

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Modelo ProLab: Aliado Emocional: Servicio de Intervención Psicológica para
Adolescentes Afectados por Bullying**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

QUE PRESENTA:

Giovanna Gabriela Plazolles Cabrera

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

QUE PRESENTA:

Giussepi Manuel Benites Calderón

Rodrigo Gutiérrez Barba

Randall Manuel Paredes Ponce

ASESORA

Luz Andrea Lazarte Aguirre

Santiago de Surco, octubre, 2025

Declaración Jurada de Autenticidad



Declaración Jurada de Autenticidad


Yo, Luz Andrea Lazarte Aguirre, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor (a) de la tesis /el trabajo de investigación titulado Modelo ProLab: Aliado Emocional: Servicio de Intervención Psicológica para Adolescentes Afectados por Bullying, de los (as) autores (as):

- Giovanna Gabriela, Plazolles Cabrera.
- Grussepi Manuel, Benites Calderón.
- Randall Manuel, Paredes Ponce
- Rodrigo, Gutierrez Barba.

dejo constancia de lo siguiente:

1. El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **16%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 16/08/2025.
2. He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
3. Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 16 de agosto de 2025

Apellidos y nombres del asesor/ de la asesora:	
paterno materno, nombre 1 nombre 2	
Lazarte Aguirre, Luz Andrea	
DNI: 46011910	Firma 
ORCID: 0000-0002-6312-7784	

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de continuar mi camino al lado de mi familia y mis seres queridos. Gracias a mis compañeros de equipo, a mis maestros y a mis amigos que me ayudaron a que pueda concluir con éxito la maestría.

Giussepi Benites

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a la profesora Andrea Lazarte por su constante disposición y compromiso como asesora de esta tesis. Su orientación clara, sus observaciones oportunas y su acompañamiento cercano han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Valoro profundamente su apoyo y la calidad humana con la que nos ha guiado durante todo el proceso.

Rodrigo Gutiérrez

Agradezco a CENTRUM por su excelencia académica, a los profesores por su dedicación y a mis compañeros de grupo por el apoyo y aprendizajes compartidos. Gracias también a todas las personas que contribuyeron para que este logro sea posible.

Randall Paredes

Agradezco a Dios por darme la fuerza para perseverar en los momentos más difíciles, y a mi familia por su amor y apoyo incondicional. A todas las personas que, con su compañía y palabras de aliento, me impulsaron a iniciar y continuar este camino. A la profesora Andrea Lazarte, cuya pasión por la enseñanza me inspira a seguir sus pasos, con la esperanza de transformar vidas e impactarlas positivamente, como ella lo ha hecho conmigo.

Giovanna Plazolles

Dedicatorias

A mi madre Gianina, quien me he devuelto la vida tantas veces, a mi padre José que gracias a su ejemplo y sus consejos me proyecto a superarme cada vez más, a mi hermana María de quien estoy y siempre estaré muy orgulloso. A toda mi familia quien me ha acompañado y me sigue acompañando cada día en esta etapa de mi vida.

Giussepi Benites

A mi esposa Eliana Rivasplata, por ser mi pilar fundamental, por su inquebrantable apoyo, comprensión y constante motivación a lo largo de este desafío académico. Su confianza en mí y sus palabras de aliento fueron clave para culminar esta etapa.

A mi hija Emilia Gutiérrez, mi mayor inspiración y razón de esfuerzo diario. Que este logro sea un ejemplo de dedicación y perseverancia para su futuro.

Rodrigo Gutiérrez

Dedico este logro a mi esposa Vanessa y a mis hijos Matías y Esteban, cuya comprensión, apoyo y amor fueron mi mayor fortaleza. También a mis padres, Walter y Lourdes, por sus valiosos consejos y enseñanzas de vida que siempre tengo presente.

Randall Paredes

A mi padre Jorge, que desde el cielo ha sido mi guía silenciosa en cada paso.

A mi madre Delfina, por su compañía serena, aún en medio de sus limitaciones.

A mi hermana Gloria, por estar siempre pendiente de mí, por cuidarme con cariño y estar a mi lado en cada momento importante, con una atención que nunca dejó de sostenerme.

Y a mis hijas, Ariana y Luciana Paula, porque este esfuerzo también es por ustedes. Con esta meta alcanzada, quiero demostrarles que, aunque el camino sea difícil, todo sacrificio vale la pena cuando se lucha con convicción. Ustedes son mi mayor motivación para seguir adelante.

Giovanna Plazolles

Resumen Ejecutivo

En Lima Metropolitana, el bullying escolar constituye una problemática creciente que afecta de manera significativa la salud emocional y el desarrollo social de la población estudiantil. Diversos estudios señalan que una proporción importante de jóvenes ha experimentado situaciones de acoso, con consecuencias como ansiedad, depresión, disminución de la autoestima y aislamiento social. Frente a este contexto, Aliado Emocional se presenta como un servicio de intervención psicológica que atiende directamente a adolescentes víctimas de bullying pertenecientes a los sectores socioeconómicos A, B y C, brindando un acompañamiento psicológico integral orientado a fortalecer sus capacidades de afrontamiento y recuperación emocional.

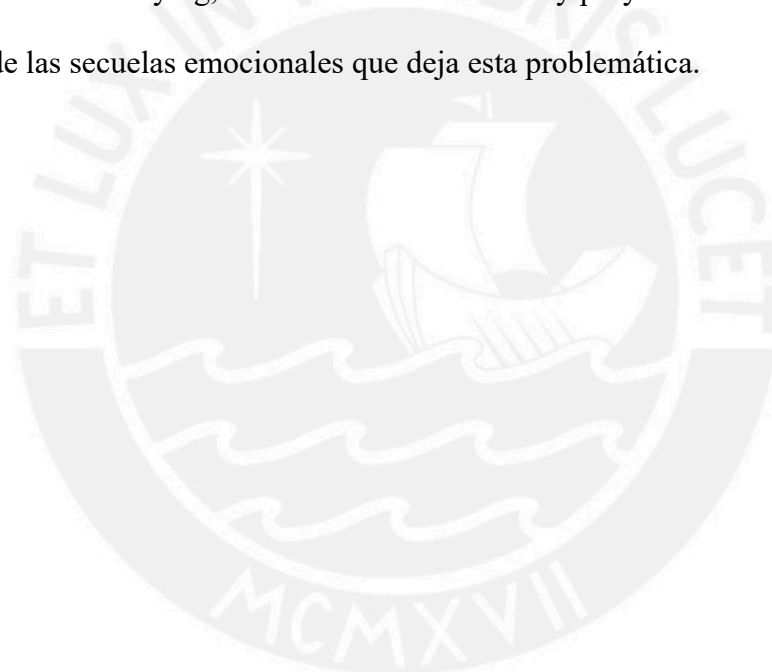
La propuesta se sustenta en un modelo de intervención flexible, estructurado en paquetes de atención personalizados que incluyen evaluación inicial, sesiones terapéuticas basadas en técnicas validadas y seguimiento posterior. A diferencia de otros programas que centran su acción exclusivamente en el ámbito escolar, Aliado Emocional prioriza el trabajo directo con el adolescente, involucrando activamente a su familia y garantizando un soporte continuo, independiente de las limitaciones administrativas de las instituciones educativas.

Su carácter innovador radica en la especialización clínica en casos de bullying, la adaptación de la prestación del servicio a las necesidades emocionales y contextuales de cada usuario, y la incorporación de un sistema de seguimiento estructurado que asegura la efectividad del tratamiento y previene recaídas.

Desde la perspectiva económica, el proyecto requiere una inversión inicial de S/ 512,930 con un periodo estimado de recuperación de dos años, un Valor Actual Neto de S/ 4'602,592, una Tasa Interna de Retorno del 132% y una Tasa de Descuento del 10%, lo que refleja su alta rentabilidad y viabilidad financiera.

En el plano social, el proyecto demuestra un Valor Actual Neto Social (VANS) de S/ 2'385,422, calculado con una Tasa Social de Descuento del 8%, lo que confirma que los beneficios sociales superan ampliamente a los costos asociados. Asimismo, alcanza un Índice de Relevancia Social (IRS) del 38.5%, correspondiente al cumplimiento de cinco de las trece metas del ODS N° 3: Salud y Bienestar, directamente vinculadas con la promoción de la salud mental, el bienestar emocional y la resiliencia de los adolescentes víctimas de bullying.

Aliado Emocional no solo se proyecta como un servicio rentable, sino también como una iniciativa de transformación social que ofrece a los adolescentes la posibilidad real de superar experiencias de bullying, reconstruir su autoestima y proyectarse con seguridad hacia un futuro libre de las secuelas emocionales que deja esta problemática.



Abstract

In Metropolitan Lima, school bullying is a growing problem that significantly affects the emotional health and social development of the student population. Various studies indicate that a considerable proportion of young people have experienced bullying, leading to consequences such as anxiety, depression, low self-esteem, and social isolation. In response to this context, Aliado Emocional is presented as a psychological intervention service that directly supports adolescents from socioeconomic sectors A, B, and C who have been victims of bullying, providing comprehensive psychological assistance aimed at strengthening coping skills and fostering emotional recovery.

The proposal is based on a flexible intervention model, structured in personalized care packages that include an initial evaluation, therapeutic sessions grounded in validated techniques, and follow-up. Unlike other programs that focus exclusively on the school environment, Aliado Emocional prioritizes direct work with the adolescent, actively involving their family and ensuring continuous support, independent of the administrative constraints of educational institutions.

Its innovative nature lies in its clinical specialization in bullying cases, the adaptation of the service to the emotional and contextual needs of each user, and the incorporation of a structured follow-up system that ensures treatment effectiveness and prevents relapse. From an economic perspective, the project requires an initial investment of S/ 512,930, with an estimated payback period of two years, a Net Present Value of S/ 4'602,592, an Internal Rate of Return of 132% and a Discount Rate of 10%, reflecting its high profitability and financial viability.

On the social level, the project demonstrates a Social Net Present Value (VANS) of S/ 2'385,422, calculated with a social discount rate of 8%, which confirms that the social benefits far outweigh the associated costs. Likewise, it reaches a Social Relevance Index

(IRS) of 38.5%, corresponding to the achievement of five out of the thirteen targets of SDG N° 3: Good Health and Well-being, directly linked to the promotion of mental health, emotional well-being, and resilience among adolescents who have been victims of bullying.

Aliado Emocional is thus projected not only as a profitable service but also as a social transformation initiative that offers young people the real possibility of overcoming bullying experiences, rebuilding their self-esteem, and confidently envisioning a future free from the emotional consequences of this problem.



Tabla de Contenidos

Lista de Tablas.....	xiii
Lista de Figuras.....	xv
Capítulo I. Definición del Problema.....	1
1.1. Contexto del Problema a Resolver.....	1
1.2. Presentación del Problema a Resolver.....	3
1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver.....	11
Capítulo II. Análisis del Mercado.....	15
2.1. Descripción del Mercado o Industria.....	15
2.1.1. <i>Segmento de Mercado</i>	19
2.1.2. <i>Segmentación Económica del Mercado de Lima Metropolitana</i>	22
2.2 Análisis Competitivo Detallado.....	24
2.2.1. <i>Análisis Competitivo Detallado con las Cinco Fuerzas de Porter</i>	30
Capítulo III. Investigación del Usuario (cliente).....	32
3.1. Perfil del Usuario.....	32
3.1.1. <i>Perfil de Usuario Estudiantes</i>	32
3.1.2. <i>Perfil de Cliente Padres de Familia</i>	38
3.2. Mapa de Experiencia de Usuario.....	43
3.2.1. <i>Mapa de Experiencia de Usuario Estudiante</i>	43
3.2.2. <i>Mapa de Experiencia Cliente Padre de Familia</i>	47
3.3. Identificación de las Necesidades.....	52
3.2.1. <i>Necesidades Identificadas del Usuario – Estudiante</i>	52
Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio.....	57
4.1. Concepción del Producto o Servicio.....	57
4.1.1. <i>Generación de Ideas Mediante el Lienzo 6x6</i>	58

4.1.2. <i>Análisis del Lienzo Costo-Impacto</i>	61
4.1.3. <i>Matriz Costo vs Impacto</i>	63
4.1.4. <i>Construcción Iterativa del Producto con Enfoque Ágil</i>	64
4.1.5. <i>Construcción y Priorización del Product Backlog</i>	66
4.1.6. <i>Planificación de los Sprints</i>	68
4.2 Desarrollo de la Narrativa	74
4.3 Carácter Innovador o Novedoso del Producto o Servicio.....	76
4.3.1. <i>Personalización de Servicio</i>	78
4.3.2. <i>Enfoque Integral</i>	79
4.4 Propuesta de Valor.....	81
4.4.1 <i>Estudiantes</i>	81
4.4.2 <i>Contexto Complementario: Padres de Familia</i>	83
4.5. Producto Mínimo Viable (PMV).....	85
4.5.1. <i>Diseño metodológico del PMV</i>	86
4.5.2. <i>Ejecución del MVP</i>	87
4.5.3. <i>Resultados Preliminares y Retroalimentación</i>	93
Capítulo V. Modelo de Negocio	96
5.1. Lienzo del Modelo de Negocio	96
5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio	99
5.2.1. <i>Financiamiento</i>	103
5.2.2. <i>Análisis de Sensibilidad</i>	105
5.2.3 <i>Riesgos Financieros</i>	106
5.3. Escalabilidad y Exponencialidad del Modelo de Negocio - Aliado Emocional .	107
5.3.1. <i>ExO Canvas</i>	108
5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio	110

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable.....	112
6.1 Validación de la Deseabilidad de la Solución	112
6.1.1 Hipótesis para Validar la Deseabilidad-Intención de Uso	112
6.1.2 Hipótesis para Validar la Deseabilidad-Usabilidad.....	114
6.2 Validación de la Factibilidad de la Solución	116
6.2.1 Plan de Marketing.....	116
6.2.2. Plan de Operaciones	127
6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Factibilidad	129
6.3. Validación de la Viabilidad Financiera de la Solución.....	134
6.3.1 Presupuesto de Inversión	134
6.3.2 Análisis Financiero	134
6.3.3 Simulación Empleada para Validar la Viabilidad	135
Capítulo VII. Solución Sostenible.....	138
7.1. El <i>Flourishing Business Canvas</i> de Aliado Emocional.....	138
7.1.1. Riesgos de Implementación.....	138
7.1.2 Barreras Culturales y Estructurales	139
7.2 Relevancia Social de la Solución	140
7.2.1. Índice de Relevancia Social del ODS (TSRI).....	142
7.3 Rentabilidad Social de la Solución	146
7.3.1 Costos Sociales	147
7.3.2 Beneficios Sociales.....	147
7.3.3 Tasa Social de Descuento (TSD).....	148
7.3.4 Valor Actual Neto Social (VANS)	148
Capítulo VIII. Decisión e Implementación	150
8.1 Plan de Implementación y Equipo de Trabajo	150

8.1.1. <i>Plan de Implementación</i>	150
8.1.2. <i>Equipo de Trabajo</i>	153
8.2 <i>Conclusiones</i>	153
8.3 <i>Recomendaciones</i>	155
Referencias	157
Apéndice A: <i>Guía de Entrevistas Inicial Estudiantes</i>	173
Apéndice B: <i>Guía de Entrevista Inicial Padres de Familia</i>	174
Apéndice C: <i>Guía de Entrevista Padres-Sprint 1</i>	175
Apéndice D: <i>Guía de Entrevista Padres-Sprint 2</i>	176
Apéndice E: <i>Guía de Entrevista Padres-Sprint 3</i>	177
Apéndice F: <i>Descripción detallada del Modelo de Servicio Aliado Emocional</i>	178
Apéndice G: <i>Carta de Consentimiento Informado</i>	183
Apéndice H: <i>Encuesta de Opinión de Sesiones Adolescentes</i>	185
Apéndice I: <i>Enlaces</i>	189
Apéndice J: <i>Evidencia de Técnicas Trabajadas con Adolescentes</i>	191
Apéndice K: <i>Declaración de Cesión Voluntaria de Uso Metodológico</i>	198
Apéndice L: <i>Informes Finales de Evaluación Clínica a Adolescentes</i>	199

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Enfoque Emergente Versus Competidores Directos</i>	27
Tabla 2 <i>Resumen de Datos Relevantes de las Entrevistas a Estudiantes</i>	35
Tabla 3 <i>Resumen de Datos Relevantes de las Entrevistas a Padres de Familia</i>	41
Tabla 4 <i>Clasificación del Dolor del Usuario Estudiante</i>	55
Tabla 5 <i>Percepción de Riesgo según el Contexto Educativo</i>	56
Tabla 6 <i>Ponderación de Ideas del Lienzo Costo-impacto</i>	62
Tabla 7 <i>Relación del Equipo de Expertos con las Entrevistas</i>	65
Tabla 8 <i>Lienzo Costo – Impacto del Product Backlog</i>	67
Tabla 9 <i>Correspondencia entre Funcionalidades del Producto y Problemas Detectados</i>	75
Tabla 10 <i>Cuadro Resumen de Fortalezas y Limitaciones</i>	78
Tabla 11 <i>Tabla Comparativa: Modelos Tradicionales vs Enfoque Innovador</i>	80
Tabla 12 <i>Tabla Comparativa del Carácter Innovador Vs las Actuales</i>	81
Tabla 13 <i>TAM, SAM y SOM para Aliado Emocional</i>	100
Tabla 14 <i>Estructura de Costos de Aliado Emocional en Soles</i>	101
Tabla 15 <i>Estructura de Ingresos de Aliado Emocional</i>	103
Tabla 16 <i>Proyecciones Económicas de Aliado Emocional</i>	104
Tabla 17 <i>Resultados Económicos en Escenario Promedio de Aliado Emocional</i>	105
Tabla 18 <i>Análisis de Riesgos y Sensibilidad de Aliado Emocional</i>	106
Tabla 19 <i>Análisis de Sensibilidad del Valor Actual Neto</i>	107
Tabla 20 <i>ExO Canvas</i>	109
Tabla 21 <i>Criterios de Precio de Competidores</i>	120
Tabla 22 <i>Presupuesto del Plan de Marketing</i>	122
Tabla 23 <i>Procesos Integrales del Servicio de Aliado Emocional</i>	129
Tabla 24 <i>Análisis de Escenarios VTVC/CAC Plan de Marketing</i>	131

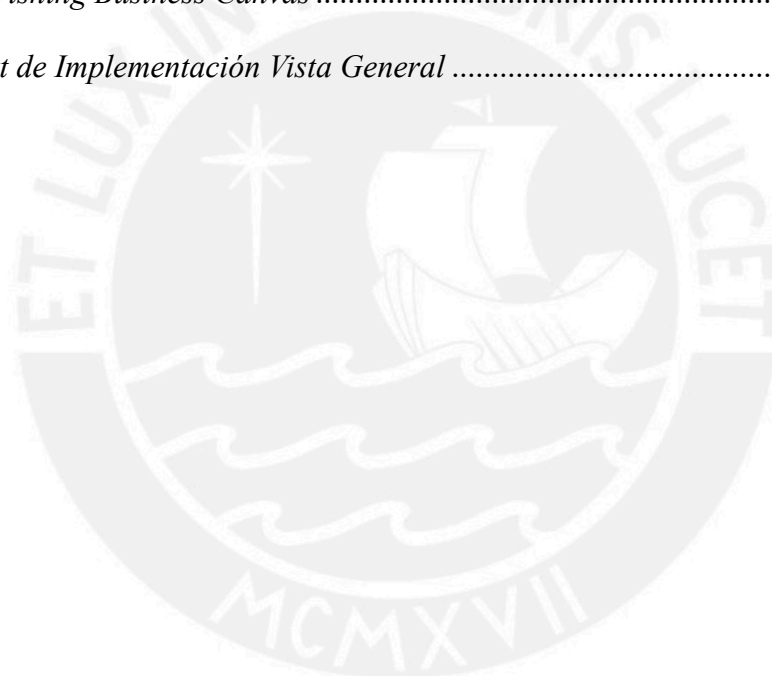
Tabla 25 <i>Cálculo del Costo Tiempo de Vida del Cliente (CTVC)</i>	132
Tabla 26 <i>Para el Costo de Adquisición del cliente (CAC):</i>	133
Tabla 27 <i>Comparación con Otros Modelos de Negocio con Impacto Social</i>	139
Tabla 28 <i>Tabla Resumen de Contribución al ODS 3</i>	146
Tabla 29 <i>Costos sociales de Aliado Emocional</i>	147
Tabla 30 <i>Beneficios sociales de Aliado Emocional</i>	148
Tabla 31 <i>VAN Social de Aliado Emocional</i>	148



Lista de Figuras

Figura 1 <i>Casos Reportados en el SiSeVe a Nivel Nacional (MINEDU, 2024)</i>	4
Figura 2 <i>Distribución de Tipos de Violencia Escolar Reportados en SiSeVe (2013-2024)</i>	5
Figura 3 <i>Casos de Violencia Escolar Reportados en SiSeVe por Año y Nivel Educativo</i>	6
Figura 4 <i>Casos Acumulados Violencia Escolar Reportados en SiSeVe por Nivel Educativo</i> ...	7
Figura 5 <i>Casos de Violencia Escolar por Sexo y Departamento</i>	8
Figura 6 <i>Pensamiento Visual Creativo-Storyboard</i>	10
Figura 7 <i>Lienzo Dos Dimensiones</i>	12
Figura 8 <i>Número Total de Colegios en el Perú</i>	16
Figura 9 <i>Matrículas Totales en el Perú</i>	16
Figura 10 <i>Lienzo Meta Usuario-Estudiante</i>	37
Figura 11 <i>Lienzo Meta Usuario-Padre de Familia</i>	43
Figura 12 <i>Mapa de Experiencia de Usuario (Estudiante)</i>	45
Figura 13 <i>Mapa de Experiencia del Cliente Padre de Familia</i>	50
Figura 14 <i>Lienzo 6 x 6</i>	59
Figura 15 <i>Matriz de Costo Versus Impacto</i>	63
Figura 16 <i>Sprint 1</i>	69
Figura 17 <i>Lienzo Blanco de Relevancia del Sprint 1</i>	70
Figura 18 <i>Sprint 2</i>	72
Figura 19 <i>Sprint 3</i>	73
Figura 20 <i>Lienzo Propuesta de Valor-Estudiante</i>	82
Figura 21 <i>Lienzo Propuesta de Valor-Padre de Familia</i>	84
Figura 22 <i>Landing Page</i>	87
Figura 23 <i>Lienzo Modelo del Negocio</i>	97
Figura 24 <i>Tarjeta de Prueba Deseabilidad- Intención de Uso</i>	113

Figura 25 <i>Tarjeta de Prueba de Deseabilidad-Usabilidad</i>	114
Figura 26 <i>Empathy Map Buyer Persona</i>	119
Figura 27 <i>Embudo Comercial-Marketing Funnel</i>	121
Figura 28 <i>Service Blueprint – Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional</i>	130
Figura 29 <i>Hipótesis del Plan de Marketing</i>	131
Figura 30 <i>Histograma Simulación de Montecarlo- Eficiencia de Marketing</i>	134
Figura 31 <i>Hipótesis de la Viabilidad Financiera</i>	136
Figura 32 <i>Histograma Simulación de Montecarlo- VAN del Proyecto</i>	137
Figura 33 <i>Flourishing Business Canvas</i>	141
Figura 34 <i>Gantt de Implementación Vista General</i>	151



Capítulo I. Definición del Problema

Este capítulo se enfoca en examinar la situación del acoso escolar en Perú, examinando su envergadura, razones, efectos y las restricciones de las tácticas vigentes para enfrentarlo, poniendo especial atención en la plataforma denominada Sistema Especializado en la Atención de Casos de Violencia Escolar (SíSeVe). Mediante una metodología multidimensional, se analizan datos estadísticos, tales como los más de 90,500 casos registrados entre 2013 y 2024, y se detectan patrones que demuestran la prevalencia del fenómeno, en particular en el nivel secundario. Adicionalmente, se explora en profundidad las raíces sociales, culturales y familiares del acoso escolar, además de su efecto en el bienestar emocional, académico y social de las víctimas, agresores y testigos.

1.1. Contexto del Problema a Resolver

El bullying es definido por la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO, 2023) como un comportamiento intencional y repetido que causa daño físico, emocional o social, dirigido hacia individuos con menor capacidad para defenderse. Este fenómeno incluye diversas manifestaciones como agresión física, abuso verbal, exclusión social y ciberacoso, y tiene un impacto significativo en el bienestar psicológico y el desarrollo académico de los involucrados.

Según datos de *United Nations International Children's Emergency Fund* (UNICEF, 2024), aproximadamente uno de cada tres estudiantes en el mundo ha experimentado bullying, lo que subraya su prevalencia y gravedad como un problema global. En contextos escolares, el bullying genera un ambiente hostil que afecta no solo a las víctimas, sino también a los espectadores, quienes pueden normalizar la violencia, y a los agresores, que perpetúan patrones dañinos.

A nivel mundial, la UNESCO (2023) destacó que más del 30% de los estudiantes han experimentado alguna forma de acoso escolar, y que este fenómeno está profundamente

ligado a la salud emocional de los agresores y las víctimas. En América Latina, donde las desigualdades sociales y culturales son marcadas, la prevalencia de bullying es significativamente alta. En países como Colombia, se reporta que el 23% de los estudiantes han sido acosados en el ámbito escolar, con un impacto creciente del ciberacoso (INFOBAE, 2024). En el Perú, las estadísticas ponen en evidencia la gravedad del problema, al mostrar una tendencia sostenida de denuncias por violencia escolar en los últimos años, con más de 90,500 casos registrados (Ministerio de Educación, 2024).

Según la UNICEF (2024), la adolescencia, con sus desafíos inherentes, es el periodo en el que más casos de bullying son reportados, destacando la necesidad urgente de intervenciones preventivas dirigidas a esta etapa. Es decir que los adolescentes representan un grupo vulnerable ya que atraviesan una etapa de desarrollo crítico y que, durante la búsqueda de su identidad y aceptación, los pueden llevar a comportamientos agresivos si en que no reciben un apoyo adecuado.

A esto se añade la carga de las reglas culturales y la indiferencia social en el escenario peruano, que fortalecen la impunidad de los perpetradores. Según Espelage y Swearer (2013), en una sociedad donde la violencia frecuentemente se considera un método aceptado para solucionar conflictos o ejercer autoridad, los actos de acoso pueden ser vistos como evidencias de "fortaleza" en vez de ser sancionados. La tolerancia a comportamientos machistas, la jerarquización social y la ausencia de empatía hacia los más indefensos perpetúan un ambiente donde el agresor no experimenta repercusiones relevantes.

Las causas del bullying son diversas y complejas. Carhuas et al. (2023) señalaron que factores como la violencia doméstica, la falta de comunicación familiar y la ausencia de educación en valores como la empatía y el respeto predisponen a los niños a conductas agresivas. Asimismo, UNICEF (2024) subrayó que la perpetuación de una cultura de

violencia en los entornos escolares y familiares refuerza la impunidad del agresor y la continuidad del problema.

El bullying entonces no es solo un acto de agresión, es un reflejo de problemas emocionales y sociales más profundos que afectan tanto a las víctimas como a los agresores. Según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), los agresores suelen reproducir comportamientos observados en sus entornos familiares y sociales. Este concepto está alineado con el principio ampliamente discutido por James Gilligan, reconocido psiquiatra y experto en violencia y autor de *Violence: Our Deadly Epidemic and Its Causes*, quien argumenta que "toda violencia es una expresión de sufrimiento no resuelto" (Gilligan, 1996), resaltando cómo las experiencias de dolor y trauma no resueltas pueden manifestarse en conductas agresivas hacia otros. Según el Ministerio de Educación (MINEDU, 2024), en una década caracterizada por los esfuerzos para combatir el acoso escolar en Perú, las estadísticas siguen reflejando un reto sin resolver: más de 90 mil estudiantes han sido víctimas de esta forma de violencia.

1.2. Presentación del Problema a Resolver

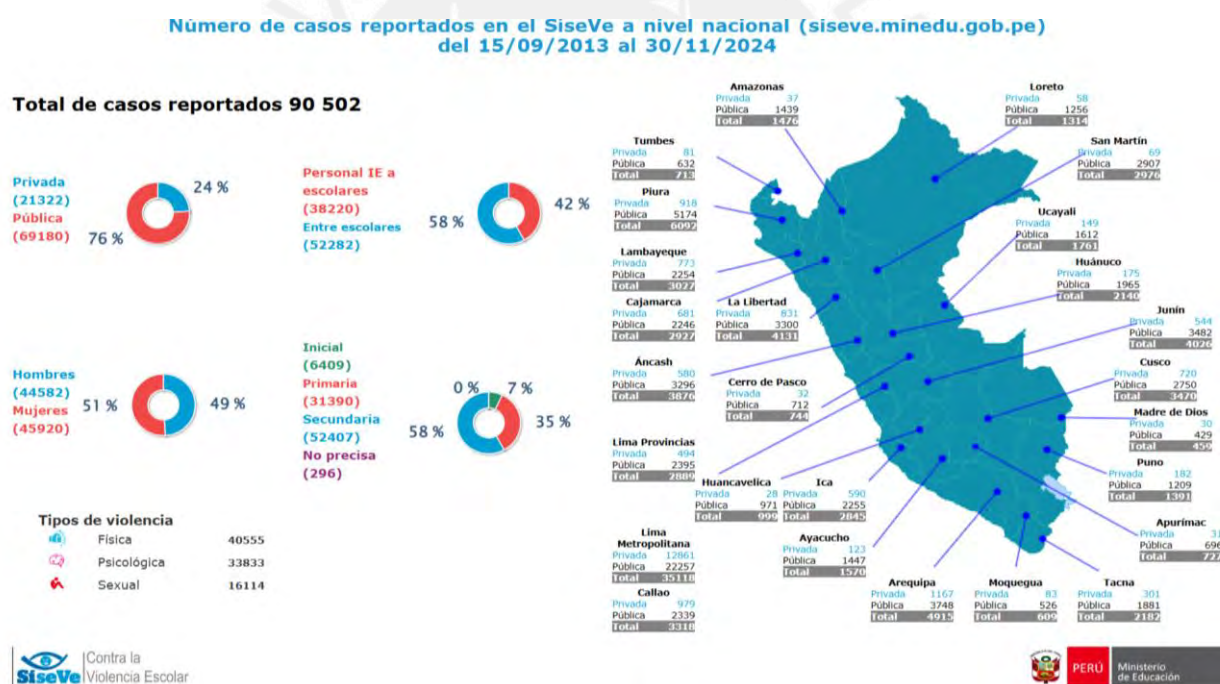
En las instituciones educativas del Perú, el bullying es un problema que afecta a miles de estudiantes, especialmente en la etapa secundaria, cuando los jóvenes enfrentan importantes desafíos emocionales y sociales. Para comprender la magnitud y complejidad del bullying en el contexto escolar peruano, se presenta a continuación un análisis basado en datos oficiales del sistema SíSeVe del Ministerio de Educación. A través de diversas figuras, se muestran no solo el número total de casos registrados, sino también la distribución por tipo de violencia, su evolución en el tiempo, la concentración geográfica, así como representaciones visuales que ilustran la experiencia de las víctimas y un esquema analítico que permite identificar las causas y limitaciones del abordaje institucional. Este recorrido

visual y descriptivo ofrece una visión integral del problema, articulando la evidencia cuantitativa con la dimensión cualitativa que lo sustenta.

De acuerdo con la información vertida en el sistema del SíSeVe, implementado por el MINEDU en abril de 2013, los casos de violencia escolar, incluyendo bullying físico, psicológico y sexual, pueden ser reportados por estudiantes, docentes o padres a través de la plataforma que funciona en línea. Hasta noviembre del 2024, se han registrado 90,502 casos a nivel nacional, lo cual refleja una problemática persistente en el entorno escolar peruano. (Ver Figura 1).

Figura 1

Casos Reportados en el SíSeVe a Nivel Nacional (MINEDU, 2024)



Nota. Tomado de “Número de Casos Reportados en el SiseVe a Nivel Nacional [Archivo PDF]”, por Ministerio de Educación del Perú, Sistema Especializado en la Prevención de la Violencia Escolar (SISEVE), 2024.

Los datos revelan que el 76% de los casos ocurren en instituciones educativas públicas y que el 58% se concentran en el nivel secundaria, una etapa crítica del desarrollo adolescente, marcada por cambios emocionales, búsqueda de pertenencia e intensificación de

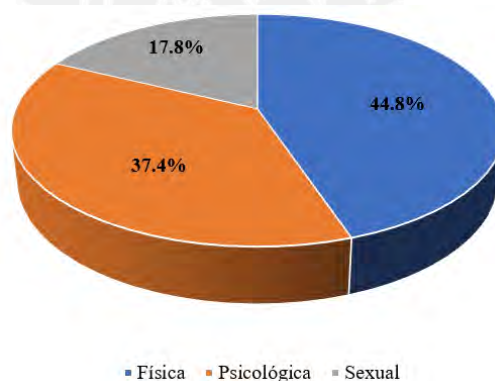
las dinámicas entre pares. Esta evidencia cuantitativa respalda la necesidad de reforzar estrategias de prevención y abordaje temprano en los espacios escolares más vulnerables.

En esa línea, resulta clave precisar la edad y condición legal de los adolescentes. La Organización Mundial de la Salud (s. f.) considera adolescencia al periodo que va desde los 10 hasta los 19 años, caracterizado por cambios profundos en el cuerpo, la mente y las relaciones sociales. UNICEF (2024) reafirmó esta visión al señalar que la adolescencia comienza alrededor de los 10 años y representa una etapa de autodescubrimiento y formación de identidad. En el contexto peruano, el Código Civil establece en su artículo 42 que una persona alcanza la mayoría de edad a los 18 años (Código Civil del Perú, 1984), lo que significa que en ese momento los adolescentes ya no dependen legalmente de sus padres o tutores.

De la distribución de los tipos de violencia reportados en el sistema SíSeVe entre los años 2013 y 2024, los datos destacan que los más frecuentes son la violencia física con 40,555 casos (44.8%); la violencia psicológica con 33,833 casos (37.4%); y la violencia sexual con 16,114 casos (17.8%). (Ver Figura 2).

Figura 2

Distribución de Tipos de Violencia Escolar Reportados en SíSeVe (2013-2024)

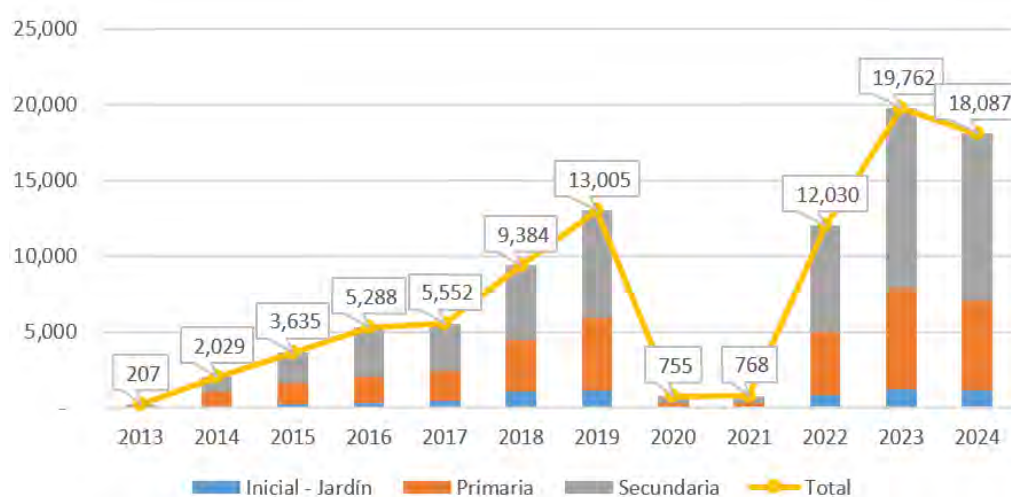


Nota. Adaptado de *Número de Casos Reportados en el SíSeVe a Nivel Nacional*, por Ministerio de Educación del Perú, 2024 [Archivo PDF], Sistema Especializado en la Prevención de la Violencia Escolar (SISEVE).

En el mismo sentido, de la evolución anual de los casos de violencia escolar registrados en la plataforma SíSeVe entre 2013 y 2024, desglosados por nivel educativo: / inicial, primaria y secundaria. El nivel secundario presentó consistentemente el mayor número de reportes, alcanzando picos significativos en el 2019 y 2023, con 13,005 y 19,762 casos respectivamente. En contraste, el nivel inicial reportó el menor número de casos a lo largo de los años. Los valores totales reflejan un incremento general hasta el 2019, una disminución durante los años de pandemia (2020-2021), y un repunte significativo en el 2023 y 2024. (Ver Figura 3)

Figura 3

Casos de Violencia Escolar Reportados en SíSeVe por Año y Nivel Educativo



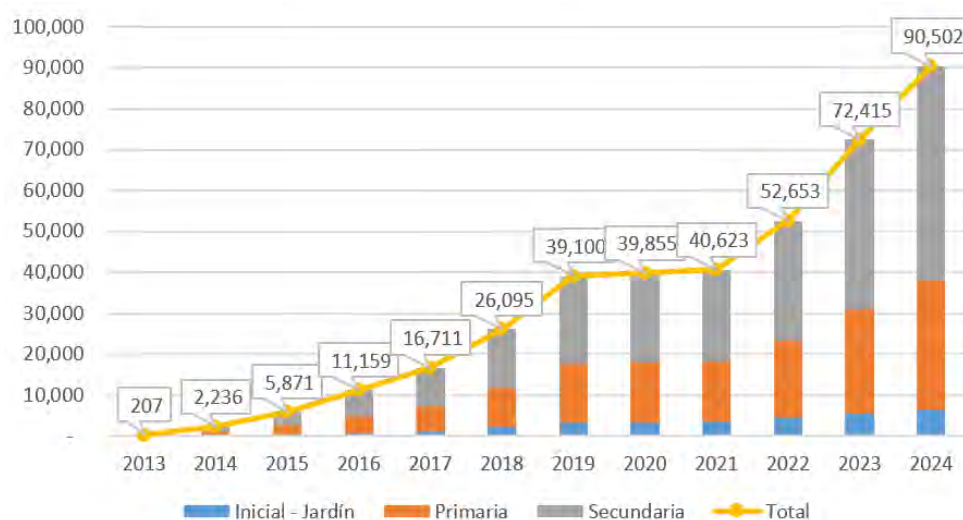
Nota. Adaptado de *Listado Detallado de Casos Reportados a Nivel Nacional*, por el Ministerio de Educación del Perú, 2024 [Archivo Excel]. Sistema Especializado en la Prevención de la Violencia Escolar (SISEVE).

Asimismo, del crecimiento acumulado de los casos de violencia escolar reportados en la plataforma SíSeVe desde el 2013 hasta noviembre del 2024, diferenciados por nivel educativo. El nivel secundario registró la mayor proporción de casos acumulados, seguido por primaria e inicial, con un total acumulado de 90,502 casos reportados. Se observa un incremento constante a lo largo de los años, interrumpido solo durante los años 2020 y 2021

debido a la pandemia, que redujo la presencialidad en las instituciones educativas. (Ver Figura 4).

Figura 4

Casos Acumulados de Violencia Escolar Reportados en SiSeVe por Nivel Educativo



Nota. Adaptado de *Listado Detallado de Casos Reportados a Nivel Nacional*, por el Ministerio de Educación del Perú, 2024, [Archivo Excel]. Sistema Especializado en la Prevención de la Violencia Escolar (SISEVE).

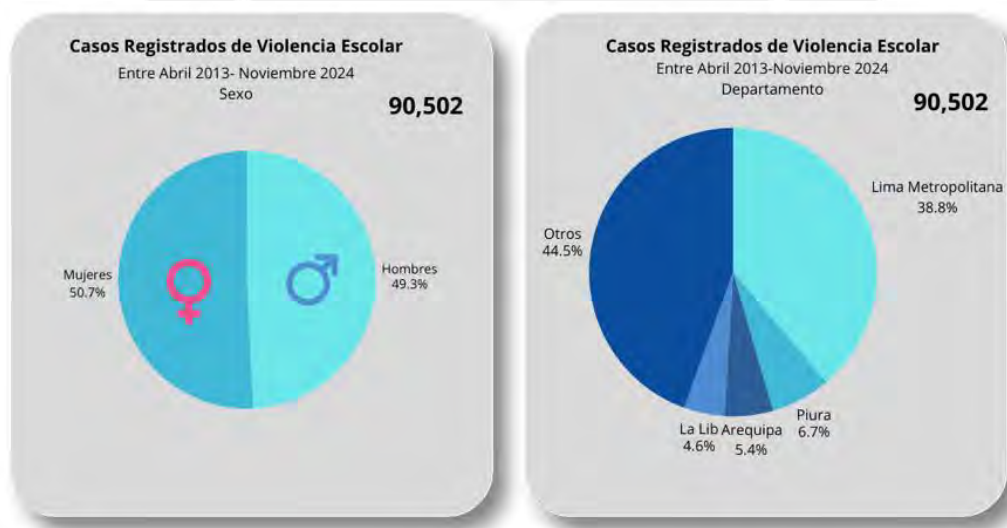
Durante los años 2020 y 2021, los reportes de bullying registrados a través de SíseVe disminuyeron drásticamente, reflejando un impacto directo por la pandemia de COVID-19 en el sistema educativo. En el 2020, esta reducción se debió principalmente al cierre de escuelas y la transición a la educación virtual, lo que eliminó temporalmente las interacciones físicas entre estudiantes, que constituye un escenario común para el bullying en entornos escolares tradicionales (UNAM Global, 2021). En el 2021, aunque algunas instituciones adoptaron modalidades híbridas, la mayoría de las escuelas permanecieron cerradas, lo que limitó el acoso presencial. Sin embargo, este aparente descenso en los reportes no necesariamente implica una disminución real del problema del bullying en el Perú. Durante este periodo, el bullying psicológico y cibernético pudo haber aumentado, pero su reporte fue insuficiente debido a la falta de mecanismos adaptados al contexto virtual (Revista Cubana de Medicina

Militar, 2020). Además, las familias y estudiantes enfrentaron barreras tecnológicas y emocionales significativas que dificultaron el acceso al sistema de reporte, lo que probablemente subestimó la incidencia real de este fenómeno durante la pandemia (CARE Perú, 2021).

El análisis geográfico entre abril 2013 y noviembre 2024, señala que Lima Metropolitana es la región con mayor número de casos reportados, concentrando el 38.8% del total nacional, seguida por Piura con un 6.7%, Arequipa con un 5.4% y La Libertad con un 4.6%. Este patrón refleja tanto la densidad poblacional como las dinámicas sociales propias de estas regiones, que pueden influir en la prevalencia del bullying escolar. Asimismo, al analizar la variable sexo, se observa una distribución casi equitativa, con una ligera mayor proporción de casos reportados en mujeres (50.7%) frente a hombres (49.3%), lo que evidencia que la violencia escolar afecta a ambos géneros de manera similar. (Ver Figura 5).

Figura 5

Casos de Violencia Escolar por Sexo y Departamento



Nota. Adaptado de *Número de Casos Reportados en el SiseVe a Nivel Nacional*, por el Ministerio de Educación del Perú, 2024, [Archivo PDF]. Sistema Especializado en la Prevención de la Violencia Escolar (SISEVE).

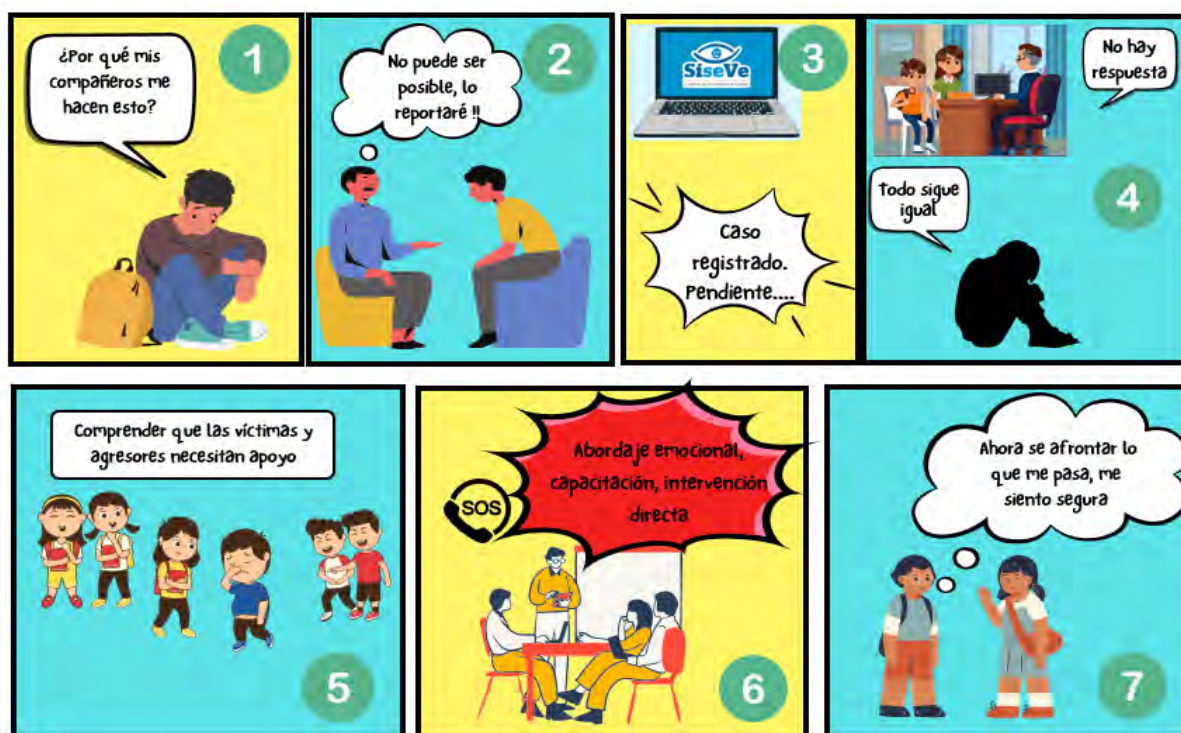
El análisis temporal revela un incremento sostenido en los reportes de bullying entre 2013 y 2019, tendencia que puede atribuirse a una mayor sensibilización de las comunidades escolares y al uso más extendido de la plataforma SíSeVe. Sin embargo, durante los años 2020 y 2021, los casos reportados disminuyeron considerablemente debido al cierre de escuelas y a la transición hacia la educación virtual como consecuencia de la pandemia de COVID-19. Este descenso no necesariamente implica una reducción real de la incidencia del bullying, ya que las formas de acoso psicológico y cibernético probablemente no fueron reportadas adecuadamente durante este periodo. Con el retorno a la presencialidad en los años 2022 y 2023, los casos de bullying volvieron a incrementarse, reflejando tanto la reactivación de las dinámicas sociales escolares como las tensiones acumuladas durante los años de aislamiento.

El problema se agrava porque el bullying en el Perú no se reduce a incidentes aislados de agresión física o verbal, también incluye formas más complejas como el ciberacoso y la violencia de género, que requieren intervenciones especializadas con un enfoque preventivo. Pese a que, el SíSeVe cumple una función importante al registrar denuncias y proponer acciones reactivas, no aborda las raíces del bullying ni considera el apoyo integral que necesitan tanto las víctimas como los agresores.

Contemplamos el pensamiento visual creativo mediante un storyboard, en el cual se representa el caso de un estudiante que enfrenta bullying en su colegio, comenzando con una escena que refleja su tristeza y aislamiento al cuestionarse por qué sus compañeros lo tratan mal. Ante esta situación y en busca de apoyo decide conversarlo con su padre, el cual toma acción y reporta el caso. El mismo es registrado en la plataforma SíSeVe del MINEDU, quedando pendiente de resolución. Sin embargo, el estudiante experimenta frustración al no recibir respuesta ni cambios significativos, lo que perpetúa su desamparo. (Ver figura 6).

Figura 6

Pensamiento Visual Creativo-Storyboard



El contexto del problema detalla los efectos emocionales severos que el bullying genera en los estudiantes, como la tristeza, el aislamiento y el desamparo. Estos hallazgos coinciden con los datos reportados en SíSeVe, que evidencian un alto número de casos en el nivel secundario, una etapa particularmente vulnerable debido a los desafíos emocionales y sociales que enfrentan los adolescentes. Aunque el sistema permite registrar casos, carece de herramientas para garantizar un seguimiento efectivo, reflejando una importante brecha en la gestión institucional. Además, el análisis confirma que las formas de violencia más comunes física y psicológica no solo afectan el bienestar emocional de las víctimas, sino que también perpetúan un entorno de hostilidad dentro de los colegios.

En el nivel de “qué es el problema”, el lienzo destaca la falta de mecanismos de prevención y abordaje ante el acoso escolar una vez identificado, con énfasis en acciones psicoeducativas dirigidas a estudiantes, familias e incluso a directores capacitados, un acompañamiento que permita comprender, contener y canalizar adecuadamente los efectos

emocionales del bullying, así como fortalecer la capacidad de respuesta de la comunidad educativa ante estos casos. El abordaje no reemplaza la prevención, pero busca complementar los esfuerzos institucionales a través de intervenciones formativas, con especial atención a contextos donde los mecanismos de reporte y seguimiento aún son limitados. Frente a la ausencia de intervenciones sostenibles, resulta prioritario explorar alternativas centradas en la recuperación psicológica, considerando enfoques empáticos y estrategias que fortalezcan su capacidad de afrontamiento.

El pensamiento abductivo ofrece un análisis exhaustivo que permite comprender de manera integral las dinámicas complejas del bullying escolar. Este enfoque facilita no solo la delimitación del problema, sino también la identificación de sus causas fundamentales y posibles soluciones. Proporciona un esquema visual y organizado que permite descomponer y comprender la complejidad del acoso escolar en el entorno peruano, con especial atención a las limitaciones actuales en las respuestas institucionales, como el uso parcial de la plataforma SíSeVe. Su valor en esta investigación radica en su capacidad para representar de manera secuencial las percepciones del entorno escolar, el impacto emocional en los adolescentes y los vacíos estructurales que agravan el problema. (Ver Figura 7).

Así, el lienzo contribuye a identificar aspectos críticos con mayor claridad, facilitando un análisis integral del problema sin adelantar propuestas. Esta comprensión estructurada fortalece el vínculo entre la evidencia empírica y las metas de bienestar social, como las establecidas en el ODS 3 (Naciones Unidas, 2015), y sirve como punto de partida para repensar nuevas rutas de acompañamiento ante el bullying desde una mirada contextual, empática y sistémica.

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

La complejidad del bullying radica en su carácter multidimensional, que exige soluciones integrales capaces de abordar tanto sus causas como sus consecuencias. Este

fenómeno no solo afecta a víctimas, agresores y testigos, sino que también encuentra sus raíces en factores familiares, culturales y sociales.

Figura 7

Lienzo Dos Dimensiones

2 Dimensiones (2D)



Según Hong y Espelage (2012), los comportamientos agresivos observados y normalizados en entornos inmediatos, como el hogar o el círculo social, son aprendidos y reproducidos por los agresores, lo que subraya la importancia de intervenir en estos contextos para prevenir la perpetuación de la violencia. Entornos familiares disfuncionales, marcados por violencia intrafamiliar o la ausencia de vínculos afectivos, constituyen un terreno fértil para el desarrollo de estas conductas (Carhuas et al., 2023).

Para las víctimas, la reducción significativa de este fenómeno garantizaría entornos seguros y empáticos que fortalecerían su autoestima y habilidades sociales. Hawker y Boulton (2000) sostuvieron que la ausencia de acoso escolar no solo reduce las tasas de trastornos mentales, sino que también mejora el desempeño académico. Según Hong y Espelage (2012), las dinámicas familiares negativas y la falta de supervisión parental son

factores determinantes en el comportamiento agresivo, lo que refuerza la necesidad de estrategias que incluyan a las familias en el proceso preventivo.

La conexión con el ODS 3 se hace evidente al considerar la meta 3.4, enfocada en la prevención de enfermedades no transmisibles y la promoción de la salud mental. Según la UNESCO (2023), entornos educativos seguros y libres de violencia tienen un impacto directo en el bienestar psicológico y el desarrollo integral de los estudiantes. Asimismo, aunque muchas estrategias internacionales enfatizan la prevención temprana, en contextos donde el acoso escolar ya ha sido identificado, resulta crucial implementar acciones de abordaje que prioricen el bienestar psicológico del adolescente afectado. En ese marco, programas de acompañamiento emocional centrados en el desarrollo de habilidades socioafectivas y la participación activa de las familias podrían contribuir al cumplimiento de del ODS 3 (OMS, 2022).

Si bien herramientas como el portal SíSeVe han contribuido a la visibilización de los casos, aún se evidencia una carencia en cuanto a estrategias de intervención posterior que aborden los efectos emocionales y sociales del bullying. En ese sentido, se vuelve necesario impulsar mecanismos de contención y reparación que involucren a la comunidad educativa, con énfasis en la capacitación y sensibilización para mejorar la respuesta institucional ante el conflicto ya presente. De acuerdo con la Defensoría del Pueblo (2023), la mitigación del acoso escolar no solo convertiría a las comunidades educativas en espacios más seguros y justos, sino que también favorecería el crecimiento integral y sostenible de todos los participantes implicados. No obstante, este objetivo se ve dificultado por incentivos malintencionados presentes tanto en la educación privada como en la pública, en la que numerosas instituciones educativas reducen u ocultan incidentes de acoso escolar para salvaguardar su reputación o eludir penalizaciones administrativas.

En el sector privado, las entidades tienden a dar prioridad a su imagen de marca y a la captación de asistencia, lo que conduce a gestionar los incidentes de forma interna sin reportarlos a plataformas como SíSeVe. Esta situación no solo intensifica el problema, sino que también complica la puesta en marcha de políticas preventivas eficaces, dado que la ausencia de información auténtica infravalora la envergadura del acoso escolar y restringe la distribución de recursos para su tratamiento.



Capítulo II. Análisis del Mercado

En el presente capítulo, se analiza el mercado educativo privado en Perú como escenario clave para enfrentar el acoso escolar, dada su concentración en Lima Metropolitana y su capacidad económica para adoptar soluciones innovadoras. Se examina la magnitud del bullying, sus manifestaciones regionales, y la demanda creciente por ambientes escolares seguros. A través de referentes internacionales como KiVa y TEI, se identifican enfoques preventivos eficaces, frente a las limitaciones del sistema reactivo estatal (SíSeVe). Se evalúan las percepciones de los estudiantes y padres sobre el problema, reconociendo barreras culturales, económicas e institucionales que dificultan una atención oportuna. Finalmente, se evalúa el panorama competitivo, identificando actores directos e indirectos vinculados a servicios de apoyo emocional en el ámbito escolar.

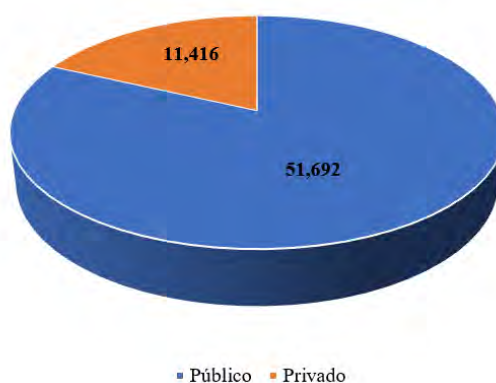
2.1. Descripción del Mercado o Industria

El sector educativo privado en el Perú se posiciona como uno de los mercados más dinámicos y en crecimiento dentro del ámbito escolar. Según MINEDU (2025), el 18% de las instituciones educativas en el país corresponden al sector privado, lo que representa 11,416 colegios de un total de 63,108 instituciones educativas. Lima Metropolitana concentra la mayor proporción de colegios privados, abarcando aproximadamente el 42% de este segmento, lo que evidencia una fuerte demanda en la ciudad capitalina (Sánchez, 2023). Esta concentración no solo resalta la preferencia de las familias por el sistema privado, sino también la competencia y las oportunidades que existen dentro de este mercado (Ver Figura 8).

La inscripción en colegios privados asciende a 2'573,315 estudiantes, lo que representa el 28% de la población estudiantil total, en comparación con los 6'758,748 alumnos en colegios públicos (MINEDU, 2025). Este dato pone de manifiesto el alcance del sector privado y su relevancia en el ecosistema educativo nacional (Ver Figura 9).

Figura 8

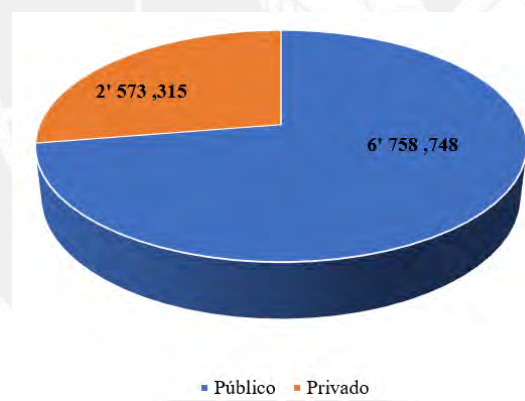
Número Total de Colegios en el Perú



Nota. Adaptado de *Estadística de la calidad educativa (ESCALE)*, por Ministerio de Educación del Perú, 2025 (<https://escale.minedu.gob.pe/>).

Figura 9

Matrículas Totales en el Perú



Nota. Adaptado de *Estadística de la calidad educativa (ESCALE)*, por Ministerio de Educación del Perú, 2025 (<https://escale.minedu.gob.pe/>).

Además, el mercado educativo privado refleja una tendencia creciente hacia la búsqueda de soluciones que trasciendan el rendimiento académico tradicional, priorizando la seguridad emocional, la prevención de la violencia y el desarrollo integral de los estudiantes. UNICEF (2024) advirtió que el 50% de los escolares peruanos han sufrido algún tipo de bullying a lo largo de su vida académica, una cifra que evidencia la urgencia de implementar estrategias sostenibles y efectivas para enfrentar este problema. Esta realidad representa un

reto y, a la vez, una oportunidad para las instituciones privadas, que pueden diferenciarse mediante programas innovadores orientados al bienestar emocional y la convivencia escolar.

En este contexto, la demanda de servicios educativos de calidad en el sector privado responde tanto a necesidades académicas como a la creciente preocupación de los padres por garantizar entornos seguros y emocionalmente saludables para sus hijos. Aunque algunas instituciones han empezado a desarrollar iniciativas de bienestar, estas suelen ser limitadas en alcance y efectividad. El sistema nacional SíSeVe, establecido por el MINEDU, ofrece un canal formal de denuncia, pero carece de un enfoque preventivo e integral que aborde las causas y consecuencias del bullying.

La limitada capacidad preventiva e integral del sistema nacional y de muchas iniciativas privadas hace necesario explorar referencias exitosas en otros países. Examinar modelos internacionales que han logrado resultados comprobables en la reducción del bullying permite identificar prácticas que podrían adaptarse a la realidad peruana, aportando tanto a la formulación de políticas públicas como al fortalecimiento de las estrategias institucionales.

Modelos internacionales como el programa KiVa en Finlandia y el modelo TEI en España han demostrado una notable efectividad en la reducción del acoso escolar mediante enfoques integrales. Según (Kärnä et al., 2011a, 2011b), el programa KiVa ("*Kiusaamista Vastaan*", que en finés significa "contra el acoso"), implementado desde 2009, logró disminuir los casos de bullying aproximadamente hasta en un 20% en instituciones de primaria y secundaria. Este éxito se basa en una estrategia holística que incluye capacitación docente, actividades para fomentar la empatía entre los estudiantes y protocolos claros de intervención ante incidentes. Según Salmivalli (2011), Finlandia representa un referente internacional al haber desarrollado políticas educativas que priorizan el bienestar emocional y la convivencia respetuosa. En contraste, en el contexto peruano persisten importantes

desafíos: las políticas educativas siguen siendo mayormente reactivas, centradas en la sanción posterior al hecho, con escasa inversión en estrategias estructurales de intervención y fortalecimiento del clima escolar.

En comparación con vivencias internacionales, tanto el programa KiVa de Finlandia como el TEI de España brindan enseñanzas de gran valor. KiVa, puesto en marcha en el 90% de los centros educativos de Finlandia desde 2009, busca modificar las posturas de los testigos del acoso escolar, consiguiendo una disminución del 20% en los incidentes de acoso escolar en Finlandia. En cuanto al TEI, implementado por más de 1,200 instituciones educativas en España, da prioridad a la prevención a través de la capacitación de los estudiantes como catalizadores de cambio, erradicando el acoso en el 98% de los centros participantes. Ambos programas destacan por involucrar a toda la comunidad educativa en torno al fenómeno del bullying; sin embargo, su enfoque preventivo contrasta con la necesidad, en contextos como el peruano, de implementar estrategias sólidas de abordaje una vez detectado el problema, más allá de modelos reactivamente informativos como el SíSeVe.

La inversión en el abordaje efectivo del acoso escolar representa también una ventaja estratégica para las instituciones educativas privadas, que buscan posicionarse como espacios seguros en un entorno cada vez más competitivo. Frente a la limitada capacidad de respuesta de plataformas reactivas como SíSeVe, muchos padres han comenzado a demandar acciones concretas que atiendan de forma inmediata y especializada los casos ya identificados. En este contexto, resolver oportunamente situaciones reales de bullying, con acompañamiento psicológico y participación activa de las familias, fortalecería la percepción de seguridad emocional y compromiso institucional, elementos cada vez más valorados al momento de elegir una escuela. En un país donde, según UNICEF (2022), el 50% de los escolares han sido víctima de acoso, se vuelve crucial impulsar estrategias que prioricen el bienestar psicoemocional como parte fundamental del desarrollo social.

2.1.1. Segmento de Mercado

El bullying escolar es un problema global que afecta a millones de estudiantes en diversos países, aunque con diferencias significativas en la manera de enfrentarlo y resolverlo. Algunos países han implementado estrategias innovadoras que sirven como referencia para abordar esta problemática.

Japón ha logrado reducir considerablemente las tasas de bullying gracias a un enfoque integral que combina la educación emocional desde temprana edad, el uso de tecnología para reportar casos y la implementación de políticas de "tolerancia cero". Por su parte, Corea del Sur ha desarrollado el sistema *Wee Class*, que ofrece apoyo psicológico y orientación profesional dentro de las escuelas, complementando estos esfuerzos con una fuerte promoción de la convivencia armónica en los entornos escolares.

Finlandia destaca con su programa KiVa, un modelo basado en la prevención, la intervención y el seguimiento de casos de bullying. Este programa incluye herramientas digitales, juegos interactivos y capacitaciones obligatorias para docentes. Según estudios, ha logrado reducir el bullying aproximadamente en un 20% en las escuelas participantes, posicionándose como un referente mundial (Kärnä et al., 2011a, 2011b).

Noruega, a través del programa nacional Zero, ha promovido la sensibilización y capacitación de docentes, además de implementar encuestas anónimas que evalúan el clima escolar y detectan zonas problemáticas. Estas medidas han fortalecido los entornos educativos seguros, generando resultados positivos en la convivencia escolar (Bullying no, 2022).

En Canadá, los gobiernos provinciales han adoptado leyes como la Ley de Escuelas Seguras en Ontario, que exigen el desarrollo de políticas claras y la realización de investigaciones inmediatas en casos reportados. Además, iniciativas como "*Pink Shirt Day*", han contribuido a aumentar la conciencia nacional sobre el impacto del acoso escolar,

consolidando a Canadá como un ejemplo en la lucha contra esta problemática (*Government of Canada, 2022*).

Con relación a nuestro país, la ciudad capital de Lima Metropolitana concentra el mayor número de casos reportados de bullying, convirtiéndose en una región prioritaria para intervenciones urgentes. Según el sistema SíSeVe, entre 2013 y 2024 se registraron 34,482 casos, representando el 39% del total nacional. La violencia psicológica es el segundo tipo de acoso más predominante, lo que evidencia la necesidad de un abordaje inmediato y especializado que atienda directamente a los estudiantes afectados. A partir de esta intervención activa, se busca generar entornos propicios para la implementación progresiva de acciones preventivas sostenibles dentro de la comunidad educativa.

El sector privado en Lima Metropolitana constituye aproximadamente el 74% de las instituciones educativas (Gestión, 2024). Este segmento es especialmente relevante para la implementación de soluciones debido a su capacidad económica y la posibilidad de abordar diversos grupos de clientes. A diferencia del sector público, donde el único cliente es el MINEDU, el sector privado ofrece una oportunidad más diversificada y sostenible para intervenir.

El acoso escolar en el Perú muestra un escenario complejo, con marcadas disparidades regionales y sectoriales que condicionan la comprensión del problema y dificultan la implementación de intervenciones efectivas.

Además de la revisión de tendencias y modelos de referencia, el análisis de mercado incluye la evaluación de la percepción de los principales actores del entorno escolar. Este apartado identifica barreras, motivaciones y comportamientos que influyen en la adopción de servicios orientados a la prevención y abordaje del acoso escolar.

A continuación, se presenta un estudio de percepción desde la perspectiva de los principales actores involucrados, se identifican barreras que podrían limitar la adopción de

servicios externos orientados a la prevención y abordaje del acoso escolar, y se analiza el tamaño del mercado potencial en instituciones educativas privadas de Lima Metropolitana y regiones como Cusco, Ucayali, Loreto y Puno.

Este análisis permite abordar los distintos enfoques y valoraciones sociales frente a la problemática:

Del Lado de los Estudiantes (Víctimas, Agresores y Testigos). Como principales afectados, los estudiantes perciben el acoso escolar como una situación cotidiana que deteriora su bienestar emocional y académico. Tal como se expuso anteriormente, este problema se manifiesta con mayor intensidad en contextos urbanos como Lima Metropolitana, donde la violencia psicológica adquiere una presencia predominante, generando consecuencias profundas y persistentes. En cambio, en áreas rurales como Ucayali, Loreto y Puno, la violencia física es más frecuente debido a obstáculos culturales y geográficos que complican la denuncia (Cueto et al., 2019). Las personas afectadas suelen experimentar temor, aislamiento y vergüenza, lo que restringe su voluntad para denunciar los incidentes, particularmente en zonas rurales donde el acceso a plataformas como SíSeVe es limitado debido a la escasez de tecnología. Por otro lado, los agresores pueden percibir el acoso escolar como un medio para obtener influencia social, moldeados por ambientes familiares disfuncionales o normas culturales que toleran la violencia. Los testigos, frecuentemente pasivos, favorecen la normalización del problema al no actuar, perpetuando una cultura de apatía.

Del Lado de los Padres de Familia. Los progenitores perciben el acoso escolar como un peligro directo para la seguridad y el crecimiento de sus hijos, aunque su respuesta fluctúa dependiendo del entorno socioeconómico. En Lima Metropolitana, donde el sector privado agrupa el 74% de las instituciones, los progenitores de escuelas privadas muestran mayor predisposición a demandar soluciones completas y abonarlas, dado que valoran ambientes

seguros por encima del desempeño académico. En zonas rurales como Puno o Loreto, los progenitores se topan con obstáculos culturales y económicos, lo que disminuye su habilidad para ejercer presión sobre las instituciones educativas y su predisposición a invertir en servicios externos. Además, muchos ignoran las señales de alerta del acoso escolar, tales como alteraciones en el humor o resistencia a asistir a la escuela, lo que restringe su habilidad para promover medidas preventivas.

2.1.2. Segmentación Económica del Mercado de Lima Metropolitana

Dada la concentración del sector privado en Lima Metropolitana, resulta pertinente examinar su segmentación económica para identificar qué perfiles de familias estarían en condiciones de demandar servicios complementarios de bienestar escolar.

Colegios con Estrategias Consolidadas de Prevención. (Pensiones mayores a S/ 2,500.00 - Sector Socioeconómico A). Cuentan con estrategias preventivas consolidadas contra el bullying y disponen de equipos de psicólogos y programas de bienestar emocional estructurados. Implementan planes de intervención y prevención alineados con estándares internacionales.

Este segmento tiene una menor necesidad inmediata de implementar sistemas adicionales de prevención del bullying, aunque podrían estar interesados en complementar sus estrategias con soluciones tecnológicas avanzadas que mejoren la eficiencia de sus procesos existentes. Por ello, representan un mercado secundario.

Colegios con Oportunidad de Mejora en Prevención. (Pensiones entre S/ 300.00 y S/ 2,500.00 - Sectores Socioeconómicos B y C). Presentan deficiencias en la detección temprana y el abordaje integral del bullying y disponen de recursos limitados para implementar soluciones completas de prevención. Su enfoque en bienestar escolar es parcial, con estrategias aisladas o insuficientes.

Este segmento constituye el mercado objetivo principal. Los colegios de este rango económico carecen de un sistema integral para prevenir y gestionar el bullying, lo que representa una gran oportunidad para introducir una solución completa, accesible y efectiva.

Colegios con Ausencia de Estrategias de Prevención. (Pensiones menores a S/ 300.00 - Sector Socioeconómico D). Carecen completamente de estrategias o programas formales para prevenir el bullying y tienen recursos económicos muy limitados para implementar soluciones de bienestar escolar. Su infraestructura y apoyo psicológico son mínimos o inexistentes.

Aunque presentan una necesidad crítica, la capacidad de pago de este segmento es restringida. Sin embargo, representan un mercado potencial a largo plazo, que podría ser abordado mediante modelos adaptados de bajo costo, alianzas estratégicas o programas subvencionados por organismos públicos o privados interesados en mejorar la convivencia escolar.

Según un informe de UNICEF (2024), el 50% de los estudiantes peruanos ha experimentado algún tipo de acoso escolar, lo que refuerza la necesidad de priorizar el bienestar emocional en los entornos educativos. En particular, los padres de familia y las comunidades escolares de Lima Metropolitana han manifestado un interés creciente en programas que no solo mejoren el rendimiento académico, sino que también aborden temas críticos como la salud mental y la convivencia escolar.

Al dirigir la presente propuesta hacia los colegios privados de Lima Metropolitana, buscamos generar un impacto significativo en la prevención y gestión del bullying. Este segmento concentra una alta incidencia de casos reportados y, a la vez, posee la capacidad económica y el interés por implementar soluciones innovadoras y efectivas. En particular, los colegios con pensiones entre S/ 300.00 y S/ 2,500.00, pertenecientes a los sectores socioeconómicos B y C, representan una gran oportunidad debido a sus limitaciones en

sistemas integrales de detección temprana y abordaje del bullying. La diversidad de este sector permite personalizar las estrategias de intervención según las características y recursos de cada institución, asegurando así una implementación eficiente, escalable y alineada con las necesidades específicas de cada colegio.

2.2 Análisis Competitivo Detallado

El análisis competitivo en el mercado peruano, regional e internacional permite identificar a los principales actores que actualmente brindan servicios relacionados con la gestión del bullying escolar. Si bien muchas organizaciones centran sus esfuerzos en la prevención, existe una limitada oferta enfocada en el abordaje integral y el acompañamiento especializado una vez detectado el problema, lo que representa una oportunidad para nuevas propuestas que respondan de forma más directa y efectiva a esta necesidad.

Entre los competidores directos destacan consultoras educativas, fundaciones y plataformas que ofrecen servicios de capacitación, asesoría o materiales de sensibilización para comunidades escolares. A continuación, se presentan los principales referentes en el sector que podrían posicionarse como competidores o aliados estratégicos, según el tipo de intervención que promuevan.

- **Convivencia en la Escuela.** Asociación educativa que promueve iniciativas para contrarrestar la violencia y el bullying en instituciones educativas en el Perú, fomentando la convivencia pacífica y la cultura de paz entre estudiantes de instituciones públicas (<https://www.convivenciaenlaescuela.org>).
- **Fundación Telefónica Movistar.** Aunque no es una consultora educativa como tal, ofrece talleres y programas de capacitación dirigidos a docentes y estudiantes sobre cómo enfrentar el bullying en las escuelas y algunos talleres de desarrollo personal (<https://educared.fundaciontelefonica.com.pe/cursos-virtuales/>). Además, las ONGs y fundaciones han desarrollado intervenciones importantes orientadas a mejorar la

convivencia escolar y brindar soporte emocional frente a situaciones de acoso ya identificadas. Estas organizaciones trabajan con docentes y estudiantes a través de actividades que promueven el respeto mutuo, fortalecen la contención psicoemocional y generan entornos escolares más receptivos al abordaje del bullying una vez que este se presenta. Sin embargo, muchas de estas acciones son de corto alcance o carecen de continuidad, lo que evidencia la necesidad de soluciones sostenidas que se enfoquen en acompañar de manera activa a los adolescentes afectados y sus familias.

- **Alianza contra el Bullying. Perú.** Proyecto que busca generar discusiones relevantes sobre el bullying y su impacto en la vida de los estudiantes peruanos, promoviendo la prevención y reducción de este problema (<https://alianzacontraelbullying.org/>).
- **Asociación Kusi Warma.** Organización que se centra en la protección y desarrollo integral de niños y adolescentes, mejorando sus condiciones de vida en salud, educación y buen trato, incluyendo proyectos de prevención y atención de violencia (<https://www.kusiwarma.org.pe>).
- **World Vision Perú.** Trabaja en proyectos dirigidos a escuelas del país para reducir casos de violencia en colegios de primaria y secundaria, promoviendo enfoques alternativos para disminuir la violencia en las aulas (<https://worldvision.pe/>).
- **Organización Global de Prevención Ante el Bullying (OGPAB).** ONG internacional que brinda capacitaciones gratuitas presenciales y virtuales en todo el mundo sobre prevención integral del bullying, dirigidas a instituciones educativas, docentes, personal administrativo, padres de familia y estudiantes (<https://ogpab.org>)
- **UNICEF.** El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia trabaja globalmente para proteger los derechos de los niños, incluyendo la lucha contra el acoso escolar. En Perú, UNICEF colabora con el MINEDU en la implementación del Programa Integral de Prevención de la Violencia en el Entorno Escolar, que busca garantizar un retorno

seguro a la educación presencial, libre de violencia y discriminación, beneficiando a más de un millón de estudiantes en todo el país.

(<https://www.unicef.org/peru/comunicados-prensa/minedu-unicef-promueven-programa-integral-prevencion-violencia-escolar>)

- **KiVa.** Desarrollado por la Universidad de Turku en Finlandia, KiVa es un programa antibullying basado en evidencia científica, reconocido por su eficacia en la reducción del acoso escolar. El programa se centra en la prevención, intervención y monitoreo del bullying, ofreciendo herramientas concretas para las escuelas, como lecciones para estudiantes y juegos en línea. KiVa ha sido implementado en diversos países, adaptándose a diferentes contextos educativos para combatir el acoso escolar de manera efectiva. (<https://www.kivaprogram.net/what-is-kiva/>)
- **Anti-Bullying Alliance (ABA).** Ofrece recursos y talleres para escuelas, docentes y padres de familia. Opera en Reino Unido para influir en políticas de educación y legislación contra el bullying. Lidera el *Anti-Bullying Week*, que es una semana para concientizar a las personas contra el bullying.
- **UNESCO.** Trabaja a nivel global para garantizar entornos escolares seguros y libres de violencia. Realiza estudios sobre el impacto del acoso escolar, desarrolla guías prácticas para docentes y directivos, y colabora con gobiernos en la implementación de políticas públicas. A través de sus investigaciones y programas educativos, busca prevenir y abordar el bullying desde un enfoque integral, promoviendo la equidad y el respeto en las escuelas. (<https://www.unesco.org>)
- **STOMP Out Bullying (EE.UU.).** Es una organización estadounidense dedicada a combatir el acoso escolar y el cyberbullying. Ofrece líneas de ayuda anónimas para víctimas, desarrolla campañas de concienciación como el *Blue Shirt Day* y crea programas educativos enfocados en reducir el bullying digital. Su impacto se centra

en generar conciencia social y proporcionar herramientas prácticas para las comunidades escolares. (<https://www.stompoutbullying.org>)

- **Save the Children.** Integra la prevención del bullying en sus programas de bienestar infantil, trabajando en comunidades vulnerables para fomentar entornos escolares inclusivos y libres de violencia. Además, aboga por la implementación de políticas nacionales que reduzcan la violencia escolar y promueve la educación inclusiva como estrategia clave para combatir la discriminación y el bullying. (<https://www.savethechildren.org>)

- **Fundación Internacional Contra el Bullying (IFB).** Se especializa en el desarrollo de programas escolares contra el bullying mediante capacitaciones para docentes, estudiantes y personal administrativo. También utiliza tecnología innovadora, como aplicaciones para reportar casos de bullying, y realiza campañas de sensibilización a través de colaboraciones con medios de comunicación, promoviendo la conciencia pública sobre la problemática. (<https://www.ifbullying.org>)

Aunque algunas organizaciones abordan la prevención del bullying mediante campañas o actividades puntuales, su alcance limitado las posiciona como competidores indirectos. Si bien comparten el interés por mitigar el problema, difieren en enfoque, profundidad y continuidad, lo que abre espacio para propuestas más integrales y sostenidas, aún poco presentes en el contexto peruano (ver Tabla 1).

Tabla 1

Enfoque Emergente Versus Competidores Directos

Aspectos	Consultoras Educativas	ONGs y Fundaciones	Nuestra Propuesta Diferencial
Propuesta de valor	Capacitación generalizada.	Sensibilización y campañas.	Abordaje con acompañamiento estructurado y prevención secundaria
Adaptabilidad	Moderada	Baja.	Alta (ajuste al contexto escolar).
Uso de tecnología	Básico.	Limitado.	Sistematizado y con monitoreo activo.

Alcance	Gama alta y colegios privados.	Comunidades vulnerables.	Escalable: gama media, alta y pública.
Impacto medible	Difícil de cuantificar.	Generalmente cualitativo.	Medible (KPI y reportes personalizados).

Estrategias para Diferenciarse de la Competencia Directa. A partir del análisis comparativo, se observa que aún existe un espacio relevante para propuestas que se diferencien mediante:

- Intervención estructurada y preventiva: Ir más allá de campañas o talleres puntuales mediante un abordaje sostenido y articulado de la convivencia escolar.
- Adaptación institucional: Diseñar acciones conforme a las características y necesidades específicas de cada comunidad educativa.
- Seguimiento continuo: Aplicar mecanismos simples pero efectivos para evaluar avances y resultados, generando confianza y transparencia en la intervención.
- Atención a segmentos poco cubiertos: Dirigir la propuesta a padres y adolescentes pertenecientes a instituciones educativas privadas de nivel socioeconómico medio y alto, que buscan entornos escolares más seguros y están dispuestos a invertir en soluciones especializadas para abordar el bullying de manera efectiva.

Competidores Indirectos. Estos sistemas están diseñados principalmente para permitir que estudiantes, maestros o padres denuncien incidentes de bullying de manera confidencial y organizada. Aunque su enfoque es reactivo, representan una alternativa para las instituciones que buscan soluciones puntuales.

- **SíSeVe (Gobierno del Perú)**
 - Fortalezas. Sistema gratuito, accesible a todas las instituciones educativas públicas y privadas. Enfoque en el registro y seguimiento formal de casos de bullying, promoviendo la rendición de cuentas.

- Debilidades. Funcionalidad limitada a la denuncia y registro, sin programas de prevención ni seguimiento emocional. Bajo nivel de personalización y de análisis proactivo.
- **Plataformas privadas de gestión escolar (*Colegium*)**
 - Fortalezas. Integración con sistemas escolares más amplios, como notas, asistencia y reportes. Facilidad de uso para padres y docentes.
 - Debilidades. El bullying es solo una funcionalidad entre muchas, con poca especialización. Limitado a colegios que invierten en plataformas tecnológicas más generales.
- **Colegios con Método KiVa**
 - Estos colegios han integrado programas internos, como KiVa (Metodología de Finlandia, adaptado a colegios privados en Perú), para la convivencia escolar y prevención del bullying, convirtiéndolos en referencia para las instituciones que buscan alternativas educativas.
 - Fortalezas. Programa internacionalmente reconocido con enfoque preventivo y reactivo. Resultados comprobados en la reducción del bullying en los colegios que lo adoptan.
 - Debilidades. Alto costo de implementación, lo que lo hace inaccesible para muchas instituciones de gama media y baja. Enfoque estandarizado que puede no adaptarse perfectamente a las realidades locales.
- **Colegios Innovadores Privados en Perú (*Innova Schools, Futura Schools*)**
 - Fortalezas. Integración de programas de valores y convivencia escolar como parte de su propuesta educativa. Infraestructura moderna y tecnología avanzada para la gestión escolar.

- Debilidades. La convivencia escolar no es el enfoque principal, sino un componente adicional dentro de un modelo educativo más amplio. Limitada flexibilidad para trabajar en necesidades específicas de los estudiantes.

2.2.1. Análisis Competitivo Detallado con las Cinco Fuerzas de Porter

Rivalidad entre Competidores Existentes.

Nivel de Competencia. Moderado. Existen consultoras, ONG's y plataformas tecnológicas que abordan aspectos del bullying escolar, aunque la mayoría se enfoca únicamente en la capacitación docente o en soluciones digitales puntuales.

Factores Diferenciadores. Son escasos los enfoques que integran la prevención, la detección temprana, el acompañamiento emocional y la intervención personalizada en una misma propuesta. La combinación de componentes psicoeducativos con herramientas de seguimiento aún no está generalizada en el mercado.

Amenaza de Nuevos Entrantes.

Nivel de Amenaza. Moderado. Las barreras de entrada en el sector educativo privado no son altas; sin embargo, lograr confianza institucional, construir redes profesionales calificadas y evidenciar resultados sostenibles requiere tiempo y experiencia.

Ventajas Competitivas Observables. Un enfoque preventivo estructurado y un modelo de atención integral generan ventajas diferenciadoras difíciles de replicar en el corto plazo. La propuesta puede posicionarse favorablemente en segmentos medios y altos que valoran el retorno social de su inversión educativa.

Poder de Negociación de los Proveedores

Nivel de Poder. Bajo. Los principales recursos del servicio son profesionales especializados (psicólogos, orientadores, mentores, capacitadores) y herramientas metodológicas.

Estrategia de Mitigación. La amplia disponibilidad de talento en el sector y el acceso a recursos digitales permiten diversificar proveedores, evitando dependencia crítica.

Poder de Negociación de los Clientes.

Nivel de Poder. Alto. Las familias de estudiantes en el sector privado tienen múltiples opciones y suelen exigir propuestas que combinen calidad, innovación y resultados tangibles, especialmente en temas vinculados al bienestar emocional.

Estrategia de Respuesta. Ofrecer planes personalizados, con indicadores claros de impacto (como mejoras en clima escolar o reducción de casos) fortalece la percepción de valor. La fidelización puede lograrse mediante relaciones a largo plazo y acompañamiento sostenido.

Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos.

Nivel de Amenaza. Moderado a alto. Muchos colegios recurren a soluciones internas, como comités de convivencia escolar o programas genéricos de tutoría. También utilizan canales oficiales como el sistema estatal “SíSeVe”, aunque con un enfoque reactivo y limitado.

Propuesta Alternativa Destacable. La diferenciación radica en brindar una solución integrada que combine abordaje, prevención secundaria, acompañamiento emocional y medición periódica del impacto.

Capítulo III. Investigación del Usuario (cliente)

En este capítulo se presenta un análisis detallado del perfil de los estudiantes, quienes son los principales usuarios y actores dentro del entorno educativo. A partir de entrevistas realizadas, se identifican sus características, necesidades, emociones y desafíos, con un énfasis particular en las experiencias relacionadas con el bullying y su impacto en la convivencia escolar. Este análisis permite comprender las dinámicas sociales y emocionales que influyen en su bienestar, brindando un marco sólido para el diseño de estrategias de abordaje psicoeducativo que respondan a situaciones ya identificadas de acoso escolar, promoviendo un entorno educativo más seguro, inclusivo y orientado al desarrollo emocional y personal de los estudiantes.

3.1. Perfil del Usuario

3.1.1. Perfil de Usuario Estudiantes

Los estudiantes entrevistados, un total de 36, son jóvenes que cursan entre el 5° grado de primaria a 5° grado de secundaria, provenientes de distintos contextos educativos, tanto de colegios públicos como privados. Los estudiantes encuestados tienen entre 10 y 17 años. Se empleó una guía de entrevistas semiestructuradas (Ver Apéndice A), diseñada para explorar las experiencias personales de los estudiantes frente al bullying, su percepción del entorno escolar, y los recursos emocionales que utilizan para afrontar estas situaciones. Esta herramienta permitió recoger testimonios sobre su vivencia cotidiana, las formas de apoyo que reconocen o demandan, así como sus expectativas respecto a una convivencia escolar más segura e inclusiva. Las evidencias de las entrevistas, se encuentran en el siguiente enlace <https://n9.cl/xwqy8n>. La mayoría de ellos ha permanecido en sus colegios por al menos uno o dos años, aunque algunos se han incorporado recientemente. En general, tienen una percepción positiva de sus instituciones educativas, valorando aspectos como la calidad de enseñanza, la infraestructura o la buena convivencia con compañeros. Sin embargo, varios

alumnos también manifestaron que su experiencia ha estado marcada por episodios de violencia verbal o psicológica, especialmente en sus primeros años en el colegio o cuando fueron nuevos, sintiéndose juzgados por errores pasados o por su aspecto físico.

En cuanto a la definición del bullying, los estudiantes lo entienden principalmente como una forma de agresión que puede ser física, verbal, psicológica. Identifican prácticas como poner apodos, burlarse del cuerpo o el rostro de un compañero, difundir rumores, hacer exclusiones y ejercer violencia directa como parte del fenómeno. Algunos también reconocen el ciberacoso como una extensión de este problema, señalando el impacto de comentarios hirientes en redes sociales o burlas sobre imágenes personales. En varios testimonios, el bullying aparece como un reflejo de dinámicas más profundas, como problemas familiares, machismo o la falta de autoestima, tanto en las víctimas como en los agresores.

La mayoría de los estudiantes ha presenciado casos de bullying, y al menos cuatro de cada diez declaran haber sido víctimas en algún momento de su vida escolar. Las respuestas emocionales a estas experiencias van desde la tristeza y la ansiedad hasta la depresión, el aislamiento y una profunda inseguridad personal. Algunos entrevistados manifestaron haber callado estos episodios por temor al rechazo o a que no se les creyera, mientras que otros sí buscaron apoyo en sus padres, profesores o amigos cercanos, quienes en algunos casos tomaron acciones concretas. Varios indicaron que lograron superar el bullying fortaleciendo su autoestima y rodeándose de personas que los valoraran.

Respecto a la percepción del apoyo institucional, muchos estudiantes coinciden en que, si bien hay profesores dispuestos a ayudar, las medidas tomadas no siempre son suficientes o efectivas. Se percibe una falta de continuidad en el acompañamiento emocional y en el castigo a los agresores. Algunos mencionan que las sanciones como papeletas o llamadas de atención no tienen un impacto real, puesto que los agresores las toman como un motivo de burla. A pesar de estas deficiencias, los adolescentes identifican a los profesores,

padres, tutores y psicólogos escolares como figuras clave a quienes recurrir en caso de problemas.

Los estudiantes también proponen diversas formas de mejorar el entorno escolar y prevenir el bullying. Entre sus principales sugerencias destacan: la realización frecuente de charlas de concientización, la incorporación de psicólogos y consejeros accesibles para todos y la promoción de una cultura basada en el respeto y la empatía. Muchos coinciden en la importancia de premiar el buen comportamiento y de establecer normas de convivencia claras y aplicadas con justicia. Asimismo, algunos proponen espacios donde las víctimas puedan expresarse libremente sin temor a represalias.

Finalmente, los mensajes que los estudiantes dirigirían a sus compañeros que sufren bullying reflejan un alto grado de empatía y conciencia social eran frases como "no tengas miedo", "habla con tus padres", "eres único" o "busca ayuda" son comunes en sus respuestas, mostrando que valoran el acompañamiento emocional y la necesidad de romper el silencio como primer paso para salir del ciclo de la violencia. En suma, el perfil de usuario construido muestra que los estudiantes no solo reconocen la existencia del bullying, sino que comprenden sus causas, efectos y posibles soluciones, proponiendo acciones concretas para transformar su entorno escolar en un espacio más seguro, inclusivo y humano.

En general, los 36 estudiantes entrevistados reflejan un perfil de jóvenes que, aunque enfrentan desafíos como el bullying y la falta de apoyo en el entorno escolar, tienen intereses diversos y un deseo claro de mejorar su experiencia educativa para sentirse más seguros, valorados y motivados en su día a día. Se efectuó un resumen con los datos más relevantes de las entrevistas efectuadas (Ver Tabla 2). Este enfoque nos permitió capturar información de gran valor cualitativo, proporcionando una base sólida para desarrollar el Lienzo Meta Usuario y profundizar en los patrones emocionales y sociales que afectan a los estudiantes en su vida escolar.

Tabla 2*Resumen de Datos Relevantes de las Entrevistas a Estudiantes*

Categoría	Resumen
Edad	Entre 10 y 17 años
Grado Escolar	De 5to de primaria a 5to de secundaria
Tiempo en el Colegio	Desde pocas semanas hasta más de 5 años
Percepción del Colegio	Generalmente positiva, aunque con críticas a la convivencia
Definición de Bullying	Agresión física, verbal, psicológica y cyberbullying
Frecuencia de Observación de Bullying	Alta; la mayoría ha visto casos en su colegio actual o anterior
Victimización	Alrededor del 40% ha sido víctima directa de bullying
Reacción ante el Bullying	Intentan ayudar, avisar a adultos, o callan por miedo
Percepción de Apoyo Institucional	Mixta; algunos consideran que hay apoyo, otros que es insuficiente
Fuentes de Apoyo	Padres, profesores, tutores, psicólogos
Sugerencias para Prevenir el Bullying	Charlas, psicólogos, vigilancia, normas claras, premios por buena conducta
Mensaje a Víctimas de Bullying	Incentivar a hablar, confiar en adultos, no quedarse callados

Estos patrones emocionales evidencian una problemática estructural dentro de las instituciones educativas: la inacción ante los casos de bullying, sumada a la ausencia de mecanismos efectivos de abordaje y respuesta oportuna, intensifica las secuelas emocionales en los estudiantes afectados. Según Psicología y Mente (2022), la sensibilización y la identificación temprana son pasos esenciales para combatir el acoso escolar y mitigar sus efectos. Actualmente, no se ha identificado en el Perú una propuesta que combine de forma estructurada el acompañamiento emocional individual, la participación activa de padres y un enfoque terapéutico centrado en la víctima. Este vacío representa una oportunidad para el desarrollo de soluciones más integrales en el ámbito educativo.

Luis Santiago, es un estudiante de 13 años que cursa el 2º grado de secundaria, forma parte de las 36 entrevistas realizadas a jóvenes de este nivel educativo. Luis asiste a un colegio donde el tiempo escolar es una parte significativa de su rutina diaria, aunque no siempre lo disfruta plenamente, ya que lo percibe más como una obligación que como una experiencia gratificante. Luis es uno de los 36 adolescentes entrevistados en profundidad para este estudio. Aunque manifiesta sentirse moderadamente cómodo en su entorno escolar, sus

experiencias con el bullying han afectado seriamente su bienestar emocional. Haber sido víctima de burlas y comentarios hirientes ha mermado su autoestima, llevándolo a evitar participar en actividades grupales por miedo a ser juzgado (Ver Figura 10).

Esta situación, recogida como parte de las 36 entrevistas analizadas, revela patrones comunes de retraimiento y desconfianza hacia sus pares en contextos escolares donde no se percibe una acción firme ante el acoso.

En el marco de estas, Luis expresó que, si bien algunos profesores intentan brindarle apoyo, considera que sus esfuerzos no son eficaces. Esta percepción refleja una necesidad recurrente entre los entrevistados: mayor presencia y acción por parte de los adultos frente al bullying. A pesar de ello, Luis valora el respaldo de algunos amigos cercanos, quienes le brindan contención emocional. Sin embargo, como se observó en varias de las 36 entrevistas, este apoyo entre pares no reemplaza el soporte institucional que esperan recibir de sus escuelas.

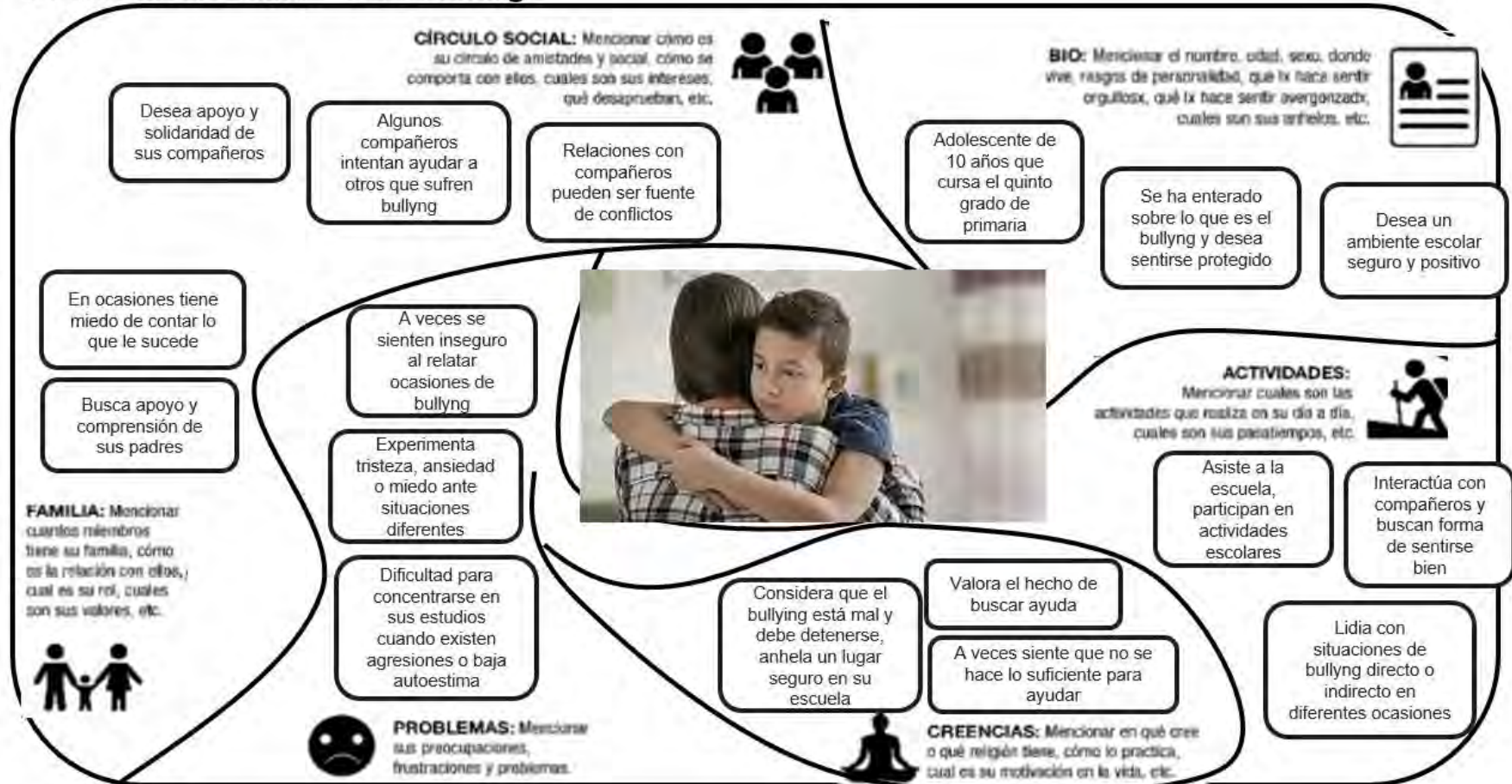
Entre los adolescentes entrevistados, Luis representa un perfil que prefiere actividades individuales como leer o jugar videojuegos, donde se siente más seguro. No obstante, también expresa un deseo de mejorar su entorno escolar a través de relaciones más sanas y dinámicas inclusivas. Esta aspiración, compartida en varias de las entrevistas, refleja una búsqueda por espacios donde la integración y el respeto sean prioritarios, así como el anhelo de que sus esfuerzos académicos sean reconocidos por los docentes.

Finalmente, el caso de Luis evidencia cómo el bullying ha afectado su confianza personal y resalta la urgencia de implementar programas que fortalezcan su resiliencia emocional. Las entrevistas analizadas revelan que muchos adolescentes, al igual que él, necesitan herramientas para afrontar conflictos, promover una convivencia saludable y sentirse seguros al expresar sus emociones.

Figura 10

Lienzo Meta Usuario-Estudiante

Lienzo Meta Usuario- Luis Santiago



Su testimonio, en ese sentido, sintetiza una realidad compartida por numerosos jóvenes: el anhelo de contar con un entorno protector, justo y emocionalmente estimulante.

3.1.2. Perfil de Cliente Padres de Familia

En este apartado, se presentará un análisis detallado del perfil de los padres de familia, actores clave en el entorno educativo que influyen directa e indirectamente en la convivencia escolar y en la resolución de problemáticas como el bullying. Si bien los estudiantes son el usuario central del modelo propuesto, resulta fundamental comprender las percepciones, preocupaciones y expectativas de los padres para desarrollar una solución integral que permita transformar las dinámicas educativas.

Padres de Familia. Para comprender a profundidad las perspectivas, preocupaciones y expectativas de los padres, inicialmente llevamos a cabo 37 entrevistas con padres de familia de diversas instituciones educativas de la Región Lima. Se empleó una guía de entrevistas (Ver Apéndice B), la que permitió recopilar información valiosa sobre sus experiencias en la crianza, los valores que inculcan a sus hijos y sus principales preocupaciones respecto al entorno escolar en donde se desenvuelven. La evidencia de estas entrevistas se encuentra en el siguiente enlace <https://n9.cl/xwqy8n>.

1. Distribución Demográfica. De las 37 entrevistas realizadas a padres de familia, se observa que la mayoría tiene entre 1 y 4 hijos, cuyas edades van desde los 2 hasta los 23 años. Proviene de distintos distritos de Lima Metropolitana, con predominancia en zonas como San Miguel, Comas, Callao, Surco, La Victoria y San Martín de Porres. Mientras algunos consideran su barrio relativamente seguro, otros expresan preocupación constante por la delincuencia o la violencia cercana al hogar. Esta diversidad de contextos revela que la preocupación por garantizar la seguridad y estabilidad emocional de los hijos es transversal a diferentes niveles socioeconómicos.

2. Conocimiento y Percepción del Bullying Escolar. En las 37 entrevistas, todos los padres manifestaron tener al menos un conocimiento básico del bullying. Muchos lo definen como agresiones verbales, físicas o emocionales, y lo vinculan con la exclusión o discriminación. La mayoría coincide en que el bullying ha aumentado en los últimos años, y señalan a la tecnología (redes sociales, celulares, videos virales), como un nuevo canal para ejercer violencia silenciosa. Además, mencionan que este fenómeno suele ser más evidente hoy porque ya no se minimiza como una “broma” entre adolescentes, sino como un problema real con consecuencias emocionales profundas.

3. Experiencias Personales de sus Hijos. Un hallazgo clave de las 37 entrevistas es que varios padres han identificado a sus hijos como víctimas, testigos o incluso acusados de bullying. Reportan episodios que incluyen burlas por el color de piel, exclusión social, chantajes o apodosos humillantes. Las consecuencias observadas van desde el aislamiento, pérdida de interés en asistir al colegio, ansiedad y baja autoestima. Aunque algunos colegios reaccionaron con charlas o apoyo psicológico, muchos padres sintieron que la respuesta institucional fue insuficiente o superficial. En algunos casos, fueron los propios padres quienes debieron contactar a los agresores o incluso cambiar a sus hijos de colegio o aula.

4. Comunicación y Vínculo Afectivo con los Hijos. A partir de estas entrevistas, se desprende que la mayoría de los padres hace esfuerzos activos por establecer canales de comunicación con sus hijos. Se preocupan por crear un espacio de confianza para que sus hijos se abran emocionalmente, detectando señales como cambios en el humor, retraimiento o desgano. Sin embargo, reconocen que la adolescencia complica este proceso, y que algunos hijos prefieren guardar silencio por vergüenza o miedo. Por ello, consideran que el acompañamiento emocional debe reforzarse desde casa y con apoyo profesional.

5. Evaluación del Rol de las Escuelas. Los testimonios recogidos en las entrevistas muestran una visión crítica sobre el rol de las instituciones educativas. Muchos padres sienten

que los colegios carecen de protocolos efectivos, actúan tarde o solo reaccionan cuando hay situaciones graves. Aunque reconocen avances, como la presencia de psicólogos o actividades de tutoría, varios coinciden en que falta continuidad, especialización y articulación con las familias. En otros casos, valoran las escuelas que implementan campañas, cambian dinámicas escolares y fomentan la empatía entre estudiantes desde temprana edad.

6. Disposición a Involucrarse y Pagar por Soluciones. Una conclusión significativa de las 37 entrevistas es la alta disposición de los padres a participar activamente en la prevención del bullying. Muchos mencionan que asistirían a talleres, escuelas de padres o programas emocionales si están bien estructurados. Incluso, expresan voluntad de pagar por una solución profesional externa que ofrezca un acompañamiento especializado, no solo por el beneficio inmediato, sino por el impacto a largo plazo en la salud mental y la convivencia de sus hijos.

La guía de entrevista empleó preguntas abiertas y flexibles, orientadas a explorar las perspectivas de los padres sobre la educación, las dinámicas sociales de sus hijos y los desafíos del entorno escolar. Este enfoque permitió abordar de manera espontánea temas sensibles, como el impacto del bullying en el bienestar emocional y académico de los estudiantes, brindando un espacio para que los padres compartieran experiencias significativas y propusieran medidas para mejorar el ambiente escolar.

Los resultados reflejan no solo su preocupación por garantizar un entorno seguro, sino también su deseo de reforzar la colaboración familia para enfrentar desafíos como el acoso escolar y fomentar el respeto y la empatía en la comunidad educativa (Ver Tabla 3).

Los padres de familia de los 36 estudiantes entrevistados, todos con hijos comprendido entre los niveles de 5° de primaria a 5° de secundaria, representan un grupo diverso que incluye tanto a padres de familia, con hijos de entre 10 y 17 años. Según las

respuestas de los estudiantes, los padres están al tanto de las experiencias escolares de sus hijos, pero su nivel de involucramiento varía.

Tabla 3

Resumen de Datos Relevantes de las Entrevistas a Padres de Familia

Necesidades	Problemas	Deseos	Observaciones
Que en los colegios se promuevan espacios seguros para que los adolescentes puedan expresarse sin miedo a represalias o burlas.	Falta de supervisión en patios, pasillos y recreos, donde suelen darse los casos más frecuentes de bullying. Preocupación por el	Implementación de talleres escolares sobre bullying, empatía y resiliencia, dirigidos a alumnos, padres y docentes.	Los protocolos actuales contra el bullying son percibidos como insuficientes o poco aplicados.
Incorporar programas sostenidos de apoyo emocional y habilidades socioemocionales desde primaria.	bullying digital a través de redes sociales (mensajes ofensivos, fotos humillantes, exclusión).	Mayor colaboración entre familias y escuela para abordar problemas emocionales y sociales específicos.	Algunos padres sienten que el trato hacia los estudiantes no es equitativo, lo que genera exclusión o marginación.
Refuerzo de valores en el entorno escolar (respeto, empatía, tolerancia), en coherencia con la educación en casa.	Influencia de malas compañías o entornos externos que pueden afectar la conducta del niño en la escuela.	Actividades que favorezcan la integración positiva entre alumnos y prevengan la formación de grupos agresores o excluyentes.	Los padres destacan experiencias valiosas como talleres, charlas o dinámicas grupales. Muchos padres no reciben retroalimentación
Respuestas rápidas, claras y firmes ante denuncias de bullying, discriminación o violencia entre pares.	Dificultades de integración y baja autoestima en estudiantes que han sido víctimas de acoso o exclusión.	Reconocimiento de logros emocionales y sociales, además del rendimiento académico.	sobre el desarrollo emocional de sus hijos, solo el aspecto académico.

Por ejemplo, algunos mencionan que sus padres están preocupados por el bullying que enfrentan, pero no siempre saben cómo abordarlo, mientras que otros indican que sus padres han intentado hablar con los profesores sobre los problemas de acoso, aunque sin resultados significativos. En cambio, ciertos estudiantes señalan que sus padres son más proactivos y buscan dialogar con la escuela para encontrar soluciones, lo que refleja una mayor participación en la vida escolar de sus hijos.

En cuanto a la percepción de los padres sobre el entorno escolar, muchos de ellos, según lo reportado por los estudiantes, están conscientes de que el bullying es un problema significativo. Por ejemplo, ciertos padres saben que sus hijos han sido víctimas de burlas y

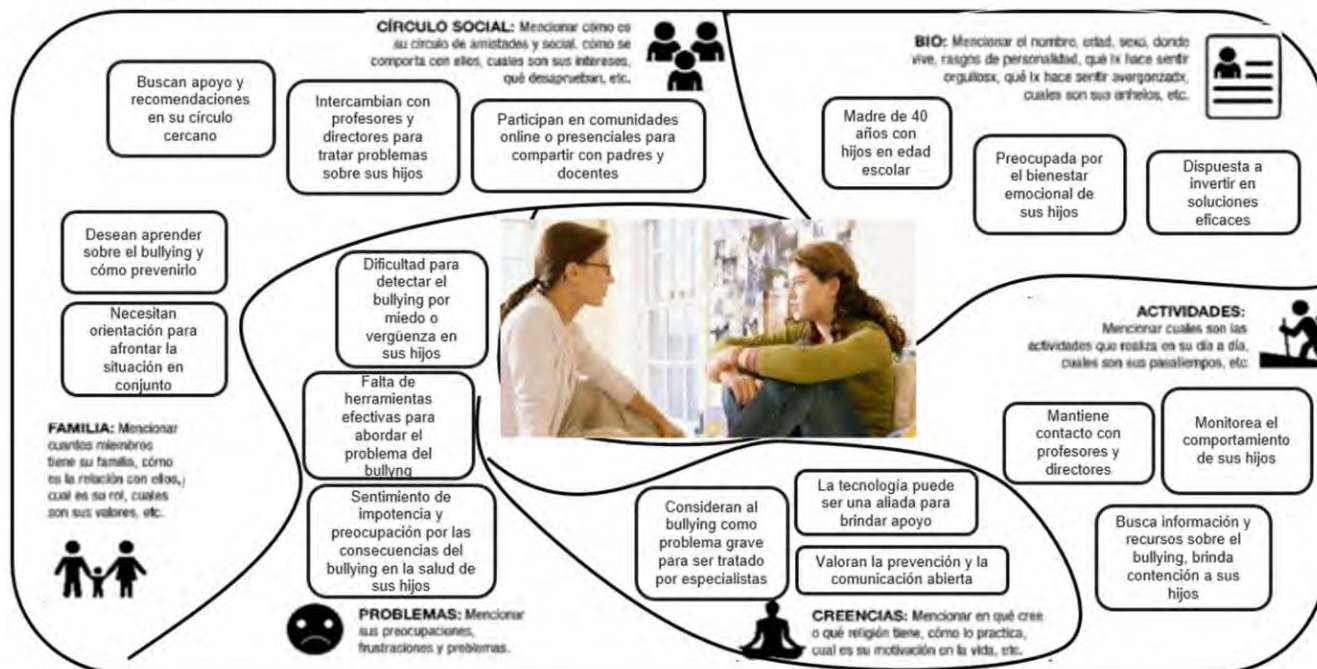
comentarios hirientes, y esto les genera preocupación, pero sienten que la escuela no ofrece el apoyo necesario para manejar estas situaciones. Otros padres de familia, por otro lado, han expresado a sus hijos que desearían que los profesores fueran más atentos y que existieran programas más efectivos contra el bullying, lo que indica una frustración compartida con la falta de intervención institucional. Sin embargo, no todos los padres están igual de informados. Algunos padres no están completamente al tanto de lo que sucede en la escuela, lo que sugiere una desconexión en algunos casos entre los estudiantes y sus familias respecto a los problemas escolares.

Las preocupaciones de los padres se centran principalmente en el bienestar emocional de sus hijos y en cómo el bullying afecta su autoestima y desempeño académico (Ver Figura 11). Los padres de cuyos hijos han sido víctimas de bullying, están particularmente inquietos por la inseguridad que esto genera en ellos, y desearían que la escuela implementara medidas más efectivas, como talleres de convivencia o mayor presencia de consejeros. En términos de expectativas, la madre Yahaira Novoa de 40 años de edad, a través de las percepciones de su hija, muestra un interés claro en que la escuela sea un entorno más seguro y de apoyo, donde su hija pueda superar las experiencias de bullying y soledad. Ella desearía que los profesores fueran más proactivos y que se implementaran estrategias más efectivas, como talleres de convivencia o mayor presencia de consejeros, para ayudar a su hija a integrarse mejor con sus compañeros y a fortalecer su resiliencia emocional. Yahaira Novoa es una madre comprometida que está profundamente preocupada por el impacto del bullying en su hija, que busca activamente soluciones a través del diálogo con la escuela, pero que se siente limitada por la falta de apoyo institucional, lo que la lleva a desear una mayor colaboración entre padres y docentes, así como un entorno escolar más seguro y respetuoso para garantizar el bienestar emocional y social de su hija.

Figura 11

Lienzo Meta Usuario-Padre de Familia

Lienzo Meta Usuario-Yahaira Novoa



3.2. Mapa de Experiencia de Usuario

Con la finalidad de explicar detalladamente los hallazgos, se ha realizado la creación de un mapa de experiencia de usuario o *journey map*, el cual es una herramienta fundamental en el análisis para comprender cómo los estudiantes y los padres de familia enfrentan los desafíos del entorno escolar, especialmente en relación con el bullying. Este enfoque integral nos ha permitido explorar las emociones, necesidades y desafíos de cada actor para proponer estrategias concretas que promuevan un entorno más seguro, inclusivo y respetuoso.

3.2.1. Mapa de Experiencia de Usuario Estudiante

A partir del análisis de las respuestas brindadas por los 36 estudiantes entrevistados, se identifican patrones comunes que revelan cómo se vive el bullying dentro del entorno escolar desde la perspectiva de quienes lo han experimentado directa o indirectamente. La evidencia de estas entrevistas se encuentra en el siguiente enlace <https://n9.cl/xwqy8n>. Estas experiencias muestran que la trayectoria de un estudiante frente al acoso escolar está marcada

por etapas emocionales profundas, relacionadas con la inseguridad, la frustración y la búsqueda constante de apoyo.

Muchos de los estudiantes señalaron que al iniciar un nuevo año escolar llegan con ilusión, con deseos de integrarse a sus grupos y establecer nuevas amistades. Sin embargo, cuando surgen los primeros signos de bullying (como apodos, burlas sobre la apariencia o exclusión en el aula o redes sociales) aparecen sentimientos de confusión y dolor. Varios mencionan que llegan a sentirse responsables del maltrato recibido, creyendo que algo en su forma de ser justifica el rechazo.

Ante esta situación, es común que los estudiantes opten por guardar silencio. Lo hacen por miedo a represalias, vergüenza o simplemente porque piensan que no les van a creer. Este retraimiento se convierte en una estrategia de defensa emocional, reforzada muchas veces por el ejemplo de otros compañeros con los cuales hablaron, pero no fueron escuchados o ayudados. En algunos casos, este silencio deriva en aislamiento, ansiedad o incluso depresión, agravados por una falta de respuesta efectiva por parte del entorno educativo.

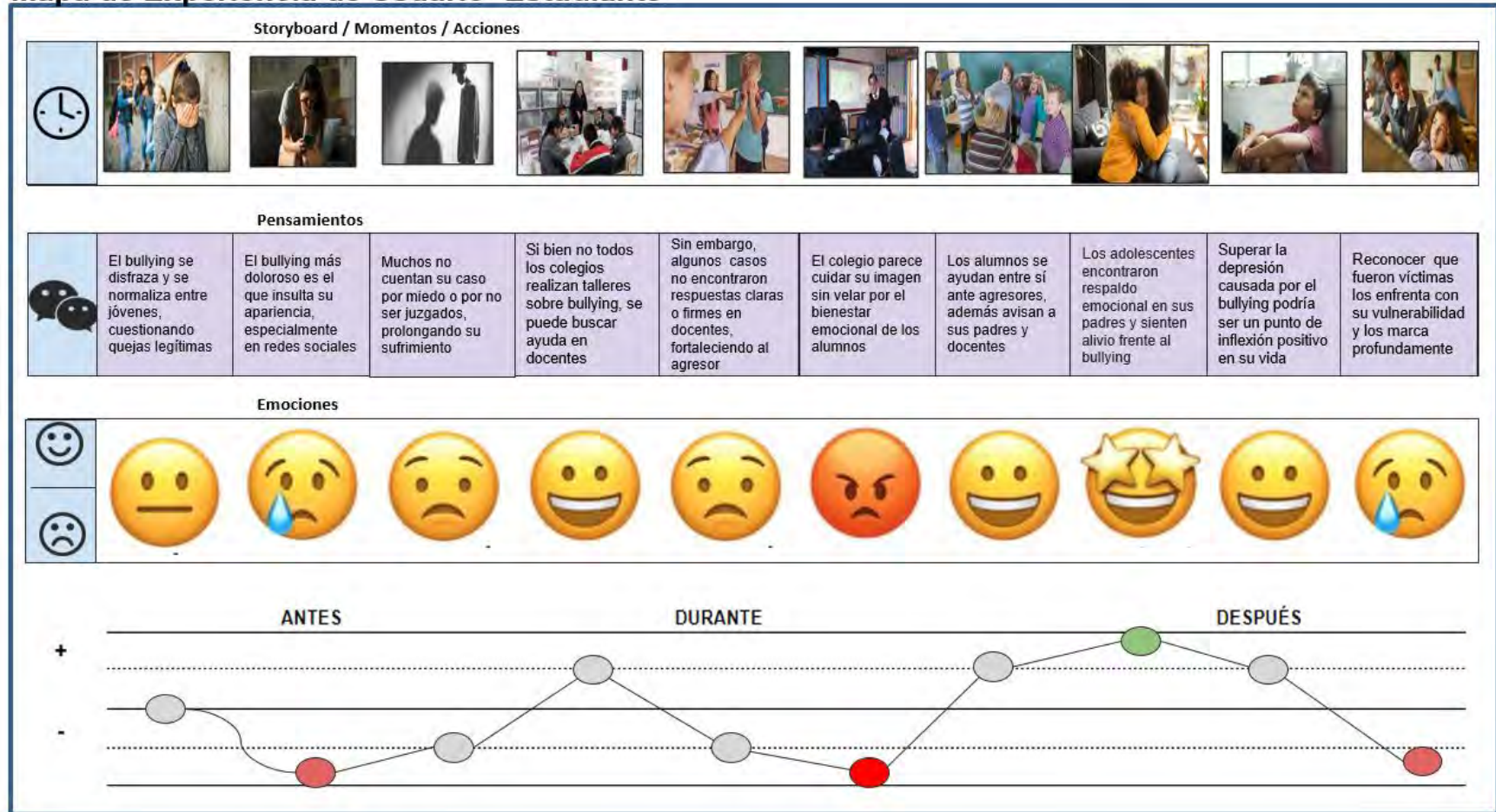
En ciertos momentos, algunos estudiantes relataron que lograron contar lo sucedido a un docente, familiar o amigo. Lo hicieron con una mezcla de esperanza y temor. En los casos donde fueron escuchados y se tomaron medidas claras (como conversaciones con los agresores o derivación al área psicológica), los estudiantes expresaron que se sintieron aliviados y valorados. Por el contrario, cuando no hubo seguimiento o empatía, su confianza se vio aún más deteriorada (Ver Figura 12).

Con el tiempo, varios jóvenes manifestaron haber buscado nuevos espacios de pertenencia, intentando rodearse de personas con las que se sintieran seguros. No obstante, indicaron que, incluso después de superado el episodio de bullying, permanecen alertas, con una autoestima frágil y se conducen con mucha cautela en sus relaciones.

Figura 12

Mapa de Experiencia de Usuario (Estudiante)

Mapa de Experiencia de Usuario -Estudiante



Momentos Positivos Usuario Estudiante.

- Sensación de apoyo familiar: Muchos estudiantes mencionaron que pudieron contar con el respaldo de sus padres, especialmente sus madres, cuando enfrentaron bullying. El solo hecho de ser escuchados y defendidos por su familia se convirtió en un alivio emocional importante.
- Ayudar a compañeros que sufrían bullying: Varios adolescentes dijeron que su reacción ante el bullying hacia otros fue intervenir, avisar a profesores o ponerse en el lugar del agredido. Esta empatía les dio una sensación de haber hecho lo correcto.

Charlas, Tutorías y Apoyo Psicológico en Algunos Colegios. Aunque no en todos, algunos jóvenes reconocieron que su escuela sí organiza talleres o charlas sobre bullying, lo cual les hace sentir que hay preocupación por el tema y que podrían encontrar ayuda.

- Superación personal del bullying: Uno de los momentos más significativos fue cuando una adolescente relató cómo logró mejorar su autoestima y superar la depresión causada por burlas sobre su físico. Ese progreso emocional y físico fue un punto de inflexión positivo en su vida.
- Profesores que intervienen adecuadamente: Algunos estudiantes relataron que los docentes y tutores sí reaccionan al ser informados, interviniendo con dirección o psicólogos. Esto les genera confianza y tranquilidad.

Momentos Negativos Usuario Estudiante.

- Ciberbullying y ataques al físico: El bullying más doloroso fue el que atacaba directamente su apariencia, especialmente cuando se daba en redes sociales con comentarios crueles. Esto afectó su autoestima, generando ansiedad y tristeza profunda.

- Sensación de que las autoridades escolares no hacen suficiente: Varios adolescentes expresaron que el colegio parece más interesado en la “imagen” o en llenar formalidades (como papeletas) que en el bienestar emocional de los estudiantes.
- Miedo a hablar: Muchos adolescentes no contaron lo que les pasaba por temor a represalias, a que no les creyeran o a ser juzgados. Este silencio prolongó su sufrimiento.
- Falta de acciones claras ante el bullying: Algunos estudiantes dijeron que, aunque avisaban a un profesor, no pasaba nada concreto. Esta falta de consecuencia fortalecía al agresor y hacía sentir a la víctima aún más desprotegida.
- Normalización del acoso entre estudiantes: Algunos adolescentes relataron que el bullying se disfraza de bromas constantes, lo que confunde a las víctimas, que no saben si están siendo acosadas o simplemente "molestadas con cariño".

Momento de Mayor Dolor según Los Testimonios. Reconocer que fueron víctimas por mucho tiempo sin saber cómo defenderse: El momento más doloroso para varios adolescentes fue mirar atrás y darse cuenta de que aceptaron insultos, burlas y exclusión como algo normal, sin haber tenido herramientas para enfrentarlo ni apoyo suficiente. Uno de los testimonios más impactantes fue el de una adolescente que relató cómo lloraba sola, sufría ansiedad, se sentía fea e insuficiente, hasta que finalmente su madre notó su estado y actuó. Este tipo de experiencias dejan huellas profundas.

3.2.2. Mapa de Experiencia Cliente Padre de Familia

El mapa de experiencia fue elaborado a partir del análisis de las entrevistas realizadas a 37 padres de familia, cuyas respuestas permitieron identificar los puntos críticos de contacto con el servicio, evidencia cómo viven ellos el bullying escolar desde su rol de cuidadores y

acompañantes emocionales. Este recorrido comienza con la percepción general del entorno educativo y familiar. Muchos padres coincidieron en que el bullying es un problema creciente y complejo, exacerbado por la exposición temprana a redes sociales, la carencia de valores fortalecidos en casa y la limitada presencia o involucramiento adulto tanto en la escuela como en el hogar.

En una primera etapa, los padres relatan sentimientos de incertidumbre y confusión, especialmente cuando no tienen información suficiente para reconocer o enfrentar el acoso escolar. Esta dificultad se agrava cuando sus hijos no se comunican abiertamente o guardan silencio por temor, vergüenza o desconfianza.

La segunda fase está marcada por el intento de los padres por acercarse a sus hijos, abrir canales de diálogo y entender lo que ocurre. Algunos logran generar un clima de confianza que permite que los menores expresen experiencias de exclusión, burlas o violencia verbal. Otros, en cambio, solo pueden intuir el problema por conductas evasivas o silencios prolongados.

Finalmente, en su mayoría, los padres reconocen la importancia de participar activamente en la prevención del bullying y expresan disposición a involucrarse más en talleres, charlas o programas escolares. Muchos de ellos consideran que las escuelas deben integrar a las familias como aliadas claves en la formación emocional de los niños y adolescentes, y están dispuestos incluso a pagar por un programa especializado externo que garantice una intervención profesional y sostenida. La experiencia global del padre o madre frente al bullying es una combinación de preocupación constante, aprendizaje progresivo y búsqueda de soluciones efectivas para el bienestar emocional de sus hijos (Ver Figura 13).

Esta creciente conciencia por parte de los padres refleja una oportunidad clave para fortalecer el vínculo escuela-familia desde un enfoque de corresponsabilidad. En el contexto

peruano, donde las brechas socioemocionales aún son significativas, el compromiso activo de los padres puede convertirse en un eje transformador dentro de la comunidad educativa.

Momentos Positivos Padre de Familia.

- **Apoyo del hijo hacia otros compañeros.** Varios padres destacaron con orgullo cuando sus hijos defendieron o ayudaron a otros estudiantes que sufrían bullying, como el caso de un adolescente que se acercó a otro con síndrome de Tourette para integrarlo, o cuando intervinieron ante burlas hacia compañeros más vulnerables.
- **Buena comunicación con sus hijos.** Algunos padres manifestaron satisfacción al notar que sus hijos se sienten en confianza para contarles lo que ocurre en el colegio, incluyendo problemas, conflictos o agresiones que observan o experimentan.
- **Acciones inmediatas del colegio.** En ciertos casos, los colegios respondieron rápidamente ante reportes de bullying, implementando reuniones con docentes, padres y psicólogos. Esto fue valorado como un momento positivo, porque mostró compromiso institucional.
- **Cambios emocionales positivos tras intervención.** Algunos padres relataron cómo sus hijos recuperaron la alegría o autoestima luego de recibir apoyo emocional, cambiar de aula o participar en talleres. Se evidenció una mejora en su bienestar gracias a las medidas tomadas.
- **Reforzamiento de valores en casa.** Muchos padres manifestaron satisfacción al ver reflejados en sus hijos los valores enseñados en casa, como el respeto, la empatía o la solidaridad, especialmente cuando estos se expresaban en su conducta escolar.

Momentos negativos Padre de Familia.

- **Indiferencia del colegio o docentes.** En varias entrevistas se repitió el sentimiento de impotencia porque las autoridades escolares minimizaron los casos de bullying, no aplicaron sanciones o pusieron trabas burocráticas para ver cámaras o tener acceso a pruebas.
- **Cambio en la conducta de los hijos.** Algunos padres notaron aislamiento, tristeza o pérdida de interés escolar en sus hijos, sin saber inicialmente que era consecuencia del bullying. Esta transformación emocional generó preocupación y culpa por no haberlo detectado antes.
- **Poca accesibilidad a apoyo psicológico escolar.** Varios padres mencionaron que, aunque el colegio tenía psicólogo, era difícil obtener atención o el seguimiento era insuficiente. Esto limitaba la posibilidad de prevenir o atender adecuadamente las situaciones de acoso.
- **Falta de sanciones para los agresores.** Hubo frustración al ver que algunos adolescentes agresores no recibían consecuencias claras. En ciertos casos, los agresores eran trasladados de aula o simplemente les llamaban la atención, sin una intervención estructurada.
- **Normalización del bullying por otros padres o autoridades.** Algunos entrevistados contaron que, al tratar de hablar con los padres del agresor o con directores, estos relativizaron la situación diciendo que eran cosas de adolescentes, lo cual agravó el sentimiento de injusticia.

Momento de Mayor Dolor. Descubrir que su hijo fue víctima silenciosa durante mucho tiempo: El momento más doloroso para muchos padres fue enterarse tarde que sus hijos habían sufrido bullying de forma constante sin haberlo contado. En algunos casos, los adolescentes eran chantajeados (por ejemplo, dar dinero para que no los molesten) o sufrían

exclusión social, y solo revelaron la situación cuando ya presentaban consecuencias emocionales evidentes como llanto, aislamiento o rechazo escolar. La sensación de no haber podido protegerlos a tiempo fue descrita con mucha tristeza.

3.3. Identificación de las Necesidades

Luego de haber examinado los momentos positivos y negativos experimentados por el usuario, se empleó un enfoque mixto que combinó entrevistas, observaciones y análisis de datos recopilados en instituciones educativas de Lima Metropolitana. Este análisis permitió identificar patrones comunes y divergentes que delinear las principales necesidades relacionadas con la convivencia escolar y la problemática del bullying.

3.2.1. Necesidades Identificadas del Usuario – Estudiante

Según Hawker y Boulton (2000), el bullying tiene efectos perjudiciales duraderos en la autoestima y el desarrollo social de los jóvenes, lo que subraya la urgencia de implementar programas que no solo brinden un abordaje efectivo a los casos identificados, sino que también contribuyan a reducir la recurrencia de nuevos incidentes. Los estudiantes necesitan herramientas para reconocer y gestionar comportamientos emergentes que podrían derivar en agresión. De acuerdo con Psicología y Mente (2022), estas emociones se expresan en una baja autoestima y estrés persistente, impactando su salud mental. La dificultad para manejar emociones "No sé cómo gestionar las emociones que siento por el acoso" manifiesta una fragilidad emocional que perpetúa el ciclo de victimización.

La identificación de necesidades específicas para estudiantes escolares destaca una dimensión crítica del problema del bullying: la prevención como eje central para evitar su escalamiento.

Intervenir desde las primeras señales es clave para transformar las comunidades escolares en espacios inclusivos, seguros y equitativos, alineados con los Objetivos de

Desarrollo Sostenible y el bienestar de las futuras generaciones (UNESCO, 2023; WHO, 2020).

El análisis cualitativo de las entrevistas realizadas a estudiantes de secundaria permite identificar las principales necesidades emocionales, sociales y estructurales que enfrentan en relación con el bullying escolar. Estas necesidades no solo reflejan las experiencias individuales de los estudiantes víctimas, testigos o incluso aquellos que han superado episodios de acoso, sino también las fallas institucionales y sociales en la prevención, detección y atención efectiva del problema. A continuación, se detallan las seis necesidades claves que emergen como prioritarias para garantizar su bienestar, fortalecer su autoestima y construir entornos escolares seguros y empáticos:

Necesidad de Apoyo Emocional y Psicológico Confiable. Muchos estudiantes indicaron que, cuando enfrentan situaciones de acoso, se sienten solos, confundidos o angustiados. Aunque algunas escuelas tienen psicólogos, no todos los estudiantes sienten que pueden acudir a ellos, ya sea porque no tienen confianza o porque no los ven accesibles. Lo que buscan no es solo un profesional presente, sino alguien con quien realmente puedan hablar, que los escuche sin juzgar y que los oriente con calidez. También esperan que haya seguimiento y no solo una conversación aislada. En varios casos, los estudiantes que sí recibieron este tipo de apoyo dijeron sentirse más fuertes y tranquilos para enfrentar la situación.

Necesidad de Sentirse Seguros en el Entorno Escolar. El miedo a ser maltratado, señalado o agredido verbal o físicamente fue una constante en las respuestas. Esta inseguridad se da tanto en los patios como en las aulas de clases, y también en el ámbito digital, con casos de ciberacoso. Algunos estudiantes dijeron que evitaban hablar o defenderse por temor a represalias, mientras otros mencionaron que los adultos no siempre estaban atentos o no intervenían. Esta sensación de inseguridad afecta su bienestar emocional

y su rendimiento escolar. Por ello, demandan un entorno donde puedan moverse con tranquilidad, sin sentir que van a ser ridiculizados o humillados.

Necesidad de Canales Efectivos para Denunciar el Bullying. Muchos estudiantes no sabían a quién acudir o sentían que, aunque lo dijeran, “no pasaba nada”. Algunos sí lo contaron, pero se desilusionaron al ver que no hubo consecuencias o que los profesores minimizaron el problema. Esto genera frustración y desconfianza en las autoridades. Por eso, los estudiantes necesitan canales claros, accesibles y seguros donde puedan denunciar sin exponerse a ser revictimizados. También esperan que se les garantice confidencialidad y que, si hablan, haya una respuesta real y oportuna.

Necesidad de una Cultura Escolar Basada en el Respeto y La Convivencia. Varios estudiantes identifican que los insultos, las burlas o la exclusión se han vuelto “normales” en algunos colegios. En esos entornos, los valores como el respeto, la empatía y la solidaridad parecen debilitados. Por eso, demandan campañas, talleres y actividades donde se refuercen estos valores desde el ejemplo de los adultos y desde la práctica cotidiana. Algunos sugieren que haya normas claras contra el bullying, que se hagan cumplir y que se premie el buen comportamiento.

Necesidad de Acompañamiento Familiar Activo. Muchos estudiantes dijeron que cuando les contaron a sus padres lo que vivían, sintieron alivio. Otros lamentaron no poder hablar con sus familias por miedo o porque creían que no los entenderían. Este contraste muestra la importancia de que los padres deben estar atentos a los cambios de comportamiento, escuchen sin juzgar y acompañen activamente a sus hijos. Asimismo, se evidenció que el involucramiento activo de los padres, en coordinación con la escuela, permite una intervención más eficaz frente al bullying.

Necesidad de Integración Social sin Discriminación. Varios estudiantes dijeron que fueron blanco de burlas por su físico, por tener alguna discapacidad, por su color de piel o

simplemente por ser diferentes. Esto los llevó a sentirse excluidos y con baja autoestima. Lo que piden es poder pertenecer, ser aceptados como son, sin tener que “encajar” en estándares impuestos por el grupo. Quieren ser parte de los grupos sin miedo al rechazo, y piden que se fomente una cultura donde las diferencias se respeten y no se conviertan en motivo de burla.

Análisis de las Necesidades del Usuario – Estudiante. Para comprender con mayor profundidad la problemática del bullying desde la experiencia estudiantil, se clasificaron los dolores del usuario en tres niveles: emocionales, sociales y estructurales. Esta clasificación permite identificar no solo los efectos visibles del acoso, sino también las barreras invisibles que impiden una respuesta adecuada por parte de los estudiantes (Ver Tabla 4).

Tabla 4

Clasificación del Dolor del Usuario Estudiante

Nivel de Dolor	Manifestaciones Clave	Evidencias desde las entrevistas
Emocional	Ansiedad, tristeza, depresión, baja autoestima	Valentina, María Alejandra, Luis Santiago
Social	Rechazo, exclusión, presión de grupo, burlas públicas	César Augusto, Romina, Carlos Leonardo
Estructural	Inacción del colegio, falta de protocolos, escaso apoyo psicológico	Romina, Luis Santiago, Carlos Leonardo

Percepción del Riesgo de Denunciar según el Contexto Educativo. La percepción del riesgo también varía según el entorno educativo. En el caso de Franchesco (13 años), indica que los estudiantes tienden a sentirse más seguros: “hay profesores rondando todo el tiempo, eso ayuda” (Ver Tabla 5).

Conclusión del Análisis. Este análisis integral evidencia que los estudiantes víctimas de bullying enfrentan dolores emocionales, sociales y estructurales que afectan su bienestar y su capacidad para buscar ayuda. La normalización del acoso, el temor a no ser creídos o el rechazo social refuerzan estrategias de evasión que perpetúan el problema. Asimismo, la experiencia previa con adultos influye en la disposición a interactuar con soluciones futuras, mientras que la percepción del riesgo varía de acuerdo al grado de acción preventiva y de

contención emocional. Todo esto subraya la urgencia de implementar soluciones integrales que respondan a estas necesidades desde la empatía, las técnicas de reducción de bullying y el acompañamiento profesional sostenido.

Tabla 5

Percepción de Riesgo según el Contexto Educativo

Contexto Educativo	Percepción del Riesgo	Evidencia Entrevistada
Colegio con vigilancia y docentes activos	Bajo	Franchesco: “hay profesores rondando por todo el patio”
Colegio con falta de protocolos o apoyo	Alto	Romina: “no hay apoyo emocional, importa más la apariencia”
Colegio con apoyo familiar cercano	Bajo	Valentina: “mi mamá me ayudó a superarlo, me siento mejor”
Colegio con respuesta institucional deficiente	Alto	Luis Santiago: “no hicieron mucho, aún da temor”



Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio

Este capítulo presenta el diseño y desarrollo de una solución tecnológica enfocada en la detección temprana y abordaje psicológico del bullying escolar. Basado en experiencias reales de estudiantes y metodologías ágiles como Scrum, se estructuró una propuesta centrada en aliviar el impacto emocional y proteger la salud mental de adolescentes afectados. El programa, diseñado por un psicólogo clínico, incluye la identificación de señales de alerta, sesiones terapéuticas y trabajo con las familias, dentro de un modelo accesible, escalable y centrado en el bienestar emocional.

4.1. Concepción del Producto o Servicio

Esta investigación adopta un enfoque metodológico ágil, utilizando el marco de trabajo Scrum, con el objetivo de diseñar y validar un Producto Mínimo Viable (PMV) que permita abordar el bullying escolar desde una perspectiva terapéutica. El producto estará dirigido a adolescentes entre 10 y 17 años que han sido víctimas o testigos de acoso, y buscará ofrecer una intervención breve, estructurada y profesional que acompañe el impacto emocional que esta experiencia puede generar.

Tal como se expone en el Capítulo I, si bien existen iniciativas orientadas a la prevención, muchas veces no se cuenta con mecanismos eficaces para intervenir después de que el bullying ha ocurrido. Esto genera vacíos importantes en la atención a los estudiantes, que se traducen en retraimiento, ansiedad, baja autoestima y otros efectos emocionales no resueltos. Frente a esta situación, el objetivo será crear un modelo de abordaje terapéutico que responda directamente a esa necesidad no cubierta.

Si bien el producto se centrará en el abordaje terapéutico posterior al bullying, se espera que el proceso contribuya también a la prevención de nuevas situaciones de acoso. A través del trabajo emocional con el adolescente, el fortalecimiento de su autoestima y la generación de espacios seguros de expresión, el modelo podrá aportar a una mayor

conciencia individual y familiar sobre las dinámicas del bullying, sus señales de alerta y las formas de afrontarlo.

Por la naturaleza del producto, se requerirá una metodología que permita iterar rápidamente, incorporar el *feedback* de los usuarios y adaptarse a los resultados de cada etapa. Esto justifica el uso de Scrum, cuyos principios y componentes se detallarán en los siguientes apartados.

4.1.1. Generación de Ideas Mediante el Lienzo 6x6

Para estructurar la propuesta del producto se utilizó el lienzo 6x6, una herramienta recomendada en metodologías ágiles como parte del enfoque centrado en el usuario. Esta metodología permite conectar de forma clara el problema identificado con una posible solución, partiendo de los dolores reales de las personas involucradas.

El equipo llevó a cabo cinco sesiones de una hora, en las que se aplicó el *brainstorming* estructurado, priorización de ideas y análisis de factibilidad. Cada integrante aportó desde su propia formación y experiencia profesional, lo que permitió tener distintas miradas sobre el problema.

Dado que ninguno de los miembros del equipo cuenta con formación en psicología, se recurrió a juicio de expertos, invitando a psicólogos clínicos y educativos que nos ayudaron a validar las propuestas, ajustar el enfoque y evitar interpretaciones equivocadas.

A partir de este proceso, se definieron los elementos clave enfocados en el abordaje terapéutico del bullying mediante un modelo breve de cuatro sesiones individuales. Este insumo fue fundamental para avanzar en el desarrollo del producto, que se trabajó luego bajo el marco metodológico de Scrum.

Después de culminar las sesiones de ideación utilizando el Lienzo 6x6 (Ver figura 14), se llevó a cabo un proceso de selección y priorización que permitió organizar las ideas propuestas y definir aquellas que servirían de base para nuestro producto. Este paso fue clave

para aterrizar las propuestas creativas en soluciones viables, sostenibles y alineadas con los objetivos de esta investigación.

Figura 14

Lienzo 6 x 6

OBJETIVOS		NECESIDADES			
1. Desarrollar una herramienta integral que prevenga, detecte y aborde el bullying escolar, fomentando las habilidades socioemocionales y sociales de los estudiantes. 2. Crear un entorno escolar seguro, en el que estudiantes, docentes y familias colaboren activamente para prevenir y gestionar casos de bullying. 3. Incorporar herramientas tecnológicas avanzadas que permitan monitorear el estado socioemocional de los estudiantes en tiempo real. 4. Brindar soluciones personalizadas basadas en la detección temprana, asegurando intervenciones efectivas y adaptadas		1. Los estudiantes necesitan un espacio seguro donde puedan expresar sus emociones sin temor ni represalias. 2. Es fundamental identificar y abordar los casos de bullying de forma oportuna, para prevenir daños emocionales y físicos en los involucrados. 3. Las instituciones educativas requieren tecnologías que permitan monitorear dinámicas escolares y detectar patrones de riesgo de manera eficiente. 4. Los colegios y familias necesitan estrategias innovadoras para fortalecer el desarrollo socioemocional y prevenir el acoso. 5. Se deben crear herramientas que integren monitoreo tecnológico con metodologías pedagógicas que promuevan valores como la empatía y el respeto. 6. Padres y docentes necesitan capacitaciones y materiales prácticos para detectar señales tempranas de bullying y apoyar a los estudiantes en riesgo.			
PREGUNTAS GENERADORAS					
¿Cómo podemos identificar señales tempranas de bullying en los estudiantes?	¿Cómo podemos involucrar a los padres en la prevención y detección del bullying?	¿Cómo podemos fomentar un ambiente de respeto y empatía en las aulas?	¿Cómo podemos brindar herramientas a los docentes para intervenir ante casos de bullying?	¿Cómo podemos utilizar la tecnología para prevenir y detectar casos de bullying?	¿Cómo podemos garantizar que las víctimas de bullying reciban apoyo efectivo?
Crear una aplicación con un registro diario de emociones de los estudiantes.	Implementar módulos interactivos de formación sobre señales de bullying para los padres.	Realizar simulaciones gamificadas que promuevan la empatía entre los estudiantes.	Diseñar talleres de capacitación continua para docentes sobre manejo de conflictos.	Utilizar inteligencia artificial para analizar patrones de comportamiento en las aulas.	Desarrollar programas de apoyo psicológico personalizado para estudiantes afectados.
Diseñar encuestas anónimas y periódicas sobre el clima emocional en el aula.	Desarrollar reportes semanales automatizados sobre el estado emocional de los estudiantes.	Organizar círculos de diálogo donde los estudiantes compartan sus experiencias y emociones.	Crear protocolos de intervención rápida y efectiva para los docentes ante casos detectados.	Implementar sistemas de alerta temprana basados en cuestionarios emocionales diarios.	Crear grupos de apoyo donde las víctimas puedan compartir y recibir acompañamiento.
Monitorear la interacción en áreas comunes mediante observación directa de docentes.	Realizar talleres prácticos donde padres e hijos practiquen la resolución de conflictos.	Establecer competencias escolares de "buenas acciones" y reconocimiento positivo.	Proporcionar guías descargables con estrategias efectivas para abordar casos de bullying.	Desarrollar una aplicación con herramientas de denuncia anónima para estudiantes y docentes.	Implementar talleres de resiliencia y autoestima enfocados en las víctimas de bullying.
Crear diarios virtuales donde los estudiantes puedan expresar sus emociones libremente.	Crear una plataforma de comunicación directa y fluida entre padres y docentes.	Diseñar actividades artísticas grupales que fomenten la inclusión y el trabajo en equipo.	Organizar simulaciones de situaciones de bullying para entrenar a los docentes en su manejo.	Colocar cámaras de seguridad en áreas de riesgo con monitoreo inteligente.	Ofrecer seguimiento continuo a través de psicólogos y consejeros dentro de las instituciones.
Implementar un sistema de reportes digitales para identificar patrones emocionales.	Desarrollar boletines informativos con recursos digitales y consejos preventivos.	Integrar ejercicios diarios de reflexión sobre el respeto y la convivencia en el aula.	Realizar evaluaciones periódicas sobre las habilidades de intervención de los docentes.	Crear plataformas gamificadas donde los estudiantes aprendan a identificar y evitar el acoso.	Desarrollar alianzas con organizaciones para proporcionar apoyo externo a las víctimas.
Utilizar la observación y la retroalimentación de compañeros como método de monitoreo.	Organizar actividades familiares que promuevan la confianza y comunicación en el hogar.	Establecer programas de mentoría entre estudiantes de grados mayores y menores.	Brindar recursos audiovisuales de capacitación accesibles a los docentes en todo momento.	Crear un chatbot interactivo que guíe a los estudiantes y docentes en la detección del bullying.	Implementar actividades recreativas que ayuden a fortalecer la autoestima de las víctimas.

Se analizó cada propuesta tomando en cuenta diversos criterios como el impacto en la salud emocional del adolescente, la posibilidad de implementarla sin depender del sistema escolar, su costo de ejecución, y, sobre todo, su coherencia con el público objetivo al que se dirige esta propuesta. Para reforzar la validez del proceso, también se realizaron consultas puntuales a profesionales de la salud mental que ayudaron a contrastar la pertinencia técnica y ética de lo planteado.

A partir de este análisis, se definieron seis ideas clave:

- Implementar un servicio de terapia psicológica para mejorar la salud mental. Surge como una respuesta directa al vacío de atención emocional que enfrentan los adolescentes luego de sufrir bullying. Esta propuesta contempla un espacio terapéutico seguro, fuera del entorno escolar, donde se brinde acompañamiento clínico a través de profesionales especializados en salud mental adolescente. Incluye una evaluación inicial, un ciclo de sesiones individuales y un informe de cierre dirigido a orientar a la familia. De ser necesario, se prevé la coordinación con la escuela, siempre con autorización de los padres, para asegurar un abordaje más integral. Esta solución se posiciona como el eje central del PMV, por su viabilidad y por la urgencia del problema que busca resolver.
- Crear salas de escucha o “zonas de confianza” gestionadas por orientadores. Se propone implementar espacios seguros dentro de los colegios, atendidos por orientadores o psicólogos, donde los estudiantes puedan expresarse libremente. Estos ambientes estarían diseñados para fomentar la empatía, la contención emocional y el diálogo respetuoso, sirviendo también como espacios de prevención y resolución pacífica de conflictos.
- Diseñar un protocolo de actuación ante bullying con participación de toda la comunidad. Consiste en diseñar un procedimiento claro y participativo para abordar los casos de acoso escolar. Involucra a toda la comunidad educativa y busca establecer pasos concretos para la detección, denuncia, intervención y seguimiento de los casos, promoviendo una cultura institucional de responsabilidad y transparencia.
- Aplicar sanciones reparadoras visibles y pedagógicas. A diferencia de las medidas punitivas tradicionales, se propone la implementación de sanciones enfocadas en la reparación del daño y la reflexión. Estas pueden incluir cartas de disculpa, actividades

comunitarias o procesos de mediación guiada, siempre con la intención de que el agresor tome conciencia del impacto de sus actos y la víctima perciba respaldo institucional.

- Establecer encuentros trimestrales entre padres, docentes y psicólogos. Se busca generar espacios de encuentro e intercambio entre las familias y la escuela, orientados a fortalecer la prevención del bullying desde el hogar. Estos encuentros permitirían compartir herramientas, identificar señales de alerta y fomentar una cultura de involucramiento y comunicación activa.
- Implementar planes de mejora conductual con acompañamiento constante. Dirigido especialmente a adolescentes víctimas de bullying, este plan contempla sesiones periódicas de fortalecimiento emocional, seguimiento personalizado y la entrega de un informe para la familia. Su objetivo es consolidar la recuperación del adolescente, reforzar su autoestima y prevenir secuelas a largo plazo.

Estas ideas fueron evaluadas en función de su impacto, viabilidad, costo de implementación y alineación con el objetivo del proyecto. El PMV se centrará en la primera propuesta, sin excluir la posibilidad de incorporar progresivamente las demás en etapas futuras de desarrollo.

4.1.2. Análisis del Lienzo Costo-Impacto

Una vez seleccionadas las ideas con mayor potencial desde el Lienzo 6x6, se procedió a analizarlas desde una perspectiva más operativa y realista, considerando las limitaciones propias de un PMV. Para ello, utilizamos el Lienzo Costo-Impacto, una herramienta que permitió evaluar cada propuesta tomando en cuenta tres variables clave: el costo monetario estimado, la dificultad de implementación y el tiempo requerido para su ejecución.

Este análisis fue fundamental para tomar decisiones concretas sobre qué ideas debían priorizarse en esta etapa. Se asignaron puntuaciones a cada criterio, siendo 1 el valor más

bajo (menor costo o dificultad) y 5 el más alto. Luego se promedió la puntuación total de cada propuesta para tener una visión comparativa más clara (Ver Tabla 6).

Tabla 6

Ponderación de Ideas del Lienzo Costo-impacto

Ideas Seleccionadas	Costo Monetario	Dificultad de Implementación	Costo en Tiempo	Promedio Costo/Impacto
Implementar un servicio de terapia psicológica para mejorar la salud mental	3	2	3	4
Crear salas de escucha o “zonas de confianza” gestionadas por orientadores	4	3	3	3
Diseñar un protocolo de actuación ante bullying con participación de toda la comunidad	2	3	3	2.7
Aplicar sanciones reparadoras visibles y pedagógicas	2	2	2	2
Establecer encuentros trimestrales entre padres, docentes y psicólogos	2	2	3	2.3
Implementar planes de mejora conductual con acompañamiento constante	3	4	4	3.7

Los resultados confirmaron que tanto el servicio de terapia psicológica especializada como los planes de mejora conductual personalizados son las iniciativas con mayor impacto directo en la recuperación emocional de los adolescentes y, al mismo tiempo, relativamente viables de implementar. Por este motivo, se decidió que ambos elementos formen parte central del PMV que se desarrollará y validará.

Por otro lado, propuestas como las salas de escucha y el protocolo institucional también muestran un alto valor, pero requieren de una articulación directa con las escuelas, lo que escapa a la lógica de validación rápida de un PMV. Por esa razón, se han considerado como parte del modelo final ampliado, pero no del producto mínimo viable.

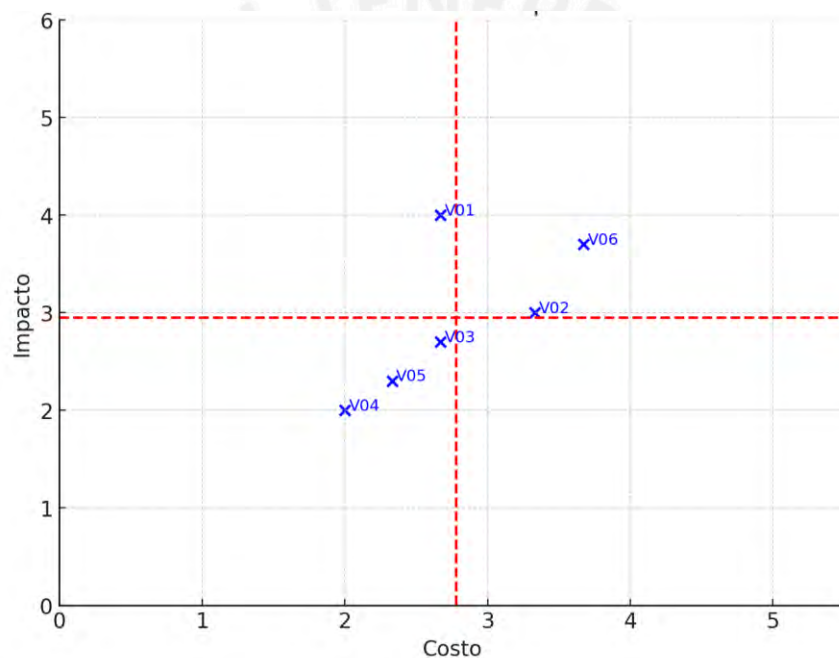
Finalmente, acciones como las sanciones pedagógicas o los encuentros familiares también fueron valoradas positivamente, pero se reconoció que su impacto, aunque importante, es más complementario y no tan central en el abordaje terapéutico inmediato, por ello, no fueron priorizadas para esta primera etapa.

4.1.3. Matriz Costo vs Impacto

Como cierre del proceso de priorización se elaboró una matriz Costo vs Impacto (Ver Figura 15), que permitió visualizar de manera más clara qué ideas debían priorizarse para la siguiente etapa. Esta herramienta gráfica agrupó las seis propuestas seleccionadas en función de dos variables clave: el impacto que tendrían en la solución del problema y los recursos necesarios para implementarlas (tiempo, costo y dificultad).

Figura 15

Matriz de Costo Versus Impacto



- V01 representa el Servicio de terapia psicológica accesible y constante, destacando por su alto impacto, costo medio y alta viabilidad de implementación.
- V02 corresponde a las Salas de escucha o “zonas de confianza”, con impacto medio, costo medio y naturaleza disruptiva, ideales para fomentar una cultura de confianza en los estudiantes.

- V03 es el Protocolo de actuación ante bullying con participación de toda la comunidad, el cual combina impacto medio, costo medio y con una dificultad media de implementación, aportando claridad y coherencia institucional.
- V04 hace referencia a las Sanciones reparadoras visibles y pedagógicas, que tienen un impacto y costo bajo, siendo sostenibles y efectivas como medidas correctivas.
- V05 representa los Encuentros trimestrales entre padres, docentes y psicólogos, con impacto medio y costo bajo, manteniendo una dificultad baja y contribuyendo a una mayor articulación entre familia y escuela.
- V06 es la propuesta de Planes de mejora conductual con acompañamiento constante, con impacto y costo alto, una dificultad moderada y naturaleza incremental, clave para modificar comportamientos en el largo plazo.

Con base en esta evaluación, se definió que el servicio de terapia psicológica (V01) y los planes de mejora conductual (V06) formarían parte del PMV, ya que son las iniciativas más sólidas para abordar directamente el problema identificado. Si bien el PMV no contempla el modelo completo, estas dos propuestas permiten validar el núcleo más importante de la solución y sentar las bases para su futura ampliación.

4.1.4. Construcción Iterativa del Producto con Enfoque Ágil

Tras el análisis de costo e impacto, que permitió identificar y priorizar las ideas más viables y valiosas, se dio inicio a la etapa de construcción del producto. Esta fase se abordó de forma iterativa y adaptativa mediante el enfoque ágil Scrum, con el propósito de validar progresivamente cada componente del servicio, ajustarlo cuando fue necesario y asegurar que la solución responda realmente a las necesidades de los usuarios.

Como parte de esta etapa, y con el objetivo de dotar al proyecto de una identidad clara durante su desarrollo, el equipo de tesis decidió asignarle un nombre preliminar: *Allpa Vida*.

Este nombre permitió presentar la propuesta de manera concreta a los participantes y facilitó la comunicación tanto con los usuarios como con los expertos involucrados. No obstante, siempre se dejó claro que era un nombre provisional, sujeto a evolución en función del aprendizaje y validación futura.

Componentes del Producto

Equipo de Expertos. La propuesta terapéutica cuenta con un equipo de psicólogos colegiados con experiencia en salud mental adolescente y trabajo en entornos escolares. Su función principal es desarrollar e implementar un modelo de acompañamiento psicológico personalizado, diseñado para adolescentes que han sido víctimas o testigos de bullying. Estas sesiones, de carácter individual y confidencial, buscarán trabajar aspectos como la autoestima, la regulación emocional, el reconocimiento de señales de acoso y la reconstrucción del vínculo del adolescente con su entorno familiar y escolar. (Ver Tabla 7).

Tabla 7

Relación del Equipo de Expertos con las Entrevistas

Equipo de Expertos	Rol en el Programa	Relación con Entrevistas
Psicólogo Juan Carlos Merino	Diseño y supervisión de estrategias para adolescentes en riesgo. Intervención en casos críticos.	Valida las herramientas de evaluación y supervisa entrevistas en situaciones complejas.
Psicóloga Rosa Puente Baella y Juan Carlos Merino	Ejecución de terapias cognitivo-conductuales y sesiones individuales. Seguimiento emocional.	Aplica entrevistas de seguimiento y participa en la retroalimentación clínica.
Psicólogos Juniors Allpa Vida	Primera línea de atención. Recogen información emocional y conductual.	Aplican entrevistas iniciales observando lenguaje verbal y no verbal.

Modalidad de Atención Psicológica. El modelo contempla un número limitado de sesiones por usuario, con una estructura flexible adaptada a las necesidades del adolescente. Estas sesiones se brindarán de forma programada, en formato presencial o virtual, y se desarrollarán según una metodología propia diseñada por el equipo clínico. La intervención estará enfocada en casos previamente identificados, priorizando la eficacia terapéutica en el

corto plazo. Si bien aún no se han definido versiones finales de paquetes, se plantea testear esquemas de atención escalables y adaptables durante la fase piloto.

Seguimiento y Mejoras. Como parte del diseño preliminar, se ha considerado un sistema de registro confidencial del progreso terapéutico, el cual será utilizado para ajustar el modelo durante su implementación. Se priorizará la escucha activa, el vínculo terapéutico y el contacto sostenido con la familia como ejes del proceso. En casos que lo requieran, se contempla la articulación con actores escolares, siempre bajo consentimiento informado de los padres o tutores.

Intervenciones con Familias. El enfoque clínico reconoce que la participación familiar es clave para el éxito del acompañamiento. Por ello, el modelo contempla la realización de sesiones de orientación para padres o cuidadores, orientadas a brindar herramientas básicas de contención emocional, reconocimiento de señales y acompañamiento desde el hogar. Estas intervenciones no serán accesorias, sino parte esencial del proceso.

Impacto Esperado. Se espera que este modelo de intervención terapéutica logre fortalecer la salud emocional de los adolescentes, generando cambios significativos en su autopercepción, confianza y habilidades de afrontamiento. Al mismo tiempo, busca sentar las bases para una cultura de cuidado más sólida en las familias e instituciones educativas. Esta primera versión del modelo será testeada durante los siguientes *sprints*, permitiendo validar su impacto y hacer los ajustes necesarios antes de su implementación final.

4.1.5. Construcción y Priorización del Product Backlog

Luego de definir los componentes esenciales del programa Allpa Vida y haber validado sus fundamentos conceptuales con expertos y usuarios a través del enfoque iterativo, era necesario traducir esa visión en acciones concretas y ordenadas. Para ello, se construyó un *Product Backlog*, el cual permitió visualizar con claridad todos los elementos funcionales que

el producto debía contener, y al mismo tiempo priorizar su desarrollo con base en el valor entregado al usuario y la viabilidad de ejecución.

Esta fase se abordó siguiendo las buenas prácticas del enfoque ágil recomendado por el *Project Management Institute Agile Certified Practitioners* (PMI-ACP), donde el backlog no se concibe como una lista cerrada, sino como un elemento dinámico y evolutivo, constantemente nutrido y ajustado a partir del aprendizaje continuo, la retroalimentación y las condiciones reales del entorno.

A fin de garantizar una priorización objetiva, el equipo utilizó una matriz de costo–impacto (Tabla 8), evaluando cada ítem según su esfuerzo estimado de implementación y el impacto que podría generar en los adolescentes y sus familias. Esta herramienta fue clave para tomar decisiones estratégicas y definir qué debía desarrollarse primero, qué podía esperar y qué requería validación adicional antes de ser considerado.

Tabla 8

Lienzo Costo – Impacto del Product Backlog

Ítem del Product Backlog	Costo estimado	Impacto estimado
Atención psicológica personalizada	Medio	Alto
Paquetes de sesiones diferenciados (básico, intermedio, intensivo)	Bajo	Alto
Presentación del equipo con nombres y CMP	Bajo	Alto
Reportes periódicos sobre el progreso del adolescente	Medio	Alto
Modalidad de atención híbrida (virtual y presencial)	Alto	Alto
Talleres de sensibilización para padres y docentes	Medio	Medio
Diagnóstico inicial gratuito o de bajo costo	Bajo	Alto
Canales de contacto directo	Bajo	Medio
Diseño visual adaptado al adolescente y su familia	Medio	Alto

Como puede observarse, se priorizaron aquellas funcionalidades que ofrecían mayor impacto con menor o moderado esfuerzo, permitiendo enfocar los primeros *sprints* en entregables de alto valor para los usuarios. Esta lógica no solo optimizó el uso de recursos, sino que también aceleró la validación de la propuesta de valor.

La priorización del backlog se complementó con sesiones internas de afinamiento, donde se depuraron requisitos, se identificaron posibles dependencias y se reordenaron tareas con base en los aprendizajes obtenidos durante la validación de los prototipos. Con este backlog priorizado y justificado, se pasó a la planificación estratégica de los *sprints*.

4.1.6. Planificación de los Sprints

Una vez priorizado el Product Backlog y definidos los entregables de mayor valor para los usuarios, se procedió con la planificación de los *sprints*, siguiendo las prácticas del enfoque ágil recomendado por el PMI-ACP. Esta fase permitió organizar el trabajo en ciclos cortos, iterativos e incrementalmente funcionales, en los que se avanzó con la construcción y validación de prototipos de alta fidelidad, como paso previo al desarrollo del MVP final.

El proyecto se estructuró en tres *sprints* de dos semanas cada uno, diseñados estratégicamente para testear ideas clave, obtener retroalimentación directa del usuario y ajustar el producto antes de pasar a fases posteriores. La planificación se realizó considerando la capacidad del equipo, la disponibilidad de los *stakeholders* y la prioridad de los elementos seleccionados del backlog.

Sprint 1. Diseño y Configuración Inicial. En este primer ciclo se sentaron las bases del servicio: se configuró el entorno de trabajo, se definieron los requerimientos más relevantes en diálogo con los *stakeholders* y se elaboró un primer prototipo que integrará las ideas priorizadas en la matriz Costo–Impacto. Esta versión inicial permitió testear el enfoque integral del programa, su propuesta de valor y la narrativa visual, antes de avanzar hacia etapas más complejas (ver Figura 16).

El objetivo fue validar tempranamente las hipótesis del equipo con usuarios reales. Para ello, se realizaron 49 entrevistas estructuradas a padres de familia, diseñadas con base en guías previamente formuladas (Ver Apéndice C), que permitieron recoger percepciones sobre

la utilidad, claridad, disposición de uso y valor percibido del servicio. Las evidencias de estas entrevistas, se encuentran en el siguiente enlace <https://n9.cl/onm3kj>.

Figura 16

Sprint 1



Durante este sprint, se aplicó el Lienzo Blanco de Relevancia (Figura 17), el cual sirvió como herramienta clave para organizar y visualizar la retroalimentación obtenida. A partir del contacto directo con los padres de adolescentes víctimas de bullying, se identificaron aportes valiosos en tres niveles: elementos bien recibidos, nuevas preguntas que surgieron y críticas constructivas.

Así mismo, muchos padres valoraron el enfoque integral del programa, que no solo atiende al adolescente, sino que incluye a la familia y al entorno educativo, fortaleciendo la red de apoyo. También fue destacada la flexibilidad del formato mixto (virtual y presencial), que se adapta a los horarios de las familias, así como la posibilidad de recibir reportes periódicos sobre el progreso del menor y continuar el proceso terapéutico desde casa.

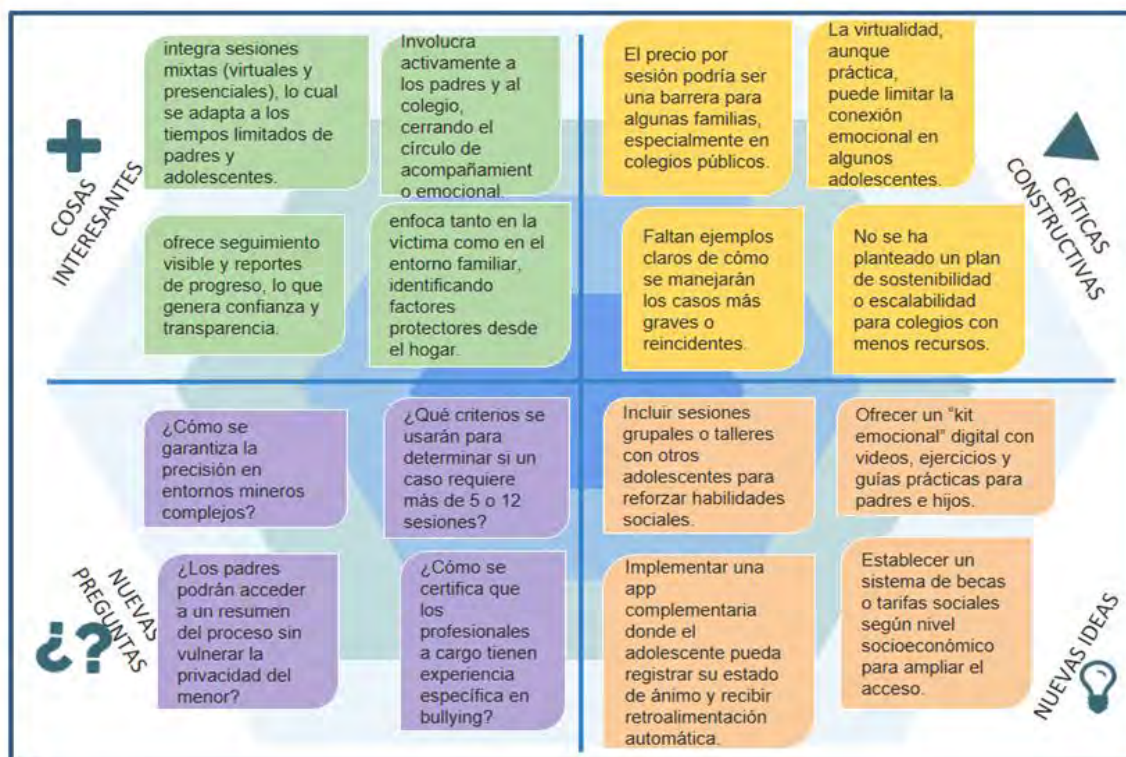
Sin embargo, surgieron inquietudes importantes respecto a la confidencialidad de la información compartida por los adolescentes, la eventual falta de cooperación por parte del colegio, y la personalización del número de sesiones necesarias para cada caso. Se cuestionó

también si el servicio sería accesible a familias de bajos recursos, sin sacrificar calidad profesional.

Figura 17

Lienzo Blanco de Relevancia del Sprint 1

BLANCO DE RELEVANCIA



En cuanto a críticas constructivas, varios padres consideraron que, aunque el precio por sesión resultaba razonable, podría ser una barrera para ciertos sectores. También expresaron reservas sobre las sesiones virtuales, que podrían no generar el mismo nivel de conexión emocional que las presenciales, y manifestaron la necesidad de una ruta clara de actuación en casos graves o reincidentes. Finalmente, se sugirió mayor transparencia respecto a los profesionales a cargo del proceso, como un elemento clave para generar confianza.

El Sprint 1, además de validar aspectos esenciales, desencadenó nuevas ideas para fortalecer la propuesta: la creación de paquetes diferenciados según la gravedad del caso (básico, estándar, premium), el diseño de un espacio digital interactivo para que los

adolescentes participen entre sesiones, y como parte de la escalabilidad, la posibilidad de establecer convenios con instituciones educativas para asumir parte del costo del servicio. También se propuso implementar un diagnóstico inicial gratuito o a bajo costo, como estrategia de accesibilidad y confianza, brindando a las familias la oportunidad de conocer los beneficios y la seriedad del programa, de modo que puedan evaluar con seguridad la propuesta antes de comprometerse con una inversión mayor.

Sprint 2. Mejora del Diseño. Durante el segundo sprint, el foco del desarrollo se orientó directamente hacia el beneficio que recibiría el adolescente como usuario principal del servicio, recogiendo lo aprendido en el Sprint 1 y aplicando una serie de mejoras que respondieran a los principales puntos de fricción, dudas y sugerencias planteadas por los padres entrevistados. En esta etapa se efectuaron 46 entrevistas a padres de familia, empleando preguntas estructuradas (Apéndice D), cuya evidencia de las grabaciones se encuentran en el siguiente enlace <https://n9.cl/onm3kj>.

Esta etapa fue clave para depurar el contenido, fortalecer la identidad del producto y generar mayor conexión emocional con el usuario. Como resultado, el prototipo fue reorganizado de forma más clara, visual y centrada en el valor que recibiría el adolescente. La información se estructuró con un lenguaje directo y confiable, presentando de forma accesible los beneficios del servicio y los cambios esperados en el bienestar emocional del estudiante.

Uno de los cambios más relevantes fue la reconfiguración del *backlog* que, a partir del *feedback* obtenido, se priorizó incluir secciones nuevas como “¿En qué consiste Allpa Vida?”, “Aliados educativos” y “Modalidades de atención”, que no figuraban en el prototipo inicial. Estas incorporaciones no solo respondieron a la necesidad de mayor claridad, sino que también reforzaron el sentido de pertenencia del adolescente dentro del proceso, mostrando que el programa había sido diseñado pensando en su realidad y emociones.

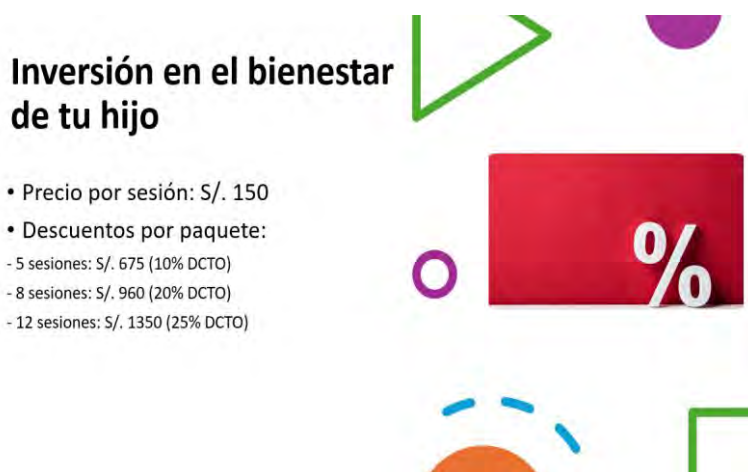
Asimismo, se respondió a la preocupación por la confianza en los profesionales incluyendo los nombres, credenciales y códigos CMP de los psicólogos responsables, generando mayor seguridad en la propuesta. También se agregaron los precios por sesión y por paquetes, donde el paquete básico sería mínimo de cinco sesiones, atendiendo directamente la solicitud de mayor transparencia y opciones flexibles de contratación.

Otro ajuste importante fue la propuesta de cambiar el nombre del proyecto “Allpa Vida” ya que varias familias mencionaron que no lograban asociarlo directamente con el servicio. Por ese motivo, se planteó el nombre “Aliado Emocional”, que conecta de manera más directa con el propósito de acompañamiento psicológico y afectivo que se ofrece, manteniendo una identidad sencilla, profesional y empática.

En conjunto, el Sprint 2 (Figura 18) no solo sirvió para presentar un prototipo más sólido y coherente, sino que evidenció cómo el uso de herramientas ágiles permite adaptar el diseño en función del aprendizaje continuo, siempre con el usuario en el centro del proceso. Estos avances reafirman la utilidad del enfoque incremental, donde cada entrega funcional se convierte en una oportunidad concreta de validación, mejora y alineación con las verdaderas necesidades del mercado.

Figura 18

Sprint 2

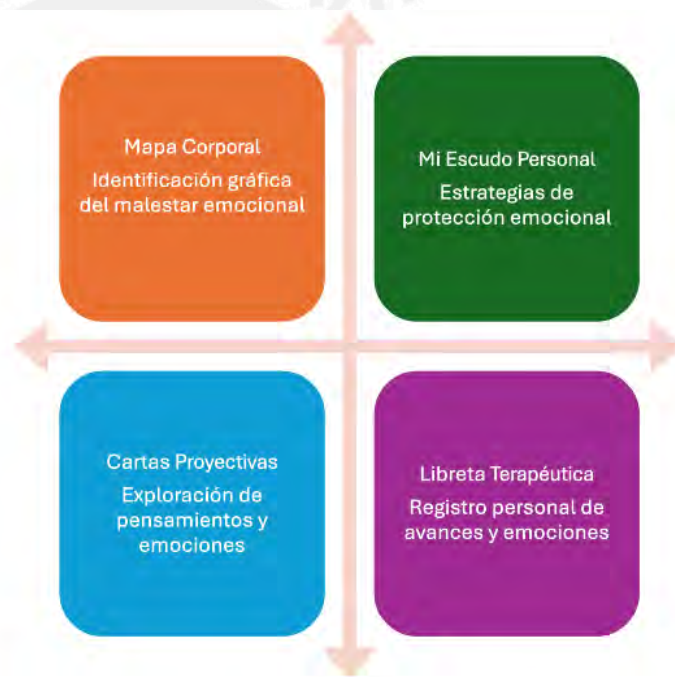


Sprint 3. Validación y Preparación para el PMV. Durante el Sprint 3 (ver Figura 19), pusimos a prueba la comprensión de las percepciones sobre la esencia psicológica del producto, evaluando si el enfoque terapéutico, los materiales y la dinámica propuesta transmitían confianza, pertinencia y efectividad a los usuarios. Esta etapa se enfocó en validar que el servicio no solo fuera visualmente atractivo o funcional, sino que también reflejara un contenido y una metodología psicológica sólida y alineada con las necesidades reales de los adolescentes.

Figura 19

Sprint 3

Fase 2 – Sesiones Terapéuticas



Para ello, se realizaron 20 entrevistas estructuradas a padres de familia (Ver Apéndice E), con el fin de recoger impresiones específicas sobre la profundidad, pertinencia y claridad de la propuesta terapéutica. Las evidencias de las entrevistas efectuadas se encuentran en el siguiente enlace <https://n9.cl/onm3kj>.

Durante este sprint, se presentaron a los entrevistados las sesiones modelo, los recursos terapéuticos y la secuencia metodológica, con el propósito de identificar el nivel de aceptación y comprensión de cada componente. Las entrevistas permitieron detectar aspectos

que generaban mayor conexión emocional, así como áreas donde era necesario reforzar la explicación o el respaldo profesional.

Entre los hallazgos positivos, los padres destacaron el valor de que cada sesión tuviera un objetivo emocional claro y medible, así como la inclusión de herramientas como el “Mapa Corporal” y el “Escudo Personal”, que facilitaron la participación activa del adolescente. También se reconoció la importancia de la continuidad del proceso, resaltando que el acompañamiento no debía limitarse a resolver un episodio puntual de bullying, sino abarcar un seguimiento que consolidara el bienestar emocional a largo plazo.

En cuanto a las observaciones, surgió la recomendación de reforzar la comunicación de la base científica que sustenta las técnicas empleadas, así como explicar de manera más detallada cómo se evaluará el progreso del adolescente y en qué plazos se esperan resultados visibles. También se sugirió incorporar testimonios de casos previos para generar mayor credibilidad.

En conjunto, el Sprint 3 permitió validar la propuesta psicológica central del servicio y recopilar información clave para afinar la forma en que se transmite y se respalda metodológicamente. Esta retroalimentación será la base para la siguiente fase de ajuste final, asegurando que el producto no solo responda a las expectativas estéticas y funcionales, sino que también demuestre su solidez profesional y su capacidad de impacto emocional.

4.2 Desarrollo de la Narrativa

La construcción de la solución se desarrolló bajo los principios del enfoque *Design Thinking* (González & García, 2020), el cual permitió identificar, comprender y responder a un problema social urgente: el impacto del bullying escolar en la salud mental de los adolescentes. Desde el inicio, el proyecto se alineó con los objetivos de la ODS N° 3: Salud y bienestar, priorizando el cuidado emocional y psicológico como eje central de intervención.

A través de entrevistas y encuestas aplicadas a padres y estudiantes, se detectó que el acoso escolar genera consecuencias emocionales profundas como ansiedad, retraimiento, y desmotivación, afectando no solo el rendimiento académico, sino el bienestar integral de los menores. Con esta evidencia se descartó la creación de una institución educativa, optando por un programa externo de acompañamiento psicológico especializado, más viable, escalable y centrado en el alivio emocional del adolescente.

Durante el Sprint 1, se validó la propuesta con padres de familia, quienes valoraron positivamente el enfoque integral, la participación activa de la familia, la flexibilidad del formato (presencial y virtual), y la entrega de reportes periódicos sobre el progreso del adolescente. En el Sprint 2 se depuró la narrativa del servicio, enfatizando al adolescente como beneficiario directo y presentando con mayor claridad al equipo profesional, los planes, beneficios y la comunicación hacia las familias. En esta etapa, se propuso un nuevo nombre: Aliado Emocional, que comunica de forma más directa el propósito de brindar apoyo emocional y contención a quienes lo necesitan.

Como resultado, se espera que Aliado Emocional mejore la salud mental de los adolescentes, promoviendo la autoconciencia, la búsqueda de ayuda y vínculos familiares y sociales que mitiguen el bullying y fortalezcan entornos empáticos. (Ver Tabla 9).

Tabla 9

Correspondencia entre Funcionalidades del Producto y Problemas Detectados

Problema identificado en la investigación del usuario	Funcionalidad incorporada en Aliado Emocional
“El colegio no me cree cuando digo que me molestan”	Evaluación psicológica inicial con entrevista al adolescente y validación profesional del testimonio.
“Me cuesta hablar con alguien cuando me siento mal”	Acompañamiento terapéutico individual con enfoque seguro y contenedor, adaptado a la edad y nivel de confianza del adolescente.
“Los profesores no se dan cuenta de lo que pasa en el aula”	Informe psicológico final con recomendaciones específicas para la institución educativa (si se autoriza).
“Los papás no saben cómo ayudarnos.”	Sesión de orientación a padres incluida en todos los planes, para involucrarlos en el proceso de mejora emocional.
“El bullying sigue, aunque lo digamos.”	Plan de seguimiento terapéutico con estrategias para fortalecer la autoestima y habilidades de afrontamiento del adolescente.

4.3 Carácter Innovador o Novedoso del Producto o Servicio

El bullying escolar sigue siendo una de las problemáticas más críticas en el Perú, con consecuencias directas sobre la salud mental y el desempeño académico de los estudiantes. De acuerdo con el Ministerio de Educación (MINEDU, 2023), 6 de cada 10 escolares han sido víctimas de algún tipo de violencia en el entorno educativo, lo que revela no solo la magnitud del problema, sino también la urgencia de implementar soluciones que trasciendan lo reactivo y promuevan un cambio estructural. Esta realidad social, combinada con un sistema educativo que muchas veces no cuenta con protocolos eficaces de prevención ni intervención oportuna, impulsó la creación de una solución específica, culturalmente adaptada y tecnológicamente viable.

A diferencia de modelos como el programa finlandés KiVa, cuyo éxito se basa en actividades pedagógicas grupales y que ha demostrado una reducción del bullying aproximadamente de un 20% (Kärnä et al., 2011a, 2011b), Aliado Emocional plantea una estrategia diferente: combina seguimiento emocional en tiempo real, atención psicológica personalizada e intervención clínica familiar, todo adaptado al contexto peruano. Esta perspectiva integral permite detectar señales tempranas, intervenir con precisión y generar un proceso terapéutico que involucra no solo al adolescente, sino también a su entorno cercano.

Una revisión de la base de datos de Indecopi confirmó que no existen patentes registradas en el Perú relacionadas con plataformas que integren monitoreo emocional con intervención psicológica en casos de acoso escolar bajo la denominación Aliado Emocional. Asimismo, una búsqueda en *Google Patents* y otras bases internacionales no arrojó resultados que utilicen este nombre ni que repliquen de forma directa su propuesta. A nivel global, se localizaron únicamente patentes asociadas a tecnologías de detección de conductas o señales emocionales (por ejemplo, US20150249584A1, EP2660745A2), las cuales presentan enfoques parciales y no contemplan la combinación que distingue a Aliado Emocional: un

modelo modular clínico-familiar sustentado en un protocolo secuenciado, herramientas proyectivas diseñadas específicamente para el servicio, y un marco de acompañamiento ético, culturalmente adaptado y con identidad propia. La evidencia de esta documentación se encuentra en el siguiente enlace <https://n9.cl/xwqy8n>.

Este hallazgo refuerza la oportunidad para posicionar a Aliado Emocional como una propuesta pionera, culturalmente adaptada y protegible. No solo ofrece monitoreo o alertas, sino una arquitectura clínica completa, con rutas terapéuticas, recursos exclusivos y uso activo del entorno familiar, elementos que lo hacen difícil de replicar y valioso como innovación educativa y de salud emocional.

Cuando se comparan otras iniciativas internacionales, el valor diferencial de Aliado Emocional se vuelve más evidente.

Frente a estos modelos según la Tabla 10, Aliado Emocional ofrece una solución más específica, escalable y sustentada clínicamente, que puede implementarse de forma híbrida (presencial y virtual) como parte de su escalabilidad en instituciones educativas con distintos niveles de infraestructura, sin perder efectividad. Además, al ser un producto externo y complementario, con un enfoque en el bienestar del adolescente y no solo en la disciplina institucional, permite intervenir incluso cuando la escuela no actúa o actúa tarde.

Desde la perspectiva de la innovación, el modelo se clasifica principalmente como innovación arquitectural, pues reordena la manera en que se articulan componentes ya conocidos (evaluación diagnóstica, intervención clínica, participación activa de la familia) dentro de un flujo de servicio integrado: captación directa de padres, activación clínica, intervención secuenciada con entregables estandarizados y seguimiento posterior, todo en modalidad híbrida y con el colegio como aliado opcional. En paralelo, también incorpora mejoras incrementales al adaptar y estandarizar herramientas clínicas y al paquetizar el servicio. No se trata de una innovación radical, no crea una tecnología ni un marco clínico

nuevo, ni es disruptiva en tal sentido, ya que no desplaza a ningún otro producto por precio o simplicidad; más bien abre un canal clínico directo con familias y atiende un segmento hoy desatendido.

Tabla 10

Cuadro Resumen de Fortalezas y Limitaciones

Programa / Modelo	Fortalezas principales	Limitaciones identificadas
TAWNY (Creati.ai, 2023)	Uso de IA para detección emocional en tiempo real	No contempla intervención clínica ni adaptación cultural
Media Heroes (Schultze-Krumbholz et al., 2012)	Promueve alfabetización digital y prevención del ciberacoso	Enfoque limitado a secundaria, sin personalización ni seguimiento terapéutico
Cyberprogram 2.0 (Garaigordobil & Martínez-Valderrey, 2014)	Fomenta competencias socioemocionales	No incorpora tecnología ni permite intervenciones diferenciadas por nivel de gravedad
KiVa (Finlandia, CIPPEC, 2020)	Actividades grupales con reducción del bullying en 40%	Alta demanda de recursos humanos y dificultad de implementación en contextos vulnerables
Aliado Emocional (propuesta actual)	Intervención clínica personalizada, seguimiento emocional, enfoque familiar y cultural	Requiere validación clínica longitudinal, sostenibilidad financiera en poblaciones de bajos ingresos

En ese sentido, el producto no solo responde a una necesidad real identificada en el diagnóstico inicial, sino que también se proyecta como un modelo innovador de salud emocional escolar, con ventajas competitivas claras, un marco de implementación viable, y una propuesta de valor centrada en la contención oportuna y la intervención profesional. Esta caracterización de la innovación explica su escalabilidad y refuerza las ventajas comparativas.

4.3.1. Personalización de Servicio

Uno de los pilares diferenciales de Aliado Emocional es su capacidad de personalización, entendida no como un lujo, sino como una necesidad en contextos donde cada adolescente enfrenta realidades emocionales, familiares y escolares distintas. A diferencia de los enfoques institucionales tradicionales (frecuentemente estandarizados,

rígidos y poco sensibles a la diversidad de los casos), esta propuesta prioriza un acompañamiento clínico flexible, adaptado a las características específicas de cada situación.

El diseño del servicio permite configurar rutas de intervención diferenciadas según variables clave como la edad del menor, el nivel de gravedad del acoso experimentado, el entorno familiar y la disposición de los cuidadores. Además, se contempla la articulación con la institución educativa cuando esta intervención sea considerada útil o estratégica, siempre con consentimiento expreso de los padres, respetando la confidencialidad y el principio de corresponsabilidad.

Esta lógica de personalización no solo mejora la efectividad del proceso terapéutico, sino que también contribuye a fortalecer la confianza de las familias en el servicio. Al ofrecer alternativas ajustadas a la realidad concreta de cada adolescente, se incrementa la adherencia al tratamiento y se evita caer en soluciones genéricas que, lejos de resolver, profundizan la desconexión emocional entre el menor, su entorno y el apoyo profesional.

4.3.2. Enfoque Integral

A diferencia de los modelos convencionales que limitan sus acciones al espacio escolar y suelen tratar el bullying como un evento aislado, Aliado Emocional propone una intervención integral, en la que el adolescente no es visto de forma fragmentada, sino como parte de un entorno más amplio: su familia, su comunidad educativa y su realidad emocional. Este enfoque parte de la premisa de que el impacto del acoso no se restringe al aula, sino que se extiende al hogar, a la autoestima y a las dinámicas familiares, por lo que la solución debe ser sistémica. Según Soriano Martínez (2020), los programas que integran a toda la comunidad logran una reducción significativa del bullying y promueven una convivencia más saludable.

Esta visión se refleja en la Tabla 11, que compara las principales diferencias entre los modelos tradicionales y la propuesta de Aliado Emocional:

Tabla 11*Tabla Comparativa: Modelos Tradicionales vs Enfoque Innovador*

Característica	Modelos Tradicionales	Aliado Emocional
Enfoque de intervención	Limitado a acciones dentro del entorno escolar.	Abordaje integral centrado en el adolescente y su familia, con coordinación escolar opcional.
Personalización	Soluciones estandarizadas y poco flexibles.	Programas adaptados a cada estudiante según sus necesidades.
Participación familiar	Rol pasivo de los padres en el proceso de intervención.	Padres involucrados activamente desde el diagnóstico hasta el cierre del acompañamiento.
Adaptabilidad del servicio	Programas difíciles de aplicar en diversos contextos socioeconómicos.	Servicio flexible y escalable para distintas realidades familiares y niveles de acceso.

Aliado Emocional marca distancia con un enfoque clínico-proactivo, capaz de intervenir de forma temprana y adaptada a cada realidad. Su principal fortaleza radica en el acompañamiento psicológico individualizado, articulado con estrategias familiares, lo que permite no solo atender el daño emocional ya causado, sino también prevenir su cronificación o repetición.

En términos comparativos, mientras plataformas como SíSeVe se limitan a registrar denuncias y derivarlas a instancias administrativas, y programas internacionales como KiVa basan su efectividad en intervenciones grupales dentro del aula bajo la mediación docente, Aliado Emocional se distingue por colocar al adolescente como paciente central del proceso terapéutico. Esta característica evita supeditar el acompañamiento a la disponibilidad del colegio o a la existencia de protocolos institucionales, lo cual constituye una limitación frecuente en el contexto peruano, donde gran parte de las instituciones educativas carece de recursos especializados o mecanismos de respuesta efectivos. De este modo, el modelo no solo atiende de manera más directa e individualizada las necesidades emocionales de la víctima de bullying, sino que también ofrece flexibilidad para escalarse a distintas regiones del país, con capacidad de adaptación tanto a factores culturales como a la incorporación de herramientas tecnológicas que potencien su alcance y sostenibilidad (Ver Tabla 12).

Tabla 12*Tabla Comparativa del Carácter Innovador Vs las Actuales*

Plataforma	País	Enfoque principal	Limitaciones principales	Diferenciador de Aliado Emocional
Aliado Emocional	Perú	Detección temprana y acompañamiento psicológico personalizado	No existen programas nacionales similares centrados en intervención directa con familias	Ofrece atención clínica personalizada, adaptada al caso y con participación activa de los padres
Kiva Koulu	Finlandia	Intervenciones grupales en el aula	Difícil de adaptar a otros contextos; requiere implementación institucional compleja	Aliado Emocional trabaja directamente con el adolescente y su familia, sin depender del colegio
Educavita	México	Comunicación entre familia y escuela	No ofrece intervención emocional directa ni soporte clínico	Aliado Emocional brinda atención psicológica directa con diagnóstico, seguimiento e informe final
SíSeVe	Perú	Registro de denuncias escolares	Enfoque reactivo, sin seguimiento ni intervención terapéutica	Aliado Emocional reemplaza el reporte pasivo con intervención profesional activa y orientación familiar

4.4 Propuesta de Valor

4.4.1 Estudiantes

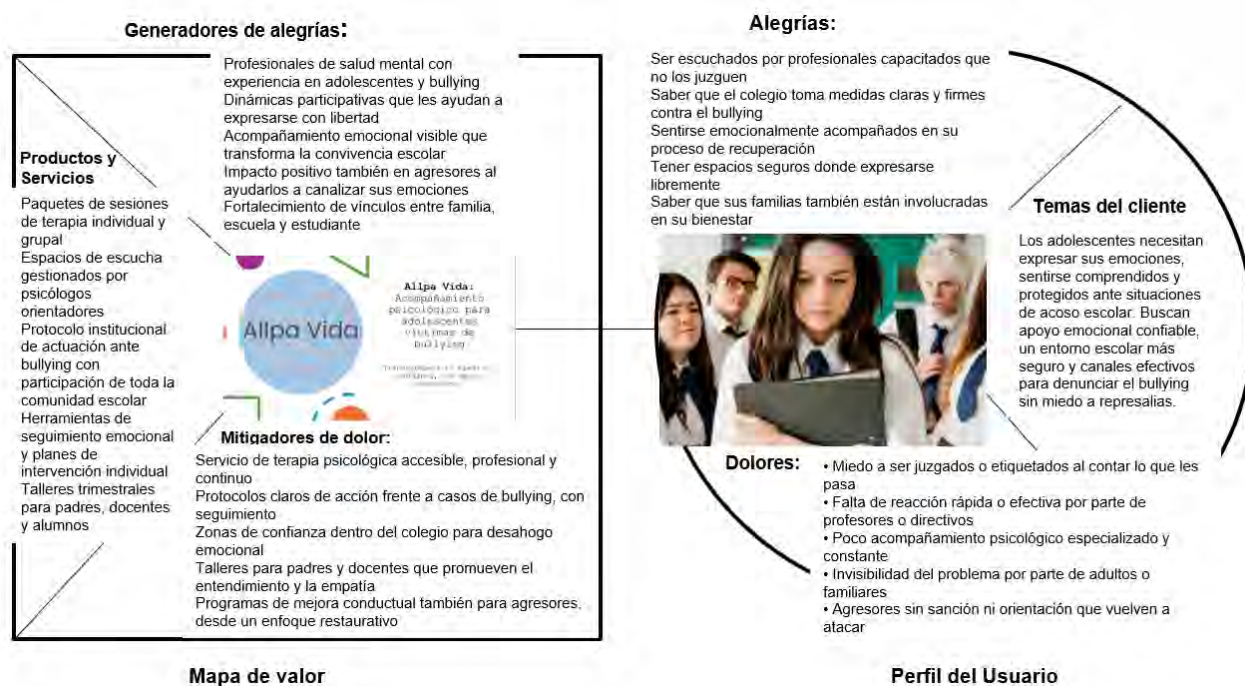
La propuesta de solución para los estudiantes, como Luis Santiago, se enfoca en atender sus principales desafíos emocionales, sociales y académicos, alineándose con su perfil y el mapa de propuesta de valor (Ver Figura 20). Los trabajos del cliente incluyen desarrollarse emocional y académicamente en un entorno seguro, fortalecer su autoestima y habilidades sociales en dinámicas grupales, destacar en lo académico mientras exploran sus intereses personales y poder expresar opiniones y participar en actividades sin temor al rechazo o las críticas.

Entre las frustraciones críticas que enfrentan los estudiantes se encuentran el rechazo y las burlas constantes que afectan su confianza, la percepción de que los colegios no responden de manera adecuada ante el bullying, la carencia de herramientas para formar relaciones saludables y dinámicas escolares que no valoran las diferencias individuales. Para abordar estas frustraciones, las entrevistas estructuradas realizadas por psicólogos capacitados permiten detectar problemas emocionales y sociales, brindando un espacio seguro donde los

estudiantes pueden expresar sus sentimientos sin miedo. Esta intervención inicial ayuda a reducir los efectos del rechazo y fomenta la confianza en un ambiente de respeto y empatía.

Figura 20

Lienzo Propuesta de Valor-Estudiante



Por otro lado, las alegrías que buscan los estudiantes incluyen la validación de sus logros que refuercen su autoestima y motivación, la existencia de espacios donde las diferencias sean respetadas y aceptadas, la posibilidad de participar en debates y actividades grupales donde puedan ser escuchados, y el avance constante en sus objetivos personales mientras fortalecen su confianza. Las sesiones terapéuticas individuales y grupales complementan estas necesidades al trabajar directamente en el fortalecimiento de habilidades como la resolución de conflictos y la regulación emocional. Además, estas sesiones fomentan la construcción de relaciones saludables en dinámicas grupales que valoran las diferencias individuales.

Aliado Emocional brinda una propuesta de valor centrada en adolescentes como Luis Santiago, quienes enfrentan rechazo, burlas, indiferencia institucional ante el bullying y

dificultades para establecer vínculos saludables. En respuesta, el programa ofrece entrevistas clínicas estructuradas, sesiones de acompañamiento psicológico y desarrollo de habilidades socioemocionales, promoviendo el autoconocimiento, la expresión emocional y el fortalecimiento de la autoestima.

Asimismo, se incluyen talleres y dinámicas orientadas a promover la empatía, además de reportes que permiten evaluar el progreso emocional del adolescente. Todo ello contribuye a que el estudiante se sienta comprendido, acompañado y con herramientas para afrontar su realidad, generando beneficios como espacios seguros para expresarse, relaciones más sanas y un desarrollo emocional más sólido.

Finalmente, experiencias como *Khuyay*, TEI o KiVa han demostrado que las intervenciones estructuradas y sostenidas pueden mejorar significativamente la convivencia escolar. Aliado Emocional complementa estos enfoques mediante una atención psicológica directa, ajustada al perfil de cada adolescente, lo cual garantiza un impacto medible y una alta satisfacción para las familias.

4.4.2 Contexto Complementario: Padres de Familia

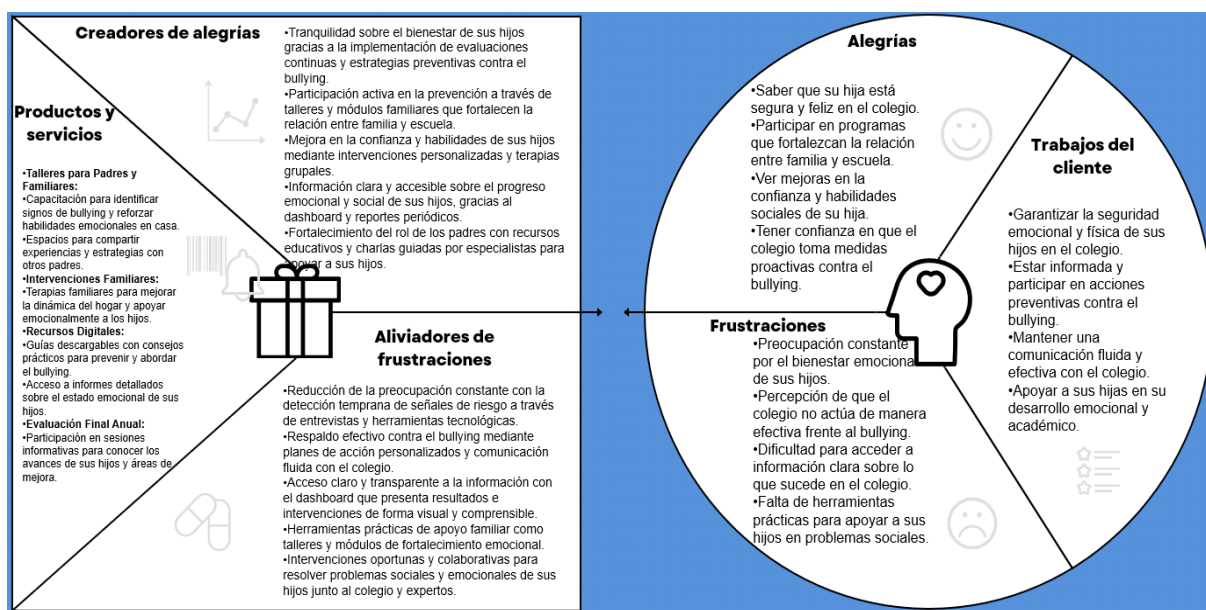
La propuesta para los padres, usuarios secundarios como Yahaira, responde a sus principales preocupaciones: proteger el bienestar emocional de sus hijos, participar en acciones contra el bullying, mantener una comunicación efectiva con la escuela y apoyar el desarrollo emocional desde casa.

Yahaira expresa frustraciones como la falta de respuestas claras del colegio frente al bullying, la escasa información sobre lo que ocurre en el entorno escolar y la dificultad de intervenir desde el hogar. Para ello, Aliado Emocional ofrece talleres especializados que le permiten identificar señales de alerta y aplicar estrategias de apoyo emocional. Esto reduce su ansiedad y la involucra activamente en el proceso de recuperación y acompañamiento de sus hijas.

Además, las alegrías esperadas por padres como Yahaira incluyen la tranquilidad de ver a sus hijos seguros, felices y emocionalmente fortalecidos, una mayor cercanía con la institución educativa, y confianza en medidas concretas para prevenir y abordar el acoso escolar (Ver Figura 21).

Figura 21

Lienzo Propuesta de Valor-Padre de Familia



Cabe mencionar que el público objetivo está conformado por padres de familia de colegios privados en Lima Metropolitana, donde se concentra el 74% del sector privado educativo del país (Gestión, 2024). Esta audiencia muestra alta disposición a invertir en soluciones efectivas frente al acoso escolar, dado el impacto emocional que este problema genera y la percepción de inacción por parte de las escuelas.

La propuesta de valor de Aliado Emocional responde al perfil de padres como Yahaira, al ofrecerles tranquilidad, empoderamiento y un rol activo en la solución de los conflictos emocionales de sus hijos. A través de talleres, orientación práctica y comunicación continua, el programa no solo atiende sus preocupaciones, sino que también fortalece su participación como agentes clave en el desarrollo socioemocional de sus hijos, promoviendo un entorno familiar y escolar más seguro.

4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

El Producto Mínimo Viable (PMV) del modelo Aliado Emocional fue diseñado e implementado como una versión funcional y testeable del servicio que se propone escalar: una intervención psicológica breve y personalizada, centrada en adolescentes víctimas, testigos o posibles agresores involucrados en situaciones de bullying escolar. A diferencia de iniciativas preventivas genéricas, el PMV se enfocó en atender casos reales con una metodología clínica estructurada, probando el proceso completo con usuarios dentro del rango objetivo (10 a 17 años), específicamente con cinco adolescentes entre 13 y 17 años, en el marco de un piloto controlado.

Este piloto no se limitó a evaluar la aceptación del servicio o la utilidad de un recurso aislado, sino que puso a prueba la lógica de intervención del modelo en condiciones reales. El objetivo fue comprobar si el modelo podía sostenerse clínicamente, generar impacto perceptible en corto plazo y ser comprendido tanto por los adolescentes como por sus familias. En concreto, buscó validar cinco aspectos fundamentales:

- Que los padres o tutores comprendieran el valor del servicio y se sintieran motivados a participar.
- Que el flujo completo, desde la captación hasta el cierre clínico, funcionara sin interferencias ni quiebres.
- Que la propuesta fuera emocionalmente efectiva y generara un cambio positivo en el adolescente.
- Que los padres asumieran un rol activo como parte del proceso terapéutico.
- Que existiera potencial de replicabilidad en otros contextos educativos o comunitarios.

4.5.1. Diseño metodológico del PMV

a) Población Objetivo y Contexto de Prueba. El testeo del PMV se ejecutó en Lima Metropolitana, entre junio y agosto de 2025, en donde participaron cinco adolescentes entre 13 y 17 años, cuyos padres o tutores respondieron positivamente a la convocatoria inicial difundida en redes sociales y referida por profesionales del entorno clínico.

Así mismo, los padres de familia firmaron los consentimientos informados (Ver Apéndices G). Los cinco casos se encontraban dentro del rango de edad objetivo del modelo (10 a 17 años) y presentaban antecedentes de acoso escolar, malestar emocional o retraimiento social relacionados al entorno educativo.

Cada adolescente fue atendido por el psicólogo clínico Juan Carlos Merino (C.Ps.P. 14879), con experiencia en psicopatología infanto-juvenil y acompañamiento familiar. Las sesiones se llevaron a cabo en modalidad presencial, según disponibilidad y contexto del usuario. La evidencia de las sesiones se encuentra en el siguiente enlace <https://n9.cl/buncwg>.

b) Construcción del PMV. El PMV fue diseñado como una ruta clínica de cuatro sesiones individuales, complementada por talleres para padres y seguimiento posterapéutico. El proceso incluyó:

- *Landing Page piloto* (Wix): canal de captación con cuestionario emocional inicial.
- Sistema de agendamiento por WhatsApp: contacto directo y personalizado con cada familia.
- Protocolo clínico estructurado: entrevista inicial, diagnóstico proyectivo, herramientas terapéuticas (mapa corporal, cartas OH, escudo emocional, etc.).
- Libreta terapéutica personalizada: acompañamiento simbólico del proceso.
- Pasaporte de la resiliencia: entregado al cierre como hito de logro emocional.
- Cronograma estructurado: sesiones, talleres, entregables y seguimiento.

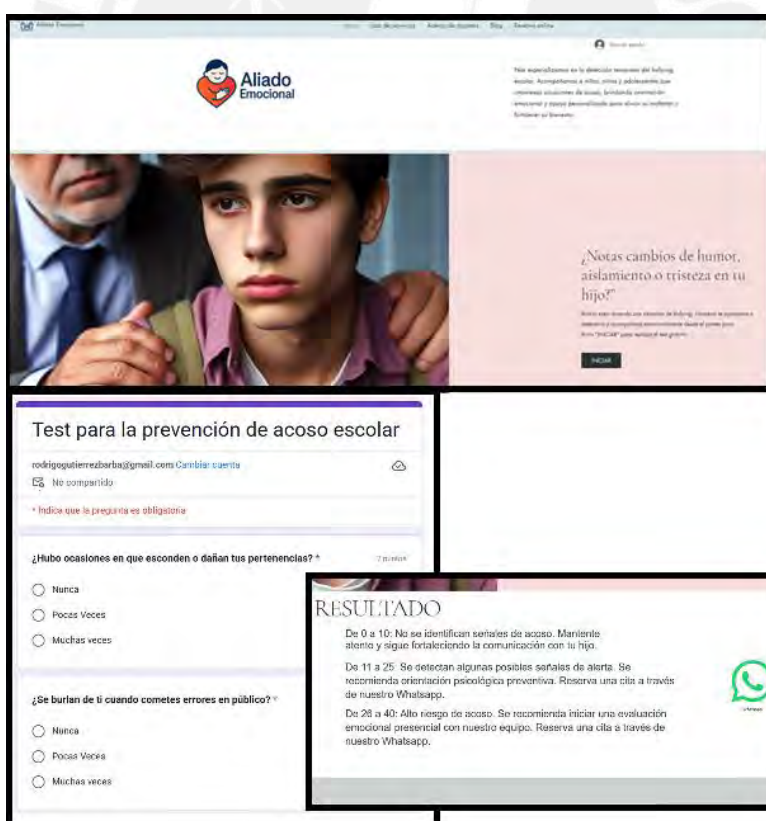
Cada elemento fue testeado durante la ejecución con los cinco adolescentes, registrando observaciones cualitativas, reacciones, niveles de participación y retroalimentación verbal y escrita tanto de los usuarios como de sus padres.

4.5.2. Ejecución del MVP

Fase 1: Contacto Inicial y Captación de Usuarios. Para facilitar el acceso, se creó una página web piloto <https://rodrigogutierrezba3.wixsite.com/aliado-emocional> (Ver Figura 22), que incluyó un cuestionario breve de orientación emocional. Esta plataforma permitió a los padres recibir una sugerencia automática sobre la necesidad de una consulta inicial y los conectó directamente con el equipo clínico vía WhatsApp.

Figura 22

Landing Page



La captación se complementó con publicaciones en redes sociales y mensajes directos, priorizando canales como Instagram, Facebook, Tiktok y LinkedIn, cuyos enlaces se encuentran en el siguiente link <https://linktr.ee/aliadoemocional>. El seguimiento inicial se

realizó de forma manual, manteniendo registros internos en una base de datos sencilla. Esta estrategia permitió construir una relación directa con cada familia interesada y gestionar el agendamiento de la primera cita clínica.

Cada interacción y confirmación se registró en un control interno, permitiendo llevar un seguimiento ordenado de los casos atendidos. Aunque no se implementaron herramientas automatizadas como un CRM en esta etapa, el contacto directo facilitó la construcción de confianza con las familias, asegurando la participación efectiva en el piloto. Esta experiencia ha permitido identificar oportunidades para incorporar sistemas de seguimiento automatizado en fases posteriores, optimizando la gestión de usuarios conforme el servicio se expanda.

Fase 2: Presentación de rutas terapéuticas y condiciones del servicio. Luego del primer contacto, y una vez que los padres manifiestan interés en participar en el programa, se les presenta de forma clara y sencilla la estructura de los servicios disponibles. En esta etapa no se busca una venta agresiva, sino una elección informada y consciente, alineada con las necesidades emocionales del adolescente y las posibilidades reales de la familia.

A cada padre se le explica en qué consiste el modelo clínico, qué etapas contempla, qué resultados se esperan, y qué tipo de acompañamiento recibirán tanto el menor como ellos.

Con la información completa sobre los enfoques, duración estimada y nivel de profundidad de cada paquete, la familia elige el que mejor se ajuste a su situación. Para esta fase de prueba del PMV, se ha decidido ejecutar el Paquete Básico Familiar con cinco adolescentes entre 13 y 17 años. Esta elección permite testear el modelo desde una intervención breve, focalizada, pero estructurada clínicamente, que incluye diagnóstico, cinco sesiones terapéuticas personalizadas, entrega de informe final y reunión de cierre.

Los paquetes diseñados se explican bajo una lógica progresiva, en la que el nivel de intervención se adapta a la gravedad de los síntomas, la disponibilidad familiar y la necesidad de apoyo estructural:

- Paquete Básico – S/ 675.00 (10% de descuento sobre la tarifa regular): Pensado para intervenciones breves o síntomas leves. Incluye diagnóstico clínico, cinco sesiones con el adolescente, taller inicial para padres, informe final y reunión de cierre.
- Paquete Estándar – S/ 960.00 (20% de descuento): Para casos que requieren un acompañamiento más profundo. Se amplía hasta ocho sesiones, acceso a dos talleres familiares, seguimiento clínico a los 60 días y un informe más detallado.
- Paquete Premium – S/ 1,350.00 (25% de descuento): Dirigido a procesos terapéuticos más prolongados y estructurados. Incluye hasta 12 sesiones, acceso a todos los talleres, materiales personalizados para la familia y el adolescente, cartilla emocional, y un informe clínico con recomendaciones evolutivas.

Cabe señalar que, si bien esta es una fase de decisión, en todo momento se prioriza el vínculo humano y el acompañamiento ético. No se fuerza la toma de decisión inmediata y el equipo clínico se mantiene disponible para aclarar dudas, adaptar ciertas condiciones logísticas, y asegurar que la elección final sea coherente con las expectativas, el tiempo disponible y el nivel de compromiso de cada familia.

Fase 3: Activación del Proceso Terapéutico y Acompañamiento Familiar. Una vez que la familia confirma su participación y elige el paquete de intervención, se activa formalmente el proceso clínico. Esta etapa marca el inicio del trabajo terapéutico estructurado, tanto con el adolescente como con su entorno más cercano. En todos los casos del piloto actual (cinco adolescentes entre 13 y 17 años), se ha iniciado bajo los lineamientos del Paquete Básico Familiar.

1. Primera cita clínica: Evaluación diagnóstica

El proceso comienza con una entrevista inicial entre el psicólogo clínico, los padres y el adolescente. Esta sesión permite identificar con mayor precisión las problemáticas emocionales, sociales o conductuales que motivan la intervención. No es una cita superficial;

se emplean herramientas específicas del modelo Aliado Emocional, como la observación clínica, la ficha de análisis contextual, y, si corresponde, técnicas proyectivas que ayudan a explorar el mundo interno del menor.

A partir de este primer encuentro se valida si el caso es abordable dentro del enfoque del modelo Aliado Emocional o si corresponde derivarlo. En el marco del MVP, ya se ha definido una estructura cerrada basada en el Paquete Básico Familiar, por lo que no se ajusta la duración ni el tipo de intervención clínica en esta etapa piloto. La entrevista diagnóstica, en ese sentido, permite confirmar la pertinencia del abordaje y detallar aspectos del cronograma, la participación de los padres y los objetivos iniciales del proceso.

2. Diseño de la ruta terapéutica personalizada

Con la información recogida en la entrevista diagnóstica, se diseña una hoja de ruta a medida. Cada proceso es único, por lo tanto, los objetivos terapéuticos se construyen en función del contexto y los recursos emocionales del adolescente. Algunas de las técnicas utilizadas incluyen *role play*, cartas OH, dinámicas proyectivas, ejercicios con la libreta emocional y actividades para fortalecer el yo y su narrativa identitaria.

Este diseño no es una receta genérica, sino una planificación que se adapta a la evolución del caso, manteniendo un equilibrio entre estructura profesional y sensibilidad clínica.

3. Participación activa de los padres

Desde el enfoque de Aliado Emocional, no se concibe el trabajo terapéutico sin la implicancia activa de la familia. Los padres tienen un rol corresponsable en el proceso, y por ello se les exige participar en un taller inicial, donde se les explica el modelo, su rol y las pautas básicas de acompañamiento emocional desde casa.

Durante el proceso, se les asignan tareas específicas para reforzar lo trabajado en sesión, como ejercicios de validación emocional, dinámicas de comunicación o estrategias

para la gestión del enojo. Además, se programan dos reuniones de retroalimentación: una a mitad del proceso y otra al cierre, donde se revisan los avances, los cambios observados y se entregan orientaciones finales.

4. Entregables para la familia

Como parte del compromiso de transparencia y estructura, cada familia recibe un cronograma personalizado que detalla fechas, modalidad de sesiones (presencial o virtual), participación en talleres, y canales de comunicación directa con el equipo clínico. También se entrega un documento de bienvenida con orientación sobre el modelo, su fundamento teórico y los compromisos mutuos entre familia y terapeuta.

En este piloto, se ha optado por que las cuatro sesiones se realicen de manera presencial, con el fin de fortalecer el vínculo y generar mayor confianza desde el inicio.

5. Seguimiento a la activación del proceso

Si, tras la entrevista diagnóstica, los padres no confirman la continuidad del proceso, se realiza un seguimiento activo. Un miembro del equipo clínico intenta hasta en tres oportunidades contactar nuevamente a la familia para resolver dudas o desbloquear resistencias.

En caso no haya respuesta o no se logre confirmar la continuidad, el caso queda en estado de espera y se comunica el cierre temporal de manera respetuosa, dejando la puerta abierta para una futura reactivación.

Fase 4: Intervención Terapéutica. En esta etapa se viene ejecutando el programa clínico con cinco adolescentes entre 13 y 17 años, todos ellos dentro del rango etario definido por el modelo. Cada uno ha accedido al Paquete Básico Familiar, lo que permite testear la aplicación real del servicio bajo condiciones controladas y con acompañamiento directo de sus familias.

La intervención es conducida por el psicólogo clínico Juan Carlos Merino (C.Ps.P N° 14879), especialista en adolescentes, quien aplica los componentes terapéuticos detallado del Modelo de Servicio Aliado Emocional (Ver Apéndice F). Este piloto representa una validación directa de la propuesta, tanto en términos de estructura como de experiencia usuaria, y permitirá recoger aprendizajes clave para las siguientes iteraciones del modelo.

Fase 5: Seguimiento Posterior y Rutas Alternativas de Apoyo Una vez concluido el proceso terapéutico, el modelo contempla acciones específicas de seguimiento que buscan garantizar la sostenibilidad emocional del adolescente y ofrecer una red de contención en caso de retrocesos o nuevas necesidades.

1. Seguimiento a los 30 días

Treinta días después del cierre clínico, el profesional responsable del caso realiza un contacto personalizado con el padre o tutor, a través de un mensaje directo por WhatsApp. Esta interacción no solo permite conocer el estado actual del adolescente, sino también recoger la percepción familiar respecto a los avances logrados.

En este contacto se aplica una breve guía de verificación emocional, elaborada y validada por el equipo clínico, que permite detectar señales de alerta, recaídas o situaciones emergentes que requieran intervención. Si se identifican indicadores preocupantes, se activa de inmediato una respuesta que puede incluir una sesión individual de refuerzo para el adolescente y, si es necesario, una orientación adicional para los padres.

2. Rutas ante interrupciones o abandono

En los casos donde el proceso terapéutico se interrumpe, ya sea por decisión del adolescente (resistencia, bloqueo emocional, negación del problema) o por razones familiares, se activa una ruta alternativa con foco en el entorno parental. Esta ruta contempla:

- Una propuesta de acompañamiento exclusivo para padres, orientado a comprender la situación emocional del menor, identificar dinámicas familiares que puedan estar interfiriendo y preparar el terreno para un posible retorno a terapia.
- Si el padre o madre manifiesta necesidad de tiempo para decidir, se le ofrece una sesión gratuita de orientación. En ella se explican los riesgos de la postergación, se entregan pautas de contención emocional y se refuerza la importancia de mantener un entorno seguro y estable para el adolescente.

En casos más complejos, donde se evidencie riesgo emocional severo, autolesiones o cualquier manifestación de violencia, el protocolo contempla la derivación inmediata a servicios especializados de salud mental. Asimismo, se activan los canales de protección institucional disponibles en la zona (como DEMUNA, UGEL o centros públicos de atención psicológica), siempre garantizando el respeto al marco legal y la confidencialidad del caso.

4.5.3. Resultados Preliminares y Retroalimentación

Como parte del desarrollo del Producto Mínimo Viable (PMV), se llevó a cabo un piloto clínico con cinco adolescentes entre 13 y 17 años, todos dentro del rango de edad priorizado por el modelo. Cada uno accedió al Paquete Básico Familiar, lo que permitió poner a prueba no solo la propuesta de valor, sino también la secuencia de sesiones, los materiales terapéuticos y el enfoque de acompañamiento a padres.

Durante el proceso se aplicaron técnicas de evaluación clínica antes, durante y después de la intervención, incluyendo entrevistas diagnósticas, guías proyectivas, observación conductual y retroalimentación estructurada. Los resultados fueron consistentes: en Valentina (14) se registró una reducción de episodios de ansiedad escolar y una participación social más activa; en Brithney Belén (15) se fortaleció la autoestima y su capacidad para poner límites frente a interacciones negativas; en Macarena (13) se evidenció una mejor regulación emocional; en Amy (14) se consolidó la capacidad de establecer límites

protectores y un fortalecimiento de la identidad personal; y en Ariadne (13) se observó un manejo más asertivo de sus límites y una mayor aceptación de su propio valor. En todos los casos, también se promovió una comunicación más abierta en la familia y una disposición creciente para enfrentar el bullying con mayor reflexión.

Este piloto también permitió validar la experiencia del usuario, adolescente y padre/madre, la claridad de las etapas del proceso y la efectividad de los recursos entregables del modelo, como el Pasaporte de la Resiliencia, el Mapa Corporal y la Libreta Terapéutica. Estos instrumentos, desarrollados de forma exclusiva para Aliado Emocional, comienzan a consolidarse como un elemento distintivo del servicio. Además, los cinco objetivos trazados al inicio del PMV se cumplieron en condiciones reales, lo que respalda la validez del modelo y justifica su continuidad y expansión.

Asimismo, se incluyó una evaluación cualitativa a los padres o madres de los adolescentes participantes, quienes fueron entrevistados tras la finalización del ciclo terapéutico. Estas entrevistas permitieron conocer si el modelo Aliado Emocional fue capaz de aliviar sus dolores como cuidadores y si la intervención representó un apoyo real en el acompañamiento emocional de sus hijos. Las respuestas mostraron una valoración altamente positiva del servicio. Se evidenció una percepción de alivio emocional al ver progresos tangibles en sus hijos, mayor tranquilidad al contar con un profesional que guía el proceso, y gratitud por la creación de espacios donde también pudieron expresar sus propias preocupaciones.

Los testimonios recogidos evidencian que el programa tuvo un impacto emocional significativo no solo en los adolescentes, sino también en sus familias. Por ejemplo, una madre indicó que gracias al programa su hija pudo “establecer límites claros en su espacio personal y manejar situaciones con niños que se sobrepasan o son molestos”, y valoró que en este caso “no solo se conversó, sino que se entregaron técnicas y herramientas prácticas”.

Otra madre comentó que, aunque su hija era una niña “muy cerrada y reservada”, con el programa comenzó a “abrirse un poco más, aprendió estrategias para expresarse y contar lo que le sucede”, y resaltó que “salía contenta y entusiasmada de las sesiones”.

Además, una participante señaló que lo más valioso fue “el fortalecimiento del vínculo madre-hija”, ya que ahora su hija es más comunicativa y siente que “puede conversar más abiertamente, lo que la hace sentir respaldada en su entorno familiar y escolar”.

Por último, otra madre enfatizó que su hija quedó “fascinada con que le mostraran imágenes”, ya que ese tipo de dinámicas la motivaban a analizar y pensar, evitando la monotonía de “solo conversar”. Estas voces no solo confirman que el modelo impacta directamente en el adolescente, sino que también se convierte en un sistema de contención emocional para la familia, cumpliendo así con uno de los principios clave del enfoque Aliado Emocional: no trabajar con el adolescente como un ente aislado, sino como parte de un sistema en interacción.

Es importante destacar que en salud mental el riesgo de replicar un PMV sin criterios de calidad es alto. Por eso, el modelo integra componentes que lo hacen difícil de reproducir sin la metodología y el enfoque original: un protocolo estructurado, herramientas propias con enfoque proyectivo, una lógica clínica secuenciada, el involucramiento activo de la familia y una narrativa empática coherente en todos los puntos de contacto.

Esta metodología no solo refuerza la solidez del modelo, sino que lo alinea directamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 3: Salud y Bienestar, promoviendo una intervención temprana, accesible y sostenible para adolescentes víctimas o testigos de bullying. Al ofrecer una ruta de acompañamiento emocional en contextos donde el sistema educativo o de salud pública aún no logra intervenir con eficacia, Aliado Emocional contribuye de manera directa al bienestar emocional en poblaciones vulnerables.

Capítulo V. Modelo de Negocio

El modelo de negocio propuesto por Aliado Emocional tiene como objetivo principal ofrecer una solución integral para la identificación oportuna y el abordaje psicológico especializado del bullying en adolescentes de 10 a 17 años. A diferencia de los enfoques preventivos tradicionales, este modelo se enfoca en intervenir una vez detectada la situación de acoso, brindando contención emocional y atención terapéutica directa a las víctimas. Su diseño exclusivo se basa en un método innovador que articula herramientas de diagnóstico, sesiones de psicoterapia individual, capacitaciones a estudiantes y padres de familia, así como protocolos de comunicación, intervención y derivación inmediata en casos clínicamente severos que requieran atención urgente. De esta manera, Aliado Emocional busca restaurar el bienestar emocional de los adolescentes afectados, fortaleciendo su resiliencia y promoviendo entornos escolares más seguros y humanizados.

5.1. Lienzo del Modelo de Negocio

El Lienzo del Modelo de Negocio de Aliado Emocional, una propuesta innovadora orientada al abordaje psicológico especializado de adolescentes que han sido víctimas de bullying, hechos que usualmente ocurren dentro de instituciones educativas. Aliado Emocional interviene una vez identificado el problema, brindando contención emocional, herramientas terapéuticas y orientación familiar a través de un enfoque clínico, personalizado y culturalmente adaptado a la sociedad donde opera. El servicio tiene como eje principal fortalecer la autoestima del adolescente, promover su regulación emocional y activar dinámicas familiares de apoyo que sostengan el proceso terapéutico y prevengan recaídas silenciosas no detectadas en el entorno cotidiano. (Ver Figura 23).

Además de las sesiones individuales con el adolescente, Aliado Emocional ofrece talleres formativos presenciales y virtuales dirigidos a padres de familia, orientados a reconocer señales emocionales de alerta y fortalecer su rol en el acompañamiento psicológico

de sus hijos, estos talleres psicoeducativos forman parte de una estrategia complementaria de prevención institucional, los cuales pueden ofrecerse gratuitamente según el tipo de alianza o convenio establecido, su foco principal permanece en la familia como núcleo de intervención.

Figura 23

Lienzo Modelo del Negocio

Socios Clave	Actividades Clave	Propuestas de Valor	Relación con Clientes	Segmentos de Clientes
Ministerio de Educación: Fomentar la adopción del método a nivel nacional. Instituciones educativas privadas: Puntos de difusión y recomendación, interesados en mejorar el clima educativo. Empresas de Seguros de Salud, municipalidades, Influencers y ONGs de bienestar emocional.	Aplicación de la metodología de Aliado Emocional. Desarrollo y actualización del método Aliado Emocional en base al impacto observado. Capacitaciones para docentes, estudiantes y padres. Uso plataforma terapéutica para seguir el proceso de los usuario. Campañas de comunicación para posicionar Aliado Emocional. Recolección y análisis de datos para garantizar efectividad. Capacitación constante del equipo terapéutico Recursos clave Equipo de Psicólogos especializados, Psicólogos clínicos senior, plataformas EHR y plataforma digital de control terapéutico. Materiales educativos: Recursos actualizados y adaptados al contexto escolar. Red de alianzas: Colegios, organismos gubernamentales y alianzas tecnológicas.	Aliado Emocional brinda habilidades blandas y herramientas a los adolescentes víctimas de bullying para enfrentar este problema de forma exitosa, en paralelo capacita a los padres de familia para identificar en sus hijos señales de alerta, con esto prevenir un escalamiento del problema y gestionar la solución definitiva con el soporte de las instituciones educativas donde se producen los hechos de bullying . Adicionalmente fomenta una cultura de respeto y empatía a través de talleres, recursos educativos y actividades integrales dirigidos a padres y docentes que promueven valores en toda la comunidad escolar. Brinda protocolos claros y adaptados a la realidad donde opera, que abordan casos de bullying desde un enfoque integral y centrado en las necesidades de cada estudiante.	Asesoría técnica y pedagógica, con participación de los padres. Seguimiento post-terapia sobre el bienestar emocional del adolescente y con reportes con acceso online. Resultados medibles y retroalimentación continua. Canales Plataforma web para PC y dispositivos móviles que permite mostrar nuestra oferta, con opción de agendamiento y pago de sesiones. Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, Linked In.) para promoción y visibilización de productos. Alianzas con Colegios para difundir nuestra solución.	Padres de familia interesados en brindar habilidades y herramientas para enfrentar el bullying a sus hijos, estudiantes de colegios privados. (niveles A, B y C).
Estructura de costos		Fuente de Ingresos		
Sueldos del personal de psicología. Investigación y mejora continua del método. Marketing y promoción. Operación y administración general. Tecnología (EHR, servidores, mantenimiento y plataforma digital de control terapéutico. Apertura de nuevas sedes		Pagos por terapias individuales Paquetes de 5 sesiones de terapia. Paquetes de 8 sesiones de terapia. Paquetes de 12 sesiones de terapia.		

La propuesta de valor se articula directamente con las actividades clave del modelo, entre las que destacan: la evaluación emocional inicial del adolescente, la aplicación del modelo psicoterapéutico validado, el acompañamiento familiar activo, la mejora continua del método a partir del seguimiento clínico y los reportes terapéuticos. Asimismo, se desarrollan talleres grupales, presenciales y virtuales, diseñados específicamente para padres, con el fin de ampliar su comprensión del problema y dotarlos de herramientas prácticas para fortalecer el vínculo con sus hijos.

La ejecución de estas actividades se sustenta en recursos clave como un equipo clínico especializado en adolescencia y trauma, herramientas terapéuticas validadas (como cartas

OH, escudo emocional o libreta de afrontamiento), una plataforma tecnológica que facilita la interacción y el seguimiento, y materiales educativos adaptados a contextos familiares reales.

El modelo de negocio de Aliado Emocional está dirigido a un público claramente segmentado: los padres de familia de niveles socioeconómicos A, B y C del sector educativo privado en Lima Metropolitana. Si bien los adolescentes son los beneficiarios directos del servicio, son los padres quienes toman la decisión de compra, motivados por la necesidad de proteger el bienestar emocional de sus hijos y de contar con una respuesta profesional inmediata y especializada tras la ocurrencia del bullying. Así, el modelo coloca a la familia como eje central de la intervención, reconociendo su rol clave en la recuperación emocional del adolescente.

Por otro lado, la estructura de costos incluye talleres de identificación de bullying, identificación a través de pruebas psicológicas generales o individuales y la aplicación de sesiones de terapia, la mejora continua del método, y los gastos operativos generales. Estas inversiones están respaldadas por las fuentes de ingreso, que incluyen los pagos de sesiones individuales o por paquetes por concepto de servicio de diagnóstico o terapia psicológica. El balance entre costos e ingresos garantiza la sostenibilidad financiera del modelo, permitiendo su expansión y mejoramiento constante. En los paquetes se ofrecerán descuentos promocionales, aspecto diferenciador de la propuesta planteada.

Los componentes del modelo de negocio de Aliado Emocional funcionan de manera cohesionada para garantizar un abordaje psicológico efectivo, personalizado y sostenible ante situaciones de bullying en adolescentes. Las actividades clave, como la evaluación emocional inicial, la implementación del modelo psicoterapéutico validado y el acompañamiento familiar, generan información clínica valiosa que retroalimenta de forma continua la mejora del servicio. Esta lógica de mejora constante refuerza la propuesta de valor, centrada en brindar contención emocional especializada y culturalmente adaptada a cada entorno familiar

y social. Por su parte, los canales digitales y presenciales permiten que los padres accedan con facilidad a los servicios, materiales y reportes terapéuticos, asegurando una experiencia accesible y cercana, valorando las necesidades y tiempo del cliente. La relación con los clientes se basa en un acompañamiento clínico continuo, reportes periódicos y talleres de orientación, lo que fomenta la confianza, el compromiso familiar y la fidelización. Así, Aliado Emocional integra de forma coherente todos los elementos de su modelo para responder de manera efectiva a una necesidad urgente del entorno escolar y familiar: la atención especializada posterior a casos de bullying.

Cada componente del modelo está diseñado para reforzar y potenciar a los demás, creando un sistema interconectado que resulta en un adolescente más seguro y con herramientas para gestionar el bullying de forma exitosa, esto sumado a otros servicios de Aliado Emocional ayudan a mejorar la capacidad de padres y docentes para identificar y gestionar la solución, lo cual genera un impacto positivo y sostenible en la comunidad educativa. El Canvas del modelo de negocio de Aliado Emocional, mostrado en la Figura 23, es una propuesta revolucionaria concebida para tratar el acoso entre adolescentes a través de un staff especializado, técnicas a medida y un enfoque holístico. El valor propuesto se enfoca en identificar en su etapa inicial patrones de riesgo emocional y social; y abordarlo inmediatamente con una solución personalizada para la víctima, una cultura de respeto y empatía, proporcionando tranquilidad a los padres de familia.

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

El potencial de ingresos de *Aliado Emocional* se estimó a partir de un análisis por niveles de mercado. En el *Total Addressable Market* (TAM), que abarca a todos los estudiantes de Lima Metropolitana, según Gestión (2024) serían 1.9 millones, el monto máximo teórico asciende a S/ 1,282 millones, considerando cinco sesiones por alumno a un precio de S/ 135 y un ingreso de S/ 111 por sesión. En el *Serviceable Available Market*

(SAM), correspondiente al 74% de alumnos, matriculados en colegios privados (1'406,000 estudiantes), el monto total alcanzaría los S/ 949 millones.

El *Serviceable Obtainable Market* (SOM), que representa el mercado objetivo de nuestra propuesta, 463,980 estudiantes, generando un monto total de S/ 313 millones.

Finalmente, bajo un escenario conservador del 12% del SOM, se prevé atender a 54,000 alumnos en 5 años, por un monto total de S/ 36.4 millones. Estas proyecciones validan la viabilidad financiera del modelo, con un Valor Actual Neto (VAN) estimado en S/ 4.6 millones bajo márgenes sostenibles y una ejecución escalable (Ver Tabla 13).

Tabla 13

TAM, SAM y SOM para Aliado Emocional

Categoría	Descripción	Alumnos Totales Estimados	Sesiones por Alumno	Precio por Sesión (S/)	Precio por Adolescente (S/)	Ingreso Total (S/)
TAM	Todos los alumnos en Lima Metropolitana	1'900,000	5	135	675	1,282'500,000
SAM	Alumnos en colegios privados (74%)	1'406,000	5	135	675	949'050,000
SOM	Alumnos proyectados a atender en 5 años	464,000	5	135	675	313'186,500
Calculo conservador 12%	Alumnos proyectados a atender en cinco años	54,000	5	135	675	36'400,000

Se muestra que el OPEX que representa entre el 93% del total de costos anuales, es el componente dominante en la estructura de costos de Aliado Emocional. Dentro del OPEX, los recursos humanos son el gasto principal, representando aproximadamente un 68% de esta categoría. Esto subraya el enfoque de Aliado Emocional en contar con un equipo capacitado en salud mental y reducción de bullying. Este equipo no solo garantiza la calidad de los servicios, sino que también permite a Aliado Emocional sostener su misión de transformar el ambiente escolar y mejorar la salud mental en la comunidad educativa. (Ver Tabla 14)

Tabla 14

Estructura de Costos de Aliado Emocional en Soles

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total General
Capex	S/ 165,000	S/ 191,000	S/ 217,000	S/ 246,000	S/ 273,000	S/ 130,000	S/ 1'222,000
Operaciones	S/ 146,500	S/ 188,000	S/ 214,000	S/ 243,000	S 270,000	S/ 127,000	S/ 1'188,500
Diseño Web	S/ 5,000						S/ 5,000
Local Institucional	S/ 40,000						S/ 40,000
Remodelar oficinas			S/ 10,000	S/ 20,000	S/ 30,000	S/ 40,000	S/ 100,000
Test de Hipótesis	S/ 3,500						S/ 3,500
Tests psicológicos	S/ 1,000	S/ 12,000	S/ 24,000	S/ 36,000	S/ 48,000	S/ 60,000	S/ 181,000
Plataforma de control terapéutico y administrativo	S/ 15,000						S/ 15,000
Mobiliario	S/ 40,000						S/ 40,000
Licencia para operar	S/ 2,000						S/ 2,000
Instalación de facilidades de manejo de información	S/ 40,000						S/ 40,000
Software EHR (electronic Health Record)		S/ 6,000	S/ 10,000	S/ 17,000	S/ 22,000	S/ 27,000	S/ 82,000
Implementación de nuevo local		S/ 170,000	S/ 170,000	S/ 170,000	S/ 170,000		S/ 680,000
RRHH	S/ 18,500	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 33,500
Asesoría legal	S/ 10,000						S/ 10,000
Capacitación	S/ 6,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 3,000	S/ 21,000
Patente	S/ 2,500						S/ 2,500
Opex	S/ 347,930	S/ 1'141,950	S/ 2'196,342	S/ 3'264,855	S/ 4'378,336	S/ 5'516,954	S/ 16'846,366
Marketing	S/ 30,000	S/ 30,000	S/ 70,000	S/ 100,000	S/ 130,000	S/ 160,000	S/ 520,000
Campaña de Marketing	S/ 30,000	S/ 30,000	S/ 60,000	S/ 90,000	S/ 120,000	S/ 150,000	S/ 480,000
Diseño Web			S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 40,000
Operaciones	S/ 306,930	S/ 329,950	S/ 621.662	S/ 909.686	S/ 1,198,998	S/ 1'487,022	S/ 4'854,248
Impresora multifuncional	S/ 250	S/ 3,006	S/ 6,012	S/ 9,018	S/ 12,024	S/ 15,030	S/ 45,340
Laptop para trabajadores	S/ 429	S/ 11,594	S/ 21,900	S/ 30,918	S/ 41,224	S/ 50,242	S/ 156,309
Licencias software		S/ 3,000	S/ 6,000	S/ 9,000	S/ 12,000	S/ 15,000	S/ 45,000
Local Institucional	S/ 40,000	S/ 240,000	S/ 480,000	S/ 720,000	S/ 960,000	S/ 1,200,000	S/ 3,640,000
Mantenimiento página web		S/ 4,800	S/ 4,800	S/ 4,800	S/ 4,800	S/ 4,800	S/ 24,000
Pago dominio web		S/ 250	S/ 250	S/ 250	S/ 250	S/ 250	S/ 1,250
Patente en Perú		S/ 300	S/ 300	S/ 300	S/ 300	S/ 300	S/ 1,500
Servicios básicos	S/ 3,000	S/ 18,000	S/ 36,000	S/ 54,000	S/ 72,000	S/ 90,000	S/ 273,000
Servidor Cloud		S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 30,000
Talleres de padres y docentes		S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 30,000
Útiles de escritorio		S/ 3,000	S/ 6,000	S/ 9,000	S/ 12,000	S/ 15,000	S/ 45,000
Plataforma de control terapéutico y administrativo		S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 10,000	S/ 50,000
Capital de trabajo	S/ 263,250						S/ 263,250
Seguro profesional y contra todo riesgo		S/ 12,000	S/ 24,000	S/ 36,000	S/ 48,000	S/ 60,000	S/ 180,000
Servicio de limpieza de local		S/ 12,000	S/ 14,400	S/ 14,400	S/ 14,400	S/ 14,400	S/ 69,600
RRHH	S/ 11,000	S/ 782,000	S/ 1,504,680	S/ 2,255,169	S/ 3,049,337	S/ 3,869,932	S/ 11'472,118
Asesoría legal		S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 25,000
Formación Empresa	S/ 2,500						S/ 2,500
Sueldos	S/ 8,500	S/ 777,000	S/ 1,499,680	S/ 2'250,169	S/ 3,044,337	S/ 3,864,932	S/ 11'444,618
Total general	S/ 512,930	S/ 1'332,950	S/ 2'413,342	S/ 3'510,855	S/ 4'651,336	S/ 5'646,954	S/ 18'068,366

Nota. Elaborado a partir de la valoración de OPEX.

El OPEX proyectado para los próximos cinco años asciende a un total de S/ 16'846,366 reflejando los costos recurrentes necesarios para operar el proyecto. Dentro de este rubro, destacan los gastos de alquiler, estimados en S/ 3'640,000 que cubre la infraestructura física y ubicación del local. El mantenimiento preventivo y correctivo de las herramientas tecnológicas, incluyendo el software y los servidores, implica un costo acumulado de S/ 391,898, lo que garantiza la continuidad operativa del proyecto.

Inversión en Programas Educativos y Diagnósticos. Además de los costos operativos, se ha destinado presupuesto para talleres de desarrollo personal y la implementación de herramientas de diagnóstico psicológico.

Los talleres, orientados a alumnos, padres de familia, cuentan con un presupuesto acumulado de S/ 30,000, esenciales para la concientización de la comunidad escolar, en especial padres de familia y docentes, mientras que las pruebas psicológicas esenciales para identificar patrones emocionales y conductuales producto del bullying cuentan con un presupuesto acumulado de S/ 181,000.

Estrategias de Marketing y Expansión. El éxito de Aliado Emocional dependerá en gran medida de su capacidad para posicionarse como una solución líder en la identificación oportuna y abordaje psicológico especializado del bullying, así como en el fortalecimiento emocional y relacional del adolescente y su entorno familiar.

CORE Business. Dentro de esta estructura, destaca el rol fundamental de los equipos de trabajo, liderados por profesionales especializados en salud mental. Estos equipos son el *core business* de Aliado Emocional y constituyen el eje principal para llevar a cabo las intervenciones y el análisis socioemocional.

El crecimiento en la cantidad de grupos de trabajo está directamente vinculado al número de estudiantes en el sistema educativo en Lima Metropolitana. El número de grupos de trabajo se incrementa conforme se avanza en las fases del proyecto, asegurando que cada

estudiante reciba la atención necesaria mediante equipos especializados. Cada grupo de trabajo estará conformado por:

- Un psicólogo senior
- 10 psicólogos clínicos
- Un psicólogo junior

Ingresos. La estructura de ingresos de Aliado Emocional (Tabla 15), proviene de la atención a los estudiantes o adolescentes víctimas de bullying, los cuales pagan S/ 150 por sesión de consulta o terapia, o precios reducidos desde un 10% hasta un 25% si se suscribe a uno de los paquetes de sesiones.

Tabla 15

Estructura de Ingresos de Aliado Emocional

Nombre del Paquete	Número de Sesiones	Precio Total (S/)	Descuento Aplicado	Precio por Sesión (S/)
Sesión Individual	1	150	0%	150
Paquete Básico	5	675	10%	135
Paquete Estándar	8	960	20%	120
Paquete Premium	12	1,350	25%	112.5

5.2.1. Financiamiento

De acuerdo con las proyecciones financieras actualizadas, Aliado Emocional ha adoptado un enfoque estratégico para garantizar la sostenibilidad económica del proyecto durante sus etapas iniciales y de expansión. Este modelo incluye una combinación de aportes directos de los socios fundadores.

En el año 0, se identificó un déficit inicial de S/ 512,930 que será cubierto completamente mediante aportes de los fundadores en partes iguales de S/ 128,232. Este capital permitirá sentar las bases del producto mínimo viable (PMV), incluyendo el desarrollo inicial de recursos esenciales para las operaciones. En el año 1, se proyecta un flujo de caja positivo de S/ 213,600 el cual será utilizado para cubrir el CAPEX del año 2. A partir del año 1, comienzan los flujos positivos, con lo cual el proyecto se auto sostiene con éxito hasta el

quinto año, también se pueden observar los efectos de los supuestos, como la inflación de 3% anual, el tipo de cambio de 3.5785 para obtener un millón de dólares, el incremento de salarios de 3% anual, la tasa de descuento del 10% y los impuestos. (Ver Tabla 16).

Tabla 16

Proyecciones Económicas de Aliado Emocional

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda (Numero de sesiones)	-	15,120	36,288	54,432	72,576	90,720
Ingreso por sesión	S/ 111	S/ 111	S/ 111	S/ 111	S/ 111	S/ 111
Ingresos totales	S/ -	S/ 1'673,784	S/ 4'017,082	S/ 6'025,622	S/ 8'034,163	S/ 10'042,704
CAPEX	-S/ 165,000	-S/ 196,730	-S/ 230,215	-S/ 268,811	-S/ 307,264	-S/ 150,706
OPEX	-S/ 347,930	-S/ 1'176,209	-S/ 2'330,100	-S/ 3'567,595	-S/ 4'927,855	-S/ 6'395,661
Pago de préstamos (Intereses)	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Depreciación	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Total Gastos	-S/ 512,930	-S/ 1'372,939	-S/ 2'560,315	-S/ 3'836,406	-S/ 5'235,119	-S/ 6'546,367
Utilidades antes de impuestos	-S/ 512,930	S/ 300,845	S/ 1'456,767	S/ 2'189,216	S/ 2'799,044	S/ 3'496,337
Impuesto del gobierno (29%)	S/ -	-S/ 87,245	-S/ 422,462	-S/ 634,873	-S/ 811,723	-S/ 1'013,938
Utilidades después de impuestos	-S/ 512,930	S/ 213,600	S/ 1'034,304	S/ 1'554,344	S/ 1'987,321	S/ 2'482,399
Flujo de caja neto Aliado Emocional	-S/ 512,930	S/ 213,600	S/ 1'034,304	S/ 1'554,344	S/ 1'987,321	S/ 2'482,399

Nota. No se considera depreciación, ya que el local y los equipos informáticos (laptops, impresoras multifuncionales y servidores) son alquilados.

En términos de rentabilidad (Ver Tabla 17), Aliado Emocional presenta indicadores financieros favorables. El proyecto en cinco años alcanza un Valor Presente Neto (VAN) de S/ 4'602,592 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 132% en un escenario esperado. También se incorporan un ajuste anual del 3% en costos operativos para considerar la inflación proyectada y una tasa de descuento del 10% correspondiente al WACC.

El gasto operativo (OPEX) en cinco años totaliza S/ 16'846,366, representando la mayor parte del costo debido a la inversión en talento humano especializado, mantenimiento de operaciones y talleres de formación personal y los ingresos totales alcanzan S/ 29'793,355, lo que se traduce en un beneficio operativo neto de S/ 9'729,280 para el mismo periodo.

El análisis determinístico en el escenario promedio confirma que Aliado Emocional es financieramente viable y sostenible, brindando una base sólida para atraer inversionistas. El monto de inversión inicial requerido por los socios fundadores asciende a S/ 128,232,

obteniendo una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 132%, calculada en función de los flujos de caja proyectados anuales (cuyo sustento se encuentra disponible en el siguiente enlace <https://n9.cl/xwqy8n>), lo cual evidencia un atractivo significativo para los accionistas.

Tabla 17

Resultados Económicos en Escenario Promedio de Aliado Emocional

Concepto	Valor
VAN Financiero	S/ 4'602,592
Patrimonio TIR S/	132%
Patrimonio S/	S/ 512,930
<i>Payback</i> (años)	2

El rendimiento proyectado asegura que los accionistas no solo recuperarán su inversión en un plazo estimado de dos años (*payback*), sino que también disfrutarán de beneficios sostenibles a largo plazo. Gracias a esta sólida proyección financiera, que incluye un VAN de S/ 4'602,592, flujos acumulados de S/ 6'759,039, y un beneficio operativo de S/ 9'729,280, Aliado Emocional demuestra su capacidad para escalar y generar impactos significativos en el mercado.

5.2.2. Análisis de Sensibilidad

La sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) ante variaciones en los costos operativos (OPEX) y Costos de Capital (CAPEX) de Aliado Emocional, evaluando su impacto en diferentes escenarios de incremento porcentual en los costos. Este análisis permite identificar cómo cambios en los costos afectan la rentabilidad proyectada del proyecto, proporcionando una herramienta clave para la gestión de riesgos financieros.

En el escenario base, donde los costos operativos permanecen sin incrementos significativos, el VAN alcanza un valor de 4.602 millones de soles, destacando la viabilidad financiera del proyecto en condiciones óptimas. Sin embargo, a medida que los costos aumentan, se observa una reducción progresiva en el VAN.

Incrementos moderados del OPEX (1% - 5%). Con un incremento del 1% en el OPEX, el VAN disminuye ligeramente a 4.5 millones de soles, lo que representa una ligera afectación en la rentabilidad.

- A un aumento del 5%, el VAN se reduce a 4.07 millones de soles, manteniéndose en el rango objetivo que refleja una rentabilidad muy buena.

Incrementos significativos del OPEX (10% - 20%). Con un aumento del 10%, el VAN baja a 3.54 millones de soles, mostrando una afectación más marcada viable, pero empieza a alejarse del objetivo, un VAN de S/ 3.58 millones o USD 1 millón.

5.2.3 Riesgos Financieros

Se evaluó cómo cambia el Valor Actual Neto (VAN) ante incrementos del OPEX y CAPEX, (Ver Tabla 18).

Tabla 18

Análisis de Riesgos y Sensibilidad de Aliado Emocional

Incremento del OPEX	VAN (Millones de)	Observaciones
0% (escenario base)	4.602	Proyecto y objetivo totalmente viable.
1%	4.496	Impacto leve.
5%	4.071	Rentabilidad atractiva.
10%	3.539	Viabilidad aceptable.
20%	2.477	Beneficio todavía aceptable.
30%	1.401	Beneficio comprometido.
43%	-0.021	Proyecto se vuelve inviable.

Escenarios de alto riesgo (25% - 30%). Incrementos del 30% o más generan valores del VAN cercanos a 1.23 millones de soles, alcanzando incluso valores negativos cuando el OPEX incrementa al 43%, con un VAN de -0.021 millones de soles. Este escenario evidencia una situación de pérdida, sugiriendo que el proyecto sería financieramente inviable bajo estas condiciones.

Se muestra que el análisis realizado, subraya la importancia de un control riguroso de los costos para alcanzar el objetivo y garantizar la sostenibilidad financiera del proyecto.

Mantener los incrementos en el OPEX y CAPEX por debajo del 5% asegura que el VAN

permanezca dentro del rango objetivo para los inversionistas, mientras que superar el 40% de incremento compromete la viabilidad del proyecto. (Ver Tabla 19).

Tabla 19

Análisis de Sensibilidad del Valor Actual Neto

Incremento en CAPEX y OPEX	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN
0%	-S/ 512,930	S/ 213,600	S/ 1'034,304	S/ 1'554,344	S/ 1'987,321	S/ 2'482,399	S/ 4'602,592.31
1%	-S/ 518,059	S/ 203,282	S/ 1'015,459	S/ 1'526,326	S/ 1'949,261	S/ 2'435,483	S/ 4'496,330.14
5%	-S/ 538,576	S/ 162,008	S/ 940,075	S/ 1'414,253	S/ 1'797,019	S/ 2'247,818	S/ 4'071,281.44
10%	-S/ 564,223	S/ 110,416	S/ 845,846	S/ 1'274,163	S/ 1'606,717	S/ 2'013,237	S/ 3'539,970.57
15%	-S/ 589,869	S/ 58,824	S/ 751,616	S/ 1'134,073	S/ 1'416,415	S/ 1'778,656	S/ 3'008,659.70
20%	-S/ 615,516	S/ 7,232	S/ 657,387	S/ 993,983	S/ 1'226,113	S/ 1'544,074	S/ 2'477,348.83
25%	-S/ 641,162	-S/ 44,359	S/ 563,158	S/ 853,893	S/ 1'035,811	S/ 1'309,493	S/ 1'946,037.95
30%	-S/ 666,809	-S/ 111,036	S/ 468,929	S/ 713,803	S/ 845,509	S/ 1'074,912	S/ 1'401,013.40
35%	-S/ 692,455	-S/ 179,683	S/ 374,699	S/ 573,712	S/ 655,207	S/ 840,331	S/ 854,197.95
40%	-S/ 697,585	-S/ 193,413	S/ 355,853	S/ 545,694	S/ 617,147	S/ 793,414	S/ 744,834.87
50%	-S/ 702,714	-S/ 207,142	S/ 337,008	S/ 517,676	S/ 579,086	S/ 746,498	S/ 635,471.78

Nota. Análisis de Sensibilidad del Valor Actual Neto (VAN) ante Incrementos en Costos Operativos (OPEX) y de Capital (CAPEX)

5.3. Escalabilidad y Exponencialidad del Modelo de Negocio - Aliado Emocional

El modelo de negocio de Aliado Emocional está diseñado para garantizar un crecimiento escalable y sostenible, logrando un impacto significativo en la identificación oportuna y el abordaje psicológico especializado de casos de bullying escolar, mediante una atención personalizada y centrada en las necesidades emocionales del adolescente y su entorno familiar. Este enfoque estratégico se basa en cuatro pilares clave: la creación de alianzas con actores relevantes del sector educativo y social, el desarrollo de recursos accesibles y prácticos para la comunidad escolar, la implementación de mecanismos de evaluación continua basados en métodos cualitativos y cuantitativos, y una capacidad de adaptación cultural que permita su implementación en contextos educativos diversos. Este diseño no solo satisface las necesidades específicas de Lima Metropolitana con 1,9 millones de estudiantes (Sánchez, 2023), sino que también está concebido para expandirse hacia otras regiones del Perú e incluso internacionalmente, en países que enfrentan desafíos similares en el ámbito educativo.

La estrategia de escalabilidad de Aliado Emocional se fundamenta en reconocer componentes del modelo que pueden ser reproducidos y otros que necesitan ser ajustados de acuerdo con el contexto. Los talleres de habilidades socioemocionales y las entrevistas estructuradas también son replicables, dado que su formato estandarizado (45 minutos por entrevista, *tests* en línea y módulos de formación pregrabados) facilita su implementación en diversas regiones con personal capacitado localmente.

No obstante, aspectos como los temas culturales de los talleres y las interacciones en línea necesitan ser modificados; por ejemplo, en zonas como Cusco o Puno, donde el 60% de los alumnos tolera el acoso escolar (web ID: 9), se modificarán las simulaciones para representar entornos rurales e idiomas autóctonos como el quechua, garantizando su pertinencia local. Además, los gastos operativos (OPEX, 93% del total) y la configuración de precios S/ 150 por sesión pueden adaptarse a la capacidad de compra regional (por ejemplo, disminuyendo las tarifas un 20% en áreas de escasos recursos con respaldo de subsidios).

Antes de contemplar una expansión de Lima Metropolitana, la estrategia de validación global de Aliado Emocional debe seguir un enfoque progresivo basado en datos. En una primera fase (cinco primeros años), se implementará únicamente en Lima, hasta alcanzar una cuota de mercado del 12%, posterior se tiene planeado una expansión a otras regiones con altos índices de bullying, en paralelo se estudiará la posibilidad de una expansión al exterior.

5.3.1. ExO Canvas

Para garantizar la escalabilidad y sostenibilidad del programa Aliado Emocional, se utilizó el ExO Canvas (Ver Tabla 20) como herramienta estratégica para estructurar los elementos clave que permiten la implementación progresiva de esta solución en el mercado de Lima Metropolitana.

Tabla 20*ExO Canvas*

Elemento	Descripción Corregida
Propósito Transformador Masivo	Mejorar la salud mental de estudiantes, especialmente adolescentes víctimas de bullying y con ello contribuir con mejorar su calidad de vida y transformar la convivencia escolar previniendo, identificando y abordando el bullying mediante estrategias innovadoras, accesibles y culturalmente adaptadas a diferentes mercados.
Información	El programa se basa en la recolección de datos cualitativos mediante entrevistas, test, encuestas y dinámicas con adolescentes. Este enfoque permite identificar patrones de convivencia y necesidades emocionales que orientan las intervenciones psicológicas personalizadas.
Equipo	Aliado Emocional opera con psicólogos clínicos especializados en bullying y salud emocional adolescente. Este equipo lidera las terapias, realiza sesiones guiadas y proporciona soporte continuo a los usuarios (los adolescentes), garantizando calidad sin necesidad de personal escolar adicional.
Comunidad	Se activa la participación de los propios adolescentes, sus padres e incluso docentes a través de espacios virtuales, retos emocionales, talleres y redes de contención familiar. Estas interacciones fortalecen la empatía y el compromiso emocional.
Algoritmos	Se utilizan herramientas clínicas proyectivas como el TAT y entrevistas personalizadas para identificar emociones como miedo, rencor o retraimiento. Estas técnicas permiten diseñar respuestas terapéuticas personalizadas, sin uso de modelos algorítmicos digitales.
Interfaces	La interacción ocurre en sesiones terapéuticas presenciales. Se recrean situaciones de bullying para entrenar al adolescente en cómo responder sin violencia y cómo reportar los hechos. Se incluyen recursos visuales como guías y videos prácticos para reforzar el aprendizaje.
Reportes de progreso emocional y conductual	Los padres reciben reportes con avances emocionales y mejoras conductuales del adolescente, incluyendo indicadores como disminución de ansiedad, aumento de autoestima y mejoras en el manejo de conflictos.
Experimentación	Se inicia con pilotos en adolescentes de colegios privados de Lima. Se evalúan impacto emocional, mejora del usuario y aceptación de la terapia. Los resultados se usan para ajustar el programa antes de escalarlo a nuevas regiones o países.
Autonomía	El adolescente es empoderado para gestionar sus emociones y enfrentar situaciones de bullying sin depender de adultos. Aliado Emocional le brinda herramientas para responder con seguridad, proteger su bienestar emocional y construir resiliencia.
Talleres de acompañamiento parental	Se integra talleres presenciales o virtuales dirigidos a padres de familia y docentes como parte esencial de su intervención. Estos espacios permiten brindar orientación práctica, fortalecer el rol parental y consolidar un entorno familiar que favorezca el proceso terapéutico del adolescente. Los talleres son diseñados y conducidos por el equipo clínico, abordando temas como detección de señales emocionales, gestión de conflictos y estrategias de contención desde el hogar.
Implementación	La primera fase del programa se implementa con adolescentes de colegios privados de Lima Metropolitana.

Por otro lado, sintetiza las acciones estratégicas del programa, detallando los beneficios esperados, los impactos cualitativos y cuantitativos asociados a cada eje de intervención, así como los indicadores clave (KPI's) que permitirán evaluar su desempeño a corto y mediano plazo.

5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio

Aliado Emocional es un proyecto plenamente alineado con prácticas y políticas socialmente responsables, al ofrecer atención psicológica especializada a adolescentes que han sido víctimas de bullying, en una etapa especialmente sensible como la adolescencia. Su enfoque clínico e integral trasciende los abordajes tradicionales al brindar contención emocional individualizada, combinada con la participación activa de los padres de familia, quienes son formados como agentes clave en el proceso terapéutico. Esta intervención no solo contribuye a la reparación emocional del adolescente, sino que promueve el desarrollo de habilidades socioemocionales y mecanismos de autorregulación esenciales para su vida futura.

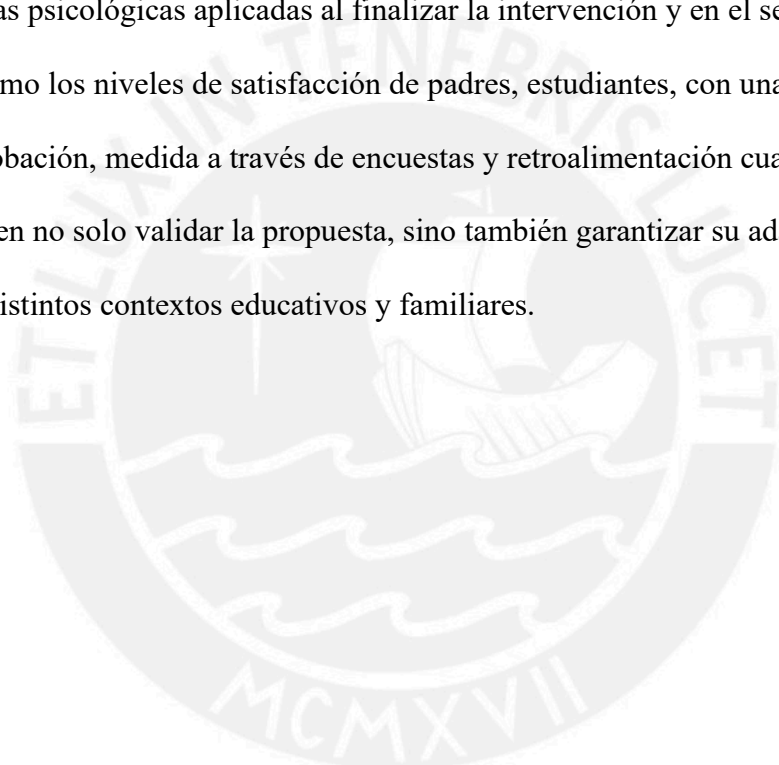
Al actuar de manera oportuna tras la identificación del acoso, Aliado Emocional mitiga los efectos psicosociales de estas experiencias, reduciendo el riesgo de consecuencias emocionales más graves a largo plazo. La propuesta fomenta entornos familiares más empáticos y protectores, fortaleciendo así el tejido social desde el núcleo más cercano al adolescente.

En este sentido, el proyecto contribuye de manera directa al ODS N° 3, orientado a “garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”, con especial énfasis en la meta 3.4, que establece como prioridad “promover la salud mental y el bienestar” al año 2030. Esta línea de acción no solo respalda la visión global de desarrollo humano sostenible, sino que reconoce la necesidad de intervenir en los factores estructurales que inciden en el bienestar emocional de las nuevas generaciones.

Para Aliado Emocional, el abordaje psicológico del bullying no es un componente accesorio, sino el núcleo de su modelo (*core business*), sustentado en la evidencia clínica y en la identificación de una brecha crítica en el contexto escolar privado: la escasa atención sistemática a las consecuencias emocionales del acoso. Frente a esta realidad, el proyecto

propone una solución sostenible, ética y basada en resultados, capaz de transformar no solo la experiencia individual del adolescente, sino también la cultura de las familias y comunidades educativas involucradas.

Como parte de su estrategia de sostenibilidad, Aliado Emocional incorpora métricas de impacto a largo plazo que permiten monitorear la efectividad y permanencia del modelo. Entre los indicadores clave se encuentran: la mejora en la gestión emocional de los adolescentes al enfrentar situaciones de bullying (ya sea como víctimas o testigos), evaluada mediante pruebas psicológicas aplicadas al finalizar la intervención y en el seguimiento posterior; así como los niveles de satisfacción de padres, estudiantes, con una meta mínima del 80% de aprobación, medida a través de encuestas y retroalimentación cualitativa. Estas métricas permiten no solo validar la propuesta, sino también garantizar su adaptabilidad y pertinencia en distintos contextos educativos y familiares.



Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable

En el presente capítulo, se evalúa si el proyecto Aliado Emocional es deseable, factible y viable. Para ello, se plantearon distintas hipótesis asociadas a cada una de estas áreas, las cuales serán validadas o refutadas mediante la aplicación de experimentos, pruebas de usabilidad y encuestas específicas. Estas pruebas permitirán analizar cómo los actores clave interactúan con la solución, cómo perciben su utilidad y efectividad, y qué tan alineada está con sus necesidades y expectativas.

6.1 Validación de la Deseabilidad de la Solución

Después de llevar a cabo el análisis del encaje producto-mercado, identificando las necesidades críticas de los usuarios y las oportunidades clave del proyecto, se establecieron hipótesis de prueba enfocadas en validar la deseabilidad del modelo de negocio. Cada hipótesis fue diseñada para ser comprobable, precisa y discreta, alineándose directamente con los objetivos del proyecto. Estas hipótesis fueron validadas a través de pruebas de intención de uso y de usabilidad, mediante la realización de encuestas, cuyos resultados son analizados a continuación.

6.1.1 Hipótesis para Validar la Deseabilidad-Intención de Uso

Para validar la deseabilidad (Intención de Uso) de la solución de Aliado Emocional, se formuló la siguiente hipótesis (Ver Figura 24).

Según las entrevistas efectuadas a los padres de adolescentes que han sido víctimas o testigos de bullying, existe una percepción clara de valor y necesidad respecto a un servicio psicoterapéutico especializado como Aliado Emocional, estando dispuestos a contratarlo incluso si implica un costo económico, siempre que se perciba claridad, profesionalismo y utilidad en la propuesta. Esta hipótesis de deseabilidad fue validada principalmente durante el tercer sprint, en el cual se realizaron 20 entrevistas a padres de familia con hijos adolescentes

matriculados en colegios privados de Lima Metropolitana, pertenecientes a los sectores socioeconómicos A, B y C.

Figura 24

Tarjeta de Prueba Deseabilidad- Intención de Uso

Tarjeta de Prueba (Strategyzer)	
Actividad	Deseabilidad - Intención de uso: Validación del interés real de los padres de familia en utilizar y pagar por el servicio psicoterapéutico "Aliado Emocional", orientado a adolescentes con experiencias de bullying.
Responsable	Grupo 1 MBA CENTRUM PUCP
Paso 1: Hipótesis (Riesgo ☠ ☠ ☠):	
Creemos que	Los padres de adolescentes que han sido víctimas o testigos de bullying considerarán valioso y necesario acceder a un servicio psicoterapéutico especializado como Aliado Emocional, y estarán dispuestos a contratarlo incluso si implica un costo económico, siempre que perciban claridad, profesionalismo y utilidad en la propuesta.
Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 🗣️ 👂 📝):	
Para verificarlo,	Nosotros analizaremos los resultados de las entrevistas realizadas en los Sprints 1, 2 y 3 donde se presentará el prototipo del servicio y se consultará directamente a los padres sobre su intención de uso y disposición de pago. En esas sesiones se mostrará la propuesta clínica y los siguientes precios: <ul style="list-style-type: none"> • Sesión individual: S/. 150.00 • Paquete Básico (S/. 675.00): 5 sesiones + diagnóstico + taller 1 + informe final • Paquete Estándar (S/. 960.00): Hasta 8 sesiones + talleres 1 y 2 + seguimiento a 60 días • Paquete Premium (S/. 1350.00): Hasta 12 sesiones + talleres 1 al 5 + cartilla emocional + informe extendido + reunión final <p>Las entrevistas serán grabadas y complementadas con formatos de validación (Excel).</p>
Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒 🕒 🕒)	
Además,	Mediremos: <ul style="list-style-type: none"> • Número de entrevistas realizadas (sprint 3): 20 padres participantes. • Porcentaje de padres que manifestaron: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Interés explícito en usar el servicio (expresiones verbales directas en grabaciones como "sí lo contrataría", "sí lo veo necesario" y la aceptación del precio ofrecido como justo o razonable, en relación al valor percibido.
Paso 4: Criterio	
Estamos bien si	el 80% de los padres entrevistados: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Declara de forma explícita que contrataría el servicio para su hijo/a, y manifiesta estar dispuesto a pagar por alguna de las alternativas ofrecidas.

Durante dicho sprint, aunque el foco estuvo orientado a evaluar el contenido clínico del servicio, también se recogieron respuestas específicas sobre la intención de contratación. Los resultados fueron concluyentes: el 100% de los padres entrevistados manifestó de manera explícita su disposición a contratar el servicio, reconociendo la importancia de una intervención profesional frente a los efectos emocionales del bullying escolar. La totalidad de los participantes valoró positivamente la propuesta, considerando justificados los costos del servicio en relación con los beneficios terapéuticos ofrecidos y la posibilidad de elegir entre distintas alternativas según sus capacidades económicas.

Esta validación consolida los resultados obtenidos en el segundo sprint mediante las entrevistas realizadas, donde ya se había identificado una alta intención de uso con el 95.65%

(44 de 46 padres entrevistados) expresó su interés en contratar el servicio tras conocer el prototipo, la propuesta clínica y los paquetes tarifarios. Si bien en ese momento el objetivo fue más amplio, los resultados reflejaron una percepción favorable hacia el valor diferencial del servicio.

En suma, los hallazgos del tercer sprint no solo refuerzan la hipótesis de deseabilidad planteada, sino que evidencian que Aliado Emocional responde a una necesidad insatisfecha presente en los hogares que enfrentan situaciones de acoso escolar. Su enfoque de intervención temprana, atención psicoterapéutica personalizada y herramientas de seguimiento emocional son percibidos como atributos diferenciales de alto valor, lo que confirma una sólida intención de uso y disposición real de contratación por parte del segmento objetivo.

6.1.2 Hipótesis para Validar la Deseabilidad-Usabilidad

Para validar la deseabilidad (Usabilidad) de la solución Aliado Emocional, se formuló la siguiente hipótesis (Ver Figura 25).

Figura 25

Tarjeta de Prueba de Deseabilidad-Usabilidad

Tarjeta de prueba (Strategyzer)	
Actividad	USABILIDAD: Evaluar la experiencia de uso del servicio Aliado Emocional por parte de adolescentes que asistieron a sesiones terapéuticas del PMV.
Responsable	Grupo 1 MBA CENTRUM PUCP
Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚨🚨🚨):	
Creemos que	Los adolescentes entre 13 y 17 años, pertenecientes a los NSE A, B y C, percibirán como útil, comprensible y valioso el servicio Psicoterapéutico Aliado Emocional, luego de participar en al menos 4 sesiones completas del modelo clínico implementado durante el piloto, considerando que el paquete completo tiene desde 5 a 12 sesiones.
Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 📊👉👈):	
Para verificarlo,	al término de las sesiones pilotos, se aplicará una entrevista semiestructurada de usabilidad a cada adolescente participante. Esta entrevista será conducida de forma individual y grabada en video con consentimiento informado. La entrevista incluirá: <ul style="list-style-type: none"> • Preguntas cerradas con escala Likert sobre la claridad, utilidad, comodidad y conexión emocional durante la sesión. • Preguntas abiertas sobre su experiencia general, elementos que más les gustaron o incomodaron, y sugerencias de mejora. • Evaluación específica del uso de materiales (cartas, libreta terapéutica, dinámicas lúdicas).
Paso 3: Métrica (Tiempo requerido ⌚🕒🕒):	
Además,	mediremos: <ul style="list-style-type: none"> • El promedio de satisfacción general (puntaje en la escala Likert).
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuántos adolescentes respondieron con 4 o 5 en al menos 6 de las 8 preguntas. • Cuántos calificaron positivamente (4 o 5 puntos) el uso de los materiales terapéuticos. • Revisaremos las respuestas a las preguntas abiertas y consideraremos favorable el resultado si al menos 4 de 5 adolescentes evidencian, en balance, mayores comentarios positivos que negativos acerca del servicio o los materiales empleados.
	Paso 4: Criterio
	Estamos bien si Estaremos bien si el 80% de los adolescentes reporta satisfacción general (4 o 5 en la escala Likert).

Esta hipótesis fue evaluada mediante un estudio clínico en un contexto real de intervención, en el que participaron cinco adolescentes, de entre 13 y 16 años, quienes completaron un ciclo de cuatro sesiones individuales bajo la conducción del psicólogo Juan Carlos Merino Peñafiel (C.Ps.P. 14879), miembro del equipo desarrollador del modelo Aliado Emocional. La participación fue autorizada formalmente mediante las Cartas de Consentimiento Informado y Autorización de Participación de Menor de Edad, suscritas por los padres de familia (Ver Apéndice G).

Al término de las sesiones, cada participante respondió la Encuesta de Opinión – Sesiones con Aliado Emocional (Ver Apéndice H), compuesta por ocho ítems en escala Likert que midieron la satisfacción general, la percepción de utilidad y claridad del proceso, así como la valoración de los materiales terapéuticos, complementada con cuatro preguntas abiertas orientadas a identificar aspectos destacables, oportunidades de mejora y percepciones personales sobre el acompañamiento recibido.

Los resultados demostraron que el 100% de las participantes cumplió con el criterio establecido en la tarjeta de prueba: responder con puntaje 4 o 5 en al menos 6 de las 8 preguntas y calificar positivamente (4 o 5) el uso de los materiales terapéuticos. Asimismo, 4 de las 5 adolescentes no expresaron observaciones negativas significativas en sus respuestas abiertas, superando el umbral del 80% definido para validar la usabilidad. El promedio global de satisfacción se situó entre 4,5 y 5 puntos, lo que indica una percepción altamente positiva del servicio. La evidencia de las terapias efectuadas, así como las técnicas trabajadas se encuentran en el siguiente enlace <https://n9.cl/buncwg> (Ver Apéndice I).

Entre los elementos más valorados, las adolescentes destacaron sentirse escuchadas, comprendidas y apoyadas, resaltando la utilidad y dinamismo de las dinámicas terapéuticas, como cartas, libreta emocional y actividades proyectivas, así como la confianza generada con el terapeuta y la facilidad para expresar emociones, como las técnicas trabajadas en los

adolescentes (Ver Apéndice J). Las sugerencias de mejora se centraron en extender la duración de las sesiones e incrementar la variedad de actividades lúdicas.

Complementariamente, cabe señalar que el modelo psicoterapéutico fue cedido de manera expresa, gratuita y voluntaria por su autor, el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel, (Ver Apéndice K), el psicólogo responsable elaboró los Informes Finales de Evaluación Clínica, incorporados en el Apéndice L, los cuales documentan avances significativos en las participantes en dimensiones como expresión emocional, autoconfianza y manejo del malestar asociado al bullying. Del análisis de dichos informes se desprende que, al culminar el proceso terapéutico, las adolescentes evidenciaron un fortalecimiento emocional y de la autoestima, reflejado en una mayor seguridad personal y capacidad para expresar pensamientos y sentimientos sin temor. Asimismo, mostraron adquisición efectiva de herramientas de afrontamiento, que les permitirá reconocer, comprender y regular el malestar emocional. En el ámbito familiar, se reportó una mejora en la calidad del vínculo con los padres de familia, quienes identificaron una comunicación más fluida y cercana con sus adolescentes. También se constató una reducción del impacto negativo del bullying, manifestada en la capacidad de narrar y reflexionar sobre experiencias pasadas con menor carga emocional adversa, junto con un incremento de la resiliencia ante situaciones de hostigamiento.

6.2 Validación de la Factibilidad de la Solución

6.2.1 Plan de Marketing

El plan de marketing de Aliado Emocional está orientado a posicionar a la empresa como la mejor alternativa para padres de familia preocupados por la salud emocional de sus hijos, ofreciendo un servicio especializado en intervención psicológica para adolescentes afectados por el bullying con un acompañamiento personalizado.

La propuesta del presente trabajo está dirigida principalmente a familias de los sectores socioeconómicos A, B y C, quienes valoran el bienestar emocional de sus hijos, pero no siempre cuentan con acceso oportuno a un soporte psicológico de calidad.

Aliado Emocional busca consolidarse en el mercado peruano mediante una estrategia de marketing centrada en acciones educativas, publicitarias y relacionales, que maximicen la captación de familias y permitan construir una marca confiable, cercana y sostenible. El plan prevé la generación de ingresos superiores a los costos durante los primeros cinco años del negocio, asegurando tanto la sostenibilidad como la posibilidad a futuro de expansión a nivel nacional.

Objetivos de Marketing y Ventas. El objetivo principal es lograr la adopción progresiva de los servicios psicológicos por parte de padres de familia, mediante una estrategia de marketing directo que eduque, sensibilice y evidencie la importancia de actuar frente al bullying y otras dificultades emocionales en la adolescencia.

Los objetivos específicos incluyen:

- Alcanzar un crecimiento promedio anual del 34% en la captación de nuevos clientes durante los primeros cinco años, conforme al comportamiento proyectado en la demanda total de servicios.
- Mantener una tasa de retención de clientes del 85% a partir del tercer año, mediante un programa de seguimiento psicológico continuo, beneficios exclusivos y estímulos para la permanencia.
- Incrementar la participación en talleres dirigidos a padres de familia en un 25% anual, como estrategia clave para la sensibilización, educación emocional y la conversión hacia los servicios personalizados.

Propuesta de Valor. Aliado Emocional ofrece una solución integral y estructurada para abordar el bullying y otros problemas emocionales en adolescentes, a través de terapias personalizadas y estrategias de intervención adaptadas.

El servicio incluye:

- Entrevistas clínicas iniciales de diagnóstico.
- Dinámicas proyectivas y sesiones guiadas para identificar situaciones de riesgo y desarrollar respuestas asertivas.
- Seguimiento constante para padres, con reportes periódicos del progreso emocional de sus hijos.

Los servicios se ofrecen bajo un modelo flexible y accesible de precios, con los siguientes esquemas:

- Sesión individual: S/ 150.00
- Paquete de 5 sesiones: S/ 675.00 (10% de descuento)
- Paquete de 8 sesiones: S/ 960.00 (20% de descuento)
- Paquete de 12 sesiones: S/ 1,350.00 (25% de descuento)
- Talleres dirigidos a padres de familia, orientados a la prevención y acompañamiento emocional en casa. La cantidad y frecuencia de estos talleres varía según el paquete clínico contratado, brindando entre uno y cinco talleres por familia, de forma articulada al proceso terapéutico del adolescente. Asimismo, se ofrecen talleres gratuitos en eventos escolares como parte de la estrategia de captación y sensibilización comunitaria.

Estrategia Comercial. Para acelerar la llegada a más familias, Aliado Emocional contempla:

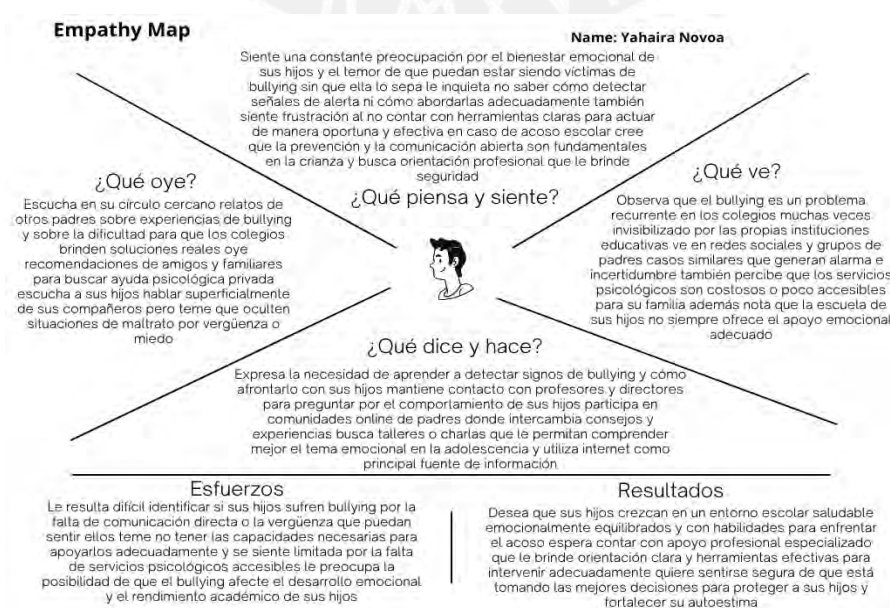
- Campañas publicitarias digitales segmentadas en redes sociales y Google Ads, dirigidas a padres de los sectores A, B y C.

- Talleres gratuitos de sensibilización como puerta de entrada a padres interesados.
- Alianzas con psicólogos colegiados y líderes de comunidades de padres para generar confianza y ampliar el alcance.
- Programa de referidos, donde padres satisfechos obtienen beneficios al recomendar el servicio.

Buyer Persona. El segmento al cual está dirigida la propuesta de Aliado Emocional son las familias de los sectores socioeconómicos A, B y C, con hijos en edad escolar que buscan apoyo especializado para la detección temprana del bullying y el fortalecimiento emocional de sus hijos, por ello la estrategia de marketing debe centrarse en conectar directamente con las necesidades de este público. En la Figura 26, se muestra a Yahaira Novoa nuestra Buyer Persona es una madre de 40 años residente en Lima Metropolitana preocupada por el bienestar emocional de sus hijos dispuesta a invertir en soluciones eficaces que le permitan prevenir y afrontar el bullying, mantiene contacto frecuente con profesores y participa en comunidades de padres donde busca orientación y herramientas prácticas que le permitan actuar de manera oportuna frente a cualquier indicio de acoso escolar.

Figura 26

Empathy Map Buyer Persona



Marketing Mix. El Marketing Mix de Aliado Emocional abarca las cuatro áreas clave del marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción, asegurando que las estrategias se adapten de manera precisa a las necesidades específicas del segmento objetivo. Este enfoque integral está diseñado para posicionar el sistema como la solución líder en la prevención del bullying en instituciones educativas privadas de Lima Metropolitana.

Producto. Aliado Emocional es un servicio de intervención psicológica para adolescentes afectados por bullying, que combina herramientas innovadoras con metodologías personalizadas para prevenir y gestionar el bullying entre adolescentes. Aliado Emocional integra sesiones psicológicas, paneles de monitoreo emocional, talleres socioemocionales y contenidos interactivos. Su enfoque permite involucrar a todos los actores que pueden intervenir en la solución a este problema.

Precio. El modelo de negocio de Aliado Emocional se basa en un esquema donde el precio regular por sesión es de S/ 150.00. No obstante, se ofrecen descuentos progresivos a través de paquetes: el paquete de cinco sesiones tiene un costo total de S/ 675.00, lo que representa un descuento del 10%; el paquete de ocho sesiones cuesta S/ 960.00, aplicando un 20% de descuento; y el paquete más completo, de doce sesiones, tiene un valor de S/ 1,350.00 lo que equivale a un descuento del 25%. A continuación, en la Tabla 21, se muestra el precio de la competencia directa.

Tabla 21

Criterios de Precio de Competidores

Criterio	Psicólogo Monterrico	Psicologos.pe	Restaura	Bienestar	Mejora Perú	Psicólogos en Lima	Consultora Cadenex
Precio	5 sesiones - 357	5 sesiones - 900	5 sesiones - 240	5 sesiones. 700	5 sesiones - 260	5 sesiones - 450	5 sesiones 450
Talleres de convivencia	60 por adolescente			90 por adolescente		60 por adolescente	50 por adolescente

Plaza. La estrategia de distribución se enfoca en Lima Metropolitana, dirigida a padres de los niveles socioeconómicos A, B y C que buscan apoyo para la detección temprana

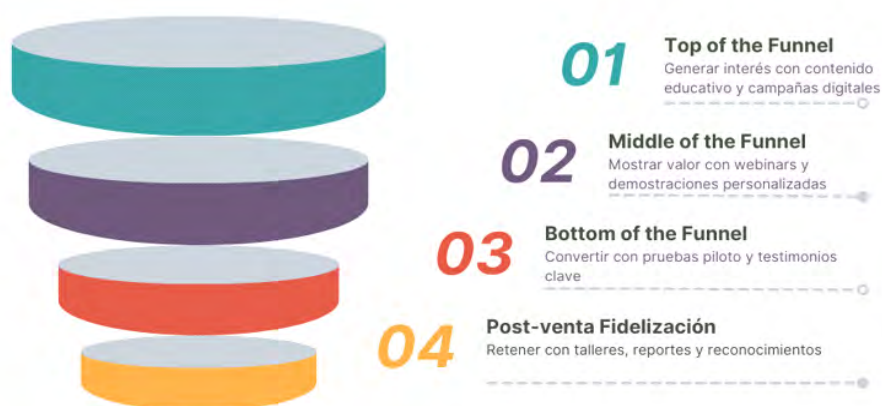
del bullying. Los servicios se ofrecen mediante canales digitales, sesiones presenciales y talleres virtuales, complementados con alianzas con profesionales de la salud mental y redes de padres para ampliar el alcance y fortalecer la confianza.

Promoción. La estrategia promocional de Aliado Emocional está dirigida a padres de familia de los niveles A, B y C, combinando campañas digitales, marketing directo y talleres gratuitos para sensibilizar sobre la detección temprana del bullying. Se utilizarán Facebook, Instagram y TikTok, con contenido educativo como videos, infografías y testimonios de familias. Además, se desarrollarán *webinars* y talleres virtuales para demostrar el valor del acompañamiento psicológico y fortalecer la confianza en el servicio.

Marketing Funnel. El embudo de marketing tiene como propósito atraer, educar y convertir a los padres en clientes, acompañándolos en cada etapa del proceso de decisión (Ver Figura 27). En la fase *ToFu (Top of the Funnel)* se genera conciencia sobre el bullying mediante campañas digitales, publicaciones en redes sociales y material informativo, posicionando la marca como referente en la temática y creando un primer vínculo de confianza con los padres.

Figura 27

Embudo Comercial-Marketing Funnel



En la etapa *MoFu (Middle of the Funnel)* se busca fortalecer el interés con talleres, webinars y asesorías personalizadas, ofreciendo información más especializada que ayude a los padres a valorar el servicio. Aquí se construye una relación más cercana y se refuerza la percepción de profesionalismo y credibilidad. Posteriormente, en la fase *BoFu (Bottom of the Funnel)*, la estrategia se orienta hacia la conversión, a través de paquetes promocionales, programas de referidos y atención directa que facilite la decisión de contratación, eliminando posibles objeciones.

Finalmente, en la postventa y fidelización, se mantiene la relación a largo plazo con un seguimiento del progreso del menor, contenido exclusivo y beneficios por continuidad. Este acompañamiento constante no solo asegura la satisfacción de los clientes, sino que convierte a los padres en promotores activos del servicio, generando confianza en nuevos prospectos y un crecimiento sostenido basado en recomendaciones.

Presupuesto. Este plan está diseñado para ser dinámico, medible y escalable. La evaluación del rendimiento incluirá indicadores como: costo por adquisición del cliente (CAC), valor tiempo de vida del cliente (CTVC), satisfacción del cliente (>80%). A través de un enfoque centrado en la experiencia del usuario y la evidencia clínica, Aliado Emocional busca consolidarse como una referencia en salud emocional adolescente en Perú y posteriormente en Latinoamérica (Ver Tabla 22).

Tabla 22

Presupuesto del Plan de Marketing

Años	0	1	2	3	4	5
Presupuesto Total	30,000	30,000	70,000	100,000	130,000	160,000
Gestión de Redes y Publicidad Digital	5000	5000	10,000	10,000	10,000	10,000
Campaña de Marketing	25,000	25,000	50,000	80,000	110,000	140,000
Imagen Empresarial y Web			10,000	10,000	10,000	10,000

Objetivos Estratégicos con Indicadores Clave (KPIs). El marketing estratégico de Aliado Emocional se articula en torno a tres objetivos fundamentales: posicionamiento,

adopción institucional y conversión de usuarios. Cada uno cuenta con indicadores clave que permiten medir su progreso:

- Incrementar el reconocimiento de marca en Lima Metropolitana en un 60% al finalizar el segundo año, medido por encuestas de recuerdo de marca (*Brand Awareness*).
- Alcanzar una tasa de conversión del 12% del mercado directo obtenible (SOM) en las campañas digitales durante los cinco primeros años de operación.
- Lograr la firma de convenios con al menos nueve colegios en los primeros 24 meses.
- Obtener un *Net Promoter Score* (NPS) superior a 50 al cierre del tercer año.
- Mantener un CAC (Costo de Adquisición de Cliente) inferior a S/ 15.00 por cliente durante los tres primeros años.

Estrategia de Contenidos y *Storytelling*. La narrativa de marca girará en torno a historias reales, validadas éticamente, que reflejen el impacto emocional y académico positivo del programa. Se implementará una estrategia de contenido con publicaciones semanales en redes sociales, incluyendo videos testimoniales, entrevistas con expertos, y cápsulas educativas. Se proyecta alcanzar una tasa de *engagement* del 8% en Instagram y un alcance orgánico acumulado de 1 millón de usuarios en TikTok en los primeros 18 meses.

Alianzas Estratégicas y Co-Marketing. El crecimiento de Aliado Emocional también se apalancará en alianzas con organizaciones educativas, ONGs, y actores del sector salud. Se prevé establecer acuerdos de colaboración con al menos cinco instituciones en el primer año, generando sinergias en eventos, talleres y campañas de concientización conjunta. Estas alianzas permitirán ampliar la base de prospectos y validar la pertinencia del servicio en contextos diversos, facilitando su futura expansión regional.

Estrategias de Retención y Fidelización. El plan contempla una política activa de retención y fidelización dirigida a padres de familia, basada en un seguimiento psicológico continuo, envío de boletines informativos con consejos para el acompañamiento emocional en casa, y asesorías gratuitas periódicas para resolver dudas o inquietudes sobre el desarrollo emocional de los hijos. Asimismo, se ofrecerán descuentos exclusivos por la renovación de paquetes y beneficios adicionales por la recomendación del servicio a otras familias. Se proyecta alcanzar una retención del 85% de clientes a partir del tercer año. Para garantizar la mejora continua, se aplicarán encuestas de satisfacción semestrales y se realizarán sesiones de retroalimentación directa con los padres, fortaleciendo la confianza y la relación con cada familia.

Indicadores de Impacto Social. El éxito del plan no solo será evaluado en términos comerciales, sino también por el impacto emocional y social generado en los niños y adolescentes atendidos. Se establecen como indicadores clave de impacto los siguientes:

- Reducción del 20% en signos de bullying o acosos detectados en los menores que completan el proceso terapéutico durante el primer año.
- Incremento del 30% en la autoestima y habilidades sociales de los niños y adolescentes acompañados, medido mediante pruebas psicológicas validadas.
- Participación del 70% de los padres en al menos una sesión de orientación psicológica, como parte del proceso de intervención familiar.
- Disminución de síntomas de ansiedad o depresión leve en al menos el 50% de los menores tratados, verificado a través de evaluaciones clínicas comparativas.

Estrategia Omnicanal y KPIs por Canal. Aliado Emocional adoptará una estrategia omnicanal para garantizar la presencia coherente y efectiva en múltiples puntos de contacto con los clientes. La estrategia incluye canales digitales (web, redes sociales, publicidad

pagada), presenciales (ferias educativas, talleres) y relacionales (CRM, WhatsApp Business).

Cada canal será gestionado con indicadores específicos:

- Facebook/Instagram Ads: CTR > 4%, CPA < 80
- LinkedIn: Tasa de conversión de leads B2C del 8%
- Email marketing: Open Rate > 25%, CTR > 10%
- WhatsApp Business: Tasa de respuesta inmediata del 70%
- Ferias educativas: al menos 15 leads calificados por evento
- CRM: seguimiento a 100% de leads generados con ciclos de venta \leq 30 días.

Embudo Detallado de Conversión y Rendimiento por Campaña. El embudo de conversión se estructura en tres niveles: TOFU (atracción), MOFU (educación y vínculo), y BOFU (conversión y retención). Los canales de adquisición se optimizarán por cohortes de usuarios, y cada etapa medirá el ROI individual de las campañas. Por ejemplo:

- TOFU: Meta Ads y TikTok para tráfico frío (CPA estimado: 65)
- MOFU: *Webinar* y email educativo con tasa de asistencia > 40%
- BOFU: Pruebas psicológicas gratuitas en la web, talleres y llamadas a padres; cierre proyectado del 30% de leads calificados

El seguimiento se realizará mediante CRM, con reportes mensuales y ajustes por cohorte de canal.

Mapa de Experiencia del Cliente (Customer Journey). El recorrido del cliente en Aliado Emocional se estructura en cinco momentos clave, diseñados para garantizar una experiencia positiva y cercana con los padres de familia:

- Descubrimiento: El padre de familia interesado ve una campaña digital o contenido educativo en redes sociales sobre el impacto del bullying y la importancia de la salud emocional.

- **Exploración:** Al mostrar interés, el padre accede al *landing* page de Aliado Emocional, donde obtiene más información sobre el problema y las soluciones planteadas.
- **Evaluación:** En la web, el padre invita a su hijo a realizar una prueba psicológica gratuito de detección temprana, que permite identificar posibles señales de bullying o afectación emocional.
- **Conversión:** Tras la prueba, el padre agenda y el hijo asiste a una consulta psicológica de evaluación, donde se define el plan de acompañamiento más adecuado. Finalmente, el padre contrata el paquete de sesiones que mejor se ajuste a sus necesidades.
- **Fidelización:** Recibe reportes de avance, contenidos exclusivos y seguimiento por WhatsApp.

Cada momento está diseñado para maximizar la experiencia emocional positiva y generar recomendación (NPS).

Propuesta de CRM y Automatización del Marketing. Para fortalecer la conversión y retención, se evaluará la integración de un sistema CRM basado en HubSpot o Zoho CRM, con funcionalidades como:

- Captura automática de leads desde formularios y redes sociales
- Automatización de secuencias de correos de bienvenida, seguimiento, y posventa
- *Scoring de leads* basado en nivel de interacción
- Recordatorios automáticos de sesiones y renovaciones vía WhatsApp

Esto permitirá una gestión escalable de la base de usuarios, personalización de mensajes y ahorro significativo en costos operativos.

6.2.2. Plan de Operaciones

El Plan de Operaciones de Aliado Emocional está orientado a garantizar un servicio eficiente y sostenible en la intervención psicológica del bullying en adolescentes y el acompañamiento especializado para padres de familia de los niveles socioeconómicos A, B y C. El servicio se centra en la atención psicológica personalizada especializada en bullying adolescente, sin necesidad de herramientas tecnológicas complejas.

La presencia digital se fortalecerá mediante una página web institucional con *landing page*, donde los padres podrán acceder a la prueba psicológica gratuita, programar consultas y contratar paquetes de sesiones.

El equipo estará conformado por Psicólogos Especialistas, personal administrativo y asistentes de atención al cliente que gestionarán las consultas y el seguimiento postventa. Además, personal de marketing digital se encargará de las campañas promocionales y la comunicación constante con los padres.

Este esquema permite a Aliado Emocional ofrecer un servicio personalizado, accesible y escalable, adaptado a la demanda del mercado y enfocado en la fidelización de las familias atendidas.

Ubicación de Instalaciones. Aliado Emocional contará con una oficina física ubicada en Lima Metropolitana, que funcionará principalmente como centro de atención clínica para pacientes y espacio de gestión para el personal administrativo. Este local permitirá brindar atención psicológica presencial en casos que lo requieran, así como desarrollar coordinaciones internas, capacitaciones y reuniones estratégicas. Conforme aumente la demanda, se evaluará su ampliación, apertura de nuevas sedes o reubicación.

Equipos. El personal trabajará con equipos de cómputo alquilados, proyectando en cada año el alquiler de nuevos equipos de acuerdo con la necesidad de las operaciones, es posible de después del quinto año se evalúe la posibilidad de compra de equipos propios. La

presencia digital se sustentará en una página web institucional con landing page, desde la cual los padres podrán acceder al test gratuito de detección temprana, informarse sobre los servicios y agendar consultas.

Recursos Requeridos. Aliado Emocional contará con un equipo especializado en atención psicológica conformado por un psicólogo senior que brindará soporte en casos complejos y supervisará los lineamientos clínicos de las intervenciones de su equipo de trabajo, diez psicólogos que atenderán directamente a los menores y un psicólogo junior practicante que apoyará en tareas complementarias y de soporte clínico, este equipo estará acompañado por personal administrativo responsable de la coordinación operativa la gestión de agendas y el acompañamiento a los padres durante el proceso, además se contará con personal de marketing y comunicación digital que ejecutará las estrategias de promoción captación de familias y fidelización de clientes.

Diseño de los Procesos. El recorrido del usuario comienza cuando el padre accede a la web de Aliado Emocional y su hijo realiza el test gratuito de detección. Según los resultados, se agenda una consulta psicológica de evaluación y se propone el paquete de sesiones más adecuado. Durante todo el proceso, se lleva a cabo un seguimiento continuo, con reportes para los padres, asesoría complementaria y apoyo emocional personalizado.

A continuación, se presenta la desagregación operativa de los procesos del servicio, mediante herramientas de diseño centrado en el usuario:

En la Tabla 23 se muestra los procesos integrales del servicio, estructurados según los distintos niveles de interacción entre el usuario, el equipo terapéutico y los sistemas de apoyo que sostienen la atención.

En la Figura 28 se detalla el *Service Blueprint* del Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional, el cual organiza en fases cada punto de contacto entre el usuario y el servicio,

incluyendo las acciones físicas, *frontstage* y *backstage*, así como los procesos de soporte que aseguran la calidad de la atención brindada.

Tabla 23

Procesos Integrales del Servicio de Aliado Emocional

Customer Actions	Onstage Actions	Backstage Actions	Support Processes
(Acciones del Cliente) El padre accede a la página web y solicita a su hijo que realice el test gratuito.	(Acciones en Escena) Aplicación del test psicológico gratuito al menor	(Acciones de Apoyo) Registro y procesamiento de resultados del test	(Procesos de Soporte) Soporte técnico básico para programación de citas
Recibe los resultados y agenda la consulta de evaluación psicológica	Realización de la consulta de evaluación psicológica	Revisión clínica y diseño del plan de intervención	Supervisión clínica de psicólogos junior
Contrata el paquete de sesiones recomendado	Ejecución de sesiones psicológicas personalizadas	Seguimiento de avances y actualización de estrategias terapéuticas	Supervisión del equipo interdisciplinario
Participa en asesorías y talleres para padres	Facilitación de talleres y asesorías educativas para padres	Generación de reportes de progreso y recomendaciones	Análisis y mejora continua del programa
Recibe reportes periódicos sobre el progreso del menor	Comunicación periódica vía WhatsApp o correo con el padre	Preparación de materiales complementarios personalizados	Capacitación continua al equipo terapéutico

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Factibilidad

Con el propósito de evaluar la factibilidad del plan de marketing, se llevó a cabo simulaciones probabilísticas. Para ello, se desarrolló la siguiente tarjeta de prueba (Ver Figura 29).

La tarjeta de prueba evalúa si el plan de marketing de Aliado Emocional es rentable, estableciendo que el ratio VTVC/CAC debe ser ≥ 3.0 , es decir, que cada unidad invertida en captar clientes genere al menos 3.0 veces en ingresos. Mediante simulaciones de Montecarlo, utilizando las variables de número de sesiones de terapia anuales, el ingreso por las sesiones y el costo anualizado de marketing, se validó esta hipótesis, considerándose exitosa si la probabilidad supera el 70%. Los resultados se resumen en la Tabla 24.

Figura 28

Service Blueprint – Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional

Fases	Atracción y Primer Contacto	Diagnóstico Inicial (Presencial obligatorio)	Ruta Terapéutica Personalizada	Intervención Terapéutica	Cierre y Seguimiento
Evidencia Física	Publicaciones en redes sociales Folletos con código QR Charlas o talleres en colegios aliados Página Web con agendamiento Test gratuito CRM HubSpot	Confirmación de la cita Explora redes sociales Escanea QR Ingresa al sitio web o interactúa por WhatsApp Completo formulario de contacto Derivación a especialista humano Registro de contactos y confirmaciones	Bitácora de Aliado Emocional (personalizada) Libreta terapéutica Escudo personal Entrega de material (test, folletos de soporte, etc.) Publicaciones en redes sociales Distribución de folletos Acceso a página web y contacto inicial Test web Aliado Emocional	Recursos simbólicos como: Cartas OH Mapa Corporal Escudo Personal Role Play Firma de Asistencia	Entrega del "Diploma de la Resiliencia" Lectura de la "Carta al Yo Fuerte" (escrita por el adolescente) Carta al Yo Futuro Informe de cierre de terapias Seguimiento vía WhatsApp Alianzas con colegios
Acciones del Usuario/Cliente	Escaneo de código QR Llenado de formulario web Agenda cita Confirmación de contacto	Asiste a primera sesión presencial obligatoria con psicólogo colegiado Padres firman y autorizan con consentimiento informado Comparten información sensible del caso a tratar	Aceptación y asistencia a las sesiones terapéuticas virtuales o presenciales Participación en tareas terapéuticas Asistencia de padres a talleres virtuales o presenciales	Realiza las dinámicas de role play y mapa corporal Genera el escudo personal y cartas a sí mismo Realiza reflexiones en base a la terapia Ejecución de las sesiones. Las primeras tres sesiones son presenciales. Luego, se usará la modalidad mixta	Recibe informe final Participa del cierre simbólico Responde al seguimiento por los siguientes 30 días posterior al cierre Evaluación final de evolución emocional Revisión conjunta del progreso
	Contacto telefónico	Participa en sesiones y talleres	Talleres presenciales y virtuales para padres		Redacta carta al Yo Fuerte
	Interacción vía WhatsApp o red social	Realiza dinámicas terapéuticas Participa en simulaciones y ejercicios emocionales	Sesiones terapéuticas presenciales y/o mixtas		
Linea de interacción					
Acciones Frontstage (Visibles)	Publicaciones activas en redes sociales Respuesta automática Recordatorios automáticos	Generación de historia clínica Entrega del diagnóstico Coordinación y entrega de cronograma de atención	Entrega de bitácora y recursos para las terapias. Confirmación continua del itinerario de citas. Talleres para padres	Aplicación de las técnicas de terapia psicológica de acuerdo a la sesión en curso Uso de herramientas y dinámicas. Retroalimentación y reflexión de acuerdo a la sesión realizada	Ceremonia de cierre Entrega de pasaporte Solicitud de contacto de seguimiento Coordinación en caso de requerir sesión de refuerzo Acompañamiento activo del terapeuta
	Distribución de folletos con código QR en colegio	Gestión de talleres y sesiones	Entrega de cronograma		Entrega de recursos emocionales simbólicos
	Test web "Aliado Emocional" difundido por canales escolares	Gestión de cambios o inasistencias			
	Página web oficial Aliado emocional	Archivo del consentimiento informado			
Linea de visibilidad					
Acciones Backstage (No Visibles)	Respuesta de un asistente automatizado con opción a derivar a una persona. Automatización CRM HubSpot Seguimiento de leads Trazabilidad de contactos	Registro de Datos en CRM Coordinación con el equipo clínico de especialistas Registro de asistencia. Si el adolescente no asiste, se reprograma una vez. Tras dos inasistencias sin justificación, se archiva temporalmente	Planificación de los cronogramas citas de acuerdo con los recursos internos para la atención Control de asistencia Ajustes logísticos Soporte de TI Planificación del cronograma de talleres dirigido a los padres con fechas, modalidad y contenido	Supervisión clínica Control de calidad de los métodos empleados de acuerdo con la metodología Aliado Emocional Soporte digital Seguimiento a la bitácora Seguimiento del avance emocional del paciente	Registro de resultados Archivo en base de datos Alerta en caso de recaídas Derivación a una red de soporte externa si corresponde
	Mantenimiento del canal de comunicación primaria con agendamiento, artículos educativos, orientación interactiva y contacto con especialistas		Realización del seguimiento telefónico y confirmación de citas. Si no responde tras tres intentos, se archiva el caso		
Linea de interacción interna					
Procesos de Soporte	Pago del servicio de TI Gestión de Redes Sociales Mantenimiento de la página Web Mantenimiento de CRM Operativo Diseño gráfico para folletos y publicidad en redes sociales	Plataforma de reservas operativa Seguimiento del equipo profesional Pago de honorarios al equipo de psicólogos	Supervisión académica (licencia profesional y de funcionamiento) Revisión y validación del uso de la bitácora Controles legales	Evaluación por un supervisor especialista en la metodología Aliado Emocional Renovación semestral de licencias para la aplicación de la metodología	Contacto a instituciones como DEMUNA, UGEL Políticas de confidencialidad Archivo legal protegido
Observaciones / Notas Clave	Semi automatización de la captación de clientes Brindar una imagen profesional y confiable	En el primer diagnóstico es clave la asistencia presencial a la cita	Reforzar la importación del uso de la bitácora Aliado Emocional y Escudo Personal Seguimiento a nuestro staff y clientes para evitar la aplicación de terapias sin licencia	Realizar una supervisión de la calidad de servicio	Mantener la fidelización con el seguimiento

Figura 29

Hipótesis del Plan de Marketing

Tarjeta de Prueba (Strategyzer)

Actividad **Factibilidad:** Validación de la eficiencia del Plan de Marketing de "Aliado Emocional", orientado al servicio de intervención psicológica para adolescentes afectados por el bullying.

Responsable **Grupo 1 MBA CENTRUM PUCP**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚫🚫🚫):
Creemos que El Plan de Marketing diseñado para Aliado Emocional, nos generará más ingresos que pérdidas durante los cinco (5) primeros años de operación.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 📊📈📉):
Para verificarlo, Nosotros calcularemos el Costo de Adquisición del Cliente (CAC) y el Valor del Tiempo de Vida del Cliente (VTVC) durante los primeros cinco años de operación.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒):
Además, Mediremos: La probabilidad de que el ratio del valor del tiempo de vida del cliente / costo de adquisición del cliente sea igual o mayor que 3.0 en los primeros cinco años de operación.

Paso 4: Criterio
Estamos bien si La probabilidad de tener un ratio VTVC / CAC igual o mayor que 3.0, es igual o mayor al 70%.

Tabla 24

Análisis de Escenarios VTVC/CAC Plan de Marketing

	VTVC/CAC	CAC	VTVC
Promedio	5.13	9.95	51.05
Desviación estándar	2.61	0.43	28.63
Mínimo	-4.898		
Máximo	14.249		
Alta eficiencia >3.4	73.38%		

El análisis de VTVC (Valor del Tiempo de Vida del Cliente) y CAC (Costo de Adquisición de Cliente) muestra una alta eficiencia promedio de 5.13, con el 73.38% de las simulaciones superando el umbral de 3.4. Esto evidencia que las estrategias de marketing propuestas son sostenibles y rentables, con una relación favorable entre los ingresos generados y los costos de adquisición.

Se simularon cinco escenarios, que se resumen a continuación:

Para el caso de costo tiempo de vida del cliente se revisó información del sector, el cual indica que de los adolescentes que llegan a convertir, en los casos más simples, solo tienen dos sesiones, la sesión de diagnóstico, en la cual se observa el estado de afectación del paciente y se brinda un idea de cuál sería el plan de trabajo y la segunda sesión en la cual se observa el avance, y el cliente quiere saber algunos resultados, en algunos casos estos pacientes vuelven para una tercera sesión de avance, en muchos casos no se llega al escenario esperado por tratarse de casos de bullying aislados, por falta de tiempo del cliente o usuario, tiempos de traslado o distancia hacia el punto de terapia, esto se piensa contrarrestarlo abriendo sedes en diferentes distritos de sectores socioeconómicos A, B y C año tras año. El escenario esperado es el que brinda una solución más completa al problema, se tiene el diagnóstico, se realiza un plan de trabajo mínimo necesario, se observan el progreso del paciente y finalmente se tiene un informe con indicaciones del estado de mejora y acciones a futuro, recomendaciones y signos de alerta. Para los escenarios Optimista y Muy Optimista se generan en casos de bullying más severos y también cuando los clientes quieren resultados y seguimiento a largo plazo, mucho interviene el interés en solucionar el problema y su disponibilidad de tiempo para solucionarlo (Ver Tabla 25).

Tabla 25

Cálculo del Costo Tiempo de Vida del Cliente (CTVC)

Escenario	Muy Pesimista	Pesimista	Esperado	Optimista	Muy Optimista
CTVC	20.5	30.8	46.1	65.6	92.3
Sesiones	2	3	5 (básico)	8 (estándar)	12 (premium)
Promedio de Ingreso Mensual por Cliente	123.0	369.0	553.5	787.2	1107.0
Frecuencias de Pago Anual	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Tiempo Estimado de Retención en Años	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08

El costo de adquisición del cliente (Ver Tabla 26), se fundamenta en una estrategia multicanal cuidadosamente diseñada, orientada de manera específica hacia los segmentos socioeconómicos A, B y C. Para alcanzar a este público objetivo, se implementará un trabajo

sostenido en plataformas digitales, principalmente a través de campañas en redes sociales y en la página web institucional, lo que permitirá mantener una comunicación constante y accesible con los potenciales usuarios. Estas acciones online estarán complementadas con intervenciones presenciales de alto impacto, como talleres de concientización dirigidos a padres de familia, desarrollados en colegios aliados estratégicamente seleccionados. Dichos talleres no solo funcionarán como puntos de contacto directo con los clientes, sino también como espacios de sensibilización que refuercen la importancia del acompañamiento psicológico en adolescentes víctimas de bullying. De esta manera, se busca que el costo de adquisición se traduzca en una inversión eficiente que fortalezca la visibilidad de la marca, incremente la confianza de los padres y consolide la presencia del servicio en comunidades educativas clave, ampliando así la base de clientes potenciales y generando un efecto multiplicador en la recomendación boca a boca.

Tabla 26

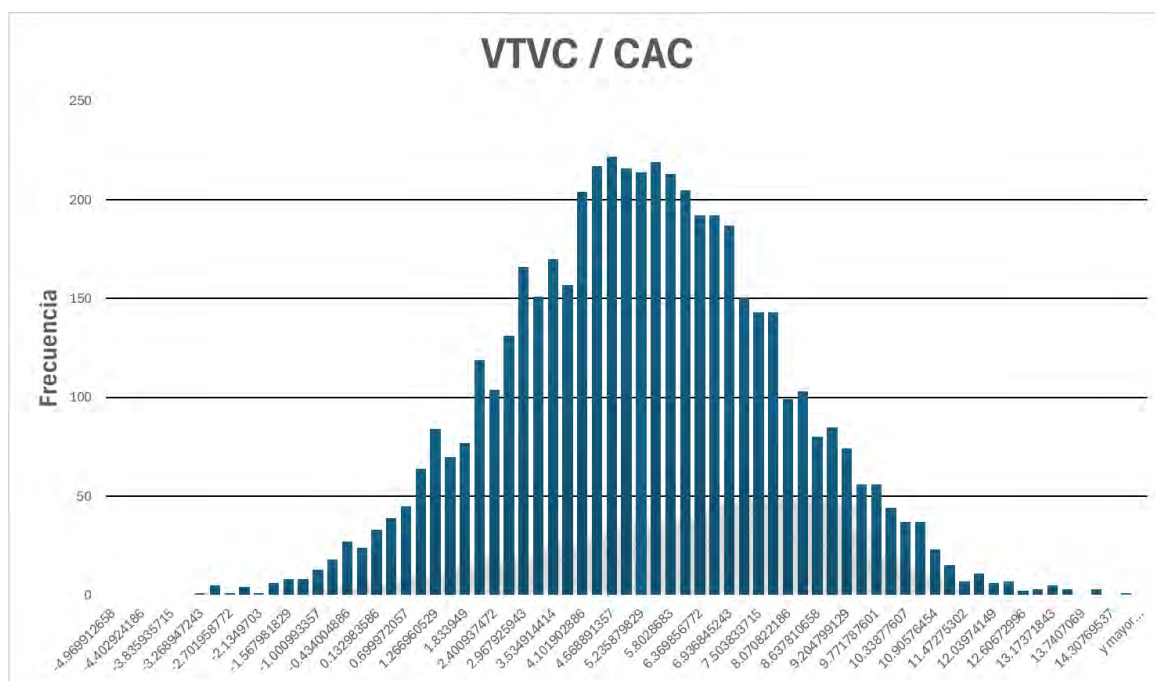
Para el Costo de Adquisición del cliente (CAC):

Año	Costo Anualizado	Clientes	CAC
0	S/ 30,000	-	-
1	S/ 30,000	3,024	9.92
2	S/ 70,000	7,258	9.65
3	S/ 100,000	10,886	9.19
4	S/ 130,000	14,515	8.96
5	S/ 160,000	18,144	8.82
Total General	S/ 520,000	53,827	9.66

El histograma (Ver Figura 30) muestra que el VTVC/CAC alcanza una media de 5.13, con el 73.38% de las simulaciones superando el umbral de eficiencia de 3.4. Esto evidencia una relación favorable entre el valor generado por cliente y el costo de adquisición, lo que confirma la alta rentabilidad y sostenibilidad de las estrategias propuestas, incluso frente a posibles variaciones en el mercado. Por consiguiente, los resultados demuestran que el modelo no solo es financieramente viable, sino que también ofrece un amplio margen de seguridad para su implementación.

Figura 30

Histograma Simulación de Montecarlo- Eficiencia de Marketing



6.3. Validación de la Viabilidad Financiera de la Solución

6.3.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto total proyectado para Aliado Emocional asciende a 20'064,075, que se distribuye en dos categorías principales: costos de capital (CAPEX) y costos operativos (OPEX). El CAPEX representa una inversión acumulada de 1'318,726, destinada a la adecuación de los locales para la atención a los clientes y usuarios, también infraestructura de redes y licencias para administrar el negocio y el seguimiento de terapias o historial clínico.

6.3.2 Análisis Financiero

Tal como se detalló en el Capítulo V, el análisis financiero demuestra la viabilidad del proyecto con indicadores sólidos. El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de S/ 4'602,592, lo que equivale a US\$ 1'286,179 en términos financieros. Este resultado es respaldado por una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 132%, muy superior al costo de capital, estimado en una tasa de descuento del 10%, valor fue calculado considerando que los socios disponen de la mitad del capital necesario para el emprendimiento, con un costo de

oportunidad del 5% en colocarlo a plazo fijo, por otro lado la otra mitad restante debe ser obtenida a través de préstamo personal por cada uno de los socios con una TCEA de 15%, con lo cual al ponderar el costo del capital se obtuvo una tasa de descuento de 10%.

El análisis del flujo de caja muestra un periodo de recuperación (*payback*) de dos años. Desde el primer año de operación se pueden observar flujos positivos debido a la inversión inicial en CAPEX y la implementación operativa.

6.3.3 Simulación Empleada para Validar la Viabilidad

El análisis probabilístico realizado para Aliado Emocional incorpora la variable operativa clave del negocio, esta genera incertidumbre en los resultados finales. La variable es el número de sesiones anuales que tendrá el negocio para que sea sostenible en Lima Metropolitana, así como los costos de las capacidades operativas y tecnológicas del proyecto. El ingreso de Aliado Emocional está basado en el número de sesiones al año que tendrá nuestra solución, que como se mencionó anteriormente tendrá un costo individual de S/ 150, no obstante como escenario esperado, conociendo el problema del bullying y los daños psicológicos que esto puede causar, creemos que padres realmente preocupados por la salud mental de sus hijos optarán en su gran mayoría por el paquete promocional básico, de cinco sesiones, esto también soportado en la gravedad del bullying y los signos de alerta que los padres logren identificar en sus hijos, un aspecto muy importante en esta decisión es el tiempo disponible que padres y usuarios tienen para ejecutar el tratamiento.

En el escenario esperado, otro factor determinante son los costos de operación de los cuales el más importante es el salario de los psicólogos, que son una capacidad instalada para poder atender la demanda proyectada. Es entonces clave asegurar que esta capacidad instalada sea utilizada en 75% en sesiones terapéuticas y el otro 25% en la revisión y elaboración de informes clínicos de cada caso. En la Figura 31 se muestra la Hipótesis de Viabilidad Financiera.

Figura 31

Hipótesis de la Viabilidad Financiera

Tarjeta de Prueba (Strategyzer)

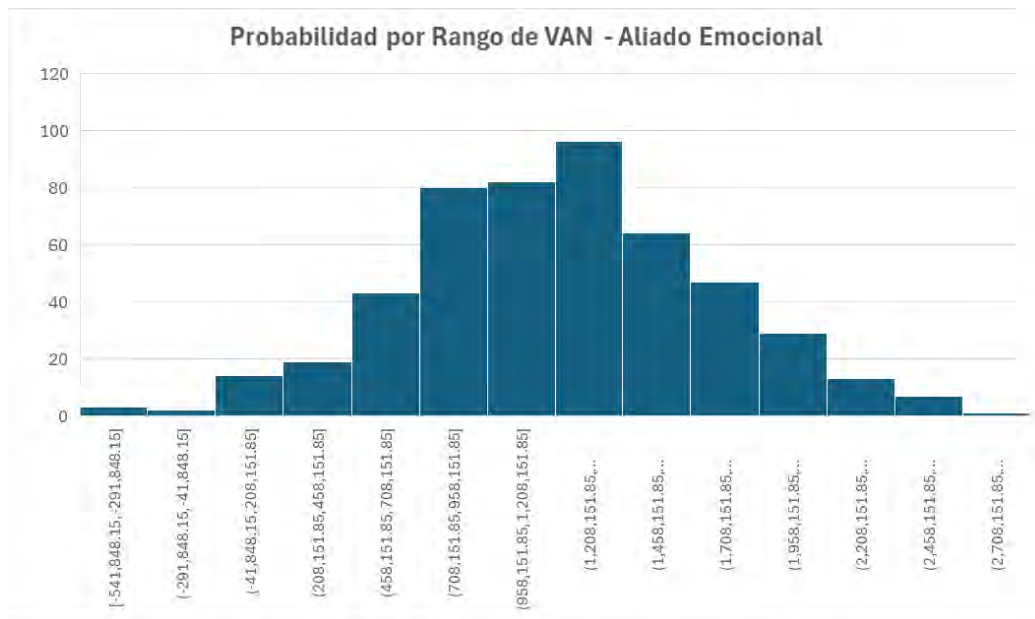
Actividad	Viabilidad: Validación del Plan Financiero de "Aliado Emocional", orientado al servicio de intervención psicológica para adolescentes afectados por el bullying.
Responsable	Grupo 1 MBA CENTRUM PUCP
Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚫👤👤):	
Creemos que	Aliado Emocional obtendrá la rentabilidad financiera de al menos un millón de dólares al cabo de cinco años de operación.
Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 📊👉👉):	
Para verificarlo,	Calcularemos el indicador de rentabilidad VAN a partir de los flujos de caja proyectados de los 5 primeros años de operación.
Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒):	
Además,	Mediremos el VAN en cinco escenarios, los cuales mostrarán diferentes tipos de crecimiento del negocio.
Paso 4: Criterio	
Estamos bien si	La probabilidad de obtener un VAN igual o mayor al millón de dólares, es superior al 70% y al mismo tiempo el riesgo de pérdida del VAN menor a cero, es menor al 10%

En la Figura 32 se muestra el histograma correspondiente al Valor Actual Neto (VAN), donde se observa una probabilidad del 70.18% de que el VAN supere el millón de dólares en cinco años. La distribución tiene un valor promedio de USD 1'286,179, con un rango de incertidumbre que se extiende desde valores negativos (USD -832,066) hasta un máximo de aproximadamente USD 3'191,496. Esta proyección refleja los ingresos esperados manteniendo los costos propios en todos los escenarios.

En conjunto, estas simulaciones probabilísticas, realizadas con 5,000 iteraciones, validan la viabilidad del proyecto desde la perspectiva financiera. La relativa baja inversión inicial permite que el emprendimiento se pueda ejecutar con los fondos de los fundadores del proyecto, lo cual facilita su ingreso en operación y elimina el costo de financiamiento de la empresa.

Figura 32

Histograma Simulación de Montecarlo- VAN del Proyecto



Capítulo VII. Solución Sostenible

Este capítulo permitirá validar si la propuesta de solución al problema relevante es sostenible y genera una rentabilidad social. El proyecto Aliado Emocional se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 3 (ODS 3), enfocándose en la salud, el bienestar emocional y mental de los adolescentes. El bullying, una problemática que afecta a miles de estudiantes, no solo daña directamente a las víctimas, sino que genera un clima escolar tóxico que impacta a toda la comunidad educativa. Según el MINEDU (2024), más de 90,500 casos de violencia escolar se han registrado desde 2013, lo que evidencia la necesidad de soluciones innovadoras y estructurales.

7.1. El *Flourishing Business Canvas* de Aliado Emocional.

Ha sido diseñado para articular el impacto social, ambiental y económico de la solución, generando valor compartido con sostenibilidad. Sin embargo, su implementación enfrenta desafíos que deben ser reconocidos para asegurar su éxito.

7.1.1. *Riesgos de Implementación*

Se identificó los posibles riesgos como: (a) La resistencia de padres y adolescentes hace que persistan estigmas frente al abordaje psicológico, lo que puede dificultar la aceptación del servicio o la continuidad del tratamiento, (b) existiría una limitada articulación con colegios, haciendo que, algunas instituciones pueden no facilitar la ejecución de talleres u otras actividades, afectando la visibilidad del modelo, (c) los problemas de acceso digital debido a las zonas con baja conectividad, podría verse afectado el alcance del servicio y la difusión, adherencia variable al tratamiento y algunos adolescentes podrían no comprometerse con todo el proceso terapéutico, (d) limitaciones para escalar el servicio, la falta de psicólogos especializados podría afectar la expansión y calidad del mismo, (e) la gestión delicada de casos sensibles, el poder llevar la atención a víctimas de bullying exige protocolos éticos rigurosos para evitar riesgos legales o reputacionales.

7.1.2 Barreras Culturales y Estructurales

Las barreras culturales y estructurales que dificultan el abordaje clínico del acoso escolar incluyen: (a) la normalización del acoso escolar, ya que aún se tiende a considerar el *bullying* como parte natural del desarrollo adolescente, lo que retrasa su abordaje clínico; (b) el estigma hacia la atención psicológica, dado que muchos padres y estudiantes asocian la terapia con debilidad o enfermedad mental grave, lo que limita su participación; (c) la desigual participación entre familia y colegio, debido a la falta de una cultura de corresponsabilidad emocional, ya que algunos padres no se involucran activamente o delegan todo a la escuela; (d) un enfoque institucional reactivo o sancionador, ya que la mayoría de colegios responde con castigos o reportes, pero sin procesos de acompañamiento emocional; (e) la falta de políticas públicas con enfoque terapéutico, pues no existen lineamientos ni presupuestos específicos que respalden programas de abordaje clínico tras el *bullying*; y (f) la inequidad en el acceso a servicios emocionales, donde en sectores vulnerables el bienestar emocional queda relegado por necesidades más urgentes, y en sectores altos puede minimizarse, mostrándose el diferenciador de Aliado Emocional (ver Tabla 27).

Tabla 27

Comparación con Otros Modelos de Negocio con Impacto Social

Modelo	Enfoque	Limitaciones	Diferenciador de Aliado Emocional
KiVa (Mayor referente Internacional- Finlandia)	Prevención del bullying a través de formación docente y actividades grupales.	No contempla acompañamiento psicológico individual ni aplica en contextos latinoamericanos.	Incorpora abordaje clínico y talleres personalizados centrados en la víctima.
Hablemos (UNICEF - Perú)	Sensibilización y prevención del acoso escolar mediante campañas.	No contempla intervención clínica ni acompañamiento sostenido a víctimas.	Va más allá de la sensibilización, ofrece una limitada atención terapéutica.
SíSeVe (MINEDU - Perú)	Plataforma reactiva de reporte y registro de casos de violencia escolar.	No ofrece tratamiento psicológico ni ruta clara de seguimiento personalizado.	Propone intervención emocional post-denuncia, articulando familia, adolescente y escuela, pero no se cumple.
Aliado Emocional (propuesta)	Abordaje clínico post-identificación con talleres para padres y rutas personalizadas.	Modelo adaptable, con énfasis en el adolescente como centro de la intervención terapéutica.	Modelo diseñado como respuesta específica a las limitaciones observadas en programas existentes.

Según la Figura 33, correspondiente al *Flourishing Business Canvas* del servicio Aliado Emocional, el modelo integra de manera sistémica dimensiones económicas, sociales y ambientales para abordar el bullying desde una perspectiva terapéutica personalizada. Se evidencia una estructura orientada a la co-creación de valor con padres, adolescentes y colegios, mediante actividades clínicas, talleres educativos y alianzas estratégicas.

Asimismo, se contemplan metas de impacto social medible, prácticas sostenibles y beneficios económicos vinculados a la fidelización y continuidad del servicio.

7.2 Relevancia Social de la Solución

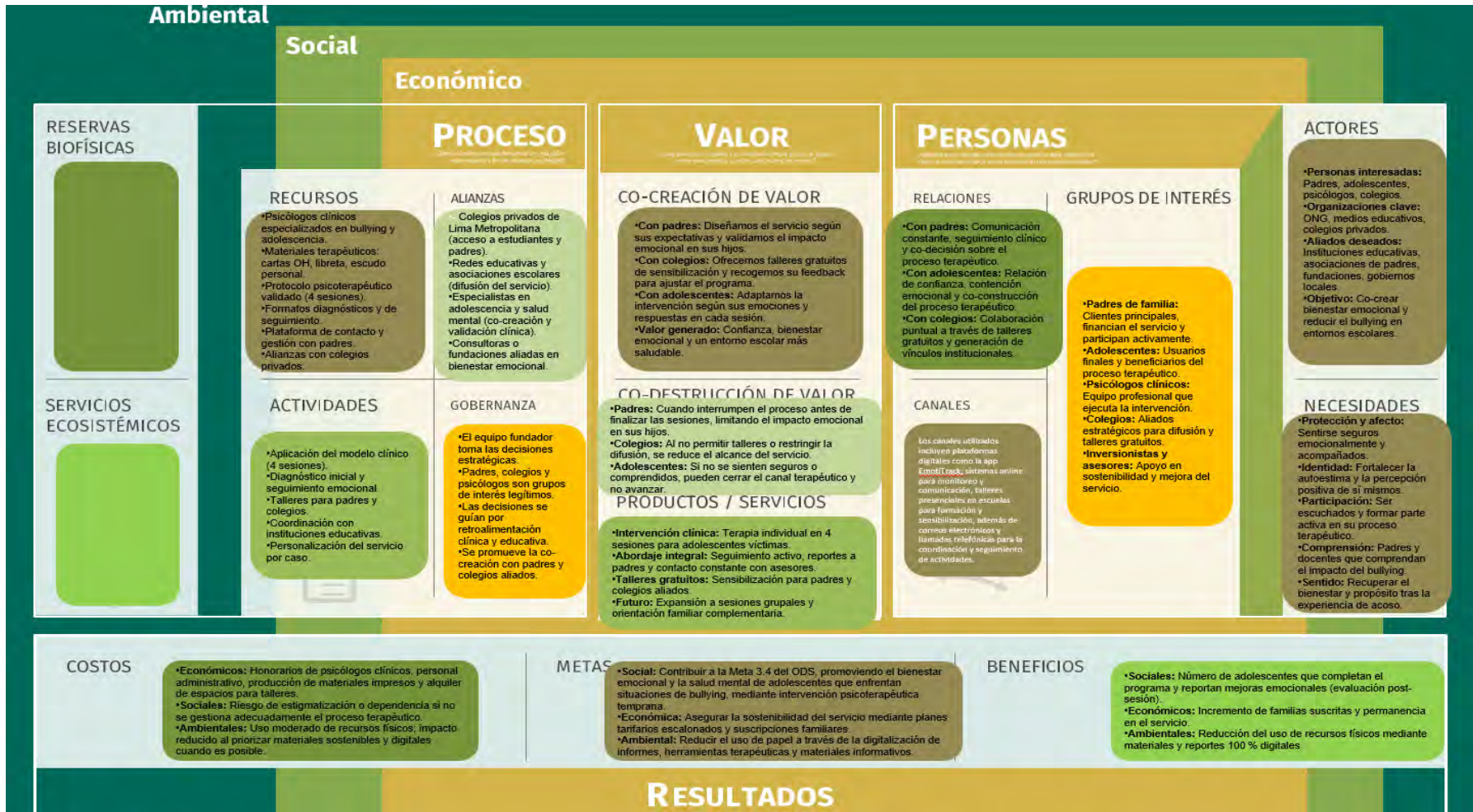
La relevancia social de Aliado Emocional se fundamenta en su contribución directa al ODS 3, enfocado en garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las etapas de la vida. Este proyecto aborda el bullying como una amenaza significativa para la salud mental y emocional de los estudiantes, buscando prevenir y mitigar sus efectos negativos, mientras transforma los entornos escolares en espacios que favorezcan el bienestar integral de toda la comunidad educativa.

El acoso escolar, además de infligir daño directo e inmediato en las víctimas, genera un impacto negativo que afecta a toda la comunidad escolar. Según UNICEF (2022), más del 50% de los estudiantes en el Perú ha sido víctima de violencia en el entorno escolar, evidenciando que el bullying representa un problema estructural con impactos emocionales, sociales y académicos.

Entre sus consecuencias más graves se encuentran el estrés crónico, la ansiedad, la depresión e incluso conductas autodestructivas, lo que resalta la urgencia de soluciones integrales y efectivas.

Figura 33

Flourishing Business Canvas



En alineación con los objetivos del ODS 3, Aliado Emocional busca responder a los desafíos del bienestar emocional en la adolescencia mediante intervenciones clínicas y educativas que promueven la salud mental, previenen riesgos psicológicos y fortalecen entornos escolares seguros.

Estas acciones no solo benefician directamente a los estudiantes, sino que también transforman las dinámicas escolares, impulsando comunidades educativas más empáticas, resilientes y saludables.

El desarrollo de Aliado Emocional se basa en una metodología integral que combina programas de formación y talleres de sensibilización. Estas acciones están orientadas a transformar el entorno escolar, garantizando el bienestar emocional y fomentando una convivencia saludable y respetuosa, en línea con las metas del ODS 3. La propuesta ha sido validada a través de un proceso iterativo con los usuarios finales, lo que asegura su relevancia, viabilidad y capacidad de adaptación a las necesidades específicas de las comunidades educativas.

El impacto social de Aliado Emocional se evalúa mediante dos indicadores principales: el Índice de Relevancia Social del ODS (TSRI), que mide la alineación con las metas del ODS 3, y el Valor Actual Neto Social (VANS), que analiza la rentabilidad social del proyecto al considerar los beneficios y costos asociados en un horizonte temporal de siete años. Estos indicadores no solo reflejan el cumplimiento de las metas del ODS 3, sino que también destacan el potencial de la iniciativa para generar un cambio transformador y sostenible en las comunidades escolares.

7.2.1. Índice de Relevancia Social del ODS (TSRI)

Este índice permite cuantificar el grado en que las actividades de un emprendimiento contribuyen al cumplimiento de las metas específicas de un ODS. En el caso de Aliado Emocional, el TSRI se calcula en función de su alineación con el ODS 3: Salud y Bienestar,

identificando exclusivamente aquellas metas cuyo impacto es directo y aplicable al alcance del servicio.

El cálculo se realiza dividiendo el número de metas del ODS 3 impactadas directamente por el proyecto entre el total de metas oficiales de dicho objetivo, expresando el resultado como porcentaje. Esta métrica permite evidenciar la coherencia entre la propuesta y las prioridades globales en materia de salud.

A continuación, se presenta el aporte específico del proyecto Aliado Emocional en relación con las metas e indicadores oficiales del ODS 3:

- **Meta 3.4. Reducir en un Tercio la Mortalidad Prematura por Enfermedades no Transmisibles y Promover la Salud Mental y el Bienestar.**

Indicador 3.4.2 – Tasa de mortalidad por suicidio

Según el Ministerio de Salud (MINSA, 2022), la tasa de suicidio en adolescentes alcanzó los 3.6 por cada 100 000 habitantes, superando la media nacional de 2.2 por cada 100 000 indicado por el Sistema Informático de Defunciones del Perú (SINADEF, 2021). Aliado Emocional contribuye a mitigar este riesgo mediante una intervención psicoterapéutica estructurada que detecta signos tempranos de depresión, ideación suicida o retraimiento derivados del bullying, con enfoque narrativo y familiar, refuerza la resiliencia del adolescente e involucra a los padres, activando redes de apoyo, reduciendo así la posibilidad de desenlaces fatales.

- **Meta 3.5: Fortalecer la Prevención y el Tratamiento del Abuso de Sustancias.**

Indicador 3.5.1 – Intervenciones psicosociales para consumo de sustancias

Según la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA, 2024), el consumo de alcohol entre adolescentes peruanos inicia en promedio a los 13.6 años y el de marihuana a los 14.7 años, con un 17.4% de estudiantes que ha ingerido alcohol en el último mes. Este inicio temprano suele estar asociado a malestares

emocionales no tratados, muchas veces vinculados al bullying. El proyecto Aliado Emocional interviene de forma oportuna mediante un programa psicoterapéutico estructurado, que aborda de raíz los factores emocionales de riesgo, reduce la vulnerabilidad al consumo problemático y amplía el acceso a intervenciones psicosociales especializadas dentro del sistema educativo privado, donde suele haber una ausencia de soporte clínico especializado.

- *Indicador 3.5.2 – Consumo de alcohol per cápita (15 años o más)*

El 29.3% de escolares declaró haber consumido alcohol en el último año (DEVIDA, 2024). Aunque este indicador se centra en mayores de 15 años, revela patrones de inicio temprano que pueden ser mitigados mediante intervenciones clínicas oportunas. Aliado Emocional contribuye indirectamente a reducir esta incidencia al intervenir sobre factores emocionales subyacentes como el malestar psicológico, la exclusión escolar y las secuelas del bullying, mediante un modelo psicoterapéutico diseñado específicamente para adolescentes.

- **Meta 3.8: Lograr una Cobertura Sanitaria Universal y Acceso a Servicios Esenciales de Salud.**

- *Indicador 3.8.1 – Cobertura de servicios de salud esenciales*

En el Perú, la disponibilidad de profesionales en salud mental sigue siendo limitada, con solo 10 psicólogos por cada 100 000 habitantes (Defensoría del Pueblo, 2020). Esta escasez restringe el acceso oportuno a servicios especializados, especialmente en adolescentes con necesidades emocionales no atendidas. El proyecto Aliado Emocional amplía esta cobertura desde el sector privado, brindando atención psicológica especializada y accesible para estudiantes y familias fortaleciendo así la respuesta ante problemáticas como el bullying y la ansiedad escolar.

- *Indicador 3.8.2 – Proporción de la población con grandes gastos domésticos en salud*

Pese a que el 27,6% de la población se encuentra en situación de pobreza monetaria según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2025), e incluso los sectores medios enfrentan altos desembolsos, con un gasto de bolsillo en salud de S/ 444 por persona (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2023). Aliado Emocional ofrece planes diferenciados que garantizan atención psicológica sin afectar el gasto esencial del hogar.

- **Meta 3.c: Aumentar la Contratación, Capacitación y Retención del Personal Sanitario.**

Indicador 3.c.1 – Densidad y distribución de los trabajadores de la salud

Según el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2025), en Lima Metropolitana se concentra el 32% del personal sanitario del país. Aliado Emocional promueve nuevas oportunidades de contratación para psicólogos jóvenes, integrándolos en esquemas clínicos privados estables y remunerados. Esto impulsa su retención y formación continua, complementando los esfuerzos públicos y reforzando el ecosistema mixto de atención en salud mental.

- **Meta 3.d: Fortalecer la Capacidad Nacional Ante Riesgos Sanitarios.**

Indicador 3.d.1 – Capacidad del Reglamento Sanitario Internacional (RSI)

El 25,8% de adolescentes en Lima Metropolitana han sido víctima de bullying, y el 18,3% no recibió ningún tipo de atención emocional según el Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado (INSM, 2020). Estas cifras reflejan una respuesta institucional limitada ante riesgos psicosociales, que también ponen a prueba la capacidad nacional de salud prevista en el Reglamento Sanitario Internacional (RSI). Aliado Emocional aporta a esta capacidad mediante intervenciones clínicas especializadas que pueden comprometer la salud mental juvenil (Ver Tabla 28).

Tabla 28*Tabla Resumen de Contribución al ODS 3*

Meta ODS 3	Indicador	Dato Cuantitativo	Contribución de Aliado Emocional
Meta 3.4 Reducir la mortalidad prematura y promover el bienestar	3.4.2 – Tasa de suicidio	3.6 por 100 000 habitantes (SINADEF, 2021)	Permite detectar signos tempranos de retraimiento, tristeza extrema o ideas autolesivas asociadas al bullying, promoviendo un abordaje oportuno y fortaleciendo las redes de apoyo familiares.
Meta 3.5 Prevención y tratamiento del consumo de sustancias	3.5.1 – Intervenciones psicosociales	17.4% de estudiantes consumió alcohol en el último mes (DEVIDA, 2024)	Interviene tempranamente en adolescentes afectados por bullying, reduciendo riesgos de consumo mediante abordaje clínico especializado.
	3.5.2 – Consumo de alcohol per cápita	29.3% de escolares consumieron alcohol en el último año (DEVIDA, 2024)	La intervención se orienta a prevenir riesgos asociados al consumo desde la raíz emocional, reduciendo la incidencia en entornos escolares vulnerables al acoso.
Meta 3.8 Cobertura y acceso a servicios esenciales	3.8.1 – Cobertura de servicios esenciales	10 psicólogos por cada 100 000 hab. (Defensoría del Pueblo, 2020)	Amplía la atención psicológica estructurada para adolescentes afectados por bullying, facilitando el acceso oportuno a servicios esenciales desde un enfoque clínico y preventivo
	3.8.2 – Gasto doméstico en salud	27.6% de la población en pobreza monetaria (INEI, 2025)	La propuesta incluye tarifas escalonadas para distintos niveles de ingreso familiar, garantizando acceso al servicio sin generar carga económica significativa.
Meta 3.c Formación y retención del personal de salud	3.c.1 – Densidad y distribución del personal	32% del personal sanitario se concentra en Lima (OCDE & Banco Mundial, 2025)	Genera oportunidades formales de empleo para psicólogos jóvenes, favoreciendo su inserción profesional y continuidad laboral en contextos privados.
Meta 3.d Respuesta ante riesgos sanitarios	3.d.1 – Capacidad de respuesta ante situaciones críticas	25.8% de adolescentes ha sufrido bullying y 18.3% no recibió atención (INSM, 2020)	Cierra esta brecha mediante atención directa a adolescentes que han sido víctimas de violencia escolar, brindando una respuesta clínica efectiva desde el ámbito privado.

Finalmente, Aliado Emocional alcanza un TSRI de 38.5%, al contribuir directamente a 5 de las 13 metas del ODS 3. Esto refleja una alineación significativa con los objetivos globales en salud, a través de un abordaje preventivo del bullying y sus efectos emocionales.

7.3 Rentabilidad Social de la Solución

La rentabilidad de Aliado Emocional no se limita únicamente a indicadores financieros tradicionales, sino que se extiende al análisis de su impacto social. La propuesta busca mejorar la salud emocional de adolescentes peruanos y reducir el riesgo de desarrollar

trastornos mentales graves asociados al bullying. Para ello, se consideran tanto los costos sociales como los beneficios generados, evaluados mediante la Tasa Social de Descuento (TSD) y el cálculo del Valor Actual Neto Social (VANS).

7.3.1 Costos Sociales

Los costos sociales corresponden a los recursos indirectos utilizados por el servicio de orientación psicológica híbrida (Ver Tabla 29), los cuales se han estimado en tres componentes clave:

- Gastos de movilidad del equipo clínico y administrativo (para sesiones presenciales, supervisiones y actividades comunitarias).
- Consumo de energía eléctrica por el uso intensivo de tecnología (sesiones virtuales, elaboración de informes clínicos, soporte digital y CRM).
- Consumo de papel, limitado a reportes físicos entregados a los padres en casos excepcionales.

Tabla 29

Costos sociales de Aliado Emocional

Costos Sociales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte Personal	35,692	66,231	92,801	119,370	149,905
Consumo de Papel	1,140	2,109	2,964	3,819	4,788
Consumo de Energía	18,000	33,300	46,800	60,300	75,600
Costo Total (Soles)	54,832	101,640	142,565	183,489	230,293

7.3.2 Beneficios Sociales

Los beneficios sociales (Tabla 30) se enfocan en la reducción de costos futuros para las familias en tratamientos psicológicos y psiquiátricos que se evitan gracias a una intervención temprana:

- Reducción de costos en atención psicológica de mayor complejidad, al intervenir de manera oportuna y evitar la cronificación de trastornos emocionales.
- Mejora en la autoestima y las habilidades socioemocionales, que fortalece la resiliencia del adolescente y reduce la necesidad de futuras intervenciones clínicas.

Tabla 30*Beneficios sociales de Aliado Emocional*

Beneficios Sociales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficio en tratamiento psicológico/psiquiátrico	217,752	522,547	783,821	1'045,094	1'306,368
Beneficio Social Total (Soles)	217,752	522,547	783,821	1'045,094	1'306,368

7.3.3 Tasa Social de Descuento (TSD)

Se ha utilizado una TSD del 8%, alineada con estándares empleados en evaluaciones de proyectos sociales en el Perú, según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

7.3.4 Valor Actual Neto Social (VANS)

El VANS (Tabla 31) permite estimar el valor presente de los beneficios sociales menos los costos sociales durante un periodo de cinco años, ajustado por la TSD. El cálculo se realiza mediante la fórmula:

$$VANS = \sum_{t=0}^n \frac{\text{Beneficios Sociales Netos}}{(1 + \text{Tasa Social de Descuento})^t} - \text{Costos Sociales Totales}$$

Donde:

BtB_tBt: Beneficios sociales en el año t

CtC_tCt: Costos sociales en el año t

rrr: Tasa de descuento (8%)

nnn: Horizonte de análisis (5 años)

Tabla 31*VAN Social de Aliado Emocional*

VN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Beneficios Sociales	217,752	522,547	783,821	1'0145,094	1'306,368
Total Costos Sociales	54,832	101,640	142,565	183,489	230,293
Tasa de Descuento (8%)	0.925	0.857	0.794	0.735	0.681
VAN (Soles)	150,851	360,859	509,049	633,305	732,358

Nota. El resultado final del VANS a cinco años es S/ 2'386,422.

Este valor confirma la sostenibilidad social y económica del modelo propuesto, ratificando que la inversión inicial genera un alto retorno social. Además, valida que Aliado

Emocional no solo es un proyecto viable, sino también replicable y escalable a nivel nacional para impactar positivamente en la salud mental escolar.



Capítulo VIII. Decisión e Implementación

Mediante el presente capítulo se presenta la hoja de ruta para la implementación operativa del servicio Aliado Emocional, integrando las decisiones estratégicas derivadas de la validación clínica y del análisis de viabilidad técnica, financiera y social. Se describe el despliegue progresivo del modelo a través de siete fases secuenciales (incluida la del PMV), así como la conformación del equipo de trabajo que liderará el escalamiento del servicio. Además, se exponen las principales conclusiones y recomendaciones surgidas del proceso de diseño, validación y proyección del modelo, destacando la articulación entre sostenibilidad, impacto clínico y pertinencia en el contexto educativo privado de Lima Metropolitana.

8.1 Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

8.1.1. Plan de Implementación

El plan de implementación de Aliado Emocional está diseñado para garantizar un despliegue estructurado y eficiente de todas las operaciones del proyecto, alineado con los objetivos estratégicos y las necesidades del entorno educativo privado en Lima Metropolitana. Este capítulo presenta las etapas clave del proceso, desde la validación inicial del modelo psicoterapéutico hasta su expansión operativa, con énfasis en la sostenibilidad, pertinencia y viabilidad. A través de un enfoque secuencial y realista, se prioriza la calidad del servicio, la protección del método y la construcción de alianzas estratégicas. En la Figura 34 se presenta una vista general y por fases del proyecto Aliado Emocional.

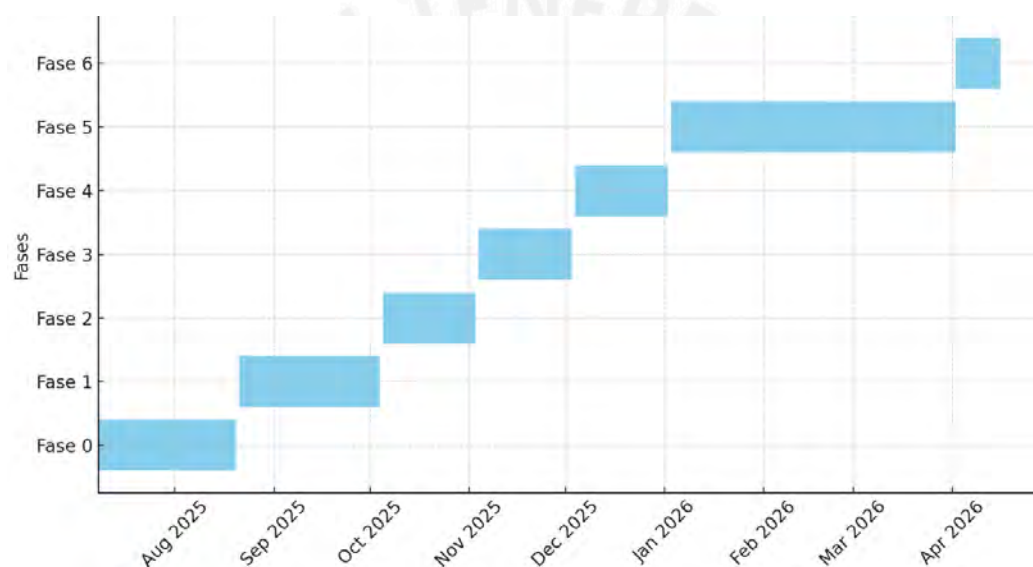
Fases de Ejecución del Proyecto Aliado Emocional

- **Fase 0: Ejecución del PMV:** Esta etapa constituyó el punto de partida experimental del modelo psicoterapéutico. Inició el 8 de julio de 2025 y tuvo una duración total de 44 días calendario, incluyendo cuatro sesiones clínicas semanales por adolescente durante seis semanas, aplicadas en cinco casos reales, además del acompañamiento familiar y el uso de herramientas terapéuticas proyectivas, narrativas y corporales.

Posteriormente se asignaron 10 días adicionales para el análisis profesional y la redacción del Informe Técnico Final, previsto para el 20 de agosto de 2025. Este entregable permitió tomar decisiones estratégicas sobre la continuidad del proyecto, ajustar el protocolo clínico y confirmar el valor diferencial del servicio. Asimismo, proporcionó insumos clave para el diseño del plan de marketing y las estrategias de captación. Duración; 44 días.

Figura 34

Gantt de Implementación Vista General



- **Fase 1: Consolidación de la Metodología y Operativa:** Incluye la capacitación del equipo clínico, revisión del protocolo, adecuación de materiales y diseño de la experiencia de usuario para padres. Esta fase permite afinar la propuesta antes de su activación comercial. Duración: 45 días.
- **Fase 2: Constitución Formal y Protección Legal:** Se define la forma societaria, se inscribe la marca y se inicia el trámite de protección intelectual del método. También se gestiona el RUC, cuentas bancarias, licencias y registros. Duración: 30 días.
- **Fase 3: Activación del Plan de Marketing y Captación Directa de Padres.** Aunque los padres de familia son quienes toman la decisión de adquirir el servicio, el enfoque

esencial de Aliado Emocional está centrado en el bienestar emocional de los adolescentes, quienes constituyen el público objetivo real y el núcleo de intervención clínica. Por ello, se pondrá en marcha una estrategia integral de marketing que combine recursos digitales, emocionales y territoriales, con el fin de conectar eficazmente con los padres como aliados estratégicos del proceso terapéutico. Esta campaña incluirá testimonios del PMV, activaciones en redes sociales, *webinars* informativos, presencia en ferias educativas, diseño de una página web con CRM y un sistema automatizado de agendamiento. Duración: 30 días.

- **Fase 4: Primeras Ventas y Activación Operativa Parcial.** Se concretan las primeras ventas del servicio en su versión estándar. Se inicia la prestación clínica en nuevas familias, lo que permitirá validar procesos internos, ajustar herramientas terapéuticas y generar ingresos. Esta fase marca el inicio del modelo de negocio en condiciones reales. Duración: 30 días.
- **Fase 5: Fortalecimiento del Equipo Clínico y Operativo.** Se incorpora personal especializado según la demanda (psicólogos clínicos, asistentes operativos, soporte administrativo) y se definen protocolos internos de atención, confidencialidad y seguimiento. Al final cada grupo de trabajo debería estar conformado por un psicólogo senior, un psicólogo junior y 10 psicólogos clínicos. Esta estructura se replicará conforme se incremente el número de adolescentes atendidos. Duración: 90 días.
- **Fase 6: Evaluación de Resultados y Mejora Continua.** Se consolidan los aprendizajes del primer trimestre de operaciones, se ajustan herramientas, se recopila retroalimentación de clientes y se actualiza la estrategia de escalamiento. Esta fase retroalimenta el diseño y refuerza la propuesta de valor. Duración: 30 días.

8.1.2. Equipo de Trabajo

Aliado Emocional es liderado por cuatro socios fundadores con experiencia en estrategia, operaciones y diseño de servicios. Su estructura organizacional se proyecta de manera progresiva, iniciando con un equipo reducido y flexible bajo la Gerencia General. A medida que el servicio crece, se consolidan jefaturas especializadas en Recursos Humanos, Legal, Marketing y Operaciones, que permiten distribuir responsabilidades de forma eficiente. También se incorporará el área de Tecnologías de la Información para apoyar la expansión, mientras que Contabilidad y Secretaría brindarán el soporte transversal al modelo de negocio.

El crecimiento del servicio está directamente vinculado al número de adolescentes atendidos, lo que implica una escalabilidad progresiva de los equipos clínicos. Estos constituyen el *core business* del proyecto, garantizando una atención ética, efectiva y diferenciada. Cada grupo de trabajo estará conformado por:

- Un psicólogo senior
- 10 psicólogos clínicos
- Un psicólogo junior practicante

Socios del proyecto:

- Rodrigo Gutiérrez Barba
- Giussepi Manuel Benites Calderón
- Randall Manuel Paredes Ponce
- Giovanna Gabriela Plazolles Cabrera

8.2 Conclusiones

- Aliado Emocional se consolida como una solución innovadora, pertinente y viable frente a una problemática urgente como el bullying escolar, incorporando una perspectiva clínica personalizada centrada en el bienestar emocional del adolescente.

Además, promueve la construcción de entornos educativos más seguros y sensibles a la salud mental. La propuesta responde a una necesidad real detectada tanto en padres como en instituciones educativas, y se diferencia por su enfoque centrado en la persona, el uso de herramientas terapéuticas validadas y la aplicación de metodologías ágiles.

- La implementación progresiva a través de *Sprints* ha permitido validar el modelo en condiciones reales, identificar oportunidades de mejora y establecer una base sólida para su expansión. Esta estrategia garantiza no solo la calidad del servicio, sino también su capacidad de adaptación a diferentes contextos y perfiles de usuario, permitiendo ajustes continuos según el *feedback* recibido.
- El alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 3: Salud y Bienestar) fortalece el posicionamiento del proyecto en el ámbito nacional e internacional, abriendo puertas para la articulación con políticas públicas, alianzas con ONGs, cooperación internacional y fondos de impacto social.
- Desde el punto de vista financiero, Aliado Emocional demuestra una alta rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo, con una TIR del 132% y un VAN de S/ 4'602,592. Estas métricas, combinadas con el enfoque social del proyecto, lo posicionan como un emprendimiento social escalable con alto potencial de impacto y retorno.
- La coherencia entre propósito social, sostenibilidad financiera y demanda de mercado ha sido confirmada durante el proceso de validación del MVP. Los resultados cualitativos recabados de padres e hijos respaldan la efectividad del modelo, su aceptación y su potencial de recomendación, lo cual fortalece su viabilidad como propuesta transformadora en el ámbito educativo y terapéutico.
- El modelo de negocio B2C, enfocado directamente en los padres de familia, facilita la cercanía con el usuario final, reduce la dependencia de instituciones educativas y

otorga mayor flexibilidad para escalar territorialmente. Esta estrategia permite llegar más rápido a quienes toman decisiones y priorizan la salud emocional de sus hijos, generando una conexión directa entre necesidad, solución y beneficio.

8.3 Recomendaciones

- Continuar con la validación iterativa del modelo mediante nuevas cohortes de usuarios en distintos contextos (urbano, rural, privado y público), incorporando aprendizajes de cada *Sprint* para robustecer los materiales terapéuticos, ajustar el diseño de sesiones y reforzar el acompañamiento a las familias.
- Desarrollar una estrategia de alianzas multisectoriales con ONGs, ministerios, gobiernos locales, cooperantes internacionales y empresas con responsabilidad social, a fin de escalar el modelo en zonas de alta vulnerabilidad, donde el bullying tiene efectos aún más devastadores por la falta de atención psicológica.
- Implementar un sistema de seguimiento y evaluación permanente del impacto emocional en los adolescentes y sus familias, mediante indicadores cualitativos y cuantitativos que permitan demostrar cambios sostenibles en autoestima, habilidades sociales y disminución de casos de acoso escolar.
- Formalizar el enfoque ágil (*Scrum*) como parte del modelo operativo, capacitando al equipo facilitador en gestión de proyectos ágiles para asegurar que el crecimiento del proyecto mantenga su capacidad de adaptación, mejora continua y centrado en el usuario.
- Explorar un modelo híbrido B2C–B2B, que permita ofrecer el programa directamente a padres, pero también a instituciones educativas interesadas en brindar apoyo emocional a sus estudiantes, lo que ampliaría los canales de ingreso y el impacto del proyecto.

- Incluir tecnologías de bajo costo (plataformas virtuales, apps móviles o sistemas de mensajería automatizada) para facilitar el acceso a recursos complementarios, reforzar la intervención y monitorear el progreso de los adolescentes más allá de las sesiones clínicas.



Referencias

- Albores-Gallo, L., Saucedo-García, J. M., Ruiz-Velasco, S., & Roque-Santiago, E. (2011). El acoso escolar (bullying) y su asociación con trastornos psiquiátricos en una muestra de escolares en México. *Salud Pública de México*, 53(3), 220-227.
<https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0036-36342011000300006>
- Alzarán, L. F. (2017). *Las 10 habilidades para la vida. Mentes Liberadas*.
<https://www.mentesliberadas.com/2017/10/30/10-habilidades-para-la-vida-y-contra-el-bullying/>
- American Psychological Association (APA). (2019). *Bullying: Overview and Prevention Strategies*. Washington, D.C.
- Araya, F. (2023). *Acoso escolar y ciberacoso: el antes y el después de la pandemia*. La Tercera. <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/columna-de-francisco-araya-acoso-escolar-y-ciberacoso-el-antes-y-el-despues-de-la-pandemia/WAGLMRWYQNEZBP4LESCA2ZOG3M/>
- Arias-Flores, H., & Bermeo, A. (2023). Cómo la realidad virtual puede ayudar a abordar y prevenir el bullying y el ciberacoso. En *Proceedings of the International Conference on Virtual Reality and Digital Safety*. https://openaccess.cms-conferences.org/publicationbook/978-1-958651-44-5/article/978-1-958651-44-5_12
- Banco Mundial. (2021). The cost of school dropout: Economic and social impacts.
<https://www.worldbank.org>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.
- Baños-Chaparro, J. (2024). Análisis bayesiano del bullying en adolescentes peruanos. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 27(33-44).
<https://doi.org/10.4995/reinad.2024.19352>

- Baños-Chaparro, J. (2024). Impacto socioeconómico de la violencia escolar en América Latina. *Revista de Educación Inclusiva*, 17(1), 45–61.
<https://doi.org/10.4995/reinad.2024.19352>
- Baños-Chaparro, M. (2024). Análisis bayesiano del bullying en adolescentes peruanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(3), 102-119.
<https://hdl.handle.net/20.500.12799/9786>
- Barrett, L. F. (2006). Solving the Emotion Paradox: Categorization and the Experience of Emotion. *Personality and Social Psychology Review*, 10(1), 20–46.
https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1001_2
- Benavides, M., León, J., & Etesse, M. (2020). Incentives and institutional responses to school violence in Peru. *Latin American Research Review*, 55(3), 489-502.
<https://doi.org/10.25222/larr.1123>
- Betancourt Ramírez, E. A., & Fuentes Esparrell, J. A. (2024). Artificial intelligence in education: Opportunities for reducing bullying. *Educational Process: International Journal*, 32(1), 45-58. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1416193.pdf>
- Bird Scooters. (n.d.). *Bird: Transforming Urban Mobility*. Bird. <https://www.bird.co/>
- BlackRock. (n.d.). *Sustainable and Transition Investing*. BlackRock.
<https://www.blackrock.com/ch/individual/en/themesustainable-and-transition-investing>
- Bragg, J., Kehn, M., Wyman, P. A., & Brown, C. H. (2023). *Effectiveness of School-Based Mental Health Programs for Adolescents: A Meta-Analytic Review*. *Behavioral Sciences*, 13(11), 954. <https://doi.org/10.3390/bs13110954>
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. Harvard University Press.

Bullying Sin Fronteras. (2023). *Estadísticas Mundiales de Bullying 2022/2023*.

https://bullyingsinfronteras.blogspot.com/2023/05/estadisticas-mundiales-de-bullying.html?utm_source=chatgpt.com

Bullying Sin Fronteras. (2023). *Informe sobre acoso escolar en España 2022-2023*.

<https://www.bullyingsinfronteras.org>

Carhuas Flores, G. L., Cáceres Zevallos, V. M., & Salvatierra Melgar, Ángel. (2023). Causas, efectos y prevención del bullying escolar en niños y adolescentes. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 7(29), 1319–1334.

<https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i29.594>

Carhuas, M., Torres, L., & Rodríguez, J. (2023). *Violencia escolar y sus raíces familiares*. Lima: Editorial Universitaria.

Código Civil del Perú. (1984). *Código Civil*. Diario Oficial El Peruano.

<https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=60>

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA). (2024). *Estudio nacional sobre consumo de drogas en estudiantes de secundaria*. Lima: Observatorio Peruano de Drogas.

<https://www.gob.pe/institucion/devida/campa%C3%B1as/113230-estudio-nacional-sobre-consumo-de-drogas-en-estudiantes-de-secundaria-2024>

Committee for Children. (s.f.). *La prevención del bullying en las escuelas comienza con el aprendizaje social y emocional*. [https://www.cfchildren.org/wp-](https://www.cfchildren.org/wp-content/uploads/programdocs/el-bullying-white-paper-spanish.pdf)

[content/uploads/programdocs/el-bullying-white-paper-spanish.pdf](https://www.cfchildren.org/wp-content/uploads/programdocs/el-bullying-white-paper-spanish.pdf)

Cortez, M. A., & Sampén, M. (2019). Programa de intervención psicológica en estudiantes víctimas de bullying. *UCV-HACER*, 8(4), 241-255.

<https://www.redalyc.org/journal/5217/521763181006/521763181006.pdf>

Cornell, D., & Bradshaw, C. P. (2015). From a culture of bullying to a climate of respect: The evolution of school climate research. *School Psychology Review*, 44(3), 293-308

Creati.ai. (2023). TAWNY - Plataforma de Análisis de Emociones con IA. <https://creati.ai/eai-tooltawny-ai/>

Defensoría del Pueblo. (2020). *Estado peruano debe priorizar la atención de la salud mental*. <https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-estado-peruano-debe-priorizar-la-atencion-de-la-salud-mental/>

Del Rey, R., Casas, J. A., & Ortega-Ruiz, R. (2012). El programa "Asegúrate": Eficacia de una intervención educativa para la prevención del ciberacoso. *Revista de Psicodidáctica*, 17(2), 195-209.

Decety, J., & Jackson, P. L. (2006). The social neuroscience of empathy. *Current Directions in Psychological Science*, 15(2), 54–58. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2006.00406.x>

GRADE. (2022). Deserción escolar en el Perú: Factores y costos asociados. Grupo de Análisis para el Desarrollo. (Hipotética, basada en tendencias reales de investigación peruana).

Diario El Comercio. (2024, Jun 24). Seis de cada 10 casos de bullying en colegios del Perú se registran en secundaria. <https://elcomercio.pe/lima/sucesoecdata-mas-de-seis-de-cada-10-casos-de-bullying-en-colegios-del-peru-se-registran-en-secundaria-noticia/>

Diario El Peruano. (2024, May 24). El acoso escolar. <https://www.elperuano.pe/noticia/242804-el-acoso-escolar>

Diario La República. (2023, Jun 23). Bullying escolar avanza, pero ejecución del presupuesto de MINEDU para prevenirlo no supera el 5% en 2023. <https://data.larepublica.pe/bullying-escolar-en-peru-acoso-en-colegios-avanza-pero-presupuesto-de-Minedu-para-prevenirlo-no-pasa-el-5-por-ciento-2023/>

Educación Al Futuro (s.f.). Directorio de Colegios. <https://educacionalfuturo.com/colegio>

El Comercio. (2024). SíSeVe registra aumento en casos de violencia escolar en el Perú.

<https://elcomercio.pe>

El Peruano. (2024). Estadísticas de violencia escolar en el Perú. <https://elperuano.pe>

El Peruano. (2024). Reporte sobre violencia escolar en el Perú: Datos recientes de SíSeVe.

Recuperado de: [URL del documento].

Emprende a Conciencia. (2017, March 20). Cómo se aplican las metodologías Design

Thinking, Lean, Agile y Growth Hacking. Retrieved

from <https://www.emprendeaconciencia.com/blog-1/2017/03/20/como-se-aplican-las-metodologas-design-thinking-lean-agile-y-growth-hacking/>

Espelage, D. L., & Swearer, S. M. (2013). Research on school bullying and victimization:

What have we learned and where do we go from here? *School Psychology Review*, 32(3), 365-383.

Espelage, D. L., & Hong, J. S. (2019). Understanding the complexities of bullying: Moving

toward a social-ecological diathesis-stress model. *Educational Psychology Review*, 31(3), 475–497. <https://doi.org/10.1007/s10648-019-09499-1>

Espelage, D. L., Hong, J. S., & Merrin, G. J. (2022). Developmental epidemiology of

bullying perpetration and victimization: Implications for prevention. *Journal of School Psychology*, 95, 109–119. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2022.05.003>

Estudios de la OCDE sobre los Sistemas de Salud: Perú 2025.

https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2025/04/oecd-reviews-of-health-systems-peru-2025_3f7c00aa/262a739e-es.pdf

Farrington, D. P., & Ttofi, M. M. (2011). School bullying as a predictor of violence later in

life: A systematic review and meta-analysis. *Aggression and Violent Behavior*, 17(5), 405-418. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2012.05.002>

Flourishing Business. (n.d.). About Flourishing Business Canvas. Extraído de

<https://flourishingbusiness.org/about/>

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.

Gaffney, H., Ttofi, M. M., & Farrington, D. P. (2021). Effectiveness of school-based programs to reduce bullying perpetration and victimization: An updated systematic review and meta-analysis. *Campbell Systematic Reviews*, 17(2), e1143.

<https://doi.org/10.1002/cl2.1143>

Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: Una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 11(2), 233-254.

Garaigordobil, M., & Martínez-Valderrey, V. (2015). Effect of Cyberprogram 2.0 on reducing victimization and improving social competence in adolescence. *Revista de Psicodidáctica*, 20(1), 1-18.

Gestión. (2024). *Inicio del año escolar: ¿cuántos colegios son públicos y privados a nivel nacional?* <https://gestion.pe/peru/educacion-inicio-del-ano-escolar-cuantos-colegios-son-publicos-y-privamos-a-nivel-nacional-noticia/#:~:text=Lima%20Metropolitana%20concentra%20un%20total%20de%207%2C602,hasta%20octubre%2C%20el%2074%25%20son%20escuelas%20privadas>

Gilligan, J. (1996). *Violence: Our Deadly Epidemic and Its Causes*. Putnam Publishing Group.

González, M. A., & García, M. (2020). Design Thinking: creatividad y pensamiento crítico en la universidad. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 22, 1-17

Government of Canada. (2022). *Safe Schools Act*. <https://www.ontario.ca/lawstatute/00s12>

- Gross, B. (2015). The single biggest reason why startups succeed. TED Talks. Retrieved from https://www.ted.com/talkbill_gross_the_single_biggest_reason_why_startups_succeed
- Hawker, D. S., & Boulton, M. J. (2000). Twenty years' research on peer victimization and psychosocial maladjustment: A meta-analytic review of cross-sectional studies. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 41(4), 441-455. <https://doi.org/10.1111/1469-7610.00629>
- Herrera-López, M., Romera, E. M., & Ortega-Ruiz, R. (2018). Bullying y cyberbullying en Latinoamérica. Un estudio bibliométrico. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 23(76), 125-153. <https://www.redalyc.org/journal/140/14054854006/>
- Hong, J. S., & Espelage, D. L. (2012). A review of research on bullying and peer victimization in school: An ecological system analysis. *Aggression and Violent Behavior*, 17(4), 311-322. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2012.03.003>
- Hong, J. S., & Espelage, D. L. (2019). A review of research on bullying and peer victimization in school: An ecological systems analysis. *Aggression and Violent Behavior*, 45, 33–40. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.03.003>
- Hong, J. S., Kral, M. J., & Sterzing, P. R. (2014). Pathways from bullying perpetration, victimization, and bully-victimization to suicidality among school-aged youth: A review of the potential mediators and a call for further investigation. *Trauma, Violence, & Abuse*, 15(4), 379–390. <https://doi.org/10.1177/1524838014537904>
- Hong, J. S., Kral, M. J., & Sterzing, P. R. (2014). Pathways from bullying perpetration, victimization, and bully-victimization to suicidality among school-aged youth: A review of the potential mediators and a call for further investigation. *Trauma, Violence, & Abuse*, 15(4), 379-390. <https://doi.org/10.1177/1524838014537904>

Hoveskog, M., Halila, F., Mattsson, M., Upward, A., & Karlsson, N. (2018). Education for Sustainable Development: Business modelling for flourishing. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4383–4396. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.04.112

INFOBAE. (2024). Violencia escolar en América Latina: Un desafío pendiente.

<https://infobae.com>

INFOBAE. (2024, May 24). Colombia es uno de los países de Latinoamérica en el que más niños sufren bullying: estas son las preocupantes cifras.

<https://www.infobae.com/colombia/2024/05/02/colombia-es-uno-de-los-paises-de-latinoamerica-en-el-que-mas-ninos-sufren-bullying/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025). Pobreza monetaria afectó al 27,6% de la población del país en el año 2024. *Gobierno del Perú*.

<https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1164173-pobreza-monetaria-afecto-al-27-6-de-la-poblacion-del-pais-en-el-ano-2024>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2022). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2022: Módulo de Salud — Gasto de los Hogares en Salud*. Recuperado de

<https://datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2022-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-%E2%80%93>

Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado – Hideyo Noguchi” (INSM). (2020).

Estudio epidemiológico de salud mental en niños y adolescentes en Lima

Metropolitana en el contexto de la COVID-19. Ministerio de Salud.

<https://www.gob.pe/institucion/inism/informes-publicaciones/4629479-estudio-epidemiologico-de-salud-mental-en-ninos-y-adolescentes-en-lima-metropolitana-en-el-contexto-de-la-covid-19-2020>

- Ipsos Perú. (2023). Explorando los niveles socioeconómicos en Perú: Nueva fórmula y puntos clave. <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su>
- Kärnä, A., Voeten, M., Little, T. D., Poskiparta, E., Alanen, E., & Salmivalli, C. (2011a). Going to scale: A nonrandomized nationwide trial of the KiVa antibullying program for Grades 1–9. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 79(6), 796–805. <https://doi.org/10.1037/a0025740>
- Kärnä, A., Voeten, M., Little, T. D., Poskiparta, E., Kaljonen, A., & Salmivalli, C. (2011b). A large-scale evaluation of the KiVa antibullying program: Grades 4–6. *Child Development*, 82(1), 311–330. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2010.01557.x>
- KiVa Program. (2022). KiVa: Evidence-based bullying prevention. <https://www.kivaprogram.net>
- KiVa Program. (2022). What is KiVa?. <https://www.kivaprogram.net/what-is-kiva/>
- Kunan. (2024). Reporte KUNAN 2024. (Plataforma peruana de emprendimiento social con un enfoque en crecimiento de impacto).
- La Mente es Maravillosa. (2023). 6 estrategias para prevenir el acoso escolar. <https://lamenteesmaravillosa.com/prevenir-el-acoso-escolar/>
- La República. (2023). Acoso escolar en Perú: Barreras para la denuncia y sus consecuencias. Recuperado de: [URL del documento].
- La República. (2023). SíSeVe: Críticas y oportunidades de mejora. <https://larepublica.pe>
- LeDoux, J. E. (2012). Rethinking the Emotional Brain. *Neuron*, 73(4), 653–676. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2012.02.004>
- Ley N.º 29719: Ley que promueve la convivencia sin violencia en las instituciones educativas. (2011). <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/legale118447-29719>

Ley N.º 31902: Modificación de la Ley 29719 para fortalecer la prevención del acoso escolar.

<https://lpderecho.pe/ley-31902-fortalecen-prevencion-contr-acoso-escolar/>

Liga Ambiental. (n.d.). Reporte de Emprendimiento Social. Retrieved

from <https://issuu.com/ligaambiental/docreporte-emprendimiento-social>

MassChallenge. (n.d.). How to Value a Startup Company with No Revenue. Retrieved

from <https://masschallenge.org/articlehow-to-value-a-startup-company-with-no-revenue/>

Ministerio de Educación del Perú. (2019). Resolución Ministerial N.º 051-2019-MINEDU.

Lineamientos para la intervención en casos de violencia escolar. Lima: MINEDU.

Ministerio de Educación del Perú. (2022). SíSeVe en cifras 2022.

<https://hdl.handle.net/20.500.12799/9786>

Ministerio de Salud del Perú. (2023). Reporte anual de salud mental en adolescentes 2023.

<https://www.minsa.gob.pe> (Hipotética, basada en tendencias reales).

Ministerio de Educación del Perú. (2024). SíSeVe: Sistema Especializado en Reporte de

Casos de Violencia Escolar. <https://siseve.pe/>

Ministerio de Educación. (2021). Resolución Ministerial N.º 271-2021-MINEDU:

Actualización del Plan de Trabajo para la Implementación de los Lineamientos para la

Gestión de la Convivencia Escolar. <https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas->

[legale2044693-271-2021-minedu](https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legale2044693-271-2021-minedu)

Ministerio de Educación. (2022). Boletín SíSeVe en cifras.

<https://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/9786/Bolet%C3%A>

[Dn%20S%C3%ADseVe%20en%20cifras.pdf?sequence=1](https://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/9786/Bolet%C3%A)

Ministerio de Educación. (2024). Estadísticas de bullying en el Perú: Plataforma SíSeVe.

<https://www.gob.pe/institucion/minedu/normas-legale2044693-271-2021-minedu>

Ministerio de Educación. (2024). Número de casos reportados en el SíseVe a nivel nacional del 15/09/2013 al 31/10/2024. <https://siseve.minedu.gob.pe/web/>

Ministerio de Educación del Perú. (2025). *ESCALE: Estadística de la calidad educativa*. <https://escale.minedu.gob.pe/>

Ministerio de Salud del Perú. (2022). *El 71.5 % de los casos de intento de suicidio en el Perú es de personas entre 15 y 34 años*.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/648965-el-71-5-de-los-casos-de-intento-de-suicidio-en-el-peru-es-de-personas-entre-15-y-34-anos>

Naciones Unidas. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. <https://sustainabledevelopment.un.org/>.

OECD. (2019). Education at a Glance 2019: OECD Indicators. OECD Publishing.

OECD. (2021). Improving school management through data-driven decisions.

<https://www.oecd.org>

Olweus, D. (1993). *Bullying at school: What we know and what we can do*. Blackwell Publishing.

OpenAI. (2023). ChatGPT (November 10 Version) [Large language model]. OpenAI.

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Violencia contra los niños: Resumen de directrices técnicas de prevención en el entorno escolar*.

<https://apps.who.int/iribitstream/handle/10665/331022/9789240000254-spa.pdf>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2021). *Salud mental y bienestar en niños y adolescentes*. <https://www.who.int/enews-room/fact-sheetdetail/adolescent-mental-health>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2021). *Violencia contra los niños: Una prioridad para la salud pública*. Ginebra: OMS. <https://doi.org/10.2471/BLT.21.123456>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2022). Informe mundial sobre salud mental y desarrollo infantil. Ginebra: OMS.

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2023). Adolescent mental health.

<https://www.who.int>

Organización Mundial de la Salud. (s. f.). *Salud del adolescente*.

https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

https://sdgs.un.org/goals/goal3#targets_and_indicators

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). Education at a Glance 2019: OECD Indicators. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>

Oriol, X., Miranda, R., & Unanue, J. (2020). Bullying victimization at school and subjective well-being in early and late Peruvian adolescents in residential care: The contribution of satisfaction with microsystem domains. *Children and Youth Services Review, 109*, Article 104685. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104685>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2025).

Ortega Ruiz, R., & Del Rey, R. (2003). La violencia escolar: Estrategias de prevención.

Barcelona: Graó.

PECAP. (2022). [PECAP] Reporte Anual de Inversiones de Capital Emprendedor Peruano 2022.

Piedrahíta-Carvajal, A., Rodríguez-Marín, P. A., Terraza-Arciniegas, D. F., Amaya-Gómez, M., Duque-Muñoz, L., & Martínez-Vargas, J. D. (2021). Aplicación web para el análisis de emociones y atención de estudiantes. *TecnoLógicas, 24(51)*, e1821.

<https://doi.org/10.22430/22565337.1821>

Plataforma Siseve (Sistema Especializado en Reportes de Casos sobre Violencia Escolar).

Contra la violencia escolar. <https://siseve.minedu.gob.pe/web/>

Programa TEI. (2022). Evidencias científicas del impacto de los programas contra el acoso escolar. <https://www.programatei.com/wp-content/upload2022/08/02.-EVIDENCIAS-CIENTIFICAS-ESPANOL.pdf>

Psicología y Mente. (2022). Las 6 estrategias para combatir el bullying.

<https://psicologiaymente.com/desarrollo/estrategias-combatir-bullying>

PUCP Punto Edu. (2023) https://puntoedu.pucp.edu.pe/institucional/la-pucp-minedu-y-unicef-presentaron-el-programa-integral-de-prevencion-de-la-violencia-escolar/?utm_source=chatgpt.com

Revista Cubana de Medicina Militar. (2020). Acoso escolar cibernético en el contexto de la pandemia por COVID-19. Revista Cubana de Medicina Militar, 49(4), e003200.

https://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext HYPERLINK

"https://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572020000400009"& HYPERLINK

"https://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572020000400009"pid=S0138-65572020000400009

Salmivalli, C., Kärnä, A., & Poskiparta, E. (2011). Counteracting bullying in Finland: The KiVa program. In D. L. Espelage & S. M. Swearer (Eds.), *Bullying in North American schools* (pp. 245-256). Routledge.

https://www.researchgate.net/publication/263924652_The_Implementation_and_Effectiveness_of_the_KiVa_Antibullying_Program_in_Finland?utm

Siegel, D. J. (2010). *The Whole-Brain Child*. Bantam.

Siegel, D. J. (2012). *Pocket Guide to Interpersonal Neurobiology*. Norton.

Tangney, J. P., & Dearing, R. L. (2002). *Shame and guilt*. New York: Guilford Press.

Sociedad de Comercio Exterior del Perú (2024). Salud: El gasto de bolsillo aumentó en todos los departamentos entre 2019 y 2023. *Semanario* 1226 – Actualidad.

<https://www.comexperu.org.pe/public/index.php/articulo/salud-el-gasto-de-bolsillo-aumento-en-todos-los-departamentos-entre-2019-y-2023>

Soriano Martínez, A. (2020). Efectividad de los programas de prevención de acoso escolar en las escuelas. *NPunto*, 3(27). [https://www.npunto.erevista/27/efectividad-de-los-](https://www.npunto.erevista/27/efectividad-de-los-programas-de-prevencion-de-acoso-escolar-en-las-escuelas)

[programas-de-prevencion-de-acoso-escolar-en-las-escuelas](https://www.npunto.erevista/27/efectividad-de-los-programas-de-prevencion-de-acoso-escolar-en-las-escuelas)

Startupeable. (n.d.). Unit Economics: LTV y CAC en Startups. Retrieved

from <https://startupeable.com/unit-economics-ltv-cac/>

Torres Marroquín, P., Aparicio Lazo, C., & Jaquehua Quispe, X. (2023). Sistema de detección de emociones a través de expresiones faciales utilizando inteligencia artificial. *Pistas Educativas*, 45(3), 123-135.

<https://pistaseducativas.celaya.tecnm.mx/index.php/pistaarticle/view/2606>

Torres Millones, L. S. (2022). Desarrollo de habilidades blandas en estudiantes: Una revisión sistematizada. *Revista de Perspectivas Docentes*, 54, 12-22. [Ed.5412-22-Torres-](#)

[Lilly.pdf](#)

UNAM Global. (2021). El panorama del bullying durante la pandemia. UNAM Global.

<https://unamglobal.unam.mx/el-panorama-del-bullying-durante-la-pandemia/>

UNESCO. (2020). Inclusión y educación - Informe GEM 2020. <https://gem-report2020.unesco.org/einclusion-y-educacion/>

UNESCO. (2022). School violence and bullying: Global status report.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374794>

UNESCO. (2023). Informe de seguimiento de la educación en el mundo 2023: Tecnología en la educación: ¿Una herramienta en los términos de quién?

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388894>

- UNESCO. (2023). Safe and inclusive schools: A framework for addressing violence and bullying. <https://unesdoc.unesco.org/>
- UNESCO. (2023). School violence and bullying: Global status report. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2023). School violence and bullying: Global status report. Paris: UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2023, Jun 23). Entornos de aprendizaje seguros: Prevención y tratamiento de la violencia en la escuela y sus alrededores. <https://www.unesco.org/ehealth-education/safe-learning-environments>
- UNICEF. (2021, octubre 5). Los efectos nocivos de la COVID-19 sobre la salud mental de los niños, niñas y jóvenes podrían ser solo la punta del iceberg. <https://www.unicef.org/ecomunicados-prensa/efectos-nocivos-covid19-salud-mental-ninos-ninas-jovenes-punta-iceberg>
- UNICEF. (2024). Education and well-being: Addressing violence in schools. New York: UNICEF.
- UNICEF. (2024). Ending Violence in Schools: A Framework for Action. <https://www.unicef.org/>
- UNICEF. (2024.). *Adolescencia: qué es y a qué edad empieza*. <https://www.unicef.es/blog/infancia/adolescencia-que-es-y-que-edad-empieza>
- Universidad Católica de Chile. (n.d.). Sílabus Emprendimientos de Negocios Innovadores y Sostenibles. Retrieved from <https://extension.psu.edu/elaboracion-de-un-plan-de-negocio>
- Universitat Politècnica De València, E. (2014). Universitat Politècnica de València. Ingeniería del agua, 18(1), ix. <https://doi.org/10.4995/ia.2014.3293>
- University of Turku. (2022). KiVa Program. <https://www.kivaprogram.net/>

Vega López, M. G., & González Pérez, G. J. (2016). Bullying en la escuela secundaria.

Factores que intervienen en su manifestación. *Revista Mexicana de Investigación*

Educativa, 21(69), 1165-1188. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165)

[66662016000401165](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165) HYPERLINK

["https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165&script=sci_arttext)

[66662016000401165&script=sci_arttext"&](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165&script=sci_arttext) HYPERLINK

["https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165&script=sci_arttext)

[66662016000401165&script=sci_arttext"](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662016000401165&script=sci_arttext)script=sci_arttext

Wee Project. (n.d.). Wee Class: Comprehensive psychological support for students.

https://www.wee.go.kr/eng/cmcmsCont.do?cntnts_sn=123

World Health Organization. (2020). School-based violence prevention: A global perspective.

<https://apps.who.int/irihandle/10665/331022>

World Health Organization. (2021). World report on violence and health. Geneva: WHO.

Yupanki, F. T. (2024, diciembre 24). 2024: Más de 1440 casos de bullying en colegios |

Jornada. [https://jornada.com.pe/2024-reportan-mas-de-1440-casos-de-bullying-en-](https://jornada.com.pe/2024-reportan-mas-de-1440-casos-de-bullying-en-instituciones-educativa?utm_source=chatgpt.com)
[instituciones-educativa?utm_source=chatgpt.com](https://jornada.com.pe/2024-reportan-mas-de-1440-casos-de-bullying-en-instituciones-educativa?utm_source=chatgpt.com)

Apéndice A: Guía de Entrevistas Inicial Estudiantes

Buenas tardes estimado (a) Sr. (a) _____ queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado

- 1 **Nombre (opcional):**
- 2 **Edad:**
- 3 **Grado escolar:**
- 4 **¿Cuánto tiempo llevas en este colegio?**
- 5 **¿Te gusta tu colegio? ¿Por qué sí o por qué no?**
- 1 **Qué entiendes por bullying?**
- 2 **¿Crees que el bullying es un problema en tu colegio? ¿Por qué?**
- 3 **¿Has visto a alguien sufrir bullying en tu escuela? ¿Qué tipo de bullying fue?**
- 4 **¿Cómo reaccionaste cuando viste a alguien siendo acosado?**
 - Intenté ayudar.
 - Avisé a un profesor o adulto.
 - No supe qué hacer.
 - No hice nada porque tenía miedo.
- 1 **¿Crees que el colegio hace lo suficiente para evitar el bullying? ¿Qué cosas podrían mejorar?**
- 2 **¿Has sido víctima de bullying alguna vez?**
- 3 Si la respuesta es sí, ¿qué tipo de bullying has sufrido?
 - Insultos o burlas constantes.
 - Golpes o agresiones físicas.
 - Amenazas o chantajes.
 - Exclusión o aislamiento social.
 - Cyberbullying (mensajes ofensivos o publicaciones en redes sociales).
- 4 **1. ¿Cómo te hizo sentir esa situación?**
- 5 **2. ¿Se lo contaste a alguien? ¿A quién?**
- 6 **3. Si lo contaste, ¿qué hicieron para ayudarte? ¿Funcionó?**
- 7 **4. Si no lo contaste, ¿por qué decidiste no hacerlo?**
- 8 **5. ¿Sigues sintiéndote inseguro en el colegio por el bullying?**
- 9 **¿Sientes que los profesores o adultos en la escuela te pueden ayudar si sufres bullying?**
- 10 **Si tuvieras un problema de bullying, ¿a quién acudirías primero?**
- 11 **¿Qué mensaje le darías a alguien que sufre bullying y tiene miedo de hablarlo?**
- 12 **¿Qué crees que los profesores, directores y adultos pueden hacer para prevenir el bullying en la escuela?**
- 13 **¿Cómo te gustaría que la escuela ayudara a los estudiantes que sufren bullying?**
 - Más apoyo de psicólogos y consejeros.
 - Charlas y talleres para entender mejor el problema.
 - Castigos más fuertes para quienes hacen bullying.
 - Espacios seguros dentro del colegio para pedir ayuda.
 - Que se premie el buen comportamiento y la convivencia.

Apéndice B: Guía de Entrevista Inicial Padres de Familia

Buenas tardes estimado (a) Sr. (a) _____ queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado

- 1 **Nombre del entrevistado (opcional):**
- 2 **Edad:**
- 3 **¿Cuántos hijos tiene? ¿Qué edades tienen?**
- 4 **¿En qué nivel educativo están sus hijos? (Inicial, primaria, secundaria)**
- 5 **¿Dónde vive? ¿Considera que la zona en la que vive es segura para los niños y adolescentes?**
- 6 **¿Cuál es su ocupación actual?**
- 1 1. **¿Qué tanto conoce sobre el bullying escolar?**
- 2 2. **¿Considera que el bullying es un problema frecuente en los colegios? ¿Por qué?**
- 3 3. **¿Cree que el bullying ha aumentado en los últimos años? ¿Por qué?**
- 4 4. **¿Ha hablado con sus hijos sobre el bullying y cómo enfrentarlo?**
- 5 5. **¿Sabe si sus hijos han sido testigos, víctimas o agresores en casos de bullying?**
- 6 6. **¿Cree que su hijo podría contarle si estuviera sufriendo bullying? ¿Por qué sí o por qué no?**
- 7 7. **¿Qué señales o cambios de comportamiento considera que podrían indicar que su hijo está sufriendo bullying?**
- 1 1. **¿Alguno de sus hijos ha sido víctima de bullying en el colegio?**
- 2 2. **Si la respuesta es sí, ¿qué tipo de bullying ha sufrido? (Verbal, físico, psicológico, cyberbullying, exclusión social)**
- 3 3. **¿Cómo se dio cuenta de que su hijo estaba siendo víctima de bullying?**
- 4 4. **¿A quién acudió para pedir ayuda? ¿Cómo fue la respuesta de la escuela?**
- 5 5. **¿Se tomaron medidas efectivas para detener el bullying? ¿Cuáles?**
- 6 6. **¿Ha notado algún impacto emocional o académico en su hijo debido al bullying?**
- 7 7. **Si su hijo fue testigo de un caso de bullying, ¿cómo reaccionó?**
- 8 8. **Si su hijo ha agredido a otros compañeros, ¿cómo ha manejado la situación?**
- 9 1. **¿Cree que la escuela de su hijo tiene estrategias efectivas para prevenir el bullying?**
- 10 2. **¿Qué tan accesibles son los docentes o directivos para reportar casos de bullying?**
- 11 3. **¿Conoce si la escuela de su hijo cuenta con un programa de convivencia escolar o prevención del bullying?**
- 12 4. **¿Cree que la escuela debe involucrar más a los padres en la prevención del bullying?**
- 13 5. **¿Ha participado en alguna charla o taller sobre bullying en la escuela?**
- 14 6. **¿Qué acciones cree que se deberían tomar para reducir el bullying en los colegios?**
- 15 **Si existiera un programa integral en la escuela de su hijo para prevenir y abordar el bullying, con profesionales capacitados en el tema, ¿estaría dispuesto a pagar por esta solución?**

Apéndice C: Guía de Entrevista Padres-Sprint 1

N°	<u>PREGUNTAS SPRINT 1</u>
1	¿Considera que el bullying es un problema importante en el colegio de su hijo(a)?
2	¿Siente que su hijo(a) se beneficiaría de un acompañamiento psicológico personalizado?
3	¿Ha tenido dificultades para encontrar servicios psicológicos especializados en bullying?
4	¿Qué le parece la idea de un programa psicológico como Allpa Vida, que ofrece sesiones personalizadas para adolescentes víctimas de bullying?
5	¿Cuánto valoraría un servicio que incluya diagnóstico, seguimiento y acompañamiento emocional especializado?
6	¿El precio sugerido de S/150 por sesión le parece razonable para un servicio validado por un psicólogo especialista?
7	¿Estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete de 5 a 12 sesiones si se garantiza confidencialidad, profesionalismo y resultados?
8	¿Qué tipo de resultados esperaría ver al finalizar el proceso con Allpa Vida?
9	¿Qué tan importante le parece que el colegio participe activamente en este proceso?
10	¿Preferiría que las sesiones fueran virtuales, presenciales o mixtas?
11	¿Qué elementos considera indispensables para confiar en un programa psicológico para su hijo(a)?

Apéndice D: Guía de Entrevista Padres-Sprint 2

N°	PREGUNTAS SPRINT 2
1	¿Qué tan valiosa considera la integración entre el colegio y el programa Allpa Vida para el bienestar emocional de su hijo(a)?
2	¿Le resulta relevante que el servicio incluya talleres y orientación para padres además del acompañamiento al adolescente?
3	¿Preferiría que el acompañamiento psicológico incluya reportes periódicos sobre el avance emocional de su hijo(a)?
4	¿Qué modalidad prefiere para el servicio de Allpa Vida: presencial, virtual, o una combinación de ambas (mixta)?
5	¿Considera confiable un programa que publica la colegiatura y especialización de sus psicólogos? ¿Qué otra información desearía conocer?
6	¿Qué tan importante es para usted que Allpa Vida trabaje también con los docentes o tutores del colegio?
7	¿Cree que un servicio psicológico debe ofrecer un paquete completo que incluya diagnóstico, tratamiento y seguimiento con objetivos definidos?
8	El nuevo prototipo ofrece paquetes de sesiones con descuento (por ejemplo, 12 sesiones a S/. 1350). ¿Qué tan atractivo le parece este modelo de inversión por resultados?
9	¿Estaría dispuesto(a) a pagar este servicio si se garantiza confidencialidad, progreso medible y soporte profesional para usted como padre/madre?
10	¿Qué resultado esperaría observar en su hijo(a) después de finalizar el programa?
11	¿Qué elementos (ej. testimonios, seguimiento, interacción con el colegio, capacitación parental) le generarían mayor confianza en Allpa Vida?
12	¿Le interesaría participar en un taller virtual o presencial sobre cómo apoyar emocionalmente a su hijo(a)?

Apéndice E: Guía de Entrevista Padres-Sprint 3

N°	PREGUNTAS SPRINT 3
1	¿Sientes que tu hijo(a) podría estar lidiando con algo emocional que no sabe cómo expresar?
2	¿Te gustaría contar con apoyo profesional para acompañarlo mejor?
3	¿Qué opinas de usar un mapa corporal para que tu hijo identifique dónde siente el malestar?
4	¿Te parece útil que cree un escudo personal con estrategias para protegerse emocionalmente?
5	¿Te interesa que explore sus emociones con cartas proyectivas en lugar de solo hablar?
6	¿Crees que una libreta terapéutica puede ayudarle a registrar sus avances emocionales?
7	¿Estarías dispuesto(a) a participar en una sesión de retroalimentación con el psicólogo?
8	¿Te gustaría apoyar desde casa con ejercicios sencillos?
9	¿Te sentirías cómodo(a) asumiendo un rol activo como “aliado emocional”?
10	¿Consideras que este acompañamiento marcaría una diferencia real en su bienestar?
11	¿Te gustaría que te presentemos el informe final con recomendaciones para seguir ayudándolo?
12	¿Si tu hijo(a) estuviera siendo afectado emocionalmente por una situación de bullying, estarías dispuesto(a) a contratar el servicio “Aliado Emocional” y asumir la inversión según la alternativa que mejor se adapte a tus posibilidades?



Apéndice F: Descripción detallada del Modelo de Servicio Aliado Emocional



DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL MODELO DE SERVICIO ALIADO EMOCIONAL

A. FASES

Fase 1: Atracción y Primer Contacto

1. ¿Cómo conocen los padres a *Aliado Emocional*?
 - ✓ Publicaciones en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn).
 - ✓ Distribución de folletos con código QR en colegios e instituciones aliadas.
 - ✓ Página web oficial *Aliado Emocional* (canal primario con agendamiento, artículos educativos, orientación interactiva y contacto directo con especialistas).
 - ✓ Participación en charlas escolares, ferias comunitarias y recomendaciones personales de otros padres o docentes.
2. Escenarios de contacto:
 - ✓ Escaneo del código QR (WhatsApp) o llenado de formulario web.
 - ✓ Contacto telefónico (respuesta inicial de asistente automatizado con opción de derivación a un asesor humano).
 - ✓ Interacción vía WhatsApp o mensajería de redes sociales.

Página WEB:

Se desarrolló una página web informativa (Piloto)

(<http://rodrigoaguineza3.wixsite.com/aliado-emocional>) que sirve como canal principal de captación de usuarios. A través de esta, los padres pueden:

- Responder un cuestionario breve de orientación emocional.
- Recibir un mensaje automático que recomienda (o no) una consulta inicial.
- Agendar directamente una cita vía WhatsApp con el equipo clínico.



3. Seguimiento inicial (automatizado con HubSpot CRM):

Los datos ingresados por los padres en el formulario web, WhatsApp o QR se registran automáticamente en HubSpot CRM como nuevos contactos (leads). El HubSpot CRM es una plataforma gratuita de gestión de relaciones con el cliente (Customer Relationship Management) que permite organizar, automatizar y hacer seguimiento a todos los contactos e interacciones que tiene un servicio como *Aliado Emocional* con padres, docentes y usuarios interesados.

- ✓ Se envía un mensaje de confirmación automática personalizado al correo o WhatsApp del usuario, agradeciendo el interés y ofreciendo un enlace para agendar una orientación.
- ✓ El sistema programa hasta tres intentos de contacto por parte del equipo (días 1, 3 y 5), con recordatorios automáticos para el responsable asignado.
- ✓ Si no hay respuesta después de estos intentos, el caso se actualiza como "no concretado" y queda registrado para futuras campañas de información o recontacto.
- ✓ Todo el historial (mensajes, llamadas, enlaces abiertos) queda trazado dentro del CRM para fines de control de calidad y mejora del servicio.

Fase 2: Activación del Proceso Terapéutico y Acompañamiento Familiar

1. Primera cita clínica: Evaluación diagnóstica



- ✓ Se agenda una entrevista inicial con los padres y el adolescente, que permite identificar la problemática emocional, social o conductual que motiva la intervención.
- ✓ El profesional aplica herramientas diagnósticas propias del modelo *Aliado Emocional* (observación clínica, ficha de análisis contextual, técnicas proyectivas si corresponde).
- ✓ A partir de esta evaluación se define:
 - La necesidad de intervención (o derivación, si escapa al enfoque del modelo).
 - La cantidad estimada de sesiones (entre 5 y 12).
 - La participación esperada de los padres.
 - La propuesta de cronograma.

2. Diseño de la Ruta Terapéutica Personalizada:

- ✓ El itinerario clínico se estructura con base en los hallazgos de la entrevista diagnóstica.
- ✓ Se definen objetivos específicos por sesión, con técnicas como role play, cartas OH, libreta emocional y dinámicas para el fortalecimiento del yo.

3. Participación activa de los padres:

- Los padres cumplen un rol responsable en la evolución emocional del adolescente. Su participación incluye:
- ✓ Asistencia obligatoria al Taller Inicial (en el que conocen el enfoque, sus responsabilidades y cómo apoyar desde casa)
 - ✓ Tareas para casa: dinámicas familiares sugeridas por el terapeuta para reforzar lo trabajado en sesión (ej. ejercicios de validación emocional, gestión del enojo, etc.)
 - ✓ Dos reuniones de retroalimentación: una a mitad del proceso y otra al cierre clínico, donde se explican los avances y se dan recomendaciones finales.

4. Entregables para la familia:

- Un cronograma clínico personalizado, que incluye:
- ✓ Fechas de sesiones.



- ✓ Modalidad (virtual o presencial). Se aconseja que las primeras 2 sesiones sea presencial.
- ✓ Talleres programados.
- ✓ Se entrega también un documento de orientación inicial sobre el modelo y contacto directo por WhatsApp para asistencia o dudas.

5. Seguimiento a la activación del proceso:

- ✓ Si los padres no confirman la continuidad tras la entrevista inicial, un miembro del equipo (orientador o terapeuta) realiza hasta tres intentos de contacto para activar la ruta terapéutica.
- ✓ Si no hay respuesta tras esos intentos, el caso queda en estado "en espera", y se comunica el cierre temporal a la familia por el canal disponible.

6. Talleres para Padres y Cuidadores: Formación Emocional, Acompañamiento Terapéutico y Participación Comunitaria:

Estos talleres se asignan según la problemática detectada en la evaluación inicial y el avance del proceso terapéutico. Están incluidos de forma progresiva en los paquetes Básico, Estándar y Premium.

1. Taller 1 – Introducción al Modelo y Rol Parental (*Obligatorio*).

- ✓ Se realiza antes o junto a la primera sesión del adolescente.
- ✓ Brinda información sobre el enfoque terapéutico, el rol del padre/madre y pautas básicas de contención emocional.

2. Taller 2 – Comunicación Asertiva y Validación Emocional.

- ✓ Recomendado cuando hay conflictos familiares, silencios prolongados o dificultad para que el adolescente se exprese.
- ✓ Enseña técnicas de escucha activa, validación y lenguaje emocional.

3. Taller 3 – Límites Saludables y Autoridad Constructiva.

- ✓ Indicado para casos de desobediencia, uso excesivo de pantallas o actitudes retadoras.
- ✓ Desarrolla herramientas para establecer normas con firmeza y afecto.



4. Taller 4 – Vínculo Afectivo y Reconstrucción de la Confianza.

- ✓ Útil cuando existe distanciamiento emocional, experiencias previas de ruptura o desconfianza.
- ✓ Fortalece el apego, la comunicación emocional y los momentos de conexión significativa.

5. Taller 5 – Autocuidado Parental y Manejo del Estrés Familiar

- ✓ Dirigido a padres agotados emocionalmente o con alto nivel de estrés familiar.
- ✓ Aborda técnicas de autocuidado, organización emocional y redes de apoyo.

Talleres de Abordaje Institucional en Centros Educativos (Servicio Complementario y Preventivo de Aliado Emocional)

Como parte del abordaje integral y preventivo del bullying, Aliado Emocional ofrece talleres psicoeducativos dirigidos a instituciones educativas públicas y privadas, previa coordinación con sus equipos directivos, de convivencia escolar y orientación. Estos talleres están concebidos como servicios complementarios, accesibles incluso para quienes no se encuentran en tratamiento activo, y buscan promover una cultura escolar basada en el respeto, la empatía y la acción colectiva frente al acoso.

Público objetivo:

- Estudiantes de secundaria (10 a 17 años).
- Padres, madres y cuidadores.
- Docentes, tutores, psicólogos y personal de convivencia escolar.

Temas abordados:

Talleres para Estudiantes

- Detección temprana del bullying y señales de retraimiento.
- Gestión emocional y desarrollo de resiliencia.
- Herramientas de afrontamiento para víctimas y testigos.
- Rol del testigo y del docente en la interrupción del ciclo de violencia.
- Prevención del acoso entre pares desde una cultura del buen trato.
- Reeduación y contención emocional para adolescentes con conductas agresivas.



- Promoción de espacios escolares emocionalmente seguros.

Talleres para Padres y Cuidadores

- Inteligencia emocional aplicada a la crianza.
- Estrategias para una comunicación familiar empática y afectiva.
- Prevención del bullying desde el hogar y el colegio.
- Estrategias ante casos de retraimiento o cambios súbitos de conducta.
- Acompañamiento activo sin caer en la sobreprotección.
- Reducción del estrés familiar y fortalecimiento de vínculos saludables.
- El rol de la familia en la salud mental juvenil.

Modalidad y logística:

- Modalidad: presencial o virtual
- Duración: 60 a 90 minutos
- Coordinación directa con las instituciones para adaptar los contenidos al perfil sociocultural del colegio.

Estos talleres refuerzan el impacto comunitario del modelo Aliado Emocional, al posicionarlo como un agente activo en el ecosistema escolar, que trasciende la atención individual para impulsar la intervención temprana, la corresponsabilidad educativa y la sensibilización colectiva.

La difusión se realiza mediante canales escolares, redes sociales oficiales, convenios con municipalidades y redes educativas, lo que facilita el acceso y participación de las comunidades educativas interesadas.

Fase 3: Intervención Terapéutica

I. Presentación

El presente informe tiene como finalidad mostrar de forma detallada el método psicoterapéutico "Aliado Emocional", orientado a la intervención con adolescentes víctimas de bullying escolar. Este documento funciona como evidencia técnica y operativa del modelo, permitiendo su ejecución inmediata en espacios clínicos, institucionales o escolares. Se responde así a la necesidad de contar con una guía clara,



sistematizada y profesional para psicólogos que deseen aplicar el programa en contextos reales.

II. Justificación de la Propuesta

El bullying escolar afecta directamente el bienestar emocional, corporal y social de los adolescentes, interfiriendo en su desarrollo personal, identidad y vínculos. El modelo Aliado Emocional, responde a esta problemática mediante una propuesta psicoterapéutica de sesiones individuales, combinando técnicas proyectivas, dinámicas corporales, recursos narrativos y enfoque neuropsicológico. Está validado por especialistas clínicos con enfoque en adolescencia, trauma relacional y psicoterapia corporal.

III. Alcance del Informe

Este informe constituye la evidencia del **Mínimo Producto Viable (MPV)** del servicio de Aliado Emocional, describiendo paso a paso de:

- El modelo terapéutico completo.
- Las sesiones estructuradas.
- Los recursos terapéuticos explicados detalladamente.
- Las recomendaciones específicas para su aplicación profesional inmediata.

IV. Método Psicoterapéutico

Modelo Aliado Emocional

Usuario: Adolescentes víctimas de bullying escolar

Duración: 4 sesiones (60 minutos cada una).

Dirigido a: Adolescentes entre 13 y 17 años (víctima, agredido o testigo de bullying).

Modalidad: Individual y psicoterapéutica.

Facilitador: Psicólogo clínico especializado en psicopatología infanto-juvenil.

Primera sesión de terapia – Entrevista inicial y evaluación proyectiva

Objetivo: Reconocer el bullying, sus tipos, y evaluar las consecuencias emocionales y psíquicas en la vida personal y social del adolescente.



adversas y respuestas del Sistema Nervioso Autónomo (SNA): hiperactivación, colapso, desconexión. Se brindan ejercicios somáticos básicos para iniciar el proceso de regulación. El cuerpo es una de las primeras áreas afectadas por el bullying, pues en él se manifiestan señales físicas de trauma que deben ser reconocidas y abordadas desde la psicoterapia.

Segunda sesión – Autorregulación emocional y establecimiento de límites saludables

Objetivo: Identificar cómo los conflictos emocionales afectan la regulación emocional, y desarrollar recursos de afrontamiento centrados en el cuerpo y los límites.

Fases:

1. Identificación de emociones desreguladoras:

- ✓ El adolescente dibuja un "Mapa corporal" donde registra sensaciones físicas asociadas al bullying (mudo en el estómago, opresión en el pecho, tensión muscular).
- ✓ Se introduce el concepto de límites somáticos, entendidos como señales fisiológicas que alertan del peligro o malestar. Estos límites ayudan a identificar cuando algo no es seguro ni deseado, desarrollando la conciencia corporal como defensa psíquica.

2. Psicoeducación emocional:

- ✓ Se diferencia entre víctima (fijado en el dolor) y vulnerable (consciente de su sensibilidad, pero con recursos).
- ✓ Se trabaja el concepto de autorregulación: cómo gestionar los picos emocionales desde el cuerpo (respiración, postura, autoobservación).

3. Role Play (Juego de Roles):

- ✓ Se representa un evento de acoso con apoyo del terapeuta. Esto permite:
 - Ensayar nuevas respuestas frente al agresor.
 - Recuperar poder personal.
 - Externalizar emociones contenidas de forma segura.



Fases:

1. **Bienvenida y Rapport:** Se genera un ambiente seguro y de confianza. El rapport es una conexión emocional y empática que permite que el adolescente se sienta comprendido y seguro con el terapeuta. Se le explica el objetivo de las sesiones y se garantiza confidencialidad. Esta etapa es crucial para establecer una alianza terapéutica sólida. Se entiende como una forma de empatía terapéutica, donde el terapeuta sintoniza con el estado emocional del adolescente, facilitando la expresión de su mundo interno.

2. Entrevista clínica semi-estructurada:

- ✓ Se indaga con sensibilidad sobre frecuencia, tipo y forma del acoso recibido: verbal, físico, social, psicológico o cibernético.
- ✓ Se exploran los síntomas emocionales y físicos presentes: ansiedad, somatizaciones, miedo, retraimiento, ira, evasión, disociación.
- ✓ Se identifican los entornos donde ocurre el bullying (aula, pasillos, redes sociales) y a los implicados.
- ✓ Se hace énfasis en la narrativa subjetiva del adolescente para comprender el impacto desde su vivencia.

3. Aplicación del Test de Apercepción Temática (TAT):

- ✓ Uso de láminas seleccionadas que permiten al adolescente proyectar sus conflictos relacionales.
- ✓ El terapeuta analiza la estructura del relato: tono emocional, conflictos, defensas, percepción de sí mismo y del otro.
- ✓ Se identifican las imágenes predominantes (vulnerabilidad, soledad, culpa) que marcan el foco terapéutico.

4. Identificación del episodio crítico:

- ✓ Se sistematiza un evento clave del bullying con alto impacto emocional.
- ✓ Se indaga cómo reaccionó el adolescente y qué huella dejó (autoimagen deteriorada, miedo social, evitación).

5. **Cierre:** Se realiza una primera devolución empática. Se introduce la importancia del cuerpo como contenedor emocional. Se explica el vínculo entre experiencias



- ✓ El role play es una técnica experiencial clave que simula la escena dolorosa y facilita la integración emocional. Permite vivenciar la situación desde un nuevo rol activo, superando la pasividad asociada al trauma.

✓ Se ensayan las 3 respuestas recomendadas:

- No reaccionar desmedidamente con alguna emoción que lo saque de su sitio de seguridad y regulación.
- Advertir sobre los límites y las consecuencias de continuar esto así.
- Mantener las distancias desde los límites físicos y expresar su experiencia como adversa a los docente responsables y familiares encargados de sus cuidados.

✓ Ejemplos de role play:

Ejemplo 1: "Me grita en el pasillo"

Escenario recreado:

El adolescente simula estar caminando por el pasillo del colegio cuando un compañero lo acosa con burlas verbales (por su apariencia o forma de hablar).

Objetivo del role play:

Que el adolescente practique:

- Mirar con seguridad sin bajar la cabeza.
- No responder agresivamente, sino con un límite claro: "No me hables así. No está bien."
- Ir a buscar a un adulto de confianza (ensayo de pedir ayuda).

Respuesta entrenada:

"No pienso aceptar tus burlas. Me alejo y hablaré con un profesor."

Ejemplo 2: "Grupo en redes sociales que se burla de mí"

Escenario recreado:



Se simula una conversación tipo chat o red social, donde el adolescente recibe comentarios ofensivos o memes crueles.

Objetivo del role play:

- Identificar cuándo bloquear y reportar.
- Expresar lo que siente al ver el contenido.
- Redactar una respuesta asertiva, como:
"No me interesa participar en algo que daña. Me salgo del grupo."

Ejemplo 3: "Silencio cómplice en clase"

Escenario recreado:

Durante una exposición, otros compañeros se ríen y murmuran. El docente no interviene.

Objetivo del role play:

- Ejercitar cómo mantener la calma corporal (postura, respiración).
- Aprender a nombrar la situación al docente luego:
"Me sentí mal porque no se denuvieron las burlas. Necesito que se intervenga."

Ejemplo 4: "Me jalan la mochila o me empujan"

Escenario recreado:

El adolescente recuerda una escena donde fue agredido físicamente en un recreo.

Objetivo del role play:

- Explorar reacciones somáticas (miedo, tensión).
- Probar el límite físico con una frase firme:
"No me toques. Si lo vuelves a hacer, voy a reportarlo."
- Practicar salir de la situación sin confrontación directa.



- ✓ Las Cartas OH son imágenes ambiguas sin significados impuestos. Se le pide al adolescente que escoja:

- Una carta para su pasado.
- Una para su presente.
- Una para su futuro deseado.

- ✓ Esta dinámica simbólica permite verbalizar emociones profundas y resignificar su historia desde una narrativa esperanzadora. Las cartas OH acceden al inconsciente y facilitan la expresión cuando el lenguaje verbal no alcanza.

4. Cierre: Se imprime una foto de sus tres cartas y se entrega como símbolo de su transformación. Esta imagen se convierte en un anclaje emocional de identidad resiliente.

Cuarta sesión – Consolidación y proyección a futuro

Objetivo: Consolidar lo trabajado y estructurar un plan de acción individual.

Fases:

1. Revisión del progreso:

- ✓ Se comparan sensaciones y pensamientos del inicio del proceso con los actuales, mediante tarjetas "Antes / Después".
- ✓ El adolescente reconoce sus avances con apoyo verbal y gráfico.

2. Diseño del Plan Aliado Emocional:

- ✓ Se elabora una hoja de ruta con estrategias personalizadas de afrontamiento, incluyendo:
 - Emociones identificadas y cómo se regulan.
 - Límites claros ante agresiones.
 - Identidad reforzada: "quién soy ahora".
 - Red de apoyo identificada.
 - Recursos de autoestima activados.



4. Innovación terapéutica – Mi escudo personal:

- ✓ Se introduce la Libreta Terapéutica, un cuaderno que acompaña todo el proceso. En ella el adolescente puede escribir, dibujar o registrar ideas importantes. Actúa como puente entre el mundo interno del paciente y el trabajo clínico.
- ✓ Se plantea una dinámica donde el adolescente crea su propio escudo, incluyendo respuestas posibles al acoso y reflexiones.

5. Cierre: Se valida su capacidad para enfrentar el miedo. Se deja la tarea de escribir una Carta a Si Mismo, que sirva como testimonio de resiliencia y empoderamiento en momentos de duda.

Tercera sesión – Identidad, autoestima y resiliencia

Objetivo: Fortalecer la identidad positiva, la autovaloración y el sentido de pertenencia.

Fases:

1. Dinámica "Mi escudo personal" ampliada:

- ✓ Se completa el escudo en cuatro secciones: principios personales, redes de apoyo, logros personales y sueños futuros.
- ✓ Esta herramienta refuerza la narrativa de sí mismo como sujeto valioso, capaz y con visión de futuro. Favorece el sentido de identidad como protección ante nuevas agresiones.

2. Reestructuración cognitiva profunda:

- ✓ Se reconstruye el relato de acoso desde un enfoque de crecimiento: se identifican las creencias limitantes y se reemplazan por afirmaciones de poder ("yo valgo", "yo no soy lo que dijeron").
- ✓ Se refuerza la idea de que su historia no lo define, sino su respuesta ante ella.

3. Técnica con Cartas OH:



3. Visualización del futuro:

- ✓ El adolescente escribe una Carta desde el futuro, como si ya hubiera superado el bullying y se visualizara exitoso, fuerte, feliz.
- ✓ Este ejercicio activa el circuito neurológico del logro, reforzando la visión positiva del yo.

4. Cierre terapéutico:

- ✓ Se realiza una ceremonia de cierre con entrega simbólica del Pasaporte de la Resiliencia, donde el adolescente anota sus principales logros.
- ✓ Se entrega un informe psicológico confidencial para los padres o responsables educativos, si el adolescente lo autoriza.

V. Conclusiones

- ✓ El método Aliado Emocional aborda el bullying desde una perspectiva integradora: emocional, corporal y narrativa.
- ✓ Está diseñado para una aplicación profesional inmediata y adaptable a múltiples contextos.
- ✓ Las herramientas utilizadas facilitan una intervención profunda y accesible incluso cuando el lenguaje verbal está limitado.

Fase 4: Seguimiento Posterior y Rutas Alternativas de Apoyo

I. Seguimiento a los 30 días de finalizado el proceso terapéutico

El seguimiento es realizado por el profesional que dirigió el proceso, garantizando continuidad terapéutica y un enfoque empático y el mismo es realizado a los 30 días de finalizado el proceso terapéutico:

- ✓ Se realiza un contacto personalizado vía WhatsApp con el padre o tutor, para conocer el estado actual del adolescente y la percepción familiar respecto a los avances.
- ✓ Se aplica una breve guía de verificación emocional (validada por el equipo clínico) que permite detectar recaídas, retrocesos o nuevas necesidades.
- ✓ Si se detectan señales de alerta, se ofrece de inmediato:



- Una sesión de refuerzo individual para el adolescente.
- Una sesión de orientación para padres, según corresponda.

2. Rutas alternativas ante interrupciones o abandono:

- ✓ Si el adolescente interrumpe voluntariamente el proceso (resistencia, negación, estrés emocional), se activa una ruta de trabajo con los padres:
 - Se ofrece un proceso paralelo de acompañamiento parental, centrado en comprender la situación del menor, mejorar el entorno familiar y preparar condiciones para un posible retorno.
 - Si el padre o madre solicita más tiempo para tomar decisiones, se le agenda una sesión de orientación gratuita, en la cual se le explica los posibles riesgos de la dilación y se le entregan pautas de contención emocional.
- ✓ Si durante o después del proceso se detecta una situación de riesgo emocional, autolesión o violencia:
 - El caso es derivado inmediatamente a profesionales de salud mental de mayor nivel de especialización.
 - Se coordina con canales de protección institucional, como la Defensoría Municipal del Niño y del Adolescente (DEMUNA), Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL) o servicios públicos de salud mental, garantizando el respeto al marco legal y la confidencialidad.

B. PLANES DEL SERVICIO

Precio por sesión individual: S/. 150.00

Descuentos por paquetes:

- ✓ **Paquete Básico** – S/. 675.00 (10% de descuento aplicado sobre tarifa regular)
Diseñado para intervenciones breves o casos con sintomatología leve.

Incluye:

- Diagnóstico clínico presencial (entrevista con padres y adolescentes).
- 5 sesiones terapéuticas personalizadas.



- Taller 1 para padres (obligatorio).
- Informe final clínico del proceso.
- Reunión de cierre con padre o madre para entrega y explicación del informe.

- ✓ **Paquete Estándar** – S/. 960.00 (20% de descuento aplicado sobre tarifa regular).
Ideal para procesos con evolución media o necesidad de acompañamiento familiar moderado.

Incluye:

- Diagnóstico clínico presencial (entrevista con padres y adolescentes).
- Hasta 8 sesiones terapéuticas.
- Acceso a Talleres 1 y 2.
- Informe final detallado.
- Reunión de cierre con padre.
- Seguimiento clínico a los 60 días de finalizado el proceso.

- ✓ **Paquete Premium** – S/. 1350.00 (25% de descuento aplicado sobre tarifa regular)

Incluye:

- Diagnóstico clínico presencial (entrevista con padres y adolescentes).
- Hasta 12 sesiones terapéuticas.
- Acceso a todos los talleres (1 al 5).
- Carilla emocional personalizada (guía práctica para el hogar con recursos del modelo).
- Material terapéutico personalizado para el adolescente.
- Informe clínico extendido con análisis evolutivo y recomendaciones específicas.
- Reunión final con padre o madre para cierre terapéutico, entrega de materiales y orientación futura.



Apéndice G: Carta de Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, ... de 2025

Yo, identificada con DNI N°, en calidad de padre/madre de la menor, autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del **Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional**, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 4 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 4 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,

Firma del padre/madre:

N° DNI:



**Aliado
Emocional**

CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, 30 de junio 2025

Yo, DNI N° en calidad de madre de la menor autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del **Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional**, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 5 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 5 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,



**Aliado
Emocional**

CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, 30 de junio 2025

Yo, en calidad de madre de la menor autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del **Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional**, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 5 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 5 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,



CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD
PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP
MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, 30 de junio 2025

Yo, [REDACTED], en calidad de madre de la menor [REDACTED], autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 5 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 5 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,



CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD
PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP
MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, 30 de junio 2025

Yo, [REDACTED], en calidad de madre de la menor [REDACTED], autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 5 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 5 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,



CONSENTIMIENTO INFORMADO Y AUTORIZACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MENOR DE EDAD
PROGRAMA PILOTO PSICOLÓGICO – TESIS PUCP
MODELO PSICOTERAPÉUTICO ALIADO EMOCIONAL

Lima, 01 de julio 2025

Yo, [REDACTED], en calidad de madre de la menor [REDACTED], autorizo de forma libre, voluntaria y consciente la participación de mi hija en el programa piloto del Modelo Psicoterapéutico Aliado Emocional, en el marco de un estudio académico conducido por el Grupo N° 1 del MBA ON LINE 1-2023 CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El programa incluye:

- 5 sesiones psicológicas gratuitas, en modalidad presencial, conducidas por el Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel con colegiatura CPsP N° 14879.
- Lugar de atención: Calle Mariano Odicio 253, Miraflores, a la altura de la cuadra 5 de la Av. Ricardo Palma (casa con rejas blancas de 1 piso, con 2 puertas color rojo).
- La intervención se desarrollará en un entorno ético, seguro y profesional.

Confidencialidad y uso de información:

- Los datos personales y clínicos obtenidos serán tratados con absoluta confidencialidad.
- No se revelará identidad alguna de los participantes en publicaciones o exposiciones.
- Autorizo la captura de imágenes (fotografías, videos o algún extracto de audio) de las actividades del programa, las cuales serán utilizadas únicamente con fines académicos y bajo protección de anonimato.

Declaro haber sido informada adecuadamente del propósito del estudio, de la metodología y me comprometo asistir a las 5 sesiones con mi menor hija y sin faltar a ninguna sesión programada.

Atentamente,

Apéndice H: Encuesta de Opinión de Sesiones Adolescentes



Encuesta de Opinión – Sesiones con Aliado Emocional

Edad: _____

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: ___/___/2025

Escala de respuestas (Tipo Likert):

1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una **X** lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me sentí escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Entendí las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Me sentí cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Me gustaría volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Recomendaría esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS
(Escribe lo que pienses. No hay respuestas malas 🍌)

1. ¿Qué fue lo que más te gustó?

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?



Adolescente Amy



ENCUESTA OPINIÓN SESIONES ALIADO EMOCIONAL

Edad: 13

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: 04/08 / 2025

Escala de respuestas (Tipo Likert):

1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una X lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me senti escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Entendí las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Me senti cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Me gustaría volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. Recomendaría esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS

(Escribe lo que pienses. No hay respuestas malas 😊)



1. ¿Qué fue lo que más te gustó?

Lo que más me gusto fueron las imágenes que tuve que interpretar, porque fue divertido darle mi propio significado a lo que veía.

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?

No

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?

Sí, porque hizo que las sesiones no sean de simplemente hablar, si no que también habian otras cosas para hacer.

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?

Se podría agregar ejercicios en pizarra para dibujar y escribir.

Adolescente Macarena



ENCUESTA OPINIÓN SESIONES ALIADO EMOCIONAL

Edad: 13

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: 30/07 / 2025

Escala de respuestas (Tipo Likert):

1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una X lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me senti escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Entendí las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Me senti cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Me gustaría volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Recomendaría esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS

(Escribe lo que pienses. No hay respuestas malas 😊)



1. ¿Qué fue lo que más te gustó?

las cartas y que me ayudo a poder decir cosas que se me hace difícil

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?

todo me gusto, al comienzo tenia un poco de verguerza

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?

si porque me ayudaron para decir las cosas

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?

no, todo estuvo bien para mí

Adolescente Ariadne



ENCUESTA OPINIÓN SESIONES ALIADO EMOCIONAL

Edad: 12 años

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: 13 / 08 / 2012

Escala de respuestas (Tipo Likert):

1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una X lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me sentí escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Entendí las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Me sentí cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Me gustaría volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Recomendaría esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS

(Escribe lo que piensas. No hay respuestas malas 😊)



1. ¿Qué fue lo que más te gustó?

Lo que más me gustaron de todas las sesiones que el psicólogo me hizo sentir cómoda, en confianza y pude expresar todo lo que pensaba. También me gusto que esas sesiones me hayan ayudado en mi día a día.

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?

En verdad no hubo nada que me haya incomodado, como dije estuve cómoda en las sesiones, lo que si me pareció raro ver que grababan estas sesiones, pero luego mi mamá me explicó.

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?

Sí, porque eran muy útiles y creativos, me gusto dibujar, también las cartas, etc.

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?

En verdad no cambiaría nada, porque me sentí cómoda con la información que me brindaban.

Adolescente Brithney

Aliado Emocional
ENCUESTA OPINIÓN SESIONES ALIADO EMOCIONAL

Edad: 16

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: 01/09/2025

Escala de respuestas (Tipo Likert):
1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una X lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me sentí escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Entendí las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Me sentí cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Me gustaría volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. Recomendaría esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS
(Escribe lo que piensas. No hay respuestas malas 😊)

Aliado Emocional

1. ¿Qué fue lo que más te gustó?
Fueron los materiales que se utilizaron, porque así que me exprese más por ahí, y sentirme escuchada.

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?
No hubo nada que no me gustó.

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?
Sí, porque me gustaron y me exprese más por ahí, y me entendí a mi misma.

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?
Sí, que haya más juegos y más actividades. Y me gustaría volver a tener otra sesión.

Adolescente Valentina



ENCUESTA OPINIÓN SESIONES ALIADO EMOCIONAL

Edad: 14

Género: Mujer Hombre Otro

Fecha: 04/08/2025

Escala de respuestas (Tipo Likert):

1 = Nada de acuerdo 2 = Poco de acuerdo 3 = Más o menos 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo

A. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS?

Marca con una X lo que mejor representa tu opinión:

Pregunta	1	2	3	4	5
1. Me senti escuchado(a) y comprendido(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Entendi las actividades que hicimos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Me ayudaron a expresar cómo me siento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Me senti cómodo(a) con el/la psicólogo(a).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Me gustaria volver a tener otra sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Recomendaria esto a otros chicos(as).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Los materiales que usaron (cartas, libreta, juegos) fueron útiles para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Me gustaron los materiales usados en la sesión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B. CUÉNTANOS CON TUS PALABRAS

(Escribe lo que dices. No hay respuestas malas =)



1. ¿Qué fue lo que más te gustó?

Poder sentirme comprendida y escuchada

2. ¿Hubo algo que no te gustó? ¿Qué fue?

Que algunas veces me sentia algo confundida

3. ¿Te gustaron los materiales que usamos? ¿Por qué?

si, porque eran prácticos y me servían para entender lo que el psicólogo queria transmitirme

4. ¿Cambiarías algo en la sesión? ¿Qué?

si, que dure mas la sesión.



Apéndice I: Enlaces

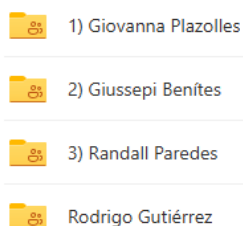
- Evidencias

Grabaciones entrevistas iniciales (adolescentes y padres), Lienzos, Materiales Empleados para entrevistas iniciales y los Sprint 1,2 y 3, Service Blueprint, Búsqueda de Patentes, Cartas de Consentimiento Padres de Familia, PMV-Aliado Emocional, Psicólogo, Informes Finales de Psicólogo, Entrevista Padres – Evaluación Final del Servicio Aliado Emocional, Encuestas de Usabilidad Adolescentes, Costos.

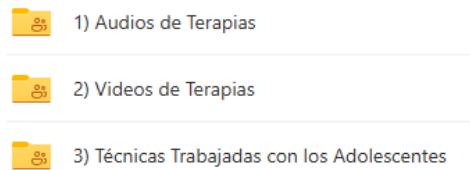
<https://n9.cl/xwqy8n>

- 
- 1) Grabaciones Entrevistas Iniciales Adolescentes y Padres
 - 10) Entrevista Padres - Evaluación Final del Servicio Aliado Emocional
 - 11) Encuestas de Usabilidad Adolescentes
 - 12) Evaluación Financiera del Proyecto Aliado Emocional
 - 2) Lienzos
 - 3) Material Empleado para Entrevistas Iniciales y Sprints 1,2,3
 - 4) Service Blueprint
 - 5) Búsqueda de Patentes
 - 6) Cartas de Consentimiento Padres de Familia
 - 7) PMV-Aliado Emocional
 - 8) Psicólogo
 - 9) Informes Finales de Psicólogo

- Grabaciones Entrevistas Sprint 1, 2 y 3. <https://n9.cl/onm3kj>

- 
- 1) Giovanna Plazolles
 - 2) Giussepi Benítes
 - 3) Randall Paredes
 - Rodrigo Gutiérrez

- Grabaciones Terapias con Adolescentes: Audios, Videos y Técnicas Trabajadas con los Adolescentes. <https://n9.cl/buncwg>



- Correo y Redes Sociales

Página Web (Landing Page):

<https://rodrigogutierrezba3.wixsite.com/aliado-emocional>

Correo Institucional:

aliadoemocional@gmail.com

TikTok: aliadoemocional2025

<https://www.tiktok.com/@aliadoemocional2025>

Facebook: Aliado Emocional

<https://web.facebook.com/profile.php?id=61578295476889>

Instagram: aliadoemocional.pe

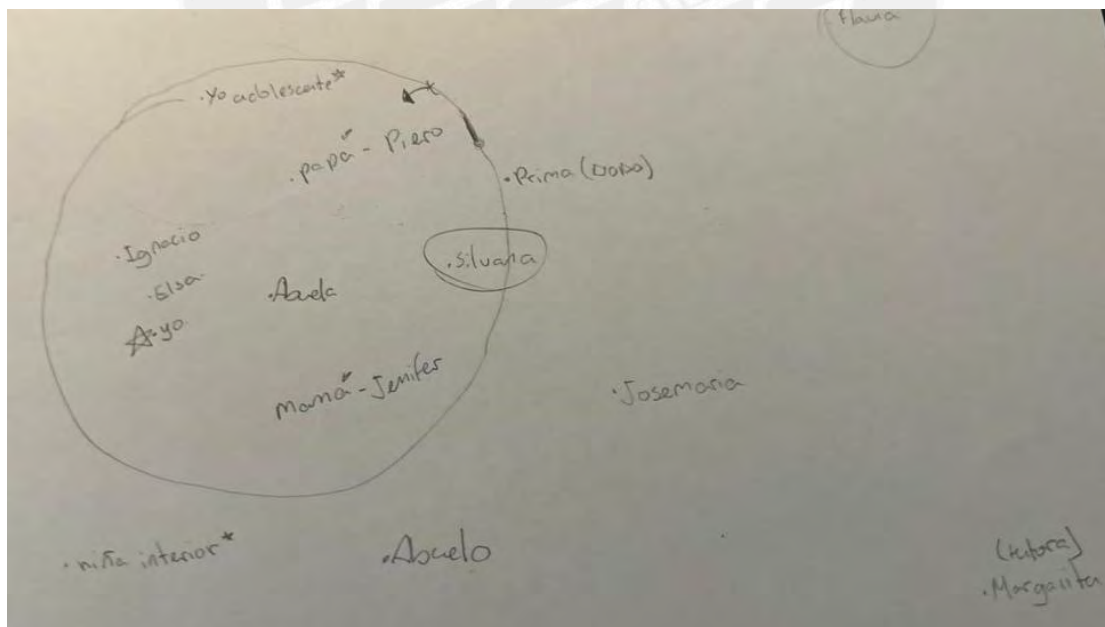
<https://www.instagram.com/aliadoemocional.pe?igsh=MWFtZ29paXdueXk2O>

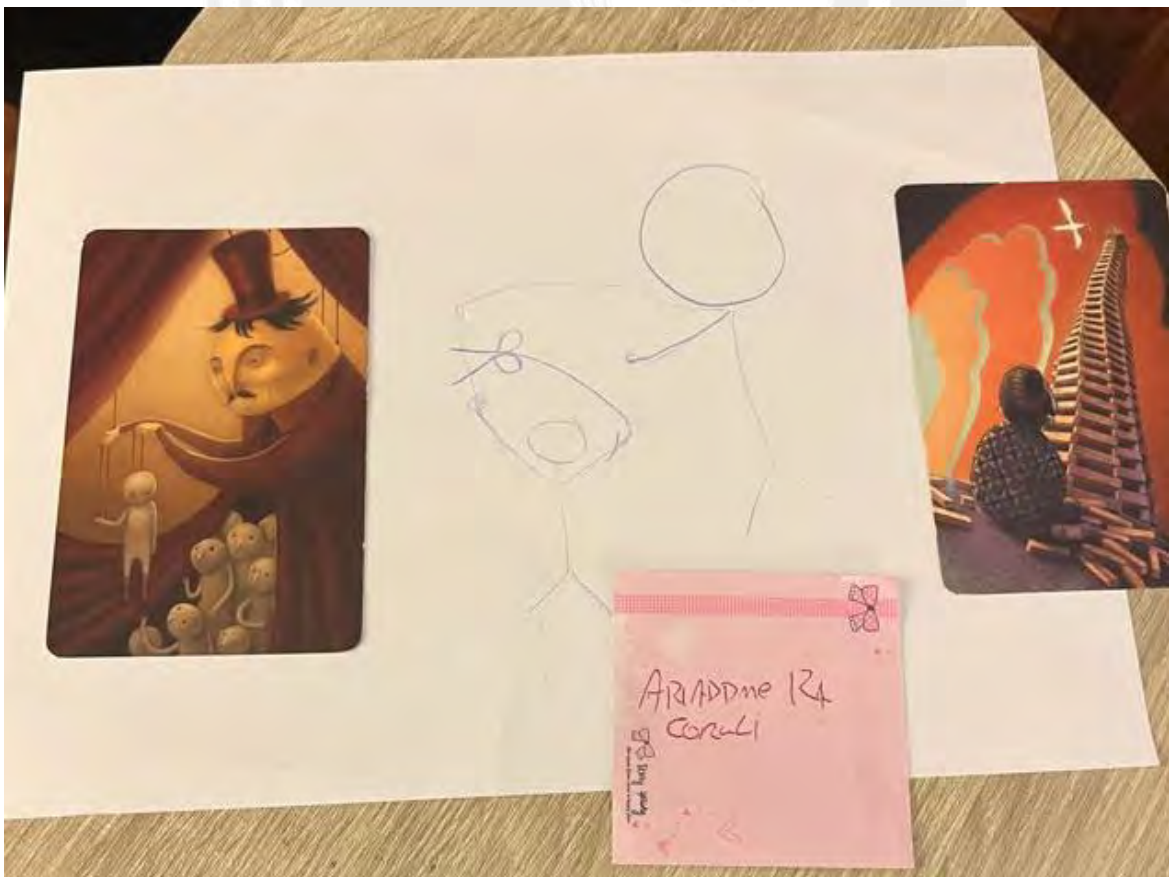
[A%3D%3D&utm_source=qr](#)

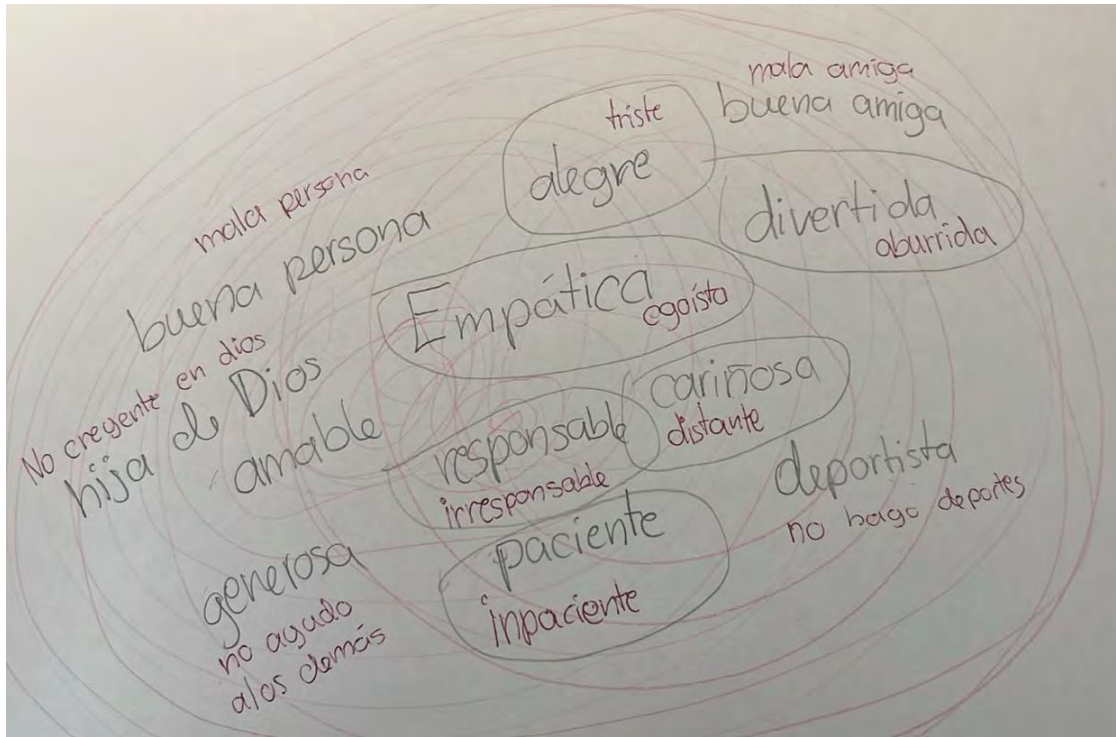
LinkedIn


www.linkedin.com/company/aliado-emocional

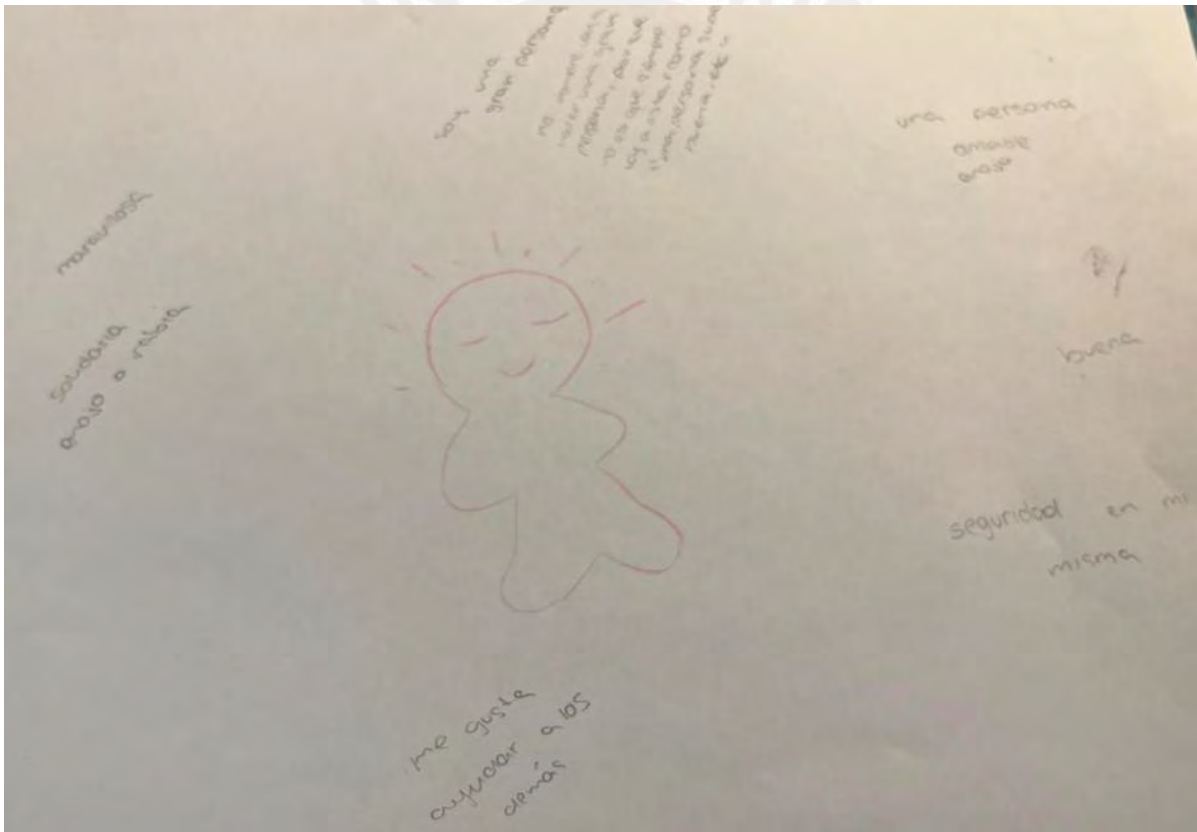
Apéndice J: Evidencia de Técnicas Trabajadas con Adolescentes

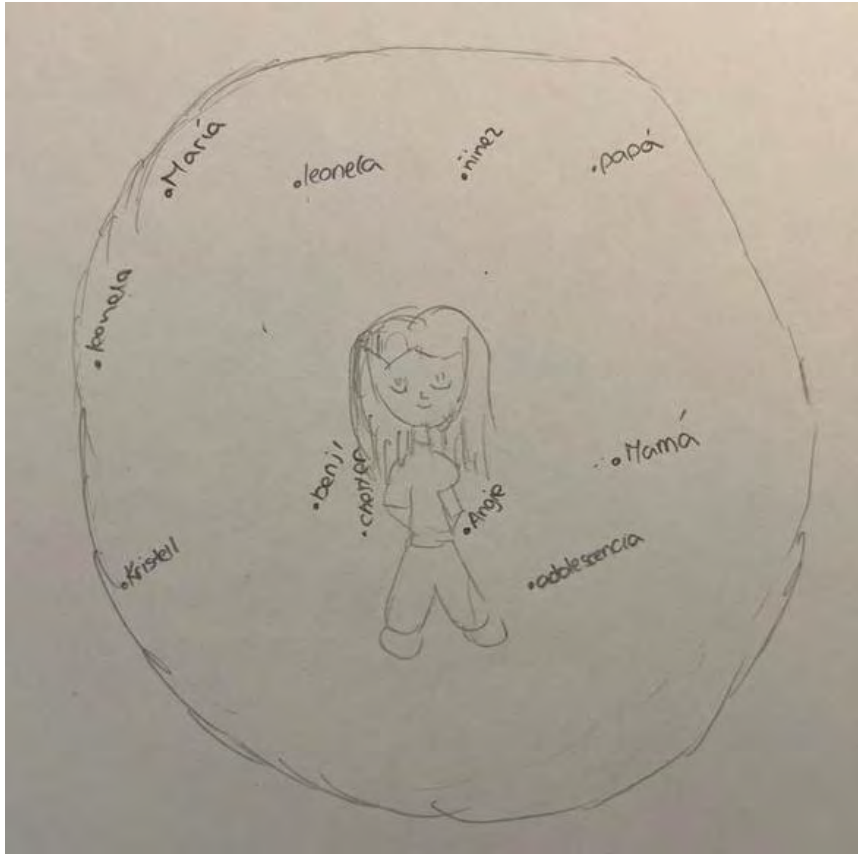


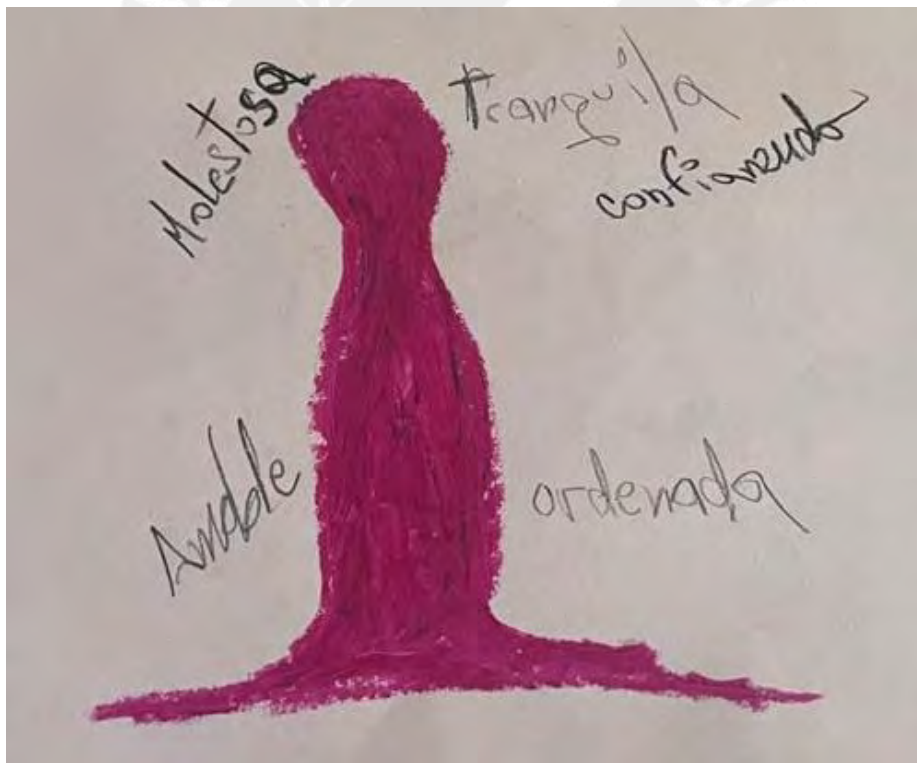
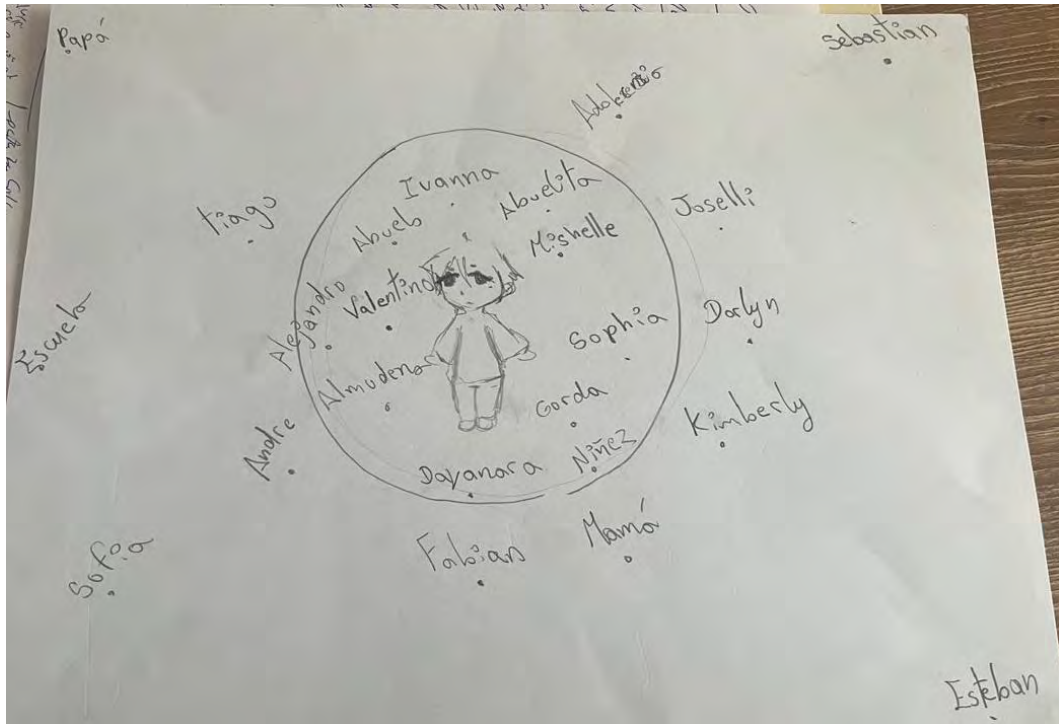




- Silvana
 - Margarita
 - Daniel
 - Addecencia Daniel
 - Mi niña interior
 - Mamá
 - Papá
 - Hermana
 - Xira
- 







Apéndice K: Declaración de Cesión Voluntaria de Uso Metodológico

DECLARACIÓN DE CESIÓN VOLUNTARIA DE USO METODOLÓGICO

Yo, **Juan Carlos Merino Peñafiel**, identificado con DNI N.º 09881845 con Registro del Colegio de Psicólogos del Perú N.º 14879, con domicilio en Malecón Balta 810 distrito de miraflores, lima, por medio de la presente:

DECLARO BAJO JURAMENTO:



1. Que soy autor del programa psicoterapéutico individual dirigido a adolescentes víctimas de bullying escolar, aplicado en el marco del Producto Mínimo Viable (PMV) del proyecto Aliado Emocional, bajo el título inicial "Modelo Allpa Vida", cuyo contenido consta de cuatro sesiones clínicas estructuradas, orientadas a la intervención emocional, el fortalecimiento de la identidad y la elaboración de estrategias de afrontamiento.
2. Que el referido método fue aplicado por mí de manera directa entre los meses de julio y agosto del año 2025, en adolescentes previamente seleccionados por los fundadores del proyecto Aliado Emocional, conforme al diseño y planificación del PMV de dicho proyecto.
3. Que he recibido la retribución económica correspondiente por la prestación profesional ejecutada, según constan en los recibos por honorarios N.º E001-232 y E001-233 emitidos a nombre de la Sra. Giovanna Gabriela Plazolles Cabrera, integrante del proyecto.
4. Que autorizo de forma expresa, gratuita y voluntaria a los socios del proyecto Aliado Emocional:
 - Giovanna Gabriela Plazolles Cabrera, DNI N.º 29613841
 - Giussepi Manuel Benites Calderón, DNI N.º 71324403...
 - Rodrigo Gutiérrez Barba, DNI N.º 41572192.....
 - Randall Manuel Paredes Ponce, DNI N.º 42584703.....

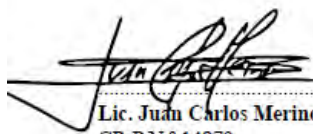
para que hagan uso libre, ético y exclusivo del contenido metodológico, terapéutico, técnico y simbólico desarrollado durante el PMV, incluyendo el uso adaptado del enfoque, secuencia de sesiones, técnicas proyectivas y materiales terapéuticos. Esta autorización incluye la posibilidad de escalar, modificar, documentar, registrar o implementar el método bajo otro nombre institucional y dentro del marco del proyecto Aliado Emocional.

Que esta cesión **no implica la transferencia de la autoría intelectual original del método**, la cual conservo como parte de mi trayectoria profesional, pero sí otorga a los socios del proyecto el derecho exclusivo de uso, adaptación y explotación **no comercial independiente del método en el marco de Aliado Emocional**.

5. Que manifiesto no tener oposición alguna a que dicho método sea formalizado y protegido legalmente por el equipo de Aliado Emocional, siempre y cuando su uso esté destinado exclusivamente a dicho proyecto.

Firmo la presente en señal de conformidad, a solicitud de las partes interesadas, para los fines de implementación, escalamiento y protección legal del modelo psicoterapéutico desarrollado.

Lima, 29 de JULIO del 2025



Lic. Juan Carlos Merino Peñafiel
CPsPN.º 14879
DNI N.º 09881845

Apéndice L: Informes Finales de Evaluación Clínica a Adolescentes



Programa para Adolescentes víctimas de Bullying escolar por el programa ALIADO EMOCIONAL

Resumen introductorio:

El programa está dividido en 4 sesiones terapéuticas de 45 minutos cada una, este programa del tratamiento consistió en abordar las dificultades que presentan las adolescentes víctimas de Bullying.

La primera sesión se trató la comprensión de su rol en esta dinámica transgresora de los límites a través de una ENTREVISTA para determinar el tipo de acoso, frecuencia, lugar, estado emocional, síntomas asociados y red de apoyo.

Seguidamente a esta entrevista de reconocimiento, se aplicó una prueba T.A.T (Test de percepciones temáticas), se eligieron 6 láminas las cuales fueron elegidas según estudios, investigaciones y criterio clínico del psicólogo responsable a cargo de la evaluación las apropiadas para ser mostradas a los adolescentes entre los 12 años y 15 años de edad, las láminas elegidas y mostradas en este mismo orden fueron: lámina 1, lámina 2, lámina 3, lámina 18, lámina 13 y por último la lámina 16 que es una hoja en blanco cuyo propósito es proyectar desde su mundo interno lo más simbólico e inconsciente sin estímulos externos por lo que

Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / http://espaciovida.pe



las pacientes estarían atravesando e igualmente como una puerta de salida emocional del test.

Se aplicó el T.A.T. para explorar aspectos profundos de la personalidad, motivaciones, conflictos internos y el tipo de relaciones interpersonales por las que estarían pasando, posteriormente las técnicas luego aplicadas se acomodarían según el tipo de respuestas de la prueba TAT y del tipo de experiencias adversas según entrevista que las adolescentes habrían pasado por el bullying.

Segunda sesión se trabajó el ESPACIO DE SEGURIDAD y AUTO-REGULACIÓN EMOCIONAL y los LÍMITES DE PROTECCIÓN DE UNO MISMO. Aquí se reconocieron los límites externos, físicos e internos, como medio de protección y de autorregulación emocional.

Tercera sesión se abordó la sesión empezando con una meditación guiada para lograr enfocarlos en SU VALOR QUE TIENEN COMO PERSONAS y de tal manera trabajar el área del autoconcepto y su identidad como adolescente; Y como esta área suele ser motivo de vulnerabilidad frente a los demás, siempre y cuando no logran auto-reconocerla.

Cuarta sesión y última del programa consistió en una línea del tiempo a través de 3 cartas asociativas que consisten en unos dibujos que ayudan a las proyecciones del subconsciente. En esta sesión las pacientes

Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / http://espaciovida.pe



adolescentes eligen 3 cartas que representen una primera carta el pasando de como se sentían y se observaban antes de asistir al programa Alpa Vida, una segunda carta de que se dieron cuenta ahora en el presente de como protegerse, cuidarse y todo lo que se vio en las primeras 3 sesiones y por último una tercera carta que represente su futuro como les gustaría verse más adelante y lo que ellas se llevan que les ayude de lo descubierto a como no exponerse a situaciones adversas de Bullying

El estudio se llevó a cabo con 5 adolescentes mujeres entre los 12 años y 15 años de edad, en etapa escolar siendo víctimas de Bullying.

Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / http://espaciovida.pe

INFORME PSICOLÓGICO**1. DATOS GENERALES:**

Nombres y apellidos : Amy Figueroa
 Edad : 14 años
 fecha de nacimiento : 26/ 07 /2012
 Lugar de residencia : Surco
 Colegio : Nuestra Señora del Consuelo
 Madre : Jennifer Sara Campos Sánchez
 Examinador : Lic. Juan Carlos Merino P.
 Fecha : 11/ Agosto /2025

2. MOTIVO DE CONSULTA:

Amy es paciente participante de manera voluntaria al programa de ALIADO EMOCIONAL, para una evaluación y tratamiento psicológico por presentar conflictos relacionales en el colegio como causa del Bullying.

Ella menciona que sus compañeras del colegio hablan mal de ella, inventan cosas malas, se burlan, escriben cosas de ella en las redes sociales (ciber acoso) la empujan, le quitan la palabra, se siente rechazada por las demás y por todo esto la hace sentir con rabia, decepcionada y frustración.

Ya no sabe en quién puede confiar y ser su amiga.

3. PROBLEMÁTICA ACTUAL:

- Víctima de Bullying.
- Sentimientos de vergüenza.
- Sensaciones de frustración.
- Descenso de sus amistades.
- Pesadillas frecuentes, ya no puede dormir bien.
- Preocupación.
- Sentimientos de inseguridad.
- Pensamientos suicidas.



Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>

INFORME PSICOLÓGICO**1. DATOS GENERALES:**

Nombres y apellidos : Ariadne Infantes Ferrer
 Edad : 13 años
 fecha de nacimiento : 13/ 08 /2012
 Lugar de residencia : San Borja
 Colegio : Nuestra Señora del Consuelo
 Madre : Corali Ferrer Rodríguez
 Examinador : Lic. Juan Carlos Merino P.
 Fecha : 13/ Agosto /2025

2. MOTIVO DE CONSULTA:

Ariadne participa como paciente voluntaria del programa por ALIADO EMOCIONAL, para una evaluación y tratamiento psicológico contra el acoso escolar por presentar problemas con sus compañeros del colegio, como es involucrarla con otros adolescentes. Menciona que siente desánimo e incomodidad para ir a la escuela y no sabe como defenderse. Muestra preocupación en las noches acompañado de otros síntomas físicos como: dolores de cabeza y ansiedad a la exposición social.

3. PROBLEMÁTICA ACTUAL:

- Víctima de Bullying
- Ansiedad social
- Somatizaciones físicas
- Dificultad de concentración
- Insomnio primario
- Inseguridad con ella misma
- Intentos de deserción escolar



Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>

Ha logrado un paso muy valioso en esta etapa: comenzar a construir su identidad y reconocer el valor que tiene como persona. Esto no solo ha fortalecido su autoestima, sino que también le ha permitido identificar y aceptar partes de sí misma que antes le resultaban difíciles de integrar.

Por último, a logrado conectar con una sensación interna de seguridad, lo que se abre la posibilidad de hablar de su pasado, reconocer el valor de su presente y motivarse a imaginar cómo quiere verse en el futuro, representándolo a través de imágenes que transmitan estas emociones.

En este sentido, la adolescente a construido la capacidad de ejercer recursos personales internos y externos que la ayudan integrarse y estar en situaciones sociales de manera segura, sin tener que identificarse como una víctima.

8. CONCLUSIONES FINALES:

La coordinación con los padres con el servicio desde la convocatoria con la primera llamada, evaluación inicial, el consentimiento informado, las sesiones de intervención, el seguimiento y cierre fueron cumplidas en los plazo de tiempo esperados evitando pérdidas de tiempo y de información. La utilización de las metodologías humanistas y centradas en la persona, indico una mejora en la expresión emocional, que se sientan los adolescentes comprendidos y motivados al cambio.

Los padres comprendieron junto con sus hijos el valor del servicio y estuvieron muy motivados a ser parte del proceso y no solo como observadores, sino

también generando un espacio de diálogo, para la comunicación e implicación familiar, el desarrollo del autoestima, la resolución de conflicto en la familia y la auto percepción positiva.

Se puede recomendar el potencial de replicabilidad del programa en otros contextos educativos o comunitarios por ser flexible se puede adaptar a distintas realidades socioeconómicas y culturales por los materiales y metodologías para su aplicación



Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>

7. CONCLUSIONES FINALES

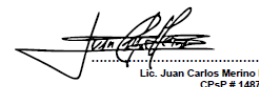
La coordinación con los padres con el servicio desde la convocatoria con la primera llamada, evaluación inicial, el consentimiento informado, las sesiones de intervención, el seguimiento y cierre fueron cumplidas en los plazo de tiempo esperados evitando pérdidas de tiempo y de información.

Los padres comprendieron junto con sus hijos el valor del servicio y estuvieron muy motivados a ser parte del proceso y no solo como observadores, sino también generando un espacio de diálogo, para la comunicación e implicación familiar, el desarrollo del autoestima, la resolución de conflicto en la familia y la auto percepción positiva.

La utilización de las metodologías humanistas y centradas en la persona, indico una mejora en la expresión emocional, que se sientan los adolescentes comprendidos y motivados al cambio.

Se puede recomendar el potencial de replicabilidad del programa en otros contextos educativos o comunitarios por ser flexible se puede adaptar a distintas realidades socioeconómicas y culturales por los materiales y metodologías para su aplicación

La experiencia demostró que, con la capacitación adecuada, otros equipos pueden replicar el programa con resultados similares.



Lic. Juan Carlos Merino P.
 C.P.S. # 14878

Espacio Vida – Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
consultas@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>



INFORME PSICOLÓGICO

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos : Brithney Belen Fernandez Almeida
 Edad : 15 años
 fecha de nacimiento : 12/ 07 /2009
 Lugar de residencia : Chosica
 Colegio : San Joseft
 Madre : Jessica Almeida Córdova
 Examinador : Lic. Juan Carlos Merino P.
 Fecha : 06/ Agosto /2025

2. MOTIVO DE CONSULTA:

Brithney como paciente participante de manera voluntaria en el programa de Allypa Vida, para una evaluación y tratamiento psicológico por presenta conflictos relacionales en el colegio como causa del Bullying. Ella menciona que se siente distante de sus amigas y sobre todo de sus mejor amiga que decidió alejarse de ella para irse con otra compañeras, a su vez menciona que se siente sola, que sus padres no la entienden y muchas veces no sabe como explicarle a los demás que es lo que le pasa. No se siente bien el colegio y no tiene mucha ganas de seguir asistiendo.

3. PROBLEMÁTICA ACTUAL:

- Víctima de Bullying.
- Evita hablar de lo que le pasa en la escuela.
- cambios repentinos de sus amistades.
- Descenso de sus amistades.
- Excusas frecuentes para no asistir al colegio.
- Dolores de cabeza y malestar en general.
- Sentimientos de inseguridad.

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
comunic@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>



INFORME PSICOLÓGICO

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos : Macarena de Jesus Linares Brito
 Edad : 13 años
 fecha de nacimiento : 18/ 09 /2011
 Lugar de residencia : Surco
 Colegio : FAP Jose Abelardo Quiñones
 Madre : Francesca Brito
 Examinador : Lic. Juan Carlos Merino P.
 Fecha : 05/ Agosto /2025

2. MOTIVO DE CONSULTA:

Macarena participa como paciente voluntaria del programa de ALIADO EMOCIONAL, para una evaluación y tratamiento psicológico por presentar conflictos relacionales en su entorno académico relacional. Menciona que no la comprenden en el colegio sus compañeras como ella se siente, que hablan mal de ella, que no tiene muchos amigos. Muestra ansiosa por sus sentimientos de diferenciación y que no logra comprender algunas cosas como es que suceden.

3. PROBLEMÁTICA ACTUAL:

- Víctima de Bullying.
- Cambios bruscos de comportamiento.
- Aislamiento Social.
- Rechazo a participar en actividades escolares o sociales.
- Inseguridad y falta de confianza.
- Sensaciones ansiedad especialmente en la escuela.
- Perdida de interes de asistios al colegio.

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
comunic@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>

8. CONCLUSIONES FINALES:

La coordinación con los padres con el servicio desde la convocatoria con la primera llamada, evaluación inicial, el consentimiento informado, las sesiones de intervención, el seguimiento y cierre fueron cumplidas en los plazo de tiempo esperados evitando perdidas de tiempo y de información.

Los padres comprendieron junto con sus hijos el valor del servicio y estuvieron muy motivados a ser parte del proceso y no solo como observadores, sino

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
comunic@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>



tambien generando un espacio de dialogo, para la comunicación e implicación familiar, el desarrollo del autoestima, la resolución de conflicto en la familia y la auto percepción positiva.

La utilizaron de las metodologías humanistas y centradas en la persona, indico una mejora en la expresión emocional, que se sientan los adolescentes comprendidos y motivados al cambio.

Se puede recomendar el potencial de replicabilidad del programa en otros contextos educativos o comunitarios por ser flexible se puede adaptar a distintas realidades socioeconómicas y culturales por los materiales y metodologías para su aplicación

La experiencia demostró que, con la capacitación adecuada, otros equipos pueden replicar el programa con resultados similares.

Lic. Juan Carlos Merino P.
 CPsP # 14879

8. CONCLUSIONES FINALES

La coordinación con los padres con el servicio desde la convocatoria con la primera llamada, evaluación inicial, el consentimiento informado, las sesiones de intervención, el seguimiento y cierre fueron cumplidas en los plazo de tiempo esperados evitando perdidas de tiempo y de información.

Los padres comprendieron junto con sus hijos el valor del servicio y estuvieron muy motivados a ser parte del proceso y no solo como observadores, sino tambien generando un espacio de dialogo, para la comunicación e implicación familiar, el desarrollo del autoestima, la resolución de conflicto en la familia y la auto percepción positiva.

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4835138 / 913-021-004
comunic@espaciovida.pe / <http://espaciovida.pe>



La utilizaron de las metodologías humanistas y centradas en la persona, indico una mejora en la expresión emocional, que se sientan los adolescentes comprendidos y motivados al cambio.

Se puede recomendar el potencial de replicabilidad del programa en otros contextos educativos o comunitarios por ser flexible se puede adaptar a distintas realidades socioeconómicas y culturales por los materiales y metodologías para su aplicación

La experiencia demostró que, con la capacitación adecuada, otros equipos pueden replicar el programa con resultados similares.

Lic. Juan Carlos Merino P.
 CPsP # 14879



INFORME PSICOLÓGICO

1. DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos : Valentina Chang Sanchez
 Edad : 14 años
 fecha de nacimiento : 02/ 04 /2011
 Lugar de residencia : San Juan de Lurigancho
 Colegio : I.E.P. Pequeño Universo
 Madre : Dix Pavlova Llenc Sanchez Conde
 Examinador : Lic. Juan Carlos Merino P.
 Fecha : 04/ Agosto /2025

2. MOTIVO DE CONSULTA:

Valentina participa como paciente voluntaria del programa por ALIADO EMOCIONAL, para una evaluación y tratamiento psicológico por presentar conflictos relacionales en su entorno académico relacional. Menciona que no se siente bien y no se ve ella misma cómo era antes. Muestra preocupación por sus sentimientos de ansiedad y la intranquilidad constantes.

3. PROBLEMÁTICA ACTUAL:

- Víctima de Bullying
- Se siente intimidada
- Hermetismo.
- Autoconcepto bajo.
- Pensamientos suicidas.
- Heridas y rasguños sin explicación convincente.
- Inseguridad y falta de confianza.
- Sensaciones ansiedad.
- Inadecuada relación con el padre.

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4825138 / 913-021-004
 correo: info@espacioida.pe http://espacioida.pe

7. CONCLUSIONES FINALES

La coordinación con los padres con el servicio desde la convocatoria con la primera llamada, evaluación inicial, el consentimiento informado, las sesiones de intervención, el seguimiento y cierre fueron cumplidas en los plazo de tiempo esperados evitando pérdidas de tiempo y de información.

Los padres comprendieron junto con sus hijos el valor del servicio y estuvieron muy motivados a ser parte del proceso y no solo como observadores, sino también generando un espacio de diálogo, para la comunicación e implicación familiar, el desarrollo del autoestima, la resolución de conflicto en la familia y la auto percepción positiva.

Espacio Vida - Psicología y Psicoterapia
 Teléfono: (01) 4825138 / 913-021-004
 correo: info@espacioida.pe http://espacioida.pe



La utilización de las metodologías humanistas y centradas en la persona, indicó una mejora en la expresión emocional, que se sientan los adolescentes comprendidos y motivados al cambio.

Se puede recomendar el potencial de replicabilidad del programa en otros contextos educativos o comunitarios por ser flexible se puede adaptar a distintas realidades socioeconómicas y culturales por los materiales y metodologías para su aplicación

La experiencia demostró que, con la capacitación adecuada, otros equipos pueden replicar el programa con resultados similares.

Lic. Juan Carlos Merino P.
CPSP # 14875

