



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**“ARQUITECTURA SENSORIAL EN VIVIENDAS  
UNIFAMILIARES PARA MEJORAR EL BIENESTAR  
PSICOLÓGICO DE LAS PERSONAS EN CHIMBOTE - 2020”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
ARQUITECTO**

**AUTORES:**

Velarde Morillas, Fabiola Ivonne (ORCID: 0000-0002-7756-5689)

Rivas Bocanegra, Ronald Rómulo (ORCID: 0000-0002-6732-3774)

**ASESOR:**

Valdivia Loro, Arturo (ORCID: 0000-0002-0676-0102)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

CHIMBOTE – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

La presente investigación, está dedicada a nuestros padres por habernos dado la fortaleza y haber sido el soporte de nuestros esfuerzos y perseverancia por concluir esta etapa de nuestra vida profesional.

Los autores

## **AGRADECIMIENTO**

Resaltamos nuestro agradecimiento a nuestro asesor por el conocimiento que nos transmitió y guiarnos para que podamos concretar el desarrollo de esta investigación, en segundo lugar, a nuestros familiares que estuvieron presentes en cada momento, brindándonos fortaleza y responsabilidad. Y en tercer lugar y más importante a nosotros mismos por no dejar de ser perseverantes a pesar de las adversidades que se nos presentaron.

Los autores

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	iv
Índice de figuras .....	v
Índice de gráficos .....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	8
II. MARCO TEÓRICO .....	10
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización .....	18
3.3. Población, muestra y muestreo .....	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	21
3.5. Procedimientos .....	25
3.6. Rigor Científico .....	26
3.7. Método de análisis de datos.....	27
3.8. Aspectos éticos .....	30
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	31
4.1 Descripción de los participantes .....	31
4.2. Resultados de las variables .....	31
4.2.1 Resultados generales: sobre fichas de observación .....	31
4.2.2. Resultados generales: sobre encuesta .....	33
4.3. Resultados de la regresión lineal.....	36
4.4. Validez.....	38
4.5. Discusión de los resultados .....	39
4.5.1. Arquitectura sensorial.....	39
4.5.2. Bienestar psicológico .....	42

V. CONCLUSIONES .....	44
VI. RECOMENDACIONES .....	45
Referencias .....	46
Anexos .....	50
Anexo 1: Matriz de operacionalización .....	50
Anexo 2: Guía de ficha de observación .....	53
Anexo 3: Guía de encuesta .....	53
Anexo 4: Guía de protocolo de validación .....	56
Anexo 5: Fichas de observación de la muestra total .....	67
Anexo 6: Protocolo de validación por expertos .....	99
Anexo 8: Gráficos de resultados de fichas de observación .....	134
Anexo 9: Gráficos de resultados de encuestas.....	136
Anexo 7: Declaratorias de autenticidad .....	150

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción de antecedentes .....	11
Tabla 2: muestra de la investigación .....	21
Tabla 3: Teoría del color .....	22
Tabla 4: Teoría de las texturas.....	22
Tabla 5: Teoría del ruido-sonido.....	23
Tabla 6: Teoría del Olor .....	23
Tabla 7: Teoría de la iluminación .....	24
Tabla 8: Composición y valoración de los indicadores.....	25
Tabla 9: Resumen del Procesamiento de los casos.....	27
Tabla 10: Resumen del procesamiento de los casos .....	27
Tabla 11: Estadísticos total-elementos.....	28
Tabla 12: estadísticos de escala .....	29
Tabla 13: Estadísticos de Fiabilidad.....	29
Tabla 14: KMO y prueba de Bartlett.....	30

Tabla 15: resultados de R <sup>2</sup> .....	37
--	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

figura 1: Estructura de Operacionalización.....	19
figura 2: agrupación de indicadores en fichas de observación .....	32
figura 3: ejemplo de agrupación de elementos.....	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultados de las fichas de observación.....	32
Gráfico 2: resultados de primera parte de encuestas: Arquitectura sensorial .....	34
Gráfico 3: resultados de segunda parte de encuesta: Bienestar psicológico .....	35
Gráfico 4: Gráfico de dispersión .....	38
Gráfico 5 resultados de P2.....	134
Gráfico 6 resultados de P4.....	134
Gráfico 7 resultados de P6.....	135
Gráfico 8 resultados de P8.....	135
Gráfico 9 resultados de P15.....	136
Gráfico 10 resultados de P1 .....	136
Gráfico 11: resultados de P3.....	137
Gráfico 12 resultados de P5.....	137
Gráfico 13 resultados de P7 .....	138
Gráfico 14 resultados de P9.....	138
Gráfico 15 resultados P10.....	139
Gráfico 16 resultados de P11 .....	139
Gráfico 17 resultados de P12.....	140
Gráfico 18 resultados de P13.....	140
Gráfico 19 resultados de P14.....	141
Gráfico 20 resultados de P16.....	141
Gráfico 21 resultados de P17 .....	142
Gráfico 22 resultados de P18.....	142
Gráfico 23 resultados de P19.....	143
Gráfico 24 resultados de P20.....	143
Gráfico 25 resultados de P21 .....	144

## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento domiciliario en la ciudad de Chimbote al ser uno de los epicentros de pandemia debido al Covid-19. Tiene un enfoque cualitativo orientándose a las propiedades y cualidades de la arquitectura sensorial y a cómo se relacionan a partir de éstas con el bienestar psicológico. El estudio fue aplicado a 96 viviendas en Chimbote utilizando un muestreo probabilístico aleatorio simple a partir de encuestas y fichas de observación, en los resultados se demostró la correlación entre las variables la cual fue determinada a través de una prueba de regresión lineal en la cual se obtuvo un coeficiente de 0.634 junto a una significancia favorable ( $p < 0.05$ ), demostrando junto a un gráfico de dispersión el tipo de interacción que existe entre ambas siendo una correlación fuerte y positiva. En conclusión, la arquitectura sensorial puede conseguir reparar el deterioro en el bienestar psicológico de los habitantes de Chimbote desde la multisensorialidad transmitida por sus viviendas a partir de sus cinco (5) sentidos.

**Palabras clave:** Arquitectura sensorial, Bienestar psicológico, Covid-19, confinamiento domiciliario.

## **ABSTRACT**

The research has as main goal to demonstrate the relationship of sensory architecture with housing, as for the psychological well-being of users during home confinement in the city of Chimbote; being one of the epicenters of a pandemic due to Covid-19; It has a qualitative approach, orienting itself to the properties and qualities of sensory architecture and how they relate from these to psychological well-being. The study was applied to 96 homes in Chimbote using a simple random probability sampling from surveys and observation files, the results showed the correlation between the variables which was determined through a linear regression test in which obtained a coefficient of 0.634 together with a favorable significance ( $p < 0.05$ ), demonstrating together with a scatter graph the type of interaction that exists between the two, being a strong and positive correlation. In conclusion, the sensory architecture can repair the deterioration in the psychological well-being of the inhabitants of Chimbote from the multisensoriality transmitted by their homes from their five (5) senses. Keywords: Sensory architecture, Psychological well-being, Covid-19, home confinement.

**Keywords:** sensory architecture; psychological well-being; Covid-19; home confinement.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Generalmente en la arquitectura actual se prioriza lo visual dejando de lado las experiencias sensoriales que ésta puede transmitir a los usuarios a través de todos los sentidos (Pallasmaa, 2014). A menudo las personas se ven influenciadas por los que los rodea, ya sea por una edificación, características como la luz, los colores, etc., o incluso la distribución de sus espacios, estos elementos pueden incidir directamente en la salud física y emocional, ya que la arquitectura tiene la capacidad de transmitir emociones e intervenir en la experiencia sensorial del espacio. Castillo (2009) y Cordoba & García (2003) coinciden en que un diseño arquitectónico que tenga en cuenta los sentidos, empleando características como la luz, color, textura y elementos naturales tendrán efecto sobre la calidad de vida, generando reacciones físicas y psicológicas que conlleven a percepciones gratificantes y sensación de bienestar. De igual manera, Holl (2018) describe cómo la arquitectura tiene la capacidad de permitir el rebrote de esencias relacionando la forma, espacio y luz enalteciendo la experiencia de la vida cotidiana, estos autores describen como la arquitectura sensorial puede generar emociones y sensaciones que pueden influir en el bienestar psicológico.

Actualmente debido a la pandemia declarada por el Covid-19 de acuerdo al Decreto Supremo N°044 (2020) las personas se han visto obligadas a habitar mucho más tiempo dentro de sus viviendas, ello como consecuencia ha traído cambios en la manera de percibir las sensaciones y emociones que como usuarios éstas les transmiten, anteriormente habitar las viviendas significaba tranquilidad y descanso para las personas que vivían una vida ajetreada, por otro lado personas que escapaban de casa en busca de esta tranquilidad debido a la incompatibilidad en la convivencia, hoy se han visto afectadas por este confinamiento de forma negativa, sobre todo en su salud mental, ya que esto ha roto con la cotidianidad lo que ha provocado situaciones que no han sido capaces de asimilar. En Chimbote la mayor parte de las viviendas construidas se han desarrollado de manera empírica, muchas veces sin tomar en cuenta criterios de habitabilidad, y mucho menos cualidades arquitectónicas que puedan cubrir necesidades emocionales transmitiendo de manera adecuada sensaciones para llegar a las personas, situación que se ha hecho evidente con mayor fuerza durante la situación de

pandemia actual ya que según la Diresa de Ancash (2020) el distrito de Chimbote ha sido denominado como uno de los epicentros de esta pandemia y que por tal los ciudadanos han debido permanecer en confinamiento mucho más tiempo que otros distritos y regiones, tomar en cuenta características de la psicología como las emociones y sensaciones que puede transmitir a través de los colores, texturas, etc., ligándolas a los criterios de diseño, podrían significar comprender de mejor manera el funcionamiento de las sensaciones espaciales en la arquitectura, en este caso las viviendas en base a las necesidades y los daños psicológicos que se han generado debido a los acontecimientos actuales.

Según el Minsa (2020) actualmente debido al confinamiento el bienestar psicológico de los peruanos ha ido en decaimiento, 7 de cada 10 peruanos se encuentran atravesando por algún problema de salud mental, de los cuales predominan la depresión, el estrés y la ansiedad, como también problemas para regular las emociones. Gross (2014) describe como las personas se encuentran constantemente en la búsqueda de formas de regular las emociones o influir sobre ellas cuando éstas se tornan intensas o perduran demasiado. La regulación de las emociones se define en el esfuerzo de modificar el sentir a partir del control de una serie de elementos que se relacionan con la experiencia emocional dentro del espacio.

La arquitectura siendo el elemento clave de lo que nos rodea provoca cambios en las personas como en su comportamiento y estado de ánimo ya sea positivo o negativo, Gross (2015) hace referencia a que las personas regulan tanto emociones positivas como negativas de acuerdo al contexto en el que se encuentren, refiriéndose a procesos de regulación que las personas realizan para así alcanzar una adecuada experiencia emocional. Según Gross & Thompson (2007) las personas establecen un significado a la situación que perciben, el cual es interpretado como evaluación sujeta a la intensidad de la experiencia emocional. De igual manera, los actos que realiza la persona generan un impacto al momento de transformar la situación en el que vive sus experiencias emocionales. Por lo tanto, las emociones podrían ser el origen de la motivación e incluso favorecer en la interacción social con los demás, sin embargo, si no son adecuadas al contexto,

a futuro pueden ser experimentadas como problemáticas generando interferencias y afectando el bienestar psicológico.

Un médico psiquiatra del Minsa, Castro (2020) entre las alternativas de autocuidado para mejorar trastornos emocionales que afectan el bienestar psicológico aconseja activar los sentidos, como reconocer el espacio, ambiente o elementos que existen en él mediante la utilización de todos los sentidos uno a uno. La psicología y la arquitectura juegan un papel importante en la percepción de la arquitectura, se puede comprobar cómo influyen los distintos ambientes en el estado anímico de las personas, sin embargo, muchas veces estos aspectos no se toman en cuenta al momento de realizar una propuesta de diseño.

Este estudio tiene como objetivo demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote al ser uno de los epicentros de pandemia debido al Covid-19.

## II. MARCO TEÓRICO

Tomando en cuenta el tema propuesto en la investigación, se realizó una búsqueda en español utilizando criterios como diseño sensorial, vivienda, bienestar psicológico y covid 19<sup>1</sup> y en inglés como *Sensory Design, pshycological wellness, covid 19*<sup>2</sup> para poder tener un resultado más acertado ya que durante la primera búsqueda sobre arquitectura sensorial y bienestar psicológico no se encontraron resultados, por consiguiente se pasó a agrupar los criterios antes mencionados, realizando las búsquedas mencionando diseño sensorial y vivienda, diseño sensorial y bienestar psicológico, bienestar psicológico y covid 19 y covid 19 y vivienda, de igual forma en inglés agrupando *psycological wellness* y *sensory design, sensory design* y *home*, y por último *sensory design, covid 19* y *home* de los cuales se consideraron artículos y tesis doctorales indexados de Scopus, Dialnet, Google Scholar, Scielo, tdx, etc., en idiomas inglés y español que pueden aportar para este proyecto de esta investigación, siendo mencionados en el

---

<sup>1</sup> Búsqueda booleana: (TÍTULOS-PALABRAS CLAVE (diseño sensorial-bienestar psicológico) y TÍTULO-PALABRAS CLAVE (vivienda-covid19))

<sup>2</sup> Búsqueda booleana: (TITTLE-ABS-KEY (sensory design- pshycological wellness) and TITTLE-ABS-KEY (Home-Covid 19))

siguiente cuadro describiendo los instrumentos, operacionalización e indicadores mencionados dentro de estas investigaciones. (Ver Tabla 1)

Tabla 1: Descripción de antecedentes

Autor(es)	Descripción del instrumento	Indicadores	Operacionalización
(SixSmith, 1986) <b>Índice H</b> 6.9	Se requirió un estudio exploratorio, basado en lo que el hogar significa para las personas a partir de sus propias experiencias cotidianas y vividas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Experiencias personales, sociales y físicas</li> <li>– Satisfacción</li> <li>– Relación con el entorno</li> <li>– Autoexpresión</li> <li>– Ambiente emocional</li> <li>– Calidad espacial</li> <li>– Cualidades espaciales</li> <li>– Espacialidad</li> </ul>	Análisis cualitativo. Una investigación de los significados del hogar. Tiene tres objetivos: revelar diferentes lugares identificados como hogar de acuerdo con los niveles de espacio existencial de identificar los aspectos del hogar; desarrollar un modelo tentativo de experiencia del hogar explorando la estructura de las relaciones entre los significados del hogar.
(Karlsson , Sola , Sidenius, Dahl, & Grahn , 2017) <b>Índice H</b> 5.4	Se realizó un gran estudio cruzado utilizando métodos mixtos en el bosque de salud Octovia y un entorno urbano durante 2014-15, cuyo objetivo fue obtener una comprensión más profunda del potencial restaurador tanto del bosque como del entorno urbano en relación con la restauración psicológica y fisiológica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Experiencia sensorial</li> <li>– Bienestar psicológico</li> </ul>	Análisis cualitativo. Es una investigación que se centra en las experiencias de los participantes en relación al bienestar psicológico en el medio forestal.
(Wang, 2016) <b>Índice H</b> 8	Se utilizó recolección de datos y una amplia revisión bibliográfica del tema, incluyendo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Relación espacio-usuario</li> <li>– Diseño emocional</li> <li>– Bienestar</li> </ul>	Análisis cualitativo, combina estrategias como revisión bibliográfica y el trabajo de campo para captar las diversas cualidades

Autor(es)	Descripción del instrumento	Indicadores	Operacionalización
	documentos, estadísticas oficiales, entrevistas a expertos, observación y registro fotográfico.		de la arquitectura emocional relacionándolo con el bienestar.
(Gatica, 2015)	Se hicieron análisis de conceptos y descripciones, centrados en libros y documentos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño emocional</li> <li>- Perspectiva cognitiva y conductual</li> <li>- Aspectos psíquicos.</li> </ul>	Análisis cualitativo, estudio que vincula la teoría del diseño y estudios sobre la emoción.
(Ragavendra, 2017)	Se hace una revisión de criterios de arquitectura que se le relacionan con todos los sentidos como color, iluminación, etc., junto a una entrevista a personas que habitan un espacio de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia sensorial.</li> <li>- Calidad espacial</li> <li>- Cualidades del espacio (color, textura, iluminación, forma, sonido, orientación)</li> </ul>	Análisis cualitativo, Utiliza criterios de diseño sensorial para recopilar información acerca de cómo la experiencia sensorial puede crear estímulos positivos.
<b>Índice H</b> 0.67	Se hizo una revisión bibliográfica acerca de las sensaciones transmitidas a través del diseño sensorial en viviendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencias multisensoriales</li> <li>- Estrategias sensoriales</li> <li>- Sistemas sensoriales: visual, auditivo, gusto-olfato, orientación básica, táctil o háptico.</li> </ul>	Análisis cualitativo. Se basa en la percepción sensorial del espacio y sus cualidades a través de los sentidos.

Autor(es)	Descripción del instrumento	Indicadores	Operacionalización
(Lehman, 2011)	Realiza una revisión de información sobre los efectos de los estímulos arquitectónicos emitidos en la salud de los ocupantes del edificio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño sensorial</li> <li>- Estímulos sensoriales</li> <li>- Bienestar</li> <li>- Relación de usuario-espacio</li> </ul>	Análisis cualitativo, describe como el diseño sensorial ofrece a los arquitectos la ventaja de poder vincular los estímulos sensoriales para mejorar el bienestar de sus ocupantes mediante su relación con el espacio.
(Cervio, 2020)	Diseñó una encuesta online orientada a personas adultas, que se encontraran realizando la cuarentena por COVID-19, a partir de un muestreo de tipo "bola de nieve".	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud mental</li> <li>- Emociones</li> <li>- Sensación espacial</li> <li>- Vivienda</li> </ul>	Identifica y describe las principales prácticas y emociones relativas a la casa como espacio de vida y confinamiento.
(Cuerdo-Vilches, 2020)	Hace una revisión de información relacionada a la sociología, en cuanto al significado de hogar en pandemia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confort y calidad ambiental</li> <li>- Relación persona-entorno</li> <li>- bienestar</li> <li>- Habitabilidad</li> <li>- Espacios resilientes</li> <li>- satisfacción</li> </ul>	Describe el comprender las nuevas formas de habitar la vivienda manteniendo el confort, calidad ambiental, la relación del usuario con su entorno en tiempos de confinamiento.
(Sánchez-Fúnez & Callejón-Chinchilla, 2017)	Se centran en análisis y estudios de conceptos de emoción y sensación en arquitectura para la comprensión de los	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emociones</li> <li>- Sensaciones</li> <li>- Bienestar</li> </ul>	Analizar los términos para comprender su alcance y sus posibilidades de complejidad en el campo de estudio.

Autor(es)	Descripción del instrumento	Indicadores	Operacionalización
(Suin, y otros, 2020)	<p>significados desde teorías tradicionales hasta a investigaciones actuales.</p> <p>Diseño una encuesta online orientada a personas en aislamiento social a través de muestreo de "bola de nieve". La encuesta se dio en 51 países.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equilibrio psicológico</li> <li>- sentidos</li>   <li>- Bienestar subjetivo</li> <li>- Experiencias</li> <li>- Emociones</li> </ul>	<p>Identificar y describir las emociones en el bienestar que se vio expuesto en tiempo de pandemia.</p>
(Hernández-Carrillo & Velázquez-Rodríguez, 2014) <b>Indice H</b> 5	<p>Se diseño una encuesta para evaluar el nivel de satisfacción a los habitantes de prototipo de vivienda social y económica y una revisión del estado físico de la vivienda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tipología de vivienda</li> <li>- Bienestar humano</li> <li>- Confort sensorial</li> <li>- comodidad</li> <li>- seguridad, etc.</li> </ul>	<p>Análisis cualitativo. Se encuesta a los habitantes de dos tipologías de vivienda (social y económica) para realizar una comparación y evaluar el estado de la calidad de vida para su bienestar psicológico.</p>
(Victoria & González, 2000)	<p>Analiza las dimensiones de Bienestar Psicológico desde el punto psicológico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud mental</li> <li>- satisfacción personal</li> <li>- felicidad</li> </ul>	<p>Identificar y crear punto de unión con otras categorías sociales de las dimensiones del Bienestar Psicológico.</p>
(Victoria C. R., 2005)	<p>Estudia el Bienestar Psicológico como dimensión subjetiva enfocándose en la calidad de vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de Vida</li> <li>- satisfacción</li> <li>- Bienestar subjetivo</li> </ul>	<p>Identifica y describe los puntos principales del Bienestar Psicológico subjetivo para la calidad de las personas.</p>

Autor(es)	Descripción del instrumento	Indicadores	Operacionalización
(Morales Fernández, y otros, 2020)	Es acerca de la exploración del bienestar psicológico de personas de Guatemala, en este caso adultos que fueron seleccionados a través de redes mediante un muestreo. La investigación se basa en datos cualitativos de los niveles de bienestar psicológico recopilados a través de una encuesta realizada en línea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estado de ánimo.</li> <li>- Interacción social</li> <li>- Reacciones tanto físicas como emocionales</li> </ul>	La investigación presentó también datos cuantitativos sobre el bienestar de una muestra de la población de Guatemala, que fue seleccionada de forma no probabilística ya que la encuesta se solicitó por un muestreo voluntario. La modalidad de recolección fue virtual debido a la coyuntura de pandemia por Covid 19

Fuente: Elaboración propia

Partiendo de estos antecedentes se tomaron en cuenta autores que definen de mejor manera los indicadores a utilizar en la investigación, eligiendo de esta forma el tipo de análisis cualitativo complementándolo con datos cuantitativos para tener un mejor resultado en cuanto al tipo de investigación a realizar.

La arquitectura sensorial según Sánchez & Callejón (2017) está comprendida por emociones y sensaciones percibidas del espacio a través de los sentidos, reflejándose primordialmente en el equilibrio psicológico y el bienestar de las personas. Se sabe que el espacio que cotidianamente habitamos es la vivienda y que ahora en época de confinamiento prácticamente se ha convertido en el único, tomando aspectos de Lehman (2011) como el diseño emocional creando una relación de la persona con el espacio puede generar estímulos en este caso positivos para el bienestar psicológico de las personas.

La vivienda para Sixsmith (1986) adopta un significado según las experiencias vividas y contexto en el que la persona se encuentre, clasificando las experiencias

en personales, sociales y físicas generadas bajo un ambiente emocional, relacionando la calidad y las cualidades espaciales con la autoexpresión, espacialidad y la relación de la persona con el entorno trae consigo la satisfacción de las personas que la habitan. A partir del confinamiento atravesado por la pandemia, se vieron expuestos desaciertos en la arquitectura de la vivienda (Cervio, 2020) , lo que afectó el bienestar psicológico de las personas transmitiendo emociones negativas a través de sensaciones espaciales interfiriendo con su salud mental. Para Suin, et al. (2020) las pandemias están relacionadas con el deterioro del bienestar de las personas, la falta de interacción social se asocia a malos resultados psicológicos, señala a la tranquilidad, la conexión y el control como factores principales para el bienestar psicológico de las personas. El relacionar arquitectura sensorial con la vivienda durante esta pandemia reflejan experiencias y emociones positivas en las personas siendo fundamentales para su bienestar subjetivo.

Esta pandemia ha traído consigo la manera de repensar la vivienda, generando la adaptación de las diversas actividades que se deben desarrollar dentro de ella como de ocio, convivencia y trabajo remoto debido al confinamiento. Se ha demostrado cómo características mínimas de la vivienda ausentes bajo las exigencias de la coyuntura actual podrían estar afectando a las personas en su bienestar psicológico como las condiciones de habitabilidad que conlleva al agravamiento en la calidad de vida, espacios resilientes que ayuden en esta nueva adaptación de actividades que se realizan dentro de la vivienda, confort y calidad ambiental generando impactos en la salud y lo más importante el equilibrio emocional que es necesario para percibir satisfacción y emociones positivas a través del espacio habitado (Cuerdo-Vilches, 2020). Por otro lado, Morales y otros (2020) describen como la adaptación al entorno forma parte del bienestar psicológico, de cómo explorar la conducta y comportamiento están asociados directamente con la salud y reacciones físicas como aceleración en la respiración, sudoración, etc, los que finalmente se derivan en reacciones emocionales como el estrés, ansiedad, depresión, son importantes de prevenir, todo esto moldeando las acciones de cada persona junto al estado anímico y la regulación de la forma de interacción social.

Dado que los sentidos constantemente cambian a lo largo de la experiencia vivida de las personas, se puede deducir que los entornos domésticos, es decir, las viviendas que equilibran el diseño emocional pueden aumentar el bienestar psicológico, la experiencia multisensorial y estrategias sensoriales que generen una relación entre la vivienda y sus usuarios, clasificadas en sistema visual, sistema auditivo, sistema gusto-olfato, sistema de orientación básica y sistema táctil o háptico. (Tauke & Schoell, 2009) (Wang, 2016)

La iluminación juega un importante papel en el sistema visual aunque se ha demostrado que existe un exceso de estímulo visual actualmente (Pallasmaa, 2014), la regulación de su aplicación en el hogar ofrece ventajas en la función y satisfacción de los usuarios, como por ejemplo tener efectos en el bienestar psicológico ya que existen estudios que relacionan cambios en la conducta emocional de las personas con la falta de exposición a la luz, como complemento de la luz existe el color, el cual tiene la capacidad de influir en las emociones y la percepción del espacio doméstico, el sistema auditivo por otro lado tiene la capacidad de relacionar al usuario con el espacio, contribuir a la orientación y comprensión espacial y a la interacción social, en confinamiento por el covid 19, utilizar la multi-sensorialidad evitando la sobrecarga en el diseño de una vivienda puede traer como consecuencia ambientes que mejoren el bienestar psicológico de las personas a través de los sentidos.

A partir de lo descrito podemos concluir que la arquitectura sensorial se compone del diseño emocional y concepción espacial los cuales tienen indicadores como el color, textura, ruido-sonido, olores, pertenencia-identidad, orientación, seguridad, tranquilidad, intimidad, iluminación y ventilación, así como también tenemos al bienestar psicológico que se compone del equilibrio emocional y la adaptación al entorno el cual logra relacionarse con la arquitectura sensorial a través de indicadores como la satisfacción, emociones positivas, estado de ánimo, interacción social, reacciones físicas y reacciones emocionales.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de Investigación**

La investigación tendrá un enfoque cualitativo ya que se orienta a las propiedades y cualidades de la arquitectura sensorial y de cómo se relaciona a partir de éstas con el bienestar psicológico.

Tendrá un diseño no experimental debido a que se tiene como objetivo indagar a fondo el fenómeno, haciendo uso de diversas fuentes de información, perspectivas e interpretaciones de las variables sin manipularlas deliberadamente.

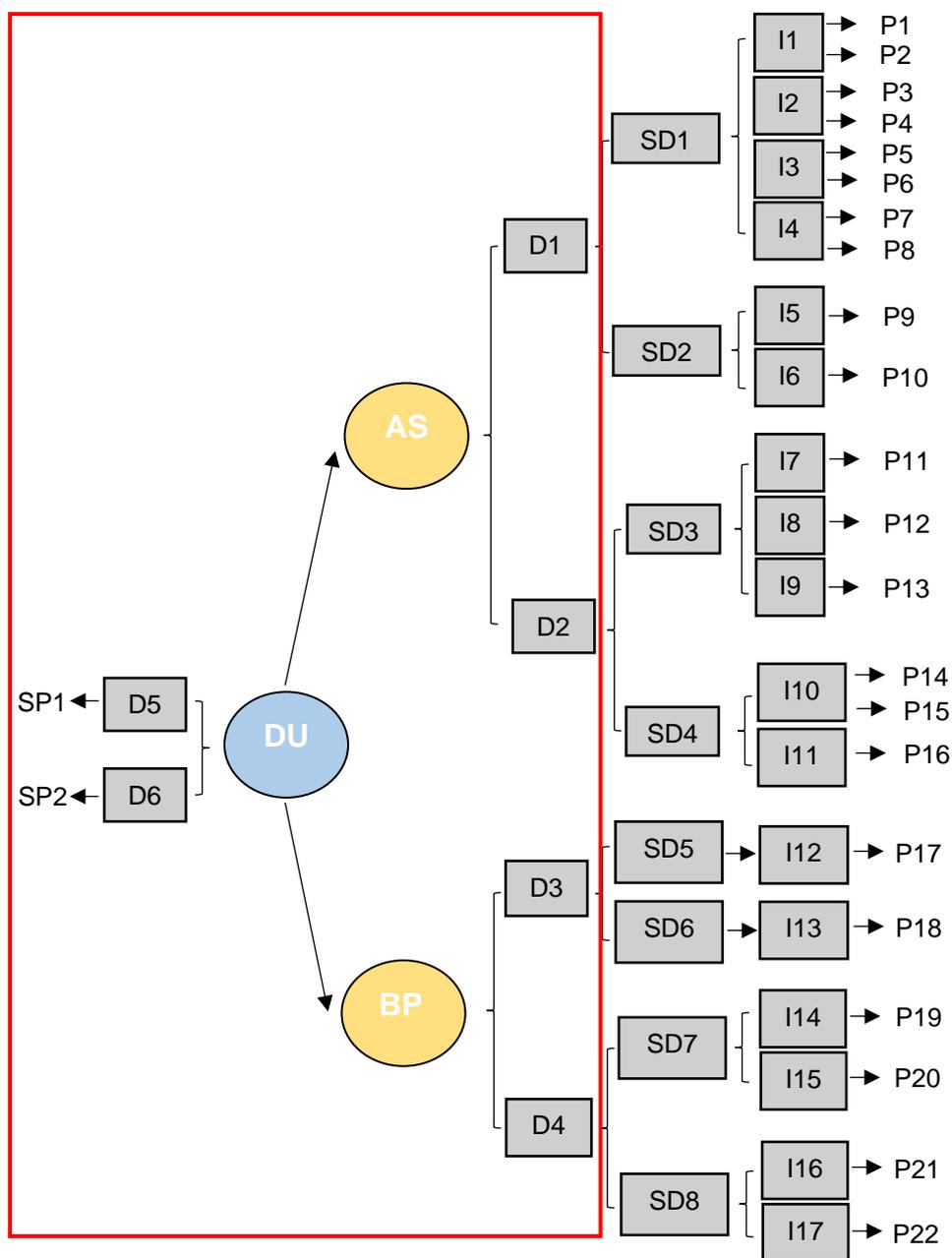
Por otro lado, será una investigación de tipo correlativo, por el hecho de que la variable de arquitectura sensorial influye en la variable de bienestar psicológico, así mismo encontrar la relación entre las dimensiones de dichas variables.

El estudio será transversal, debido a que el análisis de las variables y la recolección de datos se lleva a cabo en un tiempo y lugar determinado, en este caso el proceso de investigación transcurrirá en la ciudad de Chimbote en el año 2020.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

En esta investigación se realizó la operacionalización conforme a las dos variables que se utilizó en la que la variable de Arquitectura Sensorial compuesta por las dimensiones de diseño emocional y concepción espacial influye en la variable de Bienestar Psicológico compuesta por las dimensiones de equilibrio emocional y adaptación al entorno. Para esto se elaboró un esquema que representa la estructura de operacionalización de las variables (ver figura 1: Estructura de Operacionalización), de igual forma se realizó la matriz de operacionalización compuesto por la hipótesis, las variables antes mencionadas, los autores considerados para cada variable, sus dimensiones y subdimensiones, los indicadores de cada subdimensión finalizando con las preguntas que servirán para el cuestionario del instrumento (ver Anexo 1: Matriz de operacionalización).

figura 1: Estructura de Operacionalización



Nota: elaboración propia

**Hipótesis general:**  $(X \rightarrow Y) \leftrightarrow (X1 \rightarrow X2) \wedge (Y1 \rightarrow Y2)$

La arquitectura sensorial (X) influye en el bienestar psicológico (Y) ya que a través del diseño sensorial (X1) y la concepción espacial (X2) generan equilibrio emocional (Y1) y posibilita la adaptación al entorno (Y2) de las personas de Chimbote en situación de confinamiento en sus viviendas.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### **Población:**

En esta investigación se tomará en consideración como población el número de viviendas habitadas de la ciudad de Chiclaya, el cual está conformado según el Plan de Desarrollo Urbano (2020-2030) por 179 732 viviendas con los datos del INEI obtenidos del censo realizado en el año 2017.

#### **Muestra:**

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En dónde:

N= tamaño de la población

Z= nivel de confianza

P= probabilidad de éxito

Q= probabilidad de fracaso

D= error máximo admisible

Teniendo por consiguiente en la investigación una muestra constituida por 96 viviendas, en la que el margen de error y nivel confiabilidad corresponden a 10% y 95% respectivamente, ya que según López (2004) en el caso de investigaciones sociales con una población extensa, esto permite extraer de un modo válido la información.

#### **Muestreo:**

Para esta investigación se utilizará un muestreo probabilístico aleatorio simple, el cual según López (2004) se caracteriza por garantizar la misma oportunidad de inclusión en la muestra a todos los individuos que componen la población.

Para el muestreo se utilizó como población el número de viviendas de Chimbote, en el siguiente cuadro se demuestra el cálculo de muestra por vivienda con el margen de error y nivel confianza correspondiente según los autores.

*Tabla 2: muestra de la investigación*  
CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE UNA MUESTRA

MARGEN DE ERROR MAXIMO ADMITIDO	10%
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	179,732
TAMAÑO PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%	96

Fuente: universidad de granada

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

El estudio consta de 17 indicadores, de los cuales 11 pertenecen a la variable arquitectura sensorial y 6 corresponden a la variable de bienestar psicológico.

Para este proyecto de investigación se tomará como primer instrumento la encuesta ya que según Grasso (2006) es un procedimiento que permite obtener datos para la investigación a realizar de forma sistemática al igual que el registro detallado de estos, para ésta encuesta se realizará un cuestionario de 22 preguntas correspondientes a los indicadores de cada variable teniendo como respuestas opciones politómicas (ver Anexo 3: Guía de encuesta), según Asún & Zúñiga (2008) comúnmente son utilizadas en escalas de personalidad o actitudes ya que no existen respuestas que sean correctas o incorrectas, por lo que el interés es saber la intensidad. Las opciones politómicas serán a partir de la escala de Stapel, Malhotra (2008) menciona que tiene 10 puntos de calificación entre positivos y negativos sin punto medio lo que permitirá encontrar un resultado más confiable en cuánto a la intensidad de la respuesta.

Adicionalmente, se realizará una ficha de observación para la cual se realizará el levantamiento de información netamente para ciertos indicadores de la variable Arquitectura Sensorial mediante cinco (5) preguntas y al ítem de insertar imagen y/o video que se colocaron dentro de la encuesta, esto permitirá conocer la sensación que le transmite su vivienda al usuario. Para la ficha antes mencionada se hará una revisión bibliográfica que ayudará a valorizar de forma teórica y numérica la información que se recopile, se tomaran teorías del color, textura, iluminación, olores y ruido-sonido.

La teoría del color mencionada por Parodi (2002), explica como los colores están vinculados directamente con las emociones y sensaciones afirmando que la correcta combinación de ellos contribuye a combatir la depresión y el estrés, considerando a los colores cálidos como excitantes y energéticos, los colores fríos con dos sensaciones, tanto tranquilizantes como deprimentes, los colores neutros regularmente no logran transmitir nada por sí solos, incluso en la teoría del color de Goethe mencionada por Padrini & Lucheroni (2016) coinciden en que el blanco y negro no son considerados como colores sino como representantes de la luz y oscuridad y que por tal son inexpresivos y ausentes de energía (ver Tabla 3).

*Tabla 3: Teoría del color*

<b>COLOR</b>	
<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>SENSACIONES</b>
CÁLIDOS	Optimismo Energía
NEUTROS	Indecisión Ausencia de energía
FRÍOS	Melancolía Tranquilidad

Nota: Elaboración propia a partir de la teoría del color de Parodi (2002) y Padrini & Lucheroni (2016)

Las texturas según Dezcallar (2012) se llegan a transmitir según el contacto y presión que la piel de las personas tiene con el objeto, los tipos de texturas son capaces de transmitir diferentes tipos de sensaciones despertando estados de ánimo y creando reacciones ya sean positivas o negativas. Según lo sensorial las texturas van de áspero, rugoso, duro, a suave y liso, teniendo lo áspero connotaciones negativas como sensación desagradable y agresividad, mientras que lo rugoso, duro y lo suave y liso tienen connotaciones positivas dentro de lo psicológico como naturalidad y seguridad, fuerza y durabilidad, sensación agradable y calidez respectivamente. (ver Tabla 4)

*Tabla 4: Teoría de las texturas*

<b>TEXTURA</b>	
<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>SENSACIÓN</b>
ÁSPERO	Desagradable, agresividad
RUGOSO	Naturalidad, seguridad

DURO	Fuerza, durabilidad
LISO - SUAVE	Agradable, calidez.

Nota: Elaboración propia a partir de Dezcallar (2012)

El ruido – sonido influye en el confort y en el comportamiento de las personas en su vivienda y en sus relaciones sociales, estos sonidos pueden ser provenientes del exterior como también del interior, estos ruidos según OMS (1999) se miden a través del decibelio (dB) y realizaron un cuadro en donde muestra la presión sonora y sus sensaciones/Efectos en el oído. Esto nos permitirá tener consideración al momento de clasificarlos para la evaluación de las fichas propuestas (ver Tabla 5).

*Tabla 5: Teoría del ruido-sonido*

<b>RUIDO - SONIDO</b>		
<b>COMPOSICIÓN</b>		<b>SENSACIÓN</b>
CONTINUO	95 db A MAS	Sensación insoportable
INTERMITENTE	70 A 95 DECIBELES	Fondo incomodo causando molestia
SILENCIO	0 A 70 DECIBELES	Nivel de fondo necesario para descansar

Nota: Elaboración Propia a partir de conceptos de OMS (1999)

El olfato se encuentre entre los sentidos más importantes para el ser humano ya que con él podemos percibir los distintos olores que nos rodean conectándose con nuestro lado psicológico el cual produce nuestros estados de ánimo y para ello se clasifican los tipos de olores. Chastrette (2002) menciona que las percepciones olfativas están relacionadas con aspectos psicológicos y las clasificaciones reflejan procesos cognitivos difíciles y están sujetas a las necesidades y motivaciones de los autores. Chastrette (2002) cita a Linneo (1756) en el que propuso tres clasificaciones a las sensaciones del olor, esto son: agradable, indiferente y desagradable, estos olores varían en su composición ya que van desde el olor a desperdicios, polvo, pasto, florales, frutales, etc. (ver Tabla 6 )

*Tabla 6: Teoría del Olor*

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>SENSACIÓN</b>
OLOR PODRIDO, DESPERDICIOS ORGÁNICOS.	Desagradable
EL POLVO, EL PASTO FLORAL, FRUTAS,	Indiferente
MADERA, OLORES DE COMIDA	Agradable

Nota: Elaboración Propia a partir de Chastrette (2002)

Para Dudzinskas (2011) la iluminación como tal tiene la cualidad de transmitir sensaciones, describe como logra que nuestra memoria interactúe con el mundo actuando sobre las emociones, como es capaz de ubicar a las personas en el espacio, resaltando formas y colores, marcando relieves y texturas y moldear volúmenes de lo que nos rodea. Hace mención de como el simple hecho de percibir la luz en el entorno influye sobre el bienestar, y que la iluminación como tal no se mide a través de la cantidad si no de la calidad de como ésta complace las percepciones y sensaciones de la persona, la iluminación se compone a través de tres características que son alta reflectancia, transmitiendo sensaciones de alegría, energía y amplitud, baja reflectancia transmitiendo tranquilidad y calma y por último la oscuridad la cual tiene connotaciones negativas como el miedo, la indecisión y espacio reducido (ver Tabla 7).

*Tabla 7: Teoría de la iluminación*

<b>ILUMINACIÓN</b>	
<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>SENSACIÓN</b>
ALTA REFLECTANCIA	alegría, energía amplitud
BAJA REFLECTANCIA	tranquilidad, calma

## OSCURIDAD

espacio reducido, miedo,  
indecisión.

Nota: Elaboración propia a partir de Dudzinskas (2011)

### 3.5. Procedimientos

La encuesta será aplicada de manera virtual por la situación de pandemia por la que aún se está atravesando, sólo en el caso de la variable arquitectura sensorial se tomará una ficha de observación (ver Anexo 2: Guía de ficha de observación ) como segundo instrumento que será aplicado en la vivienda de cada encuestado, ésta ficha se llenará en base al levantamiento de información recopilada a través de uno de los ítems en la encuesta, obteniendo con el consentimiento del usuario registros fotográficos y/o videos de los espacios principales de su vivienda en el que se muestren los colores, texturas e iluminación de los ambientes en el que convive, en cuanto al indicador de aromas y ruidos se evaluará de acuerdo al tipo de sensación que la persona marque en los ítems anexados a la encuesta, todo esto será evaluado a partir de la revisión bibliográfica acerca de los indicadores correspondientes, realizando en paralelo la encuesta acerca del bienestar psicológico.

En primera instancia para demostrar la confiabilidad de los instrumentos se aplicó un protocolo de validación (ver Anexo 4: Guía de protocolo de validación) a profesionales compuestos por dos arquitectos y una psicóloga para luego pasar a realizar la encuesta, los datos obtenidos por la encuesta se analizaron a través del software SPSS codificando los resultados, en el caso de las fichas de observación se tomaron las 96 viviendas evaluadas para levantar la información requerida mediante la recolección de registros fotográficos y audiovisuales brindados por las personas que fueron parte de la encuesta, se realizó una valoración numérica de cada composición ( ver Tabla 8).

Tabla 8: Composición y valoración de los indicadores

COLOR	TEXTURA	RUIDO	OLOR	ILUMINACIÓN	V.N (Obs.)	E. S (Enc.)
Neutro	Áspero	Continuo	Olor Podrido, desperdicios orgánicos.	Oscuridad	0	-5, -4

Fríos	Rugoso	Intermitente	Polvo, pasto.	Baja Reflectancia	1	-3, -2, -1
Fríos con toques de cálidos	Liso – Suave	Intermitente con tendencia al silencio	Olores de Comida.	Mediana reflectancia	2	+1, +2, +3
Cálidos	Duro	Silencio	Floral, Frutas, Madera.	Alta reflectancia	3	+4, +5

Nota: Valor numérico (V.N.) para fichas de observación (Obs.) y Escala de Stapel (E.S.) para encuestas (Enc.).

### 3.6. Rigor Científico

Se aplicará el uso de una plantilla de validación de la encuesta y ficha de observación a los arquitectos Adeli Zavaleta Pita y Carlos Bardales Orduña y a la psicóloga Jennifer Fanny Aguilar Montero, con lo que se podrá demostrar la validez de estos instrumentos, de tal modo que, se comprobará con qué grado de confiabilidad se aprobará dicho instrumento, así también se garantiza la aplicabilidad del instrumento, de modo que pueda ser aplicado en investigaciones a futuro (ver

## Anexo 6: Protocolo de validación por expertos)

En el caso de las fichas de observación se realizaron tablas sustentadas por teorías de la revisión bibliográfica las cuales se componen por el color, la textura, la iluminación, los ruidos y los olores, a estas teorías se les otorgó un valor numérico del 0-3 agrupando los 10 puntos que inicialmente se propuso, esto solo en el caso de las fichas de observación para pasar a valorar el análisis (ver Tabla 8).

### 3.7. Método de análisis de datos

Para el procesamiento de datos de la investigación se optó por el software SPSS, el cual asiste a la organización y análisis de información de una manera factible y eficaz, por lo tanto, se obtendrá de esta manera un resultado más confiable en cuanto al instrumento aplicado.

Para la codificación de los datos en el SPSS se tomaron los resultados de las 96 encuestas realizadas para demostrar la fiabilidad del instrumento a través del análisis del alfa de Cronbach, dos mitades y KMO en los cuales se obtuvieron resultados admisibles que indican tener una buena consistencia. (ver Tabla 9, Tabla 10, Tabla 11, Tabla 12, Tabla 13, Tabla 14).

*Tabla 9: Resumen del Procesamiento de los casos*

	<b>N</b>	<b>%</b>
	Validos	96
Casos	Excluidos	0
	Total	96

*Tabla 10: Resumen del procesamiento de los casos*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,967	17

Nota: Datos obtenidos del SPSS

Tabla 11: Estadísticos total-elementos

		Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida
¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?	6,53	1635,430	,834	,959
¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda?	7,23	1642,530	,806	,960
¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?	8,60	1704,731	,544	,964
¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?	6,87	1622,395	,821	,959
¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?	7,20	1620,166	,835	,959
¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?	7,43	1613,564	,839	,959
¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?	6,63	1606,102	,909	,958
¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?	7,33	1616,368	,888	,958
¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?	7,50	1648,741	,790	,960
¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?	6,93	1625,306	,800	,960
¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?	6,10	1586,438	,906	,958
¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante este tiempo de confinamiento?	8,20	1633,131	,855	,959

¿Qué tanto han perdurado emociones positivas en Usted durante este tiempo de confinamiento?	8,23	1630,047	,860	,959
¿En qué nivel podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?	8,17	1625,937	,782	,960
¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?	8,40	1674,869	,582	,963
¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?	9,63	1750,723	,414	,965
¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?	8,07	1693,582	,498	,965

Nota: Datos obtenidos del SPSS

*Tabla 12: estadísticos de escala*

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
16,35	1782,315	42,217	17

*Tabla 13: Estadísticos de Fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	,964
		N de elementos	,9 <sup>a</sup>
	Parte 2	Valor	,914
		N de Elementos	8 <sup>b</sup>
	N total de elementos		17
	Correlación entre formas		,861

Coefficiente de	Longitud igual	,925
Spearman-Brown	Longitud desigual	,926
Dos mitades de Guttman		,913

Nota: Resultados obtenidos por SPSS

*Tabla 14: KMO y prueba de Bartlett*

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin		,931
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1944,454
	gl	136
	Sig.	,000

Nota: resultados obtenidos por SPSS

Por otro lado, para los datos cualitativos de la investigación se utilizaron las fichas de observación en las que se evaluó la vivienda a través de registros fotográficos y la descripción del usuario acerca de los olores y ruidos, tomando la muestra de las 96 viviendas evaluadas (Anexo 5: Fichas de observación de la muestra total )las fichas contienen la sensación y valoración del usuario para ser contrastadas con el juicio de valor a través de las teorías mencionadas y una valoración a criterio de los investigadores.

### **3.8. Aspectos éticos**

Al realizar la encuesta de manera voluntaria las personas brindaron el consentimiento para la utilización de los datos obtenidos para ésta investigación en los cuales no se revelarán los datos personales del encuestado, dentro de la encuesta existe un campo en el que los encuestados adjuntarán fotografías y/o videos de su vivienda, registros que se utilizarán dentro la investigación para la elaboración de fichas de observación, en fotografías y/o videos que aparezcan personas se borrarán los rostros para no revelar su identidad, así como también se hizo la consulta con el encuestado si sería posible volver a responder la encuesta en un futuro para tener la aprobación de su parte y enviársela nuevamente.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Descripción de los participantes**

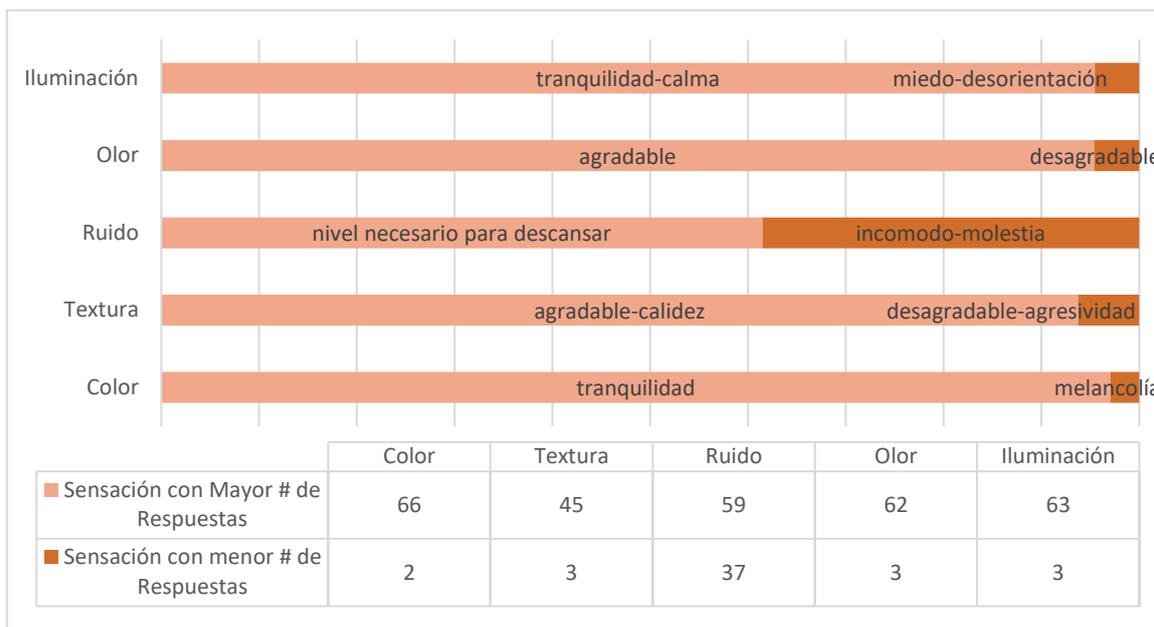
Los participantes fueron 96 habitantes de la ciudad de Chimbote de los cuales 46 (47.9%) fueron hombres y 50 (52.1%) mujeres, los instrumentos utilizados para la recolección de datos consistieron en una ficha de observación y una encuesta, la encuesta fue aplicada para determinar el rango de calificación acerca de las dos variables, y para la ficha de observación solo en el caso de la variable Arquitectura Sensorial se agregaron preguntas dentro de la encuesta para conocer la sensación que le transmitía su vivienda acerca del color, textura, ruido-sonido y olores para luego ser evaluadas por los investigadores de acuerdo a la revisión bibliográfica, los instrumentos fueron aplicados a solo un habitante por vivienda teniendo como condición ser mayor de edad, el rango mayor de edad entre los participantes estuvo entre los 22 a 24 años siendo el 22.9% (22 personas) participantes con 23 años, 18.8% (18 personas) con 22 años y 11.5% con 24 años.

### **4.2. Resultados de las variables**

#### **4.2.1 Resultados generales: sobre fichas de observación**

Para obtener la data de las fichas se adicionaron cinco (5) preguntas en la encuesta acerca de las sensaciones que le pueden transmitir su vivienda en el caso de los indicadores de color, textura, ruido-sonido, olores e iluminación, el 68.8% (66 personas) respondió sentir tranquilidad y el 2.1% (2 personas) respondió sentir melancolía en cuanto al indicador de color en su vivienda; el 46.9% (45 personas) respondió con la sensación de agradable-calidez y el 3.1% (3 personas) respondió con la sensación desagradable-agresividad en cuanto al indicador de textura; el 61.5 % (59 personas) y el respondió sensación de nivel necesario para descansar y el 38.5% (37 personas) respondieron con la sensación de incómodo-molestia en cuanto al indicador de ruido-sonido; el 64.6% (62 personas) respondió sensación agradable y el 3.1% (3 personas) respondieron con sensación desagradable en cuanto al indicador de olor; y el 65.6% (63 personas) respondió con una sensación de tranquilidad y calma y el 3.1% (3 personas) respondieron con la sensación de miedo-desorientación en cuanto al indicador de iluminación (ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Resultados de las fichas de observación

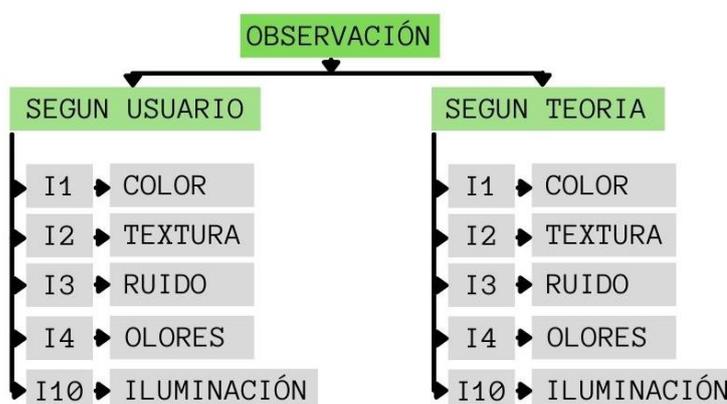


Nota: elaboración propia indicando las sensaciones respondidas por los usuarios.

#### 4.2.1.1. Codificación de datos: según usuario y según teoría

Se codificó la data obtenida de las 96 fichas de observación en el software SPSS, para identificar las correlaciones que existen entre lo que el usuario respondió y lo que dice la teoría acerca de la arquitectura sensorial, se agruparon las respuestas por indicadores para obtener el total, para esto se realizó un promedio aritmético sumando los indicadores del I1 al I4 que son el color, textura, ruido-sonido respectivamente, incluyendo también el indicador I10 que pertenece a Iluminación y dividiéndolo entre el número de estos (ver figura 2: agrupación de indicadores en fichas de observación).

figura 2: agrupación de indicadores en fichas de observación



Nota: Agrupación de indicadores por resultados de usuario y teoría.

#### **4.2.1.2. Correlaciones: según usuario y según teoría**

Se analizó los resultados de la data de las fichas de observación obtenido mediante las ecuaciones para determinar si correspondía a una prueba estadística paramétrica o no paramétrica, se utilizó la prueba de K-S para una muestra el cual arrojó como resultado que la distribución es normal ( $p < 0.05$ ) confirmando con esto ser una prueba no paramétrica.

Se realizó el análisis de correlaciones con pruebas no paramétricas tomando por teoría Spearman ya que, según Martínez R., Tuya, Martínez M., & Cánovas (2009) es una medida que utiliza rangos, obteniendo como resultados un coeficiente de correlación de 0.530 el cual indica una correlación fuerte y positiva arrojando también una significancia ( $p=0.00$ ) que demuestra la existencia de correlación entre lo que respondió el usuario y la teoría.

#### **4.2.2. Resultados generales: sobre encuesta**

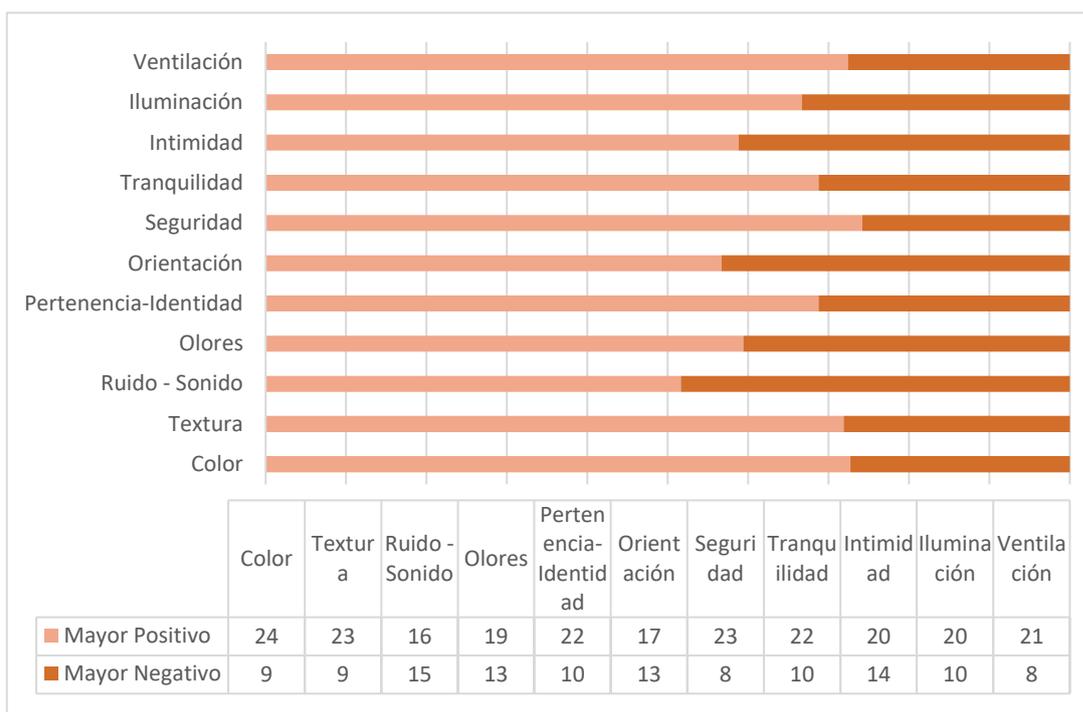
##### **4.2.2.1. Primera parte del instrumento: sobre arquitectura sensorial**

En cuanto a la encuesta la primera parte correspondiente a la variable *arquitectura sensorial* consta de 11 preguntas para conocer solo el rango con el que califican sus viviendas excluyendo la data sobre las preguntas de sensaciones ya que pertenecen a las fichas de observación. Del instrumento, seis (6) preguntas pertenecen a *sistemas sensoriales* (D1) habiendo obtenido como resultados que el 25% (24 personas) calificó con la opción de +3 y el 9% (9 personas) con la opción -3 a la pregunta sobre el indicador de color; un 24% (23 personas) calificó con la opción +4 y el 10% (9 personas) con la opción -4 a la textura; un 17% (16 personas) calificó con la opción +1 y un 16% (15 personas) con la opción -2 al indicador de ruido-sonido; un 20% (19 personas) calificó con la opción +2 (el cual significa *agradable*) y un 13% (13 personas) con la opción -3 al indicador de olor; un 23% (22 personas) calificó con la opción +4, un 10% (10 personas) la opción de -4 al indicador de pertenencia-identidad y un 18% (17 personas) calificó con la opción +3 y 13% (13 personas) con la opción -3 al indicador de orientación.

Las cinco (5) preguntas restantes pertenecen a *concepción espacial* (D2) teniendo como resultados que un 24% (23 personas) calificó con la opción +4 y el 8% (8 personas) la opción -3 al indicador de seguridad ; un 23% (22 personas) calificó con

la opción +3 y 10% (10 personas) con la opción -3 al indicador de tranquilidad; un 21% (20 personas) que calificaron con la opción +3 y el 15% (14 personas) con la opción -3 al indicador de intimidad; un 21% (20 personas) calificó con la opción +5 y el 10% (10 personas) con la opción -3 al indicador de iluminación, por último un 22% (21 personas) calificó con las opciones de +4 y el 8% (8 personas) con la opción -3 al indicador de ventilación (ver Gráfico 2: resultados de primera parte de encuestas: Arquitectura sensorial).

Gráfico 2: resultados de primera parte de encuestas: Arquitectura sensorial

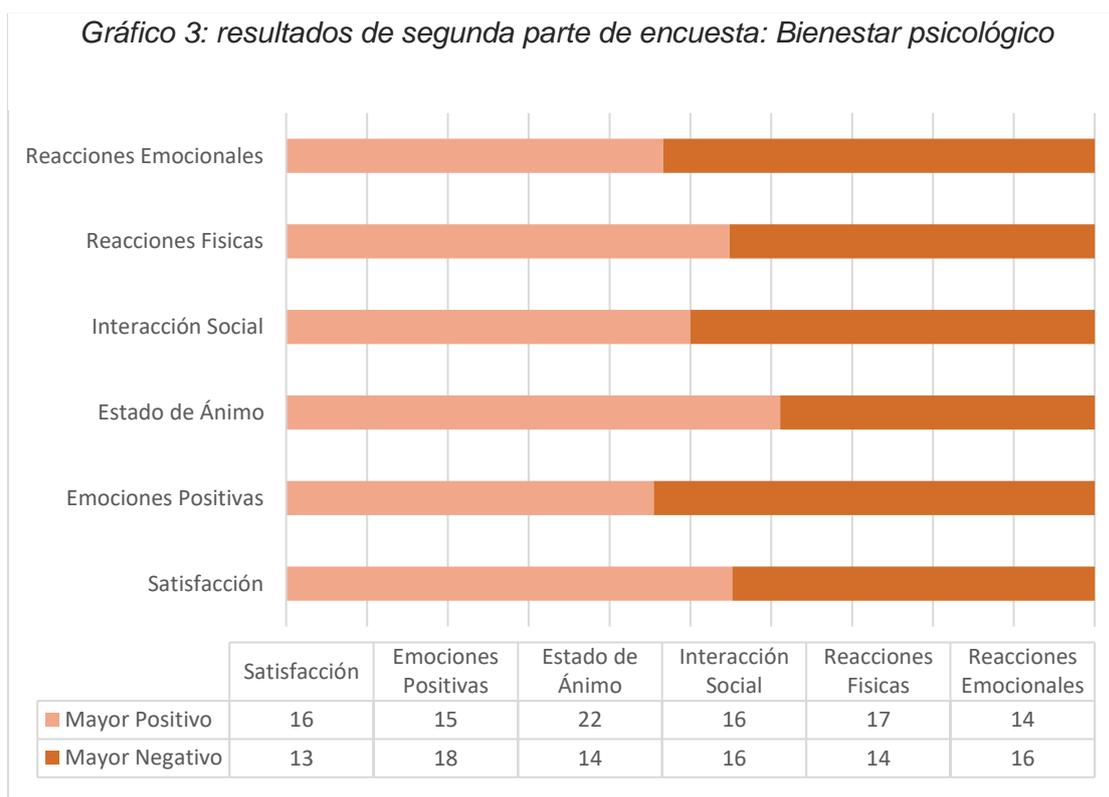


Nota: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

#### 4.2.2.2. Segunda parte del instrumento: sobre el bienestar psicológico

La segunda parte de la encuesta consta de seis (6) preguntas que corresponden a la segunda variable *bienestar psicológico* para conocer el rango con el que califican este mismo, dos (2) preguntas pertenecen a *equilibrio emocional* (D3) obteniendo como resultados que el 17% (16 personas) calificó con las opciones de +4, y el 14% (13 personas) con la opción -4 al indicador satisfacción, el 19% calificó con la opción de -3 y el 16% (15 personas) con la opción de +4 al indicador de emociones positivas; las cuatro (4) preguntas restantes de esta segunda parte pertenecen a la *adaptación al entorno* (D4) obteniendo como resultados que el 23%(22 personas) calificó con la opción de +2 y el 15% (14 personas) con la opción de -4 al indicador

de estado de ánimo, el 17% (16 personas) calificó con las opción de -3 al igual que con la opción +2 al indicador de interacción social, el 18% (17 personas) calificó con la opción de +1 y el 15% (14 personas) con la opción de -2 al indicador de reacciones físicas y el 17% (16 personas) calificó con la opción de -3 y el 15% (14 personas) con opción de +1 al indicador de reacciones emocionales (ver Gráfico 3: resultados de segunda parte de encuesta: Bienestar psicológico).



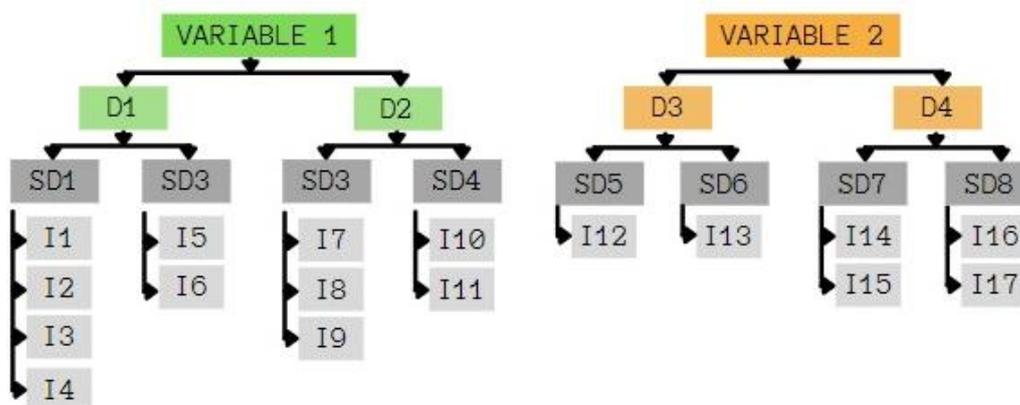
Nota: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

#### **4.2.2.3. Codificación de datos: sobre variables**

Se codificó la data obtenida de la encuesta en el software SPSS excluyendo los resultados sobre las preguntas de sensaciones ya que pertenecen a las fichas de observación, para identificar las correlaciones que existen entre las variables se realizaron diversos cálculos desde indicadores hasta dimensiones, empezando por la primera ecuación sumando los indicadores y dividiéndolos entre el número de estos para obtener el promedio de las subdimensiones SD1 a la SD8 a partir de los indicadores I1 al I17 (figura 3: ejemplo de agrupación de elementos), siguiendo con el cálculo en el caso de las dimensiones D1 a D4 se tomaron los resultados de las subdimensiones SD1 al SD8 sumando sus coeficientes (ver Ecuación 1: ejemplo

del cálculo de variables), obteniendo por último el resultado de las variables a partir del cálculo de las dimensiones (ver Ecuación 1: ejemplo del cálculo de variables).

figura 3: ejemplo de agrupación de elementos



Ecuación 1: ejemplo del cálculo de variables

$$V_1 = aD_1 + bD_2$$

Nota: aplicada para calcular las variables con los resultados de dimensiones

#### 4.2.2.4. Correlaciones: sobre variables

Se pasó a procesar los resultados obtenidos a través de las ecuaciones realizadas en ambas variables, en primera instancia para determinar si correspondía a una prueba estadística paramétrica o no paramétrica, esto se consiguió con la prueba de K-S para una muestra, la cual arrojó como resultado que la distribución es normal ( $p < 0.05$ ) confirmando con esto ser una prueba estadística no paramétrica.

Habiendo determinado que pertenece a una prueba estadística no paramétrica se tomó por teoría según Martínez R., Tuya, Martínez M., Pérez, & Cánovas (2009) el análisis de correlaciones de Spearman obteniendo como resultados un coeficiente de correlación de 0.754 el cual indica una correlación fuerte y positiva arrojando también una significancia favorable ( $p < 0.05$ ).

#### 4.3. Resultados de la regresión lineal

La arquitectura sensorial (X) influye en el bienestar psicológico (Y) ya que a través del diseño sensorial (X1) y la concepción espacial (X2) se genera equilibrio psicológico (Y1) y posibilitan la adaptación al entorno (Y2) de las personas de Chimbote en situación de confinamiento en sus viviendas (ver 3.2. Variables y

operacionalización). Dado que la hipótesis<sup>3</sup> proponía la relación de las variables, es lo que se demostró con esta prueba de regresión lineal.

Con el análisis de regresión lineal se calculó la medida de dependencia entre las variables arquitectura sensorial y bienestar psicológico, haciendo la prueba se colocó primero como independiente a la arquitectura sensorial y dependiente al bienestar psicológico luego se colocó a bienestar psicológico como independiente y a arquitectura sensorial como dependiente obteniendo en los dos modelos un valor de  $R^2 = 0.634$  siendo este valor ( $> 0.6$ ) según Martínez R., Tuya, Martínez M., Pérez, & Cánovas (2009) un rango de relación fuerte, teniendo también una significancia favorable ( $p < 0.05$ ) (ver Tabla 15: resultados de  $R^2$ ), se confirmó que ambas variables son dependientes, de igual manera se trabajó el gráfico de dispersión en el que se demuestra claramente esta dependencia ya que mientras una aumenta la otra de igual manera (ver Gráfico 4: Gráfico de dispersión)

Tabla 15: resultados de  $R^2$

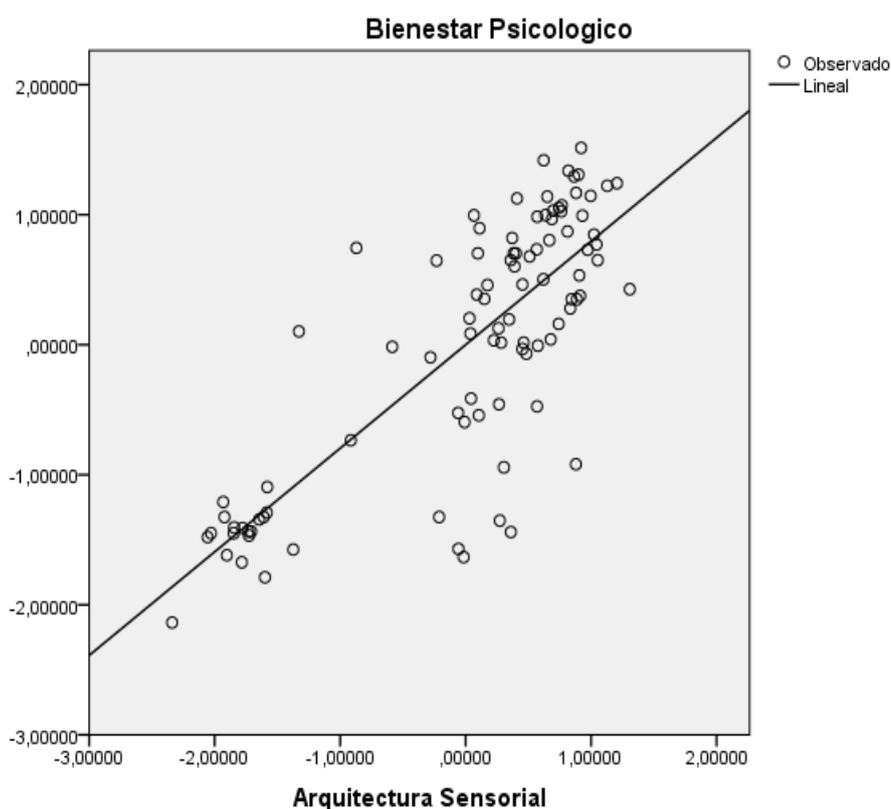
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Cambio en R cuadrado	Estadísticos de cambio Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,796 <sup>a</sup>	,634	,630	,60799061	,634	162,998	1	94	,000

a. Variables predictoras: (Constante), Arquitectura Sensorial

Nota: tabla obtenida del SPSS en la prueba de  $R^2$  poniendo arquitectura sensorial como variable independiente.

<sup>3</sup>  $(X \rightarrow Y) \leftrightarrow (X1 \rightarrow X2) \wedge (Y1 \rightarrow Y2)$

Gráfico 4: Gráfico de dispersión



Nota: Muestra de interacción entre variables obtenido en SPSS

#### 4.4. Validez

Se calcularon las variables a través de los resultados de encuesta en la que se utilizó la escala de Stapel mencionada en la metodología que consta de 10 puntos desde el -5 al +5 (ver Tabla 8), permitiendo recopilar una data confiable de cada variable la cual fue operacionalizada agrupando desde los indicadores hasta llegar a la variables (ver figura 3: ejemplo de agrupación de elementos) para luego determinar la correlación entre ellas, esta fue determinada a través de la prueba de regresión lineal en la cual se obtuvo un coeficiente de 0.634 junto a una significancia favorable ( $p < 0.05$ ), demostrando junto al gráfico de dispersión el tipo de interacción que existe entre ambas siendo una correlación fuerte y positiva.

Parte de la data recopilada en las encuestas de los indicadores I1, I2, I3, I4 e I10 (ver Anexo 1: Matriz de operacionalización), sirvió para desarrollar las fichas de observación, donde se agruparon los 10 puntos de la escala de Stapel (encuesta) en una valoración numérica del 0 al 3 (observación) colocándose en la composición

de cada indicador (ver Tabla 8), estos resultados obtenidos fueron luego contrastados a través de un análisis de correlación con el objetivo de demostrar convergencia entre la teoría y lo empírico por la prueba de Spearman ya que con la prueba de K-S (K-S;  $p=0.00$ ) demostró ser no paramétrica, el coeficiente de Spearman resultó 0.530 y una significancia aceptada ( $p<0.05$ ) comprobando con esto la convergencia, validando así los instrumentos aplicados.

## **4.5. Discusión de los resultados**

### **4.5.1. Arquitectura sensorial**

Respecto a los resultados obtenidos en la que se demostró la relación entre la arquitectura sensorial y el bienestar psicológico refiriéndose a la vivienda, se puede deducir que lo mencionado por Wang (2016) y Tauke & Schoell (2009) es cercano a la realidad, ya que para estos autores el equilibrio de un diseño emocional genera bienestar psicológico, sin embargo con los resultados de las viviendas no solo se obtuvo un mayor número de respuestas en rangos elevados y positivos de la escala de diseño emocional acerca del color, textura, ruido-sonido, olor, identidad-pertenencia, orientación, sino también en cuanto a concepción espacial que son la seguridad, tranquilidad, intimidad, iluminación y ventilación por lo cual se comprobó que en realidad la relación entre la existencia y equilibrio del diseño emocional y la concepción espacial en las viviendas es lo que realmente tiene un efecto positivo en el bienestar psicológico.

Según Bahamón y Álvarez (2010) la arquitectura se experimenta con todo el cuerpo, desde la percepción de cualidades, materiales y escala del espacio hasta la constante interacción de los sentidos, mencionan acerca de cómo la experimentación con la luz, el color y el sonido específicamente han permitido el surgimiento de arquitecturas que estimulan las sensaciones y las percepciones de quienes las aprecian, a pesar de que estos autores mencionan acerca de la experimentación de la arquitectura solo hacen presente a la luz, el color y el sonido los cuales solo implican a dos sentidos, por lo que en los resultados de la investigación se demostró que los cinco sentidos si logran interactuar con la arquitectura y en este caso la arquitectura de su vivienda, entre los cuales tenemos al sentido del tacto o háptico tomando a la textura descrita por Dezcallar (2012) el cual menciona que son capaces de transmitir diferentes tipos de sensaciones

influyendo en el estado anímico de las personas y crear reacciones positivas, al igual que ruido-sonido y el olor, que si bien es cierto antes de la pandemia y del confinamiento domiciliario no se les daba mayor importancia al diseñar una vivienda, en los resultados de la investigación se ha podido reflejar su aporte sobre todo en el contexto actual estando en confinamiento, ya que el mayor número de sensaciones transmitidas por estos aspectos fueron positivas tales como la tranquilidad, calidez, nivel necesario para descansar y sensación agradable, teniendo también rangos positivos, entre ellos el +4, el cual se encuentra entre los más altos de la escala.

Para Sixsmith (1986) la vivienda adopta un significado según experiencias vividas y contexto en el que la persona se encuentre a partir de las cualidades y calidad espacial, por otro lado Casal (1978) explica que prácticamente no existe un “hombre estándar” el cual defina los aspectos a considerar para un entorno sensorial ya que las características del ambiente físico están condicionadas por la actividad que se desarrollará en éste, lo mencionado por el primer autor tiene cierta veracidad acerca de que la calidad así como las cualidades de la vivienda tiene que ver mucho con lo que las personas puedan sentir habitándolo lo cual se ha comprobado al evaluar las viviendas de Chimbote, sin embargo, este autor también hace referencia al contexto que posiblemente debe ser positivo como parte de que la vivienda adopte un significado que también sea positivo, lo cual se niega con esta investigación ya que en esta situación de pandemia, Chimbote ha sido considerado uno de los epicentros estando mayor tiempo en un contexto de confinamiento domiciliario, es decir un contexto mayormente negativo. A pesar de que los resultados obtenidos mostraron un deterioro en el bienestar psicológico, las sensaciones transmitidas por sus viviendas fueron positivas en su mayoría, y sobre todo el mayor porcentaje de usuarios se sienten identificados con sus viviendas en un elevado rango positivo, en este caso +4, estos resultados reflejan que a pesar del contexto y de los cambios en los que la vivienda ha tenido que adaptarse de un día para otro a cumplir funciones no solo de residencia, deduciendo que esto se debe a que la vivienda se identifica como un espacio con significado a través de una dimensión simbólica encontrada en la investigación, destacando que más allá de ser algo material, se vive y experimenta por cada persona de manera diferente y particular tal como lo mencionaba el segundo autor, ya que también entre los resultados con mayor

número de respuestas en cuanto a los rangos negativos llegan a ser entre -3 y -4, hemos podido comprobar que si bien es cierto la vivienda cumple una función de residencia se ha podido adaptar a las nuevas funciones y cambios que han podido tener al igual que los usuarios, en los resultados de concepción espacial surgen respuestas positivas por parte del usuario en cuanto a seguridad, tranquilidad, intimidad, los cuales son aspectos considerados importantes para habitar un espacio, descartando que el espacio esté condicionado por su función.

Casal (1978) menciona acerca de la importancia de proveer un entorno sensorial adecuado al usuario haciéndolo partícipe al percibir el espacio por medio de todos sus sentidos el cual tendría un impacto positivo en su bienestar psicológico, esto a través de las necesidades y exigencias ambientales del usuario sin embargo, en la investigación la percepción de los espacios no fueron tomados desde las características ambientales sino más bien físicas, propias de la vivienda en las que éstas se transforman en sensaciones las cuales fueron positivas, por otro lado Vidal y Pol (2005) describe a la relación persona entorno con dos conceptos, la acción-transformación la cual hace referencia a la territorialidad, es decir, hacer suyo un espacio y la identificación simbólica que se refiere a sentir un espacio como propio, y que estos dos conceptos son entendidos como el entorno sensorial adecuado, en lo cual se encontró relevante solo a la identificación simbólica la cual es cercana a la dimensión simbólica encontrada en la investigación ya que los resultados mostraron como lo material trasciende a lo sensorial, vinculados a procesos afectivos, cognitivos y de identidad para los usuarios dentro la vivienda y como lo que es percibido por los sentidos se transforman en sensaciones en este caso positivas demostrando como se presenta la arquitectura sensorial en las viviendas de Chimbote y como contribuye con el bienestar psicológico.

Dudzinskas (2011) hace mención de como el simple hecho de percibir la luz en el entorno influye sobre el bienestar, y que la iluminación como tal no se mide a través de la cantidad si no de la calidad de cómo ésta complace las percepciones y sensaciones de la persona. Por otro lado, Pallasma (2014) menciona como la multisensorialidad en las viviendas tiene como consecuencia ambientes que favorecen al bienestar psicológico de las personas, y que incluso existen estudios que relacionan la falta de exposición a la luz con cambios negativos en la conducta

emocional en las personas, de lo cual diferimos ya que aunque los resultados como del color, textura, ruido-sonido y olor demuestran la multisensorialidad con un nivel de rango alto y sensaciones positivas, con la iluminación sucede lo contrario, el nivel de rango se muestra alto pero la sensación es negativa siendo ésta miedo-desorientación, es decir que si la falta de exposición tiene un significado negativo para los usuarios, la sobrecarga de ésta genera lo mismo.

#### **4.5.2. Bienestar psicológico**

La segunda variable trae consigo resultados en el que demuestra cuanto se ha afectado la psicología de las personas en la permanencia de su vivienda ya que en el equilibrio emocional y adaptación al entorno se obtiene rangos positivos bajos y una brecha muy corta con el rango negativo, siendo una muestra que la vivienda de los encuestados en su aspecto arquitectónico es ineficiente en pandemia.

Cervio (2020) expuso los desaciertos en la arquitectura de la vivienda y la interferencia con la salud mental de las personas a causa del confinamiento domiciliario, y pese a que la autora haya analizado más allá de lo que cita a través de su diseño de instrumento (Encuesta) en el que uso durante su investigación, no puede afirmar con exactitud este tipo de información ya que no demuestra empíricamente como habita el encuestado en su hogar. El cual, en esta investigación se consideró el diseño de un segundo instrumento que es la Ficha de Observación el que nos posibilita evaluar las sensaciones a través de la fotografía de las viviendas permitiéndonos analizar la realidad en función de la valorización haciendo uso de la teoría. Lo mencionado por Hernández et al, (2003) se asimila a lo anterior, ya que considera a la observación como el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o la conducta manifestada. Blaxter, Hughes, & Tight (2000) describen como es que, a través de métodos o técnicas de observación, los investigadores descubren los problemas observando, registrando y analizando los hechos de interés, de esta manera se comprueba que un segundo instrumento como es la Ficha de Observación como evaluación al usuario y su vivienda, es más sostenible la información sobre la realidad.

Especificando lo mencionado anteriormente, la mayor negatividad se encuentra en reacciones emocionales, en el que se consideró emociones (estrés, ansiedad, depresión) como parte de la pregunta para obtener una respuesta más precisa,

también figura la interacción social en el que son pertenecientes a adaptación al entorno en el que tienen niveles de mayor rango negativo que equivalen el 17% de los encuestados. Brooks et al. (2020) revela que las personas son más propensas a desarrollar varios síntomas relacionados a problemas psicológicos, por ejemplo, estrés, depresión, fatiga emocional, insomnio y signos de ansiedad cuando se encuentran bajo encierro, pese a que lo mencionado por este autor es aceptable, no tiene una verdad absoluta pues ya que generaliza a las personas que se encuentran en encierro sin identificar en qué tipo de contexto o habitación se encuentran, por lo que no considera que por ejemplo la vivienda y los ambientes en el que convive el usuario son los que contribuyen e influyen a generar aún más estas sensaciones y es erróneo no hacerlo ya que en la investigación se comprueba que evaluando al usuario y a la par también a la vivienda, desde los cinco sentidos en el que una persona puede percibir tales como es el Color, Textura, Iluminación, Olor y Ruido, se comprende mejor el motivo del porqué del sentir de aquellas emociones negativas que repercute en la salud mental. Este autor concuerda lo mencionado sobre la relación del usuario con el espacio, la experiencia multisensorial y estrategias sensoriales que generen una relación entre la vivienda y sus usuarios, clasificadas en sistema visual, sistema auditivo, sistema gusto-olfato, sistema de orientación básica y sistema táctil o háptico (Tauke & Schoell, 2009) (Wang, 2016), de esta forma obtenemos que el evaluar a los dos puntos Persona - Espacio es necesario para conocer su procedencia de aquellos síntomas de problemas psicológicos.

Aunque era notorio la proximidad del confinamiento debido a la pandemia, no se sabía cuánto afectaría a la persona lo que en los resultados se refleja lo negativo a lo que el siguiente autor tiene un acercamiento a la problemática, Sun, et al. (2020) relaciona las pandemias con el deterioro del bienestar psicológico y señala que la tranquilidad es uno de los factores principales para obtener lo contrario. Si bien es cierto que la tranquilidad es un gran factor para generar la estabilidad, el autor no consigue explicar cómo la tranquilidad se puede conseguir en pandemia dentro de la vivienda siendo ella la principal protagonista ante el deterioro del bienestar psicológico, cuya solución se puede otorgar usando de manera ideal los materiales entre ellos el color ya que es una de las características físicas que tiene una respuesta sensorial positiva con mayor porcentaje en la investigación obteniendo

con un rango de +3. Esto muestra un acercamiento de la arquitectura sensorial como alternativa o aspecto a tener en cuenta en una propuesta para el bienestar psicológico, es fundamental y no solo considerarlo como aspecto visual si no a lo que puede generar. Cirlot (1992) menciona que el color es la gama de sentimientos y reacciones que se originan en la mente simultáneamente, no obstante, lo que menciona el autor y su propósito al hacerlo es más enfocado al simbolismo y aunque tiene certeza en su pensar, hoy por hoy el simbolismo del color va perdiendo su valor para dar paso a nuevos colores en el que genere a los residentes en su vivienda, emociones y sensaciones para encontrar estabilidad ante la pandemia.

A pesar de lo negativo, el bienestar psicológico puede mejorar su relación con la arquitectura que mantiene con la vivienda para ello los autores muestra su pensar en el que se acerca al propósito. Diener y Biswas-Diener (2008) mencionan la relevancia de la satisfacción y de las emociones positivas y una alta calidad en las relaciones interpersonales como componentes hacia el bienestar psicológico, de todos modos estos puntos en el que alega el autor acerca del bienestar psicológico se muestra inconclusas ya que conforme a nuestra estudio para llegar a lo mencionado se necesita primordialmente un buena relación entre el espacio y la persona para lograr la satisfacción y de ahí depende sus emociones con la relaciones sociales. Lehman (2011) el diseño emocional crea una relación de la persona con el espacio, en el puede generar estímulos en este caso positivos para el bienestar psicológico de las personas. El autor mencionado convalida nuestra teoría conforme a cómo llegar al Bienestar Psicológico.

## **V. CONCLUSIONES**

Las viviendas en Chimbote han demostrado cumplir con la principal función de la arquitectura sensorial que es la de generar emociones y sensaciones necesarias mediante la percepción del espacio para lograr el equilibrio que se necesita para el bienestar psicológico de las personas.

Los estímulos originados por las viviendas en situación de pandemia han resultado ser positivos trayendo consigo la satisfacción del ocupante, a excepción de la iluminación, en la que se demostró que existe una sobrecarga de ésta significando

algo negativo hacia el ocupante. Si bien es cierto que la multisensorialidad a través del color, textura, iluminación, olor, ruido-sonido trae consigo buenos resultados, es necesaria la regulación de todo esto para conseguir un resultado adecuado.

Podemos afirmar que existe un deterioro en el bienestar psicológico de los habitantes de Chimbote ya que al ser identificado como uno de los epicentros de pandemia el tiempo de confinamiento domiciliario se alargó, las emociones positivas y las reacciones emocionales como el estrés, ansiedad y depresión fueron las que se vieron mayormente afectadas, problemas que muestran mejoría con aspectos de la arquitectura sensorial como el color, textura, olor, ruido-sonido e iluminación.

La vivienda en esta situación de pandemia ha adoptado un rol protagónico en la vida de las personas, ya que se encuentra cumpliendo la función de todas las actividades que una persona realiza normalmente fuera de casa como las recreativas, educativas y productivas, a pesar de esta sobrecarga de actividades la vivienda ha sabido adaptarse al igual que los mismos habitantes ya que aún en esta situación se encuentran identificados con su vivienda y la seguridad, intimidad y tranquilidad se ha visto afectada de forma positiva.

Por lo tanto, la vivienda aun siendo construida de manera empírica puede llegar a conseguir la estabilidad y el equilibrio para el bienestar psicológico de sus residentes con la contribución de lo sensorial ya que relacionar las sensaciones positivas con el espacio habitado crea un significado para los que lo habitan.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Para plantear propuestas integrales además de centrarse en técnicas o estética se debe tener en cuenta las experiencias de los usuarios, su forma de vivir y su sentir, dentro del contexto actual de pandemia y ubicándose en Chimbote, replantear la forma en la que se conciben los espacios interiores de una vivienda, teniendo en cuenta que está conformada por diversas dimensiones a considerar en el proceso de diseñar, construir o habitar.

La arquitectura sensorial está sujeta al mecanismo psicológico de las interacciones entre el usuario y su entorno, en las que las emociones humanas son el vínculo más directo para que los arquitectos puedan comunicarse con los usuarios.

El uso de los dos instrumentos en conjunto fue indispensable ya que era necesario comparar lo teórico junto a lo empírico para poder obtener resultados más certeros, comprobándose que las sensaciones transmitidas a los usuarios mediante sus viviendas difieren en algunos aspectos.

## Referencias

Sánchez-Fúnez, A., & Callejón-Chinchilla, M.-D. (2017). EMOCIÓN Y SENSACIÓN EN ARQUITECTURA COMO BASE PARA EL DISEÑO ARQUITECTÓNICO. *Arte y Sociedad Revista de investigación*, 11.

Asún, R., & Zúñiga, C. (2008). Ventajas de los Modelos Politómicos de Teoría de Respuesta al ítem en la Medición de Actitudes Sociales: El Análisis de un Caso. *Psykhé (Santiago)*, 103-115.

Bahamón, A., & Álvarez, A. M. (2010). *Luz Color Sonido: efectos sensoriales en la arquitectura contemporánea*. Barcelona: Parramón Arquitectura y Diseño.

Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2000). *Cómo se hace una investigación*. Barcelona: Gedisa.

Brooks, S., BWebster, R., Smith, L., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The lancet*, 395(10227), 912-920.

Casal, J. M. (1978). La arquitectura del Bienestar: el ambiente físico. *Revista Informes de la construcción* 31.

Castillo, K. G. (2009). *Criterios de diseño poli-sensorial aplicables a la arquitectura habitacional en la ciudad de Loja*. Tesis Doctoral. Loja.

Cervio, A. (2020). *Prácticas y emociones durante el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio por COVID-19 en hogares urbanos de Argentina*. Buenos aires.

- Chastrette, M. (2002). Classification of odors and Structure - odor relationships. En *Olfaction, Taste, and cognition*. New York: Cambridge University Press.
- Cirlot, J. E. (1992). *Diccionario de Simbolos*. Barcelona: Editorial Labor, S.A.
- Cordoba, S., & García, X. (2003). *Hacia una arquitectura sensorial*.
- Cuerdo-Vilches, T. (2020). Repensar la vivienda tras la pandemia. *The Conversation*.
- Dezcallar Sáez, T. (2012). *Relación entre procesos mentales y sentido háptico: emociones y recuerdos mediante el análisis empírico de texturas*. Barcelona: Tesis Doctoral.
- Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2008). *Rethinking happiness: The science of psychological wealth*. Malden: Blackwell Publishing.
- Dirección Regional de Salud de Áncash. (2020). *Sala situacional Covid-19*.
- Dudzinskas, N. S. (2011). *La iluminación como arte en el diseño*. Buenos Aires: Tesis doctoral.
- Gatica, P. P. (2015). *Diseño y emoción, La vinculación de dos conceptos como propuesta cultural, tesis doctoral*. Barcelona.
- Grasso, L. (2006). En L. Grasso, *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Editorial Brujas.
- Grau, J. E. (2016). Entrevistas, Encuestas y cuestionarios.
- Gross, J. (2014). Emotion regulation: conceptual and empirical foundations. En *Handbook of emotion regulation* (págs. 3-20). New York: Guilford publications.
- Gross, J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects. En *Psychological inquiry* (págs. 1-26).
- Gross, J., & Thompson, R. (2007). Emotion regulation: conceptual foundations. En *Handbook of Emotion Regulation* (págs. 3-24). New York: Guilford Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la investigación (3a ed.)*. México: McGraw-Hill.

- Hernández-Carrillo, G., & Velázquez-Rodríguez, S. (2014). Vivienda y Calidad de Vida. Medición del hábitat Social en el México Occidental. *Bitácora Urbano Territorial*, 142-158.
- Holl, S. (2018). *Cuestiones de percepción: fenomenología de la arquitectura*. Gustavo Gili.
- Karlsson , Sola , Sidenius, Dahl, & Grahn . (2017). Forest design for mental health promotion—Using perceived sensory. *Landscape and Urban Planning*, 1-15.
- Lehman, M. L. (2011). How sensory design brings value to buildings and their occupants. *Intelligent Buildings International*, 46-54.
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69-74.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados (QUINTA EDICIÓN ed., Vol. V). & M. r. orientation, Trad.*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Martínez Ortega, R., Tuya Pendás, L., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2), 0-0.
- Ministerio de Salud. (10 de Agosto de 2020). Covid-19: Siete de cada diez peruanos ven afectados su salud mental. *El peruano*.
- Morales Fernández, R., Alloud, N., Álvarez Sierra, M., Castellanos Cárdenas, M., Espel, C., Fortin, I., . . . Morales Reyna, J. (2020). Bienestar psicológico y respuesta conductual durante el confinamiento domiciliario decretado por la pandemia del COVID-19. *Ciencias Sociales y Humanidades Vol. 7 Num. 1*.
- Organización Mundial de la salud. (1999). *Guidelines for community noise*.
- Padrini, F., & Lucheroni, M. (2016). *Cromoterapia*. Milán: De Vecchi,S.A.
- Pallasmaa, J. (2014). *Los ojos de la piel*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Parodi Gastañeta, F. (2002). *La cromosemiótica, el significado del color en la comunicación visual*.
- Presidencia del Consejo de Ministros. (15 de Marzo de 2020). Decreto Supremo N° 044. *El Peruano*.

- Ragavendira, R. (2017). Architecture and Human Senses. *International Journal of Innovations in Engineering and Technology* , 131-135.
- Salinas Meruane, P., & Cárdenas Castro, M. (2009). *Métodos de investigación*. Quito: Editorial "Quipus", CIESPAL .
- Santa, M. p. (2020-2030). *Plan de desarrollo Urbano de Chimbote- Nvo. Chimbote*.
- SixSmith, J. (1986). THE MEANING OF HOME: AN EXPLORATORY. *Journal of Environmental Psychology*, 281-298.
- Suin, Balabanova, Julien, Liu, Kriuchok, Voolma, . . . Sauter. (2020). Psychological wellbeing during the global COVID-19 .
- Tauke , B., & Schoell, D. (2009). The Sensory House.
- Victoria, C. R. (2005). El Bienestar psicológico: Dimensión subjetiva de la calidad de vida. *Revista electrónica de Psicología Iztacala*.
- Victoria, C. R., & González, I. (2000). La Categoría Bienestar Psicológico, su relación con otras categorías sociales. *Revista Cubana Med Gen Integr*, 586-92.
- Vidal Moranta, T., & Pol Urrútia, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*.
- Wang, Q. (2016). *Emotional Architecture for Everyday Life*. Barcelona.

## Anexos

### Anexo 1: Matriz de operacionalización

TÍTULO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	INDICADORES
Arquitectura sensorial en las viviendas para mejorar el bienestar psicológico de las personas en Chimbote - 2020	Demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote debido al Covid-19.	Identificar de qué manera el diseño emocional en la vivienda influye en la adaptación al entorno en las personas de Chimbote en confinamiento	La arquitectura sensorial (X) influye en el bienestar psicológico (Y) ya que el diseño emocional (X1) posibilita la adaptación al entorno (Y2) y la concepción espacial (X2) genera equilibrio emocional (Y1) en las viviendas de las personas en confinamiento de Chimbote	Arquitectura Sensorial	D1: Diseño emocional (SixSmith, 1986), (Tauke & Schoell, 2009)	SD1: Sistemas sensoriales	I1: Color  I2: Textura  I3: Ruido-sonido  I4: Olores	P1 ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda? P2 ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores? P3 ¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda? P4 ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda? P5 ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda? P6 ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda? P7 ¿En qué rango transmiten sensación positiva los olores en su vivienda? P8 ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?	Encuesta, levantamiento de información y revisión bibliográfica

Identificar de qué manera la concepción espacial influye en el equilibrio emocional de las personas	<b>Bienestar Psicológico</b>	<b>D2: Concepción espacial</b>  (Lehman, 2011), (Wang, 2016)	SD2: Relación persona-espacio	I5: Pertenencia-identidad I6: Orientación I7: seguridad I8: tranquilidad I9: intimidad I10: Iluminación I11: Ventilación	P9 ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda? P10 ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda? P11 ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda? P12 ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad? P13 ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios? P14 ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada? P15 ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda? P16 ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada? P17 ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante estos 8 meses de confinamiento? P18 ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas como alegría,	Encuesta
		<b>D3: Equilibrio emocional</b>  (Suin, y otros, 2020), (Victoria & González,	SD3: Sensaciones espaciales  SD4: Calidad Ambierta  SD5: Experiencias positivas  SD6: Bienestar subjetivo	I12: Satisfacción  I13: Emociones positivas		

en  
confinamiento  
en Chimbote

2000),  
(Cuerdo-  
Vilches,  
2020)

pensamientos positivos,  
visualización del futuro,  
etc., en usted durante  
este tiempo de  
confinamiento?

I14: Estado de  
ánimo

P19 ¿En qué rango  
podría definir su estado  
de ánimo durante este  
confinamiento de  
positivo a negativo?

SD7: Conducta

I15: Interacción  
social

P20 ¿En qué nivel cree  
que ha afectado su sentir  
el no estar en contacto  
con personas ajenas a  
su vivienda durante este  
confinamiento?

**D4:  
Adaptación  
al entorno**

(Cervio,  
2020),  
(Morales  
Fernández,  
y otros,  
2020)

P21 ¿Con qué  
frecuencia cree que el  
estar en confinamiento  
ha generado reacciones  
físicas como dolores,  
palpitaciones,  
sudoración, en usted?

I16:  
Reacciones  
físicas

SD8:  
Comportamiento

I17:  
Reacciones  
emocionales

P22 ¿Con qué  
frecuencia ha sentido  
reacciones emocionales  
como estrés, ansiedad o  
depresión durante este  
confinamiento?

**Datos del  
usuario**

**D5: Rango  
de edad**

SD9: Mayoría de  
edad

I18: >18

¿Cuál es su edad?

**D6: Género**

SD10: Género

I19: Femenino  
I20: Masculino

¿A qué género  
pertenece?

## Anexo 2: Guía de ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN 03	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
	FOTO:	FOTO:	FOTO:		
	SENSACIÓN DEL USUARIO:				
	VALORACIÓN DEL USUARIO:				
	JUICIO DE VALOR:				
VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	

## Anexo 3: Guía de encuesta



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### ENCUESTA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La siguiente encuesta es parte de un Proyecto de Investigación titulado "ARQUITECTURA SENSORIAL EN LAS VIVIENDAS PARA MEJORAR EL BIENESTAR PSICOLÓGICO DE LAS PERSONAS EN CHIMBOTE - 2020" por alumnos de la Universidad Cesar Vallejo - Filial Chimbote, con el propósito de evaluar la arquitectura sensorial en las viviendas y el Bienestar Psicológico. Por ello se le solicita participar de esta encuesta que le tomara 20 minutos de su tiempo, la cual es completamente voluntaria, al responder esta encuesta esta brindando su consentimiento para utilizar los resultados como parte de la investigación sin revelar su identidad, así mismo en las fotografías y/o videos se borrarán los rostros que aparezcan para continuar con la confidencialidad. Al concluir la investigación, si usted desea puede solicitar los resultados obtenidos al correo [rbocanegrar16@ucvvirtual.edu.pe](mailto:rbocanegrar16@ucvvirtual.edu.pe) o [vemorillasf@ucvvirtual.edu.pe](mailto:vemorillasf@ucvvirtual.edu.pe).

**INSTRUCCIÓN:** En las alternativas, desde el -5 hasta el -1 significa menos satisfactorio, menos frecuente y sensación negativa, y del +1 al +5 significa mas satisfactorio, mas frecuente y sensación positiva, sabiendo esto, marque la opción que mejor le parezca. Para completar esta encuesta, se realizará una Ficha de observación en la que nos es necesario recibir por parte de

usted fotos y/o videos donde solo aparezcan los ambientes de su casa para confirmar su respuesta.

EDAD:                      GENERO:    a) Masculino    b) Femenino

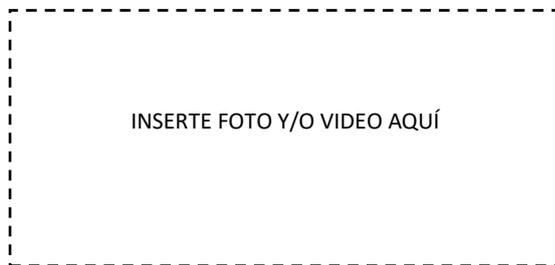
### ARQUITECTURA SENSORIAL

Las siguientes preguntas nos permitirán evaluar con precisión su vivienda para obtener la información que requerimos para esta investigación. Recuerde: Para continuar con esta encuesta deberá adjuntarnos fotos y/o video donde solo aparezca los ambientes de su vivienda.

1. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?  
A) Indecisión    B) Ausencia de Energía    C) Melancolía    D) Tranquilidad  
E) Optimismo    F) Energía
  
3. ¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
4. ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?  
A) Naturalidad - Seguridad    B) Desagradable - Agresividad    C) Fuerza –Durabilidad  
D) Agradable - Calidez
  
5. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
6. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?  
A) Sensación Insoportable    B) Incomodo - Molestia    C) Nivel Necesario para Descansar
  
7. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
8. ¿Qué sensación percibe usted a través de los olores en su vivienda?  
A) Desagradable    B) Indiferente    C) Agradable
  
9. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
10. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
  
11. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?  
A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5

12. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
13. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
14. ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
15. ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?  
 A) Alegría - Energía B) Tranquilidad - Calma C) Miedo – Desorientación
16. ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5

Inserta una foto y/o video de cada ambiente (sala-comedor, cocina y dormitorio)



### BIENESTAR PSICOLÓGICO

Las siguientes preguntas nos permitirán evaluar con precisión su Bienestar Psicológico para obtener la información que requerimos para este Proyecto de Investigación. Recuerde: Para finalizar, deberá responder si estaría dispuesto a volver a responder esta encuesta. Muchas Gracias.

17. ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante estos 8 meses de confinamiento?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
18. ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas como alegría, pensamientos positivos, visualización del futuro, etc., en usted durante este tiempo de confinamiento?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
19. ¿En qué rango podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?  
 A) -5 B) -4 C) -3 D) -2 E) -1 F) +1 G) +2 H) +3 I) +4 J) +5
20. ¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
21. ¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?
- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5
22. ¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?
- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I) +4    J) +5

#### **Anexo 4: Guía de protocolo de validación**



Chimbote, Noviembre del 2020

Señor (a):

.....

Presente. -De mi consideración:

Es un grado dirigirme a usted para solicitar su colaboración en el proceso de validación de las guías de entrevista y observación, que se realizarán en el marco de la investigación “Arquitectura sensorial en las viviendas para mejorar el bienestar psicológico de las personas en Chimbote - 2020”.

Esta investigación se orienta a demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote debido al Covid-19, identificar de qué manera el diseño sensorial en la vivienda genera equilibrio psicológico y como la concepción espacial en la vivienda impulsa la adaptación del entorno. Cabe precisar que la investigación es de carácter cualitativo.

A fin de que cuente con las herramientas necesarias para su participación en la validación, adjunto a la presente carta los siguientes documentos:

1. Protocolo de validación por juicio de expertos
2. Plantilla de validación: Guía de encuesta.
3. Modelo de encuesta

Conocedor de su calidad profesional y personal, confío en su participación en la validación de las referidas guías.

Sin otro particular, es propicia la ocasión para hacerle llegar un cordial saludo.

Atentamente,

Ivonne Velarde Morillas y Ronald Rivas Bocanegra

## Juicio de Expertos

**Instrumento** : Guía de encuesta, sobre el bienestar psicológico de las personas en confinamiento por covid 19.

**Estimado Mg., Arq.:**

Conocedor de su trayectoria profesional ha sido seleccionado como juez para evaluar los instrumentos cualitativos sobre: Bienestar psicológico de las personas en confinamiento por Covid 19

Valorar el instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones.

Agradezco su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos: .....

Formación académica: .....

Áreas de experiencia profesional: .....

Tiempo: ..... Cargo actual: .....Institución: .....

**Objetivo de la investigación:** Determinar el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19.

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar los instrumentos que permitan evaluar

cualitativamente el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19.

**Objetivo de las encuestas:** Indagar de manera exploratoria e interpretativa sobre el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19, conocer cómo se encontraba su equilibrio emocional y de qué forma maneja su adaptación al entorno frente a la pandemia declarada. Se aplicará la encuesta a personas que hayan estado en confinamiento en sus viviendas en la ciudad de Chimbote.

**Instrucciones:**

La matriz adjunta está compuesta por tres componentes: el primer componente, ha sido denominado categoría, que describe los criterios que segmenta el instrumento. El segundo comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor cualitativo, estructurado, como: no cumple con el criterio (1), Bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). Finalmente, el último componente que corresponde al indicador, donde se determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

Teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación.

**Matriz con los indicadores para la calificación de ítems <sup>4</sup>**

<b>SUFICIENCIA</b>  Los ítems que pertenecen a una misma dimensión	1 No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.

<sup>4</sup> Escobar, J. & Cuervo, A. (2008), Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización, *Avances en Medición*, 6, 27-36. Recuperado el 09 de setiembre 2017 de [http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3\\_Juicio\\_de\\_expertos\\_27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)

bastan para obtener la medición de ésta.	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b>	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

## **Definición conceptual de las categorías:**

### **- Diseño emocional:**

El diseño emocional es el equilibrio entre la experiencia multisensorial y estrategias sensoriales que generen una relación entre la vivienda y sus usuarios, clasificadas en sistema visual relacionado al color el cual tiene la capacidad de influir en las emociones y la percepción del espacio doméstico, sistema auditivo, sistema gusto-olfato y sistema táctil o háptico los cuales tienen la capacidad de relacionar al usuario con el espacio. (Wang, 2016) (Tauke & Schoell, 2009)

### **- Concepción Espacial:**

La concepción espacial está asociada a los diversos aspectos del espacio como la calidad ambiental en el que se describe el papel importante que juega a la iluminación y ventilación ya que la regulación de su aplicación en el hogar ofrece ventajas en la función y satisfacción de los usuarios, así como también a las sensaciones espaciales que brinden seguridad, tranquilidad e intimidad generando el desarrollo progresivo de aptitudes positivas. (Hernández-Carrillo & Velázquez-Rodríguez, 2014)

### **- Equilibrio emocional:**

La teorización de equilibrio emocional realizado por Cuerdo-Vilches (2020) quien, desde el bienestar subjetivo que se ve reflejado en las emociones positivas, se centra en las actividades que promueven el compromiso de las personas para experiencias positivas como el vivir en coherencia con sus valores y estilo de vida. Estas acciones permitirían el crecimiento personal y la creación de sentido asociado a la satisfacción.

### **- Adaptación al entorno:**

El hallazgo de autores enfatiza en que las personas tienden a adaptarse y afrontar las situaciones al aceptar su presencia y distraerse con otras actividades. Los actos que realiza la persona generan un impacto en el estado de ánimo al momento de transformar la situación en el que vive sus experiencias generando reacciones físicas y emocionales. Por lo tanto, la adaptación al entorno podría ser el origen de la motivación e incluso favorecer en la interacción social con los demás. (Gross & Thompson, Emotion regulation: conceptual foundations, 2007)

(Morales Fernández, y otros, 2020)

## PLANTILLA DE VALORACIÓN – GUÍA PARA ENCUESTA Y FICHA DE OBSERVACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia

(1) = No cumple con el criterio      (2)=Bajo nivel      (3)=Moderado nivel  
(4)=Alto nivel.

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Diseño emocional	1. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	3. ¿En qué rango transmiten sensación positiva las texturas de su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	4. ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	5. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	6. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	7. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	8. ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	9. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	10. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
Concepción espacial	11. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	12. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	13. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	14. ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	15. ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	16. ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
Equilibrio emocional	17. ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante este tiempo de confinamiento?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	18. ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas en Usted durante este tiempo de confinamiento?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
Adaptación al entorno	19. ¿En qué nivel podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	20. ¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	21. ¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	22. ¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	

**Observaciones adicionales:**

**Opinión de aplicabilidad:**    Aplicable ( )                    Aplicable después de corregir ( )                    No aplicable ( )

**Fecha:**

**Apellidos y nombres del juez evaluador:**

**Especialidad del evaluador:**

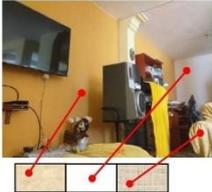
\_\_\_\_\_

FIRMA

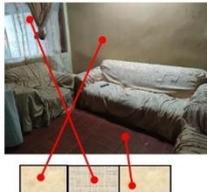
DNI

## Anexo 5: Fichas de observación de la muestra total

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 01	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b> 	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> TRANQUILIDAD	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> NATURALIDAD - SEGURIDAD	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> TRANQUILIDAD - CALMA	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> AGRADABLE
	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 1 (-3)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)
	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores NEUTROS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA-SUAVE, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA, ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, la clasifica con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera UN NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A MADERA- FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA - TRANQUILIDAD.
	<b>VALORACIÓN:</b> 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	<b>VALORACIÓN:</b> 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (NIVEL NECESARIO NECESARIO PARA DESCANSAR)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (AGRADABLE)
FICHA DE OBSERVACIÓN 02	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b> 	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> TRANQUILIDAD	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> ALEGRÍA - ENERGÍA	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> INCOMODO - MOLESTIA	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> AGRADABLE
	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 1 (-3)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 1 (-3)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 1 (-3)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> (-3)
	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores NEUTROS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA, ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD, MOLESTIA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL-MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	<b>VALORACIÓN:</b> 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	<b>VALORACIÓN:</b> 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	<b>VALORACIÓN:</b> 1 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (AGRADABLE)
FICHA DE OBSERVACIÓN 03	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b>  	<b>FOTO:</b> 	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> INDECISIÓN	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> ALEGRÍA - ENERGÍA	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> INCOMODO - MOLESTIA	<b>SENSACIÓN DEL USUARIO:</b> INDIFFERENTE
	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 3 (+5)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 2 (+3)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 3 (+5)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 0 (-4)	<b>VALORACIÓN DEL USUARIO:</b> 3 (+4)
	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA-ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD Y MOLESTIA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A POLVO O PASTO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	<b>VALORACIÓN:</b> 2 (AGRADABLE - CALIDO)	<b>VALORACIÓN:</b> 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	<b>VALORACIÓN:</b> 1 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	<b>VALORACIÓN:</b> 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 04	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD Y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL Y FRUTAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODIDAD)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 05	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura DURA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación FUERZA Y DURABILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD, CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 3 (FUERZA - DURABILIDAD)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

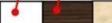
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 06	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, la clasifica con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A COMIDA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 07	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE – CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD – CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, la clasifica con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A COMIDA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
	VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA – OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE – CÁLIDO)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 08	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores NEUTROS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA, ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, la clasifica con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A PLANTAS, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una SENSACIÓN INDIFERENTE.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN – AUSNCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE – CÁLIDO)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA – AMPLITUD)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DASCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

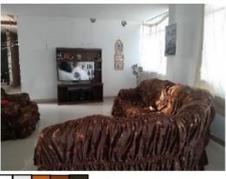
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 09	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD – CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2(+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DE NATURALIDAD Y SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD-CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD Y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A MADERA Y FLORALES, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
	VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA – OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 2 (NATURALIDAD – SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODIDAD – MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

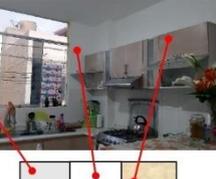
FICHA DE OBSERVACIÓN 10		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR			
FOTO:		FOTO:		FOTO:		DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:		
						Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.		
SENSACIÓN DEL USUARIO:	ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO:	AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO:	ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO:	NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO:	INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	1 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+2)
JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación que genera en las personas ALEGRÍA ENERGÍA y AMPLITUD en el espacio.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, la clasificó con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN INDEFERENTE.
VALORACIÓN:	3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN:	2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN:	3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	VALORACIÓN:	2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN:	1 (INDIFERENTE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 11		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR			
FOTO:		FOTO:		FOTO:		DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:		
						Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.		
SENSACIÓN DEL USUARIO:	TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO:	NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO:	TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO:	NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO:	INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+1)
JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación que genera en las personas TRANQUILIDAD-CALMA.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, la clasificó con el SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A PLANTAS, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN INDEFERENTE.
VALORACIÓN:	3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN:	2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN:	2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN:	2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN:	2 (INDIFERENTE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 12		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR			
FOTO:		FOTO:		FOTO:		DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:		
						Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.		
SENSACIÓN DEL USUARIO:	TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO:	AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO:	TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO:	NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO:	AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO:	3 (+5)
JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colorea CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR:	Evalúando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación que genera en las personas ALEGRÍA, ENERGÍA Y AMPLITUD en el espacio.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, la clasificó con EL SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR:	Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN:	3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN:	2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN:	2 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	VALORACIÓN:	2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN:	3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 13	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCÓMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores NEUTROS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA - ENERGÍA y AMPLITUD en el espacio.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD Y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor A PLANTAS según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera SENSACIÓN INDIFERENTE.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA - AMPLITUD)	VALORACIÓN: 1 (INCÓMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 14	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores NEUTROS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD - CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado como SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor MADERA según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 15	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra una OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA - ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado como SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera un NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor DE ALIMENTOS, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una SENSACIÓN AGRADABLE.
VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 16		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado colores CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra más CÁLIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y a su vez CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una NEUTRO.	
VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA - OPTIMISTA)		VALORACIÓN: 4 (AGRADABLE - CÁLIDO)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 17		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con más ENERGÍA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra más con SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como OSCURIDAD, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas MIEDO y al ESPACIO REDUCIDO.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.	
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 1 (ESPACIO REDUCIDO - MIEDO)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 18		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra la AUSENCIA DE ENERGÍA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación LIMPIEZA y al ambiente se muestra con SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.	
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)		VALORACIÓN: 3 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 19	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra más AGRESIVO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (DESAGRADABLE - AGRESIVO)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 20	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera un NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (LIMPIEZA y SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 21	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: AUSENCIA DE ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de NATURALIDAD y al ambiente se muestra con más SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (NATURALIDAD - SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 22	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor DE COMIDA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA - TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 23	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación LIMPIEZA y al ambiente se muestra con SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una ALEGRIA - TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

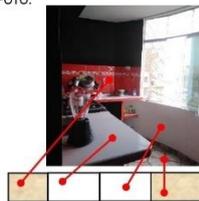
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 24	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD - MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación INDIFERENTE.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

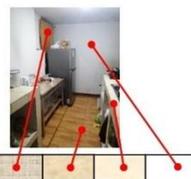
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 25	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con más ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de NATURALIDAD y al ambiente se muestra con más SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL - MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA - TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (NATURALIDAD - SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 2 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 26	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA - TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 2 (ALEGRÍA - TRANQUILIDAD)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 27	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son desagradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura DURO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de RESISTENCIA y DURABILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a PODRIDO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera INCOMODIDAD - MOLESTIA.
	VALORACIÓN: 3 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (RESISTENCIA - DURABILIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE)

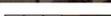
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 28	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera es NEUTRO.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 29	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera un NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - TRANQUILIDAD)

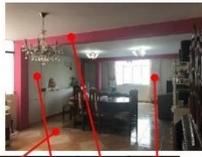
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 30	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: El usuario siente incomodidad con los ruidos que percibe de su vivienda.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: El usuario siente olores desagradables que no es de su agrado.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CALIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de ENERGÍA y al ambiente se muestra OPTIMISTA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra un espacio CALIDO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como iluminación BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD-CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera en las personas INCOMODIDAD causando MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor DESAGRADABLE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación INCOMODA - MOLESTIA.
	VALORACIÓN: 3 (ENERGÍA-OPTIMISMO)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE-CALIDEZ)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD-CALMA)	VALORACIÓN: 1 (MOLESTIA-INCOMODIDAD)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 31	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA-OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDEFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con más ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDEFERENTE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 32	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA-OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra más AGRESIVO.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODO y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor MADERA, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 33	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDEFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación LIMPIEZA y al ambiente se muestran con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera un NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 34	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe de su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de NATURALIDAD y al ambiente se muestra con más SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskias (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera un NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (NATURALIDAD - SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 35	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los olores que percibe en su vivienda son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: AUSENCIA DE ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRIO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de SIMPLICIDAD y al ambiente se muestra un espacio de LIMPIEZA	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ILUMINACIÓN BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Norah Sylvia (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera en las personas INCOMODIDAD causando MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor AGRADABLE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación ALEGRE Y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (SIMPLICIDAD - LIMPIEZA)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 36	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskias (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRIA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor AGRADABLE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO Y ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODIDAD - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 37	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDECISIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con más TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 38	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 3 (INDECISIÓN – AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 39	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN – AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 40

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura SUAVE, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE y al ambiente se muestra con más CALIDEZ.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (INDECISIÓN – AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE – CALIDEZ)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

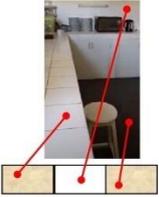
FICHA DE OBSERVACIÓN 41

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO – MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

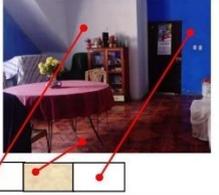
FICHA DE OBSERVACIÓN 42

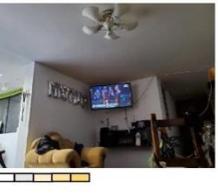
COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA- OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO – MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 43		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ		SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)		VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 44		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 2 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)		VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 45		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	<b>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO:</b> Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ		SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación NATURALIDAD y al ambiente se muestra con más SEGURIDAD.		<b>JUICIO DE VALOR:</b> Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	<b>JUICIO DE VALOR:</b> Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (NATURALIDAD - SEGURIDAD)		VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 46	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: AUSENCIA DE ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)	

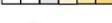
FICHA DE OBSERVACIÓN 47	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 48	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de NATURALIDAD y al ambiente se muestra con más SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (NATURALIDAD - SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 49	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 50	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 51	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 52	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: AUSENCIA DE ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: MIEDO - DESORIENTACIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 53	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 54	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 55

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)</p>	<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – DURABILIDAD</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)</p>	<p>FOTO:</p>  <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN 56

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)</p>	<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – DURABILIDAD</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)</p>	<p>FOTO:</p>  <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – TRANQUILIDAD)</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN 57

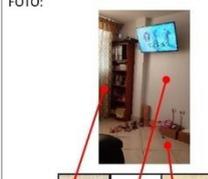
COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)</p>	<p>FOTO:</p>   <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – RESISTENCIA - DURABILIDAD</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra con más AGRESIVIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 1 (DESAGRADABLE – AGRESIVIDAD)</p>	<p>FOTO:</p>  <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.</p> <p>VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.</p> <p>SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE</p> <p>VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)</p> <p>JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.</p> <p>VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)</p>

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 58	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO – MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 59	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: MELANCOLÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 60	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA – RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 61		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.	
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 62		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.	
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 63		COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:					DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO		SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE	
VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)		VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.		JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.	
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)		VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

FICHA DE OBSERVACIÓN 64

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 65

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 66

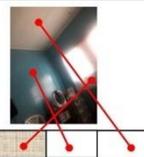
COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: AUSENCIA DE ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de DESAGRADABLE y al ambiente se muestra con más AGRESIVIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD)	VALORACIÓN: 1 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 67	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra con más AGRESIVIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

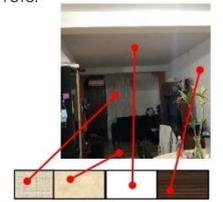
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 68	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 69	FOTO:  	FOTO:  	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDECISIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE-CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD-CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODIDAD-MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISA y SUAVE, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación AGRADABLE Y DE CALIDEZ y al ambiente se muestra más CONFORTABLE.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD-CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD-MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor INDIFERENTE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación neutra.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN)	VALORACIÓN: 2 (AGRADABLE-CALIDEZ)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD-CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO-MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 70	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCÓMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra una AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura RUGOSA, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación con NATURALIDAD y al ambiente se muestra con mucha SEGURIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como iluminación ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas OPTIMISMO - ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera en las personas INCOMODIDAD - MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor INDIFERENTE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación neutra.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN)	VALORACIÓN: 1 (NATURALIDAD-SEGURIDAD)	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO-ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCÓMODO-MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 71	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son desagradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCÓMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura SUAVE, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de CALIDEZ y al ambiente se muestra un espacio de CONFORT y TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como iluminación BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD - CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera en las personas INCOMODIDAD causando MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor DESAGRADABLE, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación INCOMODA - MOLESTIA.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (CONFORT - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 3 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCÓMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 72	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CALURO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra con más AGRESIVIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 73	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: MELANCOLÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

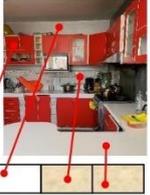
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 74	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

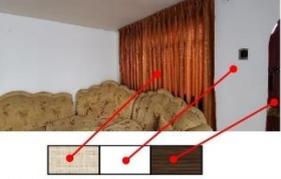
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 75	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 76	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDECISIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: MIEDO - DESORIENTACIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

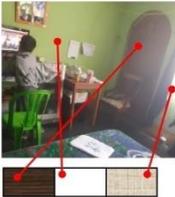
FICHA DE OBSERVACIÓN 77	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRIA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRIA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

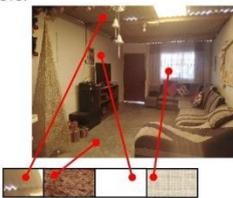
FICHA DE OBSERVACIÓN 78	<b>COLOR</b>	<b>TEXTURA</b>	<b>ILUMINACIÓN</b>	<b>RUIDO</b>	<b>OLOR</b>
	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRIA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRIA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRIA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 1 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 79	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 80	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 81	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 82	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 83	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA - OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 84	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura ASPERO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación DESAGRADABLE y al ambiente se muestra con más AGRESIVIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 85	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 86	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRIOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD – CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 87	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
	VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 88

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como BAJA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas TRANQUILIDAD y CALMA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 2 (CALMA - TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 89

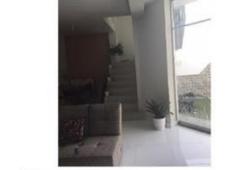
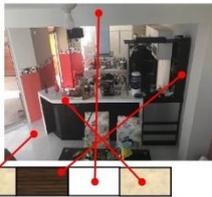
COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradables.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)

FICHA DE OBSERVACIÓN 90

COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 1 (-2)
JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN - AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)

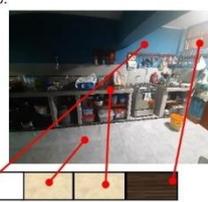
	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 91	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son desagradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE - AGRESIVIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: MIEDO - DESORIENTACIÓN	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: DESAGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 0 (-5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color FRÍOS por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de CALMA y al ambiente se muestra con TRANQUILIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura USO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor PODRIDO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.
VALORACIÓN: 2 (CALMA – TRANQUILIDAD)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO – MOLESTIA)	VALORACIÓN: 0 (DESAGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 92	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura USO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 93	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: NATURALIDAD - SEGURIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color NEUTRO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de INDECISIÓN y al ambiente se muestra con AUSENCIA DE ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura USO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado como ALTA REFLECTANCIA, según la Teoría de Dudzinskas (2011) esto es en relación a las teorías estudiadas en la iluminación en el genera en las personas ALEGRÍA y ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor – Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 0 (INDECISIÓN – AUSENCIA DE ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA – SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA – ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 94	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le son incómodo y le genera molestia.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE - CALIDEZ	SENSACIÓN DEL USUARIO: ALEGRÍA - ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: INCOMODO - MOLESTIA	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido INTERMITENTE, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera INCOMODIDAD y MOLESTIA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (INCOMODO - MOLESTIA)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 95	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son indiferente.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: OPTIMISMO	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: INDIFERENTE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+1)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a POLVO, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera una sensación NEUTRA.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 3 (ALEGRÍA - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 1 (INDIFERENTE)	

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 96	FOTO: 	FOTO: 	FOTO: 	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los ruidos que percibe en su vivienda le es un nivel necesario para descansar.	DESCRIPCIÓN DEL USUARIO: Para el usuario los aromas que percibe en su vivienda le son agradable.
	SENSACIÓN DEL USUARIO: ENERGÍA	SENSACIÓN DEL USUARIO: FUERZA - RESISTENCIA - DURABILIDAD	SENSACIÓN DEL USUARIO: TRANQUILIDAD - CALMA	SENSACIÓN DEL USUARIO: NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR	SENSACIÓN DEL USUARIO: AGRADABLE
	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+4)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+3)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 2 (+2)	VALORACIÓN DEL USUARIO: 3 (+5)
	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado textura LISO, según la Teoría de Quintanilla del Río (2004) este tipo de textura es el que genera en las personas una sensación de LIMPIEZA y al ambiente se muestra con más SIMPLICIDAD.	JUICIO DE VALOR: Evaluando al ambiente conforme se muestra en la fotografía, es considerado color CÁLIDO por ser el predominante, según la Teoría de Goethe (2016) este tipo de color es el que genera en las personas una sensación de OPTIMISMO y al ambiente se muestra con ENERGÍA.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado ruido SILENCIO, según la Teoría de OMS (1999) esto es en relación a las teorías estudiadas en el que este ruido genera NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR.	JUICIO DE VALOR: Conforme el encuestado respondió, es considerado un olor a FLORAL, según la Teoría de Chastrette esto es en relación a las teorías estudiadas en el Olor - Aromas en el que genera ALEGRÍA y TRANQUILIDAD.
VALORACIÓN: 3 (OPTIMISMO - ENERGÍA)	VALORACIÓN: 2 (LIMPIEZA - SIMPLICIDAD)	VALORACIÓN: 2 (TRANQUILIDAD - CALMA)	VALORACIÓN: 3 (NIVEL NECESARIO PARA DESCANSAR)	VALORACIÓN: 3 (AGRADABLE)	

## Anexo 6: Protocolo de validación por expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Chimbote, Noviembre del 2020

Señor (a):

Adeli Zavaleta Pita

Presente.-De mi consideración:

Es un gusto dirigirme a usted para solicitar su colaboración en el proceso de validación de las guías de entrevista y observación, que se realizarán en el marco de la investigación “Arquitectura sensorial en las viviendas para mejorar el bienestar psicológico de las personas en Chimbote - 2020”.

Esta investigación se orienta a demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote debido al Covid-19, identificar de qué manera el diseño sensorial en la vivienda genera equilibrio psicológico y como la concepción espacial en la vivienda impulsa la adaptación del entorno. Cabe precisar que la investigación es de carácter cualitativo.

A fin de que cuente con las herramientas necesarias para su participación en la validación, adjunto a la presente carta los siguientes documentos:

1. Protocolo de validación por juicio de expertos
2. Plantilla de validación: Guía de encuesta.
3. Modelo de encuesta

Conocedor de su calidad profesional y personal, confío en su participación en la validación de las referidas guías.

Sin otro particular, es propicia la ocasión para hacerle llegar un cordial saludo.

Atentamente,

Ivonne, Velarde Morillas

## Juicio de Expertos

**Instrumento** : Guía de encuesta, sobre la vinculación de la arquitectura sensorial en viviendas.

**Estimado Mg., Arq.:**

Conocedor de su trayectoria profesional ha sido seleccionado como juez para evaluar los instrumentos cualitativos sobre: Arquitectura sensorial en viviendas

Valorar el instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones.

Agradezco su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos: Adeli Zavaleta Pita

Formación académica: Arquitecta

Áreas de experiencia profesional: Paisajista, Urbanista, Docente.

Tiempo: 38 años Cargo actual: Directora de Escuela de Arquitectura: Universidad César Vallejo

**Objetivo de la investigación:** Comprender la relación entre la arquitectura sensorial y la vivienda.

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar los instrumentos que permitan evaluar cualitativamente la relación entre la arquitectura sensorial y la vivienda.

**Objetivo de las encuestas:** Indagar de manera exploratoria e interpretativa sobre la arquitectura sensorial en viviendas y conocer las sensaciones de los usuarios frente a la arquitectura concebida en sus viviendas. Primero se aplicará la encuesta al usuario, como segundo paso se llevará a cabo una guía de observación a partir de la recolección de registro audio visual para que su vivienda pueda ser evaluada a partir de la revisión bibliográfica de teorías acerca del color, textura, ruido-sonido, aromas e iluminación.

### **Instrucciones:**

La matriz adjunta está compuesta por tres componentes: el primer componente, ha sido denominado categoría, que describe los criterios que segmenta el instrumento. El segundo comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor cualitativo, estructurado, como: no cumple con el criterio (1), Bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). Finalmente, el último componente que corresponde al indicador, donde se determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

Teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación.

## Matriz con los indicadores para la calificación de ítems <sup>1</sup>

<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

<sup>1</sup> Escobar, J. & Cuervo, A (2008), Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización, *Avances en Medición*, 6, 27-36. Recuperado el 09 de setiembre 2017 de [http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3\\_Juicio\\_de\\_expertos\\_27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)

### **Definición conceptual de las categorías:**

#### **- Diseño emocional:**

El diseño emocional es el equilibrio entre la experiencia multisensorial y estrategias sensoriales que generen una relación entre la vivienda y sus usuarios, clasificadas en sistema visual relacionado al color el cual tiene la capacidad de influir en las emociones y la percepción del espacio doméstico, sistema auditivo, sistema gusto- olfato y sistema táctil o háptico los cuales tienen la capacidad de relacionar al usuario con el espacio. (Tauke & Schoell, 2009) (Wang, 2016)

#### **- Concepción Espacial:**

La concepción espacial está asociada a los diversos aspectos del espacio como la iluminación y ventilación los cuales juegan un papel importante ya que la regulación de su aplicación en el hogar ofrece ventajas en la función y satisfacción de los usuarios generando el desarrollo progresivo de aptitudes positivas. (Hernández-Carrillo & Velázquez-Rodríguez, 2014)

**PLANTILLA DE VALORACIÓN – GUÍA PARA ENCUESTA Y FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia**

(1) = No cumple con el criterio      (2) =Bajo nivel      (3) =Moderado nivel      (4) =Alto nivel.

<b>Categoría</b>	<b>Ítem</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observación</b>
Diseño emocional	1. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	3.¿En qué rango transmiten sensación positiva las texturas de su vivienda?	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (x) (4)	
	4.¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

<b>Categoría</b>	<b>Ítem</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observación</b>
	5. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	6. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	7. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	8. ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	9. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

<b>Categoría</b>	<b>Ítem</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observación</b>
	10. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	
Concepción espacial	11. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)	
	12. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	13. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	14. ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	15. ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)				
	16. ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

**Observaciones adicionales:**

**Opinión de aplicabilidad:**    Aplicable ( x )            Aplicable después de corregir (   )            No aplicable (   )

**Fecha:** 25/11/2020

**Apellidos y nombres del juez evaluador:** Adeli Zavaleta Pita

**Especialidad del evaluador:** Paisajista, Urbanista, Docente.

DNI:17809925

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA



## ENCUESTA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**INSTRUCCIÓN:** La siguiente encuesta es parte de un Proyecto de Investigación con el propósito de evaluar la arquitectura sensorial en las viviendas para el Bienestar Psicológico de las personas en la ciudad de Chiclayo. Antes de responder, recuerde que en las alternativas, desde el -5 hasta el -1 significa menos satisfactorio, menos frecuente y sensación negativa, y del +1 al +5 significa más satisfactorio, más frecuente y sensación positiva, sabiendo esto, marque la opción que mejor le parezca. Para completar esta encuesta, se realizará una Ficha de Información de investigación en el que nos es necesario recibir por parte de usted fotos y/o video donde solo aparezca los ambientes de su casa para confirmar su respuesta.

EDAD:                      GENERO:

1. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?

- A) Indecisión      B) Ausencia de Energía      C) Melancolía      D) Tranquilidad  
E) Optimismo      F) Energía

3. ¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

4. ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?

- A) Naturalidad - Seguridad      B) Desagradable - Agresividad      C) Fuerza - Resistencia - Durabilidad      D) Agradable - Calidez

5. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

6. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?

- A) Sensación Insoportable      B) Incomodidad - Molestia      C) Nivel Necesario para Descansar

7. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

8. ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?

- A) Desagradable      B) Indiferente      C) Agradable

9. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

10. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

11. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

12. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

13. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

14. ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Chimbote, Noviembre del 2020

Señor (a):  
Carlos Bardales Orduña

Presente.-De mi consideración:

Es grado dirigirme a usted para solicitar su colaboración en el proceso de validación de las guías de encuesta y observación, que se realizarán en el marco de la investigación “Arquitectura sensorial en las viviendas para mejorar el bienestar psicológico de las personas en Chimbote - 2020”.

Esta investigación se orienta a demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote debido al Covid-19, identificar de qué manera el diseño sensorial en la vivienda genera equilibrio psicológico y como la concepción espacial en la vivienda impulsa la adaptación del entorno. Cabe precisar que la investigación es de carácter cualitativo.

A fin de que cuente con las herramientas necesarias para su participación en la validación, adjunto a la presente carta los siguientes documentos:

4. Protocolo de validación por juicio de expertos
5. Plantilla de validación: Guía de encuesta.
6. Modelo de encuesta

Conocedor de su calidad profesional y personal, confío en su participación en la validación de las referidas guías.

Sin otro particular, es propicia la ocasión para hacerle llegar un cordial saludo.

Atentamente,  
Ivonne, Velarde Morillas

## Juicio de Expertos

**Instrumento** : Guía de encuesta, sobre la vinculación de la arquitectura sensorial en viviendas.

**Estimado Mg., Arq.:**

Conocedor de su trayectoria profesional ha sido seleccionado como juez para evaluar los instrumentos cualitativos sobre: Arquitectura sensorial en viviendas

Valorar el instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones.

Agradezco su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos: **Carlos Bardales Orduña**

Formación académica: **Magister en Arquitectura**

Áreas de experiencia profesional: **Diseño Arquitectónico y Docencia**

Tiempo: **20 años** Cargo actual: **Docente** Institución: **Universidad Nacional de Trujillo**

**Objetivo de la investigación:** Comprender la relación entre la arquitectura sensorial y la vivienda.

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar los instrumentos que permitan evaluar cualitativamente la relación entre la arquitectura sensorial y la vivienda.

**Objetivo de las encuestas:** Indagar de manera exploratoria e interpretativa sobre la arquitectura sensorial en viviendas y conocer las sensaciones de los usuarios frente a la arquitectura concebida en sus viviendas. Primero se aplicará la encuesta al usuario, como segundo paso se llevará a cabo una guía de observación a partir de la recolección de registro audio visual para que su vivienda pueda ser evaluada a partir de la revisión bibliográfica de teorías acerca del color, textura, ruido-sonido, aromas e iluminación.

### **Instrucciones:**

La matriz adjunta está compuesta por tres componentes: el primer componente, ha sido denominado categoría, que describe los criterios que segmenta el instrumento. El segundo comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor cualitativo, estructurado, como: no cumple con el criterio (1), Bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). Finalmente, el último componente que corresponde al indicador, donde se determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

Teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación.

### **Matriz con los indicadores para la calificación de ítems <sup>5</sup>**

---

<sup>5</sup> Escobar, J. & Cuervo, A. (2008), Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización, *Avances en Medición*, 6, 27-36. Recuperado el 09 de setiembre 2017 de [http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3\\_Juicio\\_de\\_expertos\\_27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)

<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

## **Definición conceptual de las categorías:**

### **- Diseño emocional:**

El diseño emocional es el equilibrio entre la experiencia multisensorial y estrategias sensoriales que generen una relación entre la vivienda y sus usuarios, clasificadas en sistema visual relacionado al color el cual tiene la capacidad de influir en las emociones y la percepción del espacio doméstico, sistema auditivo, sistema gusto-olfato y sistema táctil o háptico los cuales tienen la capacidad de relacionar al usuario con el espacio. (Tauke & Schoell, 2009) (Wang, 2016)

### **- Concepción Espacial:**

La concepción espacial está asociada a los diversos aspectos del espacio como la calidad ambiental en el que se describe el papel importante que juega a la iluminación y ventilación ya que la regulación de su aplicación en el hogar ofrece ventajas en la función y satisfacción de los usuarios, así como también a las sensaciones espaciales que brinden seguridad, tranquilidad e intimidad generando el desarrollo progresivo de aptitudes positivas. (Hernández-Carrillo & Velázquez-Rodríguez, 2014)

## PLANTILLA DE VALORACIÓN – GUÍA PARA ENCUESTA Y FICHA DE OBSERVACIÓN

**Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia**

(2) = No cumple con el criterio

(2)=Bajo nivel

(3)=Moderado nivel

(4)=Alto nivel.

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Diseño emocional	23. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	24. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	25. ¿En qué rango transmiten sensación positiva las texturas de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	26. ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	27. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	28. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	29. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

<b>Categoría</b>	<b>Ítem</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observación</b>
	30. ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	31. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	32. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
Concepción espacial	33. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

<b>Categoría</b>	<b>Ítem</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observación</b>
	34. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	35. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	36. ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	
	37. ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	38. ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (3) (x)	

**Observaciones adicionales:**

**Opinión de aplicabilidad:**    Aplicable (**X**)            Aplicable después de corregir ( )            No aplicable ( )

**Fecha:** 28/11(20

**Apellidos y nombres del juez evaluador:** Bardales Orduña Carlos            DNI: 18090405

**Especialidad del evaluador:** Diseño Arquitectónico \_\_\_\_\_

FIRMA





## ENCUESTA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**INSTRUCCIÓN:** La siguiente encuesta es parte de un Proyecto de Investigación con el propósito de evaluar la arquitectura sensorial en las viviendas para el Bienestar Psicológico de las personas en la ciudad de Chimbote. Antes de responder, recuerde que en las alternativas, desde el -5 hasta el -1 significa menos satisfactorio, menos frecuente y sensación negativa, y del +1 al +5 significa mas satisfactorio, mas frecuente y sensación positiva, sabiendo esto, marque la opción que mejor le parezca. Para completar esta encuesta, se realizará una Ficha de Información de investigación en el que nos es necesario recibir por parte de usted fotos y/o video donde solo aparezca los ambientes de su casa para confirmar su respuesta.

EDAD:                      GENERO:    a) Masculino    b) Femenino

1. ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?

A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3      I)  
+4      J) +5

2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?

A) Indecisión      B) Ausencia de Energía      C) Melancolía      D) Tranquilidad  
E) Optimismo      F) Energía

3. ¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

4. ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?

- A) Naturalidad - Seguridad    B) Desagradable - Agresividad    C) Fuerza -  
Resistencia - Durabilidad    D) Agradable - Calidez

5. ¿Qué tan sensible se siente ante los ruidos o sonidos que percibe en su vivienda?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

6. ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonidos en su vivienda?

- A) Sensación Insoportable    B) Incomodidad - Molestia    C) Nivel Necesario para  
Descansar

7. ¿En qué rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

8. ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?

- A) Desagradable    B) Indiferente    C) Agradable

9. ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

10. ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?

- A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

11. ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?

A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

12. ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?

A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

13. ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?

A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

14. ¿En que rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?

A) -5    B) -4    C) -3    D) -2    E) -1    F) +1    G) +2    H) +3    I)  
+4    J) +5

15. ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?

A) Alegría - Energía      B) Tranquilidad - Calma      C) Miedo – Desorientación

16. ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?

A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3      I) +4      J) +5

### GUÍA DE OBSERVACIÓN

	COLOR	TEXTURA	ILUMINACIÓN	RUIDO	OLOR
FICHA DE OBSERVACIÓN 03	FOTO:	FOTO:	FOTO:		
	SENSACIÓN DEL USUARIO:				
	VALORACIÓN DEL USUARIO:				
	JUICIO DE VALOR:				
	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:	VALORACIÓN:



Chimbote, 25 de Noviembre del 2020

Señor (a):

Jennifer Fanny Aguilar Montero.

Presente.-De mi consideración:

Es grado dirigirme a usted para solicitar su colaboración en el proceso de validación de las guías de entrevista y observación, que se realizarán en el marco de la investigación “Arquitectura sensorial en las viviendas para mejorar el bienestar psicológico de las personas en Chimbote - 2020”.

Esta investigación se orienta a demostrar la relación de la arquitectura sensorial con la vivienda, en cuanto al bienestar psicológico de los usuarios durante el confinamiento en Chimbote debido al Covid-19, identificar de qué manera el diseño sensorial en la vivienda genera equilibrio psicológico y como la concepción espacial en la vivienda impulsa la adaptación del entorno. Cabe precisar que la investigación es de carácter cualitativo.

A fin de que cuente con las herramientas necesarias para su participación en la validación, adjunto a la presente carta los siguientes documentos:

1. Protocolo de validación por juicio de expertos
2. Plantilla de validación: Guía de encuesta.
3. Modelo de encuesta

Conocedor de su calidad profesional y personal, confío en su participación en la validación de las referidas guías.

Sin otro particular, es propicia la ocasión para hacerle llegar un cordial saludo.

Atentamente,

Ivonne, Velarde Morillas

## Juicio de Expertos

**Instrumento** : Guía de encuesta, sobre el bienestar psicológico de las personas en confinamiento por covid 19.

**Estimado Mg., Arq.:**

Conocedor de su trayectoria profesional ha sido seleccionado como juez para evaluar los instrumentos cualitativos sobre: Bienestar psicológico de las personas en confinamiento por Covid 19

Valorar el instrumento tiene gran importancia para obtener resultados válidos que puedan aportar al objeto de la investigación y sus respectivas aplicaciones.

Agradezco su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos: **JENNIFER FANNY AGUILAR MONTERO.**

Formación académica: **LICENCIA EN PSICOLOGIA – PSICOTERAPEUTA COGNITIVA CONDUCTUAL.**

Áreas de experiencia profesional: **CLINICA / EDUCACIONAL.**

Tiempo: **10 AÑOS.** Cargo actual: **PSICOLOGA.** Institución: **CONSULTORIO FAMILIAR ASTOCONDOR/ INTITUCION PRIVADA MARIA Y JOSE DE LOS OLIVOS.**

**Objetivo de la investigación:** Determinar el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19.

**Objetivo del juicio de expertos:** Validar los instrumentos que permitan evaluar cualitativamente el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19.

**Objetivo de las encuestas:** Indagar de manera exploratoria e interpretativa sobre el bienestar psicológico de las personas que se hayan encontrado en confinamiento por Covid 19, conocer cómo se encontraba su equilibrio emocional y de qué forma manejo su adaptación al entorno frente a la pandemia declarada. Se aplicará la encuesta a personas que hayan estado en confinamiento en sus viviendas en la ciudad de Chimbote.

### **Instrucciones:**

La matriz adjunta está compuesta por tres componentes: el primer componente, ha sido denominado categoría, que describe los criterios que segmenta el instrumento. El segundo comprende la calificación, valoración cuantitativa con su respectivo valor cualitativo, estructurado, como: no cumple con el criterio (1), Bajo nivel (2), moderado nivel (3) y alto nivel (4). Finalmente, el último componente que corresponde al indicador, donde se determina la especificidad y esencia de la naturaleza y validez del instrumento.

Teniendo en cuenta básicamente los indicadores descritos en el cuadro de valoración, califique cada uno de los ítems según corresponda en la plantilla de calificación.

## Matriz con los indicadores para la calificación de ítems <sup>1</sup>

<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1 No cumple con el criterio.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel.	Los ítems son suficientes.
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel.	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3. Moderado nivel.	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos del ítem.
	4. Alto nivel.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel.	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel.	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

<sup>1</sup> Escobar, J. & Cuervo, A. (2008), Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización, *Avances en Medición*, 6, 27-36. Recuperado el 09 de setiembre 2017 de [http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3\\_Juicio\\_de\\_expertos\\_27-36.pdf](http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf)

## **Definición conceptual de las categorías:**

### **- Equilibrio emocional:**

La teorización de equilibrio emocional realizado por Ryff (2018) quien, desde una concepción eudaimónica o bienestar subjetivo que se ve reflejado en las emociones positivas, se centra en las actividades que promueven el compromiso de las personas para experiencias positivas como el vivir en coherencia con sus valores y estilo de vida. Estas acciones permitirían el crecimiento personal y la creación de sentido asociado a la satisfacción.

### **- Adaptación al entorno:**

El hallazgo de autores enfatiza en que las personas tienden a adaptarse y afrontar las situaciones al aceptar su presencia y distraerse con otras actividades. Los actos que realiza la persona generan un impacto en el estado de ánimo al momento de transformar la situación en el que vive sus experiencias generando reacciones físicas y emocionales. Por lo tanto, la adaptación al entorno podría ser el origen de la motivación e incluso favorecer en la interacción social con los demás. (Gross & Thompson, 2007)

## PLANTILLA DE VALORACIÓN – GUÍA PARA ENCUESTA Y FICHA DE OBSERVACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada Ítem, de acuerdo al grado de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia

(1) = No cumple con el criterio      (2)=Bajo nivel      (3)=Moderado nivel      (4)=Alto nivel.

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Equilibrio emocional	1. ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante este tiempo de confinamiento?	(1) (2) (x) (4)	Especificar tiempo de confinamiento 3 meses, 5 meses, etc.			
	2. ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas en Usted durante este tiempo de confinamiento?	(1) (2) (x) (4)	Especificar las emociones positivas que refiere (alegría, pensamientos positivos, visualización del futuro, etc.)			
Adaptación al entorno	3. ¿En qué nivel podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?	(1) (2) (3) (x)	Podrían variar la palabra nivel por rango haciendo alusión a la escala que se explica a posterior.			
	4. ¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?	(1) (2) (3) (x)				

Categoría	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
	5. ¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	(1) (2) (x) (4)	(1) (2) (3) (x)	
	6. ¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?	(1) (2) (x) (4)				

**Observaciones adicionales:**

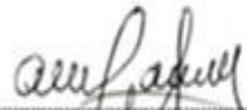
Ser específicos les puede permitir recabar mayor información sobre como las personas perciben su entorno y así establecer un adecuado nivel de bienestar psicológico.

**Opinión de aplicabilidad:**    Aplicable ( )            Aplicable después de corregir (x)            No aplicable ( )

**Fecha:** 26-11-20

**Apellidos y nombres del juez evaluador:** Jennifer Fanny Aguilar Montero. DNI: 43526937

**Especialidad del evaluador:** Psicoterapeuta Cognitivo Conductual - Psicóloga Clínica / educativa



\_\_\_\_\_

Jennifer F. Aguilar Montero



**INSTRUCCIÓN:** La siguiente encuesta es parte de un Proyecto de Investigación con el propósito de evaluar la arquitectura sensorial en las viviendas para el Bienestar Psicológico de las personas en la ciudad de Chimbote. Antes de responder, recuerde que en las alternativas, desde el -5 hasta el -1 significa menos satisfactorio, menos frecuente y sensación negativa, y del +1 al +5 significa mas satisfactorio, mas frecuente y sensación positiva, sabiendo esto, marque la opción que mejor le parezca.

**BIENESTAR PSICOLOGICO**

Las siguientes preguntas nos permitirán evaluar con precisión su Bienestar Psicológico para obtener la información que requerimos para este Proyecto de Investigación. Recuerde: Para finalizar, deberá responder si estaría dispuesto a volver a responder esta encuesta. Muchas Gracias.

17. ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante este tiempo de confinamiento?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

18. ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas en Usted durante este tiempo de confinamiento?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

19. ¿En qué nivel podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

20. ¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

21. ¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?

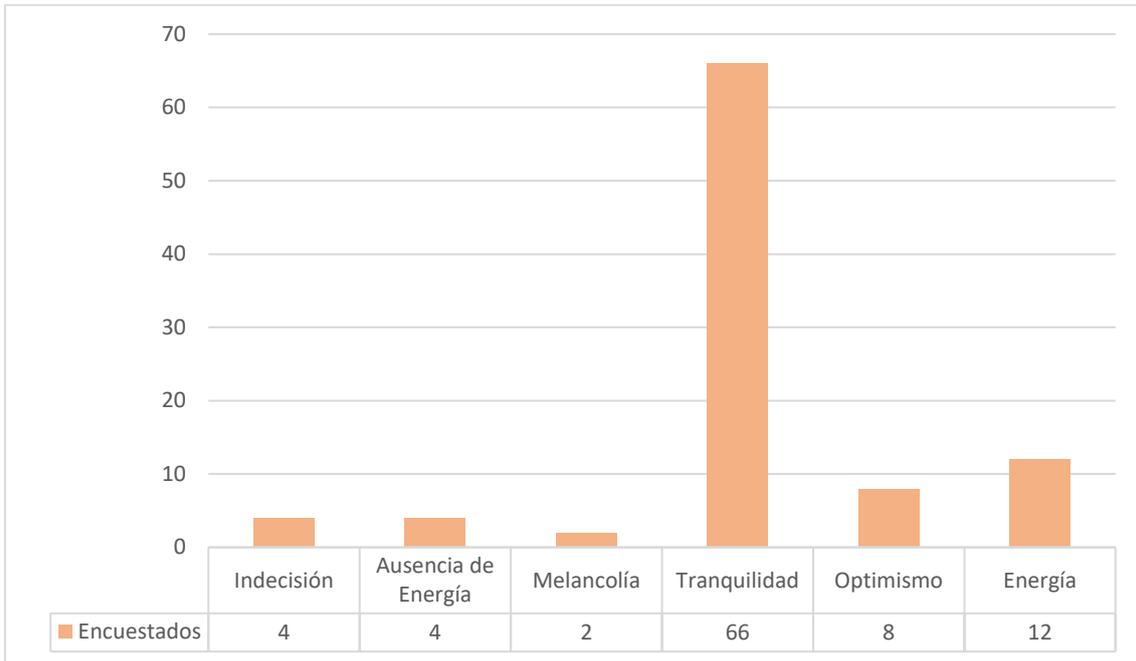
- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

22. ¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?

- A) -5      B) -4      C) -3      D) -2      E) -1      F) +1      G) +2      H) +3  
I) +4      J) +5

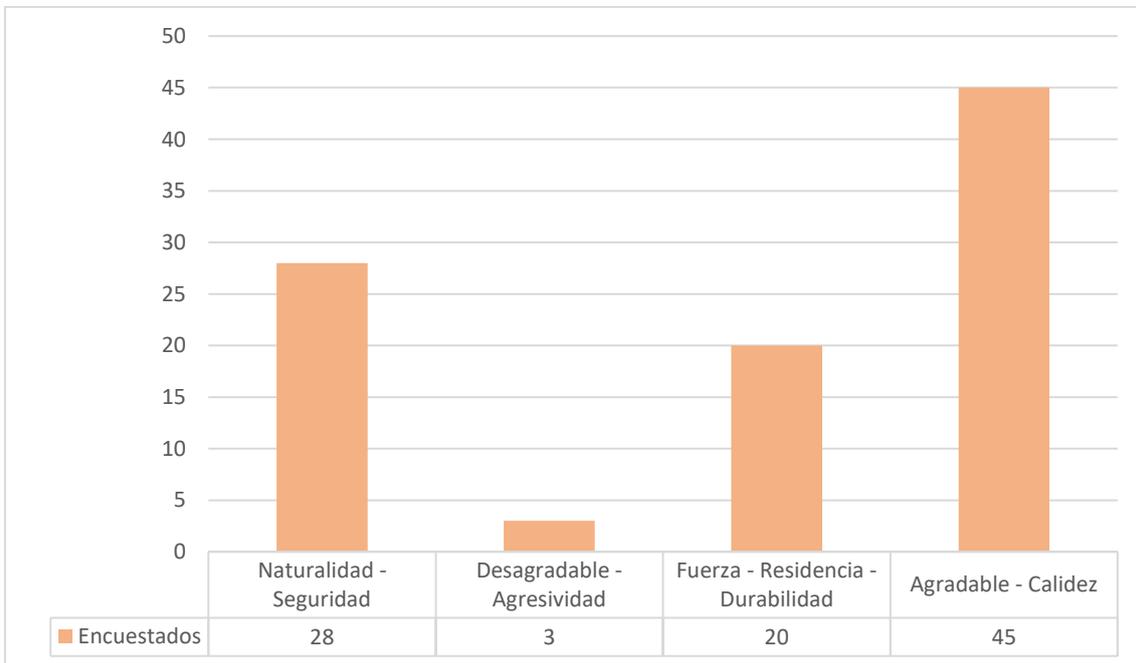
## Anexo 7: Gráficos de resultados de fichas de observación

Gráfico 5 resultados de P2



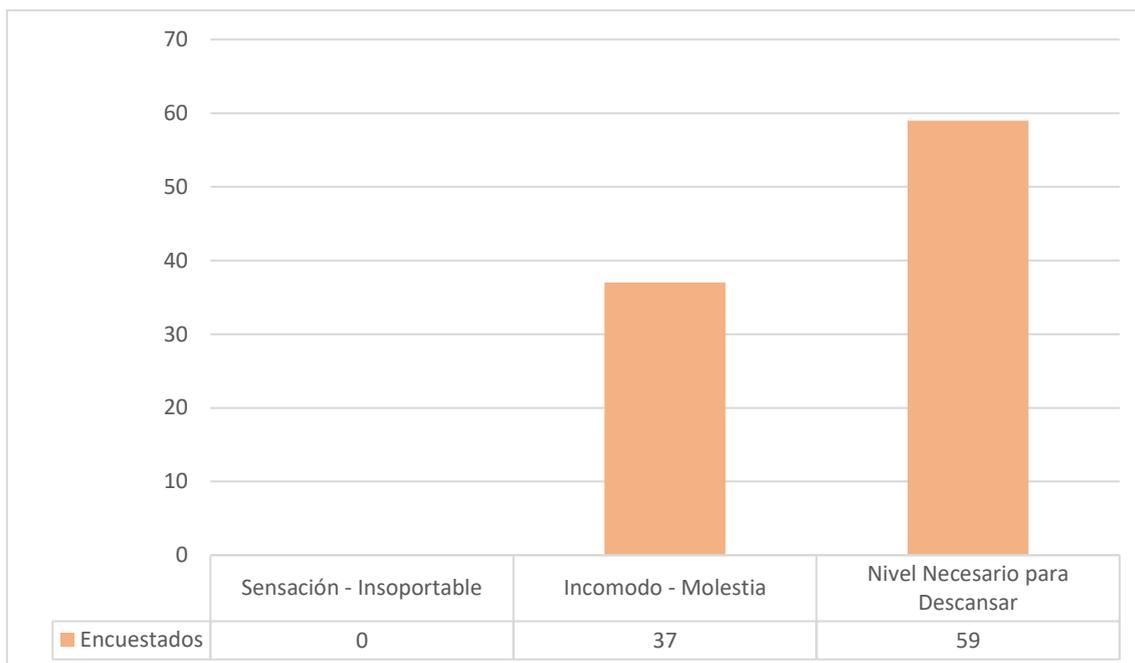
Nota: P2. ¿Qué sensación percibe en su vivienda a través de los colores?

Gráfico 6 resultados de P4



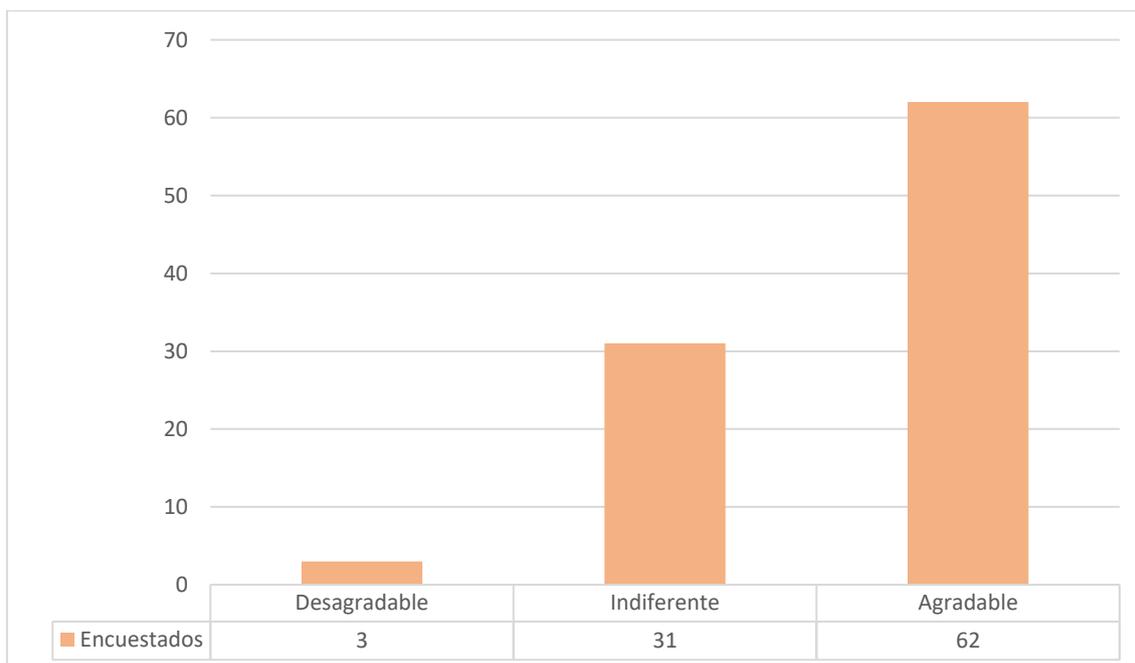
Nota: P4 ¿Qué sensación percibe usted a través de las texturas de su vivienda?

Gráfico 7 resultados de P6



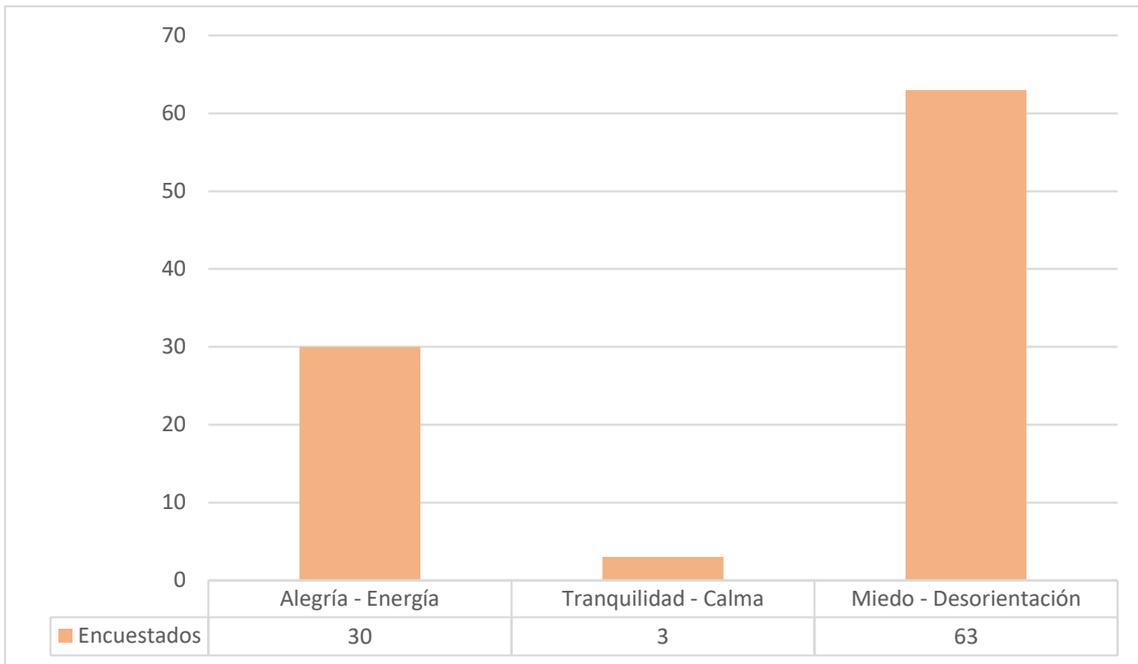
Nota: P6 ¿Qué sensación percibe usted a través del ruido o sonido en su vivienda?

Gráfico 8 resultados de P8



Nota: P8 ¿Qué sensación percibe usted a través de los aromas en su vivienda?

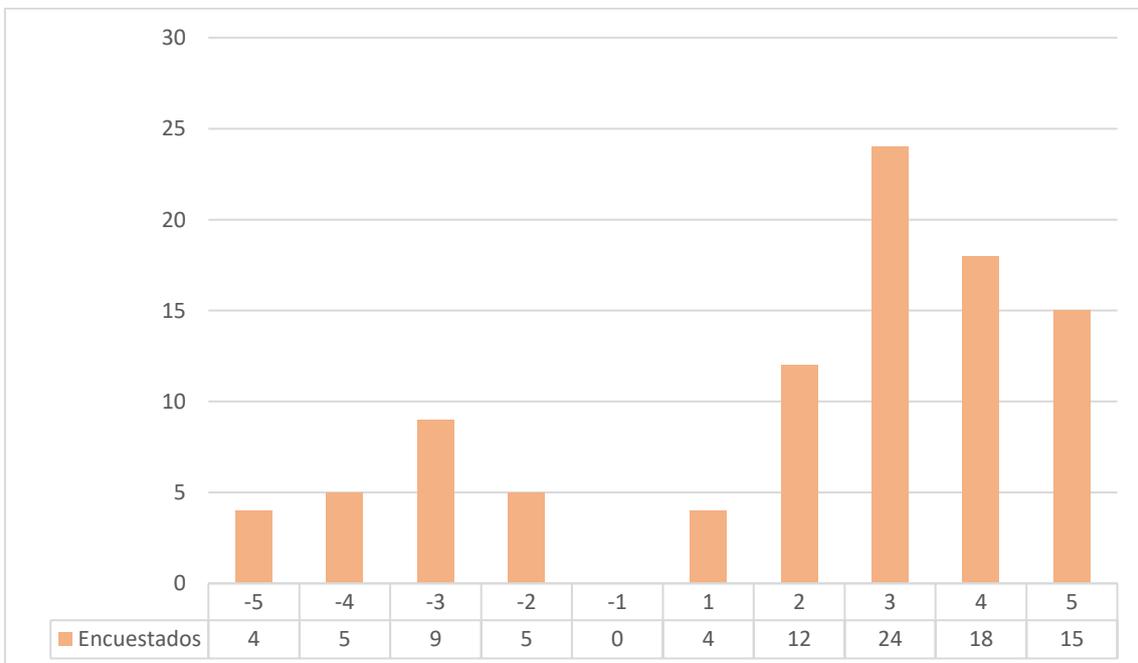
Gráfico 9 resultados de P15



Nota: P15 ¿Qué sensación percibe a través de la iluminación en su vivienda?

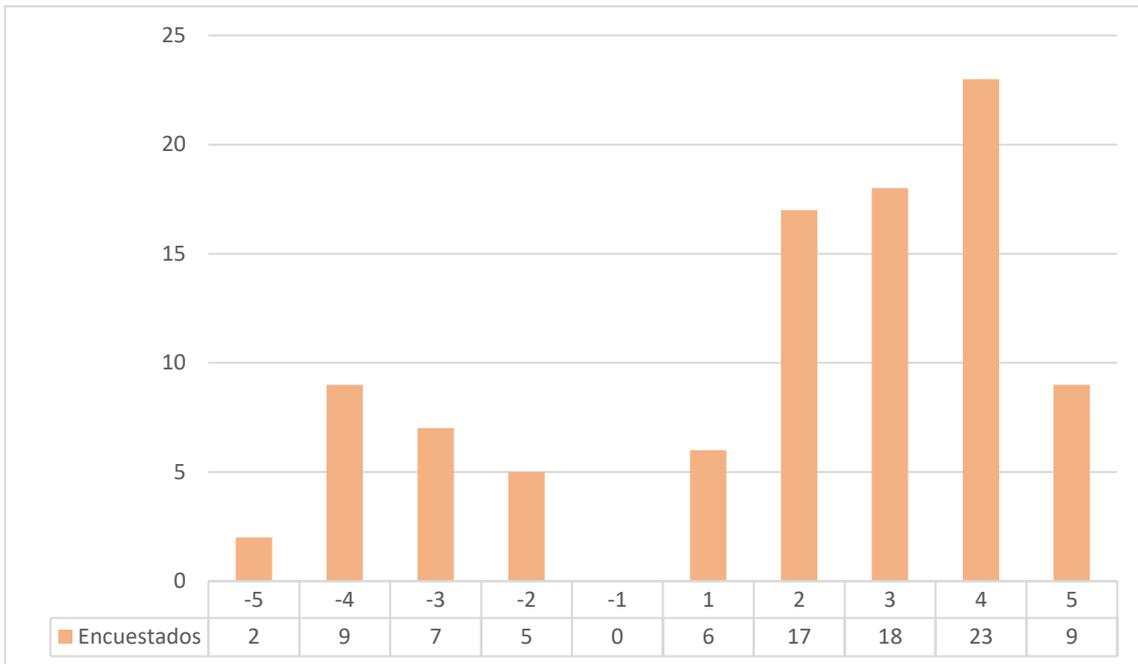
## Anexo 8: Gráficos de resultados de encuestas

Gráfico 10 resultados de P1



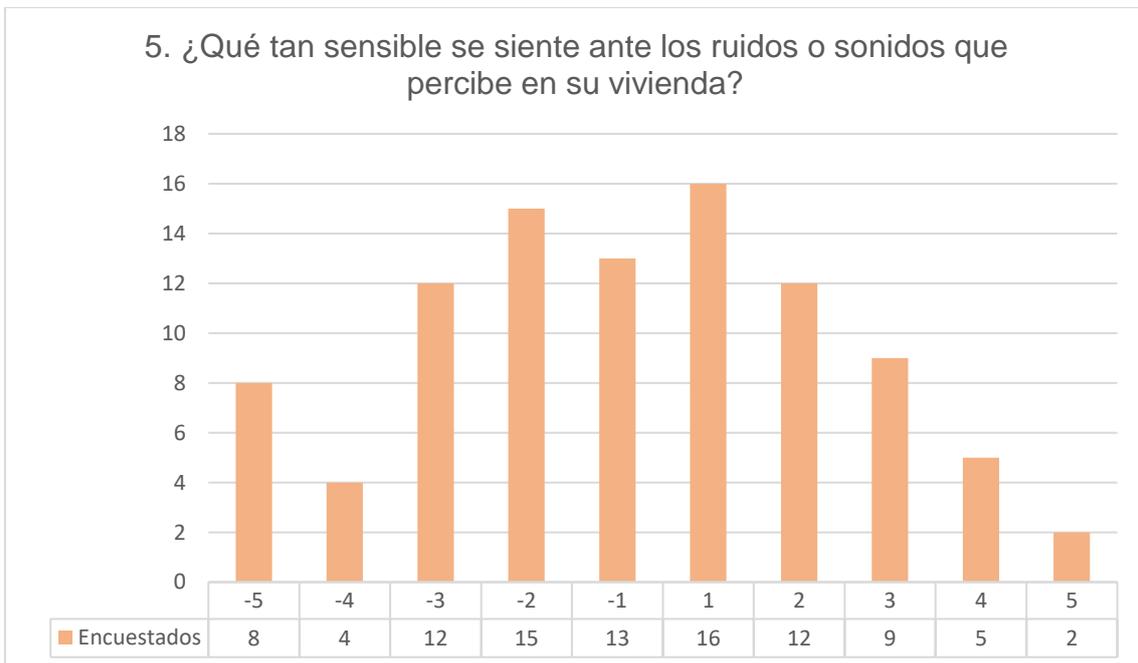
Nota: P1 ¿Qué tan agradable siente el color del interior de su vivienda?

Gráfico 11: resultados de P3



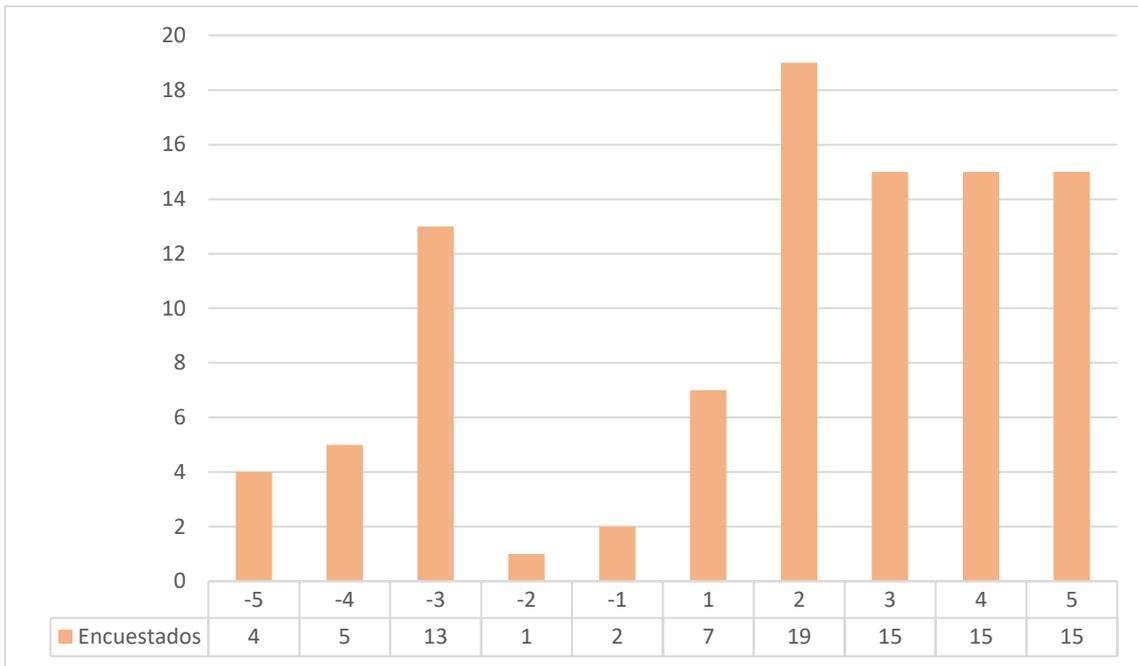
Nota: P3 ¿En qué rango transmiten sensación positiva, las texturas de su vivienda?

Gráfico 12 resultados de P5



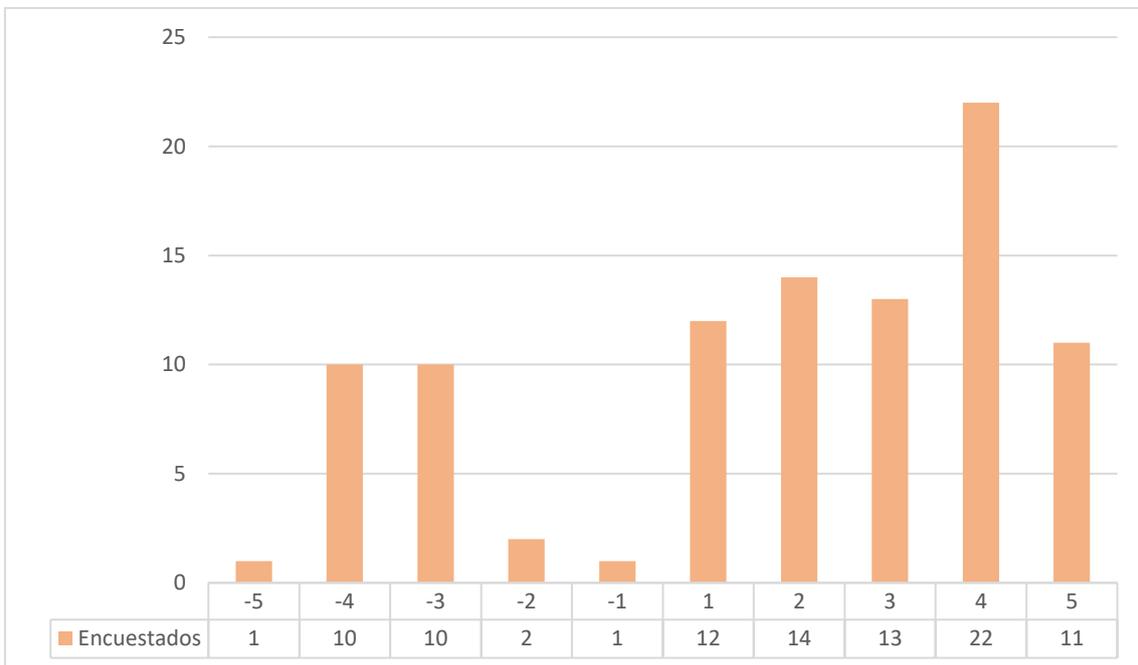
Nota: P5 ¿Qué tan sensible se siente ante los ruido o sonidos que percibe en su vivienda?

Gráfico 13 resultados de P7



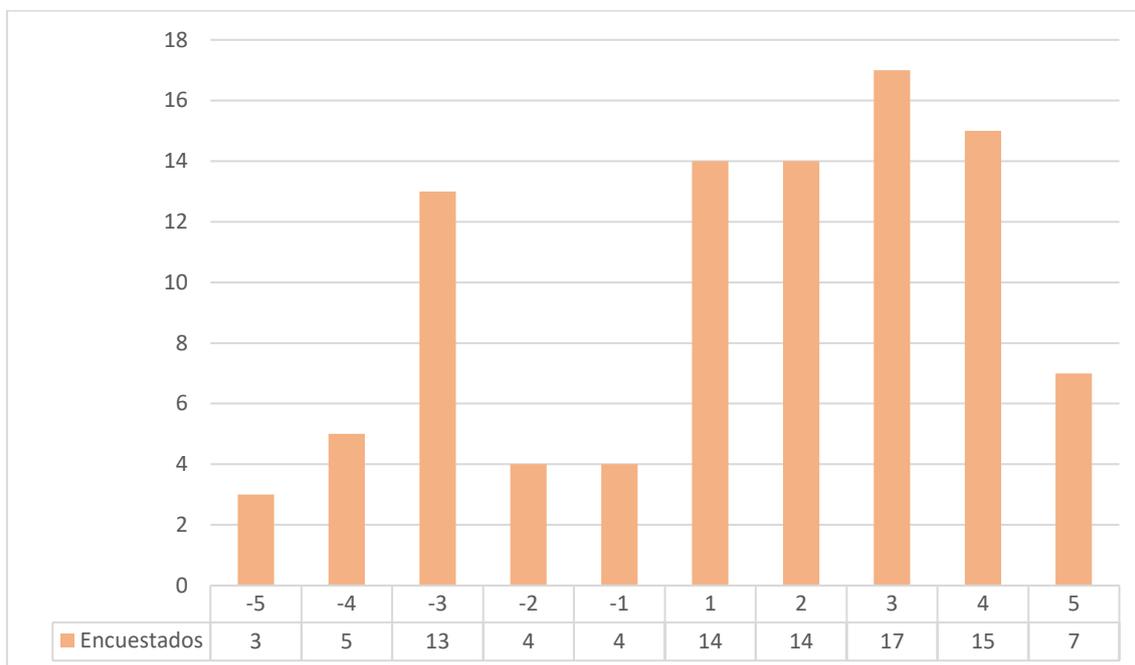
Nota: P7 ¿En que rango transmiten sensación positiva los aromas en su vivienda?

Gráfico 14 resultados de P9



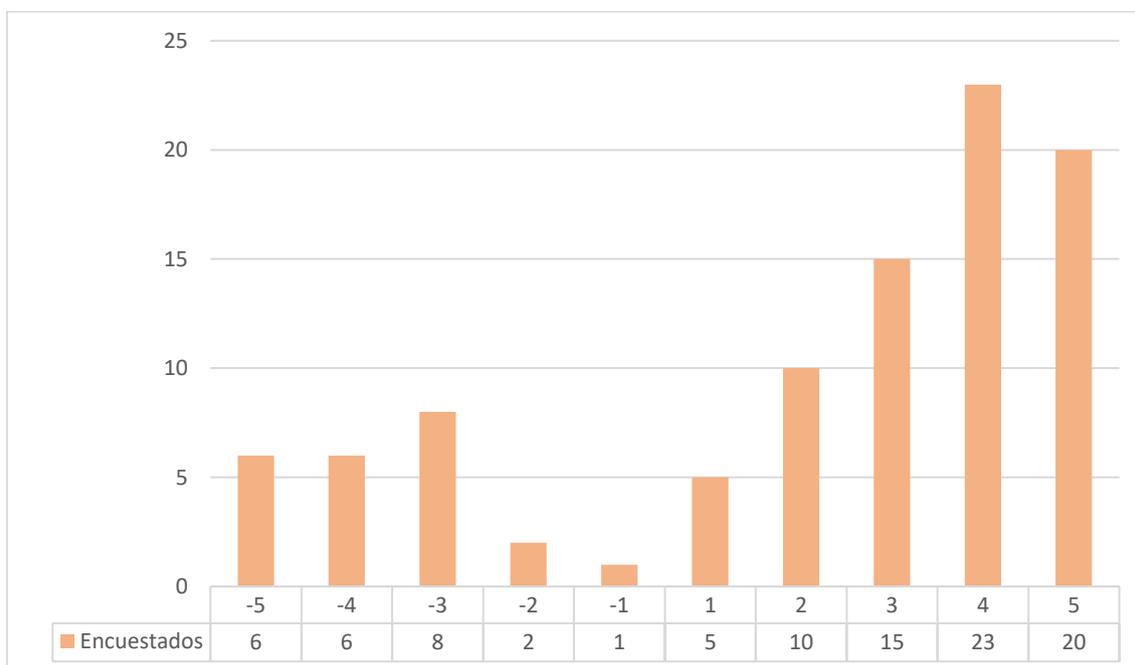
Nota: P9 ¿Qué tan identificado se siente con el interior de su vivienda?

Gráfico 15 resultados P10



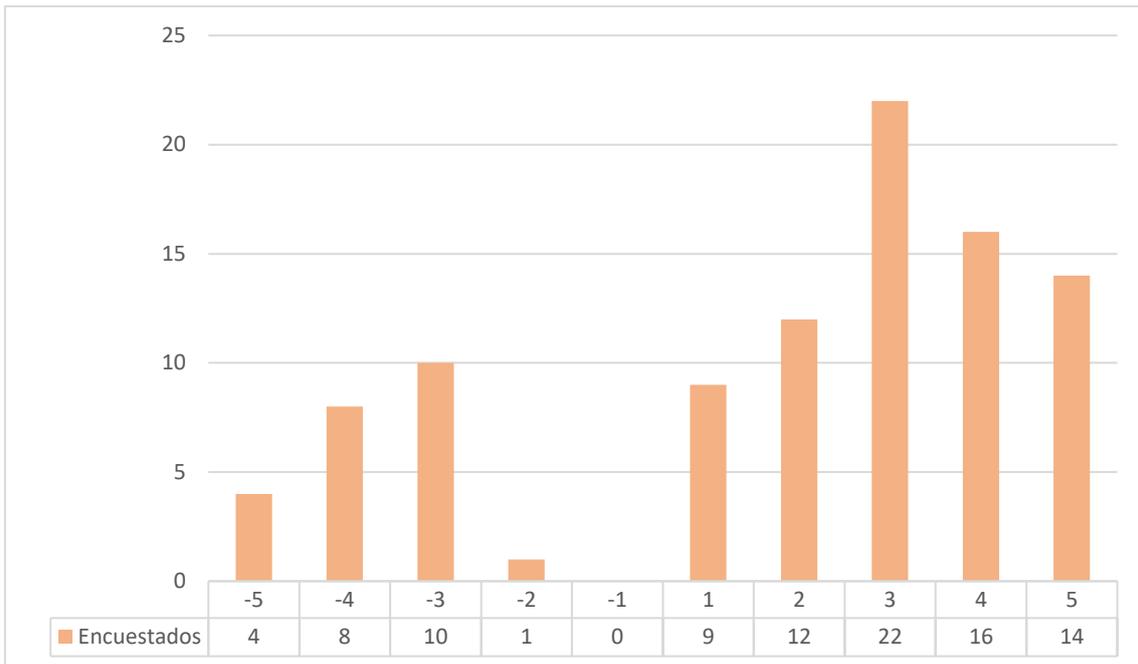
Nota: P10 ¿En qué rango existen elementos que guíen el recorrido en su vivienda?

Gráfico 16 resultados de P11



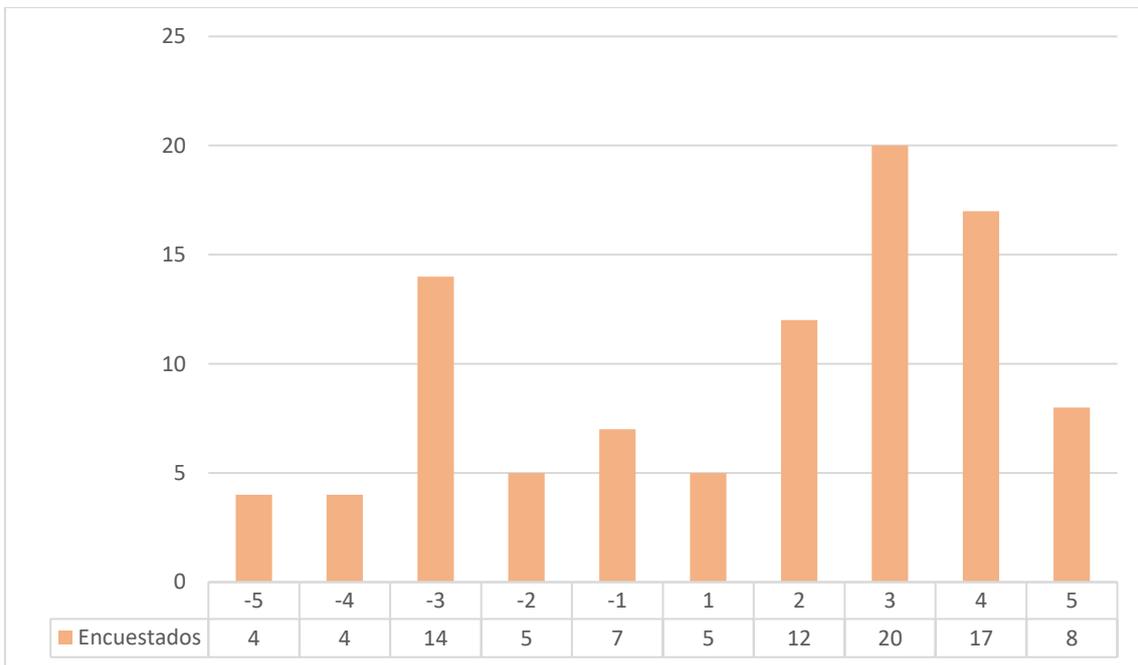
Nota: P11 ¿En qué rango se siente seguro/a en su vivienda?

Gráfico 17 resultados de P12



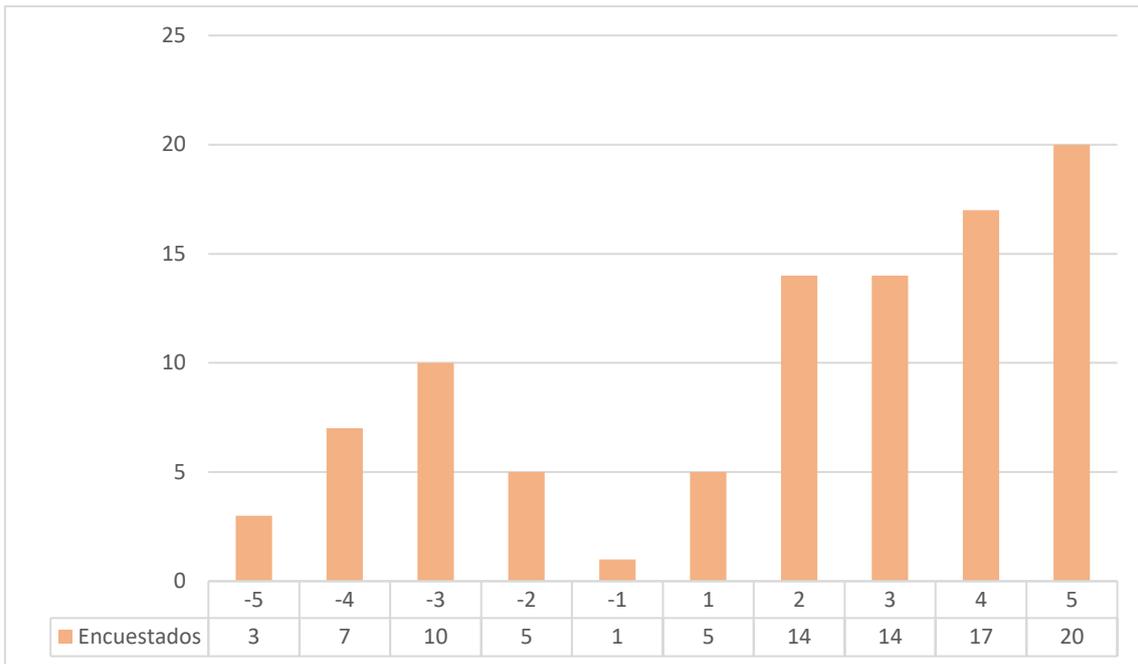
Nota: P12 ¿Qué tanto siente que en su vivienda existen espacios que le brinden tranquilidad?

Gráfico 18 resultados de P13



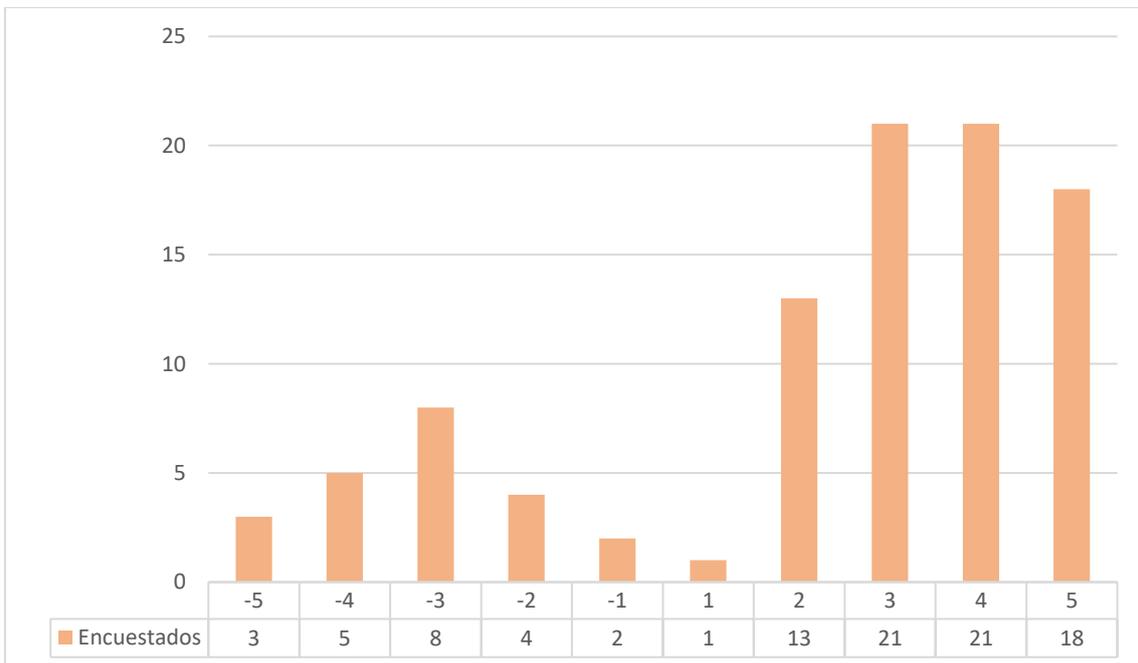
Nota: P13 ¿Qué tanto siente que su vivienda cuenta con espacios íntimos necesarios?

Gráfico 19 resultados de P14



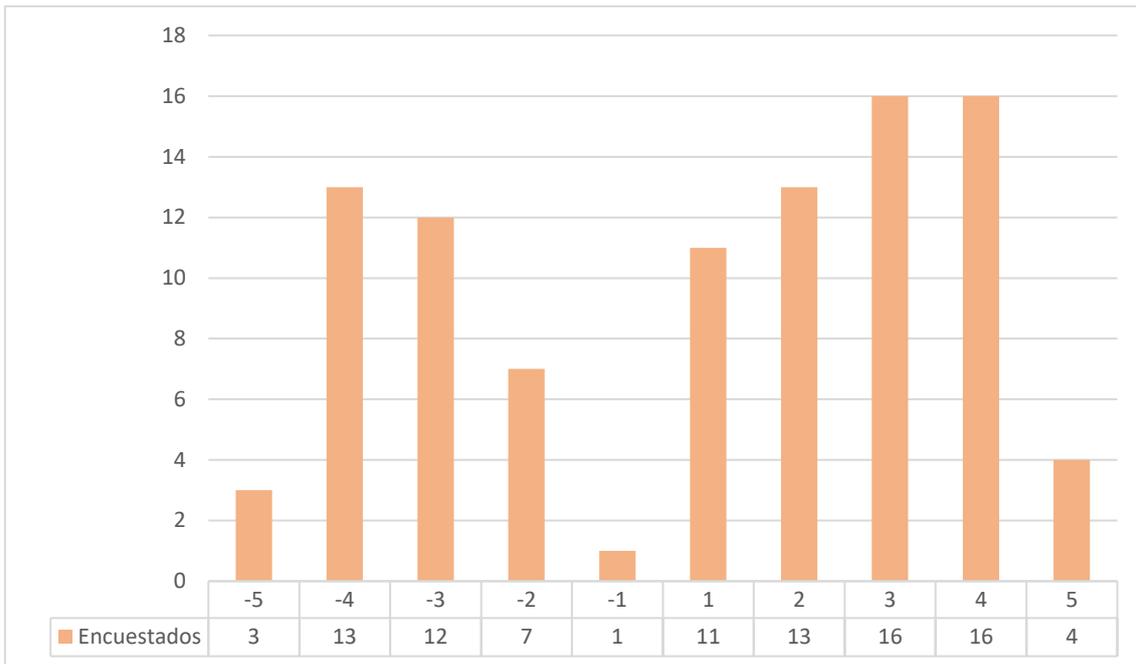
Nota: P14 ¿En qué rango siente que la iluminación en su vivienda es adecuada?

Gráfico 20 resultados de P16



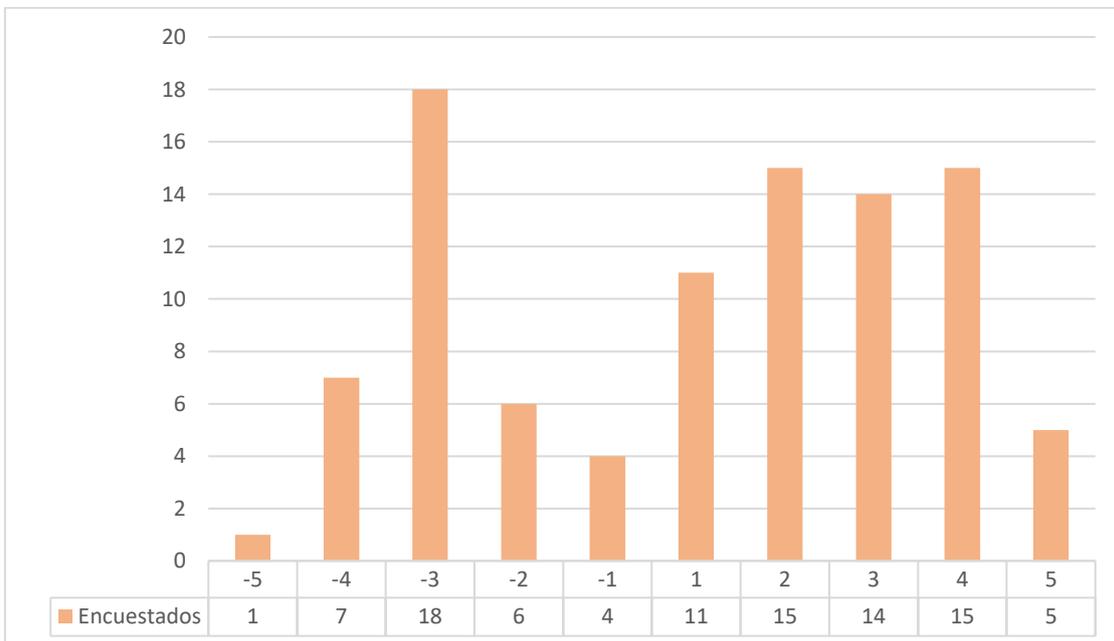
Nota: P16 ¿En qué rango siente que la ventilación en su vivienda es adecuada?

Gráfico 21 resultados de P17



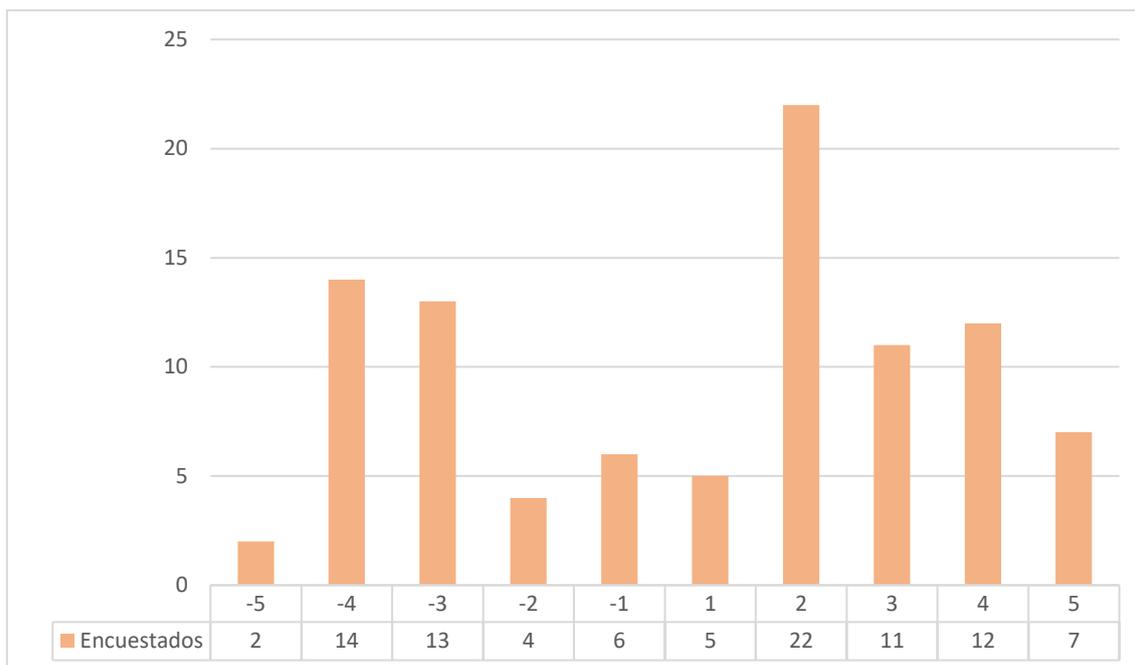
Nota: P17 ¿Qué tan satisfecho se ha sentido consigo mismo durante estos 8 meses de confinamiento?

Gráfico 22 resultados de P18



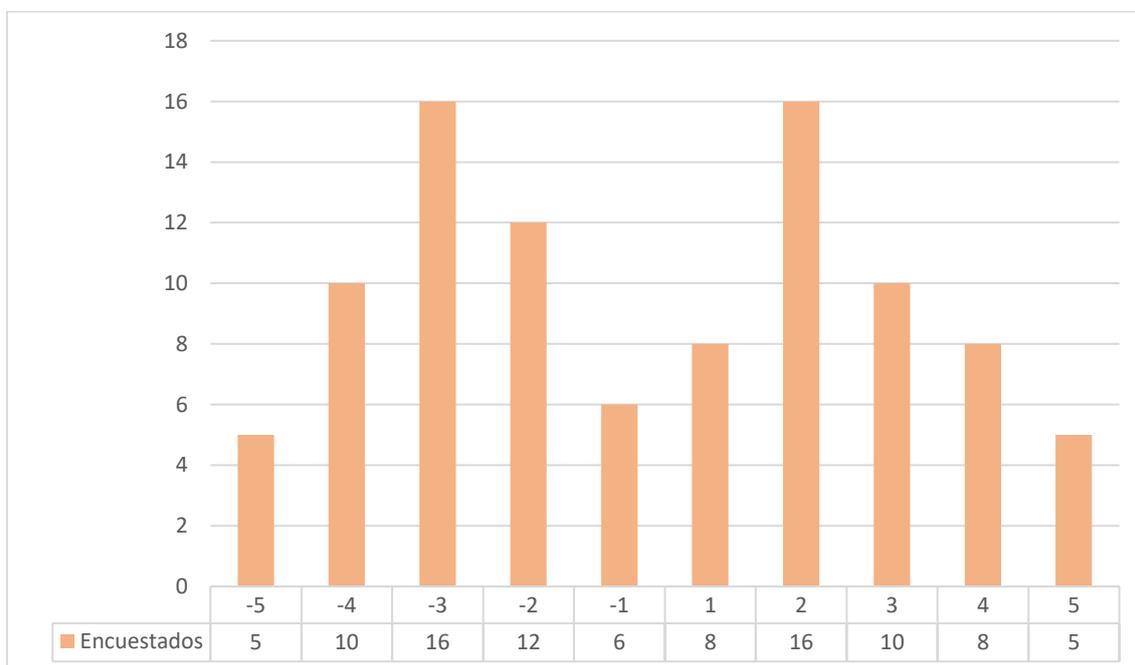
Nota: P18 ¿Qué tanto han perdurado emociones positivas como alegría, pensamiento positivos, visualización del futuro, etc., en usted durante este tiempo de confinamiento?

Gráfico 23 resultados de P19



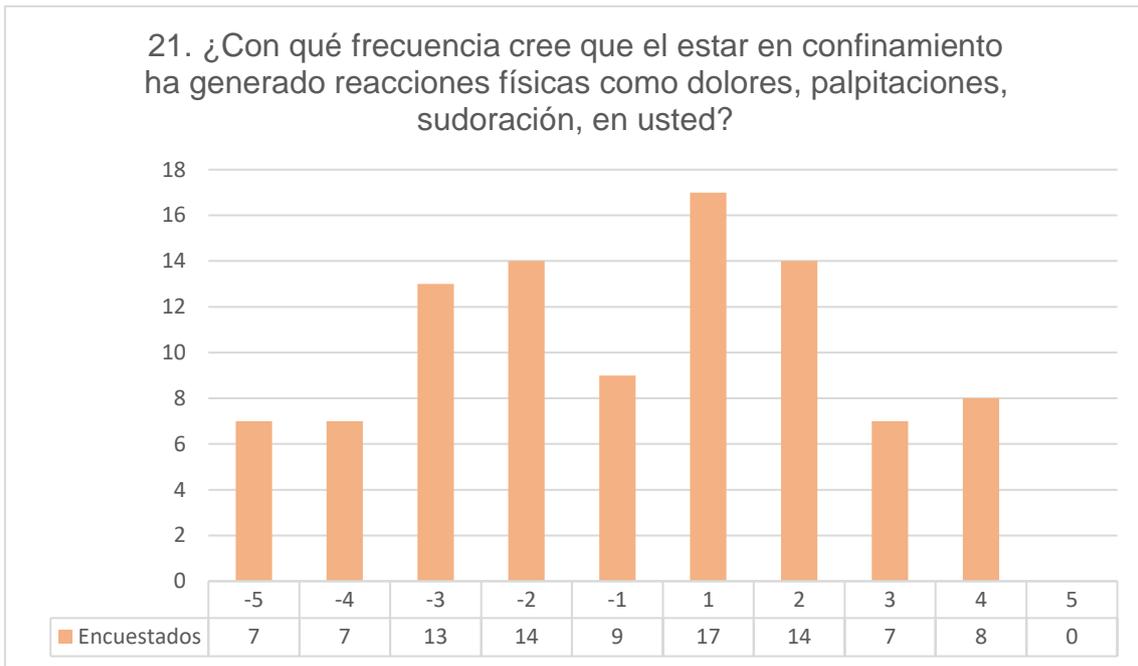
Nota: P19 ¿En qué rango podría definir su estado de ánimo durante este confinamiento de positivo a negativo?

Gráfico 24 resultados de P20



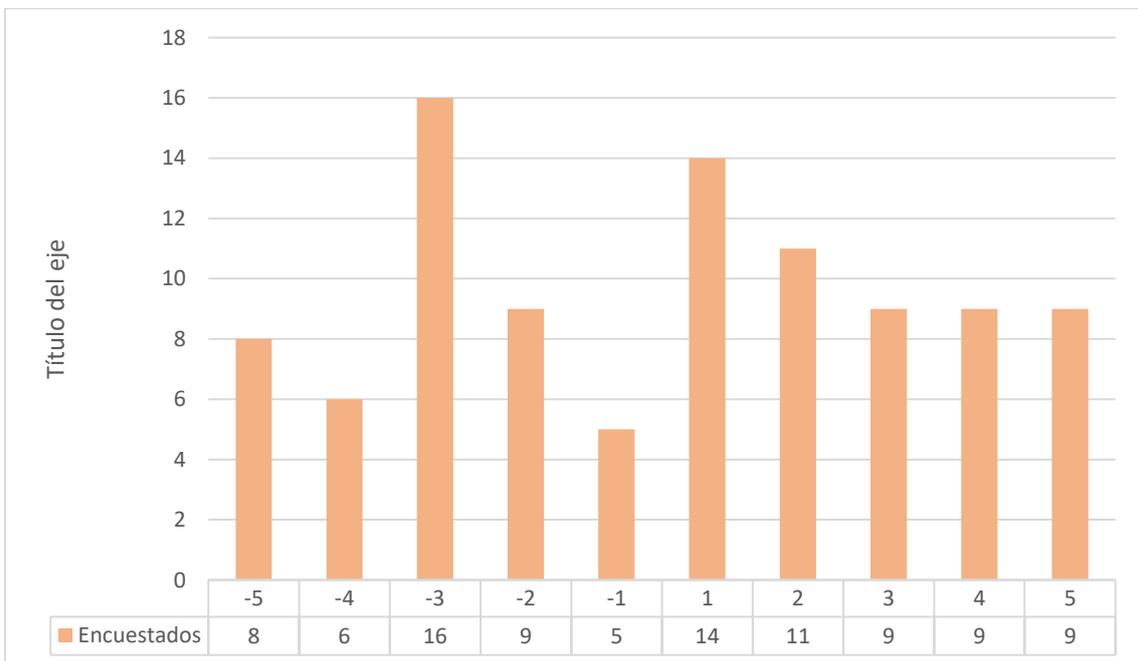
Nota: P20 ¿En qué nivel cree que ha afectado su sentir el no estar en contacto con personas ajenas a su vivienda durante este confinamiento?

Gráfico 25 resultados de P21



Nota: P21 ¿Con qué frecuencia cree que el estar en confinamiento ha generado reacciones físicas como dolores, palpitaciones, sudoración, en usted?

Gráfico 26 Resultados de P22



Nota: P22 ¿Con qué frecuencia ha sentido reacciones emocionales como estrés, ansiedad o depresión durante este confinamiento?

## Anexo 9: Validez de resultados

Tabla 16 : Tabla de validez de resultados (Encuesta y observación)

### V A L I D E Z

N° DE ENCUESTA	COLOR			TEXTURA			RUIDO			OLOR			ILUMINACIÓN		
	E.S (ENC)	V.N (OBS)	V.T (T)	E.S ENC	V.N (OBS)	V.T (T)									
Encuestado 01	-4	0	0	-4	0	2	-4	0	3	-4	0	3	-4	1	3
Encuestado 02	-4	0	3	-3	1	2	-3	1	1	-3	1	3	-4	1	3
Encuestado 03	+5	3	3	+3	2	2	-4	0	1	+4	3	1	+1	3	3
Encuestado 04	+3	2	3	+3	2	2	-2	1	1	+3	2	3	+5	3	3
Encuestado 05	-2	1	3	-2	1	1	-2	1	3	-3	1	3	-2	1	2
Encuestado 06	+3	2	3	+2	2	2	-1	1	3	+3	2	2	+2	2	2
Encuestado 07	+4	3	3	+4	3	3	-1	1	3	+5	3	2	+5	3	2
Encuestado 08	+4	0	0	+2	2	2	+3	2	3	+2	2	1	+4	3	3
Encuestado 09	+3	2	3	+3	2	2	-1	1	1	+4	3	3	+1	1	1
Encuestado 10	+4	3	3	+2	1	2	+3	2	2	+2	2	1	+4	3	3
Encuestado 11	+2	2	3	+2	2	2	+1	2	2	+1	2	2	+1	2	2
Encuestado 12	+5	3	3	+5	3	2	+1	2	2	+5	3	3	+5	3	2
Encuestado 13	+4	3	0	+2	2	2	-2	1	1	+2	2	1	+2	2	3

Encuestado 14	-3	0	0	-3	1	2	-2	1	3	-5	0	3	-5	0	2
Encuestado 15	+3	2	3	2	2	2	-1	1	3	+2	2	2	+5	3	3
Encuestado 16	-3	1	3	-4	0	4	-5	0	1	-4	0	1	-4	0	1
Encuestado 17	+1	2	3	+3	2	2	+2	2	3	+2	2	3	+5	3	1
Encuestado 18	+2	2	0	+1	2	3	+1	2	3	+1	2	1	+2	2	2
Encuestado 19	+3	2	3	+4	3	1	+4	3	3	+4	3	2	+4	3	3
Encuestado 20	-5	3	3	-4	3	1	-3	2	3	-4	3	3	-5	2	3
Encuestado 21	-2	1	3	+4	3	2	-1	1	3	+4	3	3	+5	3	3
Encuestado 22	+4	3	3	+4	3	2	+2	2	3	+5	3	3	+5	3	3
Encuestado 23	+5	3	0	+5	3	2	+1	2	3	+5	3	3	+5	3	2
Encuestado 24	-2	1	0	+1	2	2	+2	2	2	+2	2	1	+2	2	2
Encuestado 25	+3	2	3	+3	2	2	+3	2	3	+3	2	3	+3	2	2
Encuestado 26	+3	2	3	+2	2	2	+3	2	2	+3	2	2	+2	2	3
Encuestado 27	-4	3	3	-4	3	2	-4	0	2	-4	1	0	-4	3	3
Encuestado 28	-3	3	3	-4	3	2	-5	3	3	-5	0	1	-4	3	1
Encuestado 29	+3	1	0	+3	0	2	-3	0	3	-3	0	3	+3	0	2
Encuestado 30	+4	2	3	+4	2	3	-1	1	1	-1	0	0	+5	2	2
Encuestado 31	-3	3	3	-3	3	2	-3	1	3	-3	1	1	-4	3	3
Encuestado 32	+4	2	3	+4	1	1	-3	1	1	+3	2	2	+4	3	2
Encuestado 33	-3	3	0	-3	3	2	-3	1	3	-3	2	1	-3	3	2

Encuestado 34	+3	1	0	+4	2	2	-2	1	3	+2	1	3	+2	2	2
Encuestado 35	-4	2	2	-2	2	2	-2	0	2	-3	3	3	-3	2	2
Encuestado 36	+1	3	3	+3	2	2	-2	1	2	+3	1	3	-2	2	2
Encuestado 37	+2	2	2	+2	2	2	+2	1	3	+2	2	1	+2	2	2
Encuestado 38	+3	2	3	+4	2	2	+1	2	3	+3	2	1	+4	2	2
Encuestado 39	+5	2	0	+4	3	2	+1	2	3	+1	2	3	+3	3	2
Encuestado 40	+3	3	3	-3	3	3	-5	2	3	+2	2	3	+2	2	3
Encuestado 41	-3	2	3	-4	2	2	-2	0	2	-5	2	1	-3	2	3
Encuestado 42	+3	2	2	+3	3	2	+1	1	2	+2	0	3	+4	2	2
Encuestado 43	+3	2	3	+2	2	2	-1	2	3	+2	2	3	+2	3	3
Encuestado 44	+5	2	2	+5	2	2	+2	1	3	+5	2	3	+5	2	2
Encuestado 45	-3	3	3	-2	3	2	-3	2	2	-3	3	3	-3	3	3
Encuestado 46	+5	1	2	+5	1	2	+4	2	3	+4	1	1	+3	2	2
Encuestado 47	+3	3	0	+3	3	2	-5	3	3	+2	3	3	+2	2	3
Encuestado 48	+5	2	3	+4	2	1	-1	0	2	+3	2	3	+4	2	3
Encuestado 49	+3	3	3	+3	2	2	-3	1	2	-1	2	3	+1	3	3
Encuestado 50	+4	2	3	+4	2	2	+4	1	2	+2	1	1	+4	2	2
Encuestado 51	+3	3	3	+3	3	2	-1	3	2	+5	2	3	-3	3	3
Encuestado 52	+4	2	3	+4	2	2	-3	1	2	+2	3	1	+3	1	1
Encuestado 53	+3	3	3	+2	3	2	+3	1	2	+3	2	3	+3	2	3
Encuestado 54	+5	2	2	+5	2	2	+5	2	3	+5	2	1	+5	2	2

Encuestado 55	+5	3	3	+5	3	2	+3	3	3	+4	3	3	+5	3	2
Encuestado 56	+2	2	2	+2	3	2	-2	1	3	+1	3	3	+4	3	3
Encuestado 57	+2	2	2	+4	2	1	+2	2	3	+5	2	3	+3	2	2
Encuestado 58	+3	2	3	+3	2	2	+1	1	2	+3	2	3	+1	3	2
Encuestado 59	+3	2	2	+3	3	2	+1	2	3	+3	3	3	+1	2	2
Encuestado 60	-3	2	3	-3	2	2	-3	2	3	-3	2	3	-3	2	3
Encuestado 61	+4	2	3	+4	2	2	-1	2	3	+2	2	3	+5	2	3
Encuestado 62	+5	1	3	+4	1	2	+2	1	2	+3	1	3	+2	1	2
Encuestado 63	-4	3	3	-4	3	2	-3	1	2	-3	2	3	-3	3	3
Encuestado 64	-5	3	3	-4	3	2	+2	2	3	-3	2	3	-4	2	2
Encuestado 65	+5	0	2	+5	0	2	-2	1	3	+4	1	1	+3	1	2
Encuestado 66	+4	0	3	+4	0	0	+4	2	2	+4	1	1	+2	0	1
Encuestado 67	+4	3	3	+2	3	1	-5	1	3	-3	3	3	+3	2	2
Encuestado 68	+5	3	3	+2	2	2	+1	3	3	+4	3	3	+4	2	2
Encuestado 69	-2	3	0	-2	2	2	-2	0	2	-3	1	1	-2	2	2
Encuestado 70	+2	3	0	+3	2	1	-1	3	2	+2	3	1	+4	3	3
Encuestado 71	+2	2	2	-3	2	2	+5	1	2	+4	0	0	-4	2	3
Encuestado 72	+4	2	3	+3	1	0	+1	1	3	+1	2	3	+5	3	3
Encuestado 73	+2	2	0	+1	1	2	+1	3	2	+3	3	1	-2	0	2
Encuestado 74	+1	3	3	-5	2	2	-2	2	2	+5	2	1	-2	3	3
Encuestado 75	+4	2	2	+4	2	2	+1	2	2	+4	2	3	+4	1	3

Encuestado 76	+2	2	0	+1	0	2	-2	1	1	+2	3	3	+1	1	2
Encuestado 77	+3	3	3	+2	3	2	-2	2	3	+2	3	3	+3	3	3
Encuestado 78	+5	2	3	+4	2	2	+3	1	1	+4	2	3	+3	2	3
Encuestado 79	+3	2	3	+1	2	2	+3	1	2	+1	2	3	+3	2	3
Encuestado 80	+2	3	3	+1	3	2	-1	2	3	+2	3	3	+3	2	2
Encuestado 81	+4	2	3	+2	2	2	-3	2	3	+3	2	3	+4	2	2
Encuestado 82	-3	2	2	-4	2	2	-5	1	3	-4	2	1	-4	2	3
Encuestado 83	+2	3	3	+2	2	2	+2	1	2	+1	2	3	+2	3	3
Encuestado 84	+3	1	2	+2	0	2	+3	0	2	+3	0	1	+4	0	3
Encuestado 85	+4	2	3	+4	2	0	+2	2	3	+4	2	1	+4	2	2
Encuestado 86	-5	2	2	+4	2	2	+1	2	3	+5	2	3	+5	3	2
Encuestado 87	+2	3	3	+3	3	2	-1	2	3	+5	3	3	+2	3	3
Encuestado 88	-2	0	2	-2	3	2	-5	2	3	-2	3	3	-3	3	2
Encuestado 89	-5	2	3	-5	2	2	-5	1	3	-5	3	3	-5	2	3
Encuestado 90	+5	1	0	+4	1	2	+4	0	2	+5	1	1	+4	1	3
Encuestado 91	+4	0	2	+3	0	2	+1	0	2	+4	0	0	+5	0	3
Encuestado 92	+3	3	3	+5	3	2	+2	3	3	+5	3	3	+5	3	3
Encuestado 93	+3	3	0	+4	2	2	+1	2	3	+4	3	3	+3	3	3
Encuestado 94	+4	2	3	+3	3	2	+2	2	2	+5	3	3	+5	3	3
Encuestado 95	+1	2	3	+5	3	2	-2	2	3	+5	3	1	+5	2	3
Encuestado 96	+5	3	3	+4	2	2	-4	2	3	-3	3	3	+4	3	2