

# Paso 3

## PLAN DE ACCIÓN / **RutinArte**

1. Objetivos
2. Estrategias
3. Planteamiento de tareas
4. Carta Gantt
5. Responsables
6. Ejecución

### 1.- OBJETIVO

Planificar el desarrollo de una aplicación que permita integrar actividades lúdico-recreativas en rutinas cotidianas

### 2.- ESTRATEGIAS

Estudio de mercado y diagnóstico de necesidades.

Creación de contenido

Testeo del servicio en formato Beta

### 3.- PLANTEAMIENTO DE TAREAS

Objetivo	Pasos	Responsable	Fecha
Identificar roles del equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quién vele por lo deseable (Directora de contenido)</li><li>• Lo factible (Director de diseños)</li><li>• Lo viable (Directora de marketing)</li></ul>	Dafne José Erika	25/04
Reclutamiento de talento	<ul style="list-style-type: none"><li>• Detección de roles necesarios para el desarrollo de la app y la organización interna</li><li>• Solicitar el talento a través de redes sociales</li></ul>	Dafne José Erika	27/04
Conocer al mercado meta	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar mercado</li><li>• Definir sus motivaciones</li><li>• Identificar sus intereses</li></ul>	Erika	03/05
Definir estrategia de comunicación para	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definir canales de comunicación para llegar a ese</li></ul>	Todos	04/05

testeo	<p>mercado meta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar el mensaje para el mercado meta según cada canal de comunicación</li> <li>● Plantear estrategia (preventiva, lanzamiento y mantenimiento)</li> </ul>		
Definir pasos que seguirá cada tipo de usuario para inscribirse / ingresar	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ingresar correo</li> <li>● Ingresar datos generales</li> </ul>	Jose	05/05
Diseñar los pasos de la experiencia del usuario	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Test de personalización</li> <li>● Reto 21</li> <li>● Contenido de los shots diarios</li> <li>● ¿Recompensas?</li> </ul>	Dafne José Erika	
Definir ejercicios de Estado en Presente	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estructurar la actividad</li> <li>● ¿Cuánto tiempo es necesario?</li> </ul>	Dafne José Erika	
Definir ejercicio de consciencia corporal	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estructurar actividad</li> <li>● ¿Cuánto tiempo es necesario?</li> </ul>	José	
Definir contenido de Shots	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Definir primeras áreas recreativas</li> <li>● Referentes</li> <li>● Estructurar las primeras actividades recreativas</li> <li>● ¿Cuánto tiempo es necesario?</li> </ul>	Dafne	
Iniciar con testeo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar medio de comunicación en redes para identificar áreas de oportunidad para desarrollo de la app</li> <li>● Detectar cuáles son los puntos a favor y en qué elementos es necesario que optimicemos o el contenido o el diseño</li> </ul>	José	
Definir contenidos para testeo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Especificar contenidos</li> <li>● Diseñar contenidos y estructura</li> </ul>	Dafne	
Creación de app para usuarios en formato BETA	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Definir pasos que seguirá cada tipo de usuario</li> <li>● Identificar los contenidos para shot creativo de la App para versión BETA</li> <li>● Identificar contenidos para aprendizaje de las 3 técnicas o tipo de arte que estuvieron</li> </ul>	José	



## RESPONSABLES



- **Quién vele por lo deseable:**  
*Dafne*



- **Lo viable:**  
*Erika*



- **Lo factible:**  
*Carlos*

## EJECUCIÓN:

### Introducción

Frente a la crisis que la pandemia del COVID-19 ha causado, la población mundial ha tomado medidas como el distanciamiento social y el encierro. Lo que se traduce en el quiebre de nuestras estructuras a nivel social y laboral, impactando a las distintas esferas que componen a un ser humano (biológico, psicológico, social, espiritual).

Nuestro modelo socioeconómico está impulsado por la productividad, coloca más inmediato la necesidad de tener un empleo cuyos ingresos den acceso a mejorar la calidad de vida. La demanda en el mercado se inclina a productos o trabajos que den como resultado la posibilidad de comercializar, vender a masas en esta lógica de a mayor ingresos, mejor

calidad de vida. Lo que deja la industria de las ideas creativas, del arte y la cultura en desventaja, esta industria qué producto tangible, que se pueda vender a masas nos puede ofrecer. ¿Cómo sobreviven estas industrias?

Ante las medidas de encierro y distanciamiento social, se ha buscado mantener activa la industrias de primera necesidad, alimentación y servicios de salud, por ejemplo. Y al mismo tiempo, el sector de salud mental ha compartido y advertido reconocer la necesidad autocuidado psicológico, puesto que las circunstancias pueden causar ansiedad, miedo, desgano y otras situaciones que disminuyen la productividad, pero más general, la calidad de vida, qué tan feliz se encuentra la persona en su presente, el aquí y ahora bajo estas condiciones.

RutinArte nace como una aplicación que acerca al usuario explorar de la lúdica y recreación durante su rutina cotidiana. Esta exploración será a partir de una gama de actividades promovidas por la industria de las ideas, lo cual permite al usuario satisfacer sus necesidades lúdicas y a esta industria la posibilidad de promover su trabajo en personas que les interese.

## 1. Antecedentes

Apps existentes:

Headspace: <https://apps.apple.com/mx/app/headspace-meditation-sleep/id493145008?l=en>

Calm:

<https://apps.apple.com/mx/app/calm-meditation-and-sleep/id571800810?l=en>

## 2. Justificación

La idea de una app para shots de recreación es una herramienta que pretende estar a la mano. Si bien, la recreación no es la base en la pirámide de Maslow, sino que se encuentra en la cúspide, para el alcance de la autorrealización. Es decir, la lúdica y recreación tienen un lugar irremplazable en nuestras necesidades humanas, de acuerdo a Jose Luis García Vega (1973), el hombre es *homo sapiens* (hombre pensante), *homo faber* (hombre fabricante) y *homo ludens* (hombre lúdico).

## 3. Objetivos

### a. Generales

- Promover la reflexión de en torno a la necesidad de incorporar la lúdica y la recreación a mi cotidianidad.

### b. Específicos

- El usuario destinará 5-10 minutos para incentivar en su rutina, momentos lúdico-recreativos de acuerdo a sus intereses particulares.
- Reflexionar respecto a que al tiempo es uno, no se divide en ocupado y libre.

#### 4. Método

- El aprendizaje como medio para disfrutar del ocio y aprendizaje como fin del ocio (Cuenca, M., 2002, "Educación del Ocio; propuestas internacionales)

#### 5. Técnicas

- a. Cuestionario de personalidad/estilos de aprendizaje:  
<https://www.psicoactiva.com/tests/estilos-aprendizaje/test-estilos-aprendizaje.htm>
- b. Gamificación: Propuesta de Inhala.

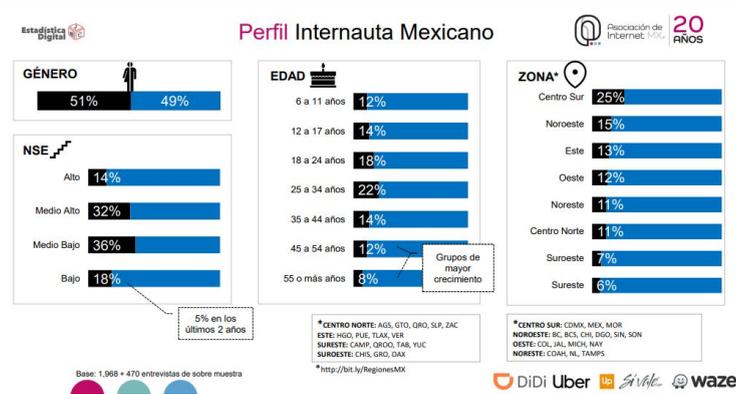


#### 6. Población

Basamos nuestro mercado en los estudios de internet más recientes hechos por la AMIPCI durante el 2019.

Por lo que el mercado considerado son hombres y mujeres de entre 18 y 34 años de edad

que viven en la zona centro sur de la República Mexicana. (CDMX, MEX, MOR)



Los momentos de conexión en medio día (12 a 14 hrs) y el Media tarde (16 a 19 hrs), son los horarios de mayor tráfico en internet en México en este 2019.

## 7. Enfoques

Ocio y recreación para el desarrollo humano.

## 8. Referencias

Cuenca, M. (2002). Educación del Ocio: propuestas internacionales, España: Universidad de Deusto.

García, J.L. (1973). Ocio y turismo, España: Salvat editores.

Moreno, I. (2010). Recreación: La conducción de personas y grupos Tomo 2. Argentina: Lumen.

Prioridades para México en materia de Internet y Economía Digital. (2019, enero 12). Recuperado 26 de abril de 2020, de <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/asociacion>