

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: VID-IA

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

QUE PRESENTA:

Victoria Elena Guerra Maticorena

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

QUE PRESENTA:

Marcos Weimar Gurreonero Mamani

Mario Edson Mazzini Vivar

Jorge Antonio Vega Marcelo

Asesor:

Sandro Alberto Sánchez Paredes

Surco, octubre, 2025

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Sandro Alberto Sánchez Paredes, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada MODELO PROLAB "VID-IA", de los autores:

- Victoria Elena Guerra Maticorena, DNI 44173078;
- Marcos Waimar Gurreonero Mamani, DNI 44702245;
- Mario Edson Mazzini Vivar, DNI 72397445; y,
- Jorge Antonio Vega Marcelo, DNI 45759521

Dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 17%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 14/10/2025
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

Lima, 14 de octubre de 2025

| | |
|---|--|
| Apellidos y nombres del asesor/ de la asesora: Sánchez Paredes, Sandro Alberto | |
| DNI: 09542193 | Firma |
| ORCID: 0000-0002-6155-8556 |  |

Agradecimientos

A Dios, mis celestiales padres, mis ejemplares hermanas y a Walter.

Elena Guerra.

A mi familia por ser la razón de cada uno de mis esfuerzos

Marcos Gurreonero

A Dios, a mi madre en el cielo, a mi familia y mi enamorada.

Mario Mazzini

A mis padres, mi familia y mi novia, por su amor y apoyo constante.

Jorge Vega



Dedicatorias

Para mi madre.

Elena Guerra

Para mi familia, todo esfuerzo es por y para ellos.

Marcos Gurreonero

Para mi madre que desde el cielo siempre está presente en mi vida.

Mario Mazzini

Para mi familia y mi novia por su apoyo incondicional.

Jorge Vega



Resumen Ejecutivo

El proyecto VID-IA surge como una respuesta innovadora a los problemas emocionales y psicológicos que afectan a los adolescentes peruanos de 15 a 16 años, un grupo etario que enfrenta altos niveles de ansiedad, estrés y dificultades para gestionar sus emociones en un entorno de crecimiento. Presión académica, social y familiar. La aplicación VID-IA, diseñada como una herramienta digital accesible y culturalmente adaptada, busca brindar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y VID-IA integra funcionalidades clave como diarios emocionales, técnicas de mindfulness, cuestionarios psicológicos estandarizados y acceso a profesionales de la salud mental mediante chats seguros. La aplicación no solo ofrece recursos personalizados adaptados a los intereses y necesidades de los adolescentes, sino que también fomenta la creación de una comunidad de apoyo mutuo. Este entorno seguro permite a los usuarios expresar sus emociones, compartir experiencias y recibir orientación efectiva, fortaleciendo sus habilidades de afrontamiento y promoviendo su bien.

El proyecto no solo aborda una problemática crítica desde el punto de vista social, sino que también demuestra su sostenibilidad financiera y su capacidad de generar impacto a gran escala. Con un VAN de S/ 24,792,729.67 y una TIR del 1042.94%, VID-IA presenta una rentabilidad sobresaliente que asegura su viabilidad económica. Además, el proyecto genera un impacto social significativo al contribuir directamente a la mejora de la salud mental de los adolescentes, reducir la incidencia de trastornos emocionales y para

VID-IA también tiene un enfoque innovador y escalable, diseñado para adaptarse a diferentes contextos y necesidades. Su modelo de negocio integra alianzas estratégicas con instituciones educativas y organizaciones de salud mental, asegurando una implementación efectiva y un alcance amplio en el mercado peruano. El uso de algoritmos para personalizar contenido, sumado a la accesibilidad que ofrece la tecnología móvil, permite que el aplicativo pueda

llegar a comunidades tanto urbanas como rurales, reduciendo las barreras al acceso de servicios de salud mental.

En términos de sostenibilidad social, VID-IA se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con el ODS 3, que busca garantizar la salud y el bienestar, y el ODS 4, que promueve una educación de calidad. El aplicativo no solo mejora el acceso a recursos de salud mental para adolescentes, sino que también educa a padres, tutores y docentes sobre la importancia del bienestar emocional, integrándolos en el proceso y creando un impacto positivo en toda la comunidad educativa.



Abstract

The VID-IA project emerges as an innovative response to the emotional and psychological challenges affecting Peruvian adolescents aged 15 to 16. This age group faces high levels of anxiety, stress, and difficulties in managing their emotions within an environment of increasing academic, social, and familial pressures. VID-IA, designed as an accessible and culturally adapted digital tool, aims to provide emotional support and practical resources for mental and emotional health self-management.

VID-IA integrates key functionalities such as emotional journals, mindfulness techniques, standardized psychological questionnaires, and access to mental health professionals through secure chats. The app offers personalized resources tailored to the interests and needs of adolescents while fostering the creation of a supportive peer community. This safe environment enables users to express their emotions, share experiences, and receive effective guidance, strengthening their coping skills and promoting emotional well-being.

The project not only addresses a critical social issue but also demonstrates its financial sustainability and scalability. With an NPV of S/ 24,792,729.67 and an IRR of 1042.94%, VID-IA achieves exceptional profitability, ensuring its economic viability. Additionally, the project generates significant social impact by directly improving adolescents' mental health, reducing the prevalence of emotional disorders, and enhancing their academic and personal performance.

VID-IA's innovative and scalable approach is designed to adapt to various contexts and needs. Its business model incorporates strategic partnerships with educational institutions and mental health organizations, ensuring effective implementation and broad market reach in Peru. The use of algorithms to personalize content, combined with the accessibility provided by mobile technology, allows the app to reach both urban and rural communities, breaking down barriers to accessing mental health services.

From a social sustainability perspective, VID-IA aligns with the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically SDG 3, which ensures health and well-being, and SDG 4, which promotes quality education. The app not only improves access to mental health resources for adolescents but also educates parents, guardians, and teachers about the importance of emotional well-being, integrating them into the process and creating a positive impact on the broader educational community.



Tabla de Contenidos

| | |
|--|-------------|
| Lista de Tablas | xi |
| Lista de Figuras..... | xiii |
| Capítulo I. Definición del Problema..... | 1 |
| 1.1. Contexto del Problema A Resolver..... | 1 |
| 1.2. Presentación del Problema a Resolver..... | 4 |
| 1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver | 6 |
| 1.3.1 <i>Pensamiento Visual, Abductivo y Creativo</i> | 6 |
| Capítulo II. Análisis del Mercado..... | 9 |
| 2.1. Descripción del Mercado o Industria..... | 10 |
| 2.2. Análisis Competitivo Detallado..... | 11 |
| Capítulo III. Investigación del Usuario (Cliente)..... | 16 |
| 3.1. Perfil del Usuario | 16 |
| 3.2. Mapa de Experiencia de Usuario | 20 |
| 3.3. Identificación de la Necesidad a Resolver Para el Usuario | 22 |
| Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio | 25 |
| 4.1. Concepción del Producto o Servicio..... | 25 |
| 4.2. Desarrollo de la Narrativa..... | 34 |
| 4.3. Carácter Innovador y Disruptivo del Producto o Servicio..... | 37 |
| 4.4. Propuesta de Valor..... | 40 |
| 4.5. Producto Mínimo Viable (PMV) | 44 |
| Capítulo V. Modelo de Negocio | 47 |
| 5.1. Lienzo del Modelo de Negocio..... | 47 |
| 5.2. Viabilidad Financiera del Modelo de Negocio | 53 |
| 5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio | 55 |
| 5.4. Sostenibilidad Social del Modelo de Negocio | 57 |
| Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable..... | 60 |
| 6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución..... | 60 |
| 6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución | 61 |
| 6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución..... | 61 |

| | |
|---|------------|
| 6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución | 64 |
| 6.2.1. Plan de Mercadeo | 65 |
| 6.2.2. Plan de Operaciones | 69 |
| 6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis..... | 72 |
| 6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución..... | 75 |
| 6.3.1. Presupuesto de inversión | 75 |
| 6.3.2. Análisis Financiero | 77 |
| 6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis..... | 82 |
| Capítulo VII. Solución Sostenible..... | 90 |
| 7.1. Relevancia Social de la Solución..... | 90 |
| 7.2. Rentabilidad Social de la Solución | 92 |
| Capítulo VIII. Decisión e Implementación | 96 |
| 8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo | 96 |
| 8.2. Conclusiones | 102 |
| 8.3. Recomendación..... | 103 |
| Referencias..... | 105 |
| Apéndices | 110 |

Lista de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Análisis de Competidores Directos | 13 |
| Tabla 2: TAM | 53 |
| Tabla 3: SAM..... | 53 |
| Tabla 4: SOM..... | 54 |
| Tabla 5: Flujo de Caja Libre | 54 |
| Tabla 6: Matriz ExO Canvas..... | 57 |
| Tabla 7: Resumen de Resultado de la interacción del Adolescente y el Prototipo..... | 63 |
| Tabla 8: Resumen de Resultado de la interacción del Adolescente y el Prototipo..... | 64 |
| Tabla 9: Presupuesto de la Mezcla de Marketing (2025-2029), en soles | 68 |
| Tabla 10: Proyección de los Resultados del Plan de Marketing | 72 |
| Tabla 11: Resultado Financiero del Desempeño Logístico | 74 |
| Tabla 12: Presupuesto de Inversión de Proyecto VID-IA | 77 |
| Tabla 13: Proyección de Ventas Anuales (2025-2029), en soles..... | 78 |
| Tabla 14: Flujo de Caja Anual (2025-2029), en soles | 78 |
| Tabla 15: Estado Anual de la Situación Financiera (2025-2029), en soles | 80 |
| Tabla 16: Proyección de Estado de Resultados, en soles..... | 82 |
| Tabla 17: Simulación de Monte Carlo para el VAN..... | 83 |
| Tabla 18: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Esperado | 84 |
| Tabla 19: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Optimista | 86 |
| Tabla 20: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Pesimista..... | 87 |
| Tabla 21: Resultados de Validar las Hipótesis de Negocio | 89 |
| Tabla 22: Beneficios Sociales Cuantificados..... | 93 |
| Tabla 23: Costo Sociales Cuantificados | 94 |
| Tabla 24: Flujo de Descuento Social del Proyecto | 95 |

Tabla 25: Resultado Entrevistas Clientes111



Lista de Figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1: Pensamiento Visual | 7 |
| Figura 2: Pensamiento Creativo | 8 |
| Figura 3: Lienzo de Dos Dimensiones | 8 |
| Figura 4: Lienzo del Meta Usuario | 20 |
| Figura 5: Mapa de Experiencia del Usuario | 21 |
| Figura 6: Matriz 6 x 6 | 27 |
| Figura 7: Matriz de Costo Impacto | 28 |
| Figura 8: Producto Mínimo Viable (PMV)..... | 29 |
| Figura 9: Lienzo Blanco de Relevancia | 36 |
| Figura 10: Lienzo de Propuesta de Valor | 43 |
| Figura 11: Business Model Canvas..... | 52 |
| Figura 12: Preferencia por el Precio de VIDIA | 62 |
| Figura 13: Plan de Implementación Detallado por Actividades y Responsables (en meses). Diagrama de Gantt. | 101 |
| Figura 14: Flourishing Business Canvas..... | 110 |
| Figura 15: Brainstorming | 110 |

Capítulo I. Definición del Problema

Desde siempre es en la adolescencia que se encara una serie de desafíos emocionales y psicológicos derivados de la complejidad de la transición hacia la adultez. En el Perú, específicamente entre adolescentes de 15 y 16 años, estos desafíos pueden manifestarse en forma de ansiedad, depresión y frustraciones. Factores como el desarrollo académico y su futuro profesional, la influencia de las redes sociales, cambios físicos y emocionales propios de la adolescencia, contribuyen a una experiencia de vida complicada y a menudo estresante.

Para abordar estas problemáticas, se plantea el desarrollo de un aplicativo diseñado como un asesor personal para adolescentes. Este, no solo proporcionará orientación y apoyo emocional, sino que también evaluará y recomendará materiales adecuados para enfrentar y gestionar momentos difíciles. Al ofrecer herramientas personalizadas, se espera que los adolescentes puedan conocerse y comprenderse mejor, fortaleciendo su capacidad de enfrentar desafíos emocionales de manera efectiva.

Este enfoque innovador busca llenar un vacío en la atención emocional disponible para los jóvenes, proporcionando recursos accesibles y adaptados a sus necesidades específicas. Con el apoyo de este aplicativo, se espera que los adolescentes peruanos puedan atravesar por la incertidumbre de los cambios que atraviesa con mayor resiliencia y bienestar emocional.

1.1. Contexto del Problema A Resolver

La adolescencia es una etapa decisiva, principalmente por los cambios biológicos que no solo son físicos si no emocionales y sobre todo sociales no solo por la escuela si no por el egreso de la misma. En el Perú, los adolescentes de 15 y 16 años, etapa que define UNICEF como parte de la adolescencia media, atraviesan cambios a nivel psicológico, preocupa como la percepción que tienen de sí mismos y como el resto los percibe, con esto se construye su identidad, es la etapa en la que se encuentran en desafíos que pueden impactar

de manera relevante en su bienestar emocional y psicológico. La ansiedad y depresión como principal problema de salud mental, combinada con el acceso limitado a servicios de apoyo oportuno y apropiado, destaca la urgencia de abordar este problema social de manera efectiva.

Los adolescentes de 15 y 16 años, que generalmente cursan cuarto y quinto año de secundaria, el Ministerio de Educación del Perú (Minedu, 2020) en su documento normativo titulado "Orientaciones para el acompañamiento socioafectivo a estudiantes de instituciones educativas de educación secundaria desde la tutoría". Este material proporciona directrices para docentes y tutores en el acompañamiento emocional y vocacional de adolescentes de 15 y 16 años. Ministerio de Educación del Perú establece las edades normativas para cada grado de la Educación Básica Regular en el documento "Edades normativas". Según este documento, los estudiantes que cursan cuarto y quinto año de secundaria tienen las siguientes edades:

- Cuarto grado de secundaria: 15 años (edad normativa), con una edad máxima permitida de hasta 17 años.
- Quinto grado de secundaria: 16 años (edad normativa), con una edad máxima permitida de hasta 18 años.

Esta información se encuentra detallada en la tabla de edades normativas del documento mencionado en el Perú, las dificultades respecto a la salud mental entre adolescentes vienen siendo noticia y parte significativa de la estadística nacional. Según datos de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES), citados por la Secretaría Nacional de la Juventud (2023), aproximadamente el 32,3 % de los jóvenes de 15 a 29 años presentó algún problema de salud mental. Entre estos, las más comunes con la depresión y la ansiedad, afectando a cerca del 30.2% y 22.9% de mujeres y hombres, respectivamente. Estos datos no solo nos

indica cuantos adolescentes atraviesan preocupaciones que afectan su desempeño estudiantil, las relaciones familiares y amicales y en general su desarrollo personal.

El suicidio es una de las principales causas de muerte en adolescentes y está estrechamente relacionado con trastornos como la depresión (Organización Mundial de la Salud, 2024; Organización Mundial de la Salud, 2023). De acuerdo con el Ministerio de Salud del Perú (2025), se registraron 735 casos de suicidio según Sistema de Información de Defunciones de nuestro país (SINADEF) como resultado durante el 2024. A la par, el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades (CDC) del Ministerio de Salud publicó resultados indicando que ocurrieron 1752 intentos de suicidio de los cuales se registraron 411 en jóvenes entre 12 y 17 años, y la tendencia sigue en aumento. Esta estadística alarmante refleja la desesperación y el sufrimiento que muchos adolescentes experimentan, lo que acentúa la necesidad de actuaciones efectivas para prevenir tales tragedias no solo como padres y docentes, si no como sociedad y gobierno.

El diario Peru21 (Peru21, 2024), en su nota por el Día del Psicólogo, publicó la estadística del Ministerio de Educación para el año 2023 en nuestro país existe un psicólogo por cada tres mil seiscientos veinte estudiantes a nivel nacional, este dato indica la ausencia de una herramienta de salud mental por escuela.

La Dirección de Salud Mental del Ministerio de Salud indica que solo el 30% de los adolescentes que necesitan atención psicológica o psiquiátrica la reciben (Salud con Lupa, 2023). Esta brecha en el acceso se debe a varias causas, incluyendo la falta de recursos, la estigmatización asociada con buscar ayuda psicológica y la distribución inequitativa de servicios entre distintos estratos sociales y zonas geográficas de nuestro país. En muchas áreas, los servicios de salud mental son insuficientes o inexistentes, lo que deja a muchos adolescentes sin el apoyo que necesitan.

La relevancia de abordar los problemas de salud mental en adolescentes peruanos es multifacética. Primero, la salud mental es por tanto indispensable para el desarrollo saludable de los jóvenes. Los problemas no tratados pueden tener efectos a largo plazo, afectando el desarrollo de sus competencias sociales, alcanzar metas académicas y profesionales, y contribuir positivamente a la sociedad. Segundo, la alta prevalencia de problemas de salud mental y la incidencia de suicidios representan no solo un costo humano, sino también un costo económico significativo para las familias y el sistema de salud pública. Los recursos invertidos en el tratamiento de crisis agudas y las pérdidas de productividad y potencial humano tienen un impacto profundo en la sociedad.

1.2. Presentación del Problema a Resolver

Para octubre de 2024, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) brinda datos globales respecto a que, teniendo en cuenta jóvenes de 10 a 19 años, 1 de cada 7 padece algún trastorno mental este a su vez supone el 15% de la morbilidad a nivel mundial para esta edad. Asimismo, indica que es la ansiedad, la depresión y los trastornos del comportamiento aparecen entre las principales causas de enfermedad y discapacidad entre la población joven. En la misma nota, la OMS indica que es el suicidio es la tercera causa de muerte entre los jóvenes. Los gobiernos desde ya tienen como función brindar un sistema de salud eficiente a la población, sin embargo, con lo mencionado se considera urgente para brindar bienestar a los ciudadanos.

En nuestro país, se han logrado avances en el marco político, aún existen dificultades con su implementación. La constitución política en su artículo 44 indica: "La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. (...)", de una rápida revisión y como antiguos usuarios del servicio escolar, muchas escuelas no cuentan con un

departamento de psicología o de salud mental que oriente, levante información, y gestione mejoras en el desarrollo social y salud mental del estudiante.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024), en Perú hay más de 9 millones de niñas, niños y adolescentes en edad entre 0 y 17 años. Es población que, en su mayoría e idóneamente, se encuentra disponible en la escuela para aprender muchas cosas. En la escuela se aprende múltiples temas, desde mejorar el lenguaje, aprender historia nacional y mundial, manejar números y formas, introducirnos en las cuestiones científicas o desarrollar nuestros sentidos artísticos y deportivos. Es en la escuela que un niño y adolescente se presenta con tiempo y disposición de aprender del mundo, sin embargo, no se ha priorizado en acercar el conocimiento de sí mismo y de herramientas de salud mental. Adicional a eso, así como los conocimientos impartidos orientan al estudiante respecto a su historia, su futuro y su vocación se encuentra en un contexto más complejo (ante las redes sociales y el internet) para afrontar el desarrollo de sus relaciones sociales, relación familiar, sus cambios físicos, la cantidad de información que percibe y genera una serie de sentimientos que requiere conocer como comprender, manejar, el ciclo del duelo (sea pérdida familiar, separación física de una persona o algún cambio que condice su voluntad), los motivos o maneras como es tratado por un compañero, la manera de procesar diversas situaciones que, con orientación debida permita su desarrollo y un aprendizaje que lo fortalezca para afrontar su vida.

Durante y posterior a la pandemia, las redes sociales han profundizado la variedad de creación de contenido, podemos visibilizar contenido violento, retos, información falsa, superficial o artificial respecto a la vida que se exhibe ellos mismo y otros en redes sociales lo que en contra posición evidencia la necesidad de acercar a los adolescentes información cierta y que propicie lograr salud mental (MINSA, 2024).

Adicionalmente propios de su inocencia, la necesidad de desarrollar sus habilidades sociales post pandemia y aprovechar las oportunidades de la información que circula por equipos móviles y televisión. Las escuelas y padres carecen de herramientas para orientar, levantar la información psicológica situacional de sus estudiantes, incluso de comprender la nueva generación dado que atraviesan por estímulos diferentes a los propios.

1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver

1.3.1 Pensamiento Visual, Abductivo y Creativo

Para nuestro proyecto enfocado en ayudar a adolescentes peruanos de 15 y 16 años a enfrentar problemas de ansiedad, depresión y frustraciones, vamos a utilizar las siguientes formas de pensamiento: visual, abductivo y creativo. Estos enfoques permiten diseñar una solución más completa y compleja, así como efectiva que responda a las exigencias emocionales o educativas específicas de nuestros usuarios. La selección de edades se considera por estar próximos al egreso escolar y preparación para la vida profesional sea técnica y/o profesional.

Los adolescentes de 15 y 16 años estudiantes de tercero, cuarto a quinto de secundaria, atraviesan por una etapa de cambios. Asimismo, se ha mencionado en el planteamiento del problema social relevante, que existen referencias respecto a la preocupación por el aumento de problemas de salud mental en adolescentes que requieren atención urgente. De acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible, al atenderlos implicaría una mejora en la salud mental de los adolescentes.

El pensamiento visual nos brinda flexibilidad de entendimiento del PSR a través de sus imágenes, nos facilita la interpretación del usuario y necesidad no cubierta fácilmente, así como las métricas de las ODS involucradas y la escalabilidad.

A través del pensamiento visual, fue posible enfocarse en las causas y las consecuencias de los trastornos de ansiedad y depresión en adolescentes de 15 y 16 años en el Perú. La Figura 1 muestra la maqueta del problema.

Figura 1: Pensamiento Visual



El pensamiento creativo permite enfocarse en pensar soluciones creativas que nos permitan dar solución al problema social relevante que nos encontramos analizando, y vamos vislumbrando que una solución empática, individual, de bajo costo, pero de alto impacto podría ser una solución que proporcione herramientas idóneas, profesionales, que ayudará al adolescente a conocerse y comprenderse. La Figura 2 plasma resume las características del pensamiento creativo para este problema social.

El pensamiento creativo es un proceso multidimensional que involucra flexibilidad mental y originalidad, es fundamental para la innovación y el progreso en todos los aspectos de la vida y la sociedad. A través del LEOCAD, construimos nuestro PSR enfocándonos en las 2 primeras estructuras que representas a la escuela y la familia como mundos perfectos, pero por dentro sin control de los problemas de salud mental y una estructura que muestra al MINSA en representación del Estado que está advirtiendo el incremento de esta problemática.

Figura 2: Pensamiento Creativo



Por último, a través del pensamiento abductivo, se elaboró el lienzo de dos dimensiones para responder a las interrogantes en torno a la ansiedad, la frustración y el suicidio. La Figura 3 muestra el lienzo de Dos Dimensiones, en el que se describe lo que es el problema social y aquello que el problema no es, detalle importante y necesario para poder focalizar adecuadamente las herramientas que se desarrollen para aliviar el problema social que analizamos.

El pensamiento abductivo nos ayuda en la creación de hipótesis en base a la información recibida pero también a explorar ideas fuera de las convencionales y pensar fuera de la caja que nos brindan soluciones.

Figura 3: Lienzo de Dos Dimensiones



Capítulo II. Análisis del Mercado

El planteamiento de la solución es ser una herramienta para conocerse a sí mismo, definir emociones, técnicas para una mejor salud mental y acercarlos al desarrollo de la manera más plena de manera preventiva, al afrontar una dificultad puedan comprender al entorno y a sí mismo y las herramientas que le pueden brindar estabilidad.

La salud mental de los jóvenes es una preocupación continua en nuestro país. Como indica la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2022), aproximadamente el 32.3% de los adolescentes peruanos sufre de algún problema respecto a su salud mental, como ansiedad y depresión. La mayoría de estos adolescentes no reciben el apoyo necesario debido a la falta de recursos y la estigmatización. Existe una demanda significativa de intervenciones preventivas que puedan proporcionar apoyo antes de que los trastornos se agraven. Podemos citar como opciones de mercado una serie de aplicaciones que ayudan a adolescentes y adultos a monitorear su salud mental, atender la preocupación que tenga respecto a su vida o la de su entorno.

En Perú, la penetración de internet y el uso de teléfonos inteligentes entre los adolescentes es alta. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023), más del 80% de 6 a 17 años, en áreas urbanas tienen acceso a un teléfono inteligente. Esta tendencia sugiere que una aplicación móvil sería un aplicativo efectivo para llegar a este grupo demográfico.

La notoria importancia de la salud mental ha permitido un visible crecimiento del mercado de aplicaciones de salud mental y el incremento del uso de dispositivos móviles para atender este tema. Según un informe de *Research and Markets* (2021), el mercado de aplicaciones de salud mental alcanzó los 4,2 mil millones de dólares y se estima que continúe aumentando a una tasa compuesta anual (CAGR) del 20.5% de 2022 a 2030.

2.1. Descripción del Mercado o Industria

Como se indicó en el párrafo anterior, el mercado de aplicaciones de salud mental se considera en crecimiento, impulsado por varios factores, como la tendencia en aumento de conciencia sobre la importancia de la salud mental, la constante demanda de servicios accesibles y convenientes y, los avances tecnológicos que permiten el desarrollo de aplicaciones más completas y atractivas.

Esta industria abarca una amplia gama de aplicaciones diseñadas para ayudar a las personas a encargarse de atender y mejorar su salud mental, recibir terapia científica y aceptada, registrar sus emociones y encontrar una comunidad de apoyo. Según la revisión se apoyó en las explicaciones generadas por ChatGPT analizando las aplicaciones publicadas y diferenciándolos por tipos (OpenAI, 2024), algunos ejemplos de tipos de aplicaciones de salud mental incluyen:

- Aplicaciones de meditación y atención plena: Estas aplicaciones ofrecen ejercicios de meditación guiada, técnicas de respiración y otras herramientas para reducir el estrés, mejorar el enfoque y promover el bienestar emocional.
- Aplicaciones de terapia en línea: Muchas personas encuentran útiles las plataformas que ofrecen terapia en línea a través de chats, videollamadas o continuos mensajes textuales con terapeutas licenciados.
- Aplicaciones de seguimiento y gestión de síntomas: en su dinámica permiten a los usuarios realizar un registro y seguimiento de principalmente su estado de ánimo, aunado a sus hábitos de sueño, sus niveles de estrés, etc., y proporcionan herramientas y recursos para gestionar mejor sus síntomas.
- Aplicaciones de educación y concienciación: Estas aplicaciones proporcionan información sobre diferentes trastornos mentales, consejos para el autocuidado y recursos para encontrar ayuda profesional.

- Aplicaciones de apoyo comunitario: Algunas aplicaciones crean comunidades en línea donde las personas pueden conectarse con otras que comparten experiencias similares, brindando apoyo mutuo y una sensación de pertenencia.

Según el Business Research Insights (BRI, 2024), de la información revisada como equipo se ha analizado que el mercado de aplicaciones de salud mental es diverso y está en constante evolución, con nuevas aplicaciones que aparecen regularmente y una competencia creciente entre los desarrolladores para ofrecer características innovadoras y efectivas. Sin embargo, también enfrenta desafíos, como la necesidad de garantizar la privacidad y la seguridad de los datos de los usuarios, así como la necesidad de validar la eficacia de las aplicaciones en entornos clínicos. En general, se espera que este mercado continúe expandiéndose a medida que aumenta la conciencia sobre la importancia de cuidar la salud mental y la tecnología sigue avanzando.

2.2. Análisis Competitivo Detallado

En el mercado actual, las aplicaciones revisadas fueron creadas para atender problemas o preocupaciones que el usuario define como propias y necesita solucionar. En el adolescente, propio de su edad, atraviesa por una serie de cambios y la necesidad de determinar sus planes posteriores a culminar la etapa escolar. La escuela no garantiza brindar una capacitación para determinar que el estudiante pueda enfrentar la etapa posterior a la escuela.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023) define a la depresión como una enfermedad grave y frecuente que entorpece la vida diaria, con la competencia para desarrollar su vida a diario no solo para trabajar, sino también para estudiar, comer, dormir, socializar en términos generales desarrollarse en la vida de la manera más saludable. La depresión es motivada por una combinación de factores biológicos, psicológicos, ambientales y genéticos; si bien requiere de un diagnóstico y atención profesional es oportuno que el

adolescente sepa que factores lo definen, reconocerse en los mismos e identificar las herramientas para superarla.

La inteligencia artificial (IA) generativa ofrece diversas oportunidades para mejorar las aplicaciones en el ámbito de la salud mental (National Geographic, 2024):

1. **Accesibilidad y disponibilidad:** Los chatbots basados en IA están disponibles las 24 horas del día, lo que permite a los usuarios una herramienta accesible de apoyo en cualquier momento y desde cualquier lugar. Esto es especialmente beneficioso para quienes enfrentan barreras geográficas o económicas para acceder a terapeutas humanos.

2. **Intervenciones personalizadas:** La IA puede analizar datos del usuario para ofrecer intervenciones adaptadas a sus necesidades específicas, facilitando un seguimiento continuo y la predicción de momentos en los que el usuario podría requerir ayuda adicional.

3. **Reducción de síntomas a corto plazo:** Estudios han indicado que los chatbots de IA pueden disminuir significativamente síntomas de depresión y angustia en el corto plazo, proporcionando alivio inmediato a los usuarios.

4. **Detección temprana de trastornos:** La IA tiene el potencial de identificar signos iniciales de trastornos mentales mediante el análisis de comportamiento (esto debido a la carga continua de información) y expresiones faciales, lo que facilita pronta intervención de un tratamiento profesional.

Sin embargo, es esencial considerar las limitaciones y riesgos asociados al uso de la IA en salud mental. Los chatbots pueden carecer de la empatía y comprensión humana necesarias para tratar problemas complejos. Además, respuestas inadecuadas por parte de la IA podrían poner en peligro a personas vulnerables. Por ello, se recomienda que estas herramientas complementen, pero no sustituyan, la atención profesional en salud mental.

En este análisis competitivo, se examinarán las aplicaciones más relevantes que podrían competir con nuestra propuesta destinada a adolescentes peruanos de 15 y 16 años,

que se enfocan en el autoconocimiento, la definición de emociones, y técnicas para una mejor salud mental y desarrollo personal.

Tabla 1: Análisis de Competidores Directos

| Tipo de Competidor | Nombre | País de Origen | Target | Descripción | Puntos Fuertes | Puntos Débiles |
|---------------------------|------------------|-----------------------------------|---|--|---|---|
| Directo | HeadSpace | Reino Unido | Público general (4 años en adelante) | Aplicación de meditación y mindfulness con programas estructurados para mejorar el bienestar mental. (Headspace, 2020). | Meditación para ansiedad, estrés, sueño y para niños. Calificación 4.9 en iOS. | No específicamente dirigida a adolescentes, puede resultar compleja para usuarios más jóvenes, meditaciones para principiantes. |
| Directo | Woebot | EE. UU. (Universidad de Stanford) | Público general (más de 1,5 millones de usuarios) | Chatbot de IA que proporciona soporte emocional y técnicas de terapia cognitivo-conductual (CBT) mediante conversaciones (Woebot, 2023). | Accesible y fácil de usar, personalizada mediante IA, interacción constante y en tiempo real. | Limitada personalización cultural y contextual. No enfocado en adolescentes. |
| Directo | Calm | EE. UU. (California) | Público general (4 años en adelante) | Aplicación de meditación que ofrece | Gran variedad de contenido de | Menor enfoque en terapia cognitiva, |

| Tipo de Competidor | Nombre | País de Origen | Target | Descripción | Puntos Fuertes | Puntos Débiles |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------|--------------------------------|---|---|---|
| | | | años en adelante) | meditaciones guiadas, historias para dormir y programas de respiración. (Calm, 2019). | meditación, alta calidad de producción, fuerte reconocimiento de marca, programas para reducir estrés y ansiedad. | no dirigida especialmente a adolescentes. |
| Directo | Youper | EE. UU. | Público general | Aplicación de terapia digital que usa IA para soporte emocional y técnicas de CBT. | Personalización mediante IA, acceso a técnicas probadas de CBT, interacción continua y seguimiento. | Menos conocida en comparación a otras grandes apps. |
| Indirecto | Instagram y TikTok | Global | Adolescentes y público general | Redes sociales populares que pueden impactar el bienestar emocional, aunque no enfocadas directamente en la salud mental. | Alto nivel de interacción diaria, gran influencia y diversidad de contenido. | Difusión de información falsa o imprecisa, sin control profesional ni técnicas de manejo emocional. |

Concluimos que, el sector de salud mental en adolescentes está experimentando una transformación significativa mediante innovaciones tecnológicas, sin embargo, las

aplicaciones revisadas no se han especializado en ser una aplicación orientada a atender la salud mental general o de adolescentes.



Capítulo III. Investigación del Usuario (Cliente)

A continuación, nos enfocaremos en la crucial tarea de definir el perfil de usuario. destinada a adolescentes peruanos de 15 y 16 años. Este proceso es fundamental para asegurar que la herramienta que desarrollamos sea efectiva, relevante y adaptada a las exigencias actuales y realidad de nuestros usuarios. Utilizaremos herramientas específicas como el mapa de experiencias del usuario y el Lienzo del Meta Usuario para lograr una comprensión profunda y detallada de nuestros adolescentes.

El mapa de experiencia del usuario nos permitirá trazar el recorrido completo de los adolescentes en su interacción con la aplicación, desde el momento de descubrimiento y descarga hasta el uso regular y la evaluación continua. Este análisis nos ayudará a identificar los momentos clave experimentados por los usuarios, así como las emociones y necesidades asociadas en cada etapa de su recorrido. A través de este enfoque, podremos detectar las necesidades más prioritarias que nuestra aplicación debe resolver para proporcionar un apoyo significativo y efectivo.

Por otro lado, el Lienzo del Meta Usuario se centrará en capturar las alegrías, frustraciones y anhelos de nuestros adolescentes. Este lienzo nos permitirá entender mejor las expectativas emocionales y psicológicas de los usuarios en relación con el uso de nuestra aplicación. Al explorar estos aspectos, podremos diseñar una herramienta que no solo sea funcional y práctica, sino que también resuene emocionalmente con los adolescentes, proporcionándoles una experiencia positiva y enriquecedora.

3.1. Perfil del Usuario

El proceso para definir nuestro perfil de usuario se desarrolló siguiendo varios pasos clave:

- a) Se estableció una metodología cualitativa que incluyó entrevistas a 25 padres y docentes y entrevistas a 35 adolescentes;
- b) Se definieron los métodos de recolección de datos;
- c) Se determinó que se llevarían a cabo entrevistas a 25 padres y docentes y entrevistas a 35 adolescentes; con individuos que cumplieran el perfil establecido;
- d) Se destacaron los “insights” más relevantes obtenidos a través de la observación; y,
- e) Se utilizó la herramienta del Lienzo del Meta Usuario para consolidar toda la información.

De las entrevistas analizamos que en el complejo mundo de los adolescentes de 15 y 16 años, las amistades juegan un papel fundamental. Actúan como una fuente principal de apoyo emocional y social, proporcionando un espacio seguro donde compartir experiencias, resolver conflictos y obtener consejos. Sin embargo, esta relación también trae consigo desafíos significativos, como la presión de grupo para encajar y cumplir con las expectativas de los amigos, los conflictos interpersonales, el miedo al rechazo y, en algunos casos, el bullying. Estos factores pueden afectar profundamente la tranquilidad emocional de los adolescentes, resaltando la necesidad de herramientas que les ayuden a navegar estos desafíos.

Los adolescentes entrevistados mencionan diversas actividades y pasatiempos que disfrutan, revelando una mezcla de intereses que reflejan tanto su necesidad de entretenimiento como de desarrollo personal. Juegos en línea como Fortnite, Minecraft y Among Us son extremadamente populares, proporcionando una aplicación para la socialización y la competición. Los deportes, incluyendo el fútbol, baloncesto, voleibol y natación, también ocupan un lugar destacado, ofreciendo una vía para la actividad física y la construcción de habilidades de equipo. Además, las redes sociales como Instagram y TikTok juegan un rol crucial en su vida diaria, permitiéndoles mantenerse conectados con sus pares.

Actividades como escuchar música, asistir a conciertos, participar en clases de baile, leer libros juveniles y jugar videojuegos también son comunes, demostrando una amplia gama de intereses.

La relación de los adolescentes con su familia es un área compleja, caracterizada por una mezcla de apoyo y conflicto. Muchos adolescentes encaran complicaciones para comunicarse abiertamente con sus padres, lo que puede llevar a malentendidos y tensiones. La presión para cumplir con las obligaciones académicas y comportamentales puede ser un generador de estrés, al igual que el deseo de mayor independencia y autonomía. Conflictos cotidianos relacionados con las tareas del hogar y las responsabilidades también son comunes, lo que puede afectar su tranquilidad emocional y su percepción de soporte familiar.

En cuanto a sus expectativas respecto al futuro, los adolescentes muestran una mezcla de esperanza y ansiedad. Muchos tienen un fuerte interés en explorar diferentes opciones vocacionales y académicas, pero también sienten ansiedad por las decisiones sobre todo profesionales importantes que afrontan próximamente y el miedo a equivocarse. Sus sueños y metas incluyen aspiraciones personales como viajar, alcanzar el éxito profesional y construir relaciones saludables. Esta dualidad de esperanza y ansiedad refleja su deseo de avanzar en la vida mientras enfrentan la incertidumbre del futuro.

Los intereses vocacionales actuales de los adolescentes abarcan un amplio espectro, desde las ciencias y la tecnología hasta las artes y las humanidades. Algunos están interesados en carreras en ingeniería, medicina o informática, mientras que otros se inclinan hacia el diseño gráfico, la literatura, la música o la actuación. Para explorar estos intereses, participan en clubes escolares, programas extracurriculares y actividades de voluntariado, buscando oportunidades para desarrollarse y descubrir sus pasiones.

En términos de deportes y juegos en línea, los adolescentes practican una variedad de actividades físicas y digitales. Además de los deportes mencionados, algunos practican

atletismo, tenis o artes marciales. En el ámbito digital, disfrutaban de juegos como League of Legends, Roblox y FIFA, que ofrecen plataformas para la socialización y el entretenimiento. Estas actividades reflejan su necesidad de balancear el ejercicio físico con el tiempo de pantalla, buscando una mezcla saludable de ambos.

Para motivarse en sus actividades diarias, los adolescentes utilizan diversas estrategias. Establecen metas a corto y largo plazo, se recompensan a sí mismos por alcanzar ciertos objetivos y buscan el soporte de sus pares de edad y familia directa. Para enfrentar el miedo al rechazo, recurren a técnicas de autoconfianza y apoyo mutuo entre amigos. Esta capacidad de automotivación y resiliencia es crucial para su desarrollo personal y emocional.

La percepción de los adolescentes sobre la toma de decisiones y el manejo del "fracaso" es notablemente madura. Consideran importante tomar decisiones acertadas y ven el "fracaso" como una oportunidad para mejorar y aprender. Utilizan la reflexión sobre sus decisiones y las consecuencias, y buscan el apoyo de mentores y personas de confianza para navegar los desafíos. Esta perspectiva les ayuda a manejar la presión y a construir una mentalidad resiliente.

Finalmente, en su rutina diaria, los adolescentes enfrentan dificultades comunes como levantarse temprano para ir a la escuela, gestionar su tiempo entre estudios y actividades extracurriculares y lidiar con el estrés académico. Estos desafíos reflejan la complejidad de equilibrar sus responsabilidades diarias con su bienestar emocional.

En conclusión, el perfil de usuario para nuestra aplicación de salud mental se compone de jóvenes peruanos de 15 a 16 años que enfrentan una variedad de desafíos en sus círculos sociales y familiares. Sus intereses y pasatiempos son diversos, tienen preocupaciones respecto a su futuro y la toma de decisiones, y buscan apoyo para manejar sus emociones y expectativas. Este perfil nos permitirá diseñar una aplicación que aborde

específicamente sus necesidades y anhelos, proporcionando herramientas y recursos que les ayuden a desarrollarse plenamente y gestionar su salud mental de manera efectiva.

Respecto al cliente, por cuestiones económicas orientamos a docentes y profesores orientados a acercar información de salud mental para sus alumnos.

A partir de esta información hemos logrado generar nuestro perfil de meta usuario, el que tiene como protagonista a Diego, que es un adolescente de 15 años, que se ajusta al perfil antes descrito. Este Lienzo se presenta en la Figura 4.

Figura 4: Lienzo del Meta Usuario

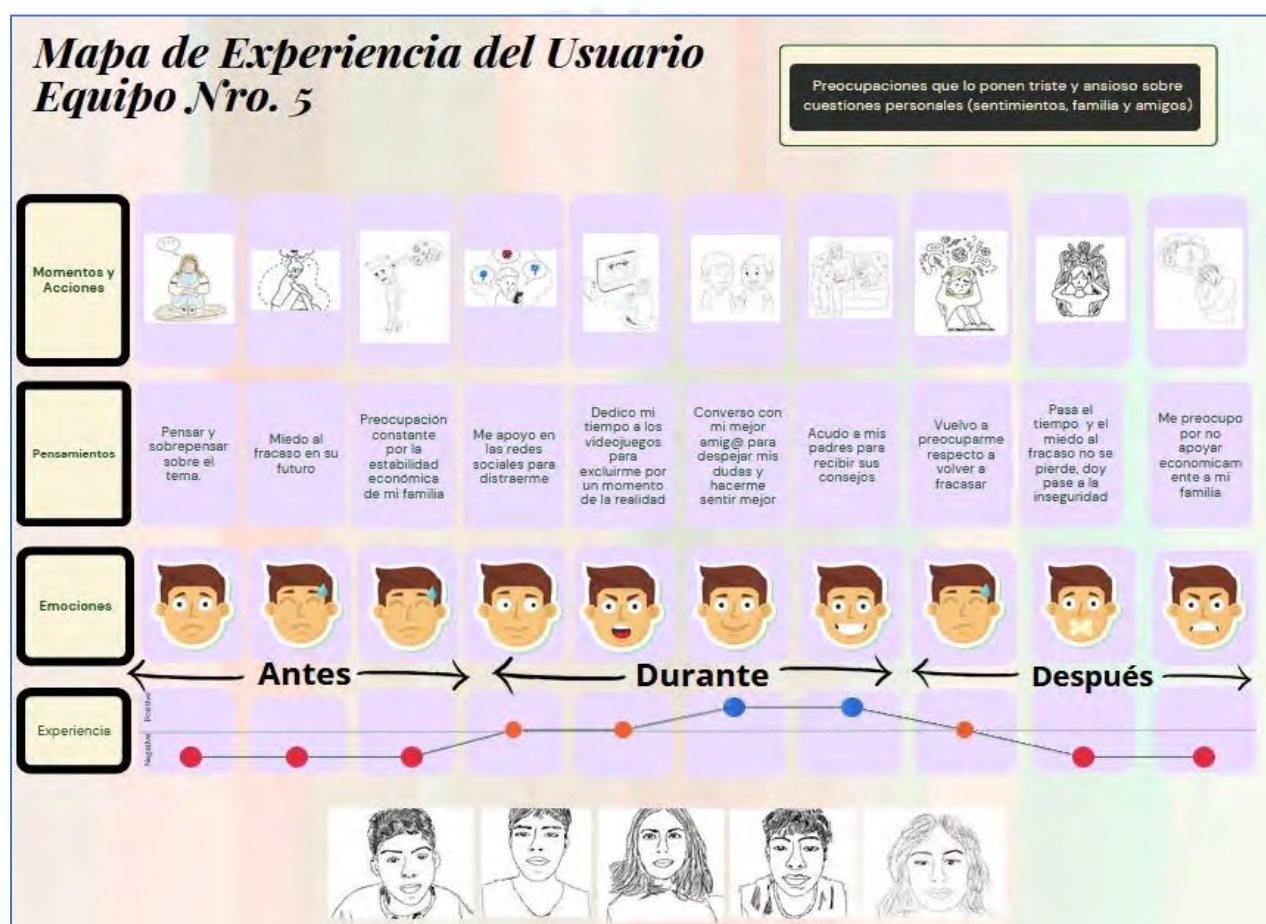


3.2. Mapa de Experiencia de Usuario

Para desarrollar este lienzo, nos hemos basado en una serie de entrevistas realizadas a adolescentes de 15 a 16 años. A través de estas entrevistas, pudimos captar la experiencia del usuario en relación con la salud mental y cómo este tema les genera tanto momentos positivos como negativos. Los momentos positivos incluyen aquellos que les brindan una sensación de bienestar y seguridad, como recibir educación sobre el manejo emocional y ver

que existen recursos accesibles para apoyar su bienestar. Por otro lado, los momentos negativos surgen cuando enfrentan desafíos emocionales sin el apoyo adecuado, como la constante exigencia académica, la falta de comprensión en su entorno y el estrés social generado por parte o suma de lo que le sucede, lo que puede llevar a sentimientos de ansiedad y frustración. La Figura 5 muestra el Mapa de Experiencia del Usuario a lo largo de los diferentes momentos del problema.

Figura 5: Mapa de Experiencia del Usuario



En base al análisis del lienzo de experiencia del usuario destaca como principal dolor la falta de comprensión respecto a si mismo, su entorno, un ciclo de preocupación por volver a fracasar. Al comprender las emociones, necesidades y desafíos en cada etapa, podemos diseñar una solución que no solo sea funcional, sino también significativa y atractiva para los adolescentes. Esto implica una combinación de estrategias de marketing efectivas, un diseño

de interfaz intuitivo, contenido relevante y soporte continuo, además de fomentar una comunidad segura y proporcionar herramientas para la autoevaluación y el feedback. Este enfoque holístico asegurará que la aplicación sea una herramienta valiosa para mejorar la salud mental y el sentido de bienestar y tranquilidad de los adolescentes.

3.3. Identificación de la Necesidad a Resolver Para el Usuario

En la etapa de la adolescencia, específicamente entre los 15 y 16 años, los adolescentes enfrentan una serie de cuestionamientos como la determinación de su orientación y vocación profesional, al estar por concluir sus estudios secundarios, esto impacta significativamente su salud mental y emocional. La adolescencia siendo una etapa decisiva para el desarrollo de la persona y su identidad, la presión académica, la exigencia social de aceptación y adecuación y, la construcción de relaciones interpersonales significativas. Según Erikson (1968), los adolescentes enfrentan la biológica necesidad de desarrollar un sentido coherente de identidad, mientras que Arnett (2000) destaca que esta etapa se caracteriza por la indagación y reconocimiento de diversas posibilidades y la búsqueda de relaciones significativas que les proporcionen apoyo emocional y validación social. Además, las investigaciones de Eccles et al. (1993) señalan que la presión académica y las expectativas educativas aumentan durante la adolescencia, afectando su bienestar emocional y psicológico. En este contexto, hemos identificado una necesidad primordial que nuestro aplicativo de salud mental debe abordar: proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y emocional.

- **Presión Académica y Social:** Los adolescentes viven bajo una constante presión académica y social que puede llevar a niveles elevados de estrés y ansiedad. La competencia académica, las expectativas de los padres y la búsqueda de excelencia se combinan con la necesidad de encajar en un grupo social, lo cual a menudo genera una carga

emocional difícil de manejar. Los estudios han demostrado que la presión académica es una de las principales causas de estrés en los adolescentes, afectando negativamente su bienestar general. En este sentido, una herramienta que les ayude a gestionar esta presión es esencial para su desarrollo equilibrado.

- **Carencia de Recursos de Salud Mental Accesibles:** En Perú, y en muchas otras partes del mundo, los recursos de salud mental accesibles para adolescentes son limitados. Muchas veces, los jóvenes no tienen acceso a terapeutas, consejeros escolares o programas de salud mental adecuados. Esta carencia crea un vacío que puede ser llenado por una aplicación móvil que brinde acceso inmediato y continuo a recursos de apoyo emocional. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021), se estima que aproximadamente el 20 % de los adolescentes experimentan algún tipo de trastorno mental, siendo la depresión y la ansiedad las condiciones más frecuentes. Esta estadística subraya la urgencia de proporcionar recursos accesibles para la salud mental de los jóvenes.

- **Necesidad de Autoconocimiento y Gestión Emocional:** La adolescencia es una etapa de autodescubrimiento. Los adolescentes están desarrollando su identidad y necesitan herramientas para entender y manejar sus emociones. El autoconocimiento y la gestión emocional son habilidades fundamentales que no siempre se enseñan en el entorno educativo tradicional. Nuestro aplicativo puede ofrecer un espacio confiable y seguro donde los adolescentes puedan explorar y comprender sus emociones, aprender técnicas de manejo del estrés y desarrollar habilidades de resiliencia. La necesidad de una educación emocional, parte de esta el desarrollo de la inteligencia emocional son cruciales para ayudar a los jóvenes a atravesar esta etapa de sus vidas de manera idónea y saludable.

- **Búsqueda de Apoyo y Conexión:** Los adolescentes buscan constantemente la conexión y el apoyo de sus pares. Las entrevistas realizadas a los adolescentes revelaron una fuerte demanda de comunidades de apoyo donde puedan compartir sus experiencias y obtener

consejos de otros que están pasando por situaciones similares. Crear una comunidad dentro de la aplicación donde los usuarios puedan interactuar de manera segura y moderada puede proporcionar un sentido de pertenencia y apoyo mutuo. La socialización es vital para el desarrollo integro y pleno emocional de los adolescentes, y una aplicación que facilite estas conexiones puede tener un impacto positivo y significativo.

- **Falta de Educación en Salud Mental:** La educación sobre salud mental y emocional a menudo es insuficiente en las escuelas. Los adolescentes no siempre tienen acceso a la información necesaria para comprender y manejar sus problemas de salud mental. Nuestro aplicativo puede servir como una fuente educativa complementaria, proporcionando información sobre temas como la depresión, la ansiedad, el manejo del estrés y la importancia de la salud mental. Ofrecer contenido educativo relevante y accesible puede empoderar a los adolescentes para tomar el control de su bienestar emocional.

En consecuencia, la necesidad principal que hemos identificado es proporcionar un apoyo integral y accesible para la gestión de la salud mental y emocional de los adolescentes. La combinación de presión académica y social, falta de recursos accesibles, necesidad de autoconocimiento, búsqueda de apoyo y la carencia de educación adecuada en salud mental crea un panorama en el que una aplicación de salud mental puede marcar una diferencia significativa. Al abordar esta necesidad, nuestra solución no solo ofrecerá recursos educativos y técnicas prácticas, sino que también creará un entorno de apoyo comunitario que permita a los adolescentes sentirse comprendidos y acompañados. Satisfacer esta necesidad es esencial para lograr tranquilidad y bienestar saludable de los adolescentes, ayudándoles a desarrollarse de manera saludable y resiliente frente a los desafíos diarios.

Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio

En este capítulo, se detallará el proceso que se siguió para desarrollar una solución al problema social identificado en el capítulo inicial. La solución consiste en un producto innovador, deseable y escalable, diseñado mediante la aplicación de las metodologías *Design Thinking* y *Lean Startup*. Estas metodologías han permitido concebir, mejorar, seleccionar y finalmente definir la solución óptima para el problema de salud mental en adolescentes de 15 y 16 años.

4.1. Concepción del Producto o Servicio

En nuestro equipo, comenzamos por entender la importancia de desarrollar una aplicación que no solo proporcionara herramientas prácticas, sino que también ofreciera un apoyo emocional significativo para jóvenes de 15 y 16 años en el Perú. Reconocimos la necesidad de crear un espacio seguro y accesible donde los jóvenes pudieran gestionar su salud mental y emocional de manera efectiva. Asimismo, brindar a las escuelas y su departamento de psicología, soporte y orientación al estudiante mediante una fuente de información y herramienta de orientación para el desarrollo de la salud mental.

Empatizar:

Para comprender mejor las necesidades y desafíos específicos de nuestro público objetivo, realizamos entrevistas en profundidad, grupos focales y entrevistas con jóvenes de 15 y 16 años en diferentes regiones del Perú. A través de estas interacciones, descubrimos que muchos jóvenes enfrentan estrés académico, problemas de autoestima y dificultades para comunicar sus emociones. También aprendimos sobre las barreras culturales y sociales que podrían influir en la aceptación y uso de una aplicación de salud mental.

Definir:







Con los insights obtenidos, definimos claramente nuestro objetivo: crear una aplicación que no solo eduque y proporcione herramientas prácticas para la autogestión de la

salud mental, sino que también ofrezca un espacio de apoyo emocional donde los jóvenes se sientan comprendidos y empoderados. Nos comprometimos a diseñar una solución que fuera fácil de usar, segura y capaz de adaptarse a las diversas necesidades emocionales de los jóvenes peruanos.

Idear:

En la fase de ideación, exploramos diversas soluciones creativas. Desde funciones para la gestión de emociones hasta recursos interactivos para aprender habilidades de afrontamiento, generamos ideas que podrían integrarse en la aplicación. También consideramos la posibilidad de incluir contenido educativo sobre salud mental adaptado a la cultura y realidad peruana, utilizando un lenguaje y tono que resonara con nuestros usuarios, para esto usamos el *Brainstorming*, cuyos gráficos podemos ver en el Apéndice II. A partir de estas ideas se plantearon las preguntas y sus respectivas respuestas, las cuales se encuentran ordenadas en el Matriz 6X6 (ver Figura 7), en esta se puede apreciar que el objetivo de nuestro proyecto es brindar una herramienta de diagnóstico y orientación psicológica saludable para adolescentes de 15 y 16 años en caso tengan problemas de ansiedad, frustración u otros trastornos mentales, objetivo vinculado a las necesidades de los usuarios y que se pretende alcanzar a través de la respuestas a las 6 preguntas generadoras que se observan en el lienzo.

Figura 6: Matriz 6 x 6

| OBJETIVO: | | NECESIDADES: | | | |
|---|---|---|---|---|--|
| Brindar una herramienta de diagnóstico y orientación psicológica saludable a los adolescentes de 15 y 16 años para asistencia en casos de ansiedad, depresión o frustración u otros trastornos mentales. | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Los adolescentes necesitan atender sentimientos de ansiedad, depresión y frustración. 2. Los adolescentes necesitan conocerse y comprenderse a si mismo. 3. Los adolescentes necesitan conocer y comprender a su familia. 4. Los adolescentes necesitan comprender mejor a su entorno (sociedad) 5. Los adolescentes necesitan motivarse respecto a su futuro. | | | |
| PREGUNTAS RELACIONADAS | | | | | |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. |
| ¿Cómo podríamos hacer para que los adolescentes conozcan y comprendan mejor sus sentimientos? | ¿cómo podríamos ayudar a los adolescentes a buscar ayuda correctamente para absolver sus preocupaciones? | ¿Cómo podríamos ayudar a los adolescentes a identificar soluciones para sus preocupaciones? | ¿Cómo podríamos ayudar a los adolescentes en la preocupación respecto a su futuro? | ¿Cómo podríamos orientar a los adolescentes para comprender su familia y entorno? | ¿Cómo hacer para que los chicos no pasen demasiado tiempo sintiéndose ansioso, deprimido o preocupado por un tema? |
| Videojuegos de Autoconocimiento que me ayuden a conocerme y comprenderme | Terapia Psicología Presencial y preventiva | Botón de Pánico / SOS (confidencial donde pueda conversar con un código) | Ruta Hacia El Futuro (guía para ordenar tus ideas mediante disciplina y actividades el avance es de acuerdo a lo útil de la actividad) | Dinámicas sociales de su comunidad: musicoterapia, scouts, política, etc. | Dinámicas sociales de disciplina: deportes. |
| Proceso Cómo Ser Un Streamer (lider en lo que lo eres bueno) | Web de Búsqueda Limpia (solo información idónea de acuerdo a la duda) | Acercar a grupos con moderador de personas con intereses y sentimientos similares | Plataforma del Emprendedor (Guías de expertos para generar ingresos en jóvenes) | Terapia familiar presencial y preventiva | Mindfulness |
| Diario Introspectivo e Interactivo | Buzon de Liderazgo (Reels y Shorts donde escuchen la experiencia de líderes que reconozcan) | Foros de ayuda sobre temas específicos | Difusión de conceptos de resiliencia, vulnerabilidad, vocación, servicio, habilidades blandas | Juego de Roles para conocerse | Difusión de conceptos como liderazgo, marca Personal, resiliencia, asertividad, empatía, etc. |
| Test de Personalidad Conocidos | Curso de Liderazgo en las escuelas | Difundir canales sociales tipo call center de ayuda, apoyo y orientación | Web de Búsqueda Limpia y Libre | Dinámicas sociales de disciplina: deportes. | Aprovecharía el animato con la dinámica de los videojuegos, acompañándolo a definirse mediante el personaje Del juego. |
|  |  |  |  |  |  |
| El proyecto cómo ser un Streamer, orientar al adolescente hacia conocerse a si mismo, Identificar sus características, actitudes, virtudes, fortalezas, potencial para contribuir a la comunidad. La intención es disfrutar el camino De autoconocimiento. Los padres pueden confiar que durante el uso de un aplicativo estén en una red segura para conocerse a si mismo. | Aprovechando la conexión tecnológica, Se requiere de una fuente limpia mediante un aplicativo acceda a información en base a los gustos y preferencias del adolescente. | Tomando en cuenta que puede recibir información quizás poco profesional o negativa. Requiere identificar una fuente tipo una aplicación acorde a sus intereses mediante una base de orientación de confianza para los padres. | Dado que la preocupación por su futuro Es imperativa, La ruta hacia el futuro resultaría idónea una fuente de información tipo aplicativo que oriente vocacional, económica, de oportunidades, de datos limpios, así mismo se cuenta como una red de apoyo con otros usuarios con los que se pueda identificar. | Para comprender su entorno es importante involucrarse, Consideramos el juego de roles como una propuesta de que desarrolle la Empatía para conocer y comprender mejor su entorno. | Mediante un aplicativo, que tanto padres como usuarios encuentren como una fuente confiable de herramientas que sirvan para no prolongar el tiempo que pasa ansioso, preocupado o deprimido. |

A partir de los resultados obtenidos, analizamos el impacto de cada una de las preguntas generadoras priorizadas utilizando la Matriz de Costo-Impacto (ver Figura 8), la cual se detalla a continuación, en el contexto del desarrollo de nuestra aplicación para jóvenes de 15 y 16 años en Perú.

Figura 7: Matriz de Costo Impacto

MATRIZ COSTO IMPACTO

| N° | ACCIONES PROPUESTAS | COMPLEJIDAD DE IMPLEMENTACION | | | IMPACTO DE LA ACCIÓN | | |
|----|---|-------------------------------|-------|------|----------------------|-------|------|
| | | BAJA | MEDIA | ALTA | BAJA | MEDIA | ALTA |
| 1 | Desarrollar un proceso de Análisis, definición y comprensión de sí mismo como un proyecto personal de definir su potencial para ser un streamer. | | X | | | X | |
| 2 | Aprovechar las conexiones tecnológicas, generando una fuente de información limpia y libre que pueda ayudar a su cuidado y orientación en los temas que le preocupan, generan ansiedad y/o depresión. Esta herramienta incluirá la oportunidad de generar redes de apoyo mediante dinámicas sociales. | X | | | | X | |
| 3 | Generar una fuente de información que unifique herramientas, instrumentos, información en base a su vocación, intereses, motivación para desarrollarse, esto implica una serie de conceptos que requiere comprender y conocer para solucionar sus puntos de dolor. Cada dinámica deberá evaluar su comprensión y uso de las herramientas. | X | | | X | | |
| 4 | Generar una fuente dinámica tipo Videojuego que requiera el usuario desarrollo y Defina su perfil para continuar la dinámica | | | X | | | X |

A partir del análisis realizado, identificamos que nuestra solución es una aplicación, que proporciona apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud

mental y emocional de los jóvenes de 15 y 16 años en Perú, es la solución que aborda de manera efectiva este problema social relevante. La solución está diseñada para integrar contenido educativo y recursos prácticos que promuevan el bienestar emocional, alineándose con los principios de sostenibilidad y apoyo continuo a los usuarios.

Prototipar:

Desarrollamos prototipos de la aplicación que incorporaban nuestras ideas más prometedoras. Desde esquemas de diseño hasta funcionalidades básicas, cada prototipo nos permitió iterar rápidamente basándonos en la retroalimentación de los usuarios. Nos aseguramos de que la interfaz fuera intuitiva y atractiva para los jóvenes, y probamos la efectividad de las herramientas de apoyo emocional y gestión de salud mental incluidas.

A continuación, tenemos un esquema del aplicativo (ver Figura 9) y sus diferentes interfaces.

Figura 8: Producto Mínimo Viable (PMV)



Puede encontrar nuestro mockup en el siguiente enlace:

[VidIA Mockup en Figma](#)

Flow 1: Aplicativo Módulo Usuario – Adolescente (Flow 1).

- Primera hoja es presentación y da clic en Ingresar
- Segunda hoja es Selección de Idioma: Español / Quechua Runasimi
- Actualmente se ha desarrollado la versión de Acceso donde debe ingresar su usuario y clave. Tiene a disposición la opción Cambiar Clave. Para continuar debe ingresar clic en Acepto.
- Se le informará el acuerdo de confidencialidad de VID-IA. Para continuar dará clic en Acepto.
- La primera navegación son videos idóneos para su edad, aprobados por nuestro staff de especialistas y traducidos por nuestro staff de traductores para los usuarios en quechua.
- De dar clic en el icono de Casa podrá acceder a Interfases de interacciones:
 - ¿Quieres explorar como ser mejor?
Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad validados por nuestro staff de especialistas y contenidos que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial
 - ¡Planificar mi futuro!
Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test vocacionales y contenidos que permitan al usuario emprender si desea algo propio, búsqueda de oportunidades como becas y financiamiento.
 - ¿Cómo ser un influencer?
Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad, información de creación y producción de contenido, validados por nuestro staff de especialistas y contenidos que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial para la creación de contenido.

- ¿Cómo sentirme mejor?

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad, información de definición y comprensión de sus sentimientos, validados por nuestro staff de especialistas y contenidos que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial para la creación de contenido.

- Meditemos...

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a información sobre la meditación, técnicas y condiciones para iniciar y obtener los beneficios de esta dinámica, toda la información es validada por nuestro staff de especialistas en esta materia y contenidos que permitan al usuario aplicar la técnica como un hábito saludable y efectivo. Asimismo accede a un video de un minuto de meditación asistida.

- Comunidades (Accederá una vez planteado varias interfases)

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a gustos similares respecto a intereses similares, son grupos con condiciones de lenguaje cordial y respeto, aquellos interesados pueden recomendar deportes, técnicas, consejos, etc.

- Para concluir puede dar clic en el icono de salir.

Flow 2: Web Módulo Usuario – Adolescente (Flow 2).

- Al inicio es presentación y da clic en Ingresar
- Segunda hoja es Selección de Idioma: Español / Quechua Runasimi
- Actualmente se ha desarrollado la versión de Acceso donde debe ingresar su usuario y clave. Tiene a disposición la opción Cambiar Clave. Para continuar debe ingresar clic en Acepto.

- Se le informará el acuerdo de confidencialidad de VID-IA. Para continuar dará clic en Acepto.

- La primera navegación son videos idóneos para su edad, aprobados por nuestro staff de especialistas y traducidos por nuestro staff de traductores para los usuarios en quechua.

- De dar clic en el icono de Casa podrá acceder a Interfases de interacciones:

- ¿Quieres explorar como ser mejor?

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad validados por nuestro staff de especialistas y contenidos que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial

- ¡Planificar mi futuro!

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test vocacionales y contenidos que permitan al usuario emprender si desea algo propio, búsqueda de oportunidades como becas y financiamiento.

- ¿Cómo ser un influencer?

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad, información de creación y producción de contenido, validados por nuestro staff de especialistas y contenidos que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial para la creación de contenido.

- ¿Cómo sentirme mejor?

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a diversos test de personalidad, información de definición y comprensión de sus sentimientos, validados por nuestro staff de especialistas y contenidos

que permitan al usuario conocerse a si mismo y conocer su potencial para la creación de contenido.

- Meditemos...

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a información sobre la meditación, técnicas y condiciones para iniciar y obtener los beneficios de esta dinámica, toda la información es validada por nuestro staff de especialistas en esta materia y contenidos que permitan al usuario aplicar la técnica como un hábito saludable y efectivo.

- Comunidades (Accederá una vez planteado varias interfases)

Al dar clic en Explorar, se presentará Alexis (Nombre unisex del ChatBot) y orientará su dinámica en torno a gustos similares respecto a intereses similares, son grupos con condiciones de lenguaje cordial y respeto, aquellos interesados pueden recomendar deportes, técnicas, consejos, etc.

- Para concluir puede dar clic en el icono de salir.

Modulo Cliente – Padre/Docente (Flow 2 y 3).

- Debe registrar el usuario y contraseña y dar clic en Ingresar
- Para acceder como Padre/Docente debe dar clic en el cursor para cambiar a la interfaz correspondiente. Y dar clic en Crear Cuenta.

- Para crear cuenta clic en la parte inferior de Registra tus datos aquí.
- Una vez registrados sus datos y generado la clave de acceso dará clic en

Continuar

- Selecciona un medio de pago e indicará el monto de Suscripción y cantidad de usuarios.

- Con esto habrá creado la cuenta.

- En el Módulo Configuración sirve para crear cuenta se indicará el nombre del padre/tutor responsable, su documento nacional de identidad (DNI), su correo electrónico y su clave de acceso.

Asimismo, tendrá el panel de usuario donde puede registrar sus hijos o alumnos inscritos.

- Una vez sea usuario, al registrarse accederá al Modo Administrador.
- Para ver los datos de uso, debe acceder al icono de estadística (tres triángulos en escala), el cual mostrará los datos de navegación, temas y alertas de corresponder se requiera involucrarse o involucrar a un profesional.

Evaluar:

Presentamos nuestros prototipos a un grupo seleccionado de jóvenes de 15 y 16 años en nuestro país. Asimismo, se le presentó a 25 padres y docentes a cargo de jóvenes de 15 y 16 años.

Observamos cómo interactuaban con la aplicación, qué funcionalidades encontraban más útiles y cómo percibían el contenido emocionalmente sensible. Recibimos comentarios valiosos que nos guiaron en ajustes adicionales y refinamientos para mejorar la experiencia del usuario ante.

Este enfoque centrado en el usuario del Design Thinking nos permitió no solo desarrollar una aplicación funcional, sino también crear un recurso digital que realmente responde a las exigencias emocionales y de salud mental de los adolescentes en el contexto peruano.

4.2. Desarrollo de la Narrativa

Basándonos en la información generada mediante la metodología Design Thinking, elaboramos el primer prototipo de nuestra aplicativo para adolescentes en nuestro país,

enfocada en proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y emocional. Utilizando la metodología Lean Startup, mediante el proceso de crear, medir y aprender, demostramos el potencial de nuestro aplicativo para abordar un problema social significativo y contribuir al desarrollo de soluciones enfocadas en la salud mental en el país.

Crear: Concebimos nuestro aplicativo como una herramienta destinada a ofrecer apoyo emocional y recursos prácticos para la autogestión de la salud mental entre adolescentes de 15 y 16 años en el Perú. La aplicación busca integrarse de manera sencilla y accesible en la vida cotidiana de los jóvenes, proporcionando un espacio seguro y comprensivo.

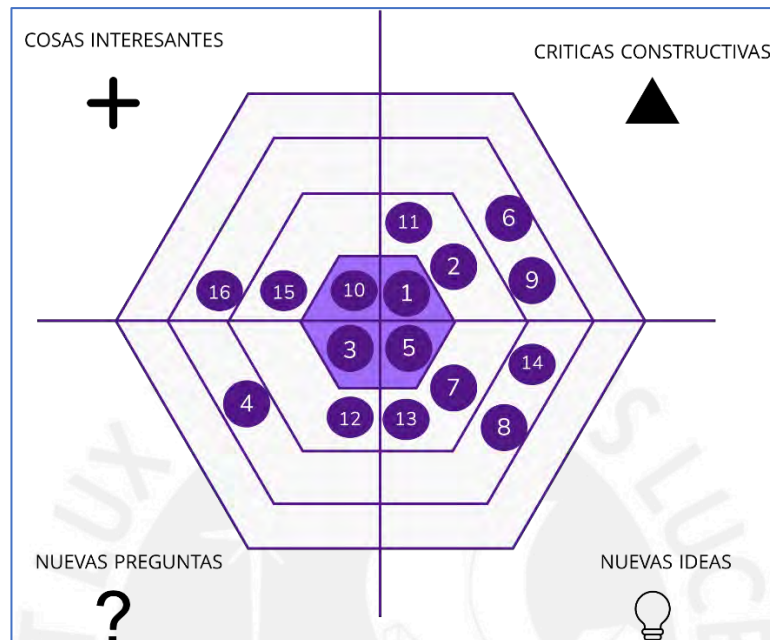
Medir: Proporcionamos acceso al prototipo de nuestro aplicativo a un grupo de 35 adolescentes de 15 y 16 años, así como a 25 educadores, padres y consejeros escolares, para evaluar las funcionalidades y la efectividad de la herramienta. Observamos cómo interactuaban con el aplicativo y recogimos datos sobre su experiencia de uso.

Aprender: En esta etapa, recopilamos y sistematizamos las opiniones de los clientes y usuarios y actos involucrados como docentes y padres de familia, sobre el impacto del aplicativo en la gestión de su salud mental y emocional, recibimos comentarios sobre las mejoras necesarias para maximizar la efectividad de la aplicación. Estas opiniones se centraron en cómo la herramienta podría mejorar su experiencia, involucrar a padres y docentes, así como bienestar emocional.

Con base en la información reunida, elaboramos el lienzo blanco de relevancia (ver Figura 9), que muestra las opiniones más importantes recogidas durante el proceso. Estas impresiones se materializaron como críticas constructivas, aspectos interesantes, sugerencias significativas y nuevas ideas para la aplicación. Este proceso nos permitió responder a

preguntas clave sobre el prototipo y orientarnos hacia un desarrollo más acertado y centrado en las necesidades de nuestros usuarios.

Figura 9: Lienzo Blanco de Relevancia



1. Autorización para tratamiento de datos. Del docente, padre o usuario.
2. Anuncio que informe la seguridad de los datos.
3. ¿Cómo se mantendrá el interés de los adolescentes en usar la app de manera regular?
4. ¿Habrá algún tipo de recompensa para el adolescente?
5. Involucrar a nuevos actores (padres, tutores, docentes, etc.) en la evaluación de la app.
6. Considerar en la apariencia de la app imágenes que se relacionen con el objetivo y no solo títulos.
7. Presentar videos de casos reales con opciones que permitan identificar riesgos de depresión.
8. Medición del clima escolar.
9. La pregunta” ¿Cómo ser un *influencer*?” no se relaciona con el objetivo de la app.
10. Es importante que las animaciones y las ilustraciones se actualicen regularmente para mantener el interés de los estudiantes.

11. Para aprobar usar esta aplicación primero debo cerciorarme de que está verificada por un psicólogo colegiado.
12. ¿Está la aplicación disponible en varios idiomas o dialectos (peruanos) para ser inclusiva a todos los estudiantes?
13. Podría ser útil tener un tutorial interactivo al inicio para guiar a los estudiantes sobre cómo usar la aplicación.
14. El uso de personajes animados conocidos (Dragon Ball Z, grupos de moda) puede hacer que la experiencia sea más atractiva y menos intimidante.
15. El diseño del chatbot es atractivo y parece estar diseñado para alentar emociones positivas.
16. La app utiliza avatares y un asistente virtual para guiar a los usuarios, lo cual puede fomentar un sentido de acompañamiento y seguridad al estudiante.

4.3. Carácter Innovador y Disruptivo del Producto o Servicio

Para evaluar el carácter innovador y disruptivo de nuestro aplicativo destinado a proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y emocional en jóvenes adolescentes de 15 y 16 años en el Perú, que no existe un aplicativo para adolescentes peruanos que asista a los docentes y padres, así como a los adolescentes con información de confianza, limpia, con herramientas que orienten y apoyen a los adolescentes.

Análisis:

Al comparar nuestra solución con estas patentes y estudios de caso, identificamos que si bien existen aplicaciones que abordan aspectos de la salud mental en adolescentes, ninguna está específicamente adaptada al contexto cultural y socioeconómico del Perú. Además, la mayoría de las soluciones se centran en mercados de países desarrollados y no consideran las particularidades y necesidades de los adolescentes peruanos.

Nuestro aplicativo es innovadora por varias razones:

- **Adaptación Cultural y Contextual:** La aplicación está diseñada teniendo en cuenta las particularidades culturales, lingüísticas y socioeconómicas de los adolescentes peruanos. Incluye contenido relevante y accesible para esta población, utilizando un lenguaje y tono que resuene con ellos.
- **Integración de Apoyo Emocional y Educativo:** Combina recursos de apoyo emocional con herramientas educativas, proporcionando a los adolescentes no solo métodos para gestionar su salud mental, sino también conocimientos sobre bienestar emocional. Asimismo, información para orientar la etapa de determinación de la vocación profesional por la que están atravesando.
- **Enfoque Preventivo y Proactivo:** Nuestro aplicativo no solo responde a crisis emocionales, sino que también fomenta la autogestión y el bienestar preventivo, enseñando habilidades de afrontamiento y técnicas de relajación que los adolescentes pueden utilizar en su vida diaria.

El carácter disruptivo de nuestra aplicación radica en los siguientes aspectos:

- **Accesibilidad e Inclusión:** El aplicativo tendrá una versión web diseñada para ser accesible para adolescentes, incluyendo aquellos con limitaciones de acceso a recursos de salud mental en áreas de habla quechua y de bajos ingresos económicos. Nuestro aplicativo propone una oferta como usuario, autorizado por padre o tutor y, para docentes en escuelas. Por cada escuela que implemente el uso del aplicativo por sus alumnos aplicaremos en alguna escuela de bajos en recursos y de preferencia en quechua, esto es importante debido a que no existe un aplicativo orientado a mejorar la salud mental en idioma o dialecto distinto al español.
- **Uso de Tecnología Móvil:** Como se ha comentado en nuestro país existe poco uso de los canales tradicionales, salvo las líneas de ayuda y los especialistas orientando

por videollamada, nuestro aplicativo ofrece una oferta adecuada para la etapa que están atravesando y aprovechando la alta penetración de teléfonos móviles entre los jóvenes peruanos para ofrecer apoyo emocional de manera continua y ubicua, lo cual es un cambio simbólico a los modelos tradicionales de apoyo psicológico que requieren presencia física.

- **Interactividad y Personalización:** A través de la IA Generativa, ofrece una experiencia personalizada a cada usuario, a través del uso continuo será intuitiva adaptando el contenido y las recomendaciones en función de las interacciones y el feedback del usuario. Esto asegura que cada adolescente recibe el tipo de apoyo que más necesita.

- **VID-IA Chatbot:** El aplicativo ofrece un chatbot de IA que mediante el diálogo continuo generará una experiencia personalizada, facilitará solo información y definiciones aprobadas por nuestro psicólogo colegiado. De ser el caso, derivará a un especialista profesional en salud mental, dicho evento se comunicará como alertas para padres o docentes. Asimismo, otro tipo de alerta será comunicado a los padres o docentes, si algunos temas son recurrentes o alarmantes para su intervención.

- **Empoderamiento del Usuario:** Al centrarse en la autogestión, el aplicativo y su versión web empodera a los adolescentes para tomar el control de su bienestar emocional, en lugar de depender exclusivamente de intervenciones externas. Esto representa un cambio positivo siendo una aplicación de confianza, con información adecuada para el adolescente peruano, el mismo que no se expondrá a información poco precisa que se brinda en las redes sociales, encaminando hacia un modelo más autónomo y proactivo de cuidado de la salud mental como prioritaria que es para su desarrollo.

Entonces, nuestra aplicación y su versión web no solo es innovadora por su adaptación cultural y enfoque preventivo, sino que también es disruptiva por su accesibilidad, uso de tecnología móvil, interactividad y empoderamiento de los adolescentes peruanos en la gestión de su salud mental.

4.4. Propuesta de Valor

Nuestra propuesta de valor se presenta como un aliviador del dolor de nuestros potenciales usuarios, por lo que en este ítem analizaremos cómo las alegrías y las frustraciones de ellos nos lleva a encajarlas en nuestra propuesta de valor.

Alegrías (Gains):

- Sentirse comprendidos: Los adolescentes valoran mucho sentirse escuchados y comprendidos en un entorno seguro.
- Mejora del bienestar emocional: Herramientas que realmente ayudan a manejar el estrés, la ansiedad y la tristeza son enormemente apreciadas.
- Desarrollo de habilidades emocionales: Aprender técnicas de afrontamiento y habilidades emocionales les da un sentido de empoderamiento y control sobre sus emociones.
- Facilidad de uso: Una aplicación intuitiva y fácil de usar que se adapte a su estilo de vida tecnológico.
- Conexión con pares: Sentirse conectados con otros adolescentes que están pasando por situaciones similares.

Frustraciones (Pains):

- Estigma asociado a la salud mental: Preocupaciones sobre ser juzgados por usar una herramienta de apoyo emocional.
- Carencia de recursos accesibles: La escasez de recursos de salud mental accesibles y asequibles, especialmente en áreas rurales.
- Dificultad para expresar emociones: No saber cómo expresar sus emociones o pedir ayuda.
- Sobrecarga de información: Demasiada información sin un guía claro puede ser abrumadora y desalentadora.

Trabajos del Usuario (Jobs-to-be-Done):

- **Autogestión de emociones:** Buscar formas efectivas de manejar y entender sus emociones diarias.
- **Acceso a información confiable:** Encontrar información sobre salud mental que sea confiable y fácil de entender.
- **Conexión con apoyo:** Buscar maneras de conectar con recursos de apoyo (pares, consejeros, etc.) cuando sea necesario.
- **Desarrollo personal:** Desarrollar habilidades y hábitos que mejoren su bienestar emocional a largo plazo.

Generador de Alegrías (Gain Creators):

- **Contenido relevante y culturalmente adaptado:** Proporcionar material educativo y de apoyo adaptado a la realidad cultural peruana.
- **Interactividad y personalización:** Funcionalidades interactivas que personalizan la experiencia del usuario basadas en sus interacciones y necesidades específicas.
- **Espacio seguro:** Crear un entorno seguro y sin juicio donde los adolescentes puedan expresar y gestionar sus emociones.
- **Recursos accesibles:** Ofrecer recursos accesibles y gratuitos que estén siempre disponibles.

Aliviadores (Pain Relievers):

- **Anonimato y confidencialidad:** Garantizar la privacidad y confidencialidad para que los usuarios se sientan seguros al usar la aplicación.
- **Guías paso a paso:** Proporcionar guías claras y paso a paso para ayudar a los adolescentes a comprender y gestionar sus emociones.

- **Conexión con apoyo profesional:** Facilitar el acceso a consejeros o terapeutas cuando sea necesario.
- **Simplicidad y claridad:** Diseñar la aplicación para que sea sencilla y clara, evitando la sobrecarga de información.

El producto es un aplicativo para adolescentes de 15 a 16 años nuestro país, que atraviesan cuarto y quinto año de secundaria, diseñada para proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y emocional. El segmento de usuarios son los adolescentes de 15 a 16 años en el Perú, que enfrentan desafíos emocionales y buscan formas accesibles y confiables de gestionar su bienestar mental.

Acoplamiento entre la solución y las necesidades del usuario:

Necesidades del Usuario:

- **Comprensión y apoyo emocional:** La aplicación proporciona un espacio seguro donde los adolescentes pueden explorar y gestionar sus emociones sin temor al juicio.
- **Herramientas prácticas y accesibles:** La aplicación ofrece técnicas de afrontamiento y recursos educativos fáciles de usar, adaptados a la cultura y contexto peruano.
- **Interacción y conexión:** Funcionalidades interactivas que permiten a los usuarios conectarse con pares y, si es necesario, con profesionales de la salud mental.

Propuesta de Valor:

- **Herramienta para el departamento de psicología, profesores y aprendes como** fuente de gestión de salud mental para los adolescentes de 15 y 16 años en las escuelas.
- **Personalización y relevancia:** La aplicación se adapta a las exigencias individuales de cada usuario, facilitando contenido relevante y personalizado.
- **Accesibilidad y confidencialidad:** Los usuarios pueden acceder a la aplicación de manera confidencial y segura en cualquier momento y lugar.

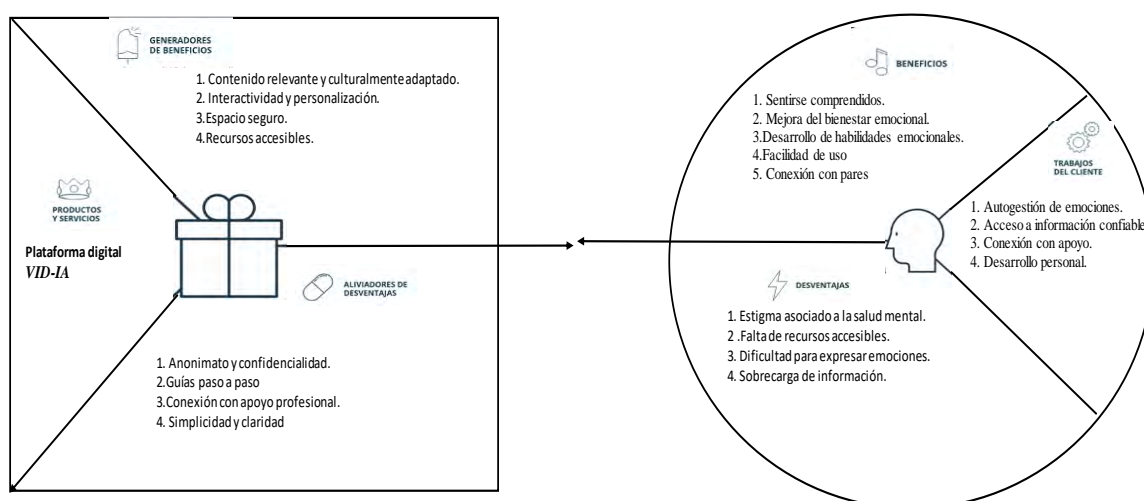
- Apoyo continuo: La aplicación no solo ofrece apoyo en momentos de crisis, sino también promueve el desarrollo continuo de competencias sociales, emocionales y de afrontamiento.

Resultado:

El aplicativo encaja perfectamente con las necesidades de los adolescentes de 15 a 16 años en el Perú, abordando sus alegrías y frustraciones y facilitando los trabajos que necesitan realizar para gestionar su salud mental y emocional. Al proporcionar un entorno seguro, recursos accesibles, personalizados y garantizar la privacidad, nuestra solución se alinea completamente con las exigencias y desafíos de nuestro público objetivo, lo que la convierte en una herramienta valiosa y efectiva para su bienestar.

Todo este análisis se ve resumido en el Lienzo de la Propuesta de Valor (ver figura 11), el lienzo de propuesta de valor se utiliza para plasmar de manera clara y visual la relación entre el producto/servicio y las exigencias de los usuarios.

Figura 10: Lienzo de Propuesta de Valor



4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

Aquí haremos la presentación del resultado de las iteraciones realizadas sobre los prototipos hasta llegar al PMV.

Contexto:

El aplicativo que estamos desarrollando está destinado a adolescentes de 15 a 16 años en el Perú, con el objetivo de proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud emocional y mental.

Proceso de Iteración:

1. Primera Iteración: Prototipo Inicial

Objetivos:

- Validar la necesidad del aplicativo.
- Obtener retroalimentación inicial sobre la usabilidad y funcionalidad básica.

Características:

- Interfaz simple con funciones básicas: ChatBot, técnicas de respiración, y sección de información sobre salud mental.
- Recursos educativos básicos sobre manejo de la ansiedad y el estrés.

Feedback Recibido:

- Los adolescentes encontraron útil el Chat Bot, pero querían más variedad en las técnicas de manejo emocional.
- La interfaz fue considerada demasiado básica y no muy atractiva.
- Se sugirió incluir contenido multimedia (videos, audios).

2. Tercera Iteración: Prototipo Personalizado

Objetivos:

Implementar personalización y mejorar la navegación de la aplicación.

Características:

- Función de personalización, a través de la interacción continua con el chatbot, que permite a los usuarios seleccionar los temas que son interesantes, acceder a información saludable y recibir contenido relevante.

- Mejora de la navegación con una estructura más intuitiva y simplificada.
- Inclusión de una sección de preguntas frecuentes y chat de soporte.

Feedback Recibido:

- La personalización fue muy bien recibida, los usuarios sintieron que la aplicación se adaptaba mejor a sus necesidades.
- La navegación mejorada facilitó el uso y redujo la confusión.
- El chat de soporte fue considerado una adición muy útil, pero algunos sugirieron la integración de una comunidad de apoyo entre pares.

Por último, el Producto Mínimo Viable (PMV) tiene como características finales a las siguientes:

- Interfaz Atractiva y Amigable: Diseño intuitivo y atractivo que facilita la navegación.
- Chat Bot: Herramienta donde los usuarios pueden registrar y reflexionar sobre sus emociones diarias.
- Técnicas de Manejo Emocional: Incluye respiración, mindfulness, meditaciones guiadas y ejercicios de relajación.
- Contenido Multimedia: Videos y audios educativos sobre salud mental y manejo emocional.
- Personalización: Opciones para que los usuarios seleccionen temas de interés y reciban contenido adaptado.

- Comunidad de Apoyo: Espacio seguro y moderado para la interacción entre pares y el intercambio de experiencias.
- Chat Bot de Soporte: Asistencia disponible para ayudar a los usuarios con dudas y orientación.
- Gamificación: Sistema de recompensas y logros para incentivar el uso continuo de la aplicación.

Resultado:

El PMV de nuestro aplicativo digital proporciona un conjunto completo y equilibrado de herramientas y recursos para la autogestión de la salud mental y emocional de adolescentes de 15 a 16 años en el Perú. Las iteraciones basadas en el feedback de los usuarios han permitido crear una solución que no solo es útil y relevante, sino también atractiva y accesible, fomentando un ambiente de apoyo y crecimiento personal.

Capítulo V. Modelo de Negocio

En este capítulo, presentamos el modelo de negocio de VID-IA, un aplicativo digital diseñada para adolescentes de 15 a 16 años en el Perú que busca proporcionar apoyo emocional y herramientas terapéuticas para la autogestión de la salud mental y emocional. Utilizando el lienzo Business Model Canvas, detallamos nuestra propuesta de valor y exploramos la viabilidad, sostenibilidad y escalabilidad del proyecto. Este enfoque integral asegura que VID-IA no solo responde a una necesidad crítica en el mercado peruano, sino que también tiene el potencial de expandirse y adaptarse a otros contextos culturales y educativos, ofreciendo una solución innovadora y eficaz para la salud mental de los usuarios.

5.1. Lienzo del Modelo de Negocio

A continuación, presentamos el modelo de negocio propuesto para VID-IA utilizando el lienzo Business Model Canvas, junto con una sustentación de su consistencia interna.

Segmentos de Clientes:

- Clientes: Padres y docentes, que deseen brindar al docente una fuente segura de orientación para los adolescentes.
- Usuarios: Adolescentes de 15 a 16 años en el Perú.
- Padres y tutores interesados en la salud mental de los adolescentes a su cargo.
- Organizaciones de salud mental, instituciones estatales del rubro salud y educativas.

Propuesta de Valor:

- Proporcionar un aplicativo digital adaptada culturalmente para apoyar la salud mental y emocional de los adolescentes.
- Mediante herramientas prácticas como un ChatBot, técnicas de meditación, mindfulness y contenido multimedia validado por nuestro staff de profesionales y en el caso del quechua con traducción adecuada.

- Crear un espacio seguro y personalizado que incluye una comunidad de apoyo entre pares y un chat de soporte con profesionales.

Canales:

- Aplicación móvil (iOS y Android). Es el canal principal de entrega del servicio. Los usuarios descargan la app desde Google Play o App Store y acceden a todas las funciones. Permite interacción directa y continua con el usuario. También facilita actualizaciones, nuevas funciones y notificaciones para mantener el interés de los usuarios.
- Página web. Sirve como vitrina oficial de la aplicación, ofreciendo información sobre los beneficios, características, precios, preguntas frecuentes y enlaces directos para descargar la app. Mediante la web se genera confianza en nuevos usuarios, ayuda al posicionamiento, gestión de cuentas y permite captar leads para futuros usuarios a través de formularios o suscripciones.
- Redes sociales y campañas digitales. Utilizar plataformas como Instagram, TikTok, Facebook, YouTube y Google Ads para promocionar la aplicación, compartir contenido de valor sobre salud mental y construir una comunidad activa. Este canal, atrae y retiene usuarios, aumentando el alcance de la marca.
- Colaboraciones con Organizaciones de salud mental, instituciones estatales del rubro salud y educativas. Crear alianzas estratégicas con instituciones y ONGs para promover la app como una herramienta de apoyo para estudiantes. Amplía el mercado, da credibilidad a la marca y facilita la adopción en segmentos que valoran la validación institucional.

Relaciones con Clientes:

- Soporte continuo a través del chat en la aplicación.
- Moderación de la comunidad para asegurar un entorno seguro.

- Personalización de la experiencia de los clientes y usuarios.
- Entrevistas y feedback regular para mejorar continuamente el aplicativo.

Fuentes de Ingresos:

- Suscripciones premium que ofrecen funcionalidades adicionales.
- Colaboraciones y patrocinio de instituciones educativas y de salud.
- Publicidad dirigida y patrocinada.
- Subvenciones y financiamiento de organizaciones interesadas en la salud

mental juvenil.

Recursos Clave:

- Equipo de desarrollo de software.
- Expertos en salud mental y educación. Así como socios clave para velar por la información de calidad en la fuente de VID-IA.
- Expertos en traducción que validarán que sea adecuado al quechua la dinámica de la aplicación.
- Infraestructura tecnológica y de servidores.
- Redes de colaboración con organizaciones de salud mental, instituciones estatales del rubro salud y educativas.

Actividades Clave:

- Desarrollo y actualización continua de la aplicación.
- Investigación y adaptación de contenido culturalmente relevante.
- Moderación y soporte de la comunidad de usuarios.
- Estrategias de marketing y expansión.
- Monitoreo y análisis de feedback para mejoras continuas.

Socios Clave:

- Instituciones gubernamentales, educativas y de estudios superiores (técnicos o universitarios).
- Organizaciones de salud mental.
- Expertos y profesionales en salud mental.
- Inversores y patrocinadores interesados en la salud mental juvenil.
- Desarrolladores de tecnología y proveedores de servicios en la nube.

Estructura de Costos:

- Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
- Sueldos y compensaciones del equipo.
- Gastos en marketing y promoción.
- Costos de servidores e infraestructura tecnológica.
- Investigación y desarrollo de contenido.

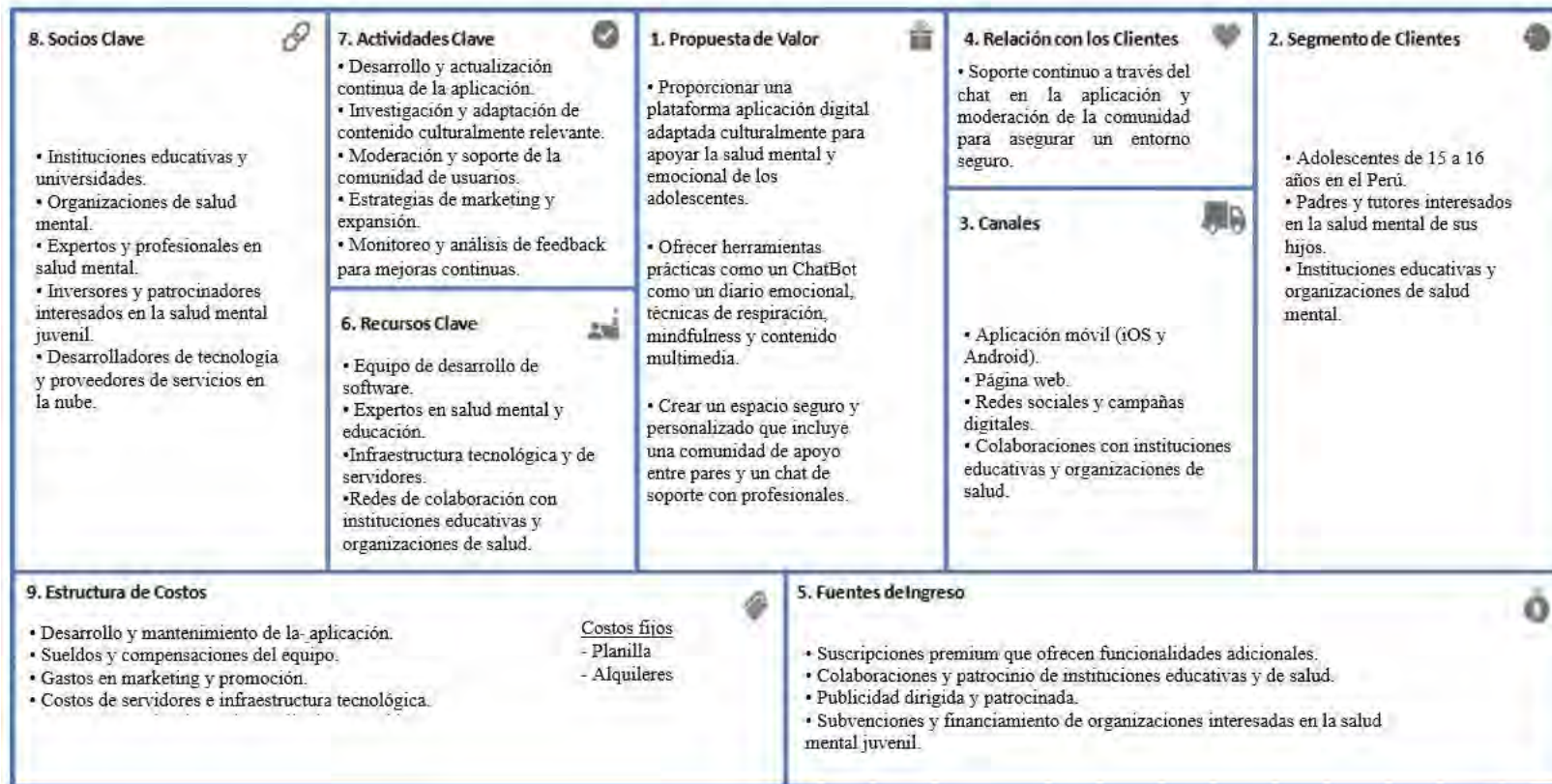
Sustentación de la Consistencia Interna del Modelo de Negocio: El modelo de negocio de VID-IA presenta una coherencia y solidez al alinear sus componentes de manera estratégica para cumplir con su misión de mejorar la salud mental de los adolescentes peruanos:

- Propuesta de Valor y Segmentos de Clientes: La aplicación tienen dos interfaces, una para docentes y tutores (clientes) y la segunda para el adolescente (usuario). El aplicativo está específicamente diseñada para adolescentes, ofreciendo un entorno seguro y culturalmente adaptado que responde a sus necesidades emocionales. La inclusión de padres y tutores legales, que al conocer que temas recurre más y recibir alertas puedan convertirse en una red de apoyo integral para los adolescentes. Para el proyecto contar con expertos en salud mental clave para velar toda la información fuente que accederán fomentará sea de alta calidad y culturalmente adecuado.

- **Canales y Relaciones con Clientes:** La aplicación móvil y la página web garantizan accesibilidad y conveniencia para los adolescentes. La comunidad de apoyo y el chat con profesionales aseguran una interacción continua y personalizada, fortaleciendo la lealtad y satisfacción del usuario.
- **Recursos y Actividades Clave:** El enfoque en el desarrollo continuo y la personalización de la aplicación permite que VID-IA se mantenga relevante y efectiva.
- **Fuentes de Ingresos y Estructura de Costos:** La combinación de suscripciones premium, colaboraciones y publicidad permite una diversificación de ingresos que contribuye a la sostenibilidad financiera. La inversión en desarrollo, marketing y soporte garantiza una aplicación robusta y visible en el mercado.
- **Socios Clave:** Las alianzas estratégicas con instituciones educativas y organizaciones de salud mental tipo el colegio de psicólogos, colegio de psiquiatras, colegio de terapeutas, el Ministerio de Salud y sus direcciones a cargo de la salud mental, no solo validan la aplicación, sino que también amplían su alcance y credibilidad. La colaboración con inversores y desarrolladores de tecnología asegura los recursos necesarios para la expansión y mejora continua.

En consecuencia, nos es posible afirmar que el modelo de negocio de VID-IA es integral y coherente, con cada componente diseñado para reforzar los demás, creando una efectiva solución además de sostenible para la salud mental de los adolescentes peruanos y posee un componente de desarrollo cultural que lo vuelve totalmente viable para la realidad del país, la Figura 11 muestra el lienzo del Model Business Canvas.

Figura 11: Business Model Canvas



5.2. Viabilidad Financiera del Modelo de Negocio

Para calcular la viabilidad del modelo de negocio hemos realizado el siguiente análisis:

5.2.1. TAM (Total Addressable Market - Mercado Total)

Definición: El tamaño total del mercado disponible para tu producto o servicio. En este caso, consideramos a todas las personas en Perú que podrían necesitar servicios de apoyo emocional y psicológico.

Estimación: En Perú, la población es de aproximadamente 33 millones de personas. Según la OMS, alrededor del 25% de la población mundial puede sufrir de algún trastorno mental en algún momento de su vida, lo que implica que aproximadamente 8.25 millones de peruanos podrían necesitar servicios de salud mental.

Tabla 2: TAM

| | |
|--|--------------|
| Población Perú de jóvenes de 15 a 18 años | 9,000,000.00 |
| Población Objetivo según OMS | 2,250,000.00 |

5.2.2. SAM (Serviceable Available Market - Mercado Objetivo)

Definición: El SAM que nuestro proyecto puede atender con sus servicios, considerando factores como el alcance geográfico y las capacidades del servicio.

Estimación: Si nos enfocamos en Lima, que alberga aproximadamente el 30% de la población del país, tendríamos un mercado objetivo de alrededor de 2.48 millones de personas. Además, consideremos que no todos los que necesitan el servicio podrán o querrán usar una aplicación de salud mental. Suponiendo que el 50% de estas personas están dispuestas a utilizar servicios digitales, el SAM se reduciría a 1.24 millones de personas

Tabla 3: SAM

| | |
|-----------------------|--------------|
| Población Lima | 2,727,272.73 |
|-----------------------|--------------|

| | |
|-------------------------|------------|
| Mercado Objetivo | 340,909.09 |
|-------------------------|------------|

5.2.3 SOM (Serviceable Obtainable Market - Mercado Obtenible)

Definición: El SOM que se puede capturar en el corto plazo, teniendo en cuenta la competencia y sus propias capacidades operativas.

Estimación: Si el proyecto logra captar al 6% del SAM en sus primeros años de operación, estarías alcanzando aproximadamente **a 20k personas en Lima.**

Tabla 4: SOM

| | |
|--------------------------------|--------|
| SOM | 20,455 |
| Tasa de crecimiento | 15.20% |
| Tasa crecimiento precio | 3% |

En la siguiente Tabla se presenta el Flujo de Caja Libre (Ver Tabla 1) para una proyección de 5 años, y a partir de este flujo para nuestro aplicativo VID-IA, se ha logrado obtener un VAN de S/ 3,151,847.74 y una TIR de 98.84%, lo cual representa una rentabilidad muy elevada, con lo que damos por sentado que nuestro modelo de negocio cuenta con viabilidad financiera.

Tabla 5: Flujo de Caja Libre

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|----------------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| NOPAT = EBIT (1-t) | | 431,680 | 724,023 | 1,124,268 | 1,642,200 | 2,413,091 |
| (+) Depreciación | | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 |
| (-/+) Var CTN | -225,000 | -93,938 | - | -188,749 | -267,552 | - |
| | | | 133,156 | | | |
| (-) Capex | -420,000 | | | | | |
| (+) Valor Residual (VR) | | | | | | |
| FC Libre | -645,000 | 379,743 | 632,866 | 977,518 | 1,416,648 | 2,455,091 |
| WACC = | 12.29% | | | | | |
| VA = | S/3,796,847.74 | | | | | |

| | |
|--------------|-----------------|
| VAN = | S/ 3,151,847.74 |
| TIR = | 98.84% |

5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio

El modelo de negocio de VID-IA demuestra una clara orientación hacia la escalabilidad y la potencialidad de crecimiento exponencial, sustentado en principios que responden a las dinámicas actuales del emprendimiento digital y la innovación social. Según Ismail, Malone y van Geest (2014), un modelo de negocio exponencial se caracteriza por su capacidad de crecimiento acelerado a través del uso intensivo de tecnología, el aprovechamiento de activos no propios, y el desarrollo de comunidades alrededor del propósito central de la organización. En ese sentido, VID-IA cumple con condiciones clave para escalar con sostenibilidad e impacto.

En primer lugar, la naturaleza digital de la propuesta permite una expansión geográfica prácticamente ilimitada, gracias al acceso generalizado a dispositivos móviles entre los adolescentes peruanos. Datos del INEI (INEI, 2023) indican que más del 80% de los adolescentes en zonas urbanas del Perú tienen acceso a teléfonos inteligentes, lo que facilita la difusión de soluciones digitales a bajo costo marginal. Además, el diseño modular y adaptable de VID-IA posibilita incorporar nuevas funcionalidades o ajustes culturales sin rediseñar la estructura base, facilitando su replicabilidad en contextos diversos.

Por otro lado, el uso de algoritmos y aprendizaje automático permite personalizar la experiencia del usuario sin requerir la expansión proporcional del equipo humano, alineándose con la lógica de escalabilidad tecnológica (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Esta automatización de la personalización garantiza que la plataforma pueda atender simultáneamente a miles de usuarios con necesidades y trayectorias emocionales distintas, sin comprometer la calidad del servicio.

La estrategia de alianzas es otro componente que impulsa su crecimiento. La colaboración con instituciones educativas, organizaciones sociales y entidades gubernamentales permite acceder a nuevos públicos, fortalecer la legitimidad institucional y canalizar recursos para el escalado. Según Osterwalder y Pigneur (2010), el apalancamiento de redes de socios estratégicos es esencial para ampliar el alcance sin incurrir en costos operativos elevados, lo que refuerza la viabilidad de VID-IA como modelo colaborativo.

En términos de sostenibilidad financiera, VID-IA propone una estructura de ingresos diversificada, que incluye suscripciones premium, colaboraciones institucionales, publicidad dirigida y financiamiento externo. Esta variedad de fuentes no solo permite estabilidad financiera, sino que también ofrece flexibilidad para reinvertir en mejoras continuas y en estrategias de expansión. Al tratarse de una plataforma digital, los recursos clave como servidores, contenido multimedia reutilizable y campañas digitales ajustables permiten escalar sin depender de estructuras físicas costosas.

Finalmente, la implementación de mecanismos constantes de retroalimentación asegura una mejora continua que permite adaptarse a los cambios del entorno, las tendencias tecnológicas y las nuevas necesidades de los usuarios. Esto responde a uno de los atributos de las organizaciones exponenciales: la capacidad de aprender y evolucionar en tiempo real (Ismail et al., 2014).

Como evidencia de este enfoque, a continuación, se presenta el lienzo ExO Canvas de VID-IA, que muestra cómo se integran los atributos claves de una organización exponencial.

Tabla 6: Matriz ExO Canvas

| Elemento ExO | Aplicación en VID-IA |
|--------------------------------------|--|
| Propósito Masivo Transformador (MTP) | Democratizar el acceso al bienestar emocional adolescente en el Perú. |
| Interfaces | Plataforma digital con algoritmos adaptativos y feedback continuo. |
| Dashboards | Paneles de monitoreo de uso, avance emocional, y retroalimentación de usuarios. |
| Experimentación | Actualizaciones iterativas basadas en pruebas piloto y validación de contenidos. |
| Autonomía | Cada módulo funciona de manera independiente y escalable. |
| Social Technologies | Comunidad moderada, contenido multimedia, chat interactivo y herramientas digitales. |
| Staff on Demand | Colaboración con profesionales por proyecto (psicólogos, desarrolladores, educadores). |
| Comunidad y Multitudes | Usuarios, padres y docentes como parte de una comunidad colaborativa de apoyo. |
| Algoritmos | Personalización de la experiencia y sugerencias de contenido adaptado al usuario. |
| Activos apalancados | Infraestructura en la nube, redes escolares y alianzas con instituciones educativas. |

5.4. Sostenibilidad Social del Modelo de Negocio

El modelo de negocio de VID-IA es socialmente sostenible porque aborda problemas críticos de salud mental entre los adolescentes, contribuye a la creación de comunidades de apoyo y se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, específicamente con los ODS 3 (Salud y Bienestar) y ODS 4 (Educación de Calidad).

1. Contribución a la Salud y el Bienestar (ODS 3):

El principal objetivo de VID-IA es proporcionar apoyo emocional y herramientas prácticas para la autogestión de la salud mental y emocional de los adolescentes. La aplicación ayuda a reducir la estigmatización de los problemas de salud mental, ofreciendo recursos accesibles y culturalmente adaptados que promueven el bienestar mental.

- **Acceso a Recursos de Salud Mental:** Al ofrecer una variedad de herramientas como diarios emocionales, técnicas de mindfulness y contenido multimedia, VID-IA proporciona recursos vitales para que los adolescentes manejen su salud mental de manera proactiva.
- **Apoyo y Comunidad:** La creación de una comunidad de apoyo y un chat de soporte con profesionales facilita la comunicación y el apoyo entre pares, así como el acceso a consejos de expertos, lo cual es crucial para prevenir y tratar tempranamente diversas dificultades de salud mental.

2. Promoción de una Educación de Calidad (ODS 4):

VID-IA también contribuye a la educación de calidad al integrar aspectos educativos sobre la salud mental y emocional en su aplicativo. Esto no solo educa a los adolescentes sobre cómo gestionar sus emociones, sino que también incorpora a padres, tutores y educadores en el proceso.

- **Educación en Salud Mental:** La aplicación ofrece contenido educativo que mejora la gestión y comprensión de la salud mental, promoviendo una educación integral que incluye el bienestar emocional.
- **Empoderamiento de Educadores y Familias:** Al colaborar con instituciones educativas y proporcionar herramientas y recursos que pueden ser utilizados en el entorno escolar y familiar, VID-IA ayuda a crear un entorno de aprendizaje más inclusivo y comprensivo.

3. Vinculación con los ODS:

ODS 3: Salud y Bienestar

Meta 3.4: Reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento, y promover la salud mental y el bienestar.

Contribución de VID-IA: La aplicación proporciona herramientas preventivas y de manejo que pueden ayudar a reducir problemas de salud mental entre adolescentes, contribuyendo a la disminución de casos severos y de consecuencias graves relacionadas con la salud mental.

ODS 4: Educación de Calidad

Meta 4.7: Asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, incluyendo entre otros, la promoción de una cultura de paz y no violencia.

Contribución de VID-IA: Al educar a los jóvenes sobre la salud emocional y mental y promover prácticas de bienestar, VID-IA contribuye a crear un entorno educativo que fomenta la paz, la no violencia y la comprensión, elementos esenciales para un desarrollo sostenible.

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable

En este capítulo se expondrá la propuesta final que integra los elementos de deseabilidad, factibilidad y viabilidad para el proyecto desarrollado. Se analizará cómo la solución planteada no solo responde de manera efectiva a las exigencias y deseos del usuario, sino también cómo puede implementarse con los recursos disponibles de manera práctica y realista. Además, se evaluará la viabilidad financiera y operativa, demostrando que el modelo es sostenible en el tiempo, con potencial para generar impacto positivo a largo plazo. Esta síntesis buscará articular todos los elementos del proyecto que cuenta con la capacidad de generar valor para los usuarios y beneficiarios y su posibilidad de expansión a futuro.

6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución

Este análisis se basa en la identificación y comprensión de las necesidades y deseos del público objetivo, en este caso, adolescentes peruanos de 15 a 16 años que enfrentan desafíos emocionales y de salud mental. A través de herramientas como entrevistas en profundidad, entrevistas y pruebas piloto del prototipo, se pudo corroborar que la solución propuesta es altamente deseable para el usuario final.

El aplicativo VID-IA no solo responde a las preocupaciones principales de los adolescentes, como el manejo del estrés, la ansiedad y la depresión, sino que también se percibe como una herramienta accesible, intuitiva y atractiva. Las funciones clave, como los diarios emocionales, las técnicas de mindfulness y la conexión con profesionales de la salud mental, fueron evaluadas positivamente por los usuarios durante las pruebas. Estos elementos permiten que la aplicación se adapte a las necesidades específicas del grupo objetivo, promoviendo una mayor adhesión y uso continuo.

6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución

Hipótesis 1 (Precio): El 70% de los usuarios considerará que el precio del servicio VID-IA, fijado en 300 soles anuales, es accesible y está alineado con el valor percibido del aplicativo.

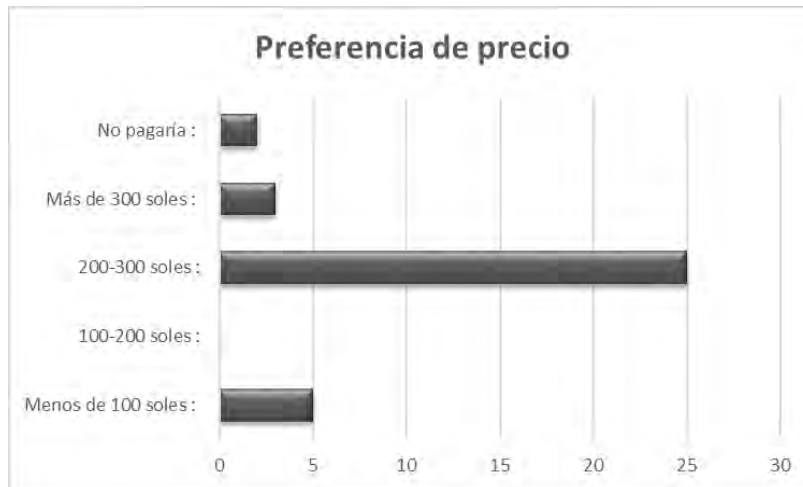
Hipótesis 2 (Usabilidad): El 90% de los usuarios podrá completar las tres tareas clave (registrarse, dinámica con el chatbot y acceso a una técnica de *mindfulness*) en menos de 170 segundos y con una tasa de error menor al 5%.

6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución

Experimento 1: Encuesta sobre Disposición a Pagar por VID-IA

Para evaluar la disposición de los clientes a pagar por el servicio de VID-IA, se realizó una encuesta a 25 padres, tutores legales y docentes. En la encuesta, se les preguntó sobre su interés en continuar utilizando el servicio bajo un modelo de suscripción anual, después de una demostración de las funciones avanzadas que estarían disponibles en la versión paga.

El resultado del experimento mostró que el 70% de los participantes estaban dispuestos a pagar una tarifa anual de S/ 300.00 (trescientos soles con 00/100), considerando que el costo es significativamente más accesible en comparación con servicios tradicionales de apoyo emocional. Estos resultados respaldan la hipótesis de que existe una disposición a pagar por el servicio, validando su viabilidad comercial, la Figura 14 muestra los resultados de las entrevistas.

Figura 12: Preferencia por el Precio de VIDIA**Experimento 2: Prueba piloto de VID-IA**

Se realizó una prueba piloto de VID-IA con un grupo de 25 adolescentes entre 15 y 16 años, quienes enfrentan dificultades para acceder a servicios tradicionales de apoyo emocional. Durante esta prueba, los usuarios utilizaron el aplicativo para realizar tres tareas clave: registrarse, interactuar con el chatbot para recibir apoyo emocional, y acceder a las técnicas de meditación y mindfulness.

Antes y después de la prueba, los participantes completaron un cuestionario para medir su bienestar emocional, la facilidad de uso del aplicativo y su satisfacción general con el servicio. Los resultados, en base a las dos interacciones, que se muestran en la Tabla 2, mostraron un aumento significativo en la percepción de apoyo emocional, así como una alta satisfacción con la facilidad de uso de la herramienta, el resumen de estos resultados se muestra en la Tabla 3, con lo que se van validando la hipótesis sobre la usabilidad del sistema.

Tabla 7: Resumen de Resultado de la interacción del Adolescente y el Prototipo

| Participante | Tiempo para tarea 1 (segundos) | Expresión de satisfacción en tarea 1 (%) | Tiempo para tarea 2 (segundos) | Observaciones de confusión en tarea 2 | Tiempo para tarea 3 (segundos) | NP S | Abandonos |
|--------------|--------------------------------|--|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|------|-----------|
| 1 | 55 | 80 | 25 | 0 | 15 | 7 | 0 |
| 2 | 40 | 80 | 20 | 0 | 20 | 8 | 0 |
| 3 | 45 | 70 | 27 | 0 | 18 | 9 | 0 |
| 4 | 40 | 90 | 30 | 0 | 25 | 10 | 0 |
| 5 | 120 | 70 | 25 | 1 | 31 | 6 | 0 |
| 6 | 70 | 85 | 20 | 0 | 20 | 5 | 0 |
| 7 | 43 | 90 | 35 | 0 | 43 | 8 | 0 |
| 8 | 65 | 70 | 74 | 1 | 30 | 10 | 1 |
| 9 | 40 | 80 | 26 | 0 | 30 | 8 | 0 |
| 10 | 70 | 90 | 27 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| 11 | 43 | 90 | 30 | 0 | 43 | 4 | 0 |
| 12 | 65 | 90 | 32 | 1 | 30 | 6 | 0 |
| 13 | 40 | 90 | 20 | 0 | 15 | 8 | 0 |
| 14 | 70 | 70 | 35 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| 15 | 43 | 85 | 75 | 0 | 18 | 6 | 0 |
| 16 | 65 | 90 | 26 | 0 | 25 | 8 | 0 |
| 17 | 40 | 70 | 27 | 2 | 31 | 9 | 0 |
| 18 | 70 | 80 | 30 | 0 | 15 | 10 | 0 |
| 19 | 43 | 90 | 33 | 0 | 20 | 7 | 0 |
| 20 | 65 | 90 | 20 | 0 | 18 | 5 | 0 |
| 21 | 40 | 90 | 35 | 1 | 25 | 9 | 0 |
| 22 | 70 | 75 | 35 | 0 | 31 | 8 | 0 |
| 23 | 43 | 60 | 26 | 1 | 18 | 6 | 0 |
| 24 | 65 | 85 | 30 | 0 | 22 | 7 | 0 |
| 25 | 40 | 92 | 27 | 0 | 23 | 5 | 0 |
| 26 | 45 | 80 | 72 | 0 | 19 | 4 | 0 |
| 27 | 52 | 85 | 37 | 0 | 24 | 5 | 0 |
| 28 | 38 | 90 | 41 | 1 | 27 | 9 | 0 |
| 29 | 67 | 70 | 28 | 0 | 22 | 6 | 0 |
| 30 | 72 | 80 | 32 | 0 | 19 | 10 | 0 |
| 31 | 59 | 95 | 39 | 0 | 24 | 7 | 0 |
| 32 | 61 | 90 | 25 | 0 | 23 | 8 | 0 |
| 33 | 94 | 80 | 42 | 0 | 18 | 7 | 0 |
| 34 | 73 | 90 | 38 | 1 | 15 | 6 | 0 |
| 35 | 78 | 70 | 29 | 0 | 20 | 6 | 0 |

Tabla 8: Resumen de Resultado de la interacción del Adolescente y el Prototipo

| Criterios para evaluar la facilidad de uso del aplicativo móvil | | | |
|---|------------------------|-------------------------------------|---|
| Criterios para evaluar la facilidad de uso del aplicativo móvil | Tarea 1: Registro | Tarea 2: Interactuar con el chatbot | Tarea 3: Acceder a técnicas de meditación |
| % de Abandono inferior al 35% | Cumple (0% abandonado) | Cumple (0% abandonado) | Cumple (0% abandonado) |
| Tiempo de tarea menor a 150 segundos | Cumple (57,9 segundos) | Cumple (33,5 egundos) | Cumple (23,3 segundos) |
| Expresiones de satisfacción mayor al 75% | Cumple (82%) | Cumple (77%) | Cumple (NPS 7,17) |

6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución

La factibilidad de la solución se validará a través de dos elementos fundamentales: el plan de mercadeo y el plan de operaciones. Estos dos aspectos permitirán evaluar si la solución puede implementarse de manera efectiva y sostenible, tanto en su capacidad para alcanzar el mercado objetivo como en la gestión operativa necesaria para su ejecución exitosa.

El plan de mercadeo se encargará de verificar cómo el aplicativo VID-IA y su versión web, podrá posicionarse en el mercado, a través de estrategias de comunicación, canales de distribución y tácticas promocionales que logren captar el interés del público objetivo, especialmente adolescentes y sus familias. La validación de la factibilidad se dará al demostrar que existe una demanda real y que las estrategias de marketing pueden traducirse en usuarios activos y comprometidos.

Por otro lado, el plan de operaciones validará si la infraestructura y los recursos necesarios están disponibles y son suficientes para mantener el servicio en funcionamiento. Esto incluye la evaluación de la tecnología, el soporte técnico y la capacidad operativa para escalar el servicio de acuerdo con las necesidades del mercado. La combinación de ambos

elementos asegurará que VID-IA pueda ser no solo viable desde un punto de vista técnico, sino también comercialmente factible y capaz de operar de manera eficiente a largo plazo.

Hipótesis del Plan de Mercadeo: "La relación entre el Costo de Adquisición de Cliente (CAC) y el Valor de Vida del Cliente (LTV) para el aplicativo VID-IA será superior a 3, lo que indica que el valor neto generado por cada cliente durante su ciclo de vida será, al menos, tres veces mayor que el costo necesario para su adquisición, asegurando así la sostenibilidad y rentabilidad del modelo de negocio."

Hipótesis del Plan de Operaciones: "El aplicativo VID-IA mantendrá un nivel de disponibilidad igual o superior al 99.9% durante su primer año de operación, incluso al enfrentarse a diversos escenarios de uso, tales como aumentos significativos en la base de usuarios y fluctuaciones en la demanda, garantizando de esta manera la confiabilidad y continuidad del servicio."

6.2.1. Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo de VID-IA tiene como objetivo captar y retener a los adolescentes peruanos que necesitan apoyo emocional mediante un aplicativo accesible y confiable. A continuación, se desarrollará un plan más amplio, que incluirá el cálculo del mercado objetivo y un análisis detallado de las 7 P's del marketing: Producto, Precio, Plaza, Promoción, Personas, Procesos y Pruebas físicas (Evidencia física).

El mercado objetivo está compuesto principalmente por adolescentes entre 15 y 16 años en el Perú, con un enfoque en aquellos que requieren apoyo emocional, particularmente en áreas urbanas. Se considera también a los padres o tutores, quienes podrían influir en la decisión de adquirir el servicio.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el año 2023, el Perú cuenta con aproximadamente 9 millones de personas entre los 12 y 19 años. De este

grupo, se estima que alrededor del 25% enfrenta problemas emocionales y de salud mental según estudios locales y globales sobre el bienestar juvenil. Esto representa un mercado objetivo de aproximadamente 2,25 millones de adolescentes. Este número es clave para calcular la penetración esperada y los objetivos de adquisición.

Analizaremos las 7 P's del plan de mercadeo:

1. Producto: VID-IA es una aplicación móvil diseñada para brindar apoyo emocional a los adolescentes a través de un chatbot, técnicas de mindfulness, diarios emocionales y una comunidad de apoyo. La propuesta de valor principal de VID-IA es proporcionar un aplicativo accesible y fácil de usar para mejorar el bienestar emocional, ofrecer seguimiento personalizado y conectar a los usuarios con especialistas cuando sea necesario.

El producto está diseñado para ser intuitivo y atractivo visualmente para los adolescentes, con una interfaz que utiliza elementos de gamificación para fomentar el uso regular. Además, se ofrecerán servicios premium que incluyen consultas con profesionales de salud mental y acceso a técnicas avanzadas.

2. Precio: El modelo de negocio de VID-IA se basa en un esquema de suscripción anual. El precio de lanzamiento será de 300 soles anuales por el acceso completo a todas las funciones avanzadas. También se ofrecerá una versión gratuita con funciones limitadas, que permitirá a los usuarios familiarizarse con la aplicación antes de suscribirse.

El precio se ha fijado tomando en cuenta estudios de mercado que demuestran que las terapias tradicionales pueden costar significativamente más, lo que hace que VID-IA sea una alternativa accesible y atractiva.

3. Plaza (Distribución): VID-IA estará disponible para su descarga en las principales tiendas de aplicaciones, como Google Play y App Store, lo que garantiza una cobertura global. Además, se ofrecerán promociones a través de instituciones educativas, aplicativos de

e-learning, y colaboraciones con instituciones dedicadas al bienestar juvenil. Estos puntos de contacto permitirán que VID-IA llegue directamente a su mercado objetivo a través de canales digitales y presenciales.

4. Promoción: Las estrategias de promoción de VID-IA se basarán principalmente en marketing digital, centrado en plataformas donde los adolescentes son más activos, como Instagram, TikTok, YouTube y Snapchat. La campaña incluye:

- Contenido generado por influencers: Trabajando con influencers enfocados en temas de salud mental y bienestar juvenil.
- Publicidad en redes sociales: Publicidad pagada en Facebook e Instagram, utilizando segmentación para llegar a padres y tutores.
- SEO y marketing de contenidos: Creación de blogs y vídeos que eduquen sobre la importancia de la salud mental y posicionan a VID-IA como una solución relevante.
- Talleres y eventos educativos: Se ofrecerán talleres gratuitos en colegios y universidades sobre bienestar emocional, promoviendo el uso de VID-IA como herramienta de apoyo.

5. Personas: El equipo detrás de VID-IA incluye especialistas en salud mental, diseñadores de UX/UI y expertos en tecnología, asegurando que el producto cumpla con altos estándares tanto en funcionalidad como en efectividad terapéutica. Además, se contempla la creación de una red de profesionales en psicología que ofrecerán servicios a los usuarios a través de la aplicación, mejorando la personalización y calidad del servicio.

La interacción con los usuarios será crucial. Se establecerá un equipo de soporte al cliente especializado en resolver dudas técnicas y de uso, disponible tanto a través de la aplicación como en línea.

6. Procesos: El proceso de uso de VID-IA está diseñado para ser rápido y sencillo. El usuario podrá registrarse, interactuar con el chatbot para recibir apoyo emocional y acceder a

las técnicas de mindfulness o al ChatBot en menos de 10 minutos. Se implementarán procesos de onboarding para facilitar la familiarización con las herramientas.

Internamente, VID-IA cuenta con procesos optimizados para el desarrollo continuo de la aplicación, gestionando actualizaciones periódicas y la incorporación de nuevas funciones basadas en la retroalimentación de los usuarios.

7. Pruebas físicas: Dado que VID-IA es una aplicación digital, el aspecto visual y la interfaz de usuario son fundamentales para generar confianza y compromiso. Se prestará especial atención al diseño de la aplicación, asegurando que transmita una sensación de seguridad, profesionalismo y empatía.

Además, la experiencia de los usuarios será respaldada por pruebas de resultados positivos, como testimonios de adolescentes y padres que hayan utilizado el servicio con éxito. Se crearán casos de estudio y contenido audiovisual que muestren el impacto positivo de VID-IA en la salud mental de los usuarios.

Tabla 9: Presupuesto de la Mezcla de Marketing (2025-2029), en soles

| Año | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Publicidad Digital (S/) | 120000 | 150000 | 180000 | 220000 | 250000 |
| Influencers y Contenido Patrocinado (S/) | 50000 | 60000 | 70000 | 80000 | 90000 |
| SEO y Marketing de Contenidos (S/) | 40000 | 50000 | 60000 | 70000 | 80000 |
| Publicidad en Medios Tradicionales (S/) | 30000 | 40000 | 50000 | 60000 | 70000 |
| Alianzas Estratégicas (S/) | 25000 | 30000 | 35000 | 40000 | 45000 |
| Eventos y Ferias (S/) | 20000 | 25000 | 30000 | 35000 | 40000 |
| Material Promocional (S/) | 15000 | 20000 | 25000 | 30000 | 35000 |
| Total | 300000 | 375000 | 450000 | 535000 | 610000 |

La Tabla 4 presenta el presupuesto detallado para la mezcla de marketing de VID-IA entre los años 2025 y 2029, con un incremento gradual en las inversiones a lo largo del tiempo. Se observa un enfoque importante en publicidad digital, que representa la mayor

parte del presupuesto, ya que es crucial para llegar al público adolescente objetivo a través de redes sociales y plataformas en línea.

El rubro de influencers y contenido patrocinado también crece significativamente, lo que sugiere una estrategia orientada a captar la atención de los jóvenes mediante la colaboración con figuras influyentes. Asimismo, se destinan fondos importantes a SEO y marketing de contenidos, lo que garantiza un posicionamiento adecuado en motores de búsqueda y la creación de contenidos educativos.

La inversión en alianzas estratégicas y eventos aumenta progresivamente, lo que refuerza la intención de establecer relaciones con instituciones educativas y de salud mental. Finalmente, el presupuesto para material promocional y publicidad en medios tradicionales se mantiene constante, aunque con incrementos anuales para asegurar una presencia continua en canales fuera de lo digital.

6.2.2. Plan de Operaciones

El plan de operaciones de VID-IA establece las actividades y recursos siguientes:

1. Infraestructura tecnológica: La base del funcionamiento de VID-IA es su aplicativo digital, por lo que la infraestructura tecnológica es un elemento crítico en su operación. El desarrollo y mantenimiento del aplicativo incluyen los siguientes componentes:

- **Servidor en la nube:** El uso de servidores en la nube (AWS, Google Cloud, etc.) garantiza escalabilidad y flexibilidad en el almacenamiento de datos y procesamiento. Estos servidores soportarán tanto la aplicación móvil como la web.
- **Confidencialidad, seguridad y protección de datos:** Implementación de protocolos de seguridad de alto nivel (encriptación de datos, autenticación de dos factores) para proteger la información sensible de los usuarios, en cumplimiento con normativas como la Ley de Protección de Datos Personales.

- **Monitoreo y mantenimiento continuo:** Se implementarán herramientas de monitoreo para garantizar la estabilidad del sistema, permitiendo identificar y solucionar problemas de rendimiento o fallos técnicos en tiempo real.

2. Gestión de recursos humanos: Para desarrollar una operación completa y eficiente, se contempla la contratación de clave personal para el desarrollo y operación del aplicativo:

- **Equipo de desarrollo tecnológico:** Incluye programadores, desarrolladores front-end y back-end, encargados de la evolución y mantenimiento de la aplicación, con actualizaciones periódicas y mejoras de funcionalidad.
- **Equipo de soporte técnico:** Especialistas dedicados a atender las consultas y problemas técnicos de los usuarios, tanto a nivel funcional como en cuestiones técnicas relacionadas con el aplicativo.
- **Psicólogos y especialistas en salud mental:** Se establecerá un equipo de profesionales en salud mental que ofrecerán consultas a los usuarios premium y supervisarán la calidad de las recomendaciones automáticas proporcionadas por el chatbot.
- **Equipo de marketing y ventas:** Responsable de implementar las estrategias de mercadeo descritas en el plan anterior, coordinando campañas y asegurando la captación y retención de usuarios.

3. Procesos operativos: Los procesos operativos se diseñan para mejorar continuamente la experiencia del usuario y asegurar la sostenibilidad del negocio. Los principales procesos incluyen:

- **Registro y Onboarding:** El proceso de registro debe ser rápido e intuitivo, con una integración sencilla de los usuarios a las funcionalidades de la aplicación. Se implementarán tutoriales interactivos para facilitar la primera experiencia de uso.

- **Soporte técnico y atención al cliente:** Los clientes y usuarios tendrán acceso a un canal de soporte que podrá responder a consultas y resolver problemas en un tiempo máximo de respuesta de 24 horas. Se habilitarán canales de comunicación como chat en línea, correos electrónicos y un sistema de tickets para problemas más complejos.

- **Gestión de actualizaciones:** La aplicación se actualizará periódicamente para incorporar nuevas funciones, mejorar la interfaz y corregir errores. Se programarán ciclos de desarrollo continuo (cada 3 meses) para implementar estas mejoras sin interrumpir el servicio.

4. Escalabilidad: Conforme la base de usuarios de VID-IA crezca, la aplicación deberá escalar para soportar la demanda adicional. Para esto, el plan de operaciones considera:

- **Capacidad de almacenamiento:** A medida que aumenten los usuarios, se incrementará el espacio en la nube y el poder de procesamiento para evitar cuellos de botella.

- **Automatización de procesos:** Con la integración de inteligencia artificial, algunos procesos como el soporte básico o la interacción del chatbot se automatizarán para reducir la carga operativa y optimizar los recursos.

- **Alianzas estratégicas:** Se establecerán asociaciones con organizaciones gubernamentales, instituciones educativas y de salud mental que contribuirán a la expansión de la aplicación, proporcionando una base de usuarios adicional sin necesidad de esfuerzos directos de captación.

5. Indicadores de rendimiento clave (KPI): Para gestionar y monitorear efectivamente las operaciones, se implementarán indicadores claves que permitirán evaluar la eficiencia y calidad del servicio. Algunos de estos KPI incluyen:

- **Tiempo promedio de respuesta de soporte:** Evaluar la rapidez con la que el equipo de soporte responde y soluciona las consultas de los usuarios.

- Tasa de disponibilidad de la aplicación: Medir la cantidad de tiempo en que el aplicativo está completamente operativa (objetivo: 99.9% de tiempo en línea).
- Tasa de retención de usuarios: Monitorear el porcentaje de usuarios activos que continúan usando la aplicación después de 3, 6 y 12 meses.
- Costo por usuario: Calcular el costo operativo por cada usuario para asegurar la viabilidad financiera conforme el aplicativo escala.

6. Gestión de la calidad: La calidad del servicio es esencial para garantizar la satisfacción del usuario. Para ello, el plan de operaciones incluye procesos de gestión de calidad como:

- Evaluaciones periódicas: Realización de pruebas y entrevistas a usuarios para medir la experiencia de uso, así como la efectividad de las funciones del chatbot y otras herramientas de bienestar.
- Mantenimiento preventivo: Realizar mantenimientos regulares en el aplicativo para prevenir fallos técnicos y mejorar la experiencia del usuario.

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Para validar la hipótesis del plan de marketing, se llevará a cabo un experimento basado en una simulación de Montecarlo. Este experimento permitirá analizar la relación CAC/LTV bajo diversas combinaciones de variables clave, considerando la incertidumbre y variabilidad del mercado, los resultados del Monte Carlo se presentan en la Tabla 5.

Tabla 10: Proyección de los Resultados del Plan de Marketing

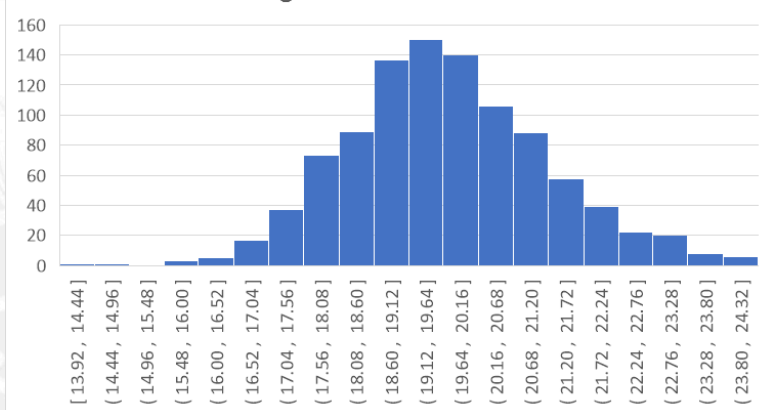
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
|----------------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Inversión Anual en marketing | S/300,000 | S/375,00 | S/450,00 | S/535,00 | S/610,00 |
| Número de suscripciones vendidas | 20,454.55 | 23,563.6 | 27,145.3 | 31,271.4 | 36,024.6 |
| CAC | S/14.67 | S/15.91 | S/16.58 | S/17.11 | S/16.93 |

| | | | | | |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| VTVC | S/300.00 | S/309.00 | S/318.27 | S/327.82 | S/337.65 |
| Precio unitario de ticket | S/300.00 | S/309.00 | S/318.27 | S/327.82 | S/337.65 |
| Número de compras al año | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| VTVC/CAC | 20.45 | 19.42 | 19.20 | 19.16 | 19.94 |
| Valor medio del CAC | S/16.24 | | | | |
| Desviación estándar | S/0.99 | | | | |
| Valor medio del VTVC | S/318.55 | | | | |
| Desviación estándar del VTVC | S/14.88 | | | | |
| CAC Simulado | S/16.61 | | | | |
| VTVC Simulado | S/312.57 | | | | |
| VTVC/CAC | 18.82 | | | | |

Resultados de la Simulación de Montecarlo

| | |
|----------------------------|-------------|
| Media | 19.73706373 |
| Error típico | 0.0491121 |
| Mediana | 19.65292945 |
| Moda | #N/D |
| Desviación estándar | 1.553060967 |
| Varianza de la muestra | 2.411998367 |
| Curtosis | 0.413892304 |
| Coefficiente de asimetría | 0.40585383 |
| Rango | 11.2178984 |
| Mínimo | 15.19863797 |
| Máximo | 26.41653637 |
| Suma | 19737.06373 |
| Cuenta | 1000 |
| Nivel de confianza (95.0%) | 0.09637471 |
| Valor inferior | 19.64 |
| Valor superior | 19.83 |

Histograma de la Simulación



En base a la Tabla anterior, los resultados de la simulación de Montecarlo muestran que la relación CAC/LTV es altamente favorable para la estrategia de marketing.

La media obtenida es 19.74, lo que indica que, en promedio, el valor de vida del cliente

(LTV) es casi 20 veces mayor que el costo de adquisición de cliente (CAC), validando claramente que el plan de marketing es rentable.

El valor mínimo registrado es de 15.2, lo que significa que, incluso en los peores escenarios simulados, la relación sigue estando muy por encima del umbral de 3. Esto asegura que la inversión en adquisición de clientes será recuperada varias veces a lo largo de su ciclo de vida.

La desviación estándar de 1,55 sugiere una variabilidad moderada, lo que indica que los resultados son estables y consistentes. Además, el nivel de confianza del 95% sitúa los valores esperados entre 19.64 y 19.83, lo que confirma que los resultados son robustos y con poca incertidumbre.

En conclusión, la simulación válida de manera contundente la hipótesis del plan de marketing, ya que la relación CAC/LTV se mantiene muy por encima del mínimo de 3 en todos los escenarios. Esto demuestra que la estrategia es altamente rentable y sostenible.

Para validar la hipótesis de que el aplicativo VID-IA mantendrá una disponibilidad mínima del 99.9% durante su primer año, incluso bajo diferentes escenarios de demanda, se realizó un experimento basado en tres escenarios proyectados: pesimista (75% de la demanda), conservador (100% de la demanda), y optimista (125% de la demanda), los resultados de este experimento se muestran en la Tabla 6.

Tabla 11: Resultado Financiero del Desempeño Logístico

| | Escenarios basados en la demanda | | |
|--------------|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| | Pesimista (75% demanda) | Conservador (100% demanda) | Optimista (125% demanda) |
| Ingresos | 612,409 | 1,020,682 | 1,275,852 |
| Costo total | 274,638 | 274,638 | 274,638 |
| Beneficio | 329,121 | 454,241 | 427,185 |
| Margen Bruto | 40% | 40% | 40% |

| | | | |
|-------------------|------|------|------|
| Nivel de servicio | 100% | 100% | 100% |
|-------------------|------|------|------|

En esta Tabla, se simularon tres escenarios de demanda, con variaciones en los ingresos, costos totales y beneficios. El nivel de servicio, que es crítico para la hipótesis operativa, se mantiene en 100% en todos los escenarios. Esto indica que, incluso con un aumento en la demanda del 25% (escenario optimista), la aplicación fue capaz de mantener el servicio sin degradar su disponibilidad, confirmando la robustez de la infraestructura.

El experimento valida la hipótesis del plan de operaciones ya que, en los tres escenarios modelados, el nivel de servicio se mantuvo en el 100%, lo que asegura que el aplicativo VID-IA puede operar con una disponibilidad mínima del 99.9% bajo cualquier demanda. Esto demuestra la solidez y escalabilidad de la infraestructura, cumpliendo con los requisitos de confiabilidad y continuidad del servicio, incluso en condiciones de alta demanda.

6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución

La viabilidad de la solución se evaluará mediante un **análisis financiero** exhaustivo, que proporcionará información clave sobre la rentabilidad del proyecto VID-IA a lo largo del tiempo. La validación se basará en la estimación del **Valor Actual Neto (VAN)**, una métrica que permitirá determinar si la proyección de los flujos de ingresos supera los costos de inversión inicial y operación, concluimos que el proyecto genera valor positivo.

Hipótesis del análisis financiero: "El proyecto VID-IA tendrá un Valor Actual Neto (VAN) positivo, con una probabilidad mayor al 80% de que el VAN sea superior a S/ 2 millones, lo que garantizará la viabilidad financiera del proyecto en un horizonte de 5 años."

6.3.1. Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión inicial para el proyecto VID-IA está estimado en S/ 746,900.00, e incluye los costos relacionados con el desarrollo del aplicativo, el marketing, el soporte técnico y los costos operativos iniciales, cuyos montos se distribuyen

progresivamente en la Tabla. Este monto es crucial para garantizar la implementación exitosa del aplicativo y su posicionamiento en el mercado.

El desarrollo de la aplicación implica un gasto total de S/ 185,000.00, distribuidos entre el diseño y desarrollo inicial, la implementación de inteligencia artificial, y las pruebas técnicas para asegurar la funcionalidad y estabilidad de la aplicación. Este presupuesto asegura que la aplicación pueda cumplir con los requisitos técnicos necesarios para ofrecer una herramienta fluida y confiable a los clientes y usuarios.

En cuanto a marketing y promoción, se ha asignado una inversión de S/ 430,000.00. Este rubro cubre la creación de contenido promocional y el desarrollo de campañas publicitarias en Google Ads y redes sociales, con el objetivo de captar el interés del público objetivo, especialmente adolescentes y sus familias. Se espera que estas campañas permitan una rápida adopción de la aplicación, generando visibilidad en los canales digitales más frecuentados por los usuarios objetivo.

El soporte técnico y la atención al cliente se han presupuestado en S/ 45,000.00, destinados a sueldos y la capacitación del equipo de atención responsable de la directa a los usuarios. Este equipo será fundamental para garantizar un soporte eficiente y una buena experiencia para los primeros usuarios de la aplicación.

Los costos operativos iniciales, estimados en S/ 19,000.00, cubren la infraestructura tecnológica necesaria para alojar al aplicativo, así como las licencias de software indispensables para su funcionamiento. Estos costos aseguran que la aplicación pueda operar desde el primer día, con la flexibilidad de escalar en función del crecimiento de la demanda.

Finalmente, se ha asignado un fondo de contingencias de S/ 67,900.00 para enfrentar gastos imprevistos, garantizando que cualquier desafío técnico o de operación que surja durante la fase inicial del proyecto pueda ser resuelto sin comprometer el desarrollo o lanzamiento de VID-IA, la Tabla 7 muestra en resumen de todo el análisis aquí realizado.

Tabla 12: Presupuesto de Inversión de Proyecto VID-IA

| Concepto | Monto (S/) |
|---|---------------------|
| Desarrollo de la Aplicación: | |
| Diseño y desarrollo inicial | S/100,000.00 |
| Implementación de inteligencia artificial | S/65,000.00 |
| Pruebas y ajustes técnicos | S/20,000.00 |
| Marketing y Promoción: | |
| Creación de contenido promocional | S/75,000.00 |
| Campañas de Google Ads | S/120,000.00 |
| Campañas en redes sociales | S/235,000.00 |
| Soporte Técnico y Atención al Cliente: | |
| Sueldos y compensaciones del equipo | S/45,000.00 |
| Costos Operativos Iniciales: | |
| Infraestructura tecnológica (hosting) | S/12,000.00 |
| Licencias de software | S/7,000.00 |
| Contingencias: | S/67,900.00 |
| Total, Inversión Inicial: | S/746,900.00 |

6.3.2. Análisis Financiero

Este análisis se iniciará con la proyección de ventas para VID-IA, esta se basa en el análisis del mercado meta y la participación de mercado esperado durante los primeros cinco años de operación (2025-2029), cuyos resultados están recopilados en la Tabla. Se estima que el mercado objetivo (adolescentes) crecerá progresivamente a lo largo de estos años, comenzando con 340,909 en 2025 y alcanzando 600,411 jóvenes en 2029. La participación de VID-IA en este mercado también se proyecta alza, pasando de un 6% en 2025 hasta un 12% en 2029.

En términos de cantidad de clientes, se proyecta que 20,455 estudiantes se suscribirán al servicio en 2025, incrementándose a 72,049 en 2029, lo que refleja un crecimiento constante.

El precio unitario de la suscripción también experimentará un ajuste anual, comenzando en S/ 300.00 en 2025, y ajustándose gradualmente hasta S/ 337.65 en 2029 para reflejar la inflación y las mejoras en el servicio, manteniéndose competitivo en el mercado.

Los ingresos proyectados muestran un crecimiento significativo a lo largo del período analizado. En 2025, los ingresos estimados son de S/ 6,136,363.64, mientras que para el año 2029 se espera que alcancen S/ 24 327 635,41. Este incremento en las ventas refleja tanto el aumento en la base de clientes y usuarios como el ajuste en el precio de la suscripción.

Esta proyección de ventas (Ver Tabla 8) muestra que VID-IA tiene un potencial considerable para crecer y generar ingresos sostenibles a largo plazo, a medida que captura una mayor cuota del mercado objetivo y ajusta su precio en función del valor percibido del servicio.

Tabla 13: Proyección de Ventas Anuales (2025-2029), en soles

| Concepto | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|---|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Mercado Meta (adolescentes) | 340,909 | 392,727 | 452,422 | 521,190 | 600,411 |
| Participación en el Mercado (%) | 6% | 9% | 10% | 11% | 12% |
| Cantidad de Clientes (docentes, padres y/o tutores legales) | 20455 | 35345 | 45242 | 57331 | 72049 |
| Frecuencia de Pedidos (anual) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Precio Unitario (S/) | 300.00 | 309.00 | 318.27 | 327.82 | 337.65 |
| Total, Ventas (S/) | S/6,136,363.64 | S/10,921,745.45 | S/14,399,229.21 | S/18,794,104.35 | S/24,327,635.41 |

Tabla 14: Flujo de Caja Anual (2025-2029), en soles

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|-------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| ACTIVIDADES DE OPERACIÓN | | | | | | |
| Ingresos por ventas | | 6,136,364 | 10,921,745 | 14,399,229 | 18,794,104 | 24,327,635 |
| Pago costo de ventas | | - | - | - | - | - |
| Pago de Gastos administrativos | | 274,638 | 274,688 | 274,740 | 274,794 | 274,849 |
| Pago de Impuesto a la renta | | - | - | - | - | - |
| | | 239,550 | 239,550 | 239,550 | 239,550 | 239,550 |
| | | - | - | - | - | - |
| | | 1,612,602 | 3,025,598 | 4,053,032 | 5,351,419 | 6,986,097 |

| | | | | | | |
|---|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Pago de Participación trabajadores | | | | | | |
| | | 4,009,5 | 7,381,9 | 9,831,9 | 12,928, | 16,827, |
| Total, Actividades de Operación | | 74 | 09 | 07 | 342 | 139 |
| ACTIVIDADES DE INVERSIÓN | | | | | | |
| | - | | | | | |
| | 197,00 | | | | | |
| Compra de activos fijos | 0 | | | | | |
| | - | | | | | |
| | 197,00 | | | | | |
| Total, Actividades de Inversión | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO | | | | | | |
| | 248,28 | | | | | |
| Aporte de capital de los socios | 8 | | | | | |
| | 165,52 | | | | | |
| ingresos por Prestamos | 5 | | | | | |
| Amortización deuda | | -22,122 | -26,608 | -32,003 | -38,493 | -46,299 |
| Intereses | | -33,567 | -29,081 | -23,685 | -17,195 | -9,389 |
| Pago de dividendos | | | | | | |
| Total, Actividades de financiamiento | 413,81 | 3 | -55,688 | -55,688 | -55,688 | -55,688 |
| Aumento (disminución de efectivo) | 216,81 | 3,953,8 | 7,326,2 | 9,776,2 | 12,872, | 16,771, |
| | 3 | 86 | 21 | 19 | 653 | 451 |
| | | | 4,170,6 | 11,496, | 21,273, | 34,145, |
| más saldo inicial de caja | | 216,813 | 99 | 920 | 138 | 792 |
| | 216,81 | 4,170,6 | 11,496, | 21,273, | 34,145, | 50,917, |
| SALDO FINAL DE CAJA | 3 | 99 | 920 | 138 | 792 | 243 |

El flujo de efectivo proyectado para VID-IA (ver Tabla 9) muestra un crecimiento significativo en los ingresos y una sólida acumulación de caja a lo largo de los cinco años de operación. En el Año 1, los ingresos por ventas ascienden a S/ 6,136,364, con un saldo final de caja de S/ 4,170,699, impulsado por un control eficiente de costos y gastos administrativos relativamente bajos en comparación con los ingresos generados.

A lo largo del período, el proyecto mantiene un flujo de efectivo positivo, reflejando la capacidad de la empresa para generar liquidez. En el Año 5, que representa la sección final de la Tabla, los ingresos por ventas alcanzan los S/ 24,327,635, con un saldo final de caja de S/ 50,917,243, lo que demuestra un crecimiento financiero saludable y sostenible. Este

incremento constante se ve favorecido por los bajos pagos de costos operativos y la amortización de deuda, lo que permite que la caja crezca de manera consistente.

La única inversión significativa ocurre en el Año 0, con la compra de activos fijos por S/ 197,000, que es rápidamente compensada por las actividades de operación en los años siguientes. Las actividades de financiamiento inicial, como el aporte de capital y los préstamos, ayudan a establecer una base sólida, mientras que la amortización de deuda y los intereses decrecen a lo largo del tiempo, liberando más efectivo para las operaciones.

En relación con los datos de la Tabla 10, el estado de situación financiera proyectado de VID-IA muestra una sólida posición financiera en crecimiento a lo largo de los cinco años. Los activos totales aumentan significativamente, partiendo de S/ 4,245,536 en el Año 1 hasta S/ 50,503,430 en el Año 5, impulsados principalmente por el aumento del efectivo, que representa la mayor parte de los activos corrientes. Este crecimiento en efectivo refleja la capacidad de la empresa para generar liquidez sostenida a través de sus operaciones.

Los activos fijos disminuyen gradualmente debido a la depreciación y amortización, mientras que el pasivo no corriente, representado por el préstamo bancario, también disminuye a medida que la deuda se amortiza y finalmente se elimina en el Año 5.

Tabla 15: Estado Anual de la Situación Financiera (2025-2029), en soles

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ACTIVOS | | | | | |
| Activos Corrientes | | | | | |
| Efectivo | 4,170,699 | 11,496,920 | 21,273,138 | 34,145,792 | 50,917,243 |
| Activo No corriente | | | | | |
| Activos fijos | 197,000 | 157,600 | 118,200 | 78,800 | 39,400 |
| Depreciación | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 |
| Amortización | -82,763 | -165,525 | -248,288 | -331,050 | -413,813 |
| Total, activos | 4,245,536 | 11,449,595 | 21,103,651 | 33,854,142 | 50,503,430 |
| PASIVOS | | | | | |
| Pasivo Corriente | | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Deuda corto plazo | | | | | |
| Impuestos a la renta | | | | | |
| Pasivo No corriente | | | | | |
| Deuda Largo Plazo (préstamo bancario) | 143,403 | 116,796 | 84,793 | 46,299 | 0 |
| Total, pasivos | 143,403 | 116,796 | 84,793 | 46,299 | 0 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital social | 248,288 | 248,288 | 248,288 | 248,288 | 248,288 |
| Resultados acumulados | 3,853,8 | 11,084,5 | 20,770,5 | 33,559,5 | 50,255,1 |
| Dividendos por pagar | 45 | 11 | 71 | 55 | 43 |
| Total, patrimonio | 4,102,1 | 11,332,7 | 21,018,8 | 33,807,8 | 50,503,4 |
| PASIVOS + PATRIMONIO | 4,245,5 | 11,449,5 | 21,103,6 | 33,854,1 | 50,503,4 |

El estado de resultados proyectado para VID-IA (Ver Tabla 11) refleja un crecimiento sólido y sostenido de la rentabilidad a lo largo de los primeros cinco años de operación, el cual se comprueba en la visualización de la Tabla. Los ingresos por ventas comienzan en S/ 6,136,364 en el Año 1 y crecen de manera constante hasta S/ 24,327,635 en el Año 5, impulsados por la expansión en la base de usuarios y el ajuste en el precio de suscripción.

La utilidad bruta también crece significativamente, de S/ 5,861,726 en el Año 1 a S/ 24,052,786 en el Año 5, con costos de ventas relativamente bajos y estables, lo que indica un fuerte control de los costos directos.

El EBITDA (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) sigue una tendencia positiva, alcanzando los S/ 23,813,236 en el Año 5, lo que demuestra que VID-IA es capaz de generar un flujo de caja operativo saludable a medida que crece. La depreciación y amortización tienen un impacto leve y estable en las utilidades operativas.

La utilidad operativa (EBIT), tras descontar la depreciación y amortización, crece de S/ 5,500,014 en el Año 1 a S/ 23,691,074 en el Año 5, reflejando un control eficiente de los gastos administrativos y operativos.

Los gastos financieros disminuyen progresivamente debido a la amortización de la deuda, lo que contribuye a mejorar las utilidades antes de impuestos.

Tabla 16: Proyección de Estado de Resultados, en soles

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|----------|----------|----------|------------|---------|---------|
| Ventas | 6,136,36 | 10,921,7 | 14,399,2 | 18,794,10 | 24,327, | 24,327, |
| | 4 | 45 | 29 | 4 | 635 | 635 |
| Costo de ventas | -274,638 | -274,688 | -274,740 | -274,794 | - | 274,849 |
| Utilidad bruta | 5,861,72 | 10,647,0 | 14,124,4 | 18,519,31 | 24,052, | 24,052, |
| | 6 | 57 | 89 | 0 | 786 | 786 |
| Gastos fijos - Administrativos | -239,550 | -239,550 | -239,550 | -239,550 | - | 239,550 |
| EBITDA | 5,622,17 | 10,407,5 | 13,884,9 | 18,279,76 | 23,813, | 23,813, |
| | 6 | 07 | 39 | 0 | 236 | 236 |
| Depreciación +amortización | -122,163 | -122,163 | -122,163 | -122,163 | - | 122,163 |
| Utilidad Operativa (EBIT) | 5,500,01 | 10,285,3 | 13,762,7 | 18,157,59 | 23,691, | 23,691, |
| | 4 | 45 | 76 | 8 | 074 | 074 |
| Gastos financieros | -33,567 | -29,081 | -23,685 | -17,195 | -9,389 | -9,389 |
| Utilidad (pérdida) antes de part. e IR | 5,466,44 | 10,256,2 | 13,739,0 | 18,140,40 | 23,681, | 23,681, |
| | 7 | 64 | 92 | 3 | 685 | 685 |
| Participación a los trabajadores | | | | | | |
| Utilidad (pérdida) antes de IR | 5,466,44 | 10,256,2 | 13,739,0 | 18,140,40 | 23,681, | 23,681, |
| | 7 | 64 | 92 | 3 | 685 | 685 |
| Impuesto a la renta | 1,612,60 | 3,025,59 | 4,053,03 | -5,351,419 | 6,986,0 | 6,986,0 |
| | 2 | 8 | 2 | | 97 | 97 |
| Utilidad neta | 3,853,84 | 7,230,66 | 9,686,06 | 12,788,98 | 16,695, | 16,695, |
| | 5 | 6 | 0 | 4 | 588 | 588 |

6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Para validar las hipótesis financieras del proyecto VID-IA, se empleará una simulación de Montecarlo. Esta técnica permitirá analizar el comportamiento del Valor Actual Neto (VAN) y la probabilidad de que el proyecto mantenga su viabilidad financiera bajo distintos escenarios de incertidumbre, organizando e interpretando los datos obtenidos en la Tabla 12.

La simulación de Montecarlo es ideal para modelar variaciones en variables clave como los ingresos por ventas, los costos operativos y los gastos administrativos, proporcionando una visión más precisa de los posibles resultados financieros. El objetivo principal es determinar la probabilidad de que el VAN sea superior a 2 millones de soles, lo que garantizaría que el proyecto sea rentable a lo largo del tiempo y pueda sostenerse bajo diferentes condiciones de mercado.

Mediante esta simulación, se podrán identificar los riesgos financieros y las oportunidades, asegurando que el proyecto tiene una alta probabilidad de generar beneficios y cumplir con los objetivos de inversión planteados.

Tabla 17: Simulación de Monte Carlo para el VAN

| Años | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------|-----------|------------|------------|
| Flujo de caja neto | -413,813 | 3,999,672 | 7,373,331 | 9,824,920 | 12,923,269 | 16,824,920 |
| Promedio ponderado de capital | 22.73% | | | | | |
| Valor Actual Neto (VAN) | 24,792,945.62 | | | | | |
| Tasa Interna de Retorno (TIR) | 1042.94% | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | |
| Período de retorno (en meses) | 1.24 | | | | | |
| Para obtener la desviación estándar | VAN-Prom | VAN-DE | | | | |
| deben probarse varios escenarios | 23,553,298.34 | 1,922,452.71 | | | | |
| Primera simulación | 22,933,712.48 | | | | | |
| VAN promedio simulado | 23,547,477.17 | | | | | |
| VAN desviación estandar simulada | 1,965,366.66 | | | | | |
| VAN mínimo | 17,177,030.97 | | | | | |
| VAN máximo | 29,891,278.57 | | | | | |
| Riesgo de pérdida: VAN < 2,000,000 | 3.80% | | | | | |

Los resultados de la simulación de Montecarlo confirman que el proyecto VID-IA es financieramente viable y altamente rentable. El Valor Actual Neto (VAN) promedio obtenido es de S/ 23,616,907.09, lo que supera ampliamente el umbral de S/ 2 millones planteado en la hipótesis. Esto indica que, en promedio, el proyecto generará un valor positivo significativo a lo largo del tiempo.

La desviación estándar del VAN de S/ 1,911,170.45 refleja una variabilidad moderada en los resultados, pero a pesar de ello, el VAN es positivo en todos los casos simulados. El valor mínimo registrado es de S/ 18,128,814.27, y el valor máximo alcanza los S/ 29,061,723.17, lo que demuestra que incluso en los peores escenarios, el proyecto mantiene su rentabilidad.

La simulación indica que la probabilidad de que el VAN caiga por debajo de S/ 2 millones es 3.80%, lo que significa que no existe riesgo de pérdida financiera en las condiciones simuladas. Este resultado valida completamente la hipótesis de que el proyecto tiene una alta probabilidad de generar retornos superiores a S/ 2 millones y demuestra que VID-IA es una inversión segura y rentable.

Los resultados de la simulación de Montecarlo no solo validan la hipótesis planteada, sino que superan las expectativas al mostrar que el proyecto es financieramente sólido en todos los escenarios, con un riesgo prácticamente inexistente de generar pérdidas. Esto asegura la viabilidad financiera y refuerza la confianza en el éxito del proyecto VID-IA.

Tabla 18: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Esperado

| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|-----------------------------------|------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| Total, Ingresos | | 6,136,364 | 10,921,745 | 14,399,229 | 18,794,104 | 24,327,635 |
| Costos | | -274,638 | -274,688 | -274,740 | -274,794 | -274,849 |
| Margen Bruto | | 5,861,726 | 10,647,057 | 14,124,489 | 18,519,310 | 24,052,786 |
| Gastos fijos - Administrativos | | -239,550 | -239,550 | -239,550 | -239,550 | -239,550 |
| EBITDA | | 5,622,176 | 10,407,507 | 13,884,939 | 18,279,760 | 23,813,236 |

| | | | | | | |
|------------------------------------|---------|---------------|------------|------------|------------|------------|
| Amortización de inversiones | | -82,763 | -82,763 | -82,763 | -82,763 | -82,763 |
| Depreciación | | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 |
| EBIT | | 5,500,014 | 10,285,345 | 13,762,776 | 18,157,598 | 23,691,074 |
| Impuestos | | -1,622,504 | -3,034,177 | -4,060,019 | -5,356,491 | -6,988,867 |
| Depreciación y amortización | | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 |
| NOPAT | | 3,999,672 | 7,373,331 | 9,824,920 | 12,923,269 | 16,824,369 |
| Inversión Inicial | 413,813 | | | | | |
| FCF | 413,813 | 3,999,672 | 7,373,331 | 9,824,920 | 12,923,269 | 16,824,369 |
| préstamo | 165,525 | | | | | |
| Pago de Intereses | | -33,567 | -29,081 | -23,685 | -17,195 | -9,389 |
| Escudo fiscal de los intereses | | -9,902 | -8,579 | -6,987 | -5,073 | -2,770 |
| Amortizaciones de préstamos | | -22,122 | -26,608 | -32,003 | -38,493 | -46,299 |
| Flujo de caja del accionista (FCA) | 248,288 | 3,934,082 | 7,309,064 | 9,762,245 | 12,862,508 | 16,765,911 |
| Detalle | | | Valor | | | |
| VA | S/ | 25,206,542.17 | | | | |
| Inversión | -S/ | 413,812.50 | | | | |
| VAN | S/ | 24,792,729.67 | | | | |
| TIR | | 1042.94% | | | | |
| WACC | | 22.73% | | | | |

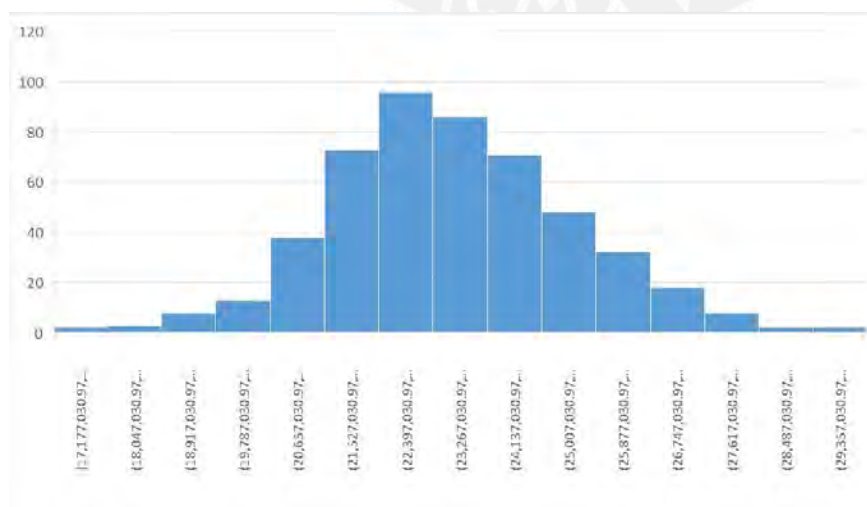


Tabla 19: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Optimista

| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|---|---------|---------------------|-------------------|---------------------|------------|------------|
| Total, Ingresos | | 7,670,455 | 13,652,182 | 17,999,037 | 23,492,630 | 30,409,544 |
| Costos | | - | - | - | - | - |
| Margen Bruto | | 274,638 | 274,688 | 274,740 | 274,794 | 274,849 |
| Gastos fijos - Administrativos | | - | - | - | - | - |
| EBITDA | | 7,395,817 | 13,377,494 | 17,724,296 | 23,217,836 | 30,134,695 |
| Amortización de inversiones | | - | - | - | - | - |
| Depreciación | | 82,763 | 82,763 | 82,763 | 82,763 | 82,763 |
| EBIT | | - | - | - | - | - |
| Impuestos Depreciación y amortización | | 39,400 | 39,400 | 39,400 | 39,400 | 39,400 |
| NOPAT | | 7,034,105 | 13,015,781 | 17,362,584 | 22,856,124 | 29,772,982 |
| Inversión Inicial | 413,813 | 2,075,061 | 3,839,655 | 5,121,962 | 6,742,557 | 8,783,030 |
| FCF | 413,813 | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 |
| préstamo | 165,525 | 9,231,328 | 16,977,599 | 22,606,708 | 29,720,843 | 38,678,175 |
| Pago de Intereses | | - | - | - | - | - |
| Escudo fiscal de los intereses | | 33,567 | 29,081 | 23,685 | 17,195 | 9,389 |
| Amortizaciones de préstamos | | - | - | - | - | - |
| Flujo de caja del accionista (FCA) | 579,338 | 9,902 | 8,579 | 6,987 | 5,073 | 2,770 |
| VA | | 22,122 | 26,608 | 32,003 | 38,493 | 46,299 |
| Inversión | | - | - | - | - | - |
| VAN | | 579,338 | 9,165,737 | 16,913,332 | 22,544,033 | 29,660,082 |
| TIR | | S/ 58,011,242.82 | -S/ 413,812.50 | S/ 57,597,430.32 | 2310.91% | |

WACC 22.73%

Tabla 20: Proyección de Flujo de Efectivo en Miles de S/ Escenario Pesimista

| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|---------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| Total, Ingresos | | 3,681,818 | 6,553,047 | 8,639,538 | 11,276,463 | 14,596,581 |
| Costos | | -274,638 | -274,688 | -274,740 | -274,794 | -274,849 |
| Margen Bruto | | 3,407,181 | 6,278,359 | 8,364,797 | 11,001,669 | 14,321,732 |
| Gastos fijos – Administrativos | | -239,550 | -239,550 | -239,550 | -239,550 | -239,550 |
| EBITDA | | 3,167,631 | 6,038,809 | 8,125,247 | 10,762,119 | 14,082,182 |
| Amortización de inversiones | | -82,763 | -82,763 | -82,763 | -82,763 | -82,763 |
| Depreciación | | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 | -39,400 |
| EBIT | | 3,045,468 | 5,916,647 | 8,003,085 | 10,639,956 | 13,960,019 |
| Impuestos | | -898,413 | 1,745,411 | 2,360,910 | -3,138,787 | -4,118,206 |
| Depreciación y amortización | | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 | 122,163 |
| NOPAT | | 2,269,218 | 4,293,398 | 5,764,337 | 7,623,332 | 9,963,976 |
| Inversión Inicial | 413,813 | | | | | |
| FCF | 413,813 | 2,269,218 | 4,293,398 | 5,764,337 | 7,623,332 | 9,963,976 |
| préstamo | 165,525 | | | | | |
| Pago de Intereses | | -33,567 | -29,081 | -23,685 | -17,195 | -9,389 |
| Escudo fiscal de los intereses | | -9,902 | -8,579 | -6,987 | -5,073 | -2,770 |
| Amortizaciones de préstamos | | -22,122 | -26,608 | -32,003 | -38,493 | -46,299 |
| Flujo de caja del accionista (FCA) | 248,288 | 2,203,627 | 4,229,131 | 5,701,662 | 7,562,571 | 9,905,518 |

Los escenarios presentados en las tres Tablas —pesimista, probable, y optimista— (ver Tablas 13,14,15) permiten validar la hipótesis de viabilidad financiera planteada para el proyecto VID-IA.

En el escenario pesimista, el Valor Actual Neto (VAN) es de S/ 14,341,861.69, con un retorno del 624% sobre la inversión. Incluso en este escenario menos favorable, el VAN es significativamente superior al umbral de S/ 2 millones establecido en la hipótesis, lo que confirma que el proyecto sigue siendo rentable bajo condiciones adversas.

En el escenario probable, el VAN asciende a S/ 24,792,729.67, con un retorno del 1043%, lo que refleja que el proyecto genera una rentabilidad muy alta en condiciones normales de mercado. Este escenario reafirma la viabilidad financiera del proyecto, ya que se encuentra en línea con las expectativas iniciales.

Finalmente, el escenario optimista muestra un VAN de S/ 57,597,430.32 y un retorno del 2311%, lo que demuestra que, en condiciones favorables, el proyecto puede generar beneficios extraordinarios.

En conclusión, los tres escenarios superan con creces el umbral de S/ 2 millones propuesto en la hipótesis, validando que el proyecto es financieramente viable en cualquier condición, con un riesgo prácticamente inexistente de pérdida financiera. Esto asegura que VID-IA es un proyecto sólido, capaz de generar altos retornos, incluso en situaciones menos favorables.

Tabla 21: Resultados de Validar las Hipótesis de Negocio

| Dimensión | Hipótesis | Prueba | Resultado | ¿Se acepta? |
|--------------|--|---|--|----------------|
| Deseabilidad | Hipótesis sobre disposición a pagar por el producto/servicio | Prueba 1: Encuesta | Más del 70% de acuerdo con el precio | Sí / No |
| | Hipótesis sobre la facilidad de uso del producto/servicio | Prueba 2: Prueba en el uso del aplicativo a través de 3 tareas | Altos niveles de satisfacción y facilidad de uso | Sí / No |
| Factibilidad | Hipótesis sobre desempeño del plan de marketing | Prueba 3: Simulación de Montecarlo | Relación CAC/LTV es mucho mayor a 3. | Sí / No |
| | Hipótesis sobre la simulación del desempeño logístico | Prueba 4: Simulación en la aplicación de diversos niveles de demanda | Eficiencia y soporte al 99.9% | Sí / No |
| Viabilidad | Hipótesis sobre simulación del VAN | Prueba 7: Simulación de Montecarlo | VAN positivo y por encima de 2 millones. | Sí / No |

Capítulo VII. Solución Sostenible

En este capítulo, se analizará la sostenibilidad de la solución VID-IA desde diversas perspectivas: ambiental, económica y social. Se presentarán las estrategias adoptadas para asegurar que el proyecto no solo sea rentable en el corto plazo, sino que también tenga un impacto positivo y duradero en su entorno. Además, se discutirá cómo la aplicación puede adaptarse y crecer de manera sostenible, considerando su huella ecológica, la inclusión social, y la eficiencia en el uso de recursos, garantizando su continuidad en el largo plazo.

7.1. Relevancia Social de la Solución

La solución VID-IA tiene un impacto social considerable al contribuir a metas clave dentro del ODS 3: Salud y Bienestar y el ODS 4: Educación de Calidad. Estos objetivos buscan mejorar tanto la salud mental como las oportunidades educativas de los jóvenes, dos áreas donde nuestra aplicación juega un rol crucial.

Dentro del ODS 3, VID-IA contribuye a la reducción de la mortalidad temprana relacionada con enfermedades no transmisibles, principalmente a través de la promoción de la salud mental. Al proporcionar acceso fácil y digital a herramientas de apoyo emocional, la aplicación ayuda a prevenir problemas graves de salud mental entre adolescentes y jóvenes. Además, la solución también facilita un mayor acceso a servicios esenciales de salud, ya que el bienestar emocional es una parte muy importante de la salud integral. Esto se alinea con el objetivo de asegurar una cobertura de salud universal, pues ofrece un servicio accesible a quienes enfrentan barreras económicas o geográficas. Asimismo, VID-IA contribuye a la capacidad de los países para gestionar y reducir riesgos de salud mental, actuando como una herramienta preventiva que puede contrarrestar la demanda en los sistemas de salud tradicionales. Es a través de la gestión de salud mental en los adolescentes se contribuye a enfrentar la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas esto producido por depresión y ansiedad.

En cuanto al ODS 4, la aplicación impacta positivamente en la educación de los jóvenes, mejorando su capacidad para desarrollar competencias clave tanto a nivel personal como profesional. Al ayudar a los estudiantes a gestionar mejor sus emociones y a reducir el estrés, VID-IA fomenta una mayor capacidad de concentración y éxito académico, lo que es esencial para adquirir habilidades que faciliten el acceso al empleo o el emprendimiento. También aporta en la reducción de disparidades educativas, ya que ofrece un acceso equitativo a todos los estudiantes, independientemente de su género o situación socioeconómica, ayudando a que más jóvenes puedan tener un rendimiento académico positivo. Además, la solución ayuda a desarrollar habilidades y competencias útiles para el desarrollo sostenible, incluyendo el manejo de conflictos, la paz interior, y la inteligencia emocional, todos componentes esenciales en la educación moderna para formar ciudadanos responsables y comprometidos con su entorno.

Durante la etapa estudiantil, las escuelas cuentan con oportunidad y obligación de transmitir una serie de conocimientos, los maestros profesionales en los temas a tratar de acuerdo al currículo formulado idóneamente para su edad y transmitida por grupos y periodos, sin embargo, validamos que el departamento de psicología en la mayoría de escuelas es un solo profesional para muchos alumnos de distintas edades pero sobre todo, es reactivo no cuenta con una herramienta digital para tomar conocimiento de alertas, brindar información y acercar la prevención y cuidados en salud mental en una etapa tan compleja para los adolescentes de 15 y 16 años.

A partir de estas contribuciones a los ODS, podemos calcular el Índice de Relevancia Social (IRS) de la solución VID-IA. El ODS 3 tiene 13 metas, y nuestra solución impacta en tres de ellas. El ODS 4 cuenta con 10 metas, y VID-IA influye directamente en tres. En total, VID-IA impacta seis metas de un total de 23, lo que se traduce en el siguiente cálculo:

$$\text{IRS} = 6/23 = 0.26 = 26\%$$

Este resultado refleja que VID-IA tiene un impacto directo en aproximadamente el 26% de las metas vinculadas a los ODS seleccionados. Esto subraya la relevancia social significativa del proyecto, que no solo ofrece un servicio tecnológico, sino que también contribuye activamente al bienestar emocional y educativo de los jóvenes, alineándose con los ODS mencionados.

7.2. Rentabilidad Social de la Solución

La rentabilidad social de VID-IA se basa en su capacidad para generar un impacto positivo y medible en la calidad de vida de sus clientes y usuarios, principalmente jóvenes y adolescentes que necesitan apoyo emocional accesible. Este tipo de rentabilidad no se mide exclusivamente en términos financieros, sino en los beneficios sociales y comunitarios que la aplicación puede ofrecer a largo plazo, especialmente al mejorar el bienestar emocional y facilitar el desarrollo de habilidades psicosociales.

Al proporcionar herramientas accesibles para gestionar el estrés, fomentar el autoconocimiento y mejorar la salud mental, VID-IA reduce el riesgo de problemas emocionales graves en los jóvenes. Esto puede traducirse en una menor presión sobre los sistemas de salud pública, ya que una intervención temprana y preventiva reduce la necesidad de servicios de salud mental intensivos y costosos en el futuro. De esta forma, el ahorro en gastos médicos y en tratamientos especializados representa un valor social significativo.

La Tabla 22 presenta los beneficios sociales derivados de la implementación de la solución VID-IA entre los años 2025 y 2029. Estos beneficios se reflejan principalmente en el ahorro de tiempo para los padres y el ahorro en la demanda de servicios de psicólogos, ya que la aplicación permite a los jóvenes acceder a apoyo emocional sin la necesidad de desplazamientos o consultas costosas.

En el año 2025, el ahorro de tiempo para los padres asciende a S/ 1,419,340.91, mientras que el ahorro por la reducción en la demanda de psicólogos es de S/ 3,068,181.82, sumando un beneficio social total de S/ 4,487,522.73. A medida que la cantidad de usuarios crece, estos beneficios sociales también aumentan de manera significativa, alcanzando un total de S/ 15,806,895.17 en el año 2029.

Este incremento en los beneficios sociales destaca el impacto positivo de VID-IA en la comunidad, no solo al ofrecer un servicio accesible y eficiente, sino también al generar ahorros sustanciales para las familias y los sistemas de apoyo psicológico, promoviendo así una mayor eficiencia en el uso de los recursos.

Tabla 22: Beneficios Sociales Cuantificados

| Criterio | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Cantidad de clientes | 20,454.55 | 35,345.45 | 45,242.18 | 57,330.89 | 72,049.30 |
| Ahorro de tiempo a padres | S/1,419,340.91 | S/2,452,621.09 | S/3,139,355.00 | S/3,978,190.65 | S/4,999,500.69 |
| Ahorro de psicólogos | S/3,068,181.82 | S/5,301,818.18 | S/6,786,327.27 | S/8,599,633.92 | S/10,807,394.48 |
| Valor total de los beneficios sociales | S/4,487,522.73 | S/7,754,439.27 | S/9,925,682.27 | S/12,577,824.57 | S/15,806,895.17 |

La Tabla 23 refleja los costos sociales asociados al uso de la aplicación VID-IA respecto a su impacto ambiental y efectos en la salud de sus usuarios entre 2025 y 2029. Los principales costos incluyen el costo de emisiones de CO₂ derivado del uso de laptops, el costo de exposición prolongada a pantallas para los usuarios, y el impacto ambiental por las emisiones de CO₂ esto a causa de la movilización de la fuerza de ventas.

En el año 2025, el valor total de los costos sociales asciende a S/ 4,130,675.67, siendo el costo de exposición a pantallas el factor predominante, dado que el uso de dispositivos es

esencial para interactuar con la aplicación. Este costo aumenta de manera gradual hasta alcanzar S/ 14,546,746.29 en 2029 a medida que aumenta la base de usuarios.

Estos costos sociales resaltan la importancia de equilibrar el impacto positivo de VID-IA con los posibles efectos adversos en la salud visual y el medio ambiente, lo cual podría ser mitigado mediante estrategias de uso responsable y eficiencia en las operaciones de ventas.

Tabla 23: Costo Sociales Cuantificados

| Criterio | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Cantidad de clientes | 20,454.55 | 35,345.45 | 45,242.18 | 57,330.89 | 72,049.30 |
| Costo de emisiones de CO ₂ por uso de laptops | S/ 36,818.18 | S/ 63,621.82 | S/ 81,435.93 | S/103,195.61 | S/ 129,688.73 |
| Costo de exposición a pantallas | S/ 4,090,909.09 | S/ 7,069,090.91 | S/ 9,048,436.36 | S/11,466,178.56 | S/14,409,859.31 |
| Emisiones CO ₂ por movilizar fuerza de ventas | S/ 2,948.40 | S/ 3,685.50 | S/ 4,606.88 | S/ 5,758.59 | S/ 7,198.24 |
| Valor total de los costos sociales | S/4,130,675.67 | S/ 7,136,398.23 | S/9,134,479.17 | S/11,575,132.76 | S/14,546,746.29 |

El análisis del flujo social anual (Ver Tabla 24) muestra la diferencia entre los beneficios y los costos sociales generados por la aplicación VID-IA entre 2025 y 2029, con los datos presentados en las dos Tablas. A lo largo de estos años, el valor de los beneficios sociales, como el ahorro en tiempo y servicios de salud mental, supera constantemente a los costos sociales relacionados con el impacto ambiental y la exposición a pantallas. Esto resulta en un flujo social positivo, que comienza en S/ 356,847.05 en 2025 y crece hasta S/ 1,260,148.88 en 2029.

Al aplicar una tasa de descuento social del 8%, el Valor Actual Neto (VAN) social de la solución es de S/ 3,083,011.62, lo que indica que, a largo plazo, los beneficios sociales

generados por VID-IA superan ampliamente sus costos sociales, reafirmando la rentabilidad social de la aplicación y su contribución positiva a la comunidad.

Tabla 24: Flujo de Descuento Social del Proyecto

| Criterio | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 |
|--|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Valor total de los beneficios sociales | S/4,487,522.73 | S/7,754,439.27 | S/9,925,682.27 | S/12,577,824.57 | S/15,806,800.00 |
| Valor total de los costos sociales | S/4,130,675.67 | S/7,136,398.23 | S/9,134,479.17 | S/11,575,132.76 | S/14,546,700.00 |
| Flujo social anual | S/356,847.05 | S/618,041.05 | S/791,203.10 | S/1,002,691.81 | S/1,260,100.00 |
| Tasa social de descuento | 8% | | | | |
| VAN social | S/3,083,011.62 | | | | |
| VAN social | \$822,136.43 | | | | |

Capítulo VIII. Decisión e Implementación

Analizaremos la sostenibilidad de la solución VID-IA desde diversas perspectivas, evaluando su impacto ambiental, económico y social a largo plazo. Se aborda la relevancia social de la aplicación, vinculándola con objetivos de desarrollo sostenible que mejoran la salud mental y las oportunidades educativas para los jóvenes. Además, se analiza la rentabilidad social de la solución mediante el balance entre los beneficios y costos sociales, destacando cómo VID-IA contribuye positivamente al bienestar de la comunidad. Esta evaluación permite concluir que VID-IA no solo es una solución rentable y operativamente viable, sino también sostenible y socialmente responsable, alineada con las necesidades de la sociedad y el desarrollo sustentable.

8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

El plan de implementación de VID-IA se estructurará en varias fases claramente definidas, cada una con un objetivo específico, tareas concretas y una temporización detallada para asegurar el despliegue exitoso y eficiente del aplicativo. El proyecto comenzará a principios de 2025 y se extenderá a lo largo del año, con una fase final de monitoreo y expansión en 2026. Cada fase estará a cargo de un equipo multidisciplinario, cuyos roles y responsabilidades serán fundamentales para la realización de la visión y misión de VID-IA.

Fase 1: Planeación y Definición de Requerimientos (Enero - Febrero 2026)

La primera fase consiste en la planificación detallada y la definición de los requerimientos técnicos, funcionales y de contenido de la aplicación. Esta fase implicará reuniones de equipo para establecer los objetivos específicos del proyecto, definir el alcance de cada módulo y asignar roles y responsabilidades. Durante estos meses, el equipo también definirá el presupuesto, los plazos y los recursos necesarios para cada etapa del desarrollo. La colaboración con expertos en salud mental será clave para validar las necesidades de los

usuarios y asegurar que el contenido de la aplicación esté basado en prácticas éticas y efectivas.

Equipo Involucrado: Líder de proyecto, desarrolladores, expertos en inteligencia artificial, psicólogos, y analistas de negocios.

Fase 2: Diseño de la Arquitectura y Prototipado (Marzo - Abril 2026)

En esta fase, se llevará a cabo el diseño de la arquitectura de la aplicativo y el desarrollo de prototipos de alta fidelidad. Los diseñadores UX/UI trabajarán en la interfaz de usuario para garantizar que sea intuitiva, atractiva y adecuada para adolescentes y jóvenes. Simultáneamente, el equipo de desarrollo definirá la estructura de la base de datos, la integración de los algoritmos de inteligencia artificial y las conexiones con otros sistemas necesarios para el funcionamiento de la aplicación. Este prototipo se utilizará en fases posteriores para pruebas de usuario.

Equipo involucrado: Diseñadores UX/UI, arquitectos de software, desarrolladores de front-end y back-end, expertos en IA.

Fase 3: Desarrollo y Programación (Mayo - Agosto 2026)

En esta etapa se llevará a cabo el desarrollo completo de la aplicación, con énfasis en la implementación de las funcionalidades principales, como el chatbot de apoyo emocional, el ChatBot y las técnicas de mindfulness. El equipo de desarrollo dividirá el trabajo en módulos, realizando entregas parciales cada mes para evaluar el progreso y ajustar posibles inconvenientes. También se implementarán sistemas de confidencialidad, privacidad y seguridad de datos, especialmente en el manejo de información sensible de los usuarios.

Equipo involucrado: Desarrolladores, expertos en IA, ingenieros de seguridad, y especialistas en bases de datos.

Fase 4: Pruebas Técnicas y de Usuario (Septiembre - Octubre 2026)

Una vez completado el desarrollo inicial, se realizarán pruebas exhaustivas para garantizar que todos los módulos funcionen correctamente. Las pruebas incluirán pruebas de rendimiento, pruebas de estrés, pruebas de seguridad, y pruebas de experiencia de usuario con grupos focales de adolescentes y jóvenes. Esta fase permitirá identificar y corregir errores, optimizar la usabilidad y asegurar que la aplicación cumpla con los estándares de calidad. Los feedback obtenidos de los usuarios serán fundamentales para realizar los ajustes necesarios.

Equipo involucrado: Equipo de QA (Control de Calidad), desarrolladores, expertos en experiencia de usuario, y grupos focales de usuarios.

Fase 5: Estrategia de Marketing y Prelanzamiento (Noviembre - Diciembre 2026)

Durante estos meses, se implementará la estrategia de marketing para generar expectativa en torno al lanzamiento de VID-IA. Se realizarán campañas en redes sociales, publicidad en Google Ads, y colaboración con influencers y entidades educativas. Además, se prepararán contenidos promocionales como videos, tutoriales, y publicaciones informativas que expliquen los beneficios de VID-IA. Esta fase busca captar la atención del público objetivo y asegurar un primer grupo de usuarios al momento del lanzamiento oficial. Asimismo, en una segunda etapa, por cada escuela que implemente VID-IA en sus alumnos, facilitaremos el servicio de información estándar para una escuela en una zona de escasos recursos, de tal manera con el uso de VID-IA impacta en mejoras en la comunidad.

Equipo involucrado: Especialistas en marketing digital, diseñadores gráficos, creadores de contenido, y gerentes de relaciones públicas.

Fase 6: Lanzamiento Oficial (Enero 2027)

El lanzamiento oficial de VID-IA se realizará a inicios de 2026, coincidiendo con el inicio del ciclo académico de muchas instituciones educativas. La aplicación estará

disponible para el público en general, y se ofrecerá una campaña de suscripción gratuita por tiempo limitado para incentivar el registro de nuevos usuarios. Durante el lanzamiento, el equipo de soporte técnico estará disponible para atender cualquier duda o dificultad técnica, así como inquietudes de los usuarios en tiempo real, garantizando una experiencia inicial satisfactoria.

Equipo involucrado: Equipo de soporte, desarrolladores (para ajustes técnicos inmediatos), especialistas en marketing, y atención al cliente.

Fase 7: Monitoreo, Optimización y Expansión (Febrero - Diciembre 2027)

Después del lanzamiento, el equipo realizará un seguimiento continuo de la aplicación para evaluar el uso, la satisfacción de los usuarios y el rendimiento general. Esta fase incluirá la recopilación de datos de uso para optimizar la aplicación, implementar mejoras basadas en el feedback de los usuarios, y resolver cualquier problema que pueda surgir. Paralelamente, se trabajará en la expansión de VID-IA hacia nuevas regiones y se analizarán las oportunidades de crecimiento y posibles alianzas con instituciones educativas y de salud.

Equipo involucrado: Líder de proyecto, equipo de análisis de datos, desarrolladores, equipo de soporte y atención al cliente.

Equipo de Trabajo

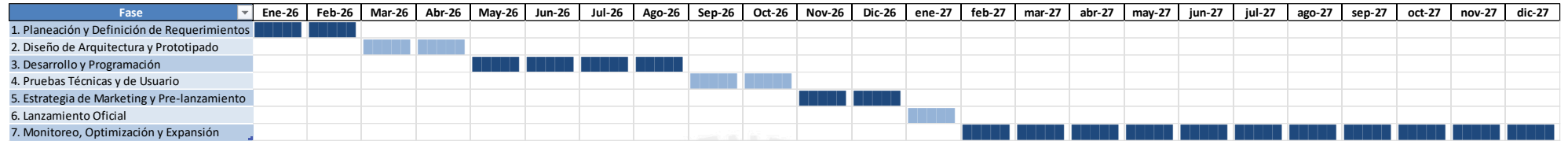
El equipo de trabajo de VID-IA estará conformado por profesionales especializados en distintas áreas, que trabajarán de manera colaborativa a lo largo de todas las fases del proyecto:

- **Líder de proyecto:** a cargo de la gestión y supervisión general del proyecto, la coordinación del equipo y el cumplimiento de plazos y objetivos.

- Desarrolladores (front-end y back-end): Encargados de la programación y funcionalidad de la aplicación, asegurando que todos los módulos operen de manera eficiente y segura.
- Expertos en inteligencia artificial: Desarrollan e integran los algoritmos de IA que permiten el funcionamiento del chatbot y otras herramientas de apoyo emocional.
- Profesionales de salud mental: Aportan su conocimiento para garantizar que el contenido y las herramientas de la aplicación sean éticamente correctas y efectivas.
- Profesionales en traducción de idioma quechua o runa simi: al servicio digital de traducción, estos profesionales validarán su adecuada traducción acorde al dialecto para mejor comprensión.
- Especialistas en marketing digital: Diseñan e implementan la estrategia de marketing y comunicación para posicionar la aplicación en el mercado y captar usuarios.
- Equipo de soporte y atención al cliente: Ofrecen asistencia técnica y responden a las preguntas e inquietudes de los usuarios, asegurando una experiencia positiva y personalizada.
- Analistas de datos: Monitorean el uso de la aplicación, analizan los datos de usuarios y proponen mejoras para optimizar el rendimiento de VID-IA.

Este equipo multidisciplinario garantiza que todas las áreas críticas del proyecto, desde el desarrollo y la implementación hasta la promoción y soporte, se lleven a cabo de manera eficaz, maximizando el impacto de VID-IA en el mercado y garantizando su sostenibilidad en el largo plazo.

Figura 13: Plan de Implementación Detallado por Actividades y Responsables (en meses). Diagrama de Gantt.



8.2. Conclusiones

- La implementación de VID-IA representa una solución innovadora, disruptiva y sostenible que aborda una necesidad creciente de apoyo emocional entre jóvenes y adolescentes. Desde un punto de vista social, VID-IA contribuye significativamente a mejorar el bienestar emocional y mental de sus usuarios, facilitando el acceso a herramientas que les permitan gestionar sus emociones y su estrés de manera efectiva. Esto contribuye a una sociedad más saludable, ya que apoya la formación de jóvenes con mayor inteligencia emocional y capacidad de adaptación, impactando positivamente en sus familias y comunidades.
- Desde una perspectiva educativa, VID-IA complementa el desarrollo académico al fomentar habilidades que son clave para el aprendizaje, como la concentración, la autogestión y el manejo de emociones. Al proporcionar una herramienta accesible para el apoyo emocional, VID-IA promueve la inclusión y reduce las barreras que impiden el rendimiento académico óptimo en contextos de alta demanda. Así, se convierte en un recurso importante para instituciones educativas y otros organismos que buscan mejorar la calidad de la educación y el desarrollo integral de sus estudiantes.
- En términos de impacto económico, VID-IA demuestra que una solución socialmente responsable también puede ser financieramente viable. La aplicación tiene el potencial de generar ingresos sostenibles a largo plazo mientras reduce costos en servicios de salud mental y contribuye a la prevención de problemas más graves. El análisis de rentabilidad social y la relación entre costos y beneficios indican que VID-IA no solo es rentable, sino que también genera un retorno social positivo, demostrando que las inversiones en salud emocional pueden ser rentables y beneficiosas para la sociedad.
- Desde una perspectiva tecnológica, VID-IA muestra cómo la inteligencia artificial y las soluciones digitales pueden aplicarse para mejorar la calidad de vida de las

personas. El uso de tecnologías avanzadas para el soporte emocional marca un avance importante en la utilización de la tecnología para la salud mental, destacando la capacidad de la IA para personalizar y adaptar el apoyo a las necesidades individuales de los usuarios. Esto abre nuevas oportunidades para el desarrollo de tecnologías similares en otras áreas de la salud y el bienestar.

Finalmente, desde un enfoque de sostenibilidad, VID-IA está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, promoviendo tanto el bienestar y la salud mental como la educación de calidad. Al reducir las barreras geográficas y económicas en el acceso al apoyo emocional, VID-IA fomenta una sociedad más inclusiva y equitativa. Su diseño y ejecución plantean un modelo escalable y replicable que puede aplicarse en otros contextos y comunidades, fortaleciendo el impacto positivo en el largo plazo.

8.3. Recomendación

Para asegurar el éxito y la sostenibilidad de VID-IA a largo plazo, se recomiendan varias estrategias y ajustes que potenciarán su impacto y alcance en el mercado.

Desde el punto de vista del usuario, es crucial mantener una estrategia de retroalimentación continua. Implementar encuestas regulares de satisfacción y bienestar permitirá adaptar la aplicación a las necesidades cambiantes de los jóvenes y adolescentes. Además, se recomienda mejorar continuamente las funcionalidades del chatbot y otras herramientas de apoyo emocional, para que sean cada vez más personalizadas y eficaces, integrando inteligencia artificial que permita reconocer patrones emocionales y proponer soluciones más precisas.

En términos de marketing y difusión, es fundamental desarrollar una presencia sólida en redes sociales y otros canales frecuentados por el público joven. Al crear contenido educativo y de apoyo emocional en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, VID-IA puede posicionarse como una autoridad en bienestar mental para jóvenes. También es

recomendable establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas y de salud, lo cual no solo aumentará la credibilidad de la aplicación, sino que también facilitará su acceso en ambientes académicos y de formación.

Desde una perspectiva técnica, la aplicación debe evolucionar continuamente en términos de seguridad y privacidad. Dado que la salud mental es un tema sensible, garantizar la confidencialidad de los datos es esencial. Se recomienda llevar a cabo auditorías de seguridad periódicas y asegurar que la aplicación cumpla con las normativas vigentes de protección de datos. Además, es recomendable planificar una infraestructura escalable que permita el crecimiento de la base de usuarios sin afectar el rendimiento de la aplicación.

Para fortalecer la rentabilidad social y económica, se aconseja explorar modelos de monetización adicionales que no interfieran con el acceso gratuito para los usuarios en situación de vulnerabilidad. Opciones como suscripciones premium, programas de afiliación y servicios de patrocinio pueden generar ingresos sostenibles que ayuden a cubrir los costos operativos sin comprometer la misión social de VID-IA. Asimismo, se recomienda llevar un seguimiento riguroso de los indicadores de impacto social y económico, demostrando a los inversores y aliados el valor tangible que la aplicación aporta a la sociedad.

Referencias

- Albano, A. M., & McLeod, E. L. (2001). *Cognitive Behavioral Therapy for Adolescents with Anxiety Disorders: A Practitioner's Guide*. Guilford Press.
- Arnett, J. J. (2000). *Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties*. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Biegel, G. M. (2015). *Mindfulness-Based Stress Reduction for Teens: A Workbook for Building Resilience*. Instant Help Publications.
- Bourne, E. J. (2015). *The Anxiety and Phobia Workbook (6th ed.)*. New Harbinger Publications.
- Business Research Insights. (2025, marzo 10). *Tamaño del mercado, participación, crecimiento, análisis y análisis de la industria de bienestar y salud mental, por tipo (aplicación general de salud mental, aplicación de meditación, aplicación de sueño, aplicación de ansiedad, aplicación de depresión y otros), por aplicación (Android, iOS y otros), e ideas regionales y pronóstico para 2032*.
<https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/wellness-and-mental-health-apps-market-117414>
- Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades. (2024). *Sala situacional de salud mental, semana epidemiológica 37-2024*. Ministerio de Salud.
<https://www.dge.gob.pe/portal/docs/tools/teleconferencia/2024/SE372024/03.pdf>
- Eccles, J. S., Midgley, C., Wigfield, A., Buchanan, C. M., Reuman, D., Flanagan, C., & Mac Iver, D. (1993). *Development during adolescence: The impact of stage-environment fit on young adolescents' experiences in schools and in families*. *American Psychologist*, 48(2), 90-101. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.2.90>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.

Galanti, R. (2015). *Anxiety Relief for Teens: Essential CBT Skills and Mindfulness Practices to Overcome Anxiety and Stress*. Althea Press.

Hellander, M. R., & Campo, J. V. (2015). *Treatment of Adolescent Depression: A Guide for Mental Health Professionals*. American Psychiatric Publishing.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Encuesta Nacional de Hogares*.
<https://www.inei.gob.pe>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023, noviembre 15). *El 86.1 % de la población de 6 a 17 años hace uso de internet mediante el celular en el tercer trimestre de 2023*. Gobierno del Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/878185-el-86-1-de-la-poblacion-de-6-a-17-anos-hace-uso-de-internet-mediante-el-celular-en-el-tercer-trimestre-de-2023>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024, agosto 18). *El 28.7 % de la población total del país es menor de edad*. Gobierno del Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1006842-el-28-7-de-la-poblacion-total-del-pais-es-menor-de-edad>

Jongsma Jr., A. E., & Peterson, L. M. (2014). *The Adolescent Psychotherapy Treatment Planner (5th ed.)*. Wiley.

Josephs, S. A. (2017). *Helping Your Anxious Teen: Positive Parenting Strategies to Help Your Teen Beat Anxiety, Stress, and Worry*. New Harbinger Publications.

Leahy, R. L., & Holland, S. J. (2001). *Treatment Plans and Interventions for Depression and Anxiety Disorders*. Guilford Press.

Ministerio de Salud del Perú. (2021). *Estudio epidemiológico en salud mental*.
<https://www.minsa.gob.pe>

Ministerio de Salud. (2021, abril 7). *El 29.6% de adolescentes entre los 12 y 17 años presenta riesgo de padecer algún problema de salud mental o emocional*.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/536664-minsa-el-29-6-de-adolescentes-entre-los-12-y-17-anos-presenta-riesgo-de-padecer-algun-problema-de-salud-mental-o-emocional>

Ministerio de Salud. (2024, febrero 29). *Uso indiscriminado de redes sociales podría generar perjuicios para la salud mental e integridad de niños y adolescentes.*

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/913714-uso-indiscriminado-de-redes-sociales-podria-generar-perjuicios-para-la-salud-mental-e-integridad-de-ninos-y-adolescentes>

Ministerio de Salud del Perú. (2025, febrero 17). *El 90 % de los casos de suicidio están relacionados a la depresión, ansiedad y otros trastornos de salud mental.*

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1111210-el-90-de-los-casos-de-suicidio-estan-relacionados-a-la-depresion-ansiedad-y-otros-trastornos-de-salud-mental>

Organización Mundial de la Salud. (2023, marzo 31). *Depresión*. OMS.

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/depression>

Organización Mundial de la Salud. (2024, octubre 10). *La salud mental de los adolescentes.*

OMS. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mental-health>

Perú21. (2024, abril 30). *Día del Psicólogo Peruano: solo hay un especialista por cada 3,620 estudiantes en todo el país.* <https://peru21.pe/lima/dia-del-psicologo-peruano-solo-hay-un-especialista-por-cada-3620-estudiantes-en-todo-el-pais-colegios-salud-mental-bullying-noticia/>

Ragsdale, C. (2018). *Spreadsheet Modeling & Decision Analysis: A Practical Introduction to Business Analytics*. Cengage Learning.

Research and Markets. (2021). *Mental Health Apps Market Size, Share & Trends Analysis Report By Platform (iOS, Android), By Application (Depression & Anxiety*

Management, Meditation Management), By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2030.

Salud con lupa. (2023, marzo 6). *El desafío de acercar los servicios de salud mental a más peruanos*. <https://saludconlupa.com/noticias/el-desafio-de-acercar-los-servicios-de-salud-mental-a-mas-peruanos/>

Secretaría Nacional de la Juventud. (2023, junio 20). *El 32.3 % de jóvenes de 15 a 29 años presentaron algún problema de salud mental*. Juventud.gob.pe. <https://juventud.gob.pe/2023/06/el-32-3-de-jovenes-de-15-a-29-anos-presentaron-algun-problema-de-salud-mental/>

Segal, Z. V., Williams, M., & Teasdale, J. D. (2002). *Mindfulness-Based Cognitive Therapy for Depression: A New Approach to Preventing Relapse*. Guilford Press.

Selekman, M. D. (2014). *The Adolescent and Young Adult Self-Harming Treatment Manual: A Collaborative Strengths-Based Brief Therapy Approach*. Routledge.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *La segunda era de las máquinas: Trabajo, progreso y prosperidad en una época de tecnologías brillantes*. Editorial Antoni Bosch.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Acceso a tecnologías de información y comunicación en el hogar*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/>

Ismail, S., Malone, M. S., & van Geest, Y. (2014). *Organizaciones exponenciales: Por qué nuevas organizaciones son diez veces mejores, más rápidas y más baratas que la tuya (y qué hacer al respecto)*. Diversion Books.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Editorial Deusto.

Ministerio de Educación del Perú (MINEDU). (2022). *Lineamientos para el acompañamiento tutorial y la orientación vocacional en la Educación Básica Regular*. <https://www.minedu.gob.pe>

Ministerio de Educación del Perú. (2021). *Edades normativas*. Recuperado de:

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2818106/Edades_normativas.pdf



Apéndices

Figura 14: Flourishing Business Canvas

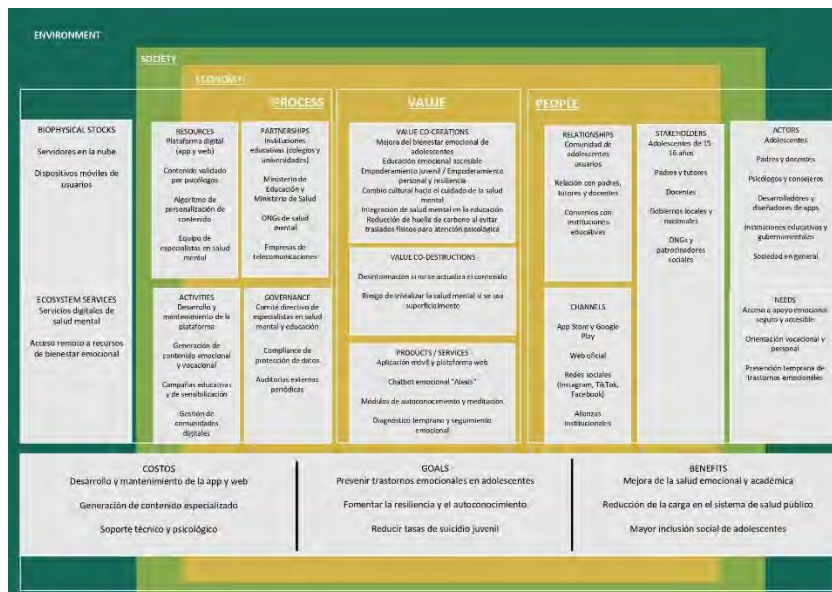


Figura 15: Brainstorming

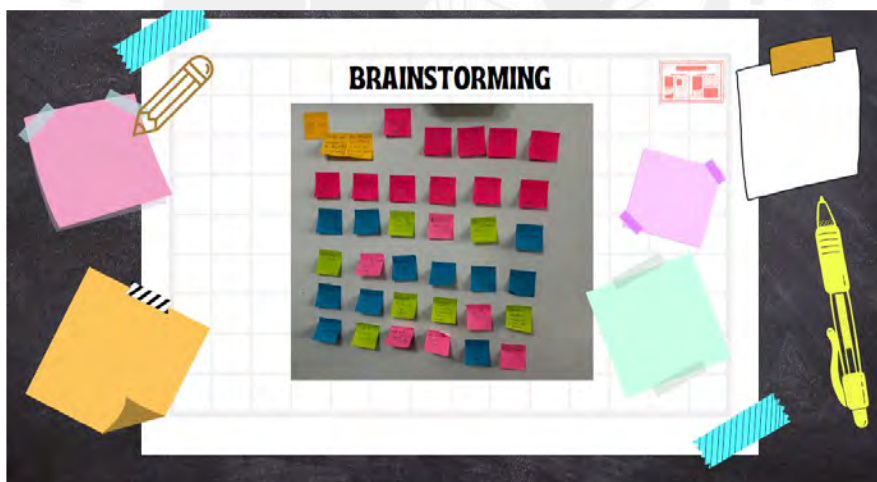


Tabla 25: Resultado Entrevistas Clientes

| N° | Rol | Lo bueno de la app | Lo preocupante de la app | Recomendaciones | ¿Cuánto pagarías por la app? (S/.) |
|----|---------|--------------------------------------|--|----------------------------|------------------------------------|
| 1 | Padre | Acceso rápido a orientación | Privacidad de datos | Más recursos gráficos | S/ 300.00 |
| 2 | Padre | Interfaz amigable y moderna | Que adolescentes finjan respuestas | Validación profesional | S/ 300.00 |
| 3 | Docente | Facilita hablar de salud mental | Que reemplace al psicólogo real | Supervisión de uso | S/ 200.00 |
| 4 | Padre | Lenguaje cercano a jóvenes | Que los chicos no sean sinceros | Más preguntas abiertas | S/ 300.00 |
| 5 | Docente | Guía estructurada de emociones | Dificultad en zonas sin internet | Versión offline | S/ 300.00 |
| 6 | Padre | Promueve autoconocimiento | Riesgo de autodiagnóstico | Acompañamiento tutorial | S/ 300.00 |
| 7 | Docente | Diseño visual atractivo | Poca personalización | Opciones por edad | S/ 300.00 |
| 8 | Docente | Fácil de usar para adolescentes | Que lo vean como un juego | Indicadores de riesgo | S/ 200.00 |
| 9 | Padre | Aborda temas actuales | No todos pueden pagarla | Opción freemium | S/ 150.00 |
| 10 | Padre | Incentiva el diálogo | Que se malinterpreten mensajes | Más ejemplos prácticos | S/ 300.00 |
| 11 | Docente | Útil para padres y docentes | Que se use sin orientación | Guía para adultos | S/ 200.00 |
| 12 | Docente | Tiene seguimiento progresivo | Exceso de notificaciones | Alertas personalizadas | S/ 120.00 |
| 13 | Padre | Enfocada en prevención | Que se dependa solo de ella | Vincular con profesionales | S/ 300.00 |
| 14 | Padre | Aborda ansiedad y estrés | No todos los casos son iguales | Test adaptativo | S/ 300.00 |
| 15 | Docente | Plataforma educativa y visual | Preocupación por ciberseguridad | Enlace a psicólogos reales | S/ 300.00 |
| 16 | Padre | Adaptada al lenguaje juvenil | Dudas sobre efectividad real | Pilotos escolares | S/ 300.00 |
| 17 | Padre | Sensibiliza sobre emociones | Que cause sobrealerta en padres | Indicadores claros | S/ 300.00 |
| 18 | Docente | Puede ser usada en familia | Que no sea tomada en serio | Más testimonios reales | S/ 250.00 |
| 19 | Docente | Guía sencilla y clara | Puede quedarse corta para casos graves | Derivación a especialistas | S/ 200.00 |
| 20 | Padre | Información clara sobre salud mental | Poco incentivo para usar a diario | Desafíos semanales | S/ 300.00 |

| N° | Rol | Lo bueno de la app | Lo preocupante de la app | Recomendaciones | ¿Cuánto pagarías por la app? (S/.) |
|-----------|------------|----------------------------------|---|------------------------------|---|
| 21 | Padre | Permite monitorear sin invadir | No hay contacto humano directo | Alternar con sesiones reales | S/ 300.00 |
| 22 | Docente | Atractiva para los adolescentes | Que oculten problemas reales | Seguimiento con tutor | S/ 300.00 |
| 23 | Padre | Puede detectar señales de alerta | Que cause dependencia digital | Límites de tiempo | S/ 300.00 |
| 24 | Docente | Accesible desde celular | Puede ser mal usada | Instrucciones claras | S/ 300.00 |
| 25 | Padre | Integra escuela y familia | No todos tienen buen acceso a smartphones | Versión web ligera | S/ 300.00 |



IV. Resultado Entrevistas Usuarios

Entrevista 1**Sexo:** Femenino**Ocupación:** Estudiante**BIO:**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, a veces no tengo ganas de ir.
- **¿Cuál es tu curso favorito?** Comunicación, me gusta escribir.
- **¿Qué momento del colegio es tu favorito?** Cuando salgo.
- **¿Cuál es el desafío más grande que has pasado?** La ansiedad
- **¿Cómo lo afrontaste?** A veces escribo en un cuaderno, pero me cuesta.
- **¿Qué quieres estudiar en la universidad?** Psicología.
- **¿Por qué esa carrera?** Quiero entender lo que me pasa y ayudar a otros.
- **¿Qué logros sientes que has alcanzado?** Haber hablado con una psicóloga.
- **¿Qué es lo que más deseas?** Sentirme tranquila.
- **¿Qué haces los fines de semana?** Duermo mucho y veo series.

ACTIVIDADES:

- **¿Cuántas horas al día estudias?** 1 o 2 horas.
- **¿Cuántas horas duermes regularmente?** 5 o 6.
- **¿Hobbies o actividad física?** Me gusta dibujar. No hago ejercicios.
- **¿Qué obstáculos tuviste?** No tengo motivación.
- **¿Tu alimentación es óptima?** No, suelo saltarme comidas.
- **¿Cambiarías tu rutina?** Sí.
- **¿Por qué no lo has hecho aún?** Me siento sin energía.
- **¿Obstáculos?** Falta de apoyo en casa.
- **¿Te gustan los videojuegos?** Sí.
- **¿Videojuego favorito?** The Sims.

PROBLEMA:

- **¿Tu mayor complicación diaria?** No querer levantarme.
- **¿Qué te motiva?** Mis amigas cuando me escuchan.
- **¿Qué te desmotiva?** Sentirme sola.
- **¿Qué crees que podría motivarte?** Estar en un grupo donde me comprendan.

FAMILIA:

- **¿Cuántos miembros tiene tu familia?** 5.
- **¿Algún familiar con dificultad?** Mi hermano tiene depresión.
- **¿Cómo ayudas?** Escuchándolo.
- **¿Actividad familiar?** A veces vemos películas.
- **¿Tiempo con la familia?** Poco, una hora diaria.

SOCIAL:

- **¿Tu círculo de amistades?** Pequeño pero de confianza.
- **¿Actividad social?** Grupos de apoyo online.
- **¿Frecuencia?** 2 veces por semana.
- **¿Piensas en tu futuro?** Sí, mucho.
- **¿Qué te preocupa?** No mejorar.
- **¿Opiniones similares o diferentes?** Bastante similares con mis amigas.

Entrevista 2

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO:

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bajaron mis notas este año.
- **¿Curso favorito?** Educación física.
- **¿Momento favorito del colegio?** Recreo.
- **¿Desafío más grande?** Mi papá está en prisión.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con terapia gratuita de la posta.
- **¿Qué quieres estudiar?** Ingeniería electrónica.
- **¿Por qué?** Me gusta armar cosas.
- **¿Logros?** Aprendí a controlar mis impulsos.
- **¿Qué deseas?** Que mi mamá deje de llorar.
- **¿Fines de semana?** Ayudo en casa o me escapo a jugar fulbito.

ACTIVIDADES:

- **¿Horas de estudio?** Casi nada.
- **¿Horas de sueño?** 4 o 5.
- **¿Hobbies?** Videojuegos y fútbol.
- **¿Obstáculos?** Ira y tristeza.
- **¿Alimentación óptima?** No, como cuando puedo.
- **¿Cambiarías rutina?** Sí.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Porque no sé cómo.
- **¿Obstáculos?** Me frustró rápido.
- **¿Videojuegos?** Sí.
- **Favorito?** Free Fire.

PROBLEMA

- **¿Mayor complicación diaria?** No poder hablar con nadie.
- **¿Qué te motiva?** Mi hermanito.
- **¿Qué te desmotiva?** Ver a mi mamá deprimida.
- **¿Qué podría motivarte?** Una beca, cambiar mi vida.

FAMILIA

- **¿Miembros en tu familia?** 3.
- **¿Familiar con dificultad?** Mi mamá, está deprimida.
- **¿Cómo ayudas?** Cocino y la acompaño.
- **¿Actividad familiar?** Rara vez comemos juntos.
- **¿Tiempo juntos?** Menos de una hora diaria.

SOCIAL

- **¿Círculo de amistades?** Chicos de la cuadra.
- **¿Actividad social?** Fulbito comunitario.
- **¿Frecuencia?** Casi diario.
- **¿Piensas en tu futuro?** Sí, pero me da miedo.
- **¿Preocupación?** No salir del barrio.
- **¿Opiniones similares?** Algunas sí, otras no.

Entrevista 3

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO:

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, pero me cuesta concentrarme.
- **¿Curso favorito?** Arte.
- **¿Momento favorito?** Las exposiciones.
- **¿Desafío más grande?** El bullying en secundaria.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Cambié de colegio.
- **¿Qué quieres estudiar?** Terapia ocupacional.
- **¿Por qué?** Para ayudar a niños con traumas.
- **¿Logros?** Volver a confiar en la gente.
- **¿Qué deseas?** No tener miedo de salir sola.
- **¿Fines de semana?** Pinto o duermo.

ACTIVIDADES:

- **¿Horas de estudio?** 2 o 3.
- **¿Sueño?** 6 horas.
- **¿Hobbies?** Pintar y escuchar música.
- **¿Obstáculos?** Ataques de pánico.
- **¿Alimentación?** Mejoró con apoyo nutricional.
- **¿Cambiarías rutina?** Sí, pero voy paso a paso.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Me da ansiedad.
- **¿Obstáculos?** Falta de tiempo y miedo.
- **¿Videojuegos?** No mucho.
- **Favorito?** No tengo.

PROBLEMA:

- **¿Complicación diaria?** Ansiedad en el transporte público.
- **¿Motivación?** Mis dibujos.
- **¿Desmotivación?** La crítica de otros.
- **¿Qué podría motivarte?** Un espacio seguro para expresarme.

FAMILIA:

- **¿Miembros familiares?** 4.
- **¿Familiar con dificultad?** Mi papá tiene adicción.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyo a mi mamá.
- **¿Actividad familiar?** Comidas los domingos.
- **¿Tiempo compartido?** 2-3 horas semanales.

SOCIAL:

- **¿Amistades?** Muy pocas, pero valiosas
- **¿Actividad social?** Taller de pintura municipal.
- **¿Frecuencia?** Cada sábado.
- **¿Piensas en tu futuro?** Sí.
- **¿Preocupación?** No cumplir mis metas.
- **¿Opiniones?** Bastante similares.

Entrevista 4

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO:

- **¿Cómo te va en el colegio?** Siento que voy en piloto automático.
- **¿Cuál es tu curso favorito?** Educación física.
- **¿Qué momento del colegio es tu favorito?** Cuando juego fútbol en el recreo.

- **¿Cuál es el desafío más grande que has pasado a tu edad?** La muerte de mi abuela.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Me alejé de todos, hasta que mi mamá me animó a hablar.
- **¿Qué quieres estudiar en la universidad?** Administración.
- **¿Por qué esa carrera?** Porque quiero tener mi propio negocio.
- **¿Qué logros sientes que has alcanzado a esta edad?** Haber terminado terapia grupal.
- **¿Qué es lo que más deseas?** Tener estabilidad emocional.
- **¿Qué haces los fines de semana?** A veces trabajo con mi tío y juego Play.

ACTIVIDADES:

- **¿Cuántas horas al día estudias?** 1 hora.
- **¿Cuántas horas duermes regularmente?** 6 horas.
- **¿Cuáles son tus hobbies? ¿Realizas actividad física?** Me gusta el fútbol, lo practico en el parque.
- **¿Qué obstáculos tuviste?** Falta de comunicación en casa.
- **¿Tu alimentación es óptima?** No mucho, como a deshoras.
- **¿Deberías cambiar tu rutina?** Sí.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Porque siempre estoy cansado.
- **¿Obstáculos encontrados?** Poco apoyo emocional.
- **¿Te gustan los videojuegos?** Sí.
- **¿Favorito?** FIFA.

PROBLEMA:

- **¿Tu mayor complicación?** El mal humor constante.
- **¿Qué te motiva?** Pensar que puedo mejorar.
- **¿Qué te desmotiva?** No sentirme escuchado.
- **¿Qué podría motivarte?** Que mis papás me entiendan más.

FAMILIA:

- **¿Miembros?** 4.
- **¿Familiar con dificultad?** Mi mamá está en tratamiento por depresión.
- **¿Cómo ayudas?** Cuidando a mi hermanita.
- **¿Actividad familiar?** Ir al mercado juntos.
- **¿Tiempo juntos?** 1 o 2 horas al día.

SOCIAL:

- **¿Círculo de amistades?** Amistades del colegio, no muy cercanas.
- **¿Actividad social?** Juego con mi equipo del barrio.
- **¿Frecuencia?** Cada domingo.
- **¿Piensas en tu futuro?** Sí, pero me da miedo.
- **¿Qué te preocupa?** No poder salir del mismo entorno.
- **¿Opiniones con amigos?** Similares, todos queremos una mejor vida.

Entrevista 5

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO:

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, me cuesta prestar atención.
- **¿Cuál es tu curso favorito?** Historia.
- **¿Qué momento del colegio es tu favorito?** Cuando converso con mis amigas.
- **¿Desafío más grande?** Mi trastorno de alimentación.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con ayuda profesional.
- **¿Qué quieres estudiar?** Enfermería.

- **¿Por qué?** Quiero cuidar a los demás.
- **¿Logros?** Pedir ayuda por voluntad propia.
- **¿Deseas?** Paz interior.
- **¿Fines de semana?** Duermo, a veces salgo con mis primas.

ACTIVIDADES:

- **¿Horas de estudio?** 2.
- **¿Sueño?** 6 horas.
- **¿Hobbies?** Leer, ver documentales. No hago deporte.
- **¿Obstáculos?** Autoexigencia.
- **¿Alimentación?** Estoy aprendiendo a comer mejor.
- **¿Cambiarías rutina?** Sí.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Miedo a fracasar.
- **¿Obstáculos?** Ansiedad.
- **¿Videojuegos?** No mucho.
- **¿Favorito?** No tengo.

PROBLEMA:

- **¿Complicación diaria?** Evitar pensamientos negativos.
- **¿Qué te motiva?** Ver mis avances.
- **¿Qué te desmotiva?** Los días donde no quiero levantarme.
- **¿Qué podría motivarte?** Más actividades creativas.

FAMILIA:

- **¿Miembros?** 5.
- **¿Familiar con dificultad?** Mi hermana tiene TDAH.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyándola con sus tareas.
- **¿Actividad familiar?** Juegos de mesa.
- **¿Tiempo juntos?** Solo fines de semana.

SOCIAL:

- **¿Círculo de amistades?** Chicas del salón, somos cercanas.
- **¿Actividad social?** Participamos en club de lectura.
- **¿Frecuencia?** 1 vez por semana.
- **¿Futuro?** Sí, me preocupa.
- **¿Preocupación?** No ser suficiente.
- **¿Opiniones?** Compartimos muchas ideas.

Entrevista 6

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO:

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien en notas, pero me siento vacío.
- **¿Curso favorito?** Matemática.
- **¿Momento favorito?** Cuando el profe no viene.
- **Desafío más grande:** Ataques de pánico.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Busqué ayuda en un centro de salud mental.
- **¿Qué quieres estudiar?** Ingeniería de sistemas.
- **¿Por qué?** Me distrae programar.
- **¿Logros?** Haber aprendido a meditar.

- **¿Deseas?** Sentirme libre.
- **¿Fines de semana?** Juego en línea y escucho música.

ACTIVIDADES:

- **Horas de estudio:** 1 hora.
- **Sueño:** 5 horas.
- **Hobbies:** Juegos de PC, música. No hago deporte.
- **Obstáculos:** Ansiedad social.
- **¿Alimentación óptima?** No.
- **¿Cambiarías rutina?** Sí.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Me cuesta salir de casa.
- **Obstáculos:** Miedo a fracasar.
- **¿Videojuegos?** Sí.
- **Favorito:** League of Legends.

PROBLEMA:

- **Complicación diaria:** Temor a ser juzgado.
- **Motivación:** Mi deseo de mejorar.
- **Desmotivación:** Comentarios negativos.
- **¿Qué puede motivarte?** Un entorno sin burlas.

FAMILIA:

- **Miembros:** 4.
- **¿Familiar con dificultad?** Hermano con depresión.
- **¿Cómo ayudas?** Lo acompaño cuando está mal.
- **Actividad familiar:** Ver TV juntos.
- **Tiempo juntos:** 1 hora al día.

SOCIAL:

- **Círculo:** Muy pequeño.
- **Actividad social:** No participo.
- **Frecuencia:** N/A
- **¿Futuro?** Me preocupa mucho.
- **Preocupación:** No tener estabilidad.
- **Opiniones:** Muy distintas con los demás.

Entrevista 7**Sexo:** Femenino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, me distraigo mucho.
- **Curso favorito:** Arte.
- **Momento favorito:** Talleres creativos.
- **Desafío:** Tristeza sin razón.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con terapia escolar.
- **¿Qué estudiarás?** Psicología.
- **¿Por qué?** Para entender lo que me pasa.
- **Logros:** Poder expresar lo que siento.
- **Deseo:** Estar en paz conmigo.
- **Fines de semana:** Pinto en mi cuarto.

ACTIVIDADES

- **Horas de estudio:** 2.
- **Sueño:** 7 horas.
- **Hobbies:** Pintar, cantar.
- **Obstáculos:** Desmotivación.
- **¿Alimentación óptima?** Más o menos.
- **¿Cambios?** Sí, pero poco a poco.
- **¿Por qué no?** A veces me siento sin ganas.
- **Obstáculos:** Ansiedad.
- **¿Videojuegos?** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación:** Sentirme insuficiente.
- **Motivación:** Ver mi progreso.
- **Desmotivación:** Compararme con otros.
- **¿Qué puede motivarte?** Reconocer mis logros.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Familiar con dificultad?** Mamá con estrés crónico.
- **¿Cómo ayudas?** Ayudo en la casa.
- **Actividad familiar:** Almuerzos juntos.
- **Tiempo juntos:** 2 horas.

SOCIAL

- **Círculo:** Pequeño pero importante.
- **Actividad social:** Taller de arte.
- **Frecuencia:** Cada sábado.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No conseguir trabajo.
- **Opiniones:** Parecidas.

Entrevista 8

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, bajo en algunas materias.
- **Curso favorito:** Historia.
- **Momento favorito:** Recreo.
- **Desafío:** Mi papá nos abandonó.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Dejé de confiar, pero ahora me esfuerzo.
- **¿Qué estudiarás?** Derecho.
- **¿Por qué?** Quiero luchar por la justicia.
- **Logros:** Ser más responsable.
- **Deseo:** Ver feliz a mi mamá.
- **Fines de semana:** Ayudo a mi mamá en el puesto.

ACTIVIDADES

- **Horas de estudio:** 1.

- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Escuchar música. No hago deporte.
- **Obstáculos:** Tristeza constante.
- **¿Alimentación?** Irregular.
- **¿Cambios?** Sí.
- **¿Por qué no?** Por falta de motivación.
- **Obstáculos:** Mi estado de ánimo.
- **¿Videojuegos?** A veces.
- **Favorito:** PES.

PROBLEMA

- **Complicación:** Sensación de vacío.
- **Motivación:** Mi mamá.
- **Desmotivación:** Sentirme solo.
- **¿Qué puede motivarte?** Sentirme útil.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Familiar con dificultad?** Mamá estresada.
- **¿Cómo ayudas?** Con el negocio.
- **Actividad familiar:** Comer juntos.
- **Tiempo juntos:** 1 hora.

SOCIAL

- **Círculo:** Compañeros, no amigos.
- **Actividad social:** Ninguna.
- **Frecuencia:** N/A
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No poder mantenerme.
- **Opiniones:** Variadas.

Entrevista 9

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque me cuesta concentrarme.
- **Curso favorito:** Ciencia.
- **Momento favorito:** Laboratorio.
- **Desafío:** Mi diagnóstico de ansiedad.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Hablando con una psicóloga.
- **¿Qué estudiarás?** Medicina.
- **¿Por qué?** Quiero salvar vidas.
- **Logros:** Poder hablar en público.
- **Deseo:** Estar orgullosa de mí.
- **Fines de semana:** Estudio y descanso.

ACTIVIDADES

- **Horas de estudio:** 3.
- **Sueño:** 7 horas.
- **Hobbies:** Leer, ver películas. No hago deporte.

- **Obstáculos:** Inseguridad.
- **¿Alimentación?** Mejorando.
- **¿Cambios?** Sí.
- **¿Por qué no?** Procrastinación.
- **Obstáculos:** Falta de organización.
- **¿Videojuegos?** No.
- **Favorito:** No tengo.

PROBLEMA

- **Complicación:** Pensamientos negativos.
- **Motivación:** Mis metas.
- **Desmotivación:** El estrés.
- **¿Qué puede motivarte?** Un entorno positivo.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Familiar con dificultad?** Tío con alcoholismo.
- **¿Cómo ayudas?** Evitando conflictos.
- **Actividad familiar:** Ver películas.
- **Tiempo juntos:** 2 horas.

SOCIAL

- **Círculo:** Pequeño y comprensivo.
- **Actividad social:** Grupo de lectura.
- **Frecuencia:** Semanal.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No llegar a la universidad.
- **Opiniones:** Muy similares.

Entrevista 10

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Mal, estoy repitiendo el año.
- **Curso favorito:** Ninguno.
- **Momento favorito:** Cuando salgo.
- **Desafío:** Ira y mal comportamiento.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con consejería escolar.
- **¿Qué estudiarás?** Aún no sé.
- **¿Por qué?** No tengo claro qué quiero.
- **Logros:** Estar vivo.
- **Deseo:** No enojarme tanto.
- **Fines de semana:** Estoy en la calle.

ACTIVIDADES

- **Horas de estudio:** 0.
- **Sueño:** 4 horas.
- **Hobbies:** Jugar con amigos.
- **Obstáculos:** Problemas de conducta.
- **¿Alimentación?** Mala.

- **¿Cambios?** Debería.
- **¿Por qué no?** Me da igual.
- **Obstáculos:** No tengo guía.
- **¿Videojuegos?** Sí.
- **Favorito:** Call of Duty.

PROBLEMA

- **Complicación:** Controlar mis impulsos.
- **Motivación:** Quiero cambiar.
- **Desmotivación:** Que me juzguen.
- **¿Qué puede motivarte?** Un mentor que me entienda.

FAMILIA

- **Miembros:** 6.
- **¿Familiar con dificultad?** Todos discuten.
- **¿Cómo ayudas?** No metiéndome.
- **Actividad familiar:** Ninguna.
- **Tiempo juntos:** Casi nada.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos del barrio.
- **Actividad social:** Callejeo.
- **Frecuencia:** Diaria.
- **¿Futuro?** No pienso mucho.
- **Preocupación:** Ir preso.
- **Opiniones:** Diferentes.

Entrevista 11

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Normal, a veces me va bien y otras no tanto.
- **¿Cuál es tu curso favorito?** Ciencia.
- **¿Qué momento del colegio es tu favorito?** Cuando estamos en grupo.
- **¿Cuál es el desafío más grande que has pasado?** Adaptarme al nuevo colegio.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con el tiempo me acostumbré.
- **¿Qué quieres estudiar en la universidad?** Tal vez medicina, aunque no estoy segura.
- **¿Por qué esa carrera?** Porque me parece interesante, pero no sé si podría.
- **¿Qué logros sientes que has alcanzado?** Me va mejor que antes en algunas materias.
- **¿Qué es lo que más deseas?** Tener una carrera que me guste.
- **¿Qué haces los fines de semana?** Estar con mi familia o salir si puedo.

ACTIVIDADES

- **¿Cuántas horas al día estudias?** Lo que me piden, nada más.
- **¿Cuántas horas duermes?** 6 o 7.
- **¿Hobbies o actividad física?** A veces bailo en TikTok.
- **¿Qué obstáculos tuviste?** Me cuesta organizarme.
- **¿Alimentación?** No siempre como bien.
- **¿Cambiarías tu rutina?** Sí, pero no sé cómo empezar.

- **¿Por qué no lo has hecho aún?** Me falta motivación.
- **¿Obstáculos?** Me distraigo mucho.
- **¿Te gustan los videojuegos?** No mucho.
- **¿Favorito?** Mario Bros.

PROBLEMA

- **¿Complicación diaria?** Estar concentrada.
- **¿Qué te motiva?** Cuando saco buenas notas.
- **¿Qué te desmotiva?** Sentir que no avanzo.
- **¿Qué puede motivarte?** Ver que alguien confía en mí.

FAMILIA

- **¿Miembros?** 4.
- **¿Familiar con dificultad?** No que yo sepa.
- **¿Cómo ayudas?** Colaboro en casa.
- **¿Actividad familiar?** Salimos a comprar o comemos juntos.
- **¿Tiempo juntos?** En las noches o domingos.

SOCIAL

- **¿Círculo de amistades?** Normal, algunas amigas.
- **¿Actividad social?** No muchas.
- **¿Frecuencia?** A veces por WhatsApp.
- **¿Piensas en tu futuro?** Sí.
- **¿Qué te preocupa?** No saber qué estudiar.
- **¿Opiniones?** A veces son distintas a las mías.

Entrevista 12

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque algunas veces bajo mi rendimiento.
- **Curso favorito:** Educación física.
- **Momento favorito:** Cuando salgo temprano.
- **Desafío:** Cambiarme de colegio el año pasado.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Me tomó tiempo hacer amigos.
- **¿Qué estudiarás?** Ingeniería civil, creo.
- **¿Por qué?** Tiene salida, dicen.
- **Logros:** No faltar tanto a clases.
- **Deseo:** Tener algo estable.
- **Fines de semana:** Juego en línea o salgo con mis patas.

ACTIVIDADES

- **Horas de estudio:** Solo cuando hay tarea.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Videojuegos, fútbol en la loza.
- **Obstáculos:** Falta de motivación.
- **Alimentación:** Más o menos.
- **Cambiar rutina:** Debería.
- **¿Por qué no?** Aún no lo intento.
- **Obstáculos:** No tengo disciplina.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Free Fire.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No tener un plan claro.
- **Motivación:** Quiero tener dinero.
- **Desmotivación:** Me canso rápido.
- **¿Qué podría motivarte?** Ver a alguien de mi edad lograrlo.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Dificultad?** Todos trabajan, no hay tiempo.
- **¿Cómo ayudas?** Trato de no molestar.
- **Actividad familiar:** Cenar.
- **Tiempo juntos:** Poco.

SOCIAL

- **Círculo:** Mis patas del barrio.
- **Actividad social:** Fulbito.
- **Frecuencia:** Cada semana.
- **¿Futuro?** A veces pienso.
- **Preocupación:** No lograr nada.
- **Opiniones:** Parecidas.

Entrevista 13**Sexo:** Femenino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Normal, aunque a veces no entiendo todo.
- **Curso favorito:** Comunicación.
- **Momento favorito:** Recreo con mis amigas.
- **Desafío:** Repetí un curso.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Me dio vergüenza pero seguí.
- **¿Qué estudiarás?** Diseño gráfico o algo con arte.
- **¿Por qué?** Me gusta, pero no sé si es útil.
- **Logros:** Dibujar mejor.
- **Deseo:** Tener mi espacio y libertad.
- **Fines de semana:** Escucho música y dibujo.

ACTIVIDADES

- **Estudio diario:** Solo lo justo.
- **Sueño:** 6-7 horas.
- **Hobbies:** Dibujar, ver series.
- **Obstáculos:** Me falta enfoque.
- **Alimentación:** A veces me salto comidas.
- **Cambiar rutina:** Debería.
- **¿Por qué no?** No sé por dónde empezar.
- **Obstáculos:** Falta de guía.
- **Videojuegos:** Un poco.
- **Favorito:** The Sims.

PROBLEMA

- **Complicación:** Sentirme confundida.

- **Motivación:** Ver que puedo mejorar.
- **Desmotivación:** No saber si soy buena en algo.
- **¿Qué puede motivarte?** Ver resultados reales.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** Mi papá casi no está.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyo a mi mamá.
- **Actividad familiar:** Cocinar.
- **Tiempo juntos:** Casi solo domingos.

SOCIAL

- **Círculo:** Pocas amigas.
- **Actividad social:** Grupos de arte en redes.
- **Frecuencia:** Una vez por semana.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No saber a qué dedicarme.
- **Opiniones:** Diferentes.

Entrevista 14

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, pero no me gusta ir.
- **Curso favorito:** Computación.
- **Momento favorito:** Salidas escolares.
- **Desafío:** No saber comunicarme bien.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Escribiendo más.
- **¿Qué estudiarás?** Algo con computadoras, aún no sé qué.
- **¿Por qué?** Me entretiene.
- **Logros:** Aprender a programar lo básico.
- **Deseo:** Tener un trabajo que me guste.
- **Fines de semana:** Juego en la computadora.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 1 hora.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Jugar, ver tutoriales.
- **Obstáculos:** Me distraigo.
- **Alimentación:** Normal.
- **¿Cambiar rutina?** Sí.
- **¿Por qué no?** Me falta voluntad.
- **Obstáculos:** Nadie me guía.
- **¿Videojuegos?** Sí.
- **Favorito:** Minecraft.

PROBLEMA

- **Complicación:** Me desconcentro fácil.
- **Motivación:** Crear cosas nuevas.
- **Desmotivación:** Sentirme lento.

- **¿Qué puede motivarte?** Ver mis avances.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** No hablamos mucho.
- **¿Cómo ayudas?** En lo que me piden.
- **Actividad familiar:** Ver televisión.
- **Tiempo juntos:** Poco.

SOCIAL

- **Círculo:** Amistades online.
 - **Actividad social:** Juegos en línea.
 - **Frecuencia:** Cada noche.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** No encontrar mi camino.
 - **Opiniones:** Muy distintas.
-

Entrevista 15

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien en notas, pero no me emociona.
- **Curso favorito:** Inglés.
- **Momento favorito:** Salidas con amigas.
- **Desafío:** Encontrar motivación diaria.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Haciendo listas.
- **¿Qué estudiarás?** Turismo o idiomas.
- **¿Por qué?** Me gustaría viajar.
- **Logros:** Estudiar sin que me obliguen.
- **Deseo:** Tener libertad.
- **Fines de semana:** Escucho música y organizo mi espacio.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 horas.
- **Sueño:** 7 horas.
- **Hobbies:** Organizar mi cuarto, redes sociales.
- **Obstáculos:** Miedo a equivocarme.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambiar rutina:** Un poco.
- **¿Por qué no?** Me da miedo cambiar cosas.
- **Obstáculos:** Inseguridad.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** No tengo.

PROBLEMA

- **Complicación:** No saber qué quiero realmente.
- **Motivación:** Ver cosas nuevas.
- **Desmotivación:** Monotonía.
- **¿Qué puede motivarte?** Aprender viajando.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** No.
- **¿Cómo ayudas?** Organizo cosas.
- **Actividad familiar:** Salimos a comer.
- **Tiempo juntos:** 2 o 3 horas los fines.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigas del cole.
 - **Actividad social:** Salidas pequeñas.
 - **Frecuencia:** 1 o 2 veces por mes.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** No saber si elegiré bien.
 - **Opiniones:** A veces distintas.
-

Entrevista 16

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** No tan mal, pero podría ir mejor.
- **Curso favorito:** Matemática.
- **Momento favorito:** Cuando nos dejan trabajar por grupos.
- **Desafío:** No sentirme parte del grupo.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Me alejé y me enfoqué en lo mío.
- **¿Qué estudiarás?** Todavía no sé.
- **¿Por qué?** Me siento confundido.
- **Logros:** Me esfuerzo aunque no se note.
- **Deseo:** Saber qué quiero para mi vida.
- **Fines de semana:** A veces salgo, otras me quedo en casa.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Cuando hay exámenes.
- **Sueño:** 5 a 6 horas.
- **Hobbies:** Ver videos, escuchar música.
- **Obstáculos:** Me comparo con los demás.
- **Alimentación:** No tan buena.
- **Cambios:** Lo he pensado.
- **¿Por qué no lo has hecho?** Me cuesta organizarme.
- **Obstáculos:** Inconstancia.
- **¿Videojuegos?** Poco.
- **Favorito:** Clash Royale.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Sentirme perdido.
- **Motivación:** Tener algo mío, como un proyecto.
- **Desmotivación:** Ver que no avanzo.
- **¿Qué podría motivarte?** Ver resultados reales.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Dificultad?** No se conversa mucho.

- **¿Cómo ayudas?** En lo que me pidan.
- **Actividad familiar:** Ver noticias juntos.
- **Tiempo juntos:** 1 hora diaria.

SOCIAL

- **Círculo:** Pequeño y tranquilo.
- **Actividad social:** A veces salidas.
- **Frecuencia:** Fin de semana.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No encontrar mi vocación.
- **Opiniones:** Distintas.

Entrevista 17

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** A veces bien, a veces mal.
- **Curso favorito:** Inglés.
- **Momento favorito:** Los debates.
- **Desafío:** Perder una amistad importante.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Aislándome un tiempo.
- **¿Qué estudiarás?** Traducción, quizás.
- **¿Por qué?** Me gustan los idiomas.
- **Logros:** No rendirme.
- **Deseo:** Sentirme segura de lo que quiero.
- **Fines de semana:** Ordeno mi cuarto y veo series.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Leer, aprender frases en otros idiomas.
- **Obstáculos:** Me frustro fácil.
- **Alimentación:** Normal.
- **Cambios:** Quisiera ser más constante.
- **¿Por qué no?** Siempre lo dejo para después.
- **Obstáculos:** Falta de enfoque.
- **¿Videojuegos?** No.
- **Favorito:** No tengo.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No confiar en mí.
- **Motivación:** Superarme.
- **Desmotivación:** Ver que otros avanzan más.
- **¿Qué podría motivarte?** Un entorno que me valore.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** No expresamos lo que sentimos.
- **¿Cómo ayudas?** Haciendo lo mío sin causar problemas.
- **Actividad familiar:** Comidas.

- **Tiempo juntos:** Una vez al día.

SOCIAL

- **Círculo:** Muy reducido.
 - **Actividad social:** Grupo de estudio.
 - **Frecuencia:** Cada semana.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** Elegir mal.
 - **Opiniones:** Algunas coinciden.
-

Entrevista 18

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, pero a veces siento que no tiene sentido.
- **Curso favorito:** Ciencia.
- **Momento favorito:** Clases prácticas.
- **Desafío:** Dudar de todo lo que hago.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Ignorando mis pensamientos.
- **¿Qué estudiarás?** Medicina o veterinaria.
- **¿Por qué?** Me gustaría ayudar, pero no sé si tengo lo necesario.
- **Logros:** Haberme esforzado más este año.
- **Deseo:** Ser feliz con lo que hago.
- **Fines de semana:** Veo documentales.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 1 hora.
- **Sueño:** 7 horas.
- **Hobbies:** Videos, fútbol.
- **Obstáculos:** Mi mente no para.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambiar rutina:** Debería.
- **¿Por qué no?** Siempre vuelvo a lo mismo.
- **Obstáculos:** Falta de disciplina.
- **Videojuegos:** Poco.
- **Favorito:** Rocket League.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Estar en piloto automático.
- **Motivación:** Saber que hay futuro.
- **Desmotivación:** No ver cambios.
- **¿Qué puede motivarte?** Que alguien me muestre cómo.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** No mucho contacto.
- **¿Cómo ayudas?** Haciendo mi parte.
- **Actividad familiar:** Ir al parque.
- **Tiempo juntos:** Fines de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Normal.
 - **Actividad social:** De vez en cuando.
 - **Frecuencia:** 1 vez por semana.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** No estar a la altura.
 - **Opiniones:** Diferentes.
-

Entrevista 19

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Más o menos. Cumplo pero no me entusiasma.
- **Curso favorito:** Arte.
- **Momento favorito:** Cuando puedo expresarme.
- **Desafío:** Dudar de mí misma.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Escribiendo en un diario.
- **¿Qué estudiarás?** Psicología, quizás.
- **¿Por qué?** Me gusta entender a la gente.
- **Logros:** Mejoré mi forma de comunicarme.
- **Deseo:** Confiar más en mí.
- **Fines de semana:** Dibujo o escucho música.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 horas.
- **Sueño:** 6-7 horas.
- **Hobbies:** Dibujar, leer.
- **Obstáculos:** Autoexigencia.
- **Alimentación:** Más o menos.
- **Cambios:** Me gustaría organizarme mejor.
- **¿Por qué no?** Siempre empiezo y lo dejo.
- **Obstáculos:** Falta de constancia.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No saber si estoy haciendo lo correcto.
- **Motivación:** Quiero crecer.
- **Desmotivación:** Dudar de todo.
- **¿Qué puede motivarte?** Verme avanzar poco a poco.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** No hablamos de cosas profundas.
- **¿Cómo ayudas?** Ayudo en la casa.
- **Actividad familiar:** Salir a pasear.
- **Tiempo juntos:** Fines de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigas del cole.
- **Actividad social:** Taller de dibujo.

- **Frecuencia:** Semanal.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** No estar lista.
 - **Opiniones:** Algunas parecidas.
-

Entrevista 20

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** No mal, pero no me gusta.
- **Curso favorito:** Educación física.
- **Momento favorito:** Recreo.
- **Desafío:** No saber qué hacer con mi vida.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Viendo qué hacen otros.
- **¿Qué estudiarás?** Algo técnico.
- **¿Por qué?** Para trabajar rápido.
- **Logros:** Terminar el año sin jalar.
- **Deseo:** No quedarme estancado.
- **Fines de semana:** Juego y descanso.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Poco.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Fulbito, juegos.
- **Obstáculos:** Me distraigo.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Tal vez más orden.
- **¿Por qué no?** Me da flojera.
- **Obstáculos:** Falta de motivación.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Free Fire.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No saber qué quiero.
- **Motivación:** Tener plata.
- **Desmotivación:** Ver que otros avanzan más.
- **¿Qué puede motivarte?** Un ejemplo cercano.

FAMILIA

- **Miembros:** 6.
- **¿Dificultad?** Falta de tiempo para conversar.
- **¿Cómo ayudas?** Haciendo mandados.
- **Actividad familiar:** Comer juntos.
- **Tiempo juntos:** 1 hora.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos del barrio.
- **Actividad social:** Deportes.
- **Frecuencia:** Varias veces a la semana.
- **¿Futuro?** A veces.

- **Preocupación:** No tener oportunidades.
 - **Opiniones:** Diferentes.
-

Entrevista 21

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Mis notas han bajado, me cuesta concentrarme.
- **Curso favorito:** Literatura.
- **Momento favorito:** Cuando escribimos historias.
- **Desafío:** Tristeza constante desde hace meses.
- **¿Cómo lo afrontaste?** No lo he contado a nadie aún.
- **¿Qué estudiarás?** Comunicación.
- **¿Por qué?** Porque quiero contar cosas importantes.
- **Logros:** Escribir un cuento largo.
- **Deseo:** Sentirme comprendida.
- **Fines de semana:** Leo o escucho música todo el día.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 horas máximo.
- **Sueño:** 5 horas.
- **Hobbies:** Escribir, escuchar música.
- **Obstáculos:** Cambios de humor.
- **Alimentación:** Irregular.
- **¿Cambiar rutina?** Sí.
- **¿Por qué no?** Me gana la tristeza.
- **Obstáculos:** No sentir apoyo.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** No juego.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Falta de motivación.
- **Motivación:** Cuando alguien cree en mí.
- **Desmotivación:** Ignorar mis emociones.
- **¿Qué puede motivarte?** Un espacio seguro.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Mis padres discuten mucho.
- **¿Cómo ayudas?** Evitando más tensiones.
- **Actividad familiar:** Pocas.
- **Tiempo juntos:** Menos de una hora diaria.

SOCIAL

- **Círculo:** Pocas amigas.
- **Actividad social:** No participo.
- **Frecuencia:** Casi nunca.
- **¿Futuro?** Me asusta.
- **Preocupación:** No poder lograrlo sola.
- **Opiniones:** Muy distintas.

Entrevista 22**Sexo:** Masculino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque ya no me emociona.
- **Curso favorito:** Historia.
- **Momento favorito:** Cuando debatimos.
- **Desafío:** Cambiarme de colegio.
- **¿Cómo lo afrontaste?** No hablé con nadie al principio.
- **¿Qué estudiarás?** Derecho, quizás.
- **¿Por qué?** Me gustaría defender a otros.
- **Logros:** Adaptarme a un nuevo grupo.
- **Deseo:** Descubrir quién soy.
- **Fines de semana:** Juego fútbol con amigos.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Cuando es necesario.
- **Sueño:** 6-7 horas.
- **Hobbies:** Fútbol, juegos de estrategia.
- **Obstáculos:** Dudas sobre mí.
- **Alimentación:** Normal.
- **¿Cambiar rutina?** Un poco.
- **¿Por qué no?** Me falta empuje.
- **Obstáculos:** No tengo guía clara.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** FIFA.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No sentirme inspirado.
- **Motivación:** Pensar que puedo mejorar.
- **Desmotivación:** Sentirme igual cada día.
- **¿Qué puede motivarte?** Hacer cosas nuevas.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Mi papá trabaja demasiado.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyando a mi mamá.
- **Actividad familiar:** Ir al parque.
- **Tiempo juntos:** Fines de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Tranquilo, buenos amigos.
 - **Actividad social:** Deporte barrial.
 - **Frecuencia:** 2 veces por semana.
 - **¿Futuro?** Sí.
 - **Preocupación:** No saber si estoy en el camino correcto.
 - **Opiniones:** Similares.
-

Entrevista 23**Sexo:** Femenino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, pero no me gusta estar ahí.
- **Curso favorito:** Biología.
- **Momento favorito:** Cuando puedo trabajar sola.
- **Desafío:** Cambios en mi familia.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Aislándome.
- **¿Qué estudiarás?** Medicina.
- **¿Por qué?** Siempre lo quise, pero a veces dudo.
- **Logros:** Ser constante con el estudio.
- **Deseo:** Que todo esté tranquilo.
- **Fines de semana:** Me encierro en mi cuarto.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2-3 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Escuchar música, cuidar plantas.
- **Obstáculos:** Malos recuerdos.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Sí, estoy intentando.
- **¿Por qué no lo has hecho del todo?** Me gana el miedo.
- **Obstáculos:** No tengo con quién hablar.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Sentirme sola.
- **Motivación:** Saber que puedo estudiar afuera.
- **Desmotivación:** La rutina.
- **¿Qué puede motivarte?** Un nuevo comienzo.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** Separación de mis padres.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyando a mi hermanito.
- **Actividad familiar:** Ver series.
- **Tiempo juntos:** Muy poco.

SOCIAL

- **Círculo:** Casi nulo.
 - **Actividad social:** Ninguna.
 - **Frecuencia:** N/A
 - **¿Futuro?** Sí, mucho.
 - **Preocupación:** No cumplir mis metas.
 - **Opiniones:** Muy diferentes.
-

Entrevista 24**Sexo:** Masculino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** No me esfuerzo mucho, pero paso.
- **Curso favorito:** Computación.
- **Momento favorito:** Cuando me dejan usar la laptop.
- **Desafío:** No encontrar lo que me gusta.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Dejando pasar el tiempo.
- **¿Qué estudiarás?** Programación, tal vez.
- **¿Por qué?** Dicen que hay trabajo.
- **Logros:** Aprendí a instalar software.
- **Deseo:** Independizarme.
- **Fines de semana:** Juego en línea.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Poco.
- **Sueño:** 7 horas.
- **Hobbies:** Juegos, tecnología.
- **Obstáculos:** Me aburro fácil.
- **Alimentación:** Regular.
- **Cambiar rutina:** No sé cómo.
- **¿Por qué no?** Me da flojera.
- **Obstáculos:** Falta de motivación.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Valorant.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No tener claro qué hacer.
- **Motivación:** Ganar dinero.
- **Desmotivación:** La escuela me aburre.
- **¿Qué puede motivarte?** Ver que mi esfuerzo vale.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Dificultad?** Mi mamá está estresada.
- **¿Cómo ayudas?** No discuto.
- **Actividad familiar:** Ver fútbol.
- **Tiempo juntos:** Fin de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos gamers.
- **Actividad social:** Juegos online.
- **Frecuencia:** Diario.
- **¿Futuro?** Poco.
- **Preocupación:** No llegar a nada.
- **Opiniones:** Algunas iguales.

Entrevista 25

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Me esfuerzo, pero a veces me frustro.
- **Curso favorito:** Química.
- **Momento favorito:** Cuando logro entender algo difícil.
- **Desafío:** No sentirme suficiente.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Hablando con mi profesora.
- **¿Qué estudiarás?** Ingeniería química.
- **¿Por qué?** Me gusta experimentar.
- **Logros:** Mejorar mi promedio.
- **Deseo:** Ser respetada por lo que sé.
- **Fines de semana:** Estudio o salgo con mi tía.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 3 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Experimentos caseros.
- **Obstáculos:** Inseguridad.
- **Alimentación:** Buena.
- **¿Cambiar rutina?** Un poco.
- **¿Por qué no?** Me exijo demasiado.
- **Obstáculos:** Miedo a fallar.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** No tengo.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No sentir que basta con lo que hago.
- **Motivación:** Superarme.
- **Desmotivación:** Compararme con otros.
- **¿Qué puede motivarte?** Ver que avanzo.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** Poco afecto.
- **¿Cómo ayudas?** Dando lo mejor en el colegio.
- **Actividad familiar:** Cenar juntas.
- **Tiempo juntos:** 1 hora.

SOCIAL

- **Círculo:** Pequeño.
- **Actividad social:** Grupo de ciencia.
- **Frecuencia:** Semanal.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No cumplir lo que esperan.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 26

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, algunas materias me aburren.
- **Curso favorito:** Educación física.
- **Momento favorito:** Recreo y clases prácticas.
- **Desafío:** Dejar de pelearme con otros.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Me lo propuse, pero aún me cuesta.
- **¿Qué estudiarás?** Mecánica automotriz.
- **¿Por qué?** Me gusta arreglar cosas.
- **Logros:** No pelearme en el último trimestre.
- **Deseo:** Que mi familia esté orgullosa.
- **Fines de semana:** Trabajo con mi tío.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Poco, no me gusta mucho.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Mecánica, fútbol.
- **Obstáculos:** Impaciencia.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambiar rutina:** Sí.
- **¿Por qué no?** No sé por dónde empezar.
- **Obstáculos:** Me cuesta organizarme.
- **Videojuegos:** Poco.
- **Favorito:** GTA.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Controlar mis impulsos.
- **Motivación:** Demostrar que puedo.
- **Desmotivación:** Que me digan que no cambiaré.
- **¿Qué puede motivarte?** Alguien que me dé una oportunidad.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Dificultad?** Peleas entre mis padres.
- **¿Cómo ayudas?** Evitando problemas.
- **Actividad familiar:** Comer juntos.
- **Tiempo juntos:** Pocas horas.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos del barrio.
- **Actividad social:** Fútbol.
- **Frecuencia:** Varias veces por semana.
- **¿Futuro?** Lo pienso a veces.
- **Preocupación:** No salir del mismo lugar.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 27**Sexo:** Femenino**Ocupación:** Estudiante**BIO**

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque me cuesta socializar.

- **Curso favorito:** Comunicación.
- **Momento favorito:** Cuando leo en clase.
- **Desafío:** Ser más abierta.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Meforcé a hablar con gente nueva.
- **¿Qué estudiarás?** Psicología o educación.
- **¿Por qué?** Me gustaría apoyar a otros.
- **Logros:** Hablar frente a la clase sin miedo.
- **Deseo:** Tener confianza.
- **Fines de semana:** Escucho música y escribo.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 a 3 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Leer, escribir, caminar.
- **Obstáculos:** Ansiedad.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Lo intento.
- **¿Por qué no?** Me detiene el miedo.
- **Obstáculos:** Inseguridad.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No saber si soy suficiente.
- **Motivación:** Ayudar a los demás.
- **Desmotivación:** No verme capaz.
- **¿Qué puede motivarte?** Reconocer mis avances.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** No hablamos de emociones.
- **¿Cómo ayudas?** Doy apoyo emocional.
- **Actividad familiar:** Salimos a veces.
- **Tiempo juntos:** Solo fines.

SOCIAL

- **Círculo:** Pequeño pero sincero.
- **Actividad social:** Taller escolar.
- **Frecuencia:** 1 vez por semana.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No cumplir mis metas.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 28

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Me cuesta enfocarme, pero intento seguir.
- **Curso favorito:** Ciencia.
- **Momento favorito:** Cuando experimentamos en clase.

- **Desafío:** Sentirme invisible.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Aún no sé cómo.
- **¿Qué estudiarás?** Ingeniería.
- **¿Por qué?** Para inventar cosas útiles.
- **Logros:** Entender bien los temas que me gustan.
- **Deseo:** Tener un propósito.
- **Fines de semana:** Juego y leo cosas curiosas.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** Cuando tengo ganas.
- **Sueño:** 5 horas.
- **Hobbies:** Internet, videojuegos, ciencia.
- **Obstáculos:** Sensación de inutilidad.
- **Alimentación:** Mejorando.
- **Cambios:** Me gustaría tener rutina.
- **¿Por qué no?** Me gana la flojera.
- **Obstáculos:** Poca energía.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Minecraft.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No encontrar motivación.
- **Motivación:** Descubrir algo nuevo.
- **Desmotivación:** No ver resultados.
- **¿Qué puede motivarte?** Un mentor o guía.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Mi papá casi no habla.
- **¿Cómo ayudas?** Con tareas domésticas.
- **Actividad familiar:** Películas juntos.
- **Tiempo juntos:** Fin de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Muy pequeño.
- **Actividad social:** Juegos online.
- **Frecuencia:** Diario.
- **¿Futuro?** A veces lo pienso.
- **Preocupación:** No tener impacto.
- **Opiniones:** Variadas.

Entrevista 29

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Me va bien, pero me siento presionada.
- **Curso favorito:** Matemática.
- **Momento favorito:** Cuando resuelvo algo difícil.
- **Desafío:** Ser la mejor todo el tiempo.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Aún no sé si debo cambiar eso.

- **¿Qué estudiarás?** Ingeniería industrial.
- **¿Por qué?** Me interesa, pero siento mucha competencia.
- **Logros:** Primer puesto varios trimestres.
- **Deseo:** Relajarme sin culpa.
- **Fines de semana:** Estudio o salgo con mi mamá.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 3-4 horas.
- **Sueño:** 5-6 horas.
- **Hobbies:** Ver series, sudoku.
- **Obstáculos:** Autoexigencia.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Me gustaría descansar más.
- **¿Por qué no?** Me da miedo bajar mi nivel.
- **Obstáculos:** Miedo al fracaso.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** No tengo.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Ansiedad por ser perfecta.
- **Motivación:** Mi deseo de avanzar.
- **Desmotivación:** No tener tiempo para mí.
- **¿Qué puede motivarte?** Equilibrar mi vida.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** No mucho, pero no hablamos mucho.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyando con mis estudios.
- **Actividad familiar:** Almorzamos juntas.
- **Tiempo juntos:** 2 horas diarias.

SOCIAL

- **Círculo:** Chicas del colegio.
- **Actividad social:** Talleres preuniversitarios.
- **Frecuencia:** Cada semana.
- **¿Futuro?** Sí, todo el tiempo.
- **Preocupación:** No lograr lo esperado.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 30

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Normal, paso los cursos.
- **Curso favorito:** Educación física.
- **Momento favorito:** Jugar con mis patas.
- **Desafío:** No distraerme en clases.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Poniendo música para concentrarme.
- **¿Qué estudiarás?** No tengo idea.
- **¿Por qué?** Aún no pienso en eso.

- **Logros:** No jalar este año.
- **Deseo:** Que mi mamá esté orgullosa.
- **Fines de semana:** Juego y salgo a correr.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 1 hora.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Fútbol, videos, juegos.
- **Obstáculos:** Me aburro fácil.
- **Alimentación:** Normal.
- **Cambios:** Quisiera tener más energía.
- **¿Por qué no?** No sé cómo empezar.
- **Obstáculos:** Falta de costumbre.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Free Fire.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Hacer cosas que no me gustan.
- **Motivación:** Mi mamá.
- **Desmotivación:** Sentir que nada cambia.
- **¿Qué puede motivarte?** Hacer algo que me guste de verdad.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Problemas de dinero.
- **¿Cómo ayudas?** Apoyando en casa.
- **Actividad familiar:** Ver fútbol.
- **Tiempo juntos:** Fines de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos del barrio.
- **Actividad social:** Deportes.
- **Frecuencia:** 2-3 veces por semana.
- **¿Futuro?** A veces.
- **Preocupación:** No encontrar lo mío.
- **Opiniones:** Muy parecidas.

Entrevista 31

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, pero ya no me emociona.
- **Curso favorito:** Historia.
- **Momento favorito:** Cuando hacemos exposiciones.
- **Desafío:** Falta de autoestima.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Empecé a escribir en un diario.
- **¿Qué estudiarás?** Sociología.
- **¿Por qué?** Me interesa la sociedad, aunque a veces dudo.
- **Logros:** Participar en debates.
- **Deseo:** Sentirme segura de mí misma.

- **Fines de semana:** Leo y veo documentales.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Leer, caminar.
- **Obstáculos:** Miedo a fallar.
- **Alimentación:** Regular.
- **Cambiar rutina:** Lo intento.
- **¿Por qué no?** Falta de constancia.
- **Obstáculos:** Dudas personales.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** Sentir que no avanzo.
- **Motivación:** Aprender algo nuevo.
- **Desmotivación:** Compararme con los demás.
- **¿Qué puede motivarte?** Saber que tengo capacidades.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Poco afecto en casa.
- **¿Cómo ayudas?** Siendo responsable.
- **Actividad familiar:** Ver noticias.
- **Tiempo juntos:** 1 hora diaria.

SOCIAL

- **Círculo:** Muy reducido.
- **Actividad social:** Grupo de lectura escolar.
- **Frecuencia:** Semanal.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No encontrar mi lugar.
- **Opiniones:** Diferentes.

Entrevista 32

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** No tan bien, me cuesta concentrarme.
- **Curso favorito:** Computación.
- **Momento favorito:** Clases en laboratorio.
- **Desafío:** El fallecimiento de mi abuelo.
- **¿Cómo lo afrontaste?** No quise hablar de eso.
- **¿Qué estudiarás?** Diseño gráfico.
- **¿Por qué?** Me gusta, pero no sé si podré vivir de eso.
- **Logros:** Mejorar mis diseños digitales.
- **Deseo:** Hacer algo que me apasione.
- **Fines de semana:** Edito videos o juego.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 1 hora.
- **Sueño:** 5-6 horas.

- **Hobbies:** Diseño, videojuegos.
- **Obstáculos:** Poca motivación.
- **Alimentación:** Irregular.
- **Cambios:** Sí, pero no sé cómo.
- **¿Por qué no?** Me siento estancado.
- **Obstáculos:** No tengo guía.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Fortnite.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No tener ganas de nada.
- **Motivación:** Cuando algo me entusiasma.
- **Desmotivación:** Que nadie crea en mí.
- **¿Qué puede motivarte?** Tener un mentor.

FAMILIA

- **Miembros:** 3.
- **¿Dificultad?** Mamá trabaja todo el día.
- **¿Cómo ayudas?** No causando problemas.
- **Actividad familiar:** Cenar juntos.
- **Tiempo juntos:** Poco.

SOCIAL

- **Círculo:** Online sobre todo.
- **Actividad social:** Gaming.
- **Frecuencia:** Diario.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** Quedarme atrás.
- **Opiniones:** Algunas similares.

Entrevista 33

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Regular, antes era mejor.
- **Curso favorito:** Arte.
- **Momento favorito:** Cuando puedo pintar.
- **Desafío:** Autoaceptación.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Con ayuda de una psicóloga.
- **¿Qué estudiarás?** Diseño de interiores.
- **¿Por qué?** Me gusta crear espacios.
- **Logros:** Participé en una exposición.
- **Deseo:** Vivir tranquila.
- **Fines de semana:** Pinto y organizo mi cuarto.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 2-3 horas.
- **Sueño:** 6-7 horas.
- **Hobbies:** Decorar, pintar.
- **Obstáculos:** Críticas.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Estoy en proceso.

- **¿Por qué no?** A veces recaigo.
- **Obstáculos:** Autoestima baja.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No sentirme suficiente.
- **Motivación:** Mi pasión por el arte.
- **Desmotivación:** Dudar de mí.
- **¿Qué puede motivarte?** Reconocimiento real.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Poca conexión emocional.
- **¿Cómo ayudas?** Haciendo todo en orden.
- **Actividad familiar:** Paseos cortos.
- **Tiempo juntos:** Solo domingos.

SOCIAL

- **Círculo:** Cercano y artístico.
- **Actividad social:** Taller municipal.
- **Frecuencia:** Semanal.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No lograr independencia.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 34

Sexo: Masculino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque a veces me distraigo.
- **Curso favorito:** Ciencia.
- **Momento favorito:** Cuando hacemos experimentos.
- **Desafío:** Ser tomado en serio.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Mostrando mis logros.
- **¿Qué estudiarás?** Ingeniería mecánica.
- **¿Por qué?** Me encantan las máquinas.
- **Logros:** Armar cosas desde cero.
- **Deseo:** Hacer algo grande.
- **Fines de semana:** Veo videos de inventos.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 1-2 horas.
- **Sueño:** 6 horas.
- **Hobbies:** Tecnología, juegos de construcción.
- **Obstáculos:** Falta de apoyo.
- **Alimentación:** Buena.
- **Cambios:** Debería dormir más.
- **¿Por qué no?** Me emociono y pierdo la hora.
- **Obstáculos:** Malos hábitos.
- **Videojuegos:** Sí.
- **Favorito:** Roblox.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No ser valorado.
- **Motivación:** Inventar algo útil.
- **Desmotivación:** Que me ignoren.
- **¿Qué puede motivarte?** Ser escuchado.

FAMILIA

- **Miembros:** 5.
- **¿Dificultad?** No me entienden mucho.
- **¿Cómo ayudas?** Haciendo cosas técnicas.
- **Actividad familiar:** Salidas al centro.
- **Tiempo juntos:** Fin de semana.

SOCIAL

- **Círculo:** Amigos nerds.
- **Actividad social:** Club escolar.
- **Frecuencia:** Cada semana.
- **¿Futuro?** Sí.
- **Preocupación:** No cumplir mis sueños.
- **Opiniones:** Similares.

Entrevista 35

Sexo: Femenino

Ocupación: Estudiante

BIO

- **¿Cómo te va en el colegio?** Bien, aunque me exijo mucho.
- **Curso favorito:** Química.
- **Momento favorito:** Laboratorio.
- **Desafío:** Querer agradar siempre.
- **¿Cómo lo afrontaste?** Empezando terapia.
- **¿Qué estudiarás?** Medicina.
- **¿Por qué?** Quiero ayudar, pero también ser alguien importante.
- **Logros:** Primer puesto tres veces.
- **Deseo:** Encontrar mi equilibrio.
- **Fines de semana:** Estudio, descanso poco.

ACTIVIDADES

- **Estudio:** 4 horas.
- **Sueño:** 5 horas.
- **Hobbies:** Estudiar medicina, leer casos.
- **Obstáculos:** Agotamiento.
- **Alimentación:** Regular.
- **Cambios:** Urgente, pero no sé cómo.
- **¿Por qué no?** Me siento obligada a rendir siempre.
- **Obstáculos:** Perfeccionismo.
- **Videojuegos:** No.
- **Favorito:** Ninguno.

PROBLEMA

- **Complicación diaria:** No descansar nunca.
- **Motivación:** Ser la mejor.
- **Desmotivación:** Fallar.

- **¿Qué puede motivarte?** Recordar que no soy solo resultados.

FAMILIA

- **Miembros:** 4.
- **¿Dificultad?** Alta presión académica.
- **¿Cómo ayudas?** Dando buenos resultados.
- **Actividad familiar:** Pocas.
- **Tiempo juntos:** 1 hora.

SOCIAL

- **Círculo:** Chicas estudiosas.
 - **Actividad social:** Clases extra.
 - **Frecuencia:** 3 veces por semana.
 - **¿Futuro?** Sí, muy presente.
 - **Preocupación:** No lograr lo que esperan.
 - **Opiniones:** Muy similares.
-

