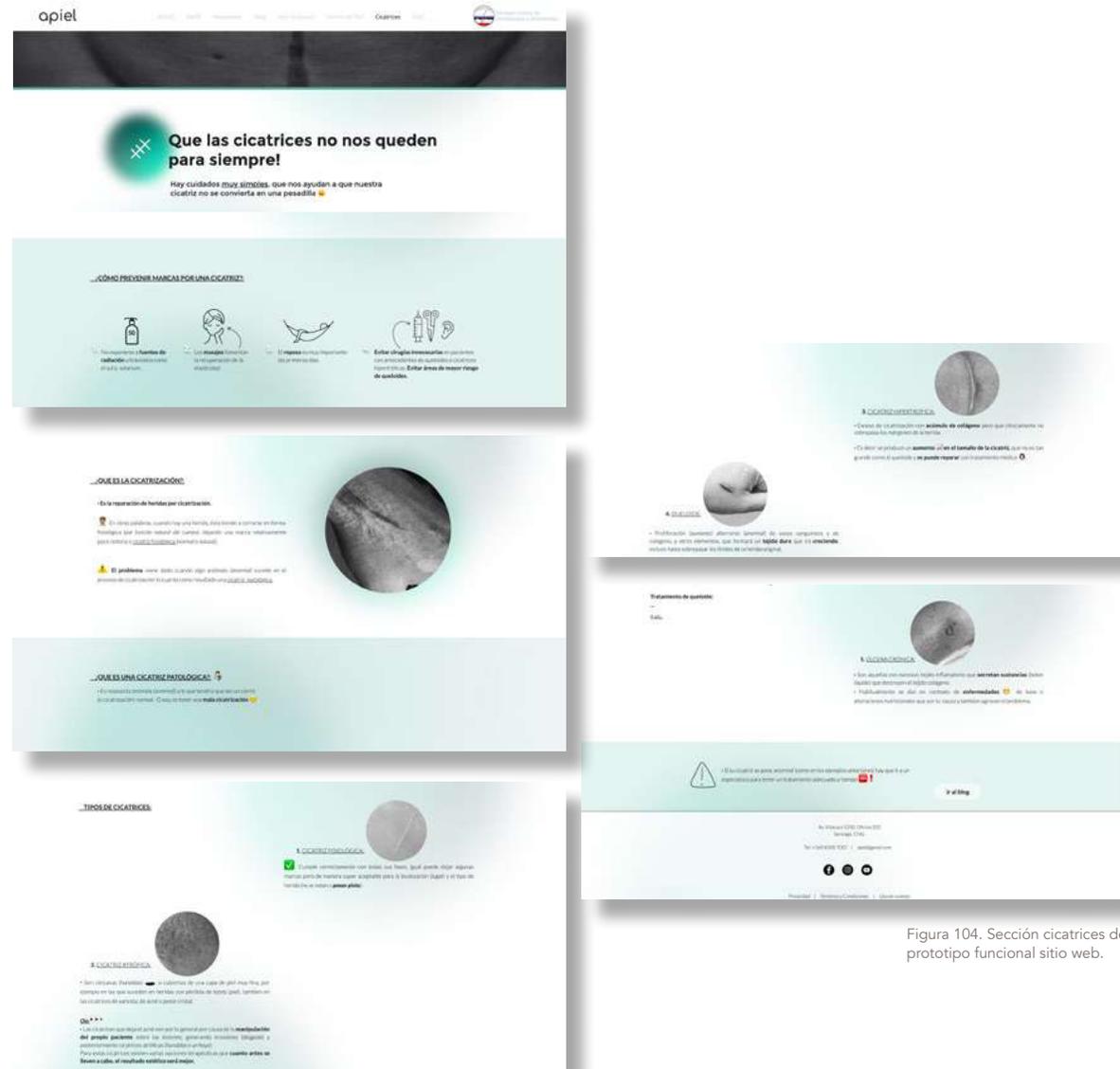


Figura 104. Sección cicatrices del prototipo funcional sitio web.

## 8. Esfera Emocional

Este fue uno de los temas que más se tocó en la **entrevista a experto con el Dr. Sandoval**. Ya que muchas veces **se deja de lado esta esfera emocional** que tienen las afecciones a la piel.

Un problema físico que se puede tener en la piel, es imposible de tratar si es que no se trata también el ámbito psicológico. Incluso, muchas veces los **problemas en la cabeza, son los que generan problemas en el cuerpo**. Y por eso es tan relevante dar a conocer cierta información sobre esta relación entre la piel y lo emocional.

En esta sección se dan **consejos para prevenir** que lo que pasa por la mente afecte la piel. Explicando ciertos factores relevantes sobre cómo el estrés o la ansiedad pueden afectar en la calidad o apariencia de la piel, lo cual a la larga, termina afectando también en los psicológico, por lo que es un **círculo vicioso**.

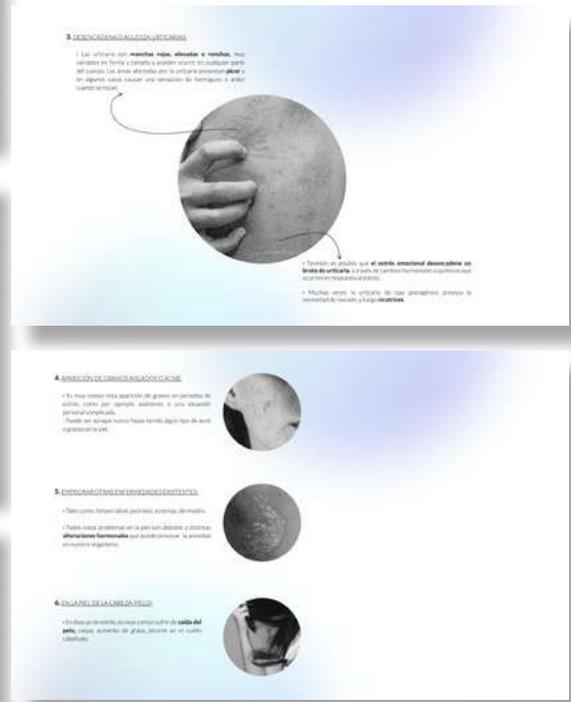


Figura 105. Sección esfera emocional del prototipo funcional sitio web.

El Dr. Sandoval mencionó que el tema más relevante de dar a conocer, es el **trastorno por escoriación**, este se refiere a cuando una persona **se daña su propia piel**, generalmente con pellizcos.

Es importante hablar sobre este tema, para que todos los adolescentes que lo hacen de **forma inconsciente**, puedan darse cuenta de lo que están haciendo, y puedan **tratarse a tiempo para prevenir daños mayores**.

Esta sección de “Esfera Emocional” explica todo sobre este trastorno, y plantea unas preguntas para hacerse y así **darse cuenta si se tiene el trastorno o no**, o conocer que esto existe, para así poder prevenirlo a tiempo.

Al final hay una **barra de alerta**, para invitar a ponerse en contacto con un experto si es que uno se siente identificado con las preguntas y este trastorno.



Figura 106. Sección trastorno escoriación del prototipo funcional sitio web.

## 9. Foto protección

El tema de la foto protección es fundamental, especialmente porque no solamente hace daño el sol directo al que uno se expone en el verano, si no que **todos los días la piel sufre daños por una exposición** constante al sol. Además hay diferentes tipos de radiaciones y todas son dañinas, aunque muchos no lo saben.

Hay **falsas creencias** de que la **radiación artificial** es menos dañina, y confusiones como estas se buscan aclarar en esta sección, la cual explica temas básicos y claves en cuanto a la radiación y sus daños, y también entrega **consejos diarios** para cuidarse la piel y prevenir daños en ella, que pueden ser a corto o largo plazo.

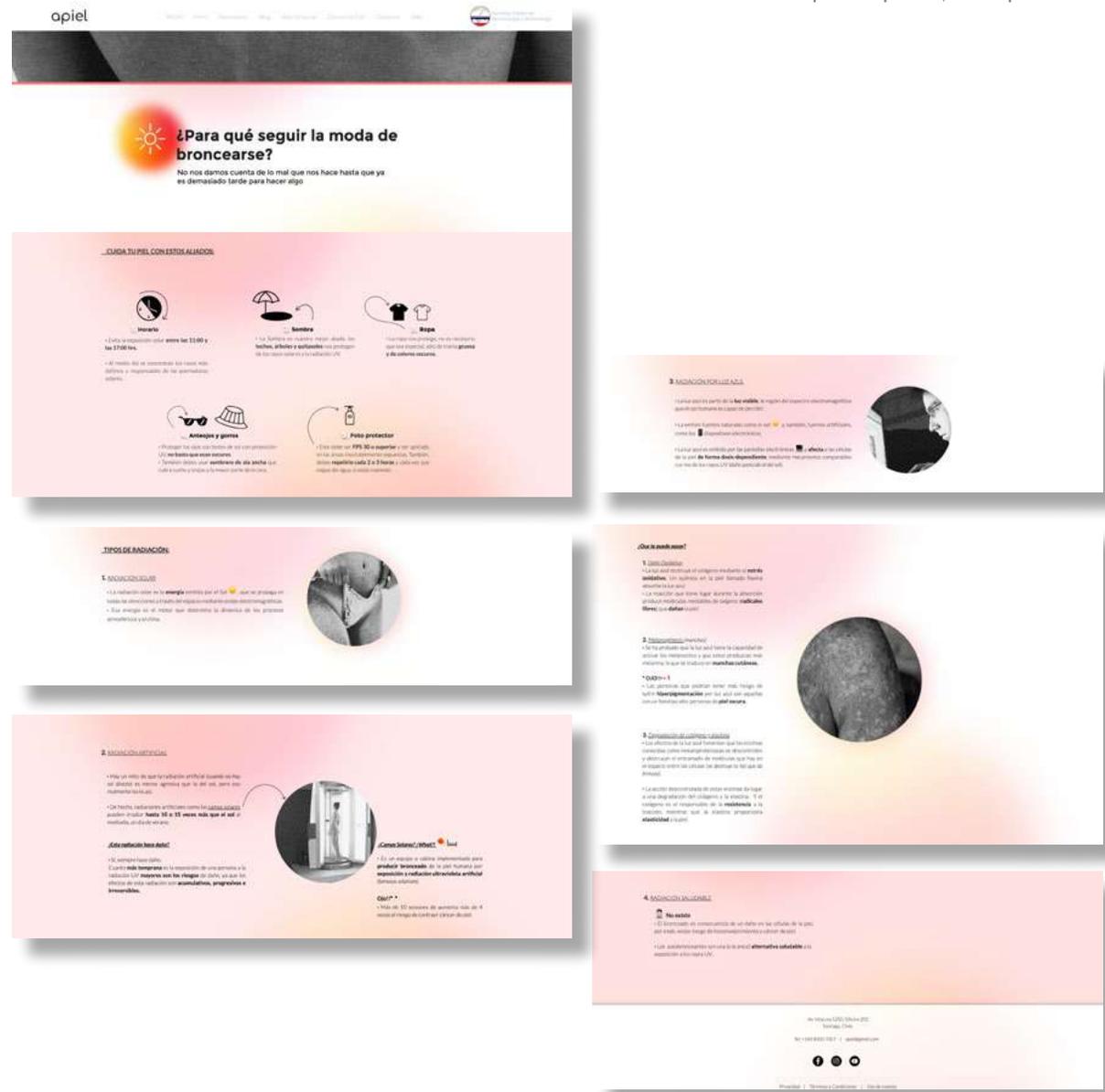


Figura 107. Sección foto protección del prototipo funcional sitio web.

## 10. Rutina Diaria

Este tema suele ser de los que **más información existe dando vuelta en los medios**, pero eso mismo genera **confusiones** y falsas creencias. Por ende, los jóvenes terminan cometiendo errores y teniendo confusiones en cuanto a su tipo de piel y sus respectivos cuidados.

Este ítem de “rutinas diarias” entrega **consejos** sobre **cuidados preventivos** que todos deberían hacer. Luego información sobre los diferentes tipos de piel que existen, con características que ayudan a **distinguir el tipo de piel que cada uno tiene**, y los respectivos cuidados que hay que tener.

Es fundamental que esta plataforma digital (apiel), efectivamente entregue información sobre los cuidados diarios de la piel, al ser un **sitio respaldado por expertos**, da la seguridad para efectivamente entrar al sitio a informarse.

La idea es que los jóvenes puedan **aprender sobre su piel y así conocerla y saber tratarla**, para **prevenir futuros problemas en su piel**. Incluso, la idea es que le puedan sacar el mejor provecho a su piel y así tener la mejor apariencia posible, lo cual está comprobado que repercute en el **bienestar y desarrollo de autoestima**.

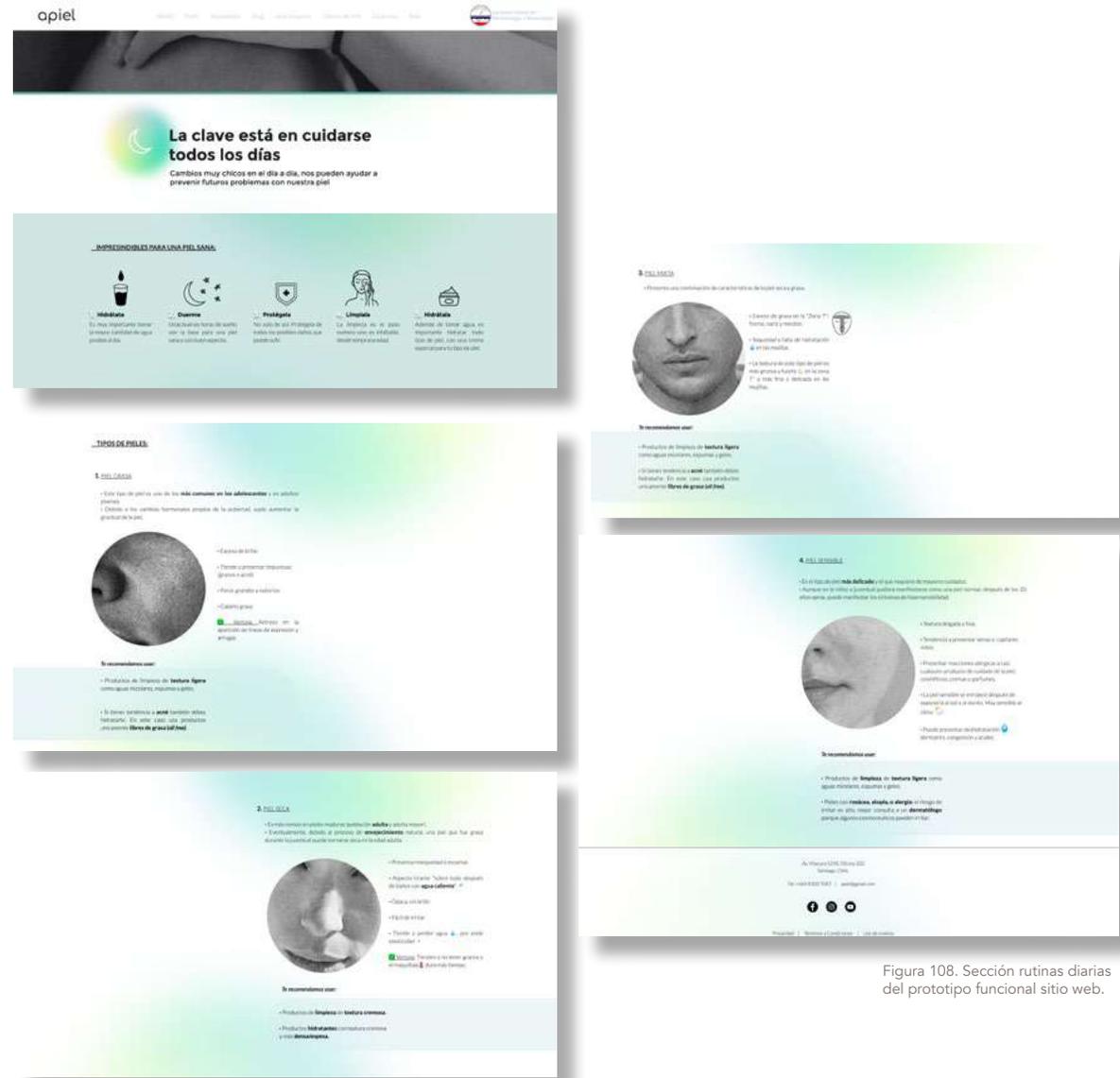


Figura 108. Sección rutinas diarias del prototipo funcional sitio web.

## Jerarquía

Para diagramar los contenidos en la página web, lo primero fue **diseñar una jerarquía en cuanto a los títulos** en cada ítem, para guiar la lectura y comprensión del usuario.

Se fueron haciendo cambios entre las tipografías Montserrat y Lato Light. Variando el tamaño, grosor, color y el subrayado, para destacar ciertas cosas por sobre otras.

A continuación se especifica la tipografía usada para cada texto, junto al tamaño, y si es que se usó bold, subrayado o ambos. Primero se muestra la **versión para computador**, y en la siguiente página, se detalla la versión para el celular.

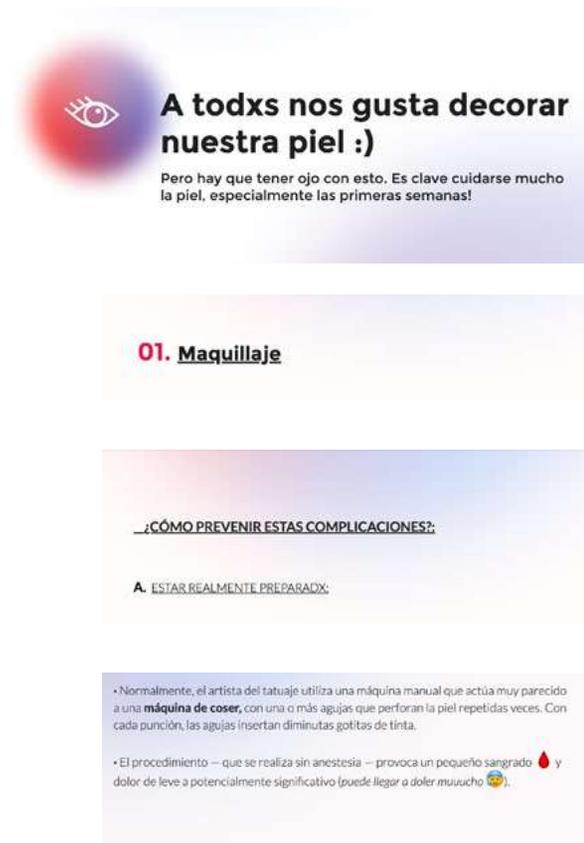


Figura 109. Elementos jerarquía sitio web.

**Títulos principales:**  
Montserrat tamaño 40

**Bajada títulos principales:**  
Montserrat tamaño 18

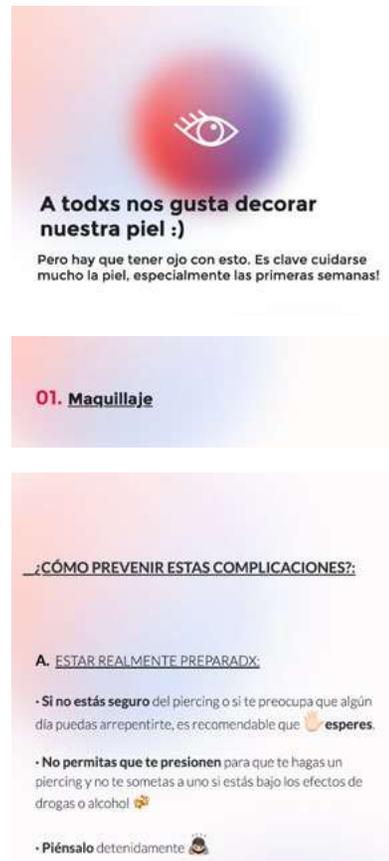
**Títulos secundarios:**  
Bold subrayado  
Montserrat tamaño 25

**Subtítulos:**  
Mayúscula bold subrayado  
Lato Light tamaño 16

**Subtítulos secundarios:**  
Mayúscula light subrayado  
Lato Light tamaño 16

**Párrafos de texto:**  
Lato Light 14  
Justificado

A continuación se detalla la tipografía usada en la versión **vista desde el celular**:



**Títulos principales:**

Montserrat tamaño 16

**Bajada títulos principales:**

Montserrat tamaño 10

**Títulos secundarios:**

Bold subrayado

Montserrat tamaño 13

**Subtítulos:**

Mayúscula bold subrayado

Lato Light tamaño 12

**Subtítulos secundarios:**

Mayúscula light subrayado

Lato Light tamaño 12

**Párrafos de texto:**

Lato Light 11

Justificado

Figura 110. Elementos jerarquía sitio web.

## Diseño Responsivo

Memoria de Titulo - Julio 2022

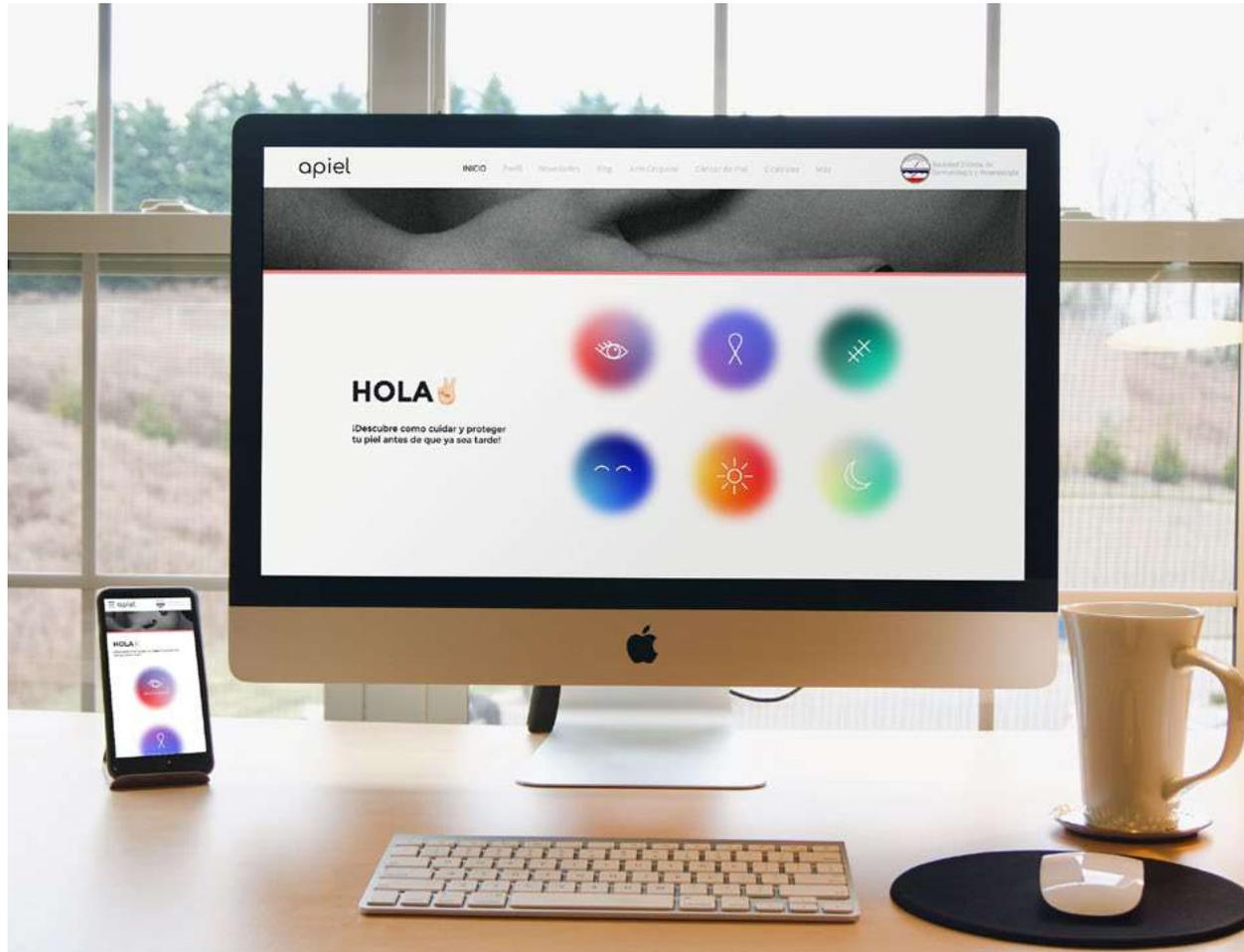


Figura 111. Mockup diseño responsivo sitio web



Figura 112. Mockup diseño responsivo sitio web

## Testeos

Al tener la página lista, completamente **funcional**, se testea con el usuario para obtener los últimos comentarios y observaciones para un posible **re diseño antes de la propuesta final**.

Primero se testea la **versión en computador**, con una muestra dos adolescentes que fueron haciendo un recorrido completo por la página mientras se observaba la forma en que la persona interactuaba. Partiendo con Elisa, y luego con Francisca.

Luego de navegar por el sitio, los jóvenes daban comentarios sobre que partes les había gustado, cuales no, y si es que habían tenido alguna **dificultad** durante el recorrido o algo que **no les haya quedado claro**.



Figura 113. Fotografías testeos.

Me encanta, la siento como **didáctica**, como que dan ganas de quedarse leyendo. Además como tiene los **emoji** es más **tela** de leer, se **entiende más**.

(Elisa, 2022)

Que onda la cantidad de cosas que **no tenía idea!** Me paquié, siento que nos deberían **enseñar esto en el colegio** jajaja.

(Elisa, 2022)

Luego de testear con Elisa, se procede a un testeo con Francisca. También se observa el recorrido de la joven por la página, y en esta ocasión se vieron **más dificultades**.

En este testeo se observa que el **tamaño de la tipografía usado parece ser muy pequeño**, Francisca tenía que hacer "zoom" constantemente a los textos, lo hacía de forma inconsciente y repetitiva.

Luego de observar el recorrido completo por la página, se le pregunta a la adolescente que opina al respecto, afirma estar **fascinada con el contenido**, pero que efectivamente **no se le hacía fácil la lectura**.

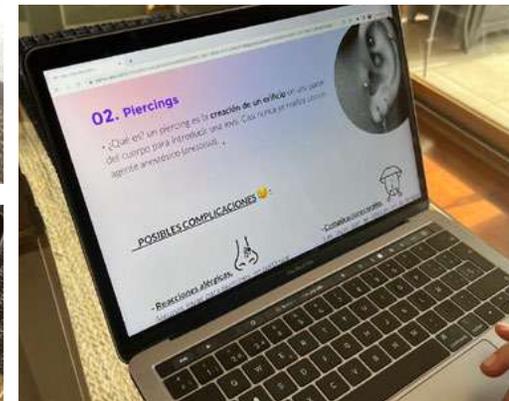
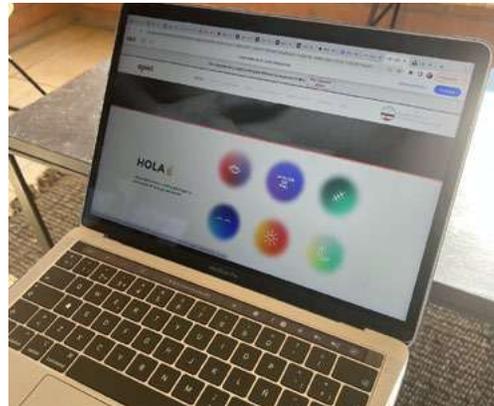


Figura 114. Fotografías testeos.

Afortunadamente, el proceso de compra del **dominio apiel.cl** se logró de forma satisfactoria, y también el traspaso del prototipo hecho en Wix. Por lo tanto, el **enlace directo a la página web** comenzó a **funcionar perfectamente**, entonces se le envió a una muestra de tres adolescentes para **testear** con ellos.

En las imágenes a continuación, se pueden ver las conversaciones vía Whatsapp con los tres jóvenes que recibieron el **enlace de la página**, y desde sus **propios celulares pudieron navegar** por el sitio y luego enviar un “*feedback*” por medio de un audio, comentando su **experiencia** en la página.



Figura 114. Pantallazos testeos.

Me **encantó** pero me **desconcentra un poco el fondo con tanto color**, o sea **bacan que no sea blanco** plano fome, pero quizás son colores muy fuertes para el fondo o no?.

(Dani, 2022)

Seca! Está increíble, se lo quiero **mandar a mis amigas** que no se cuidan nada! Para que al fin cachen jajaja y **ni yo sabía miles de cosas**, brígido lo de la escoriación ponte tu.

(Montserrat, 2022)

Luego se testea la **versión para celulares** con la joven Antonia, ella quedo fascinada con el sitio, destaca ciertos **recursos gráficos** utilizados, relacionándolos con **tendencias actuales**.

Antonia lee detenidamente todo el contenido, **demuestra interesarse** con cada uno de los temas, especialmente con el de **arte corporal**, ya que menciona ya tener varios tatuajes y piercings y **nunca les había tomado el peso a su cuidado**.

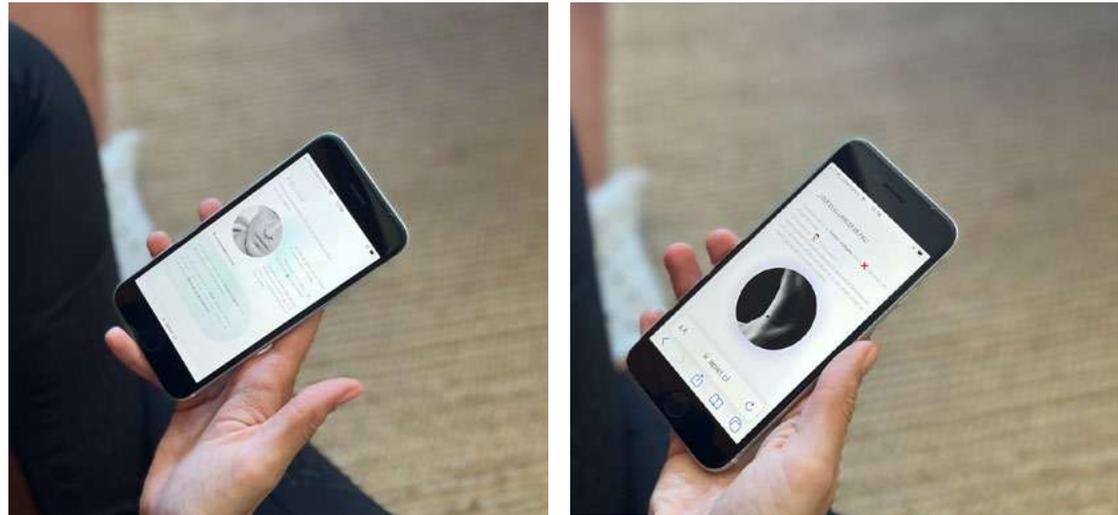


Figura 115. Fotografías testeos.

Me fascina!! Nada que decir!! **Ame los colores difuminados** siento que están muy de **moda!** Siento que es como la mezcla perfecta entre como **elegante/serio**, pero **choro/llamativo**.

(Antonia, 2022)

**Voy a empezar a tener más ojo**, te juro que yo llego y me hago piercings o tatuajes como si nada. Y de hecho **siempre me queda la cagada** en una de mis orejas, y me lo cierro y después lo abro de nuevo, es como un círculo vicioso, pero no quiero terminar en la clínica jajaja.

(Antonia, 2022)

Luego se testea con Cristóbal, también la **versión para celulares**. El mismo escribe en el buscador de su celular: *apiel.cl*. Lo primero que menciona es que se ve muy **confiable**, que el hecho de ver el **logo de la Sociedad** Chilena de Dermatología le dio mucha confianza.

Se le hizo bastante **fácil e intuitivo** el uso del sitio, se movilizó bastante **rápido** de una sección a otra. En una de las secciones saca un pantallazo para enviarle esa información a un amigo.



Figura 116. Fotografías testeos.

Me gusta que la **información se vaya dando como "paso por paso"**. Porque es típico que te metí a una página de Internet a leer algo y te aparece el medio párrafo latero que al final te da lata leer y te sali.  
(Cristóbal, 2022)

Siento **clave que exista** algo así porque en general **los hombres nos cuidamos menos**, pero si leí estas cosas cachai que **si no empezai a preocuparte ahora, después ya fue po**.

(Cristóbal, 2022)

Por último se hace un testeo con Mónica, ella también abre el **sitio desde su celular** y se observa como interactua con la página y luego entrega ciertos comentarios.

Lo que más se destaca de este testeo, es que la joven observa bien las **imágenes** que se utilizan y hay varias que **no le hacen sentido**. Y con mucha razón, afirma que hay **ciertas fotos que le desconcentran o se alejan del tema**.

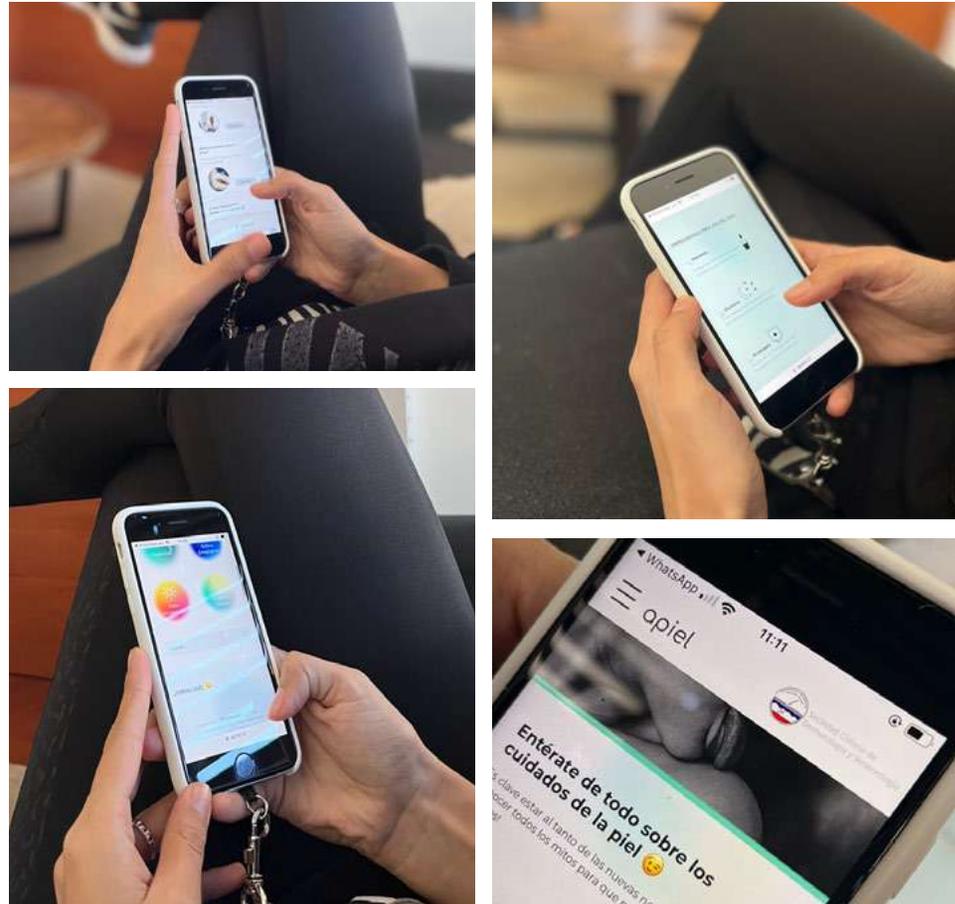


Figura 117. Fotografías testeos.

Me pasa que es como **erótica**. Como que siento que podría ser una sección sexual no se jajaj pero **me desconcentro** y solo se me va la mirada a la foto, como que **no pega**.

(Mónica, 2022)

A close-up, black and white photograph of a person's face, focusing on the mouth and lips. The lips are coated in a highly reflective, shimmering lipstick that catches the light, creating bright highlights and a sparkling effect. The skin around the mouth is also visible, with some smaller, less intense sparkles scattered across it. The background is dark and out of focus, making the shimmering lips the central point of interest.

## 9.3 implementar

Esta última etapa del proyecto, es la fase de “implementar”, acá se desarrolla y ejecuta de forma completa la **propuesta final** con todos sus componentes, desde la **difusión** y comunicación del proyecto, hasta los detalles del **modelo de negocio**, y el financiamiento.

## Sociedad Chilena Dermatología

El primer pilar y el más importante de la etapa de "implementar", fue **concretar la asociación con la Sociedad Chilena de Dermatología**. Después de un par de reuniones que se tuvo con algunos de los miembros de esta organización, que se detallaron anteriormente, se acogió la propuesta para **efectivamente apoyar el proyecto Apiel**.

Aún quedan varias reuniones por concretar y **muchos temas por definir** por parte de ambos lados, para ver como seguirá el proceso de implementación. Pero lo importante es que oficialmente ya **están dispuestos a apoyar el proyecto**, porque efectivamente **a ellos les beneficia mucho** tener esta nueva arista dentro de sus contenidos, y así tener un mayor alcance.

Esta Sociedad **no tiene fines de lucro**, su objetivo es contribuir al **desarrollo y divulgación científica** de todo lo vinculado con la especialidad médica de Dermatología y Venereología. Esta se sustenta por medio de **cuotas societarias**, el plan actual, es que una **parte de estas cuotas financien el proyecto Apiel**.

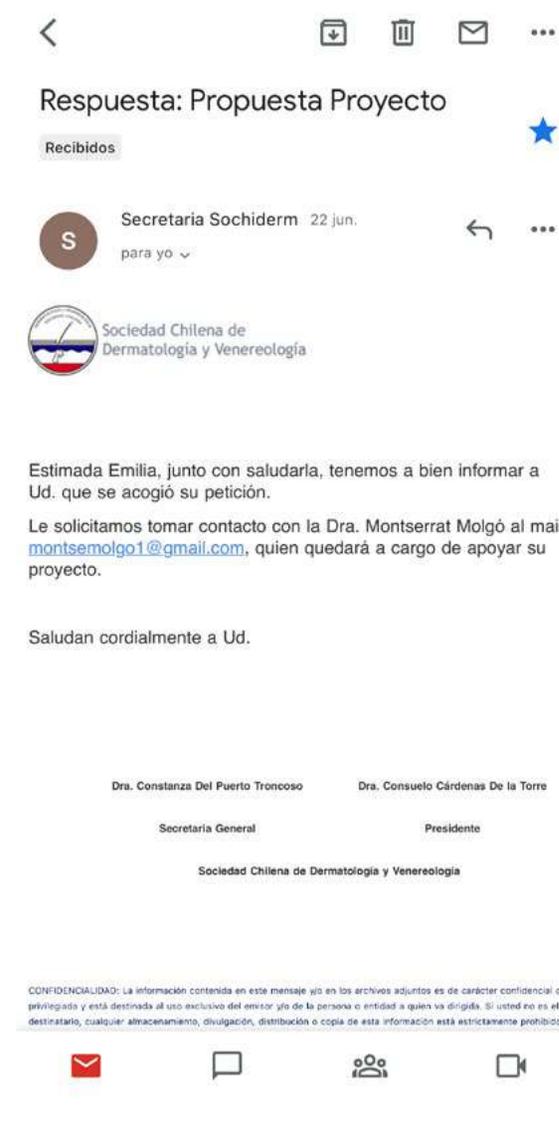


Figura 119. Pantallazo mail Sochiderm.

## Página Web

El segundo pilar clave de la etapa de implementación, es la página web, ya que esta es la **plataforma que va a entregar la información** a los jóvenes.

Luego de los testeos realizados con el prototipo final, se obtienen ciertos aprendizajes para un **re diseño del sitio hasta desarrollar la propuesta final**. Esta incluye la página web y **material complementario** digital e impreso, que se conecta con esta plataforma, la complementa y ayuda a la difusión.

Desde la última versión del prototipo final, se hacen varios **cambios pequeños**, la mayoría de estas modificaciones fueron en las **imágenes** escogidas para introducir a cada sección y en el **fondo**, disminuyendo la intensidad en sus colores para **mejorar la legibilidad**.

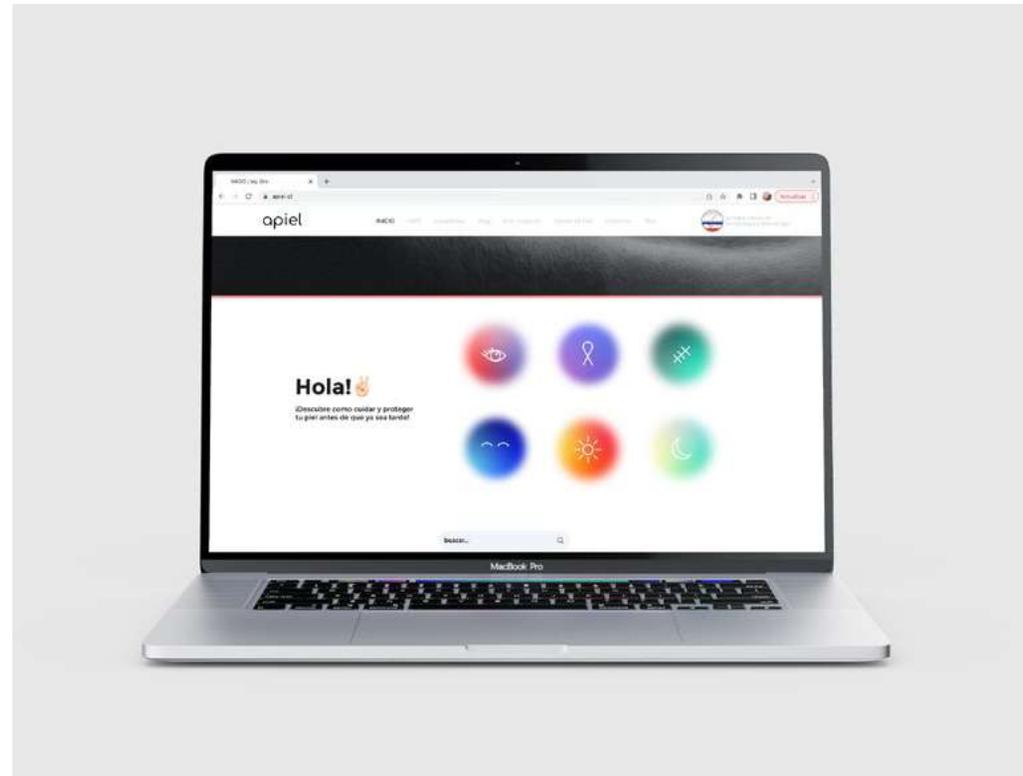


Figura 120. Mockup página web.

El sitio tiene un diseño responsivo, adaptándose a los diferentes tamaños de pantallas, desde un celular hasta un computador.

En cuanto a la versión vista desde el celular, para el desarrollo de la propuesta final, se hacen varias modificaciones desde el último prototipo. Especialmente en la **página de inicio y la distribución de sus contenidos.**

En la imagen que se muestra a continuación, se puede ver como ahora los círculos iniciales están en **dos columnas** en lugar de una, para que hubiera una mayor **unificación con la versión del computador**, y aparecieran todos o casi todos los ítem a la vez, para que fuera más **fácil la lectura simultánea y por ende la elección** del tema a profundizar.

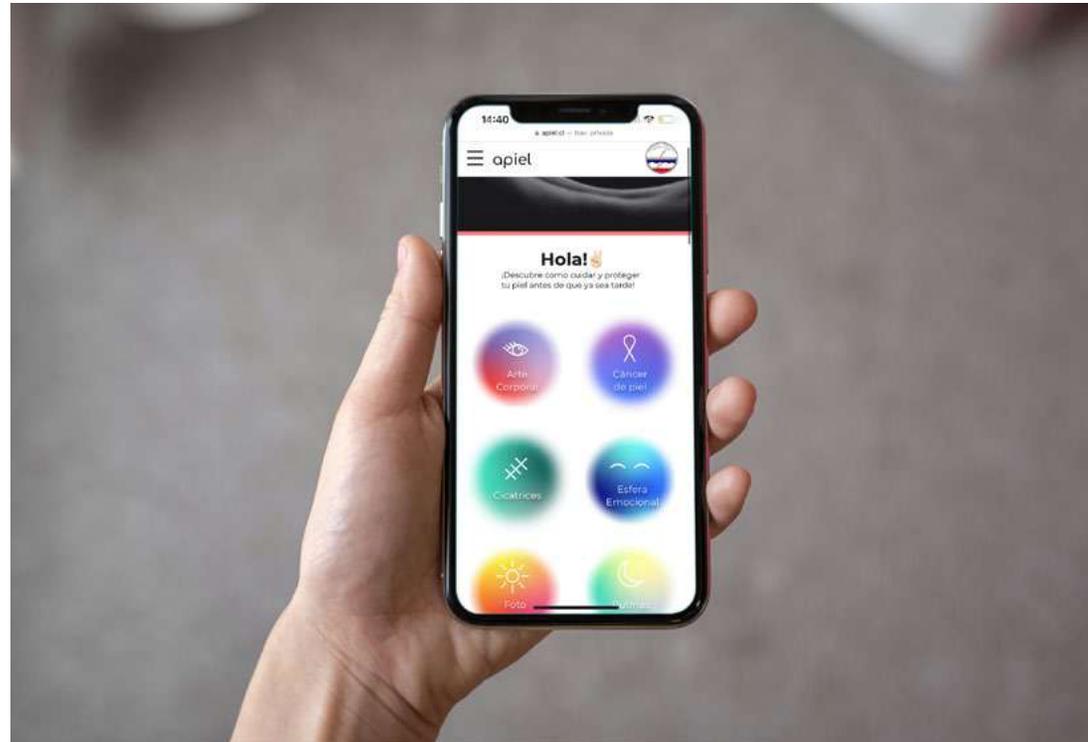


Figura 121. Mockup página web vista desde el celular. Elaboración propia.

Para el lanzamiento oficial de esta página web, es importante conocer NIC Chile. Este es un centro perteneciente a la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile, y es el **encargado de la administración del Registro de Nombres de Dominio .CL**, que identifica a **Chile en la red Internet**. Son los responsables de permitir que personas, empresas e instituciones construyan su identidad en Internet, bajo el dominio .CL.

Entendiendo esto, en la imagen a continuación se muestra el **certificado de compra del dominio apiel.cl**, con vigencia hasta el 30 de junio del 2024, llegada esa fecha, se puede actualizar para que siga vigente por más tiempo.

Según las proyecciones a futuro que se detallan y desarrollan más adelante, se verá si el dominio seguirá perteneciéndole a Emilia Leyton, o si es que **se traspasa** a la Sociedad Chilena de Dermatología o alguien más que vaya a continuar con el proyecto.



Figura 122. Certificado Dominio.

## Difusión y Comunicación

Para complementar la plataforma digital, también se crea contenido digital y análogo. Primero se diseñan los **afiches** que se reparten de forma **presencial** en diferentes **lugares a los que asiste el adolescente**, por ejemplo en colegios, establecimientos de piercings o tatuajes, consultas médicas, eventos, centros deportivos etc.

La principal función de estos *flyer*, es llamar la atención del adolescente e incentivarlo a **entrar a la página web para informarse en profundidad** sobre cierto tema de interés.

La idea es que los doctores puedan tener estos **afiches en sus consultas**, de forma digital o impresa, y que le puedan entregárselos a sus pacientes como **material complementario**, ya que actualmente casi no existe este tipo de material, tal como declara el Dr. Sandoval, es algo que les hace mucha falta.

Estos afiches contienen un **código QR** que dirige al usuario de forma directa a la página de Apie.cl.

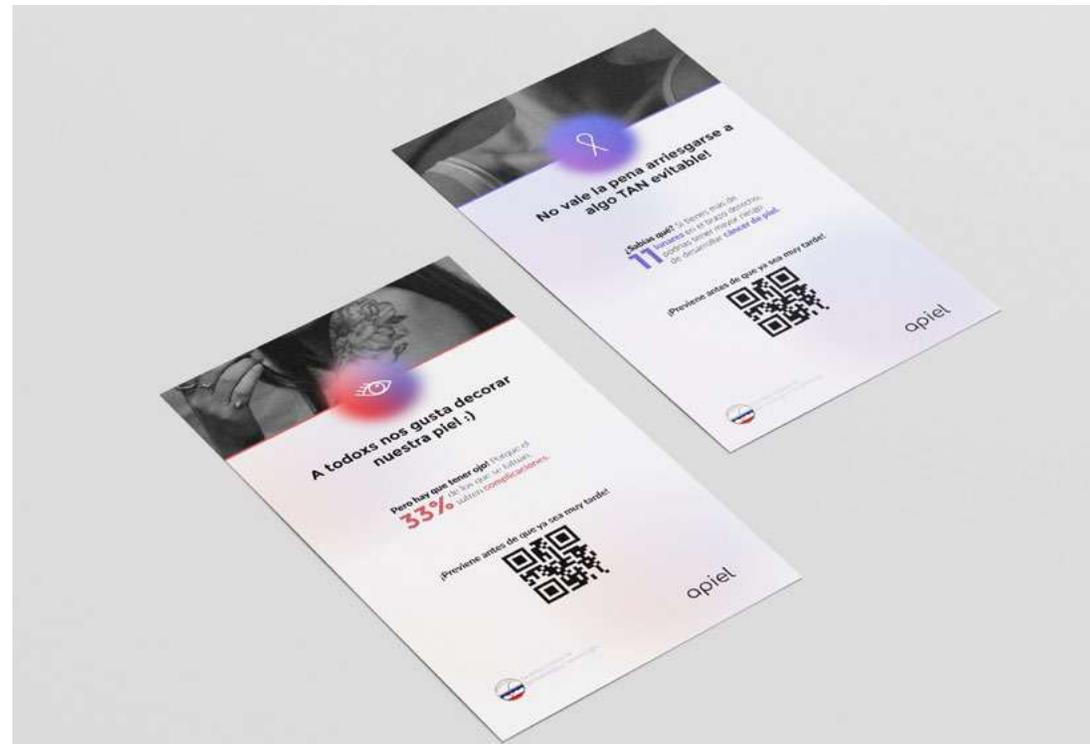


Figura 123. Mockup Afiches código QR. Elaboración propia.

Estos afiches también se pueden **compartir vía mail**, u otros medios digitales. Es importante que esté la opción de entregar u obtener más información de forma digital, **sin la necesidad de impresión** en papel para abaratar costos y apoyar el medio ambiente.

También es fundamental que este tipo de *flyers* se puedan mandar por medios digitales, para que el proyecto logre un **mayor alcance en la difusión**. Estos pueden ser enviados por parte de *Apiel* y/o por la Sociedad Chilena de Dermatología, gracias a sus base de datos.

Incluso estos podrían ser **enviados por los médicos**, instituciones como colegios o universidades, o por las personas que hacen los tatuajes o piercings etc.

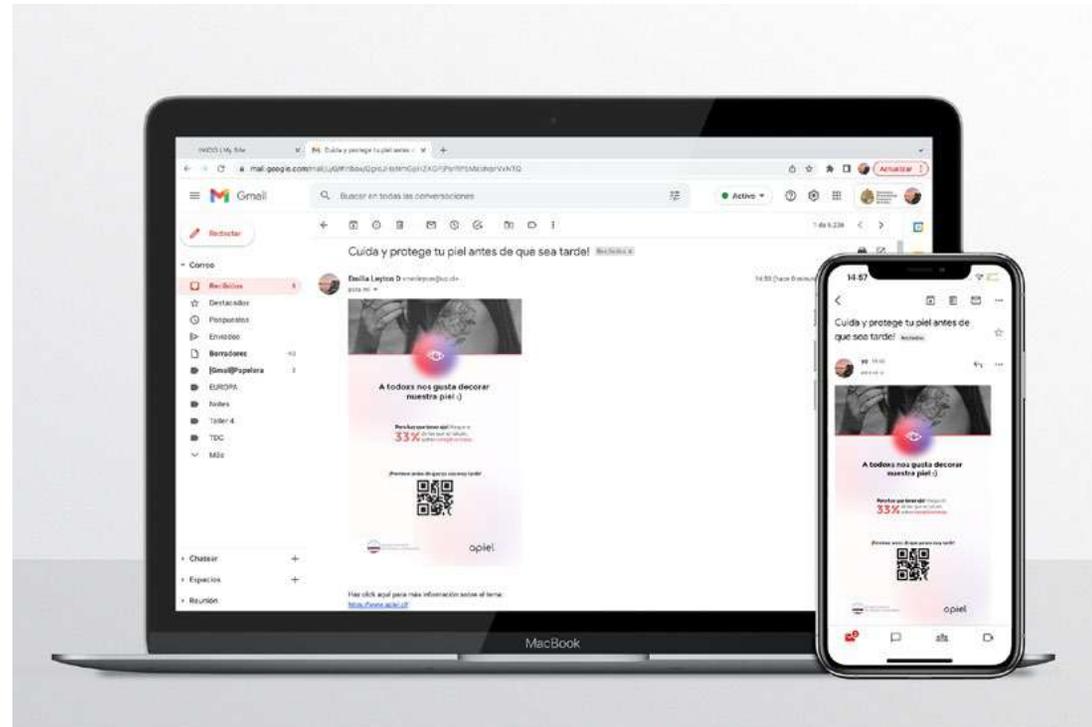


Figura 124. Mockup mail con afiche. Elaboración propia.

Sumado a estos afiches, se desarrolla una **cuenta de instagram** especial para el proyecto, para difundir más contenido digital, tener mayor alcance y por este medio difundir contenido que **atraiga a las personas a entrar a la página web** e informarse en mayor profundidad.

A pesar de que se pensó solamente sumar publicaciones del proyecto Apiel al instagram actual de la Sociedad Chilena de Dermatología, se decide hacer una **cuenta propia** de Apiel, al **tener usuarios y focos actuales diferentes**. Aún así, este instagram siempre reconoce a la Sociedad como principal socio del proyecto, y validador del contenido.

Es importante aclarar, que las cuentas de Instagram, mientras más enfocadas son a un usuario en particular, mayor alcance tienen, ya que el algoritmo de Instagram los ayuda. Y en el caso de este proyecto, se busca que el Instagram tenga **más seguidores adolescentes**, y la cuenta de la Sociedad tiene un promedio de edad mayor, como sus principales seguidores.

La idea es que sea un instagram que sube **contenido de forma seguida**, para estar **constantemente informando** al usuario e invitarlo con estos post, a que entren a la página web para recibir más información.

Los post constan de **material informativo** que se complementa con **fotos de la piel** para que sea más atractivo, no haya solo texto y los seguidores se sientan identificados con algunas fotos, motivándose a leer.

El tratamiento de las fotografías siempre es en blanco y negro para **mantener una línea e identidad, unificándose** con el estilo y recursos gráficos de la página web y los afiches.



Figura 125. Mockup propuesta instagram y sus posibles posteos. Elaboración propia.

## Modelo de Negocio

Apiel es un proyecto sin fines de lucro, su modelo de negocio se explica a través de un **modelo Canvas**, que se desarrolla en la tabla a continuación. En esta se puede ver que el primer **socio clave es la Sociedad Chilena de Dermatología**, la cual financia y sostiene el proyecto a través de una parte de sus **cuotas societarias**, con las que se pagan los **costos** de mantenimiento, sueldos y publicidad.

También se tiene como **socios claves** a los médicos **expertos** en el área de la piel y la psicología, que forman parte de la Sociedad. Estos son fundamentales para el proyecto, porque **mantienen activo el sitio web** con su apoyo constante a los adolescentes y sus consultas.

Los recursos y actividades claves se centran en la **programación y diseño** del sitio web, el desarrollo del material impreso y el **contenido** para la página web y las redes sociales. Por ende, es clave la participación de un **diseñador**, un **programador**, personas a cargo del **contenido**, estrategias de **publicidad, comunicación y difusión**.

<p><b>Socios Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Sociedad Chilena de Dermatología.</li> <li>· Expertos: dermatólogos, cosmetólogos, cosmiatras, psicólogos.</li> <li>· Fondos de financiamiento.</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Desarrollo de contenido para página web y redes sociales.</li> <li>· Programación y diseño del sitio web.</li> <li>· Diseño y manejo redes sociales.</li> <li>· Estrategias y campañas de difusión.</li> <li>· Diseño material impreso.</li> <li>· Respuestas del blog de preguntas.</li> </ul> <p><b>Recursos Claves</b></p> <p>Recursos Humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Diseñador</li> <li>· Persona a cargo del contenido</li> <li>· Programador</li> <li>· Médicos respondiendo dudas en el blog de la página web.</li> </ul> <p>Plataformas digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Página Web</li> <li>· Redes Sociales</li> </ul> <p>Material Impreso</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Entregar a los adolescentes una plataforma informativa sobre los cuidados preventivos de la piel.</li> <li>· Con el fin de prevenir problemas o daños en la piel que puedan repercutir en el bienestar y autoestima de los jóvenes, a corto o a largo plazo.</li> <li>· Se busca que los adolescentes puedan informarse de forma gratuita, en una plataforma amigable pero certificada y respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología.</li> </ul>	<p><b>Relación con usuario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· A través de página web y redes sociales.</li> <li>· Se busca relación profesional pero cercana y amigable con el adolescente.</li> </ul> <p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Redes sociales, página web.</li> <li>· Boca en boca.</li> <li>· Lugares donde asisten los adolescentes, como colegios, locales de tatuajes o piercings, eventos y consultas médicas, centros deportivos etc.</li> </ul>	<p><b>Segmento de usuario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Adolescentes.</li> <li>· Hombres y mujeres.</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Mantenimiento del dominio web y servidor.</li> <li>· Sueldos: diseñador, programador y persona a cargo del contenido.</li> <li>· Publicidad</li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuotas societaria (Miembros Sociedad Chilena Dermatología)</li> <li>· Publicidad</li> </ul>		

Figura 126. Tabla modelo negocio canvas. Elaboración propia.

## Financiamiento

Es importante mencionar que hay ciertos **costos base o iniciales para la ejecución del proyecto**, como el pago para comprar y luego mantener el dominio y servidor de la página web, los sueldos para las personas que se encargarán de mantener el contenido, programación y diseño actualizado.

Las fuentes de ingreso para pagar esto, son a través de las **cuotas societarias y publicidad** que se podría poner en la página. Estas no serían nunca sobre marcas de cosméticas o productos en particular sobre el cuidado de la piel, porque contradeciría la base del proyecto.

Ya que esta plataforma busca ser una **entidad pública informativa**, que se diferencia de otras plataformas informativas **privadas** que hay actualmente en los medios, que te dan consejos sobre cuidados de la piel **pero para recomendar y vender un producto** particular de su marca, por lo que pierden credibilidad. Esta plataforma no pretende caer en eso.

En la imagen a continuación se deja un **ejemplo de publicidad** que se podría poner en la página. Como **alimentos o productos saludables**, que se puedan relacionar con el cuidado personal y ayudar a una mejor calidad de vida y bienestar, y por ende **mejor calidad de la piel**. Con el fin de generar ingresos únicamente para **mantener y potenciar el proyecto**.

Todo este modelo de negocio, está **sujeto a modificaciones** según las próximas reuniones con la Sociedad Chilena de dermatología.



Figura 127. Mockup propuesta publicidad. Elaboración propia.

Lo bueno del proyecto, en cuanto al tema de financiamiento, es que **no es necesaria una gran inversión** para el lanzamiento oficial de la plataforma, los costos para partir son bajos y **se puede mantener en el tiempo sin una gran inversión**, a no ser que en algún minuto se decida hacer una gran campaña y masificar el alcance del proyecto.

Los costos necesarios se mantienen con un **fondo mensual**, gracias a una parte de las **cuotas societarias** de la Sociedad Chilena de Dermatología, y el pago de ciertas marcas, empresa o entidades por **publicidad** dentro de la página. Como el ejemplo recién expuesto.

Lo bueno de estas publicidades, que al ser sobre temas saludables, **acompañan los cuidados preventivos de la piel**, entonces es un buen complemento, ya que pasarían a ser como un consejo más por parte del proyecto Apiel y la Sochiderm.

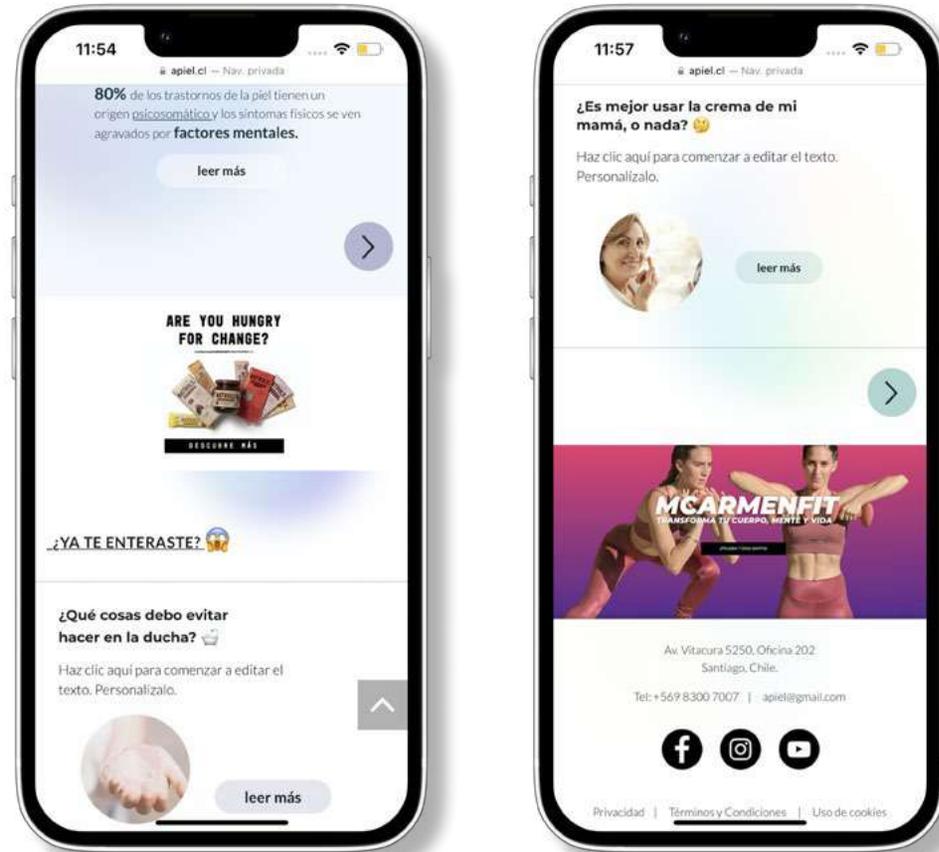


Figura 128. Mockup propuesta publicidad. Elaboración propia.

## Costos de Implementación

A continuación se profundiza en los costos del proyecto y su proyección en un tiempo de 6 meses. Se desarrolla solamente la parte de los costos y no los ingresos, al ser un **proyecto sin fines de lucro**. Por lo tanto, los **ingresos se destinan y ajustan únicamente a estos costos según cada mes**, detallados en las tablas a continuación.

### INVERSIÓN INICIAL

Compra dominio	\$18.900
Servidor	\$13.794
Registro de marca	\$174.744
Diseño página web	\$800.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.007.438</b>

### COSTOS FIJOS MENSUALES

Sueldo Diseñador (1/2 jornada)	\$450.000
Sueldo Programador (1/2 jornada)	\$450.000
Sueldo persona contenido (1/2 jornada)	\$450.000
Publicidad	\$50.000
Hosting sitio web	\$15.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.415.500</b>

### COSTOS VARIABLES

Material impreso	\$100.000
Campaña masiva	\$500.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$600.000</b>

	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6
INVERSIÓN INICIAL	\$1.007.438						
COSTOS FIJOS		\$1.415.500	\$1.415.500	\$1.415.500	\$1.415.500	\$1.415.500	\$1.415.500
COSTOS VARIABLES		\$100.000	\$600.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.007.438</b>	<b>\$1.515.500</b>	<b>\$2.015.500</b>	<b>\$1.515.500</b>	<b>\$1.515.500</b>	<b>\$1.515.500</b>	<b>\$1.515.500</b>

Figura 129. Tablas costos implementación.  
Elaboración propia.

## Análisis FODA

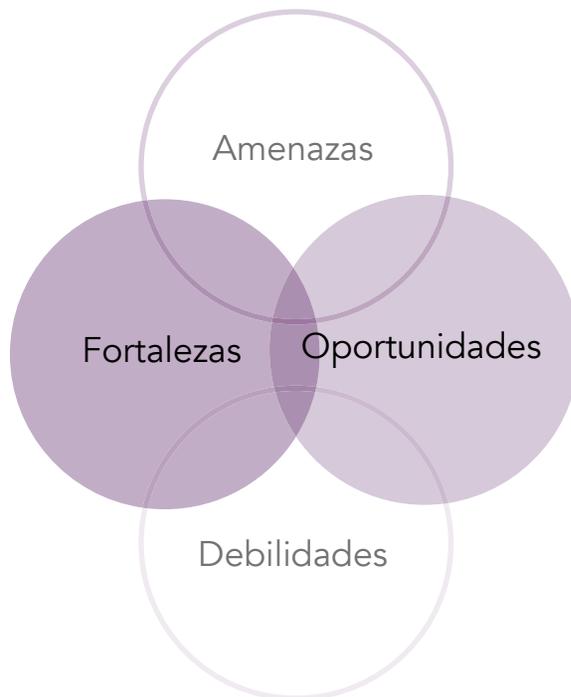


Figura 130. Diagrama análisis FODA.  
Elaboración propia.

### Fortalezas

Es una plataforma **gratuita**, que está certificada, respaldada y apoyada por la **Sociedad Chilena de Dermatología**. Trata un tema que cada vez está tomando más importancia, y siendo mayor **tendencia** en la adolescencia, por lo que tiene gran potencial de crecimiento y alcance.

### Oportunidades

Se puede **expandir** de forma internacional, siendo apoyado por entidades a nivel mundial, logrando cada vez tener un **mayor alcance y respaldo**. El tema de la piel es tan amplio y relevante que existe la oportunidad de **ampliar los contenidos e información** que se entrega a través de la plataforma, yéndo más allá de los 6 pilares de cuidados preventivos tratados actualmente en el sitio web.

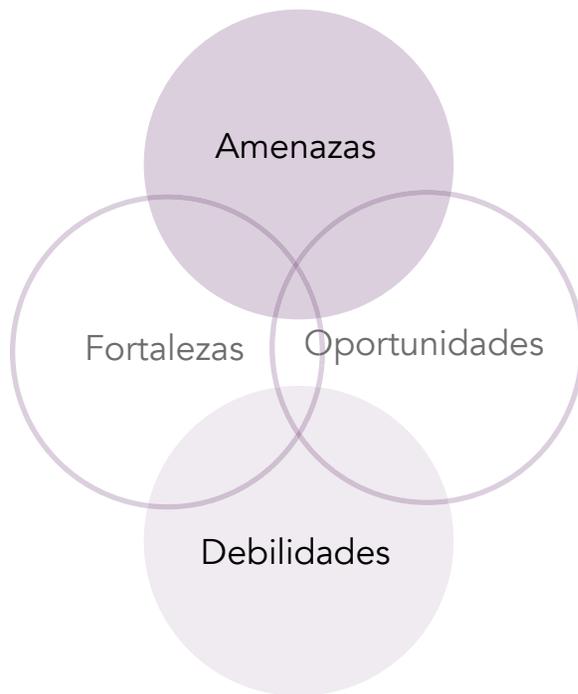


Figura 131. Diagrama análisis FODA.  
Elaboración propia.

### Debilidades

---

Es un tema poco tratado, y con ciertos contenidos que la Sociedad Chilena de Dermatología **aún no están acostumbrados** a desarrollar, y menos con un **nuevo público objetivo**.

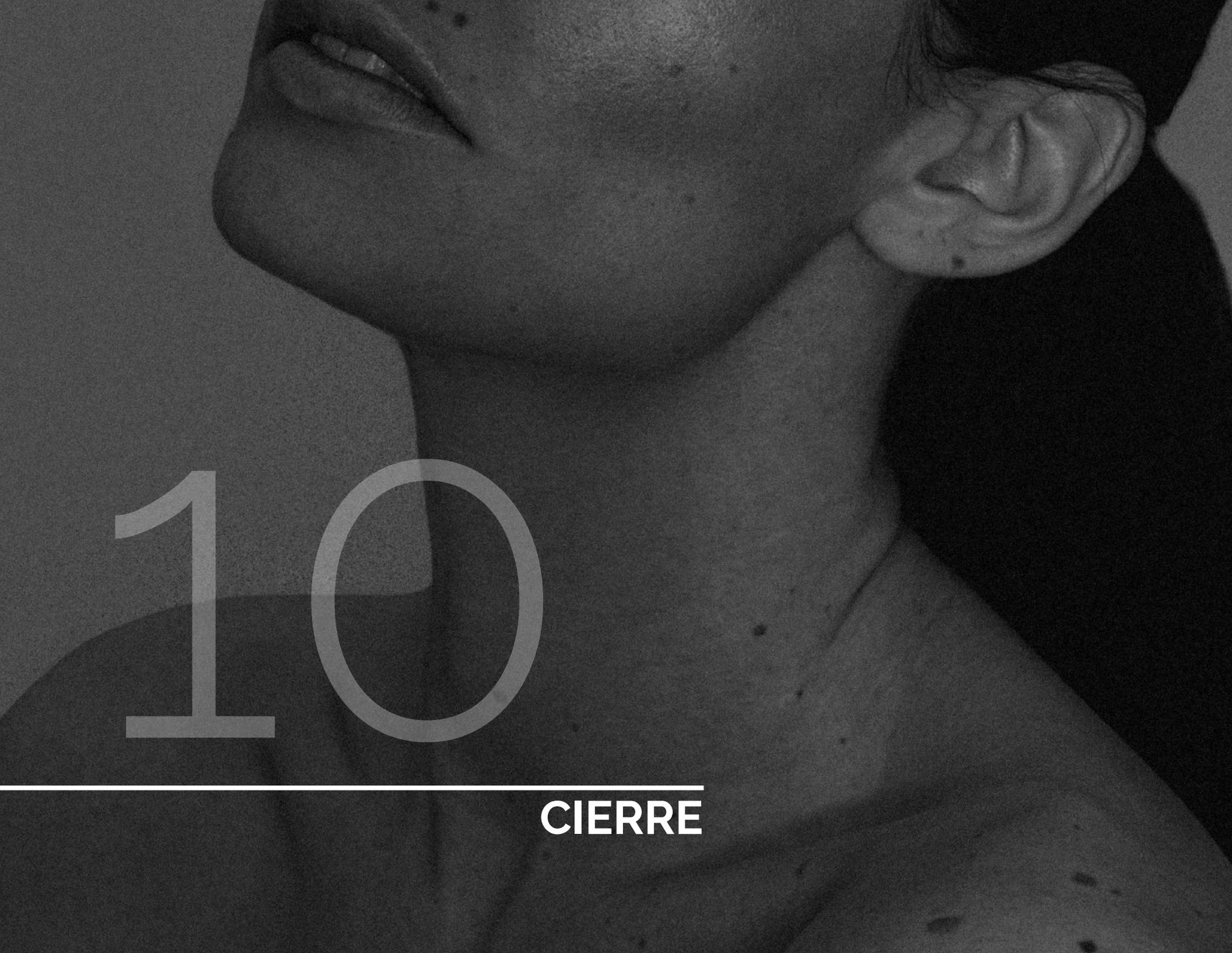
La mayoría de la plataforma, contiene información de una sola lectura, por lo que el tema de la **fidelidad de los usuarios** es una debilidad por tratar.

### Amenazas

---

Posibles sustitutos o competencias que podrían aparecer, como **otras entidades o marcas desarrollando plataformas similares**.

Competencia en cuanto a la gran cantidad de **información no certificada** dando vueltas en los medios.



10

---

**CIERRE**

# PROYECCIONES

A pesar de que se **cumplieron los objetivos** del proyecto, faltaría por verificar los objetivos específicos de la propuesta. Además, hay una serie de **proyecciones futuras** que se tienen en mente. Partiendo por ciertos aspectos del diseño actual de la plataforma, que se podrían mejorar y/o potenciar. Por otro lado, proyecciones en cuanto al desarrollo e implementación de nuevos elementos y recursos que complementen la plataforma digital.

Luego de que el sitio web ya esté completamente implementada, se espera llevar a cabo un proceso de mejora continua, para que esta se mantenga constantemente actualizada con el fin de lograr la mejor experiencia posible en los usuarios. Luego se podrían integrar los siguientes proyectos:

## **1. Potenciar Página Web**

Actualmente la página fue diseñada en la plataforma Wix, por ende faltaría programarla, a la par del re diseño de varios aspectos que se podrían mejorar y potenciar del prototipo final.

## **2. Campaña Difusión**

Desarrollar una campaña masiva de difusión y generación de conciencia, durante cierto tiempo específico, para lograr un mayor alcance de la página y que los adolescentes dimensionen la magnitud del tema de la piel y sus cuidados preventivos, y así entrar a la plataforma a informarse. Se podrían plantear diferentes estrategias, que según el presupuesto de la Sociedad Chilena de Dermatología, podrían variar. En caso de tener un bajo presupuesto, se podría postular a un fondo concursable o buscar a otros socios que apoyen el proyecto.

## **3. Material Impreso**

Crear buena cantidad de material para imprimir y repartir en lugares a los que asisten los jóvenes, como colegios, eventos, centros deportivos, pero especialmente en consultas médicas, como forma de complementar la información que se entrega al paciente.



Figura 132. Mockup Aplicación Apíel en el celular. Elaboración propia.

#### 4. Aplicación Apíel:

Sería una buena herramienta complementaria al sitio web. Esta tendría más funciones relacionadas especialmente con el registro y seguimiento de la piel de cada persona. Además, tendría una actualización constante de contenidos, junto con una opción de notificaciones, alertas, avisos, recordatorios etc. (figura 132)

#### 5. Fidelización del usuario

Es un tema que hace falta potenciar. Habría que buscar diferentes estrategias para lograr fidelizar cada vez más a este usuario adolescente, ya sea encontrando beneficios tipo recompensas a los jóvenes, o potenciando el contenido, el instagram etc. El punto anterior sobre el desarrollo de una aplicación, podría ser una de las opciones que ayudaría a potenciar la fidelización del usuario, al generar un seguimiento y registro, una interacción constante del usuario con el proyecto.

#### 6. Eventos Presenciales

Organizar o asistir a eventos, como una forma de estrategia para lograr un mayor alcance y así tener más impacto.

#### 7. Socios

Se podrían buscar más socios como la Sociedad Chilena de Dermatología, y así tener un mayor respaldo del proyecto. Podría hacerse un proyecto con alcance internacional por ejemplo.

#### 8. Patrocinadores

Búsqueda de patrocinadores o auspiciadores, tales como marcas que quieran poner publicidad en la página web. Estas serían escogidas minuciosamente, siempre relacionadas con la salud, nutrición, bienestar, etc.

## CONCLUSIÓN

A modo de cierre de este documento, es importante rescatar algunas conclusiones obtenidas de este largo proceso de diseño. El proyecto comienza en agosto del año 2021, pero la idea de desarrollar un proyecto como este, para **incentivar los cuidados preventivos de la piel en la adolescencia**, viene desde hace varios meses atrás.

Lo que comenzó con un simple tema de interés propio como “la piel y su falta de cuidado” terminó en un **proyecto sólido llamado Apiel**. Este, a través del diseño de una **plataforma respaldada por la Sociedad Chilena de Dermatología**, busca que los adolescentes puedan informarse sobre los **cuidados preventivos de la piel** y así evitar daños a corto y/o largo plazo.

Sumado a esto, se busca **impactar de forma positiva en el bienestar y desarrollo del autoestima**, tema tan relevante en la adolescencia, y que a lo largo de este proyecto, se ha demostrado esta **estrecha relación entre la piel y el aspecto emocional**.

Como todo proceso de diseño, el proyecto fue **madurando, iterando y cambiando** con el tiempo hasta llegar a la propuesta final actual. Este recorrido, siempre estuvo enfocado en **entender profundamente al usuario y sus necesidades**, para finalmente diseñar algo que respondiera a la oportunidad encontrada. Esta se basa en el **vacío encontrado** respecto a la información certificada y variada sobre cuidados preventivos de la piel con especial foco en la adolescencia.

Tal como se explica en capítulos anteriores de este documento, efectivamente hoy en día, existe información disponible en los medios sobre cuidados de la piel, pero  **pocos de estos contenidos se enfocan en la prevención**, mas bien, tratan temas como: los cuidados de pieles **dañadas o enfermas**, o ponen foco en las pieles **adultas**, o en el caso de efectivamente dirigirse a la juventud, se habla casi únicamente de una **rutina diaria** y cierta recomendación de productos, o sobre el tema de la **protección del solar**, pero con foco puesto en el verano.

Además, hoy en día, con la **facilidad que existe para navegar** en internet y redes sociales, los adolescentes se encuentran con una **gran cantidad de información** sobre el tema de la piel y supuestos “consejos y *tips*”, entregados por famosos, influencers, blogs, marcas etc. El problema es que la mayoría de este contenido **no está certificado** por expertos, y por esto mismo, muchas veces la información se **contradice**, lo que genera **confusión** y conocimientos erróneos en el adolescente.

Por otro lado, el gran uso de redes sociales, facilita la posibilidad de **observar** a una gran cantidad de personas y sus hábitos, acciones, decisiones, etc. Por lo tanto, es fácil ver como muchos **usan la piel para expresar y comunicar**, lo cual **inspira a otros a hacer lo mismo**, siguiendo modas y tendencias.

El problema, es que muchas veces **no se dimensiona el peso de este tipo de decisiones** que se toman sobre el propio cuerpo, y justamente se debe a la gran falta de información. Por lo tanto, una plataforma como *Apiel*, justo ataca este punto, ayudando a **informar** a los adolescentes sobre los riesgos de este tipo de acciones, para así **prevenir** problemas en un futuro cercano y/o lejano.

Hay cientos de casos de personas que han sufrido problemas o daños en su piel, los cuales **se podrían haber prevenido** o solucionado al detectar a tiempo. Esto es lo que busca *Apiel*, que los jóvenes se interesen por leer e interactuar con una plataforma **amigable pero certificada**, en la que se puedan informar sobre la piel y sus cuidados preventivos para evitar problemas.

El proyecto generará que gran cantidad de adolescentes **tomen conciencia sobre la piel y su valor**. De esta forma, comenzarán a desarrollar **nuevos hábitos** de cuidados preventivos y así podrán **evitar o reducir problemas** o daños en la piel, que a la larga podrían afectar en el bienestar y autoestima.

Personalmente, con el simple hecho de que una sola persona por ejemplo, desarrolle **nuevos hábitos** de cuidados preventivos, o que un solo joven prevenga complicaciones en su **piercings**, o que un solo adolescente prevenga o detecte un **cáncer de piel** a tiempo, o que una sola persona comience a protegerse diariamente del sol, o que un solo joven prevenga un **trastorno por escoriación** gracias a esta plataforma, personalmente el proyecto se daría por pagado.

Me deja profundamente contenta y satisfecha el hecho de poder **aportar desde el diseño** en un tema tan relevante como el que se desarrolla en este proyecto.

Al comienzo de este proceso, **me costó confiar en mi**, y en mis capacidades para crear un proyecto realmente memorable. Especialmente, porque muchas veces, la gente piensa y te hace creer, que el diseño es solamente hacer un logo, manejar un instagram, saber dibujar o hacer un mueble. A pesar de que **a lo largo de toda la carrera he comprobado lo contrario**.

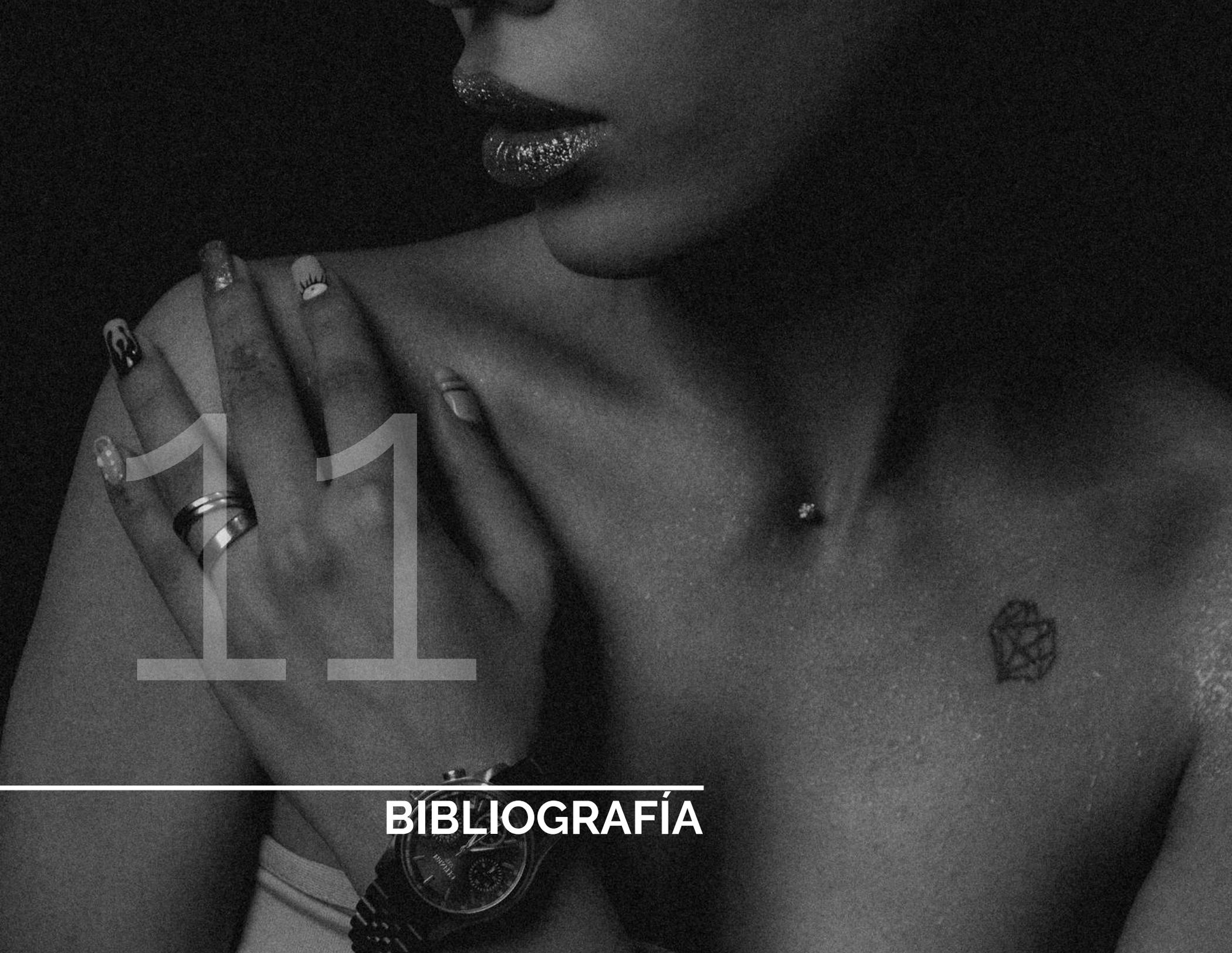
Personalmente, varias personas me han preguntado: ¿de que tema es tu proyecto de título? y cuando yo menciono el tema de la piel y sus prácticas de cuidado, **la gente no entiende** por qué este sería un tema para abarcar en una carrera como diseño.

Al principio me dejé llevar por esos comentarios, y me preguntaba a mi misma ¿qué estoy haciendo? ¿podré realmente aportar desde el diseño en una disciplina tan distinta y compleja? Hasta que decidí dejar de pensarlo tanto, y **enfocarme en encontrar la forma de hacerlo**. Partiendo por meterme en la cabeza del usuario y profundizar en la problemática, hasta encontrar la forma de desarrollar un proyecto que efectivamente aporte en el rubro de la salud, bienestar, etc.

Justamente en proyectos como este, se demuestra que **el diseño va mucho más allá de lo que la gente piensa**, y se puede aportar y potenciar tantas disciplinas diferentes, y eso es justamente, lo que más aprendí a querer de esta carrera universitaria. El hecho, de poder aportar en cualquier ámbito, con una mirada totalmente

diferente a la de cualquier otra persona, observando las cosas desde **diferentes perspectivas** y con una visión creativa que he podido desarrollar a lo largo de mi carrera de Diseño.

Espero que este proyecto continúe fluyendo y siento que así será, ya que el **interés por parte de la Sociedad Chilena de Dermatología** de apoyar el proyecto, me ha demostrado que efectivamente **es un tema que hay que tratar**. Así que pretendo que Apiel no quede solamente en un proyecto de título, si no que **efectivamente se implemente** y ejecute, aportando en el conocimiento y bienestar adolescente.



11

---

**BIBLIOGRAFÍA**

# BIBLIOGRAFÍA

- Arroyo, Carlos; Barrios, Alejandra; Guarín, Jhon; Llanos, Andrea; Linero, Yuliana; Ramírez, Andrés; Rizcala, Halime. (2019.) Calidad de vida relacionada con salud (CVRS) de los pacientes con acné. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/9087/139701.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benatuil, Denise (2003). El bienestar psicológico en adolescentes desde una perspectiva cualitativa (No. 3, 2003, págs. 43–58). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5645410>
- CASEN, Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (2017). Síntesis de resultados. Niñas, niños y adolescentes. Ministerio de Desarrollo Social de Chile, Gobierno de Chile. [http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/casen/2017/Resultados\\_nna\\_casen\\_2017.pdf](http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/casen/2017/Resultados_nna_casen_2017.pdf)
- Castro Bravo, Lina Marcela; Gómez Mendoza, Sara Liliana; Rodríguez Belmonte, Blanca Lucía & Bermúdez Jaimes, Milton Eduardo (2011). Acné vulgar, el nivel de habilidades sociales y la ansiedad social. *Revista Iberoamericana de Psicología: ciencia y tecnología* 4(2): 7–22.
- Developer, F. (2019, 29 marzo). Cómo afecta el acné la autoestima de los adolescentes. *Farmapiel*. <https://farmapiel.com/como-afecta-el-acne-a-la-autoestima-de-los-adolescentes/>
- Diener, E. Suh, E. (2000). Measuring subjective well-being to compare the quality of life of culture. *Culture and subjective well-being* (pag.3-12). Massachusetts: The MIT Press.
- Dr. Robinson Guerrero / Dermatólogo U. Chile – Docente U. De Los Andes Y U. Finis Terrae, R. G. (2021, 8 diciembre). Riesgos de los piercings y tatuajes. *Centro Médico Medicien*. <https://www.medicien.cl/riesgos-de-los-tatuajes-y-piercings/>
- Elias, P; Feingold, K; Fluhr, J. (2005). La piel como órgano protector. *Fitzpatrick Dermatología en Medicina General* (6a. ed.) (pp. 120-132).
- Feldman, S.R; Rapp, S.R; Graham, G; Fleischer, A.B; Brenes, G & Dailey, M. (2006). The Acne Quality of Life Index (Acne-QOLI) Development and Validation of a Brief Instrument (Vol. 7, Issue 3).
- García Dorado, J., & Alonso Fraile, P. (2021). Anatomía y fisiología de la piel. *Pediatría Integral*. Recuperado 2022, de <https://www.pediatriaintegral.es/publicacion-2021-05/anatomia-y-fisiologia-de-la-piel/>
- Gefeller, O; Uter, W & Pfahlberg, A (2016). Protection from Ultraviolet Radiation during Childhood: The Parental Perspective in Bavaria. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(10), 1011. <https://doi.org/10.3390/ijerph13101011>

- Greze, Rosario (2021). Los 10 errores más comunes en el cuidado de la piel. La Tercera. <https://www.latercera.com/practico/noticia/los-10-errores-mas-comunes-en-el-cuidado-de-la-piel/O57BWVBKZ FARZAOP452HZ3WMR4/>
- Guerra, A (2007). Acné. Clínica y repercusión en los pacientes. *Formación Médica Piel*, 22, (9), 476-480.
- IDEO (2015) Diseño Centrado en las Personas. Kit de herramientas, 2 edición.
- INE, Instituto Nacional de Estadísticas. 2021. Día Internacional de la Juventud: porcentaje de jóvenes en Chile desciende de 18,1% en 1992 a 13,9% en 2020. <https://www.ine.cl/prensa/2020/08/12/d%C3%ADa-internacional-de-la-juventud-porcentaje-de-j%C3%B3venes-en-chile-desciende-de-18-1-en-1992-a-13-9-en-2020>
- INJUV, Instituto Nacional de la Juventud (2018). 9 encuesta nacional de la juventud. Ministerio de Desarrollo Social y Familia Gobierno de Chile. [https://www.injuv.gob.cl/sites/default/files/informegeneralix\\_encuesta\\_nacional\\_de\\_la\\_juventud\\_2018.pdf](https://www.injuv.gob.cl/sites/default/files/informegeneralix_encuesta_nacional_de_la_juventud_2018.pdf)
- JUNAEB, Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas. (2018). Mapa Nutricional 2018 (Resumen Estado Nutricional). Ministerio Educación Gobierno de Chile. [https://www.junaeb.cl/wp-content/uploads/2013/03/MapaNutricional2018\\_Junaeb\\_21.02.pdf](https://www.junaeb.cl/wp-content/uploads/2013/03/MapaNutricional2018_Junaeb_21.02.pdf)
- Kabashima, Kenji; Tetsuya Honda, Florent Ginhoux & Gyohei Egawa. La anatomía inmunológica de la piel. *Nat Rev Immunol* 19, 19-30 (2019) <https://doi-org.pucdechile.idm.oclc.org/10.1038/s41577-018-0084-5>
- Khatib, Hasina (2020). Skin is not good or bad; it's not a point of conversation: skin neutrality movement. <https://www.vogue.in/wellness/content/skin-care-movement-what-is-skin-neutrality-skin-positivity>
- McKee, Phillip H; Calonje, J. Eduardo; Brenn, Thomas; Lazar, Alexander (2012) *McKee's pathology of the skin: with clinical correlations* (4th ed.). Elsevier/Saunders. [https://bibliotecadigital.uchile.cl/permalink/56UDC\\_INST/litqr/alma991007341964903936](https://bibliotecadigital.uchile.cl/permalink/56UDC_INST/litqr/alma991007341964903936)
- Montalván Alvarado, Ana Cristina & Echeverría Olaya, María José. (2015). Desarrollo de una aplicación móvil para la prevención, cuidado y tratamiento del acné. Dirigido a jóvenes. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE GUAYAQUIL. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4187/1/T-UCSG-PRE-ART-IPM-91.pdf>
- Orive, Ignacio. Dr (2021). La importancia de cuidar tu piel. Sanitas. <https://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/prevencion-salud/la-importancia-de-cuidar-la-piel.html>
- Petermans, Ann, & Cain, R. (2019). Design for Wellbeing: An Applied Approach. DOI: 10.21606/drs.2020.119 14

- Reinholz, Dr. M. Markus Dermatologist (2020). ¿Qué impacto psicológico puede tener el acné? | Eucerin. Pure Skin Coach. <https://www.eucerin.cl/acne/article-overview/las-consecuencias-de-vivir-con-acne>
- Rodan, Katie; Fields, Kathy; Majewski, George; Falla, Timothy (2016). Skincare Bootcamp: The Evolving Role of Skincare: Plastic and Reconstructive Surgery – Global Open. LWW. [https://journals.lww.com/prsgo/Fulltext/2016/12001/Skincare\\_Bootcamp\\_\\_The\\_Evolving\\_Role\\_of\\_Skincare.7.aspx](https://journals.lww.com/prsgo/Fulltext/2016/12001/Skincare_Bootcamp__The_Evolving_Role_of_Skincare.7.aspx)
- Ros, Sandra (2015). La piel y la autoestima. Nova. [https://nova.atresmedia.com/programas/que-me-pasa-doctor/noticias/piel-autoestima\\_20151118573af9a34beb2895a66228e1.html](https://nova.atresmedia.com/programas/que-me-pasa-doctor/noticias/piel-autoestima_20151118573af9a34beb2895a66228e1.html)
- Schmutte, Pamela S & Ryff, Carol D. (1997). Personality and well-being: Reexamining methods and meanings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(3), 549–559. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.3.549>
- Shrewsbury, Dr. Duncan (2015). Acne vulgaris. 8(11),645-672 <https://doi.org/10.1177/1755738015605130>
- Tan, J. K. (2004). Psychosocial impact of acne vulgaris: evaluating the evidence. *Skin Therapy Letter*, 9(7), 1-3, 9. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15334275/>
- Thiboutot, D., & Strauss, J. (2005) Enfermedades de las glándulas sebáceas. *Fitzpatrick Dermatología en Medicina General* (6a. ed.) (pp.757-776).
- Torales, Julio César, Malatesta, Estela María, González, Lourdes Lorena, González, Israel Alcides, López, Rubén Darío, Barrios, Juan Iván, García, Oscar Enrique, O'Higgins(2020). *Psicodermatología: una introducción a sus conceptos, nosología y modos de abordaje* (Vol. 53-No 2). Universidad Nacional de Asunción <https://doi.org/10.18004/anales/2020.053.02.127>
- Ulate Gómez, Daniel. (2010). El acné en los adolescentes. <https://www.binasss.sa.cr/revistas/ays/7n1-2/art5.pdf>
- Wendkos Olds, Sally; Diane E, Papalia, & Ruth Duskin Feldman (2010). *Desarrollo Humano*. Centro Interdisciplinario de Ciencias de la Salud, Unidad Santo Tomas, Instituto Politécnico Nacional. [https://www.moodle.utecv.esiaz.ipn.mx/pluginfile.php/29205/mod\\_resource/content/1/libro-desarrollo-humano-papalia.pdf](https://www.moodle.utecv.esiaz.ipn.mx/pluginfile.php/29205/mod_resource/content/1/libro-desarrollo-humano-papalia.pdf)
- Zaenglein, A; Graber, E; Thiboutot, D; & Strauss, J (2009). Acne vulgaris and acneiform eruptions. *Fitzpatrick Dermatology in general Medicine* (7a. ed.) (pp. 690-703).

**Fuentes Secundarias:**

- Andrea (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Anónimo (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Antonia (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Claudia (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuestas y Test
- Cristóbal (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Daniela (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Estefanía (2022). Técnica Aplicada. Entrevista miembro Sociedad Chilena Dermatología.
- Elisa (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Fernando (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Francisca (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Irma Perez (2021) Técnica Aplicada. Entrevista Experto Cosmetólogo.
- Isabel (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- María José Echeverría (2021) Técnica Aplicada. Entrevista Experto Cosmetólogo.
- Mauricio Sandoval (2021) Técnica Aplicada. Entrevista Experto Dermatólogo y miembro Sociedad Chilena Dermatología.
- Montserrat (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Mónica (2022) Técnica Aplicada. Usuario: Entrevistas y Testeos
- Pablo (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Sofía (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Solana García (2021) Técnica Aplicada. Entrevista Experto Dermatocosmiatra.
- Sofía (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Valentina (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test
- Vicente (2021). Técnica Aplicada. Usuario: Entrevista, Encuesta y Test



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

# apiel

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia  
Universidad Católica de Chile para optar al título  
profesional de Diseñador.

Alumna: María Emilia Leyton de la Fuente  
Profesor Guía: José Allard

Julio 2022. Santiago, de Chile