FACULTAD DE DISEÑO Y COMUNICACIONES // CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Tesis para optar el título de licenciada en Diseño Gráfico Publicitario, mención en diseño y tecnología

"DISEÑO DE UN PRODUCTO BASADO EN EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS, PARA ELEVAR LA AUTOESTIMA EN LAS MUJERES DE LA ASOCIACIÓN WARMI CUSI "

AUTOR

Jesus del Carmen Torres Castillo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Diseño como catalizador de innovación social

ASESOR

Carlo Rodríguez Viña

LA MOLINA • PERÚ • 2018

Universidad de Ciencias y Artes de América Latina

DEDICATORIA

Gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento de mi vida, a mis padres Carlos Torres y Carmen Castillo que siempre me dieron el ejemplo de nunca rendirme, a que vale la pena cada amanecida y cada esfuerzo porque siempre tendrás una recompensa, que durante estos años me brindaron su amor y apoyo incondicional. Los logros que he obtenido durante estos años, no son solo míos, son para ustedes. Los amo. Gracias por siempre creer en mí.

A mis hermanas Diana y Maricela por estar conmigo motivándome cuando sentía que ya no rendía, gracias por siempre decirme ¡tú puedes!

AGRADECIMIENTO

A Carlo Rodríguez Viñas, Docente de UCAL, por el apoyo y guía en la construcción del trabajo de investigación donde siempre se mostró dedicado y paciente.

A mi Alma Máter UCAL (Universidad de Ciencias y Artes de América Latina) por formarme en la profesional que soy.

Resumen

El presente trabajo de investigación, está constituida por la descripción y el análisis de la situación actual de la autoestima de las mujeres de la asociación de Warmi Cusi para posterior a ello desarrollar una solución viable basada en el diseño de experiencias que incremente su autoestima.

El problema de investigación fue conocer como un producto basado en el diseño de experiencias puede elevar la autoestima del grupo de mujeres, además de identificar los instrumentos más eficaces para medir la autoestima y conocer los productos y/o servicios actuales que tienen el mismo objetivo de esta investigación.

Se utilizó una metodología cualitativa, realizando entrevistas en profundidad en donde se pudo reconocer la motivación de las mujeres para pertenecer a la asociación, su perspectiva con respecto a la problemática y sus ideas para solucionarla. Además, se utilizó la escala de Rosenberg, así como información adicional de fuentes bibliográficas, electrónicas, entre otras. La variable más importante fue el nivel de autoestima actual de las mujeres e identificar características similares entre las entrevistadas.

Lo anterior permitió desarrollar diferentes conclusiones que responden a los objetivos planteados. Uno de ellos es que el diseño de experiencias puede ser utilizado para resolver problemáticas sociales, gracias a su flexibilidad y a la aplicación polifacética de la misma.

Por otro lado, se concluye que el 80% de las mujeres entrevistadas tienen autoestima alta y que los productos y/o servicios que puede aumentar la autoestima de las mujeres pueden tener objetivos comerciales o pueden ser promovidos por colectivos preocupados por el bienestar social.

INDICE

NTRODUCCIÓN.....8

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....9
1.1 Descripción de Situación Problemática:.....9
1.2 Formulación del Problema:.....10
1.2.1 Problema General.....10
1.2.2 Problemas Específicos.....10
1.3 Objetivos de Investigación.....11
1.3.1Objetivo general 11
1.3.2 Objetivo Específico 11
1.4 Justificación 11
1.5 Viabilidad 12

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 13
2.1 Antecedentes 13
2.2 Bases Teóricas:.....18
2.2.1 Diseño de productos.....18
2.2.1.1 Importancia del desarrollo de nuevos productos.....18
2.2.1.2 Metodología 19
2.2.1.3 Proceso de innovación 20
2.2.1.4 El éxito o fracaso.....23
2.2.1.5 El valor de la estética 25
2.2.1.6 Productos sociales 26
2.2.2 Diseño de experiencias 26
2.2.2.1 Diseño interactivo.....27
2.2.2.1.1 Tipos de interacción 27
2.2.2.1.2 Principios básicos del diseño de interacción 28
2.2.2.2 Fundamentos clave 28
2.2.2.2.1 Usabilidad.....28
2.2.2.2.2 Accesibilidad.....28
2.2.2.3 Diseño centrado en el usuario.....29
2.2.2.3.1 Importancia de su aplicación 29
2.2.2.3.2 Metodologías y técnicas 29
2.2.3 La autoestima.....30
2.2.3.1 Importancia.....30
2.2.3.2 Autoestima baja.....31
2.2.3.3 Autoestima alta o narcisismo.....32
2.2.3.4 Autoestima y la salud 33
2.2.3.5 Autoestima en la mujer.....34
2.2.3.6 Como medir y aumentar la autoestima.....35
2.3 Definiciones de términos Básicos.....35
2.3.1 Diseño de producto 35
2.3.2 Innovación.....36
2.3.3 Diseño de experiencia.....36
2.3.4 Autoestima 36
2.3.5 Autoimagen 36

2.3.6 Autoconcepto 36

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO 37
3.1 Diseño de investigación:.....37
3.2 Pre - Supuestos.....37
3.2.1 Supuesto general 37
3.2.2 Supuestos específicos.....37
3.3 Categorización 38
3.3.1 Categoría.....38
3.3.2 Definición conceptual 39
3.4 Población muestreo y muestra 39
3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....40
3.5.1 Descripción de instrumentos 41
3.5.2 Validación de instrumentos por expertos.....47
3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos cualitativos.....51
3.6.1 Metodología Pro-Seso Creativo 51
3.6.2 Sens Intent 51
3.6.2.1 Buzz Reports.....51
3.6.2.2 Key Facts 52
3.6.3 Know people.....52
3.6.3.1 Research Planning Survey 52
3.6.3.2 Ethographic Interview.....52
3.6.4 Frame Insights.....52
3.6.4.1 Observations to Insights.....52
3.6.4.2 User Response Analysis 52
3.6.5 Metodología Laboratoria.....53
3.6.5.1 Mapa de Empatía 53
3.6.6 Customer Journey Map 53

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS 54
4.1 Metodología Pro-Seso Creativo 54
4.2 Sens Intent 58
4.2.1 Buzz Reports.....58
4.2.2 Key Facts 59
4.3 Know people.....60
4.3.1 Research Planning Survey 60
4.3.2 Ethographic Interview.....77
4.4 Frame Insights.....84
4.4.1 Observations to Insights.....84
4.4.2 User Response Analysis 85
4.5 Metología Laboratoria 86
4.6 Customer Journey Map 89

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES 91
RECOMENDACIONES 92

CAPÍTULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN 93
6.1 Fuentes Bibliográficas: 93
6.2 Fuentes electrónicas: 95

CAPÍTULO VII: ANEXOS 100
7.1 Matriz de consistencia para Investigación Cualitativa 100
7.2 Matriz de categorización 101
7.3 Diagrama Gantt 102
7.4 Escala de Rosenberg 103
7.5 Modelo De Entrevista 104
7.6 Entrevistas transcritas 107
7.6.1 Entrevistas 1 107
7.6.2 Entrevistas 2 118
7.6.3 Entrevistas 3 121
7.6.4 Entrevistas 4 123
7.6.5 Entrevistas 5 129
7.6.6 Entrevistas 6 132
7.6.7 Entrevistas 7 136
7.6.8 Entrevistas 8 140
7.6.9 Entrevistas 9 143
7.6.10 Entrevistas 10 148
7.6.11 Entrevistas 11 151
7.6.12 Entrevistas 12 154

7.7 Evidencias Fotográficas 157
7.7.1 Fotografía 157
7.7.2 Fotografía 158
7.8 Prototipado 160
7.9 Constancia de autorización 162
7.10 Índice de tablas 163
7.11 Índice de figuras 164

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación que tiene como fin recopilar información necesaria y relevante sobre el grado de autoestima que tienen las mujeres de la Asociación Warmi Cusi, para poder comprender y analizar los datos obtenidos y posteriormente proponer un recurso social e innovador utilizando el diseño de experiencias como pilar.

Esta investigación presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo I se presenta el planteamiento del problema a través de la descripción de la situación problemática, formulación del problema de investigación, objetivos y justificación del estudio.

En el capítulo II se presentan investigaciones previas relacionadas al tema principal y se explican los aspectos teóricos relacionados al diseño y sus aplicaciones actuales y la autoestima.

En el capítulo III se explica la metodología y diseño de la investigación realizada y se delimita la muestra, las técnicas de recolección de datos y estadísticas.

En el capítulo IV se especifican las fuentes utilizadas para realizar la investigación.

Por último, se adjuntarán los anexos necesarios para un mayor entendimiento de la presente tesis.

Capítulo I
Planteamiento del problema

1.1 Descripción de la situación problemática.

El hombre tiene la necesidad de opinar al respecto de todo, de la sociedad, de su familia, amigos y hasta de él mismo. ¿Esas opiniones construyen la autoestima?

Bonet (1997) señala lo siguiente: ¨ La autoestima es la percepción evaluativa de uno mismo. ¨ (p.18) Sumado a esto, la autoestima se puede desarrollar de forma positiva o negativa, alta o baja, resaltando que es mejor tener una percepción positiva y realista de uno mismo para potenciar las habilidades y aceptar y subsanar las deficiencias, de lo contrario será difícil afrontar los retos de la vida diaria (Bonet, 1997, p.19).

Ante el contexto mundial y los estilos de vida que aparecieron como consecuencia de una sociedad voluble y parcial para la mayoría, es común identificar grupos sociales con problemas de autoestima, especialmente en las mujeres.

Branden (2010) en su obra *La Autoestima de la Mujer* afirma lo siguiente:

La autoestima es indispensable para las mujeres que están abandonando los roles sexuales tradicionales, las que luchan por la autonomía emocional e intelectual, las que trabajan para progresar en su trabajo, creando nuevas empresas, invadiendo ámbitos tradicionalmente masculinos y desafiando prejuicios milenarios (p.18).

Estas características son propias de la mujer peruana, sin embargo, a pesar de la fuerza interna que puede tener la mujer, siempre habrá causantes intrínsecos o extrínsecos que ocasionarán un bajo nivel de autoestima.

Ante esto se han realizado diferentes proyectos en el Perú, sin embargo, la autoestima baja en la mujer peruana sigue siendo un problema creciente, situación que se evidencia en las mujeres de la Asociación Warmi Cusi, donde

mujeres de todas las edades y nivel socioeconómicos buscan, a través de diferentes actividades y proyectos, liberar de opresiones y defender la dignidad y la autoestima de otras mujeres afectadas. Es por ello, que la presente investigación busca conocer las causas específicas y consecuencias más comunes que genera la baja autoestima en este grupo, para así proponer una alternativa basada en el diseño de experiencia y la innovación para resolver problemas sociales.

1.2 Formulación del problema.

1.2.1 Problema general.

- ¿Cómo un producto basado en el diseño de experiencias puede elevar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi?

1.2.2 Problemas específicos.

- ¿Cuáles son los instrumentos para medir el nivel de autoestima de las mujeres?

- ¿Cuál es el nivel actual de autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi?

- ¿Cómo se aplica el diseño de experiencias para elevar la autoestima de las mujeres?

- ¿Qué productos o servicios, basados en el diseño de experiencias, elevan la autoestima de las mujeres?

1.3 Objetivos de investigación.

1.3.1. Objetivo general.

- Determinar como un producto basado en el diseño de experiencias puede elevar la autoestima en las mujeres de la Asociación Warmi Cusi.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar instrumentos para medir el nivel de autoestima de las mujeres.

- Determinar el nivel actual de autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi.

- Identificar cómo el diseño de experiencias puede elevar la autoestima en las mujeres.

- Precisar que productos o servicios elevan la autoestima de las mujeres.

1.4 Justificación.

La presente investigación nace a partir de desarrollar un producto innovador para elevar la autoestima de las mujeres. Así como también dar a conocer la relevancia y funcionalidad del diseño de experiencias en la actualidad, reafirmando así que el diseño es una vía esperanzadora para resolver problemáticas sociales a gran o menor escala.

A su vez, se busca fomentar la investigación y búsqueda de nuevas soluciones para satisfacer las necesidades de grupos sociales desatendidos, ya que es evidente que los métodos contemporáneos no suelen lograr los objetivos planteados y sus efectos no perduran en el tiempo.

1.5 Viabilidad.

Aseguramos la viabilidad de la presente investigación gracias a la abundante información que se encuentra en fuentes impresas y digitales. Además, que el tema a tratar forma parte de la lista recurrente de tópicos de estudios que se hacen en psicología e innovación social. Y lo más importante, los individuos que forman parte de la muestra de estudio, son fácilmente ubicables y confiamos en que enriquecerán la recolección de data.

Capítulo II
Marco teórico

2.1 Antecedentes

- Rodas (2015), en su tesis llamada: ¨ Diseño de estrategias gráficas para mejorar la experiencia de compra de comida ¨, realizada en la Universidad de Azuay; tuvo como objetivo apoyar a las microempresas locales y nacionales en el rubro de comida, para competir con las grandes transnacionales, mediante la mejora de la experiencia de compra de los consumidores, gracias al diseño de estrategias de imagen con características de sustentabilidad y elementos análogos y multimedia.

  Rodas empleó una metodología cualitativa basada en entrevistas a expertos y observación de campo para conocer la situación de los negocios locales, así como los negocios con capital exorbitante. Al finalizar la investigación concluyó que en cuanto a asegurar la competitividad y supervivencia de un negocio en el mercado, es fundamental desarrollar la experiencia de cliente. También propone la estrategia como nueva metodología de aplicación del diseño dentro del ámbito gastronómico, usando elementos gráficos para generar una experiencia diferente en el público.

  De estas conclusiones se puede resaltar el carácter imprescindible que tiene generar una experiencia, no importando el rubro en el cual se base una investigación. Así corroboramos la flexibilidad de las aplicaciones del diseño en distintas áreas y su uso en el mercado actual. Por ello se buscará general una experiencia memorable en las mujeres de la Asociación Warmi Cusi al momento de tener contacto con el producto a desarrollar, ya que es necesario entablar una relación cercana para tener resultados que involucren modificaciones en la conducta humana como el de elevar la autoestima.

- Cordero (2016), en su tesis titulada ¨ El diseño de comunicación gráfica en el espacio público como alternativa en la construcción de ciudadanía e identidad ¨, realizada en la Universidad del Azuay; planteó como objetivo ampliar las prácticas del diseño, específicamente el diseño de comunicaciones y el diseño de experiencias para generar una gráfica, en espacios públicos, que ayude a generar el sentir de ciudadanía e identidad en los ciudadanos de Cuenca.

  Cordero utilizó una metodología cualitativa, donde a partir de entrevistas pudo conocer la percepción de personalidades que siempre han estado vinculados al desarrollo cultural de la ciudad. A su vez concluye, a partir de su investigación, que el diseño de comunicaciones tiene un nivel de complejidad alto, ya que ahora el modelo de comunicación de los ciudadanos de Cuenca es más participativo por lo que asegura la interdisciplinariedad entre las áreas de trabajo de los diseñadores. También asegura que ya no es suficiente tener en cuenta cuestiones estéticas, sino es necesario tener la capacidad de analizar, identificar y entender la relación entre sucesos para definir estrategias de comunicación efectivas y que estén acorde con las nuevas exigencias del público. Con respecto al diseño de experiencias, menciona que gracias a la tecnología ya no existen barreras para el diseño en todas sus aplicaciones y que ahora la función principal de este es generar experiencias donde un componente visual sea fundamental en la comunicación.

  Ante lo mencionado anteriormente podemos rescatar el papel del diseñador en la actualidad, ya que no se le considera un productor de piezas visuales, sino un desarrollador y mejorador de procesos de comunicación y creador de experiencias para el usuario, esto gracias a herramientas como la tecnología. Esto asegura la viabilidad del desarrollo de un producto basado en el diseño de experiencias e

incentiva la búsqueda de nuevas herramientas para crear una experiencia que cumpla con los objetivos planteados.

- Espinosa (2014), en su tesis llamada ¨ Diseño de piezas gráficas que promuevan el aprendizaje experiencial de los visitantes de programa Rutas de Leyendas de la Fundación Quito Eterno ¨, realizada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; tuvo como objetivo aplicar el diseño mediante piezas gráficas para mejorar la experiencia y facilitar el aprendizaje a los usuarios del Programa Rutas de Leyendas, enfatizando su preocupación por la conservación de la cultura a través de todas sus expresiones, costumbres, creencias y tradiciones.

  Espinoza utilizó una metodología cuantitativa basada en encuestas realizadas previamente por la fundación Quito Eterno, con las cuales realizó una selección de muestra y análisis de datos. Gracias a los datos recolectados concluyó que para realizar una investigación es crucial tener información previa para conocer el entorno de la problemática, también señala la importancia de tener en cuenta el aprendizaje experiencial y el diseño de experiencias para desarrollar piezas gráficas que cumplan con los objetivos. Por último, resalta la experiencia primaria creada por las Rutas de Leyenda e incentiva a seguir potenciando estos proyectos culturales con diseño.

  Se concuerda con la importancia de recolectar data relacionada directamente con la problemática a abordar, así como la necesidad de evaluar aspecto como el diseño de experiencias en investigación que busquen mejorar procesos desde la perspectiva del usuario.

- Zhunio (2016), en su tesis denominada: ¨ Diseño de paneles interactivos para espacios públicos, sobre la historia, costumbres y tradiciones de la ciudad de Machala ¨, realizada en la Universidad del Azuay; tuvo como objetivo difundir la historia y cultura de la ciudad de Machala, mediante

el diseño gráfico experiencial plasmado en paneles informativos e interactivos, en espacios públicos.

Zhunio utilizó tanto una metodología cualitativa, basada en la observación de campo, como cuantitativa basada en encuestas a ciudadanos de Machala en dos diferentes lugares icónicos, el Parque Central y el Parque Lineal. Con la información recolectada pudo concluir que en las investigaciones sobre historia y culturas; el diseño gráfico y su análisis de forma, función y tecnología son grandes contribuidores para poder verificar que los productos desarrollados cumplan con los requerimientos necesarios y suplan las necesidades de los públicos.

Sobre el rol de aspecto de diseño para verificar la funcionalidad del producto final realizado a partir de la investigación, se puede añadir la etapa de validación no solo con estos aspectos, sino con el testeo correspondiente. Esto será considerado al final del desarrollo de producto para elevar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi, puesto que será probado con el mismo grupo de estudio y por expertos para anotar falencias y mejorarlas en el futuro.

- Carrión y Romero (2018), en su tesis titulada: ¨ Diseño de un videojuego para aportar en el aprendizaje y mejorar la experiencia de visita de niños en los museos ¨, realizada en la Universidad del Azuay; planteó como objetivo resolver en cierta medida la restricción que tiene la Casa – Museo ¨ Remigio Crespo Toral ¨ con respecto a la visita de la reserva de arte que tienen, ya que está inhabilitada para la visita de niños; por ello busca mejorar, con apoyo del diseño gráfico y recursos multimedia, la experiencia de los niños y por ende aportar a su aprendizaje.

  Utilizaron una metodología cualitativa basada en entrevistas a personas relacionadas con el museo y que hayan sido espectadores de la situación. Luego de su investigación y desarrollo de propuesta concluyó que, para este grupo, en específicos niños, es apropiado el uso de

medios digitales interactivos, ya que ellos cuentan con los conocimientos previos para su manejo y hace más atractivo el proceso de aprendizaje.
Por ende, es conveniente buscar los medios más eficaces para entablar una comunicación con el público objetivo teniendo en cuenta sus características particulares y preferencias. Esto será prioridad a la hora de elaborar medios físicos por los cuales se emitirán los mensajes definidos para la investigación del desarrollo del producto para elevar la autoestima.

- Escudero (2014), en su tesis denominada: ¨ Diseño de una estrategia gráfica basada en alineamientos de diseño experiencial, para contribuir al proceso edu comunicativo del Taller de Periodismo del Centro Educativo Jahibé ¨, realizada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador; tuvo como objetivo contribuir a la alfabetización mediática (entender el significado de los mensajes recibidos a través de los medios y desarrollar las habilidades necesarias para crear contenido de calidad) de los niños que integran el Taller de Periodismo, a través del diseño de una estrategia gráfica basada en el diseño de experiencias.

  Escudero empleó una metodología cuantitativa, basada en encuestas a los niños del taller, para conocer más de cerca al público al cual iba a estar dirigido la estrategia gráfica. Posterior a su investigación concluyó que, a partir del uso de la técnica de encuestas, se establecieron relaciones importantes entre los encuestados y los objetivos del proyecto, en este caso pudo hallar la estrecha relación entre los niños y los medios de comunicación, así como su preferencia a los juegos. Por otro lado, enfatiza el trabajo interdisciplinario del diseño y que sin la aplicación de metodologías o teorías de otros campos de trabajo no se habría podido realizar una estrategia gráfica.

  Se puede considerar la funcionalidad de técnicas como las encuestas para recolectar información, sin embargo, no se acepta su fiabilidad al 100% si es que se quiere obtener insights de mayor relevancia. Por lo

que, para poder conocer en profundidad al público objetivo, mujeres de la Asociación Warmi Cusi, se optarán por otras técnicas más efectivas.

- Silva (2015), en su tesis llamada: ¨ Propuesta gráfica y diseño editorial del libro de poesía para niños de ocho a diez años de edad: Memorias de tres historias, para promover una experiencia de lectura novedosa ¨; realizada en la Pontifica Universidad Católica del Ecuador; planteó como objetivo innovar en el proceso de lectura de los niños de ocho a diez años, a partir de una propuesta gráfica y diseño editorial visualmente atractivo, pedagógico y comunicacionalmente efectivo.

  Silva utilizó una metodología cualitativa basada en la información que le otorga un experto en poesías para niños y el proceso de diseño compuesto por 10 etapas de Frascara. De su investigación pudo concluir que el diseñador es capaz de entender las necesidades y requerimientos del usuario del producto final, así como su habilidad para trabajar de forma interdisciplinaria.

  Solo queda destacar el papel trascendente del diseñador y las diferentes áreas con las que trabaja para crear proyecto de toda índole con resultados óptimos y siempre teniendo como prioridad al usuario.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Diseño de producto

2.2.1.1 Importancia del desarrollo de nuevos productos.

Los beneficiados del desarrollo de nuevos productos son catalogados en tres: el consumidor, la organización y la sociedad. Con respecto al consumidor, los nuevos productos presentados en el mercado son respuestas a las necesidades que posee, estos productos son basados en características diferenciales como hábitos, costumbres, estilos de vida, preferencias, comportamientos, entre otros, así se asegura la funcionalidad y el cumplimiento

del beneficio propuesto. Por otro lado, se puede conocer la reacción que tiene el consumidor con respecto a variables como precio, lugar de venta, presentación en medios; posterior a esto se crea una rúbrica guía para ser considerada en próximos lanzamientos, pensando en la comodidad del consumidor.

Para la organización o empresa significa, la permanencia en el mercado, potenciando su competitiva con respecto a la competencia. El avance de la tecnología ayuda a la reformulación de productos en desfase y en la creación de otros nuevos, teniendo en cuenta una buena segmentación para presentar productos novedosos dirigidos específicamente a grupos sectorizados.

El beneficiario final es la sociedad en general, ya que el desarrollo de nuevos productos genera más posibilidades de que alguno de ellos se convierta en un factor de desarrollo económico de una región o área geográfica, ya que generará empleos y mejorará la calidad de vida de los ciudadanos.

Otro aspecto positivo es el acercamiento a productos suplementarios, es decir productos que suplan necesidades al igual que otros, pero a menor costo o implicando menor uso de recursos tanto para le empresa como para la sociedad (Adbu, 2013, p. 12-14).

En opinión de Lerma (2010): ¨ En resumen, podemos afirmar sin riesgo a equivocarnos que el crecimiento y desarrollo de las empresas, y de los países, tiene en la tarea del desarrollo de productos una de sus piedras angulares.

2.2.1.2 Metodología

Como en todo proceso de creación existe una metodología básica y coherente para iniciar un proceso de desarrollo de producto, como afirma Vilchis (2002): ¨ La sistematización es útil en el campo del diseño para evitar acciones arbitrarias e incoherentes a los recorridos intuitivos por la vasta gama de posibilidades que en cada proyecto se presenten. ¨ (p. 42)

Esto hace referencia a que emplear una metodología ayuda a limitar la envergadura de los proyectos de creación, así como las opiniones personales de los involucrados.

Según Vilchis (2012) se pueden distinguir cuatro metodologías constantemente utilizadas en el diseño:

1. Información e investigación: consiste en la recolección de datos relevantes y material relacionado al tema central del proyecto.

2. Análisis: se hace una extenuante decodificación de la información para entender el contexto de la problemática.

3. Síntesis: a partir de criterios coherentes se filtran los datos para llegar a la respuesta formal del problema.

4. Evaluación: basada en sustentar la respuesta formal contrastándola con la realidad problemática.

Estas pautas, aunque básicas, son totalmente aplicables a la actualidad y representarían el armazón previo a metodologías más avanzadas con secciones específicas como el Design Thinking, el cual es considerado un proceso universal de creación.

2.2.1.3 Proceso e innovación

Cuando se clasifica como ¨ nuevo ¨ un producto, se puede estar teniendo dos perspectivas diferentes, desde una empresa o desde el mercado. En el caso de las empresas un nuevo producto significa un elemento que jamás han producido, en el caso del mercado un nuevo producto significa una pequeña o grande innovación (Dvoskin, 2004, p. 238).

Cual fuera el caso, todo desarrollo de un nuevo producto se debe hacer bajo

las limitaciones que crean los objetivos planteados una vez empezado el proyecto y la planeación necesaria. Para iniciar este proceso se debe tener en cuenta la realidad del mercado y anticipar la realización del proyecto, se establecen oportunidades a través de diversas fuentes confiables (Adbu, 2013, p. 15).

Según Gray y Cyr (1998) en su obra *Marketing de productos: guía de planificación para pequeñas empresas,* se debe tener las siguientes consideraciones para el proceso de nuevos productos.

- Beneficios que el producto va a otorgar a los usuarios. Preguntas como: ¿qué necesitan realmente?, ¿cuáles son las necesidades notorias? o ¿es posible satisfacer esas necesidades?, son necesarias para construir un panorama previo.

- Criterios que el usuario aplica a nuevos productos. El primer criterio es el de interés que hace referencia al nivel de placer o de recompensa que tiene un consumidor al obtener un producto. Qué tan satisfactorio adquirir un producto en particular. El segundo criterio está asociado a la identidad: las elecciones de consumo de los clientes comunican su estilo de vida; por ende, constituyen parte de su identidad personal.

  El riesgo es considerado el tercer criterio y significa el nivel de preocupación por una mala compra, al fin y al cabo, el adquirir un bien significa confiar en las cualidades de este.

  El envase cumple funciones tanto de conservación, distinción y promoción y es el cuarto criterio. La historia y el respaldo de una marca conocida, criterio cinco, puede ser la diferencia entre la aceptación y el rechazo en el mercado. Los cimientos de una marca familiar pueden ayudar a identificar los productos que forman parte de la cartera de una empresa, ayudan a crear asociaciones entre marcas y atributos como

calidad o estatus, ayuda a generar una idea corporativa positiva y puede asegurar la fidelidad de un consumidor.

Contacto con el cliente y la disponibilidad de servicios, son los criterios seis y siete. El primero consta de la capacidad, experiencia y personalidad que se demuestra en el proceso de venta y que en ciertos casos es más considerado por el consumidor. Por último, la disponibilidad del producto o servicio puede crear una opinión positiva o adversa con respecto a la marca.

- En un mercado altamente competitivo, los servicios adicionales pueden dar la superioridad a una marca u a otra. Pequeños detalles como un envío gratuito pueden generar impactos positivos en el comprador.

- El ciclo de vida es la última consideración a tomar, puesto que en las diferentes etapas de ciclo de vida de un producto se deben realizar acciones de comunicación diferentes.

Todas estas sugerencias descritas anteriormente deben ser consideradas en el proceso global del desarrollo de producto. Morris (2009), en su obra Fundamentos del diseño de productos señala que este proceso posee cinco campos, cada uno enlazado con otros. Ideación del producto, descripción, solución de diseño, producción y mercado. A lo largo de su obra, describe claramente cada etapa y señala la importancia de cada una para poder realizar un diseño de producto exitoso y, sobre todo, útil.

En cuanto a innovación en el proceso de creación no supone una cambió de tecnologías a 180°, como se aclara en líneas anteriores, sino unas mejorías visibles en un producto de un rubro en particular, esto no desmerece los grandes esfuerzos en cuanto a creatividad que varias empresas hacen para proponer nuevos productos al alcance de los usuarios.

Según Lerma (2010), los niveles de innovación son siete. Imperceptible.
En donde los cambios se hacen a nivel del proceso de fabricación, como el abaratamiento de costos. Reposicionamiento. Los cambios se notan a nivel de envase o presentación. Mejora de productos existentes. Representan mejoras paulatinas, generadas a partir de actualizaciones en el rubro. Adición a líneas de productos existentes. Son aquellos productos nuevos en la cartera de una empresa, esto no significa que representen una novedad en el mercado. Nuevas líneas de productos. Al igual que al anterior, son nuevos mercados para la empresa, pero ya existentes para otras. Nuevos productos en los mercados donde opera la empresa. Son productos útiles para segmentos desatendidos del mercado. Productos nuevos en el ámbito mundial. También llamados invenciones. Aquellos que eran totalmente desconocidos en su rubro y en el mercado global y que significan una revolución para el consumidor (p. 13).

Se infiere que es muy difícil ubicar un nuevo producto en este último nivel, sin embargo, no es imposible gracias a los avances tecnológicos y a los nuevos métodos desarrollados para suplir las necesidades del consumidor.

2.2.1.4 El éxito o fracaso

Es claro que, aunque se haga un estudio previo del mercado para saber si la introducción de nuevo producto será adecuada o no, siempre existen factores internos en el mismo desarrollo del producto que pueden definir su éxito o fracaso antes de ser lanzado al mercado.

Algunas de las cualidades que debe poseer un producto para asegurar su éxito son: uso de mejor tecnología, diseño, calidad, precio, ser novedoso, funcional y atractivo (Lerma, 2010, p. 20).

Publicaciones Vértice (2007) añade que se debe definir el concepto, público objetivo y especificar necesidades que suplirá el producto, antes de desarrollarlo (p. 33).

Otro objetivo al que debe apuntar todo nuevo proyecto de desarrollo de producto es a establecer un apego afectivo entre el producto o servicio y el consumidor. Cuando un usuario se relaciona con un producto novedoso que no solo suple su necesidad, sino que, le brinda una experiencia positiva, se puede decir que automáticamente se crea un lazo afectivo. Haciendo más probable que el usuario muestre interés hacia productos relacionados con el primero (Ambrose y Salmond, 2014, p. 54).

En pocas palabras se puede detectar un producto exitoso cuando este informa, educa y en algunos casos incentiva al público a realizar determinada acción (Hembree, 2008, p. 14).

Por otro lado, sobre el fracaso: ¨ La tasa de fracasos de los nuevos productos es alta, aproximadamente cuatro de cada seis productos nuevos fracasan. Por otra parte, se producen también abandonos antes del lanzamiento del producto, cuando todavía se encuentra en fases de su desarrollo. ¨ (Talaya, 2008, p. 435).

Además, el autor sostiene que uno de los factores más habituales para el fracaso es la falta de una adecuada investigación comercial, sin embargo, este no es el único factor capaz de derrumbar una estrategia de lanzamiento. Otra causa puede ser la saturación de los mercados ya que existen infinidad de productos bajo la misma categoría, cada uno con una estrategia de comunicación diferente o parecida que no permiten una adecuada comunicación con el consumidor. Sumado a esto, el que el producto o servicio no supla las necesidades por las cuales fue creado hace que el público lo rechace, así como las ventajas ¨invisibles¨ que no significa que un producto no tenga funcionalidad, sino que sus atributos no han sido potenciados y comunicados de la mejor manera para que su público objetivo los tome en consideración.

Lo que no muchos autores mencionan es el factor cultural del mercado en el cual se quiere añadir un producto, puesto que, aunque se tomen las

precauciones necesarias en cuanto al diseño, desarrollo, lanzamiento y promoción, nada podrá impactar en una sociedad golpeada por problemas sociales donde existen prioridades que van más allá del consumismo. Sin embargo, podrían existir excepciones siempre y cuando estos productos o servicios tengan una implementación social que ayude a redimir paulatinamente la realidad.

2.2.1.5 El valor de la estética.

Luego de haber hecho hincapié en que el diseño ya no solo implica gráficas atrayentes, se podría deducir que el ámbito estético ya no es importante o prioritario. Y es cierto. Tal vez la estética ya no sea el objetivo vitalicio del diseño, pero siempre será un concepto inherente de él. Bussakampakom et al. (2012) da un ejemplo claro de esto con lo siguiente:

A las piezas de un motor de un coche le pedimos optimización y resistencia (función), pero el coche como producto final, ¿no le pedimos básicamente ¨ belleza ¨ (estética)? Queremos que sea seguro, eficiente, duradero, aerodinámico… pero sobre todo bello, ya que muchos de sus propietarios van a sentir que el coche es un reflejo de sí mismos: de su gusto, de su capacidad adquisitiva, de su potencia, de su éxito en la vida… en definitiva, de su status (p. 90).

Este ejemplo expresa con exactitud cuando la estética debe estar presente o no. Aunque para otros autores como Lidwell et al. (2005) siempre debe aspirar a crear productos estéticos, ya que estos son percibidos como más usables y son mejor aceptados en el mercado (p. 18).

Lo que es cierto es que si se tienen objetivos que van más allá de la venta y compra es claro que la estética debe ser considerada y más aún cuando se desea cambiar percepciones o conductas en los usuarios.

2.2.1.6. Productos sociales

Como muchos otros profesionales, el diseñador tiene la capacidad de reconocer los contextos sociales en donde trabaja para contribuir de la mejor manera. Deberán entonces desarrollar proyectos, herramientas, integrarse en grupos de trabajo que tengan como objetivo la mejora social (Frascara, 2008, p. 51). Dentro de estas herramientas encontramos a los productos sociales.

Cuando se habla de productos se piensa en una lata de atún, una bombilla o un celular de última generación y cuando se habla de productos sociales suele haber una confusión con respecto a lo que es y si es que existen realmente productos sociales. También suelen ser incluidos en el concepto de campaña de comunicación social, entre otros.

Los productos sociales pueden ser de tres tipos: ideas, que a su vez pueden ser creencias, actitudes o valores; prácticas, basadas en actos repetitivos o conductas, y objetos tangibles (Kotler y Roberto, 1992, p. 30) De esto se desprende la idea de que un producto social implica una respuesta a problemas sociales como el consumo excesivo de tabaco o de bebidas alcohólicas, el racismo o la baja autoestima en sectores de la población. E ahí la importancia de desarrollarlos sin descuidar las bases fundamentales del diseño, puesto que aún se puede crear la analogía básica de producto – consumidor.

2.2.2 Diseño de experiencias

La implementación del diseño de experiencias ayudó a darle prioridad al diseño en todas sus expresiones y a ratificar la importancia del diseñador en todo proceso de creación. Por ello hoy en día, se tienen estudios relevantes sobre la conexión que crea el diseño con el usuario (Press y Cooper, 2009, p. 18).

2.2.2.1 Diseño interactivo

Cuando se habla de interacción se suele pensar en medios digitales como laptops, celulares o tables, sin embargo, el diseño interactivo está presente en toda relación de producto y consumidor.

El diseño interactivo se crea al momento de idear el proceso de uso de un producto o servicio. Es decir, todo producto o servicio tiene un objetivo primordial por ello en la fase de creación y desarrollo se ha tenido que realizar las acciones necesarias para que el producto final cumpla con los objetivos planteados, funcione de la manera que se especificó y que cree la interacción esperada con el usuario.

Dichas acciones empiezan con el buen diseño de un producto que hace el que usuario esté concentrado en la actividad de uso con el producto y que no necesite de instrucciones o indicaciones previas para comprender el funcionamiento, entonces se difiere que existe de por medio un buen diseño interactivo y que la experiencia es positiva. Ambas, el diseño interactivo y el diseño de experiencia, están presentes desde el empaque hasta el apoyo de servicio técnico del producto o servicio (Verdines y Campbell, 2013, p. 10).

2.2.2.1.1 Tipos de interacción

Soller (2012) engloba los tipos de interacción en sistemas, a su vez los categoriza en tres: sistemas pasivos, reactivos e interactivos. Los pasivos no suponen la realización de alguna acción o actividad del usuario. Como se daría en una taza o una tuerca. Los sistemas pasivos están hechos para un uso concreto donde solo importa la funcionalidad. Los sistemas reactivos si incluyen acciones repetitivas del usuario mediante un funcionamiento basado en interruptores, como una puerta eléctrica o el control de volumen de un auto.

Por último, pero más interesantes, los sistemas interactivos. Son aquellos que construyen respuestas antes de reaccionar a las acciones del usuario; estas

respuestas pueden ser básicas o complejas dependiendo de la acción. Desde las respuestas de una calculadora hasta los mecanismos de un videojuego son considerados sistemas interactivos (p. 2).

2.2.2.1.2 Principios básicos del diseño de interacción

Existen dos principios básicos, la visibilidad y el feedback. El primero se preocupa por el claro entendimiento de las funciones de un producto, mientras que el feedback ayuda al usuario a saber que acción ha realizado y lo sitúa en el lugar del proceso de uso en el que se sitúa (Soler, 2012, p. 5-11).

2.2.2.2 Fundamentos clave

2.2.2.2.1 Usabilidad

La usabilidad mide la facilidad de uso de un producto interactivo. Hoy en día, es considerado como un atributo de calidad en el mercado y está constituida por varios componentes como: la facilidad de aprendizaje, eficiencia, facilidad para ser recordado, eficacia y satisfacción (Hassan y Ortega, 2009, p. 9).

Para medir la usabilidad se emplean ¨test de usabilidad¨. El objetivo es analizar la conducta de un usuario al utilizar un producto para identificar fallas o corroborar los aspectos que se creían positivos (Cañas y Waerns, 2001, p. 167). Esta herramienta está sujeta a cambios según los atributos del producto, pero predomina temas como las reacciones de usuarios, nivel intuitivo y usos variables que le da el usuario al producto.

2.2.2.2.2 Accesibilidad

La accesibilidad permite que un mayor número de personas pueden utilizar un producto, independientemente de sus limitaciones como discapacidades. Este último término no solo significa discapacidad motriz o intelectual.
La inexperiencia es también es considerada una discapacidad (Hassan y Ortega, 2009, p. 11).

Vale mencionar que la accesibilidad está fuertemente ligado a la usabilidad y ambas son bases fundamentales del diseño de experiencias.

2.2.2.3 Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario tiene como elemento principal, como lo expresa claramente el usuario. Alrededor de este giran todas las decisiones en el proceso de creación, garantizando el éxito del producto o servicio (Garreta y Mora, 2010, p.9).

Los autores consideran tres etapas en el diseño centrado en el usuario, las cuales son: la investigación y análisis de los usuarios, donde se recolecta información clave como necesidades del usuario, limitaciones y deseos; el diseño es la segunda etapa y, por último, la evaluación donde se pone a prueba si la información fue utilizada correctamente y se logró un producto útil y eficiente.

2.2.2.3.1 Importancia de su aplicación.

Como ya se explicó, el diseño centrado en el usuario busca respuestas a preguntas como: ¿quiénes son los usuarios?, ¿cuáles son sus necesidades?, ¿cuentan con experiencias previas similares?, entre otras. El objetivo de resolver estas interrogantes es diseñar productos que satisfagan necesidades y aprovechar los beneficios. Tales como: aumento del nivel de satisfacción, nivel de productividad, incremento de probabilidades de compra de productos, reducción de costos de producción, etc (Garreta y Mor, 2010, p. 19).

2.2.2.3.2 Metodologías y técnicas

Existen varias técnicas que pueden ser empleadas para hacer posible el proceso de diseñar basándose en el usuario. Las más usadas y efectivas son los test de usuario y evaluación heurística.

- **Metodología Laboratorial:** Es uno de los mejores procesos sobre experiencia de usuario, la cual se basa en el Design Thinking (metodología de innovación en diseño). Este, tiene como propósito, simplificar las etapas del método de investigación, desde la recopilación de datos, hasta la prototipado y conclusiones.
    - **Mapa de Empatía:** Herramienta que se utiliza para organizar y concretar los resultados en la etapa de recopilación de información. Ayuda a comprender los aspectos emocionales y racionales del usuario central del proyecto.
- **Customer journey map:** El método nos ayuda a tener un conocimiento sólido sobre cuál es el proceso sensitivo de la mujer, desde cómo se siente en un principio, hasta finalizar el día. De esta forma conseguir tomar conciencia de lo que vive a diario.

2.2.3 La autoestima

2.2.3.1 Importancia

La relevancia de la autoestima de una persona puede determinar la confianza que tiene para sobrellevar los retos de la vida diaria, y a emprender nuevos proyectos de todo ámbito, laboral, social, familiar, etc.

La importancia de la autoestima va más allá de la seguridad que pueden adquirir las personas en su edad adulta. Una infancia sin la motivación necesaria para el desarrollo de la autoestima puede significar la dependencia, la ansiedad, sentimiento de inferioridad y la inclinación por las drogas y el abandono de estudios en los niños a lo largo de su vida (Feldman, 2000, p. 7).
Esta situación genera ciudadanos con una personalidad afectada, que se irá agravando al pasar de tiempo y que probablemente vaya a ser sucedida a las próximas generaciones a través de los padres.

2.2.3.2 Autoestima baja

Inseguridad no es sinónimo de baja autoestima, la inseguridad no es ajena a nadie. Por el contrario, la inseguridad manifiesta la aceptación de los defectos y en ocasiones impulsa a la persona a esforzarse más o simplemente ser honesta con ella misma. El problema radica cuando la inseguridad se vuelve un estado repetitivo en la vida y afecta el desarrollo personal, esto ya es índice de baja autoestima.

Christiansen (2015) señala que: ¨ Detrás de tu baja autoestima están los sentimientos de miedo, odio, ira o rechazo. ¨ (p. 7). Estos sentimientos negativos son el resultado de experiencias previas desde el nacimiento, es por ello que suele hacerse una analogía entre el tipo de crianza y las aptitudes positivas o negativas que tiene una persona. Se afirma que, si un niño crece en un ambiente lleno de amor y respeto, es muy probable que desarrolle una buena autoestima en su etapa adulta, por el contrario, si crece en un ambiente de violencia, abusos y ofensas, tendrá baja autoestima y creará los sentimientos negativos antes mencionados.

Actualmente es preocupante la calidad de vida en las primeras etapas de existencia de las personas, muchas de ellas no logran romper con la problemática social en la que crecieron y llegan a ser agentes desarrolladores de otros problemas sociales como la inseguridad ciudadana, el alto índice de violencia, entre otros. ¿Por qué? Por una imagen distorsionada de sí mismos y la falsa creencia de que no son capaces de lograr metas.

El sentimiento de fragilidad es otro indicador de baja autoestima. Esto significa estar en alerta constante por supuestas amenazas del exterior, que casi en su totalidad son falsas. Este sentimiento puede desencadenar una serie de errores como el de situar la imagen y la autoestima como eje principal de preocupaciones y esfuerzos como una cierta obsesión. Otro error constante es adoptar una posición defensiva en todo momento, basado en el estado de alerta constante (André, 2008, p. 54).

2.2.3.3 Autoestima alta o narcisismo

Contrario a la autoestima baja, existe la autoestima alta, sin embargo, muchas personas aseguran que este término puede estar asociados con otros como el egocentrismo o narcisismo.

André (2008) opina lo siguiente: ¨ El individualismo creciente del sujeto moderno nos conduciría siempre a una mayor pereza, incivismo, lasitud y complacencia respecto a nosotros mismos. ¿La autoestima, por tanto, no será tan sólo egoísmo y egocentrismo? ¨ (p. 18). Este cuestionamiento se basa en que el excesivo cuidado de uno mismo, puede causar la necesidad de sentirse superior al resto para poder sobrevivir. ¿Entonces existe la autoestima alta o es un eufemismo del egocentrismo? El autor marca una línea entre una cosa y la otra con ejemplos básicos. Plantea una diferencia entre la necesidad entendible de los seres humanos por querer satisfacer sus necesidades básicas y el desarrollo progresivo de la ¨apariencia¨, que conlleva a querer satisfacer necesidades triviales sin que lleguen en la mayoría de casos, a ser necesidades en sí, como, por ejemplo: las compras excesivas.

Esta situación nace, en parte de la sociedad y de las grandes industrias quienes a través de publicidad y los diferentes medios de comunicación, implantan casi la obligación de cuidar de uno mismo bajo frases manipuladoras como: ¨tú lo vales¨, ¨es tiempo para ti¨, ¨date un gusto hoy¨, etc. Dichas acciones serían totalmente inofensivas siempre y cuando el objetivo principal no sea la compra de un objeto o el uso de un servicio.

Entonces la autoestima alta existe y el egocentrismo también, pero se aplican en distintas situaciones siendo la primera un estado saludable para todas las personas; sin embargo, se debe tener cuidado de no usar el concepto para excusar acciones, que deriven del amor propio, excesivo y trivial.

2.2.3.4 Autoestima y la salud

La baja autoestima no solo causa impedimentos para realizar nuevos proyectos o sobrellevar los problemas cotidianos, en una etapa crucial y persistente puede llegar a tener efectos desfavorecedores en la salud.

Garrote y Cojo (2011) añaden lo siguiente: ¨ La autoestima es un ingrediente básico de bienestar emocional. Supone la aceptación de uno mismo. La calidad de vida personal está notablemente influida por la forma como cada persona se percibe y se valora a sí misma¨. (p. 43)
Cuando ocurre un desbalance continuo en el nivel de autoestima, suelen haber representaciones físicas como estados de ansiedad, depresión, insomnio, incluso las ausencias de defensas inmunológicas están asociadas con una baja autoestima, por el contrario, el equilibrio emocional, la seguridad, y el sentido de humor pueden potenciar la autoestima (Perea, 2009, p. 18).

En contextos de salud más específicos como la obesidad, la baja autoestima, enlazada con el estado de estrés al que están sometidos los pacientes con este mal; puede causar dolor de cabeza, migraña, presión alta, úlcera, colitis, dolores articulares, musculares y muchas más. Deteriorando paulatinamente el estado mental del paciente y haciendo más difícil su recuperación; ante intervenciones o la toma de decisión para iniciar una acción que remedie su estado físico (Álvarez, 2006, p. 107).

Determinamos que el nivel de autoestima no solo limita el accionar de una persona ante ciertas situaciones, sino que tiene relación directa con dolencias que van más allá de lo emocional. Hoy en día es más común que personas jóvenes tengan estas dolencias inexplicables ante su ¨buen estado físico¨ pues suelen acudir a especialistas que buscan causas físicas, pero no siempre psicológicas.

2.2.3.5 Autoestima en la mujer

No es necesario contextualizar una sociedad en vías de desarrollo para tocar el tema de desigualdad de género. En países como Estado Unidos esta situación se ve con claridad en las ganancias semanales de las mujeres, con respecto al de los hombres en un mismo trabajo, $196 dólares menos por las mismas funciones en el mismo horario (Saban, 2009, p. 12). Esta cifra es solo uno de los miles que existen respaldando la idea de que hoy en día la mujer sigue ocupando el segundo lugar, o tal vez menos en las prioridades sociales.

En los núcleos familiares la situación es exactamente igual en la mayoría de los casos. El hombre y los hijos varones son los que tienen el ¨deber¨ y responsabilidad de ¨cuidar¨ de las mujeres, además son los únicos autorizados para tomar decisiones; todo esto genera un círculo inacabable de problemas familiares que terminan afectando la autoestima de la madre y las hijas, limita la calidad de vida que tendrán estas últimas cuando decidan tener su propia familia.

Los estigmas sociales y las situaciones parciales en la crianza tienen como resultado, mujeres con baja autoestima, con pocas aspiraciones y menos probabilidad de éxito en diferentes ámbitos de la vida. Uno de ellos, las relaciones de pareja. Cuanto más alta sea la autoestima en una mujer, tendrás más probabilidades de establecer relaciones positivas y no tóxicas, así como la tendencia a ser amable con el resto y exigir el mismo trato, asocia el amor con la alegría y no con el sufrimiento, típico de una relación insana y lo más importante, se siente merecedora de amor y capaz de dar amor a los que le rodean (Branden, 2010, p. 20).

Por otro lado, un nivel alto de autoestima significa para la mujer el avance de su carrera laboral, el inicio de proyectos propios con ideas propias, el cumplimiento de metas a corto y largo plazo y, sobre todo, salud mental y amor propio, con los cuales asegura una buena calidad de vida.

2.2.3.6 Como medir y aumentar la autoestima

Gónzales y López (2001) en su obra *La Autoestima, Medición y estrategias de intervención a través de una experiencia en la reconstrucción del ser,* menciona los instrumentos más utilizados para medir la autoestima en el siguiente orden: ¨Se han desarrollado escalas para medir la autoestima en niños, como por ejemplo la escala de autoestima de Coopersmith (1967, citado por Lara y Verduzco, 1993), escala de autoestima de Rosenberg (1979), Piers y Harris (1964).¨ (p. 51-52) Siendo la de Rosenberg una de las más conocidas y usadas en américa por su practicidad, este instrumento incluye diez ítems cuyos contenidos se centran en los sentimientos de respeto y aceptación de sí mismo. Consta de 5 ítems positivos y 5 ítems negativos (Vásquez *et al.,* 2004, p. 248).

Como para muchos males, no existe una solución instantánea ni totalmente efectiva para la baja autoestima, pero existen métodos aplicados por expertos para tratarla. Cada profesional contempla un método diferente, basado en sus experiencias previas o en estudios que cree conveniente, sin embargo, todos estos presentan básicamente la misma estructura y contenido similar, que abarca el juicio personal (autoimagen y autoconcepto), la aceptación de virtudes y defectos, el amor propio, entre otros. Todas estas etapas pueden ayudar a mejorar el nivel de autoestima, pero se debe tener en cuenta que, como señala Nevid (2011), para poder desarrollar la autoestima es necesario invalidar conceptos, como el del perfeccionismo y la autoaceptación (p. 89).

2.3 Definiciones de términos básicos

2.3.1 Diseño de producto

- Rodgers y Milton (2011) definen como diseño de productos, la actividad comercial de crear y vender productos atrayentes, que gusten y motiven a los consumidores. Estos productos nacen en respuesta a las necesidades del usuario, ayudan a mejorar las funciones y apariencia de los productos ya hechos (p. 6).

2.3.2 Innovación

- La innovación o novedad es todo cambio percibido, o no que se puede dar a todo nivel, desde el uso de otras materias primas o aplicación de nuevas tecnologías, hasta la invención de nuevos productos que satisfagan necesidades desapercibidas (Lerma, 2010, p. 11).

2.3.3 Diseño de experiencias

- El diseño de experiencias o UXD, crea un diseño interactivo de calidad para los usuarios. Basado en su enfoque básico, para lograr satisfacer las necesidades del usuario (Allanwood y Beare, 2015, p. 14).

2.3.4 Autoestima

- Branden (2010) opina lo siguiente: ¨Decir que la autoestima es una necesidad básica del ser humano, es lo mismo que decir que es esencial para el desarrollo normal y sano. Es importante para la supervivencia¨. (p. 18)

2.3.5 Autoimagen

- Está constituida por las percepciones mentales que una persona tiene de sí. La autoimagen se crea a partir de experiencias vividas y puede ser alterada de forma positiva o negativa a lo largo del tiempo (El Juego de la Atención).

2.3.6 Autoconcepto

- Torres señala que el autoconcepto está basado en la autoimagen, ya que el autoconcepto es el conjunto de ideas personales.

CAPÍTULO III
Marco Metodológico.

3.1 Diseño de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, basado en un diseño no experimental transversal de nivel descriptivo.

Se utilizó un enfoque cualitativo ya que ayuda a revelar características para poder conseguir resultados concretos. Específicamente se realizaron entrevistas en profundidad para poder analizar de mejor manera conductas, ideas, motivaciones, creencias, etc. Aspectos necesarios para realizar la presente investigación cualitativa.

El diseño no experimental se realizó mediante el análisis y la observación de las variables, en este caso se observó las diferentes actividades que realizan el grupo de mujeres de Warmi Cusi que conformaron la muestra.

Posterior a esto el diseño transversal se centró en el analizar y describir durante el período de recolección de datos para la investigación.

3.2 Pre supuestos

3.2.1 Supuesto general

- Un producto desarrollado en base al diseño de experiencias, servirá para elevar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. Esto debido a que el producto considerará las necesidades emocionales del usuario y servirá como un instrumento motivacional.

3.2.2 Supuestos específicos

1. Los instrumentos utilizados actualmente, logran identificar con alta precisión, el nivel de autoestima de las mujeres.

2. Exceptuando algunos casos, el nivel promedio de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi es baja.

3. El diseño de experiencias, permitirá elevar la autoestima de las mujeres mediante el desarrollo de proyectos basados en las necesidades específicas del público.

4. No existen muchos productos o servicios que suplan la falta de autoestima en las mujeres.

3.3 Categorización

3.3.1 Categoría

Diseño de producto

- El diseño de producto determina aspectos constructivos, formales y características de producto que será entregado al usuario. Está integrado por diferentes aspectos, como la experiencia de uso, conocimientos técnicos y estrategias comerciales (Ariza *et al.,* 2009, p. 3)

Diseño de experiencias

- El diseño de experiencias es el resultante de una serie de decisiones, para generar experiencias significativas para los usuarios. Está sujeta a cambios sociales, que la impulsa a reconfigurar constantemente su herramienta principal “el diseño” (Serrano, 2012, p. 20).

Autoestima

- La autoestima es el nivel valorativo propio, de rasgos físicos, mentales y espirituales que constituyen a una persona. Es un producto social, que se desarrolla en a la interacción entre el hombre y su entorno, por ello puede ser afectada por agentes internos o externos (Padrón y Hernández, 2004, p.82).

3.3.2 Definición conceptual

Diseño de producto

- Conlleva un nivel superior al desarrollo de productos, puesto que el diseño se basa en las necesidades de los consumidores o usuarios, para realizar productos capaces de suplir necesidades específicas de un público específico.

Diseño de experiencias

- También conocido como diseño experiencial. Consiste en crear, como su mismo nombre lo menciona, experiencias gratas y memorables para el usuario o consumidor, para ello se basan en gusto, preferencia y comportamientos característicos del grupo al cual va dirigido el diseño.

Autoestima

- Es el valor o nivel prioritario que cada persona se da a sí misma. Nace como consecuencia del autoconcepto y la autoimagen, es clave esencial para el desarrollo social y emocional, óptimo de una persona.

3.4 Población, muestreo y muestra

La población lo conforman las mujeres de la Asociación Warmi Cusi.
Se realizará un muestreo por informante clave; ya que se estudiarán a las mujeres que pertenezcan a la Asociación Warmi Cusi y que tengan un bajo y alto nivel de autoestima.

La muestra utilizada será de 12 personas.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleará la técnica de entrevista mixta (entrevista estructurada y entrevista libre) para entablar una interrelación de diálogo con las mujeres de la asociación.

- Entrevista estructurada: está basada en una serie de preguntas que hace el entrevistador sobre las experiencias, vida o intereses del entrevistado.

- Entrevista libre: no hay un orden establecido de preguntas, se asemeja a una conversación fluida donde las preguntas parten de las respuestas. Esta modalidad permite observar reacciones y actitudes del entrevistado.

- Entrevista mixta: es la combinación de las anteriores.

- La entrevista tendrá como objetivo conocer en profundidad a las mujeres, conocer su perspectiva general del tema de investigación y su opinión personal basada en sus experiencias previas.

  Los instrumentos que se utilizarán será una serie de preguntas para la entrevista y la Escala de Rosenberg que cuenta con una estructura ya establecida. Su uso tiene como objetivo medir el nivel de autoestima de las mujeres, para validar los resultados de las entrevistas y también para ratificar la homogeneidad de la muestra (mujeres con baja autoestima).

3.5.1 Descripción de instrumentos

Entrevistas

- Estará basada en dos matrices de preguntas que ayudarán a recolectar la información requerida. Constará de 11 preguntas cada una, con la posibilidad de que a lo largo de la entrevista surjan otras preguntas según las respuestas de las mujeres.

Preguntas:

1. ¿Edad?
2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?
3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?
4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?
5. En tu opinión, ¿Qué es la autoestima?
6. En una escala del 1 al 10, siendo: 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?
7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?
8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?
9. En tu opinión, ¿Cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?
10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?
11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

ALTA AUTOESTIMA

1. Cuéntanos un poco de ti.

- Con quienes y donde vives
- A que te dedicas
- Tienes pareja
- Algunos hobbies

2. Como es tu vida en familia

- Existe una buena relación
- Lo positivo
- Lo negativo

3. Tu vida laboral

- Como conseguiste tu actual trabajo
- Está contenta en el trabajo
- Piensas permanecer mucho tiempo en esta empresa y hacer línea de carrera. ¿Por qué?

4. Sobre la autoestima

- Como sabes, este proyecto busca elaborar un producto que ayude a aumentar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. Y según la prueba, actualmente tienes autoestima alta, por ello quisiéramos saber tu opinión al respecto.

- Alguna vez tuviste baja autoestima
- Podrías describir la situación y/o contexto en el cual ocurrió el cambio
- Cuáles son los factores que te ayudaron
- Basándote en tu experiencia, como ayudarías a elevar la autoestima de otra mujer

BAJA AUTOESTIMA

5. Cuéntanos un poco de ti.

- Con quienes y donde vives
- A que te dedicas
- Tienes pareja
- Algunos hobbies

6. Como es tu vida en familia

- Existe una buena relación
- Lo positivo
- Lo negativo

7. Tu vida laboral

- Como conseguiste tu actual trabajo
- Está contenta en el trabajo
- Piensas permanecer mucho tiempo en esta empresa y hacer línea de carrera. ¿Por qué?

8. Sobre la autoestima

- Según la prueba anterior, actualmente estas en proceso para aumentar tu autoestima, ya que encontramos variaciones significativas en la resolución del aprueba. La abaja autoestima es un problema social arraigado en distintos grupos, en este caso, lo que buscamos es cambiar esta situación, incentivando el amor propio, la auto aceptación y el apoyo constante entre las mujeres.

- Cuáles son los factores que crees que pueden haber ocasionado esta situación
- Que debería cambiar para que esta situación mejore

9. ¿Por qué motivos piensas eso de ti?
10. ¿Bajo qué pensamientos aceptas los malos tratos?
11. ¿Desde qué edad te sientes así?

Escala de Rosenberg

Es un cuestionario con nivel de fiabilidad de 0.8, que se utiliza para explotar y medir la autoestima. La escala consta de 10 ítems, cinco de ellas son enunciados positivos y cinco negativos.

De los ítems 1 al 5, las respuestas entre A y D se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas entre A y D se puntúa 1 a 4. Las letras asociadas A, B, C y D tienen los siguientes significados.

A: Muy de acuerdo
B: De acuerdo
C: En desacuerdo
D: Muy en desacuerdo

Los resultados se interpretan según la puntuación.

- De 30 a 40 puntos significa autoestima elevada. Considerada autoestima normal.

- De 26 a 29 puntos significa autoestima media. La persona no tiene problemas de autoestima graves, pero puede y debe ser mejorada.

- Menos 25 puntos significa autoestima baja. La persona tiene problemas de nivel considerable de autoestima.

Enunciados positivos:

Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.

1. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.

2. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.

3. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.

4. En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.

Enunciados negativos:

1. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.

2. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.

3. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.

4. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.

5. A veces creo que no soy buena persona.

Tabla de presentación

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
5. En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.				
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.				
7. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.				
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

Tabla 1 Tabla de medición de autoestima

3.5.2 Validación de instrumentos por expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Lazarte Aguirre, Andrea

1.2. Cargo e institución donde labora: UCAL

1.3. Autor del instrumento: Carmen Torres Castillo

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	**X**	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	**X**	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.		**X**
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/ categorización de la tesis.		**X**

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

II. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

Es necesario que las preguntas de la entrevista, como técnica principal de recojo de información, debe estar relacionada a la(s) variable(s) que se quieren evaluar, con el fin de facilitar el procesamiento de la información recogida, pero sobretodo fomentar el entendimiento y análisis posterior de éstas.

_____

_____

III. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple [x] **No cumple** [ ]

__ANDREA LAZARTE AGUIRRE, docente investigador UCAL___

Nombre y Cargo:

D.N.I.: 46011910

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Palacios Villacorta Antonio Edgardo

1.2. Cargo e institución donde labora: Gerente (//Kill the Pixel Now Studio)

1.3. Autor del instrumento: Carmen Torres Castillo

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	**X**	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	**X**	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	**X**	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/ categorización de la tesis.	**X**	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

II. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

El instrumento de validación que se ha presentado (entrevista a mujeres miembros de la asociación Warmi Cusi) permite obtener datos relevantes para el desarrollo del proyecto de investigación. Se aconseja, adicionalmente a esta información, recabar información de profesionales como psicólogos y pscioterapeutas, pues son ellos los que muchas veces tratan con casos de baja autoestima. Ellos podrían aportar una perspectiva diferente, lo que enriquecería la base teórica del proyecto.

III. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

■ **Sí cumple** ☐ **No cumple**

Nombre y Cargo:
Antonio Palacios (gerente de //Kill the Pixel Now Studio)

D.N.I.:
41312712

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: IRAOLA VILLA RICARDO ALEJANDRO.

1.2. Cargo e institución donde labora:

1.3. Autor del instrumento: Carmen Torres Castillo

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	X	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	X	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	X	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/ categorización de la tesis.	X	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

II. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

EL INSTRUMENTO HA SIDO ELABORADO DE UNA MANERA SENCILLA Y PUNTUAL PARA ADQUIRIR INFORMACIÓN VALIOSA.- TANTO OBJETIVA, COMO EMOCIONAL.

III. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple ☒ **No cumple** ☐

RICARDO ALEJANDRO IRAOLA VILLA – DOCENTE.

Nombre y Cargo:

D.N.I.: 07038559

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Diego Armando Sotelo Flores

1.2. Cargo e institución donde labora: Docente - UCAL

1.3. Autor del instrumento: Carmen Torres Castillo

CRITERIOS	INDICADORES	ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)	PARCIALMENTE ACEPTABLE (MARQUE CON UN ASPA)
CONSISTENCIA INTERNA	El instrumento tiene un contenido que evidencian los indicadores y valores de las variables/categorías de investigación.	X	
OBJETIVIDAD	El instrumento y su contenido cumplen con el objetivo principal del trabajo de investigación y la propuesta que se ofrece en los alcances de la investigación.	X	
APORTE	Los elementos del instrumento responden a criterios de interés del especialista que le permitirá recoger conocimientos que aportan a su carrera.	X	
VALIDEZ	Los instrumentos de investigación guardan relación con la lógica de la matriz de consistencia y de operacionalización/ categorización de la tesis.	X	

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (la no aceptabilidad implica dejar en blanco los cuadros de evaluación)

II. OPINIÓN (de la aceptabilidad total o parcial)

_____

_____

_____

_____

_____

III. VEREDICTO FINAL DE CUMPLIMIENTO

Sí cumple	No cumple
☒	☐

Diego Armando Sotelo Flores / Docente - UCAL

Nombre y Cargo:

D.N.I.: 45444403

3.6 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos cualitativos

- Luego de obtener la información necesaria mediante los instrumentos, se procederá a transcribir los datos que resulten en las entrevistas, así como especificar los datos obtenidos en el cuestionario de Rosenberg. Se crearán mapas mentales para ordenar y englobar la información en temáticas relacionadas al problema de investigación principal. Como paso final se construirán conclusiones que servirán como parámetros que delimiten el proyecto a realizar posteriormente.

3.6.1 Metodología PRO SESO creativo

- Para este proyecto se utilizará la guía pro seso. Específicamente la parte de situación/problema, observación exterior, interior e investigación.

- El objetivo de situación/problema es establecer de manera concreta el problema a resolver.

- El objetivo de la observación exterior es analizar la situación problema desde distintos ángulos. En la observación interior, sirve para darse cuenta que tan capaz se siente uno mismo.

- El objetivo de investigación es lograr el entendimiento sobre la situación/problema.

3.6.2 Sens Intent

3.6.2.1 Buzz Reports

Se realizará este método para ordenar la información de estos últimos años respecto al tema, como noticias, artículos, entrevistas, páginas web, etc. Encontrando contenido relacionado de manera directa o indirecta al tema del proyecto.

3.6.2.2 Key Facts

Se está considerando este método, para recopilar información más exacta y necesaria por medio de fuentes confiables. En este método, se acotará la información con los puntos más importantes.

3.6.3 Know People

3.6.3.1 Research Planning Survey

Se realizará este método para comprender el comportamiento de los usuarios y hallar una muestra interesante para la investigación. Se utilizará la escala de autoestima de Rosenberg, como herramienta psicométrica, para determinar y medir la autoestima de los usuarios.

3.6.3.2 Ethographic Interview

Este método resulta importante para el proyecto porque se entrevistará a los usuarios de manera personal, aprovechando y conociendo el punto vista de cada usuario. Con este método se puede aprender de los usuarios de manera más abierta.

3.6.4 Frame Insights

3.6.4.1 Observations to Insights

Se realizará este método para registrar los análisis de Know People con la finalidad de organizar una base de conocimientos. Explorando los pensamientos por medio de las encuestas y entrevistas de cada usuario.

3.6.4.2 User Response Analysis

Este método permitirá estructurar la información y obtener un acercamiento más adecuado para la investigación. También permite detallar las respuestas de los usuarios entrevistados para extraer conocimiento.

3.6.5 Metodologia Laboratoria

Esta metodología se utilizará como complemento del proceso, ya que contempla etapas de innovación aplicadas a la experiencia de usuario.

3.6.5.1 Mapa de Empatía

Se utilizará este método para sintetizar los resultados de las entrevistas realizadas.

3.6.6 Customer Journey Map

Este método nos ayuda a tener una mejor visión del proceso por el cual una mujer con baja autoestima pasa, y de cómo se encontrará ya utilizando el aplicativo; asimismo, cómo ayuda en su mejora.

Capítulo IV

Resultados análisis cualitativo

4.1 Metodología PRO SESO creativo

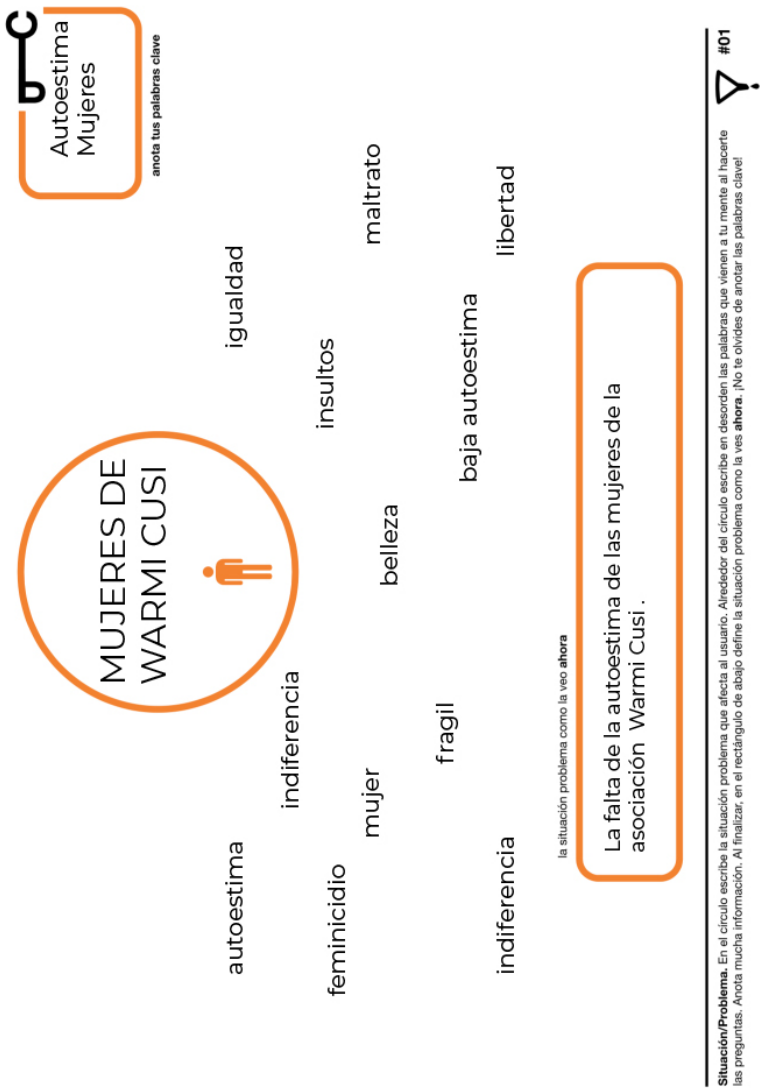


figura 1 Situación Problema

figura 2 Descripción de la situación problema

anota tus palabras clave

Autoestima Mujeres

la situación problema como la ves ahora	describe	posibles causas	posibles efectos
La falta de la autoestima de las mujeres de warmi cusi .	La baja autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi cusi, y como buscan salir aldelante con todos los problemas y lograr salir y quererse más.	- La falta de información que se tiene sobre lo importante que es la autoestima. -El maltrato verbal que sufren -Violencia de género. -Falta o pérdida de derechos fundamentales. -Falta de oportunidades en la vida pública. -Educación centrada en el machismo.	- Baja autoestima. - Mal desempeño - Inseguridad -Pasividad -Infelicidad
¿dónde ocurre?	En la asoación de mujeres Warmi Cusi		
¿cuándo?	En la actualidad		

Situación/Problema. Copia la definición como la ves ahora. Ordena toda la información que tengas y agrega más información que consideres importante para comprender mejor la situación/problema. ¡Anota las palabras clave! Luego verás para qué te sirven.

#02

figura 3 Observación exterior

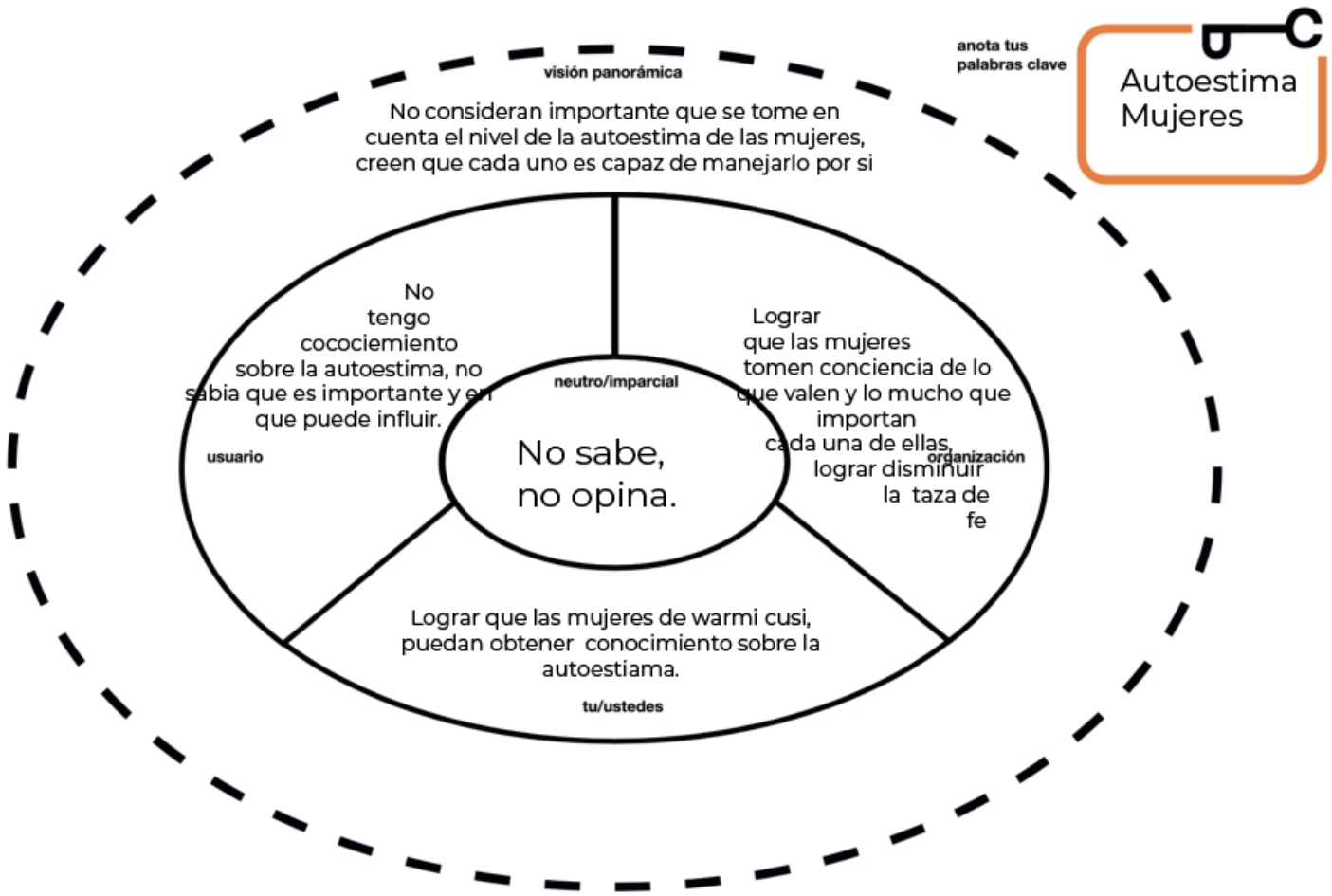


figura 4 Observación interior

anota tus palabras clave

Autoestima Mujeres

¿qué sientes?

- Frustración y tristeza al saber y darme cuenta de la gran cantidad de mujeres con baja autoestima en el Perú.

- Siento mucha impotencia al no poder contar con los medios suficientes para llegar a solucionar este grave problema.

¿cómo sientes tu capacidad de resolverlo?

- Tengo los conocimientos necesarios para poder implementar o ejecutar un proyecto que a traves del diseño ayude a fomentar la autoestima en las mujeres.

- Del 1 al 10 me siento en un 8 de capacidad para resolver este problema.

Observación Interior. Donde está el corazón escribe lo que sientes frente a la situación problema. En el vaso vacío escribe los recursos y capacidades que tienes para poder resolverlo. En el recuadro de la esquina superior derecha puedes incluir algunas palabras clave que consideres importantes.

#04

4.2 Sens Intent

4.2.1 Buzz Reports

La baja autoestima se define como la dificultad que tiene la persona para sentirse valiosa, en lo profundo de sí misma, y por tanto digna de ser amada por los demás.

Las personas con baja autoestima suelen experimentar ansiedad ante situaciones de intimidad y afectivas. Esto se debe a la dificultad que experimentan a la hora de sentirse seguras y espontáneas en sus relaciones interpersonales.
http://psicologosenmadrid.eu/baja-autoestima/

Los jóvenes peruanos sufren de baja autoestima y eso los lleva a cometer errores y caer en la delincuencia. El joven y adolescente se forma en su hogar como un empresario o una persona mediocre, de acuerdo a la información que reciben de sus padres.
https://larepublica.pe/archivo/787634-los-jovenes-peruanos-sufren-de-baja-autoestima

La autoestima es la percepción que tenemos de nosotras mismas. Abarca todos los aspectos de la vida, desde el físico hasta el interior, pasando por la valía o la competencia. Se trata de la valoración que hacemos de nosotras mismas la cual no siempre se ajusta a la realidad. Esa valoración se forma a lo largo de toda la vida y bajo la influencia de los demás.
https://www.diariofemenino.com/articulos/psicologia/autoestima/que-es-la-autoestima-definicion-significado-y-tipos-de-autoestima/

La autoestima consiste en tener una actitud positiva hacia uno mismo. Por lo tanto, la autoestima implica básicamente quererse y respetarse.
No todo el mundo tiene la misma autoestima. Podemos ver personas que se infravaloran hasta el punto de no quererse tal y como son; u otras a quienes les sucede todo lo contrario.

https://blog.mentelex.com/autoestima/

4.2.2 Key Facts

“Es que no soy bonita”, “es que soy tímida” son algunas frases que expresa el 70% de niñas y adolescentes, miembros del programa “Yo soy mi primer amor”, como muestra de su baja autoestima.
http://www.la-razon.com/sociedad/Problema-detectan-baja-autoestima-adolescentes_0_2244375579.html

4.3 Know People

4.3.1 Research Planning Survey

Persona 1:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	X			
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	X			
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.	X			
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.	X			
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				X
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.	X			
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				X
10. A veces creo que no soy buena persona.	X			

Tabla 2 Resultados de persona 1

Resultado:

- Nivel de autoconcepto ALTO Nivel de autoconcepto ALTO.
- 34 puntos de 40.
- Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

Persona 2:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	X			
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	X			
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.	X			
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.				X
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				X
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				X
10. A veces creo que no soy buena persona.				X

Tabla 3Resultados de persona 2

Resultado:

- Nivel de autoconcepto ALTO Nivel de autoconcepto ALTO.
- 40 puntos de 40.
- Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

Persona 3:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	X			
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	X			
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.	X			
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.	X			
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				X
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				X
10. A veces creo que no soy buena persona.				X

Tabla 4 Resultados de persona 3

Resultado:

- Nivel de autoconcepto ALTO Nivel de autoconcepto ALTO.
- 37 puntos de 40.
- Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

Persona 4:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.	X			
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.	X			
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.		X		
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.				X
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				X
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.		X		
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.	X			
10. A veces creo que no soy buena persona.	X			

Tabla 5Resultados de persona 4

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 30 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 5:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 6 Resultados de persona 5

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 6:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.	X			
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 7Resultados de persona 6

Resultado:

- Nivel de autoconcepto ALTO.
- 37 puntos de 40.
- Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

Persona 7:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 8 Resultados de persona 7

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 8:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 9 Resultados de persona 8

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 9:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 10 Resultados de persona 9

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 10:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 11 Resultados de persona 10

Resultado:

- Nivel de autoconcepto ALTO.
- 38 puntos de 40.
- Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

Persona 11:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 12 Resultados de persona 11

Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

Persona 12:

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.	X			
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.		X		
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.		X		
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.		X		
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.	X			
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.			X	
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.			X	
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				X
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.		X		
10. A veces creo que no soy buena persona.			X	

Tabla 13 Resultados de persona 12

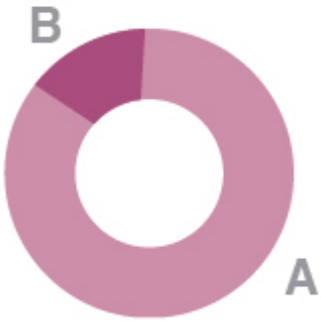
Resultado:

- Nivel de autoconcepto MEDIO
- 32 puntos de 40.
- Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.

A = 12
B = 0
C = 0
D = 0

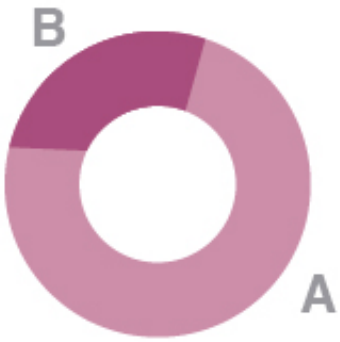
figura 5 Resultado número 1



2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.

A = 4
B = 7
C = 0
D = 0

figura 6 Resultado número 2



3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.

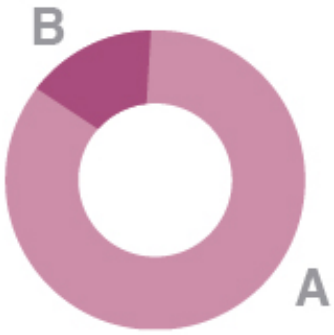
A = 4
B = 7
C = 0
D = 0

figura 7Resultado número 3

4. Tengo una actitud positiva hacia mi misma

A = 3
B = 8
C = 0
D = 0

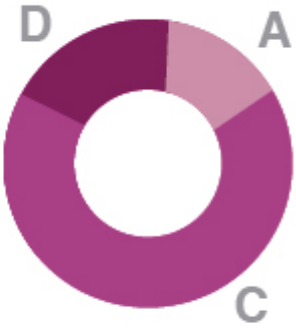
figura 8 Resultado número 4



5. En general estoy satisfecha de mí misma.

A = 11
B = 1
C = 0
D = 0

figura 9 Resultado número 5



6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.

A = 2
B = 0
C = 8
D = 2

figura 10 Resultado número 6

7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.

A = 0
B = 0
C = 8
D = 4

figura 11 Resultado número 7

8. Me gustaría poder sentir más respeto por mi misma.

A = 1
B = 1
C = 0
D = 10

figura 12 Resultado número 8

9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.

A = 1
B = 8
C = 0
D = 3

figura 13 Resultado número 9

10. A veces creo que no soy buena persona.

A = 2
B = 0
C = 8
D = 2

figura 14 Resultado número 10

Conclusión:

Se aplicó el Test de Rosenberg a 12 mujeres, de las cuales 2 se encuentran en el rango bajo de autoestima.

4.3.2 Ethographic Interview

Primera entrevista: Nora Flores

1. ¿Edad?
- 50

2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?
- vicepresidenta.

3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?
- Siempre quise ayudar a las mujeres, es algo que siempre quise.

4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?
- El entorno en el que viven, la sociedad.

5. En tu opinión, ¿Qué es la autoestima?
- Es quererse una misma.

6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?
- En un 10 porque me acepto y me quiero como soy.

7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?
- Si, ayudar a estas mujeres me hace sentir mejor y me ayuda a conservar mi autoestima.

8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?
- El apoyar a las mujeres me hace sentir bien.

9. En tu opinión, ¿cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?
- Un 5.

10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?

- Existen, pero no los realizan.

11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

- Brindándoles un apoyo constante y ayuda psicológica.

Segunda entrevista: Mariela Hermoza

1. ¿Edad?

- 35 años.

2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?

- Actualmente ninguno.

3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?

- Para poder ayudar a personas que conozco con baja autoestima.

4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?

- El trato que reciben de parte de los varones, el trato que reciben en la calle de parte de todas las personas que se rodean.

5. En tu opinión, ¿Qué es la autoestima?

- Bueno para empezar es quererse uno mismo, el respetarse y decir: primero soy yo, segundo soy yo y tercero soy yo.

6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?

- 10 creo, me amo como soy.

7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?

- Lo que te había comentado primero soy yo, segundo soy yo y tercero soy yo.

8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?

- Hacer las cosas que me gustan, estar segura de mí.

9. En tu opinión, ¿cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?

- Será un 4.

10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?

- No, casi nada.

11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

- No sé, a través de información, darles más información.

Tercera entrevista: Norka Bustamante

1. ¿Edad?

- 47

2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?

- Ninguno.

3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?

- Se supone que uno quiere ayudar y salir de este hoyo por decirlo así, y ayudar al resto, para que ellas no caigan en lo mismo.

4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?

- Es porque no se quieren, es eso.

5. En tu opinión, ¿qué es la autoestima?

- Amor propio.

6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?

- En un 10, es la fuerza de querer estar bien.

7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?

- Solo es querer estar bien conmigo misma.

8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?

- Adorar a mis hijos, mis hijos son mi motivación, ellos son el 90% que me mantiene bien.

9. En tu opinión, ¿cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?

- Están en un 2 aproximado.

10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?

- Ahorita existen muy pocos, pero si existen, grupos que ayudan.

11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

- De repente buscarle profesionales que conozcan un poquito más de este tema, con terapias y comunicación, enseñarles a valorarse un poco más.

Cuarta entrevista: Karen Montalvo

1. ¿Edad?

- 31 años.

2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?

- Actualmente ninguno.

3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?

- Bueno al principio no sabía de qué se trataba, pero después me animé a ir a las charlas, por lo que nos dan el apoyo desinteresadamente y lo bueno de todo esto, es que una se siente tranquila.

4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?

- Bueno, como dicen principalmente el machismo o a veces en la misma familia. Los hombres no dejan que la mujer haga lo que mejor le parezca.

5. En tu opinión, ¿qué es la autoestima?

- Bueno es cuando una mujer se respeta, se valora. Cuando una trata de ser feliz con las decisiones que toma.

6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?

- Ahorita, en un 8.

7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?

- Realizar mis pulseras y salir a venderlas, eso me hace sentir más segura y útil.

8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?

- Más segura, cuando me siento capaz de realizar las cosas, dependiendo de eso, de cómo salga, yo sé que todo esto será para mi hijo.

9. En tu opinión, ¿cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?

- Yo creo que mayormente estamos en el 5 o 6 no pasa de más.

10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?

- Actualmente creo que eso es muy difícil, pero justo hoy día estuve escuchando en la radio, que están proponiendo que en las comisarías se encuentren más policías mujeres, pero capacitadas que sean psicólogas, todo ese tipo de

profesionales para que puedan ayudar a las mujeres, porque cuando llegan a la comisaría, lo primero que hacen es maltratarlas.

11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

- Yo creo que, si no hay los recursos, no podemos salir de nuestras casas, ahora está la tecnología para hablar entre amigas, yo creo que, si le damos un ratito de nuestro tiempo, ellas también nos van a dar a nosotras. Apoyarnos entre nosotras mismas.

Quinta entrevista: María Guevara

1. ¿Edad?

- 61 años.

2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?

- Actualmente ninguno

3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?

- Quería ayudar a amigas y familia que tienen una baja autoestima.

4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?

- Es que hay muchas mujeres que no se quieren.

5. En tu opinión, ¿qué es la autoestima?

- Es el amor propio, quererte tú misma, es ser independiente, que no dependas de nadie, es quererte bastante, primero tú, segundo tú y tercero tú.

6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?

- En un 10, yo me quiero mucho, primero me quiero yo, aprendí a quererme desde muy chiquita.

7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?

- Sí, yo soy bastante independiente, no me gusta depender de nadie y eso lo tengo desde chica.

8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?

- Hacer las cosas que me gustan, con eso estoy feliz.

9.En tu opinión, ¿Cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?

- No, es muy bajo 2 o 3, existe mucho machismo, mucha mujer maltratada.

10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?

- Ahorita se están dando, pero son muy pocos, falta más, no solamente, son los movimientos que ahora se dan, que pasa por la televisión, esos son pocos, tienen que mejorarse a nivel de la niñez y hacia arriba, porque si no, no funciona.

11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

- Bueno, les enseñaría, primero a quererse, primero empieza por ahí, si tú no te quieres, nadie te va querer, vas a permitir muchas cosas, como te estaba contando, se permite desde la casa.

4.4 Frame Insights

4.4.1 Observations to Insights

La autoestima consiste en tener una actitud positiva hacia uno mismo. Por lo tanto, la autoestima implica básicamente quererse y respetarse.

No todo el mundo tiene la misma autoestima. Podemos ver personas que se infravaloran hasta el punto de no quererse tal y como son; u otras a quienes les sucede todo lo contrario.

Conclusión: Esto depende de cada persona, uno debe aprender a quererse y respetarse, como así también del entorno familiar, social, educativo en el que se desenvuelve de manera cotidiana.

Existen muchas maneras de superar la baja autoestima, es un principio que va progresando a lo largo de la vida y no algo relativo de las personas.

Una de las formas para superar la baja autoestima es concientizar a las personas sobre la existencia de este problema y de las consecuencias que esto puede provocar.

4.4.2 User Response Analysis

	¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?	Opinión sobre la autoestima	¿Haces algo para desarrollar tu autoestima?	¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima?
Usuario 1	Quería ayudar a las mujeres que sufren de baja autoestima	Primero es quererse y aceptarse como es y luego viene lo segundo que es el empoderamiento si yo soy igual a los demás, porque no voy a poder.	Sí	Brindarles un apoyo constante y ayuda psicológica,
Usuario 2	Quise obtener más información, para poder ayudar.	Es quererse uno mismo, el respetarse y decir, primero soy yo.	Sí	Brindaría información, sobre el maltrato y la autoestima.
Usuario 3	Para ayudar y salir de este hoyo.	Amor propio.	Sí	Buscarle profesionales que conozcan un poquito más de este tema.
Usuario 4	Nos dan el apoyo desinteresadamente	Cuando una mujer se respeta se valora	Sí	Tener una buena comunicación, hablarles y estar atenta a lo que necesiten.
Usuario 5	Quería ayudar a amigas.	Es el amor propio, quererte tu misma	Sí	Les enseñaría, primero a quererse.

Tabla 14 User Response Analysis

4.5 Metodología Laboratorial

1. **Descubrimiento e investigación**

   1.1 La investigación y antecedentes encontrados para la presente tesis y las entrevistas realizadas.

2. **Síntesis y definición**

   2.1 Mapa de Empatía

Mapa de Empatía (ALTA)

1. **¿Qué piensa y siente?**
   - No tener tiempo libre para hacer todo lo que quieren hacer.
   - Lograr sus metas en el trabajo y familiares en el menor tiempo posible.
   - En el bienestar familiar y propio.
   - Cuidarse adecuadamente y tratar de llevar una vida activa.

2. **¿Qué oye?**
   - Que es una buena trabajadora. Que ha logrado y va lograr lo que se proponga.
   - Que es una buena persona y amiga.
   - Que es un ejemplo a seguir.

3. **¿Qué ve?**
   - Alta demanda laboral que busca su perfil como trabajadora.
   - Está rodeada de gente positiva que la quiere.
   - Ve la unión entre los integrantes de su familia.

4. **¿Qué dice?**
   - Se muestra amigable con las personas que la rodean.
   - Tiene una actitud positiva ante los problemas.
   - Cuida su aspecto personal.

5. **Frustraciones**
   - Machismo en la sociedad.
   - Prejuicios arraigados con respeto a las mujeres.

- Perder oportunidades para demostrar de lo que es capaz.

6. **Motivación**
    - Lograr la realización personal.
    - Contribución con la sociedad.
    - Ser una guía de experiencia para los familiares y amigos

Mapa de Empatía (BAJA)

1. **¿Qué piensa y siente?**
    - Muchas cosas no están a su alcance.
    - No puede hacer lo que desea porque no tiene las cualidades necesarias.
    - Le preocupa la inestabilidad familiar.
    - Que no tiene una persona de confianza.
2. **¿Qué oye?**
    - Que solo debe preocuparse por su familia.
    - Que no puede ascender por falta de aptitudes.
    - Que no es competente.
    - Que deje de pensar en ilusiones y que acepte su realidad.
3. **¿Qué ve?**
    - Puesto de trabajo con poco sueldo.
    - Amigas con estudios truncados.
    - Constantes problemas familiares propios y ajenos.
4. **¿Qué dice y hace?**
    - Tiene una actitud negativa.
    - Se traza metas que nunca cumple.
    - Muestra una apariencia que difiere a sus estados de ánimo o personalidad.
5. **Frustraciones**
    - Nunca encuentra una oportunidad en los diferentes ámbitos de su vida.
    - Los esfuerzos que hace no tienen resultados.
    - No tienen un grato ambiente familiar.

6. Motivaciones

- Presión económica.
- Necesidades familiares.

2.2 Problema

- Falta de pilares sólidos

3. Ideación

1. Base tecnológica

2. APP más usadas

2.1 YouTube (Hobbies)

2.2 Facebook (Logros)

2.3 WhatsApp (Apoyo)

3. Calendario de actividades

4. Comunidad

5. Mapa de retos y logros

6. Metas constantes

7. Avatar personalizado

4.6 Customer Journey Map

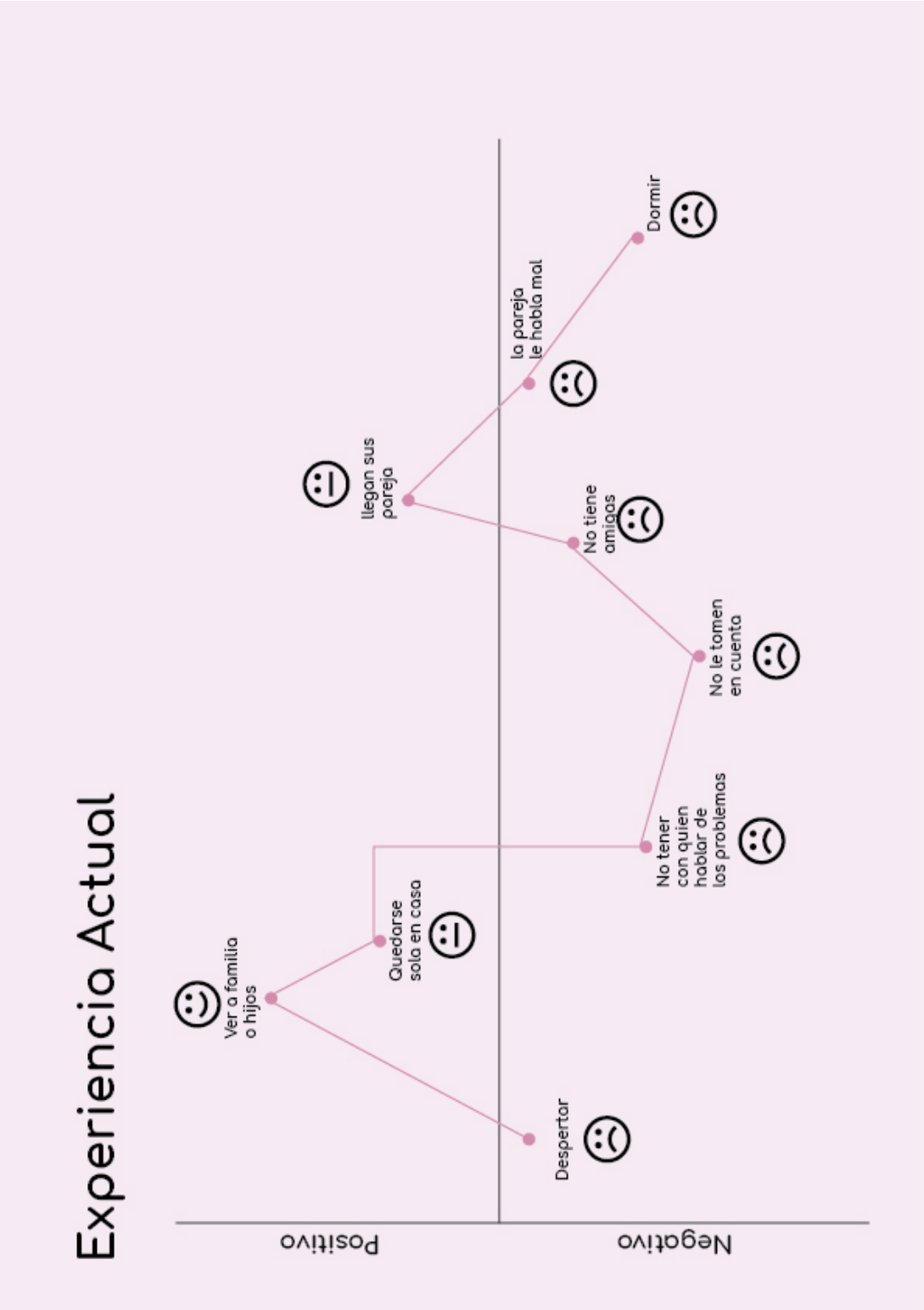


figura 15 Journey Map Actual

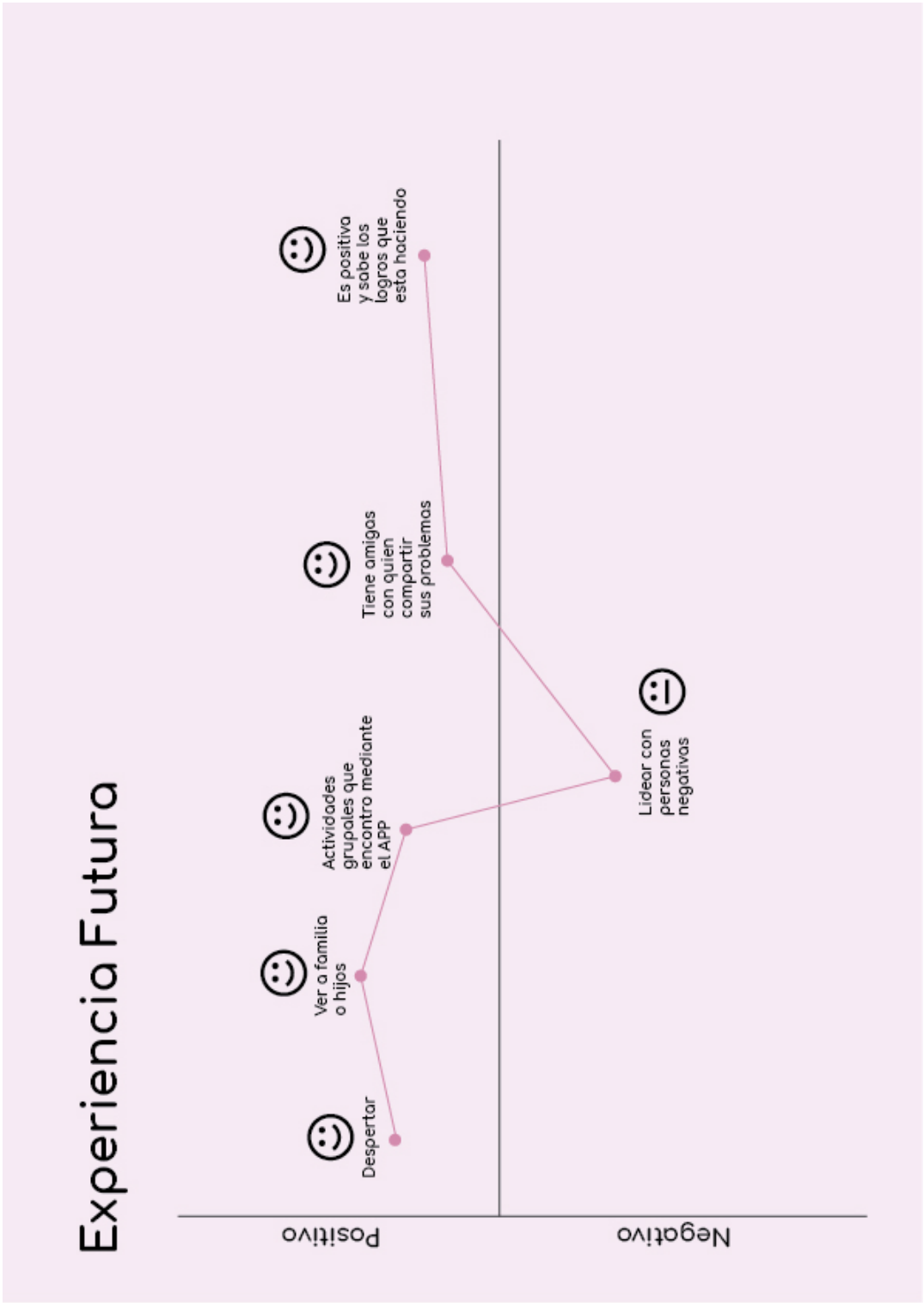


figura 16 Journey Map Futura

Capítulo V
Conclusiones

- Según los resultados obtenidos podemos decir que los pilares que construyen una alta autoestima en las mujeres son: la comunidad, la autorrealización y la realización de actividades (hobbies). Por lo cual, se realizó un aplicativo móvil que facilita la realización de diversas actividades de forma práctica y accesible, acoplándose al estilo de vida de las usuarias.
- Los resultados de la escala de Rosenberg fueron punto de partida para una visión general de la problemática. Sin embargo, los insight fueron hallados gracias a las entrevistas en profundidad, revelando que los aspectos personales son difícilmente compartidos por las usuarias, o en otros casos, son inconscientes de su estado emocional actual.
- Actualmente, no existen muchos productos que busquen elevar la autoestima de las mujeres, y los que existen suelen tener objetivos comerciales. No obstante, se identificaron organizaciones que fomentan la autoaceptación y el cumplimiento de los derechos de las mujeres.

Recomendaciones

- La escala de Rosenberg es un método eficiente, por lo que se recomendaría adaptarlo a distintas plataformas o diseños, y así hacerlo más amigable y sutil.
- Añadir constantemente la sección de actividades a realizar que otorga el aplicativo, ya que debe ser un itinerario actual y adaptado a las preferencias de las usuarias.
- Realizar periódicamente un focus group, para identificar posibles mejoras del aplicativo y llevar un control de efectividad sobre el aumento de autoestima.

- La información recaudada puede ser utilizada en futuros proyectos, con el fin de brindar un valor agregado, que sirva en el crecimiento y mejora de la autoestima de la mujer, ya sean proyectos audiovisuales o manuales, a través de esta tesis se da conocer lo importante y el gran cambio que se puede lograr si utilizamos las herramientas necesarias.

Capítulo VI
Fuentes de información

6.1 Fuentes bibliográficas

. Abdu, H. (2013). *La Planeación y el desarrollo de productos.* Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

. Allanwood, G., Beare, P. (2015). *Diseño de experiencias de usuario. Como crear diseños que gustan realmente a los usuarios.* España: Parramón Paidotribo.

. Alvarez, R. (2006). *Obesidad y autoestima/ Obesity and Self-esteem.* Barcelona: Plaza y Valdes.

. Ambrose, G., Salmond, M. (2014). *Los fundamentos del diseño interactivo.* Barcelona: Blume.

. Branden, N. (2010). *La autoestima de la mujer.* Madrid: Grupo Planeta.

. Cañas, J., Waerns, Y. (2001). *Ergonomía cognitiva: aspectos psicológicos de la interacción de las personas con la tecnología de la información.* España: Editorial Médica Panamericana.

. Bussarakampakom, Ch. *et al.* (2012). *El diseño: 7 visiones transversales.* México: GRID.

. Christiansen, J. (2015). *Baja Autoestima: Cómo Encontrar La Tuya Cuando No La Tienes.* España: Babelcube Inc.

. Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencias.* Argentina: Ediciones Granica S.A.

. Feldman, J. (2000). *Autoestima ¿cómo desarrollarla?: Juegos, actividades, recursos, experiencias creativas…* España: Narcea Ediciones.

. Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social.* Argentina: Ediciones Infinito.

. Garrote, A. & Cojo, T. (2011). *La educación grupal para la salud: Reto o realidad.* España: Narcea Ediciones.

. González, N. & López, A. (2001). *La autoestima.* España: Ediciones Díaz de Santos.

. Gray, D. & Cyr, D. (2001). *Marketing de productos: guía de planificación para pequeñas empresas.* España: Ediciones Garnica S.A.

. Hembree, R. (2008). *El diseñador gráfico. Entender el diseño gráfico y la comunicación visual.* Barcelona: Blume.

. Kothler, P. & Roberto, E. (1992). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública.* España: Ediciones Díaz de Santos

. Lerma, A. E. (2010). *Desarrollo de Nuevos Productos.* México: Cengage Learning Editores.

. Lidwell, W. *et al.* (2005). *Principios universales del diseño.* Barcelona: Blume.

. Morris, R. (2009). *Fundamentos del diseño de productos.* España: Parramón Ediciones.

. Nevid, Jeffrey S. (2011). *Psicología. Conceptos y aplicaciones.* México: Cengage Learning Editores.

. Perea, R. (2009). *Promoción y educación para la salud: Tendencias innovadoras.* España: Ediciones Díaz de Santos.

. *Política de producto*. (2007). España: Publicaciones Vértice.

. Press, M. & Cooper, R. (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI.* Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

. Rodríguez, A. (2008). *Prácticas de autoestima.* España: Editorial Kairós

. Saban, Ch. (2009). *¿Cuánto Vales Como Mujer?: Una guía para ratificar in Valor.* España: Hay House Inc.

. Verdines, P & Campbell, M. (2013). *Fundamentos del diseño de interacción.* México: Tecnológico de Monterrey.

. Vicente, J. (1997). *Sé amigo de ti mismo: manual de autoestima. España:* Editorial SAL TERRAE.

. Vilchis, L. (2002). *Metodología del diseño: fundamentos teóricos.* México: UNAM.

6.2 Fuentes electrónicas

. Acosta, R. & Hernández, J. (2004). La autoestima en la educación. *Revista Límite,* N° 11*,* p. 82-95. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/836/83601104.pdf

. Ariza, R. *et al.* (2009). *Proceso de diseño. Fases para el desarrollo de productos* (2009). Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Recuperado de https://www.inti.gob.ar/prodiseno/pdf/n141_proceso.pdf

. Cordero, F. & Zhunio, L. (2016). *El diseño gráfico experiencial (environmentalgraphics), como alternativa para la difusión de contenidos culturales. Diseño de paneles interactivos para espacios públicos, sobre la historia, costumbres y tradiciones de la ciudad de Machala.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñador Gráfico, Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, Escuela de Diseño Gráfico, Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6365

. Cordero, E. (2016). *El diseño de comunicación gráfica en el espacio público como alternativa en la construcción de ciudadanía e identidad. Resignificación de los espacios públicos en la ciudad de Cuenca a través del diseño gráfico experiencial.* Tesis previa a la obtención del título de Magister en Proyectos de Diseño, Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, Universidad de Azuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5718

. Cuevas, A. (31 de marzo, 2015). *Detectan baja autoestima en 7 de cada 10 adolescentes.* Recuperado de http://www.la-razon.com/sociedad/Problema-detectan-baja-autoestima-adolescentes_0_2244375579.html

. El Juego de la Atención. ¿Qué es la autoimagen? Recuperado de https://eljuegodelatencion.com/que-es-una-autoimagen/

. Escudero, N. (2014). *Diseño de una estrategia gráfica basada en lineamientos de diseño experiencial, para contribuir al proceso educomunicativo del Taller de Periodismo del Centro Educativo Jahibé.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñador con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11990/Proyecto%20AIC-%20Cristina%20Escudero%20Barreno.pdf?sequence=1&isAllowed=y

. Espinosa, P. (2014). *Diseño de piezas gráficas que promuevan el aprendizaje experiencial de los visitantes del programa Rutas de Leyendas de la Fundación Quito Eterno.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñador con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7191/1.Q03.000898.pdf?sequence=4&isAllowed=y

. Estaire, F. (25 de julio, 2010). *Baja autoestima.* Recuperado de http://psicologosenmadrid.eu/baja-autoestima/

. Garreta, M., & Mor, E. (2010). *Diseño centrado en el usuario.* Recuperado de https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_(Modulo_3).pdf

. Galeano, R. (2017). Diseño centrado en el usuario. *Revista q*, *2*(4). Recuperado de https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista_Q/article/view/7831

. Habilidades Sociales (13 de enero, 2016). *Autoestima ¿Qué es y qué importancia tiene?* Recuperado de https://blog.mentelex.com/autoestima/

. Hassan-Montero, Y. & Ortega-Santamaría, S. (2009). *Informe APEI sobre usabilidad* (Vol. 3). APEI, Asociación Profesional de Especialistas en Información. Recuperado de http://eprints.rclis.org/13253/1/informeapeiusabilidad.pdf

. Nizama, E. (22 de abril, 2014). *Los jóvenes peruanos sufren de baja autoestima.* Recuperado de https://larepublica.pe/archivo/787634-los-jovenes-peruanos-sufren-de-baja-autoestima

. Rodas, P. (2015). *Diseño de estrategias gráficas para mejorar la experiencia de compra de comida.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñadora Gráfica, Facultad de Diseño, Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4784

. Romero, S. (2018). *Diseño de un videojuego para aportar en el aprendizaje y mejorar la experiencia de visita de niños en los museos.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñador Gráfico, Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, Escuela de Diseño Gráfico, Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8096

. Sánchez, T. (16 de agosto, 2018). *Qué es la autoestima: definición, significación y tipos de autoestima.* Recuperado de https://www.diariofemenino.com/articulos/psicologia/autoestima/que-es-la-autoestima-definicion-significado-y-tipos-de-autoestima/

. Serrano, P. (2012). *Sobre Diseño, Experiencia y Gastronomía. El valor del diseño como una función estratégica en los negocios de experiencia.* Tesis para optar el título de Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2012/aq-serrano_p/pdfAmont/aq-serrano_p.pdf

. Silva, E. (2015). *Propuesta gráfica y diseño editorial del libro de poesía para niños de ocho a diez años de edad: 'Memorias de tres historias' para promover una experiencia de lectura novedosa.* Tesis previa a la obtención del título de Diseñador con mención en Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8328

. Soler, J. (2012). *Principios de diseño de interacción para sistemas interactivos.* Recuperado de

https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21513/JSA%282012%29PrincipiosDIparaSI_upf_v3.pdf?sequence=1&isAllowed=y

. Torres, A. *Autoconcepto: ¿qué es y cómo se forma?* Recuperado de https://psicologiaymente.com/psicologia/autoconcepto

. Vásquez, J. *et al.* (2004). Escala de autoestima de Rosenberg: fiabilidad y validez en población clínica española. *Apuntes de Psicología,* vol. 22, p. 247-255. Recuperado de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/14009/file_1.pdf?sequence=1

Capítulo VII

Anexos

7.1 Matriz de consistencia para investigación

MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

TÍTULO: Diseño de un producto basado en el diseño de experiencias, para elevar la autoestima en las mujeres de la Asociación Warmi Cusi en Lima Metropolitana

PROBLEMA GENERAL QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTO GENERAL	CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA
¿Cómo un producto basado en el diseño de experiencias puede elevar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi?	Determinar como un producto basado en el diseño de experiencias puede elevar la autoestima en las mujeres de la Asociación Warmi Cusi.	Un producto desarrollado en base al diseño de experiencias servirá para elevar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. Esto debido a que el producto considerará las necesidades emocionales del usuario y servirá como un instrumento motivacional.	. Serrano, P. (2012). *Sobre Diseño, Experiencia y Gastronomía. El valor del diseño como una función estratégica en los negocios de experiencia*. Tesis para optar el título de Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2012/aq-serrano_p/pdfAmont/aq-serrano_p.pdf	**TIPO DE INVESTIGACIÓN:** **Básica (X)** **MÉTODOS Y TÉCNICAS:** Enfoque Cualitativo. Observación no participante no sistemática. Entrevistas en profundidad.

PROBLEMAS ESPECÍFICOS QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTOS ESPECÍFICOS		
- **X1**. ¿Cuáles son los instrumentos para medir el nivel de autoestima de las mujeres? - **X2**. ¿Cuál es el nivel actual de autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi? - **X3**. ¿Cómo se aplica el diseño de experiencias para elevar la autoestima de las mujeres? - **X4**. ¿Qué productos o servicios, basados en el diseño de experiencias, elevan la autoestima de las mujeres?	A. Identificar instrumentos para medir el nivel de autoestima de las mujeres. B. Determinar el nivel actual de autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. C. Identificar cómo el diseño de experiencias puede elevar la autoestima en las mujeres. D. Precisar que productos o servicios elevan la autoestima de las mujeres.	A. Los instrumentos utilizados actualmente, logran identificar con alta precisión, el nivel de autoestima de las mujeres. B. Exceptuando algunos casos, el nivel promedio de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi es baja. C. El diseño de experiencias permitirá elevar la autoestima de las mujeres mediante el desarrollo de proyectos basados en las necesidades específicas del público. D. No existen muchos productos o servicios que suplan la falta de autoestima en las mujeres.	. Alvarez, R. (2006). *Obesidad y autoestima/ Obesity and Self-esteem.* Barcelona: Plaza y Valdes. . Branden, N. (2010). *La autoestima de la mujer.* Madrid: Grupo Planeta. . Gray, D. & Cyr, D. (2001). *Marketing de productos: guía de planificación para pequeñas empresas*. España: Ediciones Garnica S.A. *Política de producto*. (2007). España: Publicaciones Vértice.	. **INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN:** Guía de entrevistas a las mujeres de warmi cusi. Ubicación Niveles socio económicos Tipo de familia Edad, género Nivel educativo

Tabla 15 Matriz de consistencia para investigación

7.2 Matriz de categorización

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

OBJETIVO GENERAL: El objetivo principal es reflexionar sobre como las realidades sociales y culturales impactan en la evolución de los mercados de abastos, destacando que en esta valoración existirían potencialidades de desarrollo económico.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	**CATEGORÍAS**	**SUB CATEGORÍAS**	**UNIDADES DE ANÁLISIS /BASE TEÓRICA**
1. Identificar instrumentos para medir el nivel de autoestima de las mujeres.	**Autoestima**	**Instrumentos utilizados actualmente** **Nivel de precisión y fiabilidad**	. Feldman, J. (2000). *Autoestima ¿cómo desarrollarla?: Juegos, actividades, recursos, experiencias creativas…* España: Narcea Ediciones. . Christiansen, J. (2015). *Baja Autoestima: Cómo Encontrar La Tuya Cuando No La Tienes.* España: Babelcube Inc. . Garrote, A. & Cojo, T. (2011). *La educación grupal para la salud: Reto o realidad.* España: Narcea Ediciones. . Alvarez, R. (2006). *Obesidad y autoestima/ Obesity and Self-esteem.* Barcelona: Plaza y Valdes. . Saban, Ch. (2009). *¿Cúanto Vales Como Mujer?: Una guía para ratificar in Valor.* España: Hay House Inc. . Branden, N. (2010). *La autoestima de la mujer.* Madrid: Grupo Planeta.
2. Determinar el nivel actual de autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi.	**Integrantes de la Asociación Warmi Cusi**	**Características generales del P.O.** **Aspiraciones y metas a futuro** **Percepción del tema** **Nivel de autoestima actual**	. Escala de Rosenbeg .Entrevista presencial
3. Identificar cómo el diseño de experiencias puede elevar la autoestima en las mujeres.	**Diseño de experiencias**	**Fundamentos clave** **Diseño centrado en el usuario** **Proceso y metodología** **Importancia y nivel de innovación**	. Press, M. & Cooper, R. (2009). *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI.* Barcelona: Editorial Gustavo Gili. . Verdines, P & Campbell, M. (2013). *Fundamentos del diseño de interacción.* México: Tecnológico de Monterrey. . Soler-Adillon, J. (2012). *Principios de diseño de interacción para sistemas interactivos.* Recuperado de https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21513/JSA%282012%29PrincipiosDIparaSI_upf_v3.pdf?sequence=1&isAllowed=y
1. Precisar que productos o servicios elevan la autoestima de las mujeres.	**Diseño de producto**	**Proceso utilizado para crear productos o servicios** **Importancia y nivel de innovación** **Proyección de éxito o fracaso** **Importancia de la estética** **Productos sociales**	. Lerma, A. E. (2010). *Desarrollo de Nuevos Productos.* México: Cengage Learning Editores. . Allanwood, G., Beare, P. (2015). *Diseño de experiencias de usuario. Como crear diseños que gustan realmente a los usuarios.* España: Parramón Paidotribo.

Tabla 16 Matriz de categorización

7.3 Diagrama de Gant

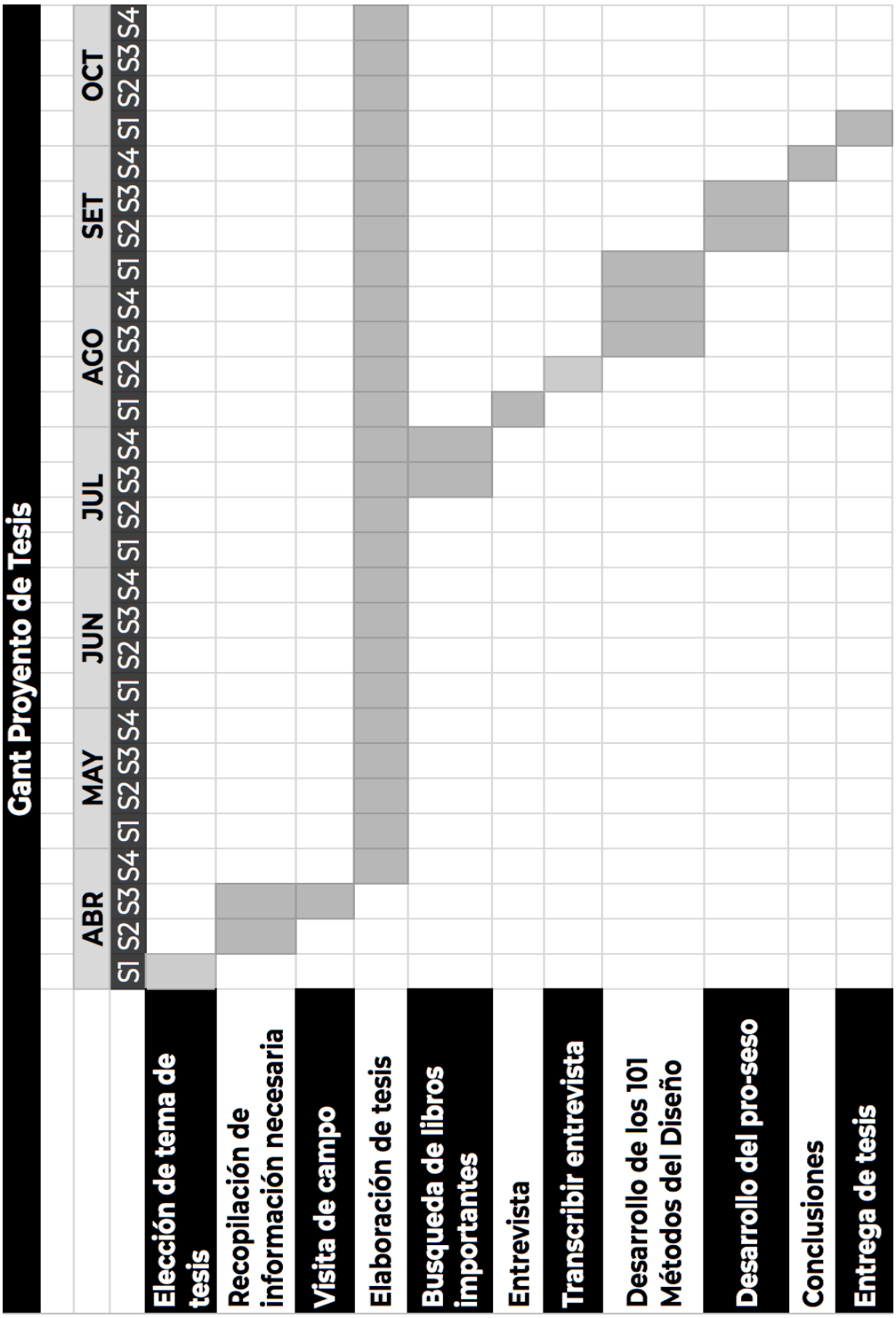


figura 17 Diagrama de Gant

7.4 Escala de Rosenberg

Escala de Rosenberg

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.				
5. En general estoy satisfecho/a de mí misma.				
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.				
7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.				
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

Tabla 17Escala de Rosenberg

7.5 Modelo de entrevista

Entrevista

Estará basada en dos matrices de preguntas que ayudarán a recolectar la información requerida. Constará de 11 preguntas cada una, con la posibilidad de que a lo largo de la entrevista surjan otras preguntas según las respuestas de las mujeres.

Preguntas:

1. ¿Edad?
2. ¿Qué rol desempeñas en la Asociación Warmi Cusi?
3. ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?
4. ¿Qué problemas sociales afectan mayormente a las mujeres?
5. En tu opinión, ¿Qué es la autoestima?
6. En una escala del 1 al 10, siendo 1 autoestima muy baja y 10 autoestima muy alta: (1) ¿Qué número representaría el nivel de autoestima que tienes actualmente? y (2) ¿Por qué?
7. ¿Haces algo para desarrollar constantemente tu autoestima?
8. ¿Qué objetos, situaciones o contextos te hacen sentir segura de ti?
9. En tu opinión, ¿Cuál es el nivel de autoestima que tienen las mujeres peruanas en general?
10. ¿Consideras que existen suficientes proyectos en el Perú para elevar la autoestima de las mujeres?
11. ¿Cómo ayudarías a elevar la autoestima de una mujer cercana a ti?

ALTA AUTOESTIMA

1. Cuéntanos un poco de ti.
   - Con quienes y donde vives
   - A que te dedicas

- Tienes pareja
- Algunos hobbies

2. Como es tu vida en familia
   - Existe una buena relación
   - Lo positivo
   - Lo negativo
3. Tu vida laboral
   - Como conseguiste tu actual trabajo
   - Está contenta en el trabajo
   - Piensas permanecer mucho tiempo en esta empresa y hacer línea de carrera. ¿Por qué?
4. Sobre la autoestima
   - Como sabes, este proyecto busca elaborar un producto que ayude a aumentar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. Y según la prueba, actualmente tienes autoestima alta, por ello quisiéramos saber tu opinión al respecto.
   - Alguna vez tuviste baja autoestima
   - Podrías describir la situación y/o contexto en el cual ocurrió el cambio
   - Cuáles son los factores que te ayudaron
   - Basándote en tu experiencia, como ayudarías a elevar la autoestima de otra mujer.

BAJA AUTOESTIMA

5. Cuéntanos un poco de ti.
   - Con quienes y donde vives
   - A que te dedicas
   - Tienes pareja
   - Algunos hobbies
6. Como es tu vida en familia
   - Existe una buena relación
   - Lo positivo
   - Lo negativo
7. Tu vida laboral
   - Como conseguiste tu actual trabajo

- Estás contenta en el trabajo
- Piensas permanecer mucho tiempo en esta empresa y hacer línea de carrera. ¿Por qué?

8. Sobre la autoestima
   - Según la prueba anterior, actualmente estas en proceso para aumentar tu autoestima, ya que encontramos variaciones significativas en la resolución del aprueba. La abaja autoestima es un problema social arraigado en distintos grupos, en este caso, lo que buscamos es cambiar esta situación, incentivando el amor propio, la auto aceptación y el apoyo constante entre las mujeres.
   - Cuáles son los factores que crees que pueden haber ocasionado esta situación
   - Que debería cambiar para que esta situación mejore
9. ¿Por qué motivos piensas eso de ti?
10. ¿Bajo qué pensamientos aceptas los malos tratos?
11. ¿Desde qué edad te sientes así?

7.6 Entrevistas Transcritas

7.6.1 Entrevistada 1

Nora Flores

Carmen: Buenas tardes, soy Carmen Torres, egresada de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, entrevistaré el día de hoy a la señora Nora Flores encargada de Warmi Cusi ¿Usted qué rol cumple?

Nora: Dentro del Consejo Directivo, tengo el cargo de vicepresidenta de humanización organización para el desarrollo integral de la mujer.

Carmen: Ok ¿Cómo nació Warmi Cusi?

Nora: Nació con un grupo de personas que tenían muchos deseos de colaborar con la sociedad y uno de los miembros estaba haciendo su tesis de Psicología y haciendo su tesis decidió trabajar sobre el tema de la violencia contra la mujer, entonces haciendo su trabajo vio que había una necesidad muy grande de apoyar a las mujeres, principalmente las que son violentadas, entonces él nos compartió su idea y estuvimos de acuerdo, en el año 2003 se fundó Warmi Cusi, para trabajar entre otras cosas, pero principalmente a las mujeres que están violentadas.

Carmen: ¿Entonces Warmi Cusi cumple 15 años?

Nora: Si, cumplimos 15 años, empezamos en el año 2003, y gracias a Dios conseguimos una financiación de una empresa local, para poder trabajar varios proyectos, y hemos tenido esa financiación hasta más o menos el año 2011, en esa fecha ellos decidieron orientar sus esfuerzos al rubro educación, y bueno, continuamos trabajando, pero ya de menor medida en hacer programas, porque nuestros programas con las mujeres y específicamente con aquellas que sufren violencia, son más o menos un año, para poder conseguir algún cambio, actualmente solo nos estamos solventando con pequeñas donaciones que hacen personas naturales y estamos dedicándonos a dar charlas, depende del pedido de municipalidades.

Carmen: Ok ¿Cuáles son las cosas que tienen en común las mujeres que asisten a estos talleres que organiza Warmi Cusi?

Nora: En realidad cuando una mujer es maltratada, es una mujer que tiene mucho miedo, inclusive miedo a participar en eventos a los cuales las invitan, en nuestro caso, existen varios puntos en común con estas mujeres, sufren violencia y quieren tener una oportunidad, una ayuda, entonces toman la decisión de participar en estos programas, eso es lo primero. Tomar la decisión, entonces todas ellas que participan en nuestros programas, lo primero que hicieron fue tomar la decisión de ir, cuando son maltratadas , no salen de su casa, tienen que pedirle permiso a la pareja o dicen que no pueden dejar a sus hijos solos, pero lo primero que hacen es tomar una alternativa, una oportunidad, segundo, mayormente ellas son maltratadas ya de bastante tiempo, de 5 o 10 años y viven en un círculo de violencia, el marido o pareja les pega, después les piden perdón, le lloran y lo perdonan, hasta que la próxima vez que le pega, le vuelve a pedir perdón y lo perdonan y es un círculo vicioso, del cual no pueden salir, es otro punto en común en las mujeres violentadas y otro punto es que no se creen capaces de poder salir adelante.

Carmen: ¿La baja autoestima que tienen ellas?

Nora: Exactamente, esos son 3 puntos básicos que tienen ellas, que no se consideran capaces, piensan que sin una pareja a su lado no pueden vivir, no importa si la maltratan, no son nada y menos se sienten capaces de poder vivir solas con sus hijos, porque mayormente no tienen educación o no tienen un trabajo fijo, entonces su autoestima es tan baja, que no se consideran capaces para iniciar algo.

Carmen: ¿Y que han logrado ellas a través de las charlas o talleres que han dado?

Nora: Ya, a través de nuestros programas, que han durado 3 años, con un grupo de mujeres, últimamente ya estamos más o menos en un 1 año nada más, pero con los programas que teníamos de duración de 3 años hemos logrado que una persona que sufría de violencia pueda dar un cambio de 360 grados en su vida, de una mujer que vivía sumisa, aceptaba los golpes, no salía de su casa, tenía miedo, no se consideraba capaz, después de seguir un programa de 3 años ya casi al finalizar el programa, dejó a la pareja, decidió iniciar un negocio o estudiar algo y se enfrentó a la vida y a su problema y se

separó con sus hijos y muchas de ellas tienen negocios propios, mayormente, algunas han estudiado y trabajan y viven bien, ya sin el terror de que la pareja les pueda golpear.

Carmen: Y, por ejemplo, si la mujer quiere a su pareja, pero ya no quiere sufrir esa violencia ¿también les dan esos talleres a los hombres que están arrepentidos de verdad y quieren cambiar?

Nora: En todos estos programas incluían charlas para parejas, incluían charlas para ellos, muchos de ellos nos pedían que les hagamos un programa de largo tiempo con ellos también, nos decían algunos, yo no lo quiero hacer, pero cuando tomo me desconozco y me sale esa violencia que no sé cómo controlarla, pero no hemos trabajado con hombres, solamente hemos dado charlas a las parejas, para que puedan entender que está experimentando su mujer, porque en realidad es un cambio muy fuerte el que reciben las mujeres, pero mayormente en nuestros casos, de la experiencia que yo tengo y con la que hemos trabajado, tal vez solo un 10% se queda con su pareja y logra un cambio, porque se pueden enfrentar a él, algo que antes no hacían y decirles que si me vuelves a pegar te vas y no regresas más, entonces esas personas cuando ven que alguien se les enfrenta y a veces lo hacen, me vino a pegar, me dio una bofetada y yo le di dos, entonces el hombre empieza a entender que la mujer ya no es una sumisa, si no se da su lugar y sabe tomar decisiones y que puede dejarlo, entonces se mejoran las relaciones y pueden seguir, pero mayormente el 90% se separa.

Carmen: ¿Cómo decidiste unirte a la asociación?

Nora: Siempre tuve el deseo de servir, nosotras éramos un grupo de parroquia, entonces cuando este amigo nos comentó la idea, nos pareció excelente, porque en estos programas de Warmi Cusi dan asesoría psicológica, asesoría legal.

Y también te damos apoyo moral, es un paquete completo, muchas de las mujeres que viven en lugares de extrema pobreza necesitan tener un apoyo de una fuerza espiritual para que puedan tomar decisiones.

Carmen: Claro, necesitan tener el apoyo de otra persona y que le digan tú puedes.

Nora: Todos nuestros programas y todas las personas que han participado, terminan formando un círculo de superación, puedes ir a visitarlos, están vigentes aun en Villa María del Triunfo, se reúnen todos los sábados y entre ellos formaron una familia de apoyo mutuo.

Carmen: Ya no están en Warmi Cusi, pero ellas se siguen apoyando.

Nora: Sí, es la sostenibilidad de los proyectos, ellos se siguen reuniendo hasta ahora todos los sábados, cuando alguien no viene dos sábados, ellos van ver si todo está bien o tienen algún problema o si está enferma, han formado una familia de un problema en común y que lograron salir y ayudan a chicas nuevas, que van a las reuniones.

Carmen: ¿Cuánto es el rango de edad que encontraron en mujeres violentadas?

Nora: Nosotras hemos trabajado con muchos grupos, trabajamos con un grupo de adolescentes desde los 13 años hasta los 17 más o menos.

Carmen: ¿Madres de familia o simplemente hijas?

Nora: No, solamente hijas, sobrinas de las señoras, es que primero empezamos con señoras adultas, luego pasamos con mujeres más jóvenes que eran desde los 18 hasta los 25 años, que es una edad totalmente diferente a la de una persona de 40 o 50 años, luego de eso bajas a adolescentes, tres grupos diferentes, mayormente trabajamos con adultas, porque en las adolescentes si no tienen un apoyo continuo, ellas tienden a dejarlo, no hay mucho compromiso de parte de ellas, por eso solo hemos trabajado 3 o 4 años, pero con adultas sí, a partir de los 22 años hasta los 60 años.

Carmen: ¿En tu opinión qué es la autoestima de la mujer?

Nora: Primero es quererse y aceptarse como es y luego viene lo segundo que es el empoderamiento, si yo soy igual a los demás, porque no voy a poder.

Carmen: Del 1 al 10 siendo 1 bajo y 10 el más alto. ¿En qué nivel crees que se encuentra tu autoestima?

Nora: ¿La mía? En un 10, porque me acepto, me quiero, soy capaz de tomar mis propias decisiones y no solo tomarlas si no ejecutarlas.

Carmen: ¿Eso lo obtuviste de Warmi Cusi o ya lo tenías desde antes?

Nora: Ya lo tenía desde antes

Carmen: ¿Y qué fue lo que te hizo sacar ese empoderamiento?

Nora: Eso viene desde la familia, yo tenía unos padres muy buenos, un padre muy amoroso, siempre me dio seguridad y confianza, permitió que yo pudiera emitir mis opiniones sin criticarlas ni nada.

Carmen: Sí, todo viene de casa.

Nora: Si tienes una familia disfuncional puede existir dificultades, pero cuando una familia es centrada y organizada, donde hay amor, unión y comunicación, las personas se van formando correctamente.

Carmen: En cuanto al nivel del Perú ¿En qué nivel crees que se encuentra la autoestima de las mujeres?

Nora: Yo le pondría un 5.

Carmen: ¿Crees que dependa mucho del nivel socioeconómico? Porque personalmente en mi investigación encontré que eso no importa, violencia existe donde sea, no importa si es la persona más rica o que sea de una baja condición social. ¿En que lo viste?

Nora: Con Warmi Cusi hemos trabajado mayormente en los conos, Villa el Salvador, San Juan de Lurigancho, pero también hemos tenido por el apoyo psicológico que se les brindaba abiertamente a las personas que sufrían violencia, el costo era muy bajo, lo que nosotros pudimos ver es que las mujeres en el Perú están cambiando, ahora se ven un montón de feminicidios.

Carmen: Claro, por eso yo decidí trabajar sobre este tema mi tesis ¿Cómo mejorar la autoestima de la mujer? porque todo esto es solamente autoestima.

Nora: Claro, la encuesta del M.I dice que de cada 10 mujeres 6 son violentadas, no interesan la condición social, así seas pobre, donde son de baja condición social las mujeres ya están perdiendo el miedo y están saliendo a denunciar, por eso se están viendo tantos casos de violencia, porque antes los había, pero no se decía nada, ahora hay y lo denuncian y esto es como desafiar la forma de vida que tenían en esa zona y por eso creo que hay tanto feminicidio, como antes nadie se les enfrentaba, nadie les decía nada.

Y en el caso de las mujeres de condición alta, ellas tienen muchos prejuicios, no saben reconocer ni delante de un amigo que es violentada o fue violentada por el marido, la violencia no es solamente física, sino psicológica y verbal. Muchas de ellas sufren violencia verbal y violencia física, pero no lo dicen y tratan de aparentar cosas que no son, nosotros estuvimos haciendo una

investigación, porque queríamos trabajar con estas mujeres, queríamos saber cuánto era el porcentaje de mujeres de la alta sociedad violentadas que no es de ahora, es desde antes, de toda la vida, llegamos a entender que ellas sufren más de violencia psicológica y verbal, la gente que tiene mucho dinero suele no trabajar y si trabaja igual está vinculada al marido, entonces llegamos a la conclusión que sería muy difícil de que ellas participen de los talleres, porque no lo van a decir, porque para ellas aceptar esta situación sería denigrante.

Carmen: Claro, más que todo es social.

Nora: Es el que va decir la sociedad de mí, mujeres que son jefas en un banco, pero que sin embargo sus esposos las maltratan en casa, dirán, yo siendo jefa como puedo permitir que me golpeen o insulten y por estas cosas prefieren quedarse calladas.

Carmen: ¿Consideras que vivimos en un país machista?

Nora: Sí, totalmente, somos machistas.

Carmen: ¿Crees que fue cambiando a través de los años? ¿mejorando?

Nora: Tal vez sí, se dio una mejora, pero no se nota, somos machistas, muchas personas dicen que no lo son, pero sin embargo con una frase u opinión se nota clarísimo que, si lo son, lo vemos en las noticias o programas, al momento que dan un piropo, que puede ser muy bonito, pero es en la forma que lo dicen que se torna desagradable.

Carmen: ¿Consideramos que las mujeres somos machistas?

Nora: Sí, porque aceptamos esa situación en muchos casos, muchas veces en la familia el hijo hombre es más querido por la mamá y por lo tanto se les da más cosas, dicen que el hombre tiene que trabajar porque si se casa tiene que mantener a la familia, si mi hija se casa la van a mantener, esas ideas antiguas, existen muchos paradigmas en las mujeres que no han cambiado, son cosas que vienen de años, desde la cultura Inca, siempre fue el hombre y eso se quedó y se quedó, en la zona de la sierra, es así.

Carmen: Actualmente en la sierra se sigue sufriendo de esos maltratos y nadie dice nada.

Nora: Exacto y mucha gente de la sierra llegó de inmigrante a Lima, Villa el Salvador está formado por inmigrantes de Ayacucho que vinieron escapando del terrorismo, entonces trajeron esas ideas que le inculcan a sus hijos.

Carmen: Ok ¿Consideras que existen proyectos en el Perú que se encargan de mejorar la autoestima de la mujer?

Nora: Algo que yo pienso , es que tenemos un Ministerio de la mujer, tenemos un programa de lucha contra la mujer y fondos, pero no existe una articulación el ministerio de la mujer es como una isla que lo quiere hacer todo sola y las ONG reciben fondos y lo quieren trabajar a su manera, no existe una línea conductora de donde debemos de ir contra la lucha del maltrato a la mujer, el ministerio presenta un protocolo, pero nadie te dice cómo hacerlo, inclusive una mujer que es violentada va y no encuentra a nadie que la atienda, tiene que esperar horas y horas y cuando la atienden no saben cómo tratar a la mujer, no están capacitados, la policía no sabe cómo manejar estos casos, la policía te dice que habrás hecho para que tu marido te pegue, en todas las comisarías es lo mismo. En 99.9% de las comisarías no hay personal capacitado, no tenemos policía capacitada, no tenemos un sistema judicial que pueda recibir las denuncias, porque tenemos una fiscalía que ve las denuncias, pero son tan pocas que solo hay en el cono sur y cono norte, pero es muy poco para la población, pierden tiempo haciendo cola y en el transcurso pierden el interés de realizar la denuncia, no tenemos ministerio público, de policía y el centro de mujer, no tenemos una buena articulación con las ONG, para obtener un buen resultado el ministerio de la mujer debe liderar lucha contra la violencia, pero debe articular con todas las ONG. Ellas deben seguir la política del estado, no pueden trabajar independientemente del estado.

Carmen: Ok ¿Qué harías tú, para mejorar todo este mal funcionamiento de las ONG y el estado? ¿Qué proyecto propondrías o compartirías como maneja Warmi Cusi?, ya que lograron obtener buenos resultados.

Nora: Claro, algo que nos enorgullece mucho en Warmi Cusi es que las mujeres con las que hemos trabajado han logrado ser líderes en sus zonas, por ejemplo te puedo dar un tip, nos pidieron apoyo para hacerle la entrevista a una mujer que había cambiado su vida con nuestros programas, Lupe es un caso, ella vivía en la casa de sus suegros con el marido que le pegaba, mañana, tarde y noche, la suegra la maltrataba, los hijos vivían asustados, ella no tenía estudios, se embarazó y se juntó con su esposo, ella decidió ir con nosotros, estuvo con nosotras 3 años y al segundo año, se separó, dijo que ya

no podía más y que se sentía capaz, la apoyamos y se separó del marido, se fue a vivir con sus 3 hijos y empezó a trabajar de consultora de belleza vendiendo productos, ella fue a dar su testimonio y dice, no sé cómo pude aguantar 14 años de mi vida siendo violentada cuando pude tomar esta decisión el primer año. Bueno ahora Lupe tiene su programa de radio y se está lanzando como regidora en Villa María del Triunfo, y ahora ella tiene tan claro cuáles son las consecuencias de la violencia. Ella piensa que sus hijos por ver tanta violencia puedan ser unos posibles abusadores, ya que han vivido esto, se les dio el apoyo para que no se conviertan en lo que Lupe temía.

Carmen: Ok ¿Tú crees que, si los niños crecen con un padre violento, el niño crece pensando que es normal golpear y la niña piensa que es normal que la golpeen?

Nora: Exactamente, todos los niños que viven en esos ambientes son posibles abusadores, y se da, por eso vemos tantas pandillas, tantas muertes de jóvenes, suele considerar que la violencia es la única forma.

Carmen: Bueno, es lo que han visto a través de los años.

Nora: Exacto, exacto.

Carmen: ¿Desde los cuántos años formas a estas mujeres?

Nora: A ver, en el 2003, tenía 30 y tantos, no recuerdo bien.

Carmen: Y así joven, tomaste esta iniciativa de decir basta con las mujeres.

Nora: Si, sí, pero es gratificante dar un servicio y ver los cambios que logras, yo siempre voy a Villa María del Triunfo, yo como muchas voluntarias, muy aparte de que tengo un cargo en la directiva, voy a visitarlas y veo los cambios que tienen, me dicen, puse mi cabina de internet y ahora tengo 3 o les enseñamos a que puedan preparar chocolates, dos de las señoras ya tienen su negocio propio, venden o dejan en tiendas. También les enseñamos hacer adornos para fiestas infantiles, una ya tiene su negocio.

Recuerdo mucho a María, ella se quedó con su esposo, porque en ella más que todo era violencia verbal, pero quien la animó a ir fue el esposo, ella no quería salir, era muy temerosa y muy tímida, entonces el esposo le gritaba porque no quería salir al mercado y él tenía que hacer las cosas. Él le dijo ve a Warmi Cusi para ver si te cambia. Nosotros le realizamos un plan de vida para ella, donde le dábamos tareas que ella tenía que cumplir, la primera fue que

tenía que ir a una zapatería a preguntar cuanto costaba un par de zapatos y así para que poco a poco se suelte, pasando los 3 años, María fue la que dio el discurso en la graduación, no lo podía creer. Hace unos años me llamó a contarme que alquilaría un local en el centro de lima para vender ropa y zapatos y me comenta que no sabía cómo hacer el contrato de alquiler, entonces yo se lo hice, ahora ella tiene 3 tiendas en el centro de lima y está muy bien con su esposo, existen muchos casos, por ejemplo tenemos el de Tomasita, ella fue a nosotros en el primer programa que hicimos como su última esperanza, se había intentado matar 3 veces, se había cortado las venas porque no quería vivir, le hablaron de Warmi Cusi, dijo iré y si no consigo nada lo intentare nuevamente, la vida de ella fue terrible, desde sus padres, su padrastro, trabajo de empleada doméstica y fue violada, una vida terrible, consiguió una pareja que pensó que la quería, pero la embarazo y la dejó, luego tuvo su hijo pero se lo quitaron, no tenía ninguna razón para vivir, el carácter que ella tenía era muy agresivo, ella cuando dio su testimonio nos contó eso al ver que su problema era similar al de las demás se sintió acompañada, en ese grupo fueron sólo 18 mujeres con una vida terrible. Le preguntamos a Tomasita cuál es tu sueño, ella dijo quiero ser cantante folclórica, y nunca en su vida había cantado ya que toda su vida quiso morir, entonces le dimos un programa que seguir acompañado de mucho apoyo psicológico y de un psiquiatra, se puso a estudiar canto, luego de un año estaba lista para presentarse, ella nos invitó a su presentación oficial como cantante folclórica, fuimos y no tenía dinero para su vestimenta, así que la ayudamos entre todas, se logró presentar y fue su bautizo y luego la empresa que nos financiaba estos programas, invitó a Tomasita a que se presente en Miraflores, ella hizo bailar a todos con su música y ahora está muy bien, pudo recuperar a su hijo y vive con él y está tranquila.

Carmen: Estoy sorprendida, que historia.

Nora: Claro, son casos muy duros, pero de las cuales puedes aprender mucho y es algo verificable.

Carmen: ¿La asociación es sin fines de lucro?

Nora: Sin fines de lucro.

Carmen: ¿De dónde obtienen el financiamiento?

Nora: Al comienzo en el 2003 salió un concurso, una empresa que fue la que nos financió por 10 años, pedían que les presentaran un plan para trabajar con las mujeres y como teníamos un objetivo nos presentamos y ganamos, en conjunto con ellos, comenzamos a aprender en como convocarlas, ya que existe tanta desconfianza, para el primer programa. Contactamos a 500 mujeres y nos respondieron 120, fuimos con 4 buses a Villa María del Triunfo, toda una logística, pero solo se presentaron 18 mujeres, porque todas las demás habían escuchado rumores que si iban con nosotros ya no regresaban, se había esparcido un rumor que íbamos a quitarles los órganos y venderlos, de 120 confirmados sólo fueron 18, pero esos casos fueron terribles, entre ellos Tomasita, muy difíciles, después de ese programa lo hacíamos cada dos meses, reclutamos a 50 mujeres o 100, pero al ver a primera experiencia que eran casos tan duros, consideramos que con 100 no podríamos, entonces bajamos a 50, cada dos meses con 50 mujeres y esta empresa nos financiaba.

Carmen: ¿Esta empresa es anónima?

Nora: Es local y es Belcorp.

Carmen: ¿Siempre los financia?

Nora: No, ya no, en el año 2011, tuvieron cambios y decidieron dar esos fondos a becar a los hijos de las mujeres que trabajan con ellos, luego de eso no hemos tenido una empresa grande que nos pueda financiar, porque los proyectos son largos, hemos vivido con aportes de personas naturales que querían ayudar, continuamos haciendo unos programas, pero más pequeños, desde hace un año y medio solo damos charlar.

Carmen: ¿No han buscado asociarse con alguna organización más grande?

Nora: Claro, como te decía al inicio, todas las asociaciones ven por sí mismo, no hay una articulación, porque si la hubiera, podríamos apoyar con toda nuestra experiencia.

Carmen: ¿Se puede decir que es un poco egoísta, que simplemente quieren ayudar, pero a su vez no hacen nada, y ustedes que tienen las herramientas no les brindan el apoyo?

Nora: No sé exactamente cuántas asociaciones trabajan con la mujer y lucha contra la violencia, no sé si obtengan los mismos resultados que nosotros,

puede que sí, pero puede que no. Quisimos obtener fondos del exterior, pero nunca se logró.

Carmen: ¿Como se dio el nombre Warmi Cusi?

Nora: Estábamos viendo y queríamos que sea un nombre muy peruano, pero que pueda transmitir lo que queremos hacer, entonces una señora que trabajaba en una de las casas hablaba quechua y dijo Warmi Cusi, y que significa, Mujer feliz.

Carmen: Es un buen nombre.

Nora: Claro y nos quedamos con ese.

Carmen: Eso sería todo, muchas gracias

Nora: Ok, de nada.

7.6.2 Entrevistada 2

Mariela Hermoza

Carmen: Hola, soy Carmen Torres ¿Con quién tengo el gusto?
Mariela: Hola, soy Mariela Hermoza
Carmen: ¿Cuantos años tienes?
Mariela: 35 años.
Carmen: ¿Cuáles crees que son los problemas que afectan la autoestima de la mujer en la sociedad?
Mariela: El trato que reciben, de parte de los varones, el trato que reciben en la calle de parte de todas las personas que se rodean.
Carmen: ¿Crees que eso influye en que baje la autoestima de la mujer?
Mariela: Sí, definitivamente
Carmen: Del 1 al 10 siendo 1 bajo y 10 el más alto. ¿En qué nivel crees que se encuentra tu autoestima?
Mariela: ¿El mío? 10 creo.
Carmen: En cuanto al nivel del Perú ¿En qué nivel crees que se encuentra la autoestima de las mujeres?
Mariela: Bajo ¿De la escala del 1 al 10?
Carmen: Sí, siendo 1 bajo y 10 alto.
Mariela: Será un 4.
Carmen: ¿Crees que esto influya en que exista tantos maltratos hacia la mujer?
Mariela: Sí, sí claro.
Carmen: ¿Cómo consideras tú, que podría mejorarse la autoestima de la mujer?
Mariela: No sé, a través de información, darles más información.
Carmen: ¿Asistirías a las charlas donde se le enseña a la mujer a amarse a una misma?
Mariela: Sí, claro.
Carmen: ¿Alguna vez se te presentó la oportunidad de asistir?

Mariela: Exactamente no una charla dirigida a eso, pero sí un poco relacionada.

Carmen: ¿Asististe a talleres?

Mariela: Sí, por el trabajo.

Carmen: ¿En qué trabajas?

Mariela: Soy docente.

Carmen: ¿En colegio o universidad?

Mariela: Colegio.

Carmen: ¿De qué grados?

Mariela: Primaria.

Carmen: ¿Encuentras baja autoestima en las niñas?

Mariela: En las niñas y también en los padres, en las madres de familia.

Carmen: ¿En qué sector elaboras? ¿En qué distrito?

Mariela: San Juan de Lurigancho.

Carmen: ¿Crees que el nivel socio económico influya?

Mariela: Si.

Carmen: ¿Crees que las mujeres de alto nivel socio económico no sufren de maltrato?

Mariela: No, porque el maltrato también se ve en distintos niveles.

Carmen: Claro ¿Crees que el maltrato simplemente es físico? ¿O también verbal?

Mariela: Verbal, psicológico, físico, en varios aspectos.

Carmen: ¿Cómo ayudarías a mejorar la autoestima de la mujer? ¿Qué harías? si tuvieras el poder de hacerlo.

Mariela: ¿Qué haría? bueno, brindaría información, sobre el maltrato y la autoestima.

Carmen: En tu opinión ¿Qué es autoestima?

Mariela: Bueno para empezar es quererse uno mismo, el respetarse y decir, primero soy yo, segundo soy yo y tercero soy yo.

Carmen: Ok ¿Qué haces tú para que tu autoestima se encuentre en el 10 que me comentaste?

Mariela: Lo que te había comentado primero soy yo, segundo soy yo y tercero soy yo.

Carmen: ¿Tienes hijo

Mariela: No.

Carmen: ¿Tienes esposo? ¿Tienes pareja?

Mariela: No, no.

Carmen: Ok, eso sería todo, muchas gracias.

Mariela: Ya, gracias.

7.6.3 Entrevistada 3

Norka Bustamante

Carmen: Hola, buenas noches, soy Carmen Torres ¿Con quién tengo el gusto?
Norka: Norka Bustamante.
Carmen: ¿Qué edad tienes?
Norka: 47 años
Carmen: 47 ¿Y desde cuándo asistes a las charlas de Warmi Cusi?
Norka: Tengo como tres años, buscando formas para poder ayudar a las mamás y que ellas puedan ayudarse a lograr sus objetivos.
Carmen: Claro ¿Alguna vez has sufrido de algún maltrato psicológico o físico, a lo largo de tu vida?
Norka: Sí.
Carmen: ¿Sí? ¿A qué se debió eso?
Norka: Físico no, pero psicológico sí.
Carmen: ¿Lo permitiste, en su momento?
Norka: En su momento sí, pero luego me di cuenta que no debería.
Carmen: Claro ¿Porque decidiste unirte a esta asociación?
Norka: Se supone que uno quiere ayudar y salir de este hoyo por decirlo así, y ayudar al resto, para que ellas no caigan en lo mismo.
Carmen: ¿Cuáles son los problemas que crees que afectan a la sociedad, para que las mujeres tengan una baja autoestima?
Norka: Es porque no se quiere, es eso.
Carmen: ¿Para ti, que es la autoestima?
Norka: Amor propio.
Carmen: ¿Solo amor propio? ¿O crees que es algo más?
Norka: El término indica gran parte de lo que significa.
Carmen: Del 1 al 10 siendo 1 bajo y 10 el más alto. ¿En qué nivel crees que se encuentra tu autoestima?
Norka: Actualmente se encuentra en un 10.
Carmen: ¿Y eso lo conseguiste gracias al apoyo de la asociación?
Norka: Por supuesto, sí.

Carmen: Ok ¿Y en el Perú que nivel crees que tienen las mujeres?

Norka: Para mí es un 2.

Carmen: 2, estamos bajísimos ¿Por qué crees que se da esto?

Norka: Por el poco apoyo de la familia, el no saber comunicarnos, el no saber el concepto del amor propio que acabo de mencionar.

Carmen: ¿Qué haces tú para que tu autoestima se encuentre en el 10 que me comentaste?

Norka: Es la fuerza de querer siempre estar bien.

Carmen: ¿Qué objetos o situaciones te hacen sentir segura de ti misma?

Norka: Adorar a mis hijos, mis hijos son mi motivación, ellos son el 90% que me mantiene bien.

Carmen: Ok ¿Consideras que existen proyectos en el Perú que se encargan de mejorar la autoestima de la mujer?

Norka: Ahorita existen muy pocos, pero si existen, grupos que ayudan.

Carmen: ¿Crees que vivimos en una sociedad machista?

Norka: No tanto como antes, pero si existe todavía, en porcentajes antes era un 90% y ahora se ve casi a la par 50, 50.

Carmen: ¿Consideras que vivimos en una sociedad machista por nosotras mismas?

Norka: Porque lo permitimos, claro.

Carmen: ¿Crees que las mujeres mismas somos machistas?

Norka: De alguna forma sí lo somos.

Carmen: Ok ¿Qué harías tú, para ayudar a mejorar la autoestima de las mujeres, si tuvieras la oportunidad?

Norka: De repente buscarle profesionales que conozcan un poquito más de este tema, con terapias y comunicación, enseñarles a valorarse un poco más.

Carmen: Ok, eso sería todo, muchas gracias.

Norka: Ok, gracias.

7.6.4 Entrevistada 4

Karen Montalvo

Carmen: Hola, que tal, soy Carmen Torres ¿Con quién tengo el gusto?
Karen: Yo soy Karen Montalvo y soy de San Juan de Lurigancho.
Carmen: Ok, gracias ¿Qué edad tienes?
Karen: Yo ahorita tengo 31 años.
Carmen: ¿A los cuántos años comenzaste con Warmi Cusi?
Karen: A los 25 años.
Carmen: ¿Cómo así conociste Warmi Cusi?
Karen: Bueno, a través de mi tía que vende Esika, ya varios años y a ella le habían invitado a esta primera reunión a este primer encuentro de Warmi Cusi.
Carmen: ¿Actualmente desempeñas algún rol en Warmi Cusi?
Karen: No, ahorita no.
Carmen: ¿Por qué decidiste unirte a esta asociación?
Karen: Bueno al principio no sabía de qué se trataba, pero después me animé a ir a las charlas, por lo que nos dan el apoyo desinteresadamente y lo bueno de todo esto es que una se siente tranquila.
Carmen: ¿Cuáles son los problemas que crees que afectan a la sociedad, para que las mujeres tengan una baja autoestima?
Karen: Bueno, como dicen principalmente el machismo o a veces en la misma familia. Los hombres no dejan que la mujer haga lo que mejor le parezca. Por ejemplo, en mi caso el que era mi esposo no quería que yo salga a trabajar o que salga a ver a mis amigas, lo mismo está pasando, pero ahora con mi mamá, ella no quiere que salga porque tengo mi bebe y aparte sabe que yo soy una persona responsable y buena, pero siempre me está llamando para saber dónde estoy o con quien estoy o si ya estoy llegando.
Carmen: ¿Qué es la autoestima para ti?
Karen: Bueno es cuando una mujer se respeta se valora, cuando una trata de ser feliz con las decisiones que toma.
Carmen: Del 1 al 10 siendo 1 bajo y 10 el más alto. ¿En qué nivel crees que se encuentra tu autoestima?

Karen: Ahorita, en un 8.

Carmen: ¿Y antes de comenzar con el programa?

Karen: Por lo menos estaba en un 2 o 3.

Carmen: Te ayudó bastante este programa

Karen: Si, mucho.

Carmen: ¿Has logrado conseguir algo gracias a este programa?

Karen: Sí.

Carmen: ¿Cuáles son las cosas que conseguiste gracias a este programa?

Karen: Por ejemplo, antes estaba en la casa de mi esposo y no podía hacer las cosas que yo necesitaba hacer, como salir a trabajar, valerme por mí misma y eso no podía, pero gracias a Warmi Cusi sentí ese apoyo, esa fuerza para poder seguir adelante.

Carmen: Que bueno ¿Actualmente haces algo para mantener tu autoestima en el 8 que me comentaste?

Karen: Por ejemplo hace poco estuve trabajando, ahora me dedico hacer pulseras y cuando yo hago lo que a mí me gusta, yo estoy tranquila, estoy feliz, pero supongamos hace poco estuve algo decaída ya que hacía mis pulseras y no las podía vender, por el frío que hacía, pero ahora estoy empeñosa ya que está saliendo el sol entonces podré salir a vender y las chicas me compran y todo eso, entonces al hacer mis pulseras hacen que yo esté tranquila, porque yo me puedo proyectar a hacer otras cosas, porque sé que tendré plata y estaré más tranquila y si yo estoy tranquila, lo puedo transmitir a mi bebe.

Carmen: Claro ¿Cuáles son las cosas que te hacen sentir más segura?

Karen: Más segura, cuando me siento capaz de realizar las cosas, dependiendo de eso, de cómo salga, yo sé que todo esto será para mi hijo.

Carmen: ¿En tu opinión cuál es el nivel que tienen las mujeres peruanas siendo 1 bajo y 10 el más alto? ¿En qué nivel crees que estamos?

Karen: Yo creo que mayormente estamos en el 5 o 6 no pasa de más.

Carmen: ¿Crees que el estado propone talleres para que las mujeres se valoren?

Karen: Actualmente creo que eso es muy difícil, pero justo hoy día estuve escuchando en la radio que están proponiendo que en las comisarías están más policías mujeres, pero capacitadas que sean psicólogas, todo ese tipo de

profesionales para que puedan ayudar a las mujeres, porque cuando llegan a la comisaría, lo primero que hacen es maltratarlas. Los policías les dicen, pero porque esperó hasta ahora, porque le reclamó a su esposo cuando estaba borracho, porque no esperó a que estuviera sobrio, entonces hay muchas cosas que son mejor tratarlas entre mujeres, entonces yo creo que nos van a entender mejor.

Carmen: Claro, la policía necesita estar mejor capacitada.

Karen: Sí, porque van a poner psicólogas, bueno eso es lo que están proponiendo.

Carmen: ¿Si tuvieras la oportunidad de cambiar la autoestima con algún proyecto o algo? ¿Qué harías?

Karen: Bueno, por ejemplo, yo hace varios años me encontré con mi profesora, y ella siempre me pregunta y Karen cómo están tus compañeros y yo le digo: Ay miss, yo me hablo con tal con tal, pero por ejemplo yo le hablo a Susan y eso, que vive cerca de mi casa y no me habla. Y ella me dice, pero si ella no te habla tu háblale me dice, tu dile hola ahí si no te va negar. Entonces ya con esto de Warmi Cusi, yo un poco que las cosas se separaron , porque yo quería estar con ellas en el Facebook, pero como que cada una tiene sus problemas y creo que se encierran, pero ahora yo digo, si es que yo les pregunto a mis amigas ¿Cómo están? ellas también me van a preguntar a mí, entonces siempre, al día por ejemplo dos o tres amigas lo que hago o mis primas mismas les digo, hola ¿cómo estás? si bien o mal y me dicen que problemas tienen y yo las apoyo y ellas también me preguntan cómo estoy, y yo también les contestó, si tengo este problema o si estoy bien, entonces yo creo que si no hay los recursos o no podemos salir de nuestras casas ahora, está la tecnología y con nuestras mismas amigas, yo creo que si le damos un ratito de nuestro tiempo, ellas también nos van a dar a nosotras.

Carmen: Apoyarnos entre mujeres.

Karen: Sí, eso es lo que yo creo que eso estoy haciendo por el bien de ellas y el de mí misma.

Carmen: ¿Consideras que vivimos en un país machista?

Karen: Yo creo que sí, porque yo, hasta hace poco subía noticias y me llegaban los titulares y veo a cada rato que dice que le pegó, que le atacó con

tenedor, que le aventó la sopa en la cara, que ya la mató, que la acuchilló, tantas cosas.

Carmen: Feminicidios.

Karen: Sí, y a veces parece que fuera mentira y yo decía ¿qué? ¿por qué? dicen que era porque no les apoyaban en las comisarías, de verdad yo digo dónde estamos y aparte hay muchas cosas, en cambio en otros países no, por ejemplo, un violador rápidamente lo meten preso o la silla eléctrica.

Carmen: Claro la pena de muerte.

Karen: Pena de muerte, por eso es que casi no hay violadores en cambio sí hicieran eso aquí en el Perú, yo creo que hubiera menos mujeres muertas, menos feminicidios.

Carmen: ¿Consideramos que las mujeres somos machistas?

Karen: Yo creo que sí, bueno no creo que tanto, más es por temor, por temor le damos la razón a los hombres, por eso yo creo que es.

Carmen: Y si no te incomoda mi pregunta ¿Tú has sufrido de maltrato psicológico o físico?

Karen: Yo creo que de los dos, porque el papá de mi bebe a veces me pegaba y eso es lo que hoy escuche en la radio, que por qué no esperamos que el hombre esté sobrio, para poder reclamarle, pero es que a mí me daba cólera, porque él llegaba borracho y quería que yo le sirva la comida en ese momento y cuando yo lo hacía él se quedaba dormido, y hasta el día siguiente, mientras que yo tenía que hacer un montón de cosas y él como estaba con la resaca no hacía nada. Pero yo le reclamaba cuando estaba borracho y cuando estaba borracho varias veces me pegó.

Carmen: ¿Tú no comentabas que sufrías de estos golpes?

Karen: No, claro que no me pegó tanto, pero igual si fue golpe, lo malo que es dicen que es porque mi papá se fue cuando yo tenía 12 años, entonces yo digo que de repente es por eso, por eso siempre buscaba un hombre o trataba de decir que estaba enamorada, no sé si fue porque me faltó figura paterna, pero de repente es por eso que yo siempre quería tener a alguien a mi lado y no importaba si me pegaba, y por ejemplo ahora que yo estaba embarazada, ya no estaba con el papá de mi bebe, pero se dio la casualidad de que quedara embarazada, yo no podía quedar embarazada, pero se dio, y él me decía, que

¿por qué? que lo hice a propósito y cada vez que le decía que me dolía la cabeza, porque yo sufro de migraña, él siempre me decía, ya ves, eso es lo que tú has querido y para no escucharlo, bloqueaba del WhatsApp, porque yo, hace 10 años tuve una perdida, estaba embarazada y tuve una perdida, entonces esta vez me dijeron que yo estaba en riesgo y no quería que eso me afectara, entonces yo creo que al principio era como me maltrataba físicamente y ahora cuando estaba embarazada todo lo que me decía, eso es lo que tú has querido, entonces claro que no le hacía mucho caso, más por mi bebe, trataba de estar tranquila, trataba de pensar en otra cosa, pero si era maltrato psicológico.

Carmen: ¿Cuántos años aguantaste estos golpes?

Karen: No fueron seguidos, pero 6 años yo estuve casada con él y justo que ayer que vi Facebook me acordé de tantas cosas, de cuando yo recién me estaba peleando con mi esposo, recordé tantas cosas y más o menos como es en estas fechas, justo me doy con la sorpresa que ahora se cumplen 6 años que ya no vivo con él, son 6 años que viví con él y ahora son 6 años que ya no vivo con él.

Carmen: ¿Crees que está todo está bien? ¿Estás feliz con esto?

Karen: Bueno, de repente no feliz, pero si tranquila, porque justo ayer él me dice que para que vas a ir, si no tienes plata, y entonces yo le dije qué hago aquí en la casa, yo quiero salir un rato a pasear y estar tranquila y como él me seguía hablando, lo que yo hice fue cortarle el teléfono, para no estar discutiendo solamente le corte el teléfono y es como un antes y un después.

Carmen: Claro, lo que no eras capaz antes ahora te sientes capaz.

Karen: Claro, pero por ejemplo ayer mi mamá me llamó por teléfono y le dije que saldría hoy y ella me dijo, le hubieras dicho que tú tienes tu bebe, pero yo me hacía a un lado y decía en mi mente, acaso no tengo ¿pies o manos? para no ir, y mi mamá me decía dile que no irás, le digo aún no le dije nada y luego ella me dice bueno si vas a ir me dices para dejarte pasaje, y le digo ya, entonces la decisión está en uno mismo, porque si yo me voy a dejar, no es que le falte el respeto a mi mamá o el papá de mi bebe, aunque ya no esté con él, pero no le faltó el respeto a mi mamá, solo le estoy diciendo que si quiero y ella tiene que apoyarme, porque no estoy yéndome un lugar donde voy hacer

algo malo, claro que tengo que tener cuidado de que no le pase nada malo a mi bebe, pero tomar la decisión y si yo no hubiera venido, hubiera estado en mi casa con dolor de cabeza o diciendo porque no puedo hacer lo que yo quiero.

Carmen: ¿Que te llevas de Warmi Cusi? ¿Qué enseñanzas?

Karen: Que nosotras como mujeres tenemos que saber valorarnos, respetarnos y ayudarnos entre nosotras mismas, eso es lo que me llevo de Warmi Cusi.

Carmen: Y una pregunta ¿Supongamos que te dan un libro como un cuaderno con cosas motivacionales, para cuando te sientas desanimada lo veas y recuerdes lo mucho que vales? ¿Te servirá bastante eso?

Karen: Yo creo que sí, porque antes nos decían que todos los papelitos que nos daban, las motivaciones, nos decían que lo peguemos a lado de nuestra cama, para que todo los días lo veamos, yo a veces no puedo, pero lo que siempre hago diario, es que en un papelito escribe todas las cosas que voy hacer durante el día, y durante la tarde lo voy tachando y es como que es algo bueno para comenzar el día y proyectarse.

Carmen: Es motivarte tus metas del día, las cumples y te hace sentir mejor

Karen: Si eso es.

Carmen: Qué interesante, bueno eso sería todo, muchas gracias.

Karen: Ya ok.

7.6.5 Entrevistada 5

María Guevara

Carmen: Hola, ¿qué tal?, soy Carmen Torres ¿Con quién tengo el gusto?

María: María Guevara.

Carmen: ¿Cuántos años tiene usted?

María: 61 años.

Carmen: Ok, ¿Cómo conoció Warmi Cusi?

María: Por intermedio de amigas.

Carmen: ¿Para qué te llevaron a esta asociación?

María: Para escuchar las charlas que daban a mujeres con baja autoestima.

Carmen: Usted a lo largo de su vida, ¿ha sufrido de algún abuso de parte de algún familiar?

María: No, gracias a Dios, no.

Carmen: ¿Entonces acudió simplemente para sentirse más segura de sí misma?

María: Y para conocer y ayudar a las personas que sí conozco que sí tienen la autoestima baja.

Carmen: ¿Qué problemas crees que afectan a la sociedad, para que las mujeres tengan una baja autoestima?

María: Es que hay muchas mujeres que no se quieren.

Carmen: ¿Y a qué cree que se debe esto?

María: A su ambiente, su niñez y su juventud.

Carmen: ¿Crees que todo eso viene de casa?

María: Sí, mayormente sí. Se da los casos de que, por ejemplo, los padres le dan más autoridad a los hijos para que corrijan a sus hermanas; eso se da mucho, por eso desde ahí viene el problema de la baja autoestima, en todos los niveles sociales, baja autoestima en las mujeres.

Carmen: ¿Entonces cree que vivimos en una sociedad machista?

María: Totalmente machista.

Carmen: ¿Y también viene la sociedad machista de parte de las mujeres? ¿Crees que las mujeres también somos machistas?

María: Sí, porque se permite mucho machismo.

Carmen: ¿Tiene familiares que han sufrido de estos abusos? ¿Por qué cree que lo permiten?

María: No, son mujeres que no se quieren y por el mismo ambiente donde crecieron. Entonces, siguen una cadena que nunca se rompe, pues entonces son ellas, son sus hijas, son sus nietas y esa cadena nunca se rompe.

Carmen: Con estos talleres, ¿usted pudo ayudar a estos familiares?

María: Sí, bastante.

Carmen: ¿Hace cuánto que usted asiste?

María: Hace 2 años.

Carmen: Ok, dos años ¿Cómo ayudaría usted a mejorar la autoestima de la mujer, si tuviera el poder de hacerlo?

María: Bueno, les enseñaría primero a quererse, primero empieza por ahí, si tú no te quieres, nadie te va querer, vas a permitir muchas cosas. Como te estaba contando, se permite desde la casa.

Carmen: Claro ¿Qué situaciones crees que hace que la mujer tenga una baja autoestima? ¿Qué viene de casa? ¿Qué le hacen pensar?

María: No viene mucho, por decirte, el trato de los padres hacia las mujercitas, a veces le dicen: "Tú eres una inútil", y así empieza todo. Entonces va creciendo y para esa mujercita, no le es raro que cuando tenga su pareja la traté de inservible o de estúpida, o de más cosas y nunca salen de eso.

Carmen: ¿En la escala del 1 al 10, siendo 1 el más bajo y 10 el más alto, en qué nivel cree que se encuentra su autoestima, actualmente?

María: En un 10, yo me quiero mucho, primero me quiero yo, aprendí a quererme desde muy chiquita.

Carmen: ¿En la escala del 1 al 10, siendo 1 el más bajo y 10 el más alto, en qué nivel cree que se encuentra la autoestima de la mujer peruana?

María: Es muy bajo, 2 o 3, existe mucho machismo, mucha mujer maltratada.

Carmen: ¿Haces algo para mantener tu autoestima en el 10 que me comentas?

María: Sí, yo soy bastante independiente, no me gusta depender de nadie y eso lo tengo desde chica.

Carmen: ¿Consideras que existen bastantes proyectos para la mejora de la autoestima de la mujer?

María: Ahorita se están dando, pero son muy pocos, faltan más. No solamente son los movimientos que ahora se dan, que pasa por la televisión, esos son pocos, tienen que mejorarse a nivel de la niñez y hacia arriba, porque si no, no funciona.

Carmen: En tu opinión, ¿qué es la autoestima?

María: Es el amor propio, quererte tú misma. Es ser independiente, es quererte bastante, primero tú, segundo tú y tercero tú.

Carmen: ¿Estas mujeres que ayudaste a través de la asociación tienen una vida distinta?

María: Sí, por lo menos ahorita están tratando de cambiar.

Carmen: ¿Tienes hijos?

María: Sí, dos.

Carmen: ¿Mujeres u hombres?

María: Mujeres.

Carmen: Y a tus hijas, ¿qué les enseñas?

María: A quererse y a ser independientes. Que nadie las maltrate, ya que, si yo no las maltrato, menos las va maltratar el resto.

Carmen: ¿Y crees que lograste enseñar eso? ¿Crees que ahora ellas son así?

María: Yo creo que sí.

Carmen: ¿Entonces tú estás diciendo, que tener una buena autoestima viene de casa?

María: Sí, claro.

Carmen: Qué bueno ¿Crees que la asociación Warmi Cusi es algo bueno para las mujeres?

María: Sí, bastante, te enseña mucho.

Carmen: Ok, muchas gracias, eso es todo.

María: Ok, gracias.

7.6.6 Entrevistada 6

Carolyn Torres Ita

Carmen: Basándonos en la encuesta realizada salió con un resultado de 34 puntos, autoestima alta. Cuéntame un poco de ti.
Carolyn: ¿De mí? No sé qué decir. Bueno, tengo 24 años, antes que nada, me gusta mucho hablar, expresarme, compartir opiniones, me gusta pasear, entrenar, la música, estudio Administración y Marketing, estoy ya en el octavo ciclo, me gusta salir con mis amigas, me considero una persona extrovertida, divertida, agradable, un poco burlona a veces, pero buena.
Carmen: ¿Con quién vives o dónde vives?
Carolyn: Vivo con mi mamá, papá y abuela en San Martín de Porres.
Carmen: Me comentaste que solo te dedicas a estudiar ¿no?
Carolyn: Sí, el año pasado estaba trabajando, pero ahora no.
Carmen: ¿Tienes pareja?
Carolyn: No, ahora no
Carmen: ¿Cuáles son tus hobbies?
Carolyn: Me gusta mucho la música, me gusta entrenar, me gusta pasear.
Carmen: ¿Vas mucho al gym?
Carolyn: Casi todos los días, bueno ahora que lo estoy retomando en verdad.
Carmen: ¿Cómo es tu vida con tu familia?
Carolyn: Normal, tranquila, la verdad no somos una familia de muchos dramas. De hecho, mi familia es un poco aburrida, no somos de salir mucho a la calle tampoco, son conservadores.
Carmen: ¿Tienes una buena relación con ellos?
Carolyn: Sí, sí, la normal.
Carmen: Cuéntame algo positivo de tu familia.
Carolyn: Son tranquilos, no son personas muy dramáticas, no me hacen muchos problemas, son unidos.
Carmen: ¿Y aspectos negativos?

Carolyn: Son a veces demasiado conservadores, conmigo no hay problemas, porque yo no soy de llevarles problemas, pero creo que, si yo fuera diferente ellos tendrían muchos problemas, son muy prejuiciosos.

Carmen: ¿A qué te refieres como diferentes?

Carolyn: No lo sé, de repente algo fuera de lo común, fuera de lo estándar.

Carmen: ¿Tu sexualidad?

Carolyn: Claro eso, por ejemplo, por eso te digo que ellos son muy conservadores, ahí ellos tendrían problemas, pero bueno conmigo no hay problema.

Carmen: ¿Cómo es tu vida universitaria?

Carolyn: Tranquila, la llevo bien, soy relajada, pero no soy relajada en el punto de que desaparezco o no cumplo con los trabajos, si no, no soy de estresarme, tengo mis amigos y me llevo bien con ellos.

Carmen: ¿Estás contenta con la carrera que escogiste?

Carolyn: No, yo hubiera escogido otra carrera la verdad, te hacen escoger una carrera a las 15 o 16 años, a esa edad que voy a saber que quiero en esta vida.

Carmen: ¿La escogiste tú o la escogieron?

Carolyn: No, la escogí yo, dentro de un poquito rango de posibilidades, yo quería comunicaciones, pero mis papás no me apoyaron, entonces escogí Administración.

Carmen: Sobre la autoestima en general ¿qué piensas que es?

Carolyn: La autoestima es el respeto, amor que se puede tener uno mismo, el respeto, sobre todo, la consideración a uno mismo.

Carmen: Como te había comentado este proyecto está buscando elaborar un producto que ayude a aumentar la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. ¿Alguna vez tuviste la autoestima baja?

Carolyn: Tal vez, pienso en la etapa de la adolescencia, cuando uno sufre cambios físicos y hormonales, por ahí uno puede tener una baja autoestima, la verdad no recuerdo bien, pero creo que se puede trabajar, creo que teniendo una autoestima baja se puede trabajar.

Carmen: ¿Tenias conocimiento de que tenías la autoestima baja en ese tiempo?

¿Sabías qué era la autoestima o lo importante que era?

Carolyn: Sí, sí, claro.

Carmen: ¿Y cómo así lograste ese cambio de elevar tu autoestima? ¿Por qué en ese tiempo si me comentas que la tenía baja y ahora me sale que la tienes elevada?

Carolyn: Creo que tampoco era muy baja, tal vez solo no era muy alta. Nunca me preocupe sinceramente por esas cosas, pero yo creo que fue mi entorno, porque siempre he recibido mucho cariño, aprecio de parte de amigos y mi familia, jamás recibí un comentario malicioso o despectivo, tal vez burlándose de algún defecto o algo así, nunca lo recibí, entonces creo que a mí me ayudo bastante a superar alguna etapa como la autoestima baja. También el hecho de lo que haces, de cómo tu piensas y de cómo tu veas. La forma en que te miras.

Carmen: Supongo que ahora en la actualidad tú tienes amigas que tienen la autoestima baja.

Carolyn: Si he visto a muchas amigas con autoestima baja. Sin embargo, con mucha fachada, me refiero a que lo disfrazan con un montón de comentarios e ideas.

Carmen: ¿De qué forman lo disfrazan?

Carolyn: Con una falsa seguridad, personalidad, que te das cuenta que no es muy estable, porque me muestras como eres hoy, pero, sin embargo, por las noches te sientes mal, tienes pensamientos negativos, siempre te estás comparando, sobre todo eso, compararse con otras mujeres, entonces ahí te das cuenta que hay un problema.

Carmen: Basándote en toda tu experiencia que has tenido todos estos años ¿cómo ayudarías a las mujeres a elevar su autoestima?

Carolyn: Bueno creo que todo está en el pensamiento, por ejemplo, si tú te sientes mal por algo, sea físico, sea mental, entonces trabaja en eso. Identifica cuál es el problema del porqué tú te sientes así y trabaja en eso. Si es un tema físico, no sé, de peso, tal vez eres muy flaquita o muy gordita, entonces trabaja

en eso, rodéate de personas que te quieren, también están los psicoterapeutas que te ayudan un montón.

Carmen: Y si tuvieras la oportunidad de cambiar con un producto o cualquier cosa que podrías darle a una mujer para que le ayude a elevar la autoestima. ¿qué podría ser?,

¿qué podría ayudarte a ti a elevar la autoestima de las mujeres o mantener la autoestima que ya tienes?

Carolyn: Yo creo que es una pregunta bastante compleja porque, todas las mujeres somos distintas, entonces las necesidades son distintas. Unas tendrán una necesidad física, de imagen, y otras una necesidad más profunda, emocional, un producto más emocional, un producto puede ser, una línea de maquillaje, con un trasfondo que se enfoque en la autoestima de las mujeres.

Carmen: ¿Te gustaría tener una plataforma donde puedas trasmitir tus conocimientos con otras mujeres que desean salir de este hueco que es tener la baja autoestima, dejarse influencias por los demás, maltratarse, contarías historias, si te piden ayuda en algo?

Carolyn: Sí, sería genial una plataforma así, podría interactuar con estas personas, podrías adquirir distintas cosas.

Carmen: Eso sería todo, gracias.

Carolyn: Ok.

7.6.7 Entrevistada 7

María Alejandra Yafac

Carmen: El resultado de la entrevista dio que tiene la autoestima moderada, teniendo 28 puntos. Cuéntame un poco sobre ti.
María: Exactamente, ¿qué es lo quieres que te cuente?
Carmen: Un poco de tu vida
María: Bueno, estudio, trabajo, estoy cursando el noveno y décimo ciclo en la carrera de economía. Trabajo de lunes a viernes, después de eso voy a clases, lo cual ahora ya estoy terminando mis estudios. Cuando tengo tiempo, que es tres veces, bueno casi cinco días si contamos fines de semana que voy al gimnasio, trato de darle tiempo a todo, a mis estudios al trabajo hacer actividad física, pero también puedo distraerme viendo series o leyendo un libro.
Carmen: Ok ¿con quiénes vives y en dónde?
María: En la casa de mi mamá, vivo con mi hermana, sobrina, mi tía, mi prima, abuelo y mi mamá.
Carmen: ¿Me dices que estudias economía y trabajas en el mismo sector?
María: Similar, estoy en un sector administrativo.
Carmen: ¿Tienes pareja?
María: No.
Carmen: ¿Cuáles son tus hobbies?
María: Leer, ver series o pasar el rato escuchando música, parte haciendo ejercicio.
Carmen: ¿Cómo es tu vida con tu familia?
María: Tranquila, por así decirlo, cada quien tiene sus problemas, pero no siempre te afecta tanto.
Carmen: ¿Tienes una buena relación con ello?
María: Si con todos.
Carmen: ¿Algunos aspectos positivos de ellos?
María: ¿Cómo aspectos positivos?
Carmen: ¿Qué puedas recalcar de tu familia?

María: Mas que todo como vivo con muchas mujeres, no mentir las cosas que vas hacer, que debes cumplir con las cosas

Carmen: ¿Y un aspecto negativo?

María: A veces no hay mucha comprensión y suelen lanzar gritos, por cualquier cosita que hagas más, existe intolerancia, por decirlo así.

Carmen: En tu vida laboral ¿cómo conseguiste tu trabajo?

María: Por una amiga de la universidad, ella entro a trabajar un mes antes y aviso que necesitaban personal y me pidió mi CV.

Carmen: ¿Estás contenta actualmente con tu trabajo?

María: Sí, me gusta mucho, aprendí muchas cosas, porque estoy en el sector de seguros, pero veo el tema administrativo de eso lugar, sí me gusta, me gusta más por el hecho que aprendí cómo funcionan en ese trabajo.

Carmen: ¿Piensas permanecer por mucho tiempo en este trabajo? ¿O quieres cambiar?

María: Si se me da la oportunidad de mantenerme y crecer dentro de la empresa sí, obviamente me quedaría, como te digo me intereso mucho el tema de los seguros, de lo que estoy aprendiendo, no netamente de lo que es mi carrera, pero son temas interesantes.

Carmen: Sobre la autoestima, ¿qué consideras que es?

María: Siento que más es el valor que te das tú mismo, el cariño que te tienes tú, o como crees que mereces ser tratado.

Carmen: Como sabes este proyecto está buscando elevar la autoestima de las mujeres y según el test, te encuentras con una autoestima media, quisiera saber tu opinión.

María: ¿Sobre mi autoestima o sobre el lugar?

Carmen: Sobre tu autoestima, sobre el nivel que tienes actualmente.

María: Supongo que salí mejor de lo que espera salir, nunca sabes en qué momento te puedes dar cuenta que no te tienes el aprecio que realmente mereces a la larga con las cosas que te pasan, te das cuenta cuanto vales como persona y no necesariamente es malo eso.

Carmen: ¿En tu vida te tocó algun maltrato físico o psicológico?

María: Físico no, porque nunca me han levantado la mano ni mis padres, por el hecho que me enseñaron a respetarme, psicológico puede ser por problemas

que he tenido con personas X, pero a la larga por más que la pases mal aprendes que no siempre es tu culpa.

Carmen: Ok ¿consideras que antes tenías una baja autoestima?

María: Si de hecho antes yo he sufrido de lo que es depresión y fue muy malo, recibí ayuda no solo de mis amigos, si no psicológica también, que me ayudo bastante, es un gran apoyo el que te dan los psicólogos, que no está mal, es más si te sientes bien y crees que tienes la mejor autoestima del mundo también es bueno tener alguien que te analice por así decirlo.

Carmen: ¿Qué consideras actualmente sobre ti, sobre tu persona?

María: No creo ser la mejor persona del mundo realmente, pero sé que si mis amigos necesitan ayuda o apoyo puedo estar para ellos, me gusta mucho escuchar a las personas, más que hablar de mí.

Carmen: ¿Bajo qué aspecto recibiste esos maltratos psicológicos?

María: Porque también me creí culpable de los que estaba pasando, no fue solo el hecho de que todo el mundo me atacó, si no que yo misma me creí que era la persona más mala del mundo por lastimar a las personas.

Carmen: ¿Desde qué edad sentiste esto?

María: La verdad fue hace poco, pero no siempre me sentí así, uno llega pensar que es malo, pero no es así, simplemente llegas a creer eso, para protegerte y creerte fuerte para ver que no cualquier cosa te va derrumbar.

Carmen: ¿Actualmente haces algo para que tu autoestima vaya cambiando con el tiempo?

María: No, la verdad no, como te digo recibí ayuda psicológica y fue bastante el apoyo que recibí de mis amigos, los que realmente son tus amigos, pero fuera de eso no hice nada más que aprender a aceptarme como soy, porque cada uno tienes sus errores.

Carmen: ¿Si tuvieras la oportunidad de cambiar y ayudar a mejorar la autoestima de las mujeres de qué forma lo harías?

María: Apoyar, de repente recomendarles lo mismo que yo aplique en mi vida, ayuda psicológica y que se apoyen en personas que realmente los quieren y no que finjan quererlos.

Carmen: ¿De qué forma lo harías, una plataforma, tal vez un objeto que puedas crear?

María: De repente una plataforma, sería algo bueno dar a conocer hechos que han pasado y demostrar que puedes salir adelante, por medio de un blog o una aplicación que te ayuden a conectarte con personas que salieron de momentos difíciles.

Carmen: ¿Si tuvieras la oportunidad de contar o leer historias en la plataforma te ayudaría a ti mejorar tu autoestima y seguir aumentándola?

María: No lo vería así, en realidad lo vería en el sentido que puedo ayudar a alguien más con algo que ya me paso, darles a mostrar que no se deben dejar derrotar con nada.

Carmen: Ok eso sería todo, gracias.

7.6.8 Entrevistada 8

Maricela Torres

Carmen: Cuéntame un poco sobre ti
Maricela: Soy una chica alegre que le gusta bailar, me gusta escuchar todo tipo de música, me gusta los fines de semana, porque salgo a divertirme, me gusta mucho el cine.
Carmen: ¿Con quién vives y donde vives?
Maricela: Vivo con mi esposo, en Breña.
Carmen: ¿A qué te dedicas?
Maricela: En el negocio de la familia, me dedico a atender a los clientes vendiendo productos de farmacia.
Carmen: ¿Eres comerciante?
Maricela: Sí.
Carmen: ¿Cuáles son tus hobbies?
Maricela: Escuchar música, salir al cine, salir con mi familia y con mis hermanas.
Carmen: ¿Como es tu vida familiar?
Maricela: Es tranquila, somos muy independientes los dos y con respeto a mi familia nos llevamos muy bien todos.
Carmen: Cuéntame algo positivo de tu familia.
Maricela: Somos muy unidos y siempre nos apoyamos cuando más lo necesitamos.
Carmen: ¿Y algo negativo?
Maricela: Como todas las familias todos tenemos diferencias, podremos discutir, pero al final del día somos muy unidos.
Carmen: ¿Estás contenta con tu trabajo, piensas permanecer mucho tiempo ahí?
Maricela: Si, me gustaría poder encontrar algo más, pero por el momento está todo bien.
Carmen: ¿Piensas trabajar de tu carrera?

Maricela: Si me gustaría conseguir algo más relacionado con mi carrera, pero puedo relacionar mi trabajo con mi carrera.

Carmen: Como sabes este proyecto está buscando elevar la autoestima de las mujeres, según la prueba tú tienes una autoestima normal, la natural y quisiera saber cuál es tu opinión.

Maricela: Bueno me parece bien que creen nuevos proyectos, para ayudar a las mujeres a sentirse más queridas y a valorarse más y me parecen bien que apoyen estos proyectos, ya que la mujer ahora se está empoderando más y siempre ayuda.

Carmen: ¿Alguna vez tuviste la autoestima baja?

Maricela: Sí, creo que todos en algún momento la hemos tenido, pero siempre supe salir adelante.

Carmen: ¿Me puedes describir esa situación, en que sentiste que tenías la autoestima baja?

Maricela: Fue cuando era más joven, es cuando uno no maneja mucho sus sentimientos, pero creo que con el pasar de los años se va dominando, sucede más que nada al redero de los 16, 17 en la pubertad, puedes dejarte llevar por las personas.

Carmen: ¿Cuáles fueron los factores que te ayudaron a elevar tu autoestima y colocarla en el nivel que te encuentras?

Maricela: Creo que mucho tiene que ver el pasar de los años y el apoyo de mi familia que siempre estuvo ahí conmigo.

Carmen: Basándote en tu experiencia, como ayudarías a elevar la autoestima de otra mujer, con algún producto o lo que se te ocurra.

Maricela: Siempre destacando el lado bueno de una persona y diciéndole las cualidades que tiene y apoyarlas, motivarlas con las cosas que les gustan, charlas también para que sientan que no se encuentran solas.

Carmen: ¿Alguna vez sufriste maltrato?

Maricela: Si, sufrí de maltrato

Carmen: ¿Fue físico o verbal?

Maricela: Fueron ambos

Carmen: ¿Fue de parte de una pareja, padre o un amigo?

Maricela: Fue de una ex pareja.

Carmen: ¿Bajo cuál situación aguantaste estos maltratos?

Maricela: Como dije, uno cuando es joven no tiene bien definido las cosas, supuestamente por amor deja pasar muchas cosas, tal vez que te humillen, creo que se permite por la inmadurez de uno, piensa que es normal ciertas cosas, pero te vas dando cuenta que las cosas no son así y que debes amarte y respetarte uno mismo.

Carmen: Ahora ya tienes otro concepto de lo que debes aguantar y lo que no.

Maricela: Sí, creo que el aprendizaje me hizo ver cuáles son las cosas que debo aceptar.

Carmen: Ok, gracias.

7.6.9 Entrevistada 9

Sandra: A veces no todos tienen la misma forma de pensar, habrá discusiones, pero se arreglan conversando, la mayoría manda dicen, la mayoría se pone de acuerdo y llegamos a dejar las discusiones de lado.

Carmen: ¿Y, lo negativo, lo que si quisieras que mejore?

Sandra: Bueno es eso, de las discusiones, que en algún momento se dan por que son diversos caracteres, diversas formas de pensar, somos 8 hermanos y no todos piensan igual, entonces al ponerse de acuerdo a veces demoran una persona, a veces hay egos diferentes, hay personas que de repente, como se le dicen, pueden ser más fosforitos, pero hablando se entiende la gente, al final con el dialogo todo todo se arregla.

Carmen: O sea, en conclusión, ¿piensas que tu vida en familia es buena!

Sandra: Es buena, muy buena.

Carmen: ¿No te afecta de ninguna manera?

Sandra: No.

Carmen: Bien, luego en tu vida laboral, me dijiste que has estado trabajando 10 años, que estudiaste ingeniaría industrial. ¿En esos 10 años que trabajaste que fue lo mejor que obtuviste de todos tus trabajos?

Sandra: Uhmmm, bueno los amigos que tuve, porque de ahí tengo amigas que hasta ahora son inseparables.

Carmen: ¡Años y años juntas!

Sandra: Si así, también reconocimientos con premios, reconocimientos que me daban los jefes que hice un buen trabajo y eso, lo negativo que en un momento ya me empecé a estresar demasiado que ya no me gustaba ya no era mi ambiente porque había cambiado de área y el área que yo pensaba que iba a estar mejor al final no me sentí cómoda aguante casi como 2 años y de ahí dije ¡no!

Carmen: ¿Y eso fue lo que te desanimo como para decir ¡no baste necesito un break!

Sandra: Sí.

Carmen: Y me dices también que quieres en algún momento retomar. ¿Te gustaría en la misma área que has estado siempre trabajando o en otra?

Sandra: Si no es en la misma que es en área que es cobranzas y todo eso, seria en lo que es Gestión del Talento Humano.

Carmen: ¡Ah! Recursos Humanos te gustaría, ¿y cómo que, por ejemplo, a que estas aspirando? Asistente, analista

Sandra: No, a jefe pues, pero en algún momento, sé que se empieza poco a poco.

Carmen: Claro.

Sandra: Porque sería un cambio radical

Carmen: Pero, ¿qué es lo que te gustaría o porque crees que eso sería una mejor área para ti?

Sandra: Ah, porque me gusta bastante el contacto con las personas-

Carmen: ¡Un ambiente laboral!

Sandra: Ver que haya un mejor lugar donde se pueda trabajar, que la persona se sienta cómoda, que haya eso más que nada, un buen sitio genera que la gente se sienta cómodas.

Carmen: ¿En cuanto a la sociedad piensas que eres un elemento importante actualmente?

Sandra: Si, o sea, individualmente sí, pero lo general pues una persona no es toda la sociedad.

Carmen: ¡Claro!

Sandra: Simplemente soy yo, me preocupo por mí por salir adelante y no estoy ahí echándole la culpa al gobierno de todas las cosas que puedan suceder.

Carmen: Exacto no haces que eso te afecte porque tú sabes mucha persona cuando ven las noticias y todo eso, como que se afectan no, hay muchas personas que hasta no salen de su casa por ese tema.

Sandra: No no, para nada, a mí solo me afecta el tema de la corrupción que me da cólera.

Carmen: Claro .

Sandra: Y lo que hago ósea o lo que hacía antes ahora ya no mucho, antes era constante que compartía en mi Facebook toto.

Carmen: ¡La cólera!

Sandra: No no tanto la cólera, sino información

Carmen: Claro

Sandra: Compartir información que la gente vea lo que está pasando porque a veces muchas personas no lo ven, entonces mi granito de arena es ese.

Carmen: Brindar información a la gente para que sepan lo que está pasando.

Sandra: Y puedan sacar sus conclusiones

Carmen: Como ya te comenté, el proyecto básicamente es porque queremos crear un producto o servicio que ayude a las mujeres de una asociación en específico, para que aumente su autoestima, porque algunas de esas mujeres no han tenido educación, no han tenido una calidad de vida presente. Claro, y si tiene hijos, el esposo no estuvo con ellas, por varios factores no han tenido autoestima, entonces nosotras queremos darles algo, no sé si físico, un servicio o algo así, pero algo que les ayude y sea sostenible en el tiempo. Nuestro objetivo no es que las ayude un día, sino cuando necesiten de alguien puedan recurrir a los productos o servicios. Entonces como tú tienes una autoestima de normal a elevada, ¿qué piensas sobre la palabra autoestima?

Sandra: Bueno, primero quererse uno mismo, ¿no?, saberse valorar, saber que nadie te puede hacer menos, que si tal vez tienes un tropiezo tú puedes mejorar, puedes volver a empezar. Además, saber que nunca hay una limitación para una persona, eso para mí principalmente es quererse, quererse ya está por encima de todas las dificultades que se puedan dar.

Carmen: Alguna vez de tu vida ya sea adulta o adolescente por bullying o cosas así, ¿has sentido que has tenido baja autoestima?

Sandra: Uhm, no. No baja autoestima, pero si cansancio, estrés, agotamiento con lo de mi trabajo, nada más.

Carmen: Entonces, ¿no sufriste de bullying?

Sandra: Yo no sufrí de bullying, o sea nunca. Es más, creo que yo me reía.

Carmen: Ah ya, ¿tú eres las que hacía?

Sandra: No, no hacía el Bullying sino como que paraba con las que, si hacían y yo me reía, o sea no participaba directamente pero tampoco sentí que me hacían bullying.

Carmen: O sea, por lo general lo que me haces entender, siempre has sido constante con ese aspecto de tu vida, nunca te has sentido agredida ni nada por el estilo, supongo que eso también tiene que ver por lo que tienes confianza en ti mima.

Sandra: Sí.

Carmen: Y, ¿qué le dirías si estuvieras con una mujer que tuviera baja autoestima, más o menos que tenga tu edad, que no tenga hijos, que tenga una familia como la tuya, que tenga más o menos las mismas características que tú, pero a pesar de eso tiene baja autoestima?, ¿qué podrías decirle o qué piensas que podría ayudarle para un uso mejor?

Sandra: El conocimiento. La educación. Primero, que tenga acceso a la información, de repente a realizar un taller que le pueda gustar, quizá si es una persona que se siente en lo más bajo quizá haciendo ejercicios gimnasio, porque eso te ayuda, porque cuando yo me salí de mi trabajo me sentí tan mal, había engordado mucho ya no tenía ganas de vivir, salí y me metí al gimnasio.

Carmen: ¿Y eso te ayudó para despegarte?

Sandra: Sí, me ayudo bastante, me ayudó en el trabajo, en cuanto a hacer ejercicio también, estudiar, estar concentrada en otras cosas, y bueno, si son mujeres que se siguen sintiendo así, ayuda psicológica.

Carmen: Claro profesionales, y fuera del rango de profesional, creo más o menos tener un hobby.

Sandra: Sí, yo creo que si les ayudaría.

Carmen: Y por ejemplo esa mujer no tiene plata para matricularse en un gimnasio, tal vez.

Sandra: Pero de repente en lo que son las municipalidades, hay cursos que son dirigidos a las personas que son vecinos.

Carmen: Entonces eso estaría ayudando a la información. O, sea que ellas se enteren de que existen posibilidades para ocupar sus tiempos. Y, en una situación X, la mujer está con su esposo y él es súper controlado, siempre le ha dicho palabras hirientes, entonces ha destruido su autoestima como madre y como mujer. Por ejemplo, es como que quieres saber en qué momento de todo el día es un poco difícil salir a buscar y todo eso, ¿cuál crees que sería la mejor solución en esa situación en específico?

Sandra: Bueno, que es difícil porque la mujer se vuelve dependiendo de ella. Su autoestima se va encogiendo cada vez más y por más que le expliques o le hagas entender, no está bien que se sienta sometida a los acosos, tendrían que trabajar con el esposo, trabajar con los 2 de manera psicológica. Ósea, yo

creo que en ese caso tendría que ver ayuda psicológica en un bajo costo, el marido de repente ya no va a querer ir.

Carmen: Pero ambos que estén involucrados

Sandra: El marido de repente no va a que ir porque si tiene esa mentalidad machista y no va a necesitar consejo de nadie, que es su casa y que ahí manda. De repente lo que es internet podría informarse a la mujer si es que no puede salir, si es que de repente tiene que permanecer en la casa con los hijos y todo eso, una plataforma en la que puedan asesorarla tanto a niñas como también a las señoras.

7.6.10 Entrevistada 10

Carmen: Cuéntame de ti
Pamela: Soy una persona con muchas cualidades, cada día me esfuerzo más y me gusta aprender siempre algo nuevo. También, me gusta asumir nuevas responsabilidades y explotar mi creatividad al máximo.
Carmen: ¿Tienes algún hobbie?
Pamela: Sí, me gusta hacer crucigramas; aprender nuevos idiomas; cantar en diversos idiomas, porque creo que así aprendo más rápido.
Carmen:¿Qué idiomas dominas?
Pamela: Hablo un poco de italiano, un poco de inglés y estoy en el proceso de aprender quechua.
Carmen:¿Consideras que actualmente tienes una buena relación con tu familia? Menciona un aspecto positivo y negativo.
Pamela: Sí, resalto de mi familia la unión entre todos, y considero que se podría mejorar la comunicación. Nosotros somos bien unidos, pero por temas de trabajo, distancia no solemos hablar fluido ni todos los días. Normalmente suele ser 3 o 4 veces a la semana, pero me gustaría que fuese todos los días. Somos 8 hermanos y desde siempre hemos sido unidos.
Carmen: Actualmente en tu vida laboral, ¿en qué te desempeñas?
Pamela: Soy supervisora de eventos, y además tengo un negocio con mi amiga.
Carmen: ¿Estudiaste alguna carrera?
Pamela: No, estudié Sistemas en un instituto e hice algunos cursos de pastelería.
Carmen: ¿En qué has trabajado anteriormente?
Pamela: Yo hacía reportes para una empresa de transportes donde medíamos la efectividad de nuestro servicio.
Carmen: ¿Por qué dejaste el trabajo anterior?
Pamela: Al final no me agradó el clima laboral, porque entró un nuevo jefe quien quiso imponer otras ideas y emplear una metodología distinta. Con el jefe anterior podíamos opinar y nos sentíamos reconocidos. Luego vino el nuevo jefe y no estuvo de acuerdo con los horarios de trabajo, quiso que aumenten

nuestras horas de trabajo y no fuimos reconocidos económicamente ni físicamente porque no nos daban descanso.

Carmen: En tu trabajo actual, ¿tienes algunas metas a mediano o corto plazo?

Pamela: Sí, mi amiga y yo queremos expandirnos más con locales propios. Por ejemplo, terminar el 2019 con un stand nuevo, en 2020 abrir un stand más, y así consecutivamente. No solamente con un rubro, si no tener una amplia cartera de negocios. Pienso seguir con mi negocio propio.

Carmen: Sobre tu vida amorosa, actualmente, ¿tienes pareja?

Pamela: No.

Carmen: ¿Qué es lo que consideras más importante de una persona para poder entablar una relación amorosa?

Pamela: La sinceridad y el buen humor.

Carmen: ¿Qué es lo que menos toleras de una persona en una relación amorosa?

Pamela: La mentira y la manipulación.

Carmen: ¿Cómo han sido tus rupturas amorosas?

Pamela: Siempre he terminado mis relaciones de buena manera, hemos quedado bien.

Carmen:¿Piensas casarte y tener familia?

Pamela: Más adelante puede ser, pero no está en mis planes ahora.

Carmen: Con respecto al ámbito social, ¿tienes muchos amigos o eres de las personas que suelen ser selectivas?

Pamela: Primero observo bastante a las personas y luego entro en confianza. Suelo ser un poco selectiva.

Carmen: ¿Qué piensas de la inseguridad social? ¿Te afecta directamente?

Pamela: No me llega a afectar, pero si tomo mis precauciones. Sí sé que suceden cosas graves, pero no me voy a quedar en casa por miedo a que me roben. Yo siempre salgo con mi gas pimienta.

Carmen: Para ti, ¿qué es la autoestima?

Pamela: Quererse a uno mismo, amor propio y lograr sentirse bien con uno mismo.

Carmen: ¿Cuáles son los pilares por los cuáles te encuentras con una autoestima alta?

Pamela: Mis papás fueron los que me inculcaron de pequeña que el amor propio es lo más importante. Primero yo, segundo y tercero yo. Fue más que nada educación familiar.

Carmen: Si tuvieras una persona delante de ti, con tus mismas cualidades, misma familia, mismo negocio y mismas metas, pero que no tiene una autoestima alta, ¿cómo la ayudarías?

Pamela: Hablaría con ella y haría que se dé cuenta que algo bueno tiene. Le recordaría que ha logrado cosas sin ayuda de nadie. Empezaría a tratarla más.

Carmen: ¿Alguna vez has tenido una situación parecida? ¿Cómo fue tu ayuda?

Pamela: Sí, con una amiga. Con comunicación logré que se diera cuenta de lo positivo que tenía.

Carmen: ¿Qué herramientas son sumamente necesarias para que una persona pueda aumentar su autoestima?

Pamela: La comunicación, pero hablar con la verdad. Decir las cualidades que uno tiene, mencionarle las cosas que se pueden superar y que todo tiene solución. Que si hemos llegado hacia donde estamos es porque algo de amor propio tenemos. Repotenciar y engrandecer esa parte. Esa persona se dará cuenta poco a poco de las cosas valiosas que tiene. Recalcar lo positivo y hacerle saber que lo negativo tiene solución.

7.6.11 Entrevistada 11

Carmen: Cuéntame de ti.

Abigail: Soy una persona que está trabajando en un nuevo emprendimiento para este 2019 y esperando a que se desarrolle en un futuro.

Carmen: ¿Tienes algún hobbie?

Abigail: Por ahora no hago alguna actividad específica en este momento porque estoy en recuperación médica. Pero suelo ver películas. Además, me gustaría retomas mis cursos de actualización de mi carrera.

Carmen: ¿Qué estudiaste?

Abigail: Computación informática.

Carmen: En el ámbito familiar, ¿cómo está conformada tu familia?

Abigail: Bueno, tengo un hermano de 22 años, mi papá y mi mamá.

Carmen: A rasgos generales, ¿cómo está la relación entre todos ustedes? Un aspecto positivo y negativo.

Abigail: Es buena, hemos retomado la unión familiar porque hace un tiempo mis padres se separaron, y actualmente volvieron a unirse y, por ende, la unión familiar se reforzó. Me gustaría poder vernos más seguido, porque si existe comunicación mediante redes sociales, pero no solemos vernos muy seguido. Desde muy niña la relación fue buena.

Carmen: En tu vida laboral, ¿tu emprendimiento es algo que te gusta?

Abigail: Sí me gusta. En mi anterior trabajo, si bien es cierto era jefa y tenía personal a cargo y era otro rubro al cual me dedico ahora, también veía atención al cliente. Eso me está sirviendo ahora, porque no solamente hago venta presencial, sino también venta online.

Actualmente estoy contenta con mi trabajo.

Carmen: ¿Cuánto tiempo piensas permanecer en el rubro en el que estás ahora?

Abigail: No lo he pensado, pero me gustaría que perdure. Quiero que siga creciendo.

Carmen: En el ámbito social, ¿tienes muchos amigos o eres de las personas que son muy selectiva?

Abigail: Sí tengo amigos, mayormente del trabajo. Con ellos suelo comunicarme más y me apoyan en todo.

Carmen: Con respecto a la inseguridad social, ¿te afecta directamente?

Abigail: En referente a la sociedad, sí me he percatado de la alta delincuencia que hay, me robaron el celular dos veces. Además, el tráfico que nos perjudica a todos. Me puede afectar, pero por cortos tiempos.

Carmen: Para ti, ¿qué es la autoestima?

Abigail: Es el amor propio que tiene cada persona.

Carmen: ¿Cómo crees que se construye eso a lo largo de la vida?

Abigail: Bueno, personalmente, fue a nivel familiar. La crianza que tuve, ya que mis padres son cristianos, y siempre iba a la iglesia con ellos. Mi relación con Dios más que nada. También, me ayudaron los estudios, ya que pude valerme con mi título.

Carmen: ¿Qué factores crees que pueden influir en las personas que tienen baja autoestima?

Abigail: De repente viene de una familiar constituida por padres separados, o han sufrido algún tipo de violencia física, maltrato psicológico, violación, etc.

Carmen: Si tuvieras una persona delante de ti, con tus mismas cualidades, misma familia, mismo negocio y mismas metas, pero que no tiene una autoestima alta, ¿cómo la ayudarías?

Abigail: Me gustaría poderle compartir lo que yo he vivido o lo que he pasado a lo largo de mi vida. Cuando me operaron puede lograr darme cuenta de muchas cosas, me ayudó bastante porque tuve un cambio en mi vida. Decirle que para todo hay una solución o salida con la mano de Dios.

Carmen: ¿Qué sientes que has mejorado después de tu operación?

Abigail: Antes yo andaba muy preocupada por el trabajo, solía estar muy estresada y me agobiaba por el dinero. Me enfocaba en solo generar dinero y no me preocupaba en otros ámbitos de mi vida. Actualmente, me siento más estable en lo laboral, familiar. Mejoré en mi alimentación. Antes no desayunaba, ahora religiosamente tomo desayuno todos los días porque es muy importante en el día. Ya no como mucha grasa y evito el alcohol.

Carmen: ¿Por qué la preocupación de generar mucho dinero?

Abigail: Porque estaba preocupada por mis metas, por el proyecto. Y no podía estar sin trabajar. Además, cuando yo trabajo en un lugar quiero dar el 100% de mí. Entonces, ese trabajo era muy absorbente porque hasta cuando salía de trabajar me escribían y tenía que responder. Trabajaba fuera de hora, por eso tuve que concentrarme bastante en querer que todo se perfecto, en abarcar todo.

7.6.12 Entrevistada 12

Carmen: Hola Melanie, cuéntame un poco sobre ti.

Melanie: Tengo 23 años, vivo con mi familia y estudié Ingeniería Informática.

Carmen: Me comentas que vives con tu familia. ¿Vives en una casa o departamento?

Melanie: En una casa.

Carmen: ¿A qué te dedicas actualmente?, ¿trabajas en lo que estudiaste o trabajas de otra forma?

Melanie: En lo que estudié, como froten.

Carmen: Ok, ¿Trabajas en una oficina?

Melanie: Sí.

Carmen: ¿Actualmente tienes pareja?

Melanie: No.

Carmen: ¿Cuáles son algunos de tus hobbies?

Melanie: Me gusta hacer música, ver series y practicar bailes con mis amigas

Carmen: ¿Cómo es tu vida con tu familia? ¿Tienes una buena relación con ellos?

Melanie: Si, no peleo con nadie, solo a veces chocamos cuando estamos enojados, pero en general nos queremos bastante.

Carmen: ¿Cuéntame un aspecto positivo de tu familia?

Melanie: No importa cuantas veces te equivoques, ellos siempre te van apoyar, ya sea económicamente o moralmente, al menos uno de nosotros siempre estará apoyándote con lo que se pueda.

Carmen: Y, ¿un aspecto negativo?

Melanie: Que son muy rencorosos, te van a seguir ayudando, pero no son buenos perdonando.

Carmen: Ok, en tu vida laboral ¿cómo conseguiste tu trabajo actual?

Melanie: Me acorde que vi un post en un grupo privado de la universidad de los que estudiamos ingeniería, le comenté que en ese momento estaba sin chamba, y que quería saber de qué se trataba; él me aconsejo algunas cosas y de paso me dijo que me acercara, porque estaban necesitando una desarrolladora, y como ya antes trabajamos juntos me recomendó y entre.

Carmen: ¿Estás contenta con tu actual trabajo?

Melanie: Sí.

Carmen: ¿Te llevas bien con tus compañeros?

Melanie: Sí.

Carmen: ¿Piensas permanecer mucho tiempo ahí, o planeas quedarte poco tiempo?

Melanie: Aun no estoy segura, pero tal vez buscar algo diferente.

Carmen: Ok, como te comenté, este proyecto busca elevar con un producto o servicio la autoestima de las mujeres de la Asociación Warmi Cusi. Quiero saber tu opinión, ¿qué te parece que se invente un producto que ayude a elevar la autoestima de las mujeres

Melanie: Me parece genial, creo que podrían ayudar a muchas personas que están pasando por esto, pero lo bueno de que sean un montón, viendo lo positivo, creo que si se les ayuda ellos pueden aprovechar su talento, que aún no se dan cuenta que lo tienen.

Carmen: ¿Alguna vez sufriste de baja autoestima?

Melanie: Sí, en base a algunos aspectos. No todos, pero sí.

Carmen: ¿Bajo qué principios crees que tuviste baja autoestima?

Melanie: Hacia cosas que eran dañinas para mí, como para castigarme.

Carmen: ¿Y alguna vez sufriste de maltrato?

Melanie: Sí, una vez, verbal.

Carmen: ¿Esto fue de parte de un hermano, papá o novio?

Melanie: Mi primer enamorado

Carmen: ¿Bajo qué principios soportaste esto?

Melanie: Que fue mi primer enamorado y no sabía que estaba bien o estaba mal, pensaba que todos peleaban así.

Carmen: ¿Aguantaste mucho tiempo este maltrato?

Melanie: Aproximado 5 meses de los 8 que estuvimos

Carmen: ¿Cuál fue el tope para ya no soportar eso?

Melanie: Creo que le Conte a mi mamá o una amiga, no estoy segura, paso en el 2012. Ellas me hicieron ver que estaba mal.

Carmen: Basado en tu experiencia, ¿cómo ayudarías a elevar la autoestima de la mujer?

Melanie: Según lo que me pasó. Lo que pasa es que todos mis días era esta persona, olvidé lo que yo era antes. Cuando comencé a juntarme con amigas y retomar las cosas que me gustaban, eso me hizo sentir mejor conmigo misma, creo que eso te hace sentir mejor y puedas dejar las cosas atrás.

Carmen: Si tuvieras la oportunidad de ayudar a una mujer, ¿de qué forma lo harías?

Melanie: Sería genial poder crear una especie de portal, ya sea web o móvil donde puedan ingresar sus habilidades, sus sueños, metas o cosas en las que son buenas y pueda darte cosas a lo que te puedan dedicar, que se den cuenta que son únicos. O talleres que sean de su interés.

Carmen: ¿Me dices que los factores que te ayudaron a superarte fueron tu familia y amigas verdad?

Melanie: Sí, ellas fueron.

Carmen: ¿Actualmente qué piensas sobre ti misma?

Melanie: En este momento exacto me siento mejor, ahora que ya pasaron todas esas cosas, si bien no me siento completamente feliz, porque todavía tengo muchas cosas por hacer, creo que una de las mejores cosas que pude hacer fue entrar a trabajar, porque sé que es uno de los escalones que tengo que pasar, para poder lograr lo que quiero. Así que di el primer paso y eso es lo bueno.

7.7 Evidencias fotográficas

7.7. 1 fotografía 1

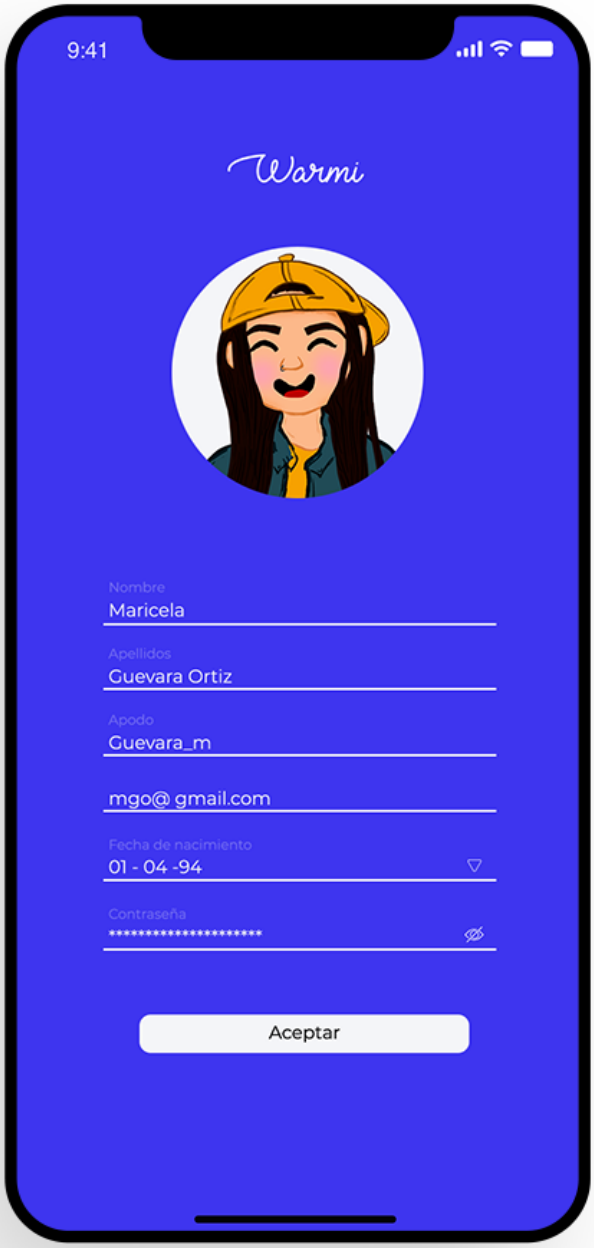
Entrevista realizada a María Guevara 61 años de edad, participante de la asociación Warmi Cusi.

7.7.2 Fotografía 2

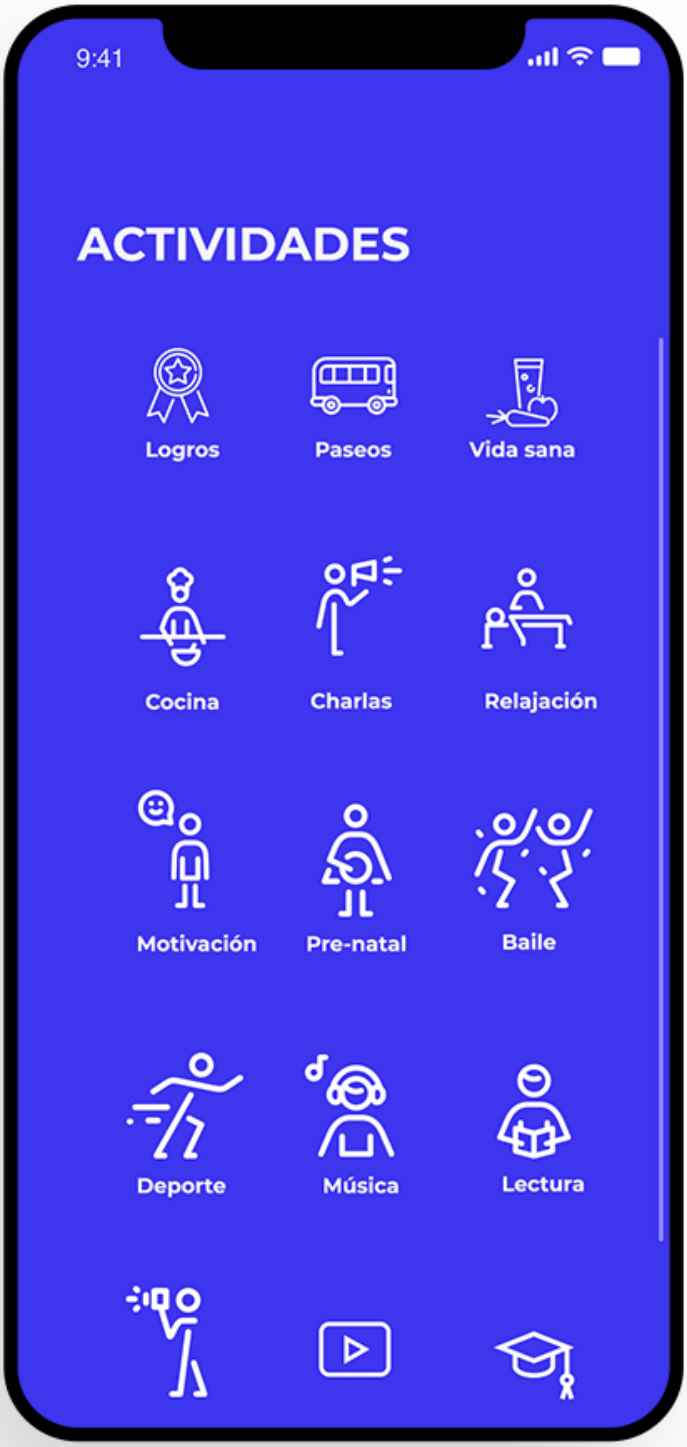
Entrevista realizada a Karen Montalvo 31 años de edad, participante de la asociación Warmi Cusi, Entrevista realizada en el parque de la Exposición, amablemente nos brindó información y el cartón de graduada de la fundación Warmi Cusi y fotos del grupo graduado.

grandes
MUJERES
PROGRAMA DE REALIZACIÓN PARA LA MUJE
FUNDACIÓN BELCORP
Mujeres transformando el futuro
En alianza con
WARMI CUSI
Asociación para el Desarrollo Integral de la Mujer
25-08-12

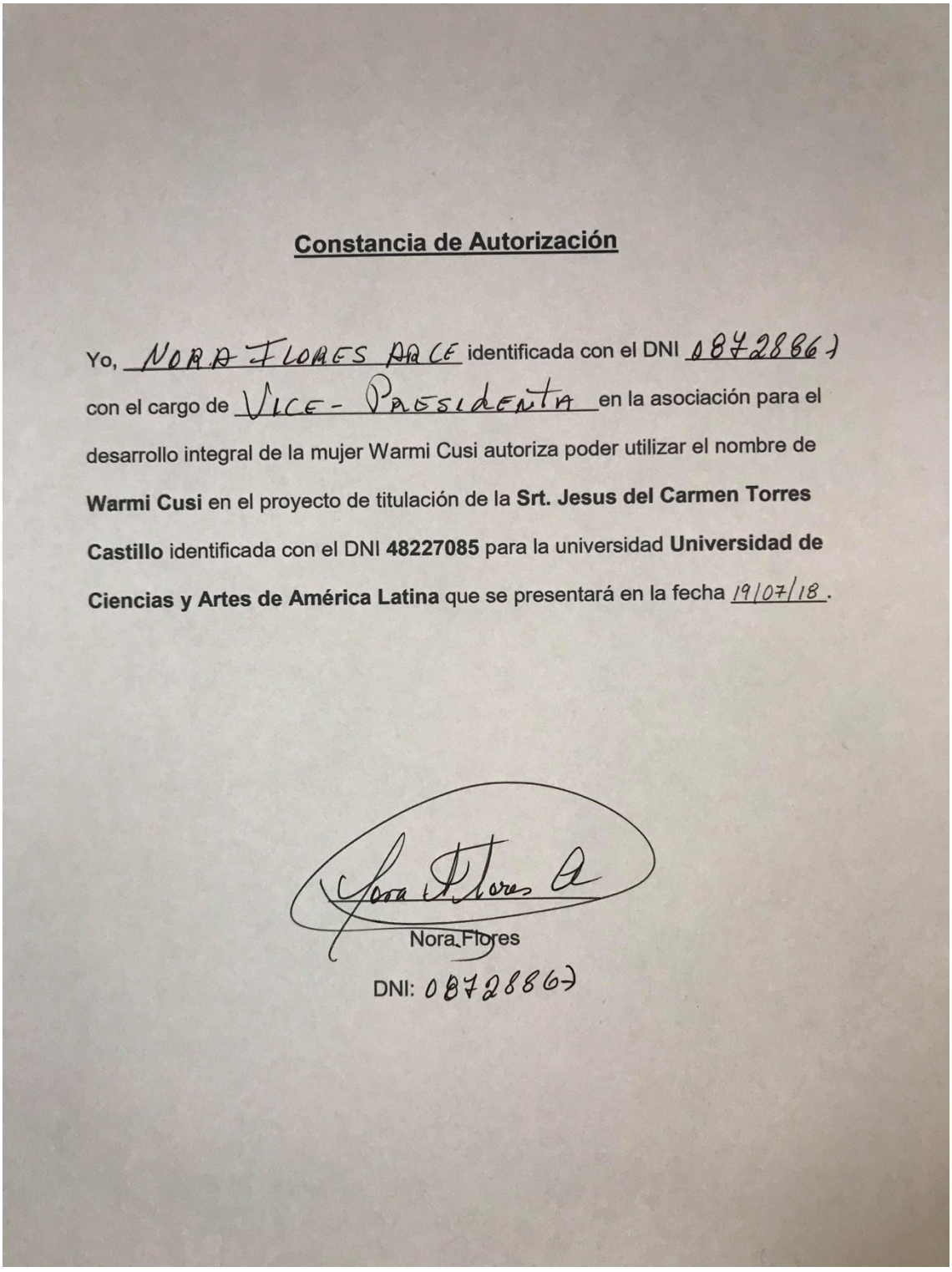
7.8 Prototipado



9:41
Logros
Ser bachiller en Administración
Hacer deporte en la semana
Tener un trabajo fijo
Sentirme bien conmigo misma
Logros de la semana
Terminar un taller corto


9:41
ACTIVIDADES
Logros
Paseos
Vida sana
Cocina
Charlas
Relajación
Motivación
Pre-natal
Baile
Deporte
Música
Lectura

7.9 Constancia de Autorización



Constancia de Autorización

Yo, NORA FLORES ARCE identificada con el DNI 08728867 con el cargo de VICE-PRESIDENTA en la asociación para el desarrollo integral de la mujer Warmi Cusi autoriza poder utilizar el nombre de **Warmi Cusi** en el proyecto de titulación de la **Srt. Jesus del Carmen Torres Castillo** identificada con el DNI **48227085** para la universidad **Universidad de Ciencias y Artes de América Latina** que se presentará en la fecha 19/07/18.

Nora Flores

DNI: 08728867

7.10 Índice de tablas

Tabla 1 Tabla de medición de autoestima 46
Tabla 2 Resultados de persona 1 60
Tabla 3Resultados de persona 2 61
Tabla 4 Resultados de persona 3 62
Tabla 5Resultados de persona 4 63
Tabla 6 Resultados de persona 5 64
Tabla 7Resultados de persona 6 65
Tabla 8 Resultados de persona 7 66
Tabla 9 Resultados de persona 8 67
Tabla 10 Resultados de persona 9 68
Tabla 11 Resultados de persona 10 69
Tabla 12 Resultados de persona 11 70
Tabla 13 Resultados de persona 12 71
Tabla 14 User Response Analysis 85
Tabla 15 Matriz de consistencia para investigación 100
Tabla 16 Matriz de categorización 101
Tabla 17Escala de Rosenberg 103

7.11 Índice de figuras

figura 1 Situación Problema 54
figura 2 Descripción de la situación problema 55
figura 3 Observación exterior 56
figura 4 Observación interior 57
figura 5 Resultado número 1 72
figura 6 Resultado número 2 72
figura 7Resultado número 3 73
figura 8 Resultado número 4 73
figura 9 Resultado número 5 74
figura 10 Resultado número 6 74
figura 11 Resultado número 7 75
figura 12 Resultado número 8 75
figura 13 Resultado número 9 76
figura 14 Resultado número 10 76
figura 15 Journey Map Actual 89
figura 16 Journey Map Futura 90
figura 17 Diagrama de Gant 102