

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



**Welfare, una propuesta sostenible para mejorar la calidad de salud mental de
las personas de la ciudad de Lima**

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

QUE PRESENTA:

Gina Patricia Evangelista Armijo

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

QUE PRESENTA:

Pedro Alonso Trujillo Aragón

Jorge Luis Porta Rodríguez

Sidney Francis Espinoza Pagan

Camilo Emmanuel Miranda Llanos

ASESOR

Juan Carlos García Antúnez de Mayolo

Surco, marzo, 2025

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Juan Carlos García Antúnez de Mayolo, 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 “Welfare, una propuesta sostenible para mejorar la calidad de salud mental de las personas de la ciudad de Lima”, de los autores:

Gina Patricia Evangelista Armijo, DNI: 40580034

Pedro Alonso Trujillo Aragón, DNI: 72776711

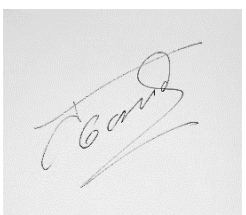
Jorge Luis Porta Rodríguez, DNI: 10303020

Sidney Francis Espinoza Pagan, DNI: 44671766

Camilo Emmanuel Miranda Llanos, DNI: 73429625, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 20%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 30/09/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 07 de marzo de 2025

Apellidos y nombres del asesor: García Antúnez de Mayolo, Juan Carlos	
DNI: 15735431	Firma
ORCID: 0009-0006-6908-6895	

Agradecimientos

Agradezco a cada una de las personas que me han apoyado a cumplir con este objetivo de vida y poder así contribuir con el bienestar de la sociedad.

Gina Patricia Evangelista Armijo

Agradezco a mi familia, amigos, compañeros de tesis y a todos aquellos que contribuyeron con nosotros para lograr que este proyecto salga adelante.

Pedro Alonso Trujillo Aragón

Agradezco a todas las personas con las que interactué y me permitieron hablarles sobre esta iniciativa y comentarme sus pareceres; psicólogos, coaches y compañeros de trabajo.

Jorge Luis Porta Rodríguez

Agradezco a dios por darme salud y temple para poder lograr mis propósitos y a mi familia en general.

Sidney Francis Espinoza Pagan

Agradezco a mi madre por su constante apoyo y ánimo, y a mis compañeros de tesis, por toda la entrega y voluntad en culminar este proyecto.

Camilo Emmanuel Miranda Llanos

Dedicatorias

Dedico este trabajo a mis padres que me acompañan desde la eternidad, a mi esposo y a toda mi familia porque siempre me han brindado su apoyo para seguir avanzando profesionalmente

Gina Patricia Evangelista Armijo

Dedico este trabajo a mi madre Rosalinda y a mi novia Nicole quienes han sido un soporte para mí a lo largo de este retador, pero enriquecedor camino.

Pedro Alonso Trujillo Aragón

Dedico este trabajo a todos los posibles usuarios beneficiados, que se encuentran en los lugares más lejanos o cercanos, pero con verdaderos problemas inmanejables de salud mental.

Jorge Luis Porta Rodríguez

Dedico este trabajo a mi madre Bertha Olga Pagan Meza por enseñarme a no bajar los brazos y a luchar contra todos los obstáculos que la vida nos pone en el camino, eres mi más grande tesoro. A mi familia en general por su apoyo constante.

Sidney Francis Espinoza Pagan

Dedico este trabajo a todos aquellos que luchan día a día por llevar un pan a su mesa, teniendo que soportar problemas de estrés, ansiedad y depresión en silencio.

Camilo Emmanuel Miranda Llanos

Resumen Ejecutivo

Según el Institute of Health Metrics and Evaluation, alrededor del mundo, en el año 2019, una de cada ocho personas vive con desórdenes mentales, con desórdenes de ansiedad y depresión que son los más comunes. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS-WHO), en el 2020, el número de personas viviendo con desórdenes de ansiedad y depresión aumentaron significativamente por la pandemia de Covid-19, cuyas cifras inicialmente muestran un 26% a 28% de incremento para la ansiedad y desórdenes depresivos respectivamente, en sólo un año. Según el Ministerio de Salud del Perú, dos de cada diez peruanos padecen de algún trastorno mental.

Por esta razón se realizó un estudio a través de encuestas realizadas a personas que viven en el distrito de Miraflores y con un rango de edades de entre 25 a 50 años. Se identificó como problema social relevante que las personas del sector socioeconómico A, B y C de 20 a 50 años en Miraflores y distritos similares de Lima Top no encuentran servicios de tratamiento en salud mental que cubran sus necesidades de forma integral y efectiva. Asimismo, existe un bajo porcentaje de personas que padecen estos trastornos y que acuden a una cita con un profesional. En línea con lo antes mencionado, se propone una plataforma virtual llamada “Welfare” que significa: “bienestar” cuyo propósito es tender un canal de comunicación para que cualquier persona que padezca de estos trastornos pueda acceder a información, acceder a tratamiento médico especializado y una solución holística.

Los resultados financieros de viabilidad del proyecto Welfare a un período de cinco años muestran que es financieramente viable, por generar un valor actual neto financiero (VANF) de S/ 3'790,317.82, con una TIR de 201%. Asimismo, genera un VAN de tipo Social de S/ 6'168,928.16 lo cual representa un índice de relevancia con respecto a las ODS N° 3 y N° 8 del 38.5%. De esta manera el proyecto genera beneficio continuo a la sociedad, así como a los accionistas.

Abstract

According to the Institute of Health Metrics and Evaluation, around the world in 2019, one in eight people lives with mental disorders, with anxiety and depression disorders being the most common. According to the World Health Organization (WHO-WHO), in 2020, the number of people living with anxiety and depression disorders increased significantly due to the Covid-19 pandemic, whose figures initially show a 26% to 28% increase for anxiety and depressive disorders respectively, in just one year. According to the Peruvian Ministry of Health, two out of every ten Peruvians suffer from some mental disorder.

For this reason, a study was carried out through surveys of people who live in the Miraflores district and with an age range of between 25 and 50 years. It was identified that the relevant social problem is that people from the A, B, C socioeconomic sector from 20 to 50 years old in Miraflores and similar districts of Lima Top do not find mental health treatment services that cover their needs in a comprehensive and effective manner. Likewise, there is a low percentage of people who suffer from these disorders and who go to an appointment with a professional. In line with the aforementioned, a virtual platform called “welfare” is proposed, which means: “wellbeing” whose purpose is to provide a communication channel so that anyone suffering from these disorders can access information, access specialized medical treatment and a holistic solution.

The five-year financial viability results of the Welfare project indicate that it is financially viable, because it generates a financial net present value (NFPV) of S/ 3'790,317.82, with an (IRR) of 201%. Likewise, it generates a Social NPV of S/ 6'168,928.16, which represents a relevance index with respect to SDGs No. 3 and No. 8 of 38.5%. In this way the project generates continuous benefit to society, as well as to shareholders.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas	x
Lista de Figuras.....	xii
Capítulo I. Definición del Problema.....	1
1.1. Contexto del Problema a Resolver	1
1.2. Presentación del Problema a Resolver	2
1.3. Sustento de la Complejidad y Relevancia del Problema a Resolver.....	3
Capítulo II. Análisis del Mercado.....	5
2.1. Descripción del Mercado o Industria	6
2.2. Análisis Competitivo Detallado	7
Capítulo III. Investigación del Usuario.....	9
3.1. Perfil del Usuario	9
3.2. Mapa de Experiencia de Usuario	12
3.3. Identificación de la Necesidad	19
Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio	21
4.1. Concepción del Producto o Servicio	21
4.2. Desarrollo de la Narrativa	22
4.3. Carácter Innovador del Producto o Servicio	26
4.4. Propuesta de Valor	28
4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)	30
Capítulo V. Modelo de Negocio	32
5.1. Lienzo del Modelo de Negocio	32
5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio	37
5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio.....	39
5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio	42

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable.....	45
6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución.....	45
6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución	45
6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución.....	46
6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución.....	47
6.2.1. Plan de Mercadeo	48
6.2.2. Plan de Operaciones	53
6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis.....	57
6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución.....	60
6.3.1. Presupuesto de Inversión.....	60
6.3.2. Análisis Financiero.....	62
6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis.....	62
Capítulo VII. Solución Sostenible.....	66
7.1. Relevancia Social de la Solución	67
7.2. Rentabilidad Social de la Solución	69
Capítulo VIII. Decisión e Implementación	77
8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo	77
8.2. Conclusión.....	78
8.3. Recomendación	78
Referencias.....	80
Apéndices	85
Apéndice A: Competencia	85
Apéndice B: Registro de los Datos de la Primera Fase de las Encuestas	86
Apéndice C: Registro de los Datos de la Segunda Fase de las Encuestas	115
Apéndice D: Hipótesis del Modelo de Negocio.....	144

Apéndice E: Tarjetas de Prueba de Deseabilidad 145

Apéndice F: Pruebas de Usabilidad 148

Apéndice G: Términos y Condiciones del Servicio de Atención Psicológica de Manera Virtual 149



Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Análisis Competitivo: Alternativas Existentes en el Mercado</i>	7
Tabla 2 <i>Estructura de las Encuestas Realizadas a Usuarios</i>	10
Tabla 3 <i>Resultados de las Encuestas Realizadas a Usuarios</i>	11
Tabla 4 <i>Estructura de las Encuestas Realizadas a Usuarios</i>	13
Tabla 5 <i>Resultados de las Encuestas Realizadas a Usuarios</i>	15
Tabla 6 <i>Mapa de Experiencia</i>	17
Tabla 7 <i>Estructura de las Encuestas Realizadas a Psicólogos</i>	35
Tabla 8 <i>Resultados de las Encuestas Realizadas a Psicólogos</i>	36
Tabla 9 <i>Ingresos del Modelo de Negocio</i>	37
Tabla 10 <i>Costos del Modelo de Negocio</i>	37
Tabla 11 <i>Costo de Capital Esperado a Obtener por los Inversionistas</i>	39
Tabla 12 <i>Flujo de Caja Libre Proyectado</i>	40
Tabla 13 <i>Flujo de Caja de Accionistas</i>	41
Tabla 14 <i>Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)</i>	42
Tabla 15 <i>Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 1</i>	46
Tabla 16 <i>Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 2</i>	47
Tabla 17 <i>Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 3</i>	47
Tabla 18 <i>Tipos de Mercado</i>	49
Tabla 19 <i>Tarifa TV</i>	52
Tabla 20 <i>Tarifa Radio</i>	52
Tabla 21 <i>Estructura de Presupuesto de Marketing - Mix</i>	54
Tabla 22 <i>Presupuesto de Inversión Inicial</i>	61
Tabla 23 <i>Ingresos Estimados</i>	61

Tabla 24 <i>Flujo de Caja Libre Proyectado</i>	63
Tabla 25 <i>Flujo de Caja de Accionistas</i>	64
Tabla 26 <i>Resultados VAN con Diferentes Escenarios.</i>	65
Tabla 27 <i>Evaluación del Nivel de Incidencia de Welfare sobre cada Meta ODS.</i>	68
Tabla 28 <i>Variables para el Cálculo de Beneficios y Costos Sociales</i>	70
Tabla 29 <i>Beneficios Sociales Directos</i>	72
Tabla 30 <i>Costos Sociales Directos</i>	74
Tabla 31 <i>Cálculo del VAN Social</i>	76
Tabla B1 <i>Primera Fase - Encuestados 1 a 4</i>	86
Tabla B2 <i>Primera Fase - Encuestados 5 a 8</i>	91
Tabla B3 <i>Primera Fase - Encuestados 9 a 12</i>	96
Tabla B4 <i>Primera Fase - Encuestados 13 a 16</i>	101
Tabla B5 <i>Primera Fase - Encuestados 17 a 20</i>	105
Tabla B6 <i>Primera Fase - Encuestados 21 a 24</i>	110
Tabla C1 <i>Segunda Fase - Preguntas 1 a 5</i>	115
Tabla C2 <i>Segunda Fase - Preguntas 6 a 9</i>	120
Tabla C3 <i>Segunda Fase - Preguntas 10 a 14</i>	126
Tabla C4 <i>Segunda Fase - Preguntas 15 a 18</i>	131
Tabla C5 <i>Segunda Fase - Preguntas 19 a 22</i>	137
Tabla C6 <i>Segunda Fase - Preguntas 23 a 25</i>	141

Lista de Figuras

Figura 1 Lienzo: Meta Usuario.....	16
Figura 2 Matriz 6x6.....	22
Figura 3 Matriz de Costo - Impacto.....	23
Figura 4 Lienzo: Conociendo la Experiencia del Usuario.....	24
Figura 5 Lienzo: Explorando Ideas de Solución.....	24
Figura 6 Lienzo: Matriz de Decisión 5 x 4.....	25
Figura 7 Lienzo: Aterrizando la Idea de Solución.....	26
Figura 8 Lienzo: Prototipando con Empatía.....	27
Figura 9 Lienzo: Propuesta de Valor.....	29
Figura 10 Prototipo en Figma.....	31
Figura 11 Prototipo Vinal en Web.....	31
Figura 12 Lienzo del Modelo de Negocio.....	32
Figura 13 Organigrama.....	56
Figura 14 D.A.P. Servicio Brindado en Welfare.....	57
Figura 15 D.O.P. Servicio Brindado en Welfare.....	58
Figura 16 Simulación de Monte Carlo usando Análisis de Hipótesis.....	59
Figura 17 Escenarios del Análisis de Sensibilidad.....	60
Figura 18 Simulación de Montecarlo.....	65
Figura 19 Diagrama de Gantt de la Implementación de la Plataforma Digital Welfare.....	79
Figura A1 Total de Psicólogos de Estar Bien.....	85
Figura A2 Atención Limitada de Trámites de Instituciones Estatales.....	85
Figura D1 Hipótesis del Modelo de Negocio.....	144
Figura E1 Hipótesis 1 de la Prueba de Deseabilidad.....	145
Figura E2 Hipótesis 2 de la Prueba de Deseabilidad.....	146

Figura E3 <i>Hipótesis 3 de la Prueba de Deseabilidad</i>	147
Figura F1 <i>Prueba de Usabilidad con Pacientes</i>	148
Figura F2 <i>Prueba de Usabilidad con Psicólogos</i>	148



Capítulo I. Definición del Problema

El presente trabajo de investigación contempla la realidad de muchas personas en el Perú, donde la necesidad de contar con salud emocional y mental es fundamental para el desarrollo integral de las mismas en la sociedad. Por tal razón el siguiente trabajo de investigación se ha desarrollado con la finalidad de encontrar una solución viable e integrada al problema que aqueja al Perú. El desarrollo de la investigación se ha realizado de manera secuencial, contemplando el contexto, el desarrollo del problema y la solución propuesta a la problemática presentada.

1.1. Contexto del Problema a Resolver

La salud mental se define a una persona que tiene el pleno uso de sus funciones cerebrales de manera cognitiva que le permite adaptarse a los diferentes estímulos del entorno para poder sobrevivir, existir, trabajar y contribuir a su comunidad. En consecuencia, el que una persona no tenga una salud mental plena impedirá que pueda cumplir con todas sus actividades como, por ejemplo: trabajo, estudios, relaciones interpersonales, entre otros. Por ello muchas personas que sufren de trastornos de bienestar emocional generados por el estrés, la ansiedad y la depresión no son capaces de lograr sus objetivos de vida y viven presos de sentimientos de frustración, temor, ira, rabia lo que, a la larga, en los casos más complejos, puede ser crítico para las personas de no contar con ayuda profesional.

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la OMS, en la mayoría de los países de la región, los trastornos de ansiedad son la segunda causa más común de discapacidad mental. En países con ingresos bajos, los trastornos mentales constituyen aproximadamente el 23% de los años vividos con discapacidad, lo que se relaciona con una reducción en la esperanza de vida y un aumento en las tasas de mortalidad. (Chacón Delgado et al., 2021)

1.2. Presentación del Problema a Resolver

Se presenta entonces como problema social relevante que las personas del sector socioeconómico A, B y C de 20 a 50 años en Miraflores y distritos similares de Lima Top no encuentran servicios de tratamiento en salud mental que cubran sus necesidades de forma integral y efectiva.

Las intervenciones de promoción y prevención tienen por objetivo identificar los determinantes individuales, sociales y estructurales de la salud mental, a fin de poder intervenir y reducir los riesgos, incrementar la resiliencia y crear ambientes favorables para la salud mental. Están direccionadas a individuos, grupos específicos o poblaciones enteras. (OMS, 2022)

En el país donde se propone este proyecto, Perú, el 80% del total de casos de suicidios se encuentran relacionados a la depresión en un grado severo, se puede apreciar que las personas habitualmente expresan este deseo, el cual se encuentra acompañado de una disminución de su estado de ánimo, tristeza prolongada, desesperanza, una desagradable sensación de vacío y en algunas oportunidades irritabilidad, que no suelen ser percibidas o tomadas en consideración por las personas que están en su entorno (Ministerio de Salud, 2019).

Enfermedades y algunos trastornos mentales de mayor incidencia en la población, tales como ansiedad y depresión son muy recurrentes. Hay estudios epidemiológicos tomados en el Perú por el Instituto Especializado de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi” que reafirman los hallazgos encontrados en otros países: mostrando que hasta el 37% de la población tiene la tendencia a sufrir un trastorno mental alguna vez en su vida. En cuanto al nivel de casos de depresión en Lima Metropolitana, se tiene un 18,2%; en la sierra peruana se tiene un 16,2% y en la Selva, 21,4% (Revista Científica Scielo Perú, 2006).

Según los Estudios Epidemiológicos de Salud Mental (EESM), realizados por el mismo instituto citado (INSM, 2003 -2012), existen brechas para lograr recibir servicios de salud mental, oscilando estas entre 69% en Lima Metropolitana y el Callao, y 93,2% en la zona rural; por lo tanto, no se tiene asegurado el tratamiento, recuperación ni la continuidad de cuidados a lo largo del curso de vida. Estas brechas detectadas, están por encima del promedio estimado para América Latina y el Caribe, siendo estos valores porcentuales un indicador de la poca atención recibida en cuanto a salud mental.

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

La problemática en salud mental es de suma relevancia en el sentido que puede derivar en graves trastornos para quien lo padece. Asimismo, pueden desencadenar crisis como en el caso de la depresión que conllevarían a la pérdida de vidas humanas. Por otro lado, un deterioro de la salud mental y el bienestar emocional devienen en una disminución de la calidad de vida para aquellas personas que viven con estos padecimientos. Lo difícil dentro de la situación descrita es la falta de inversión en sistemas de salud que permitan combatir oportunamente estos males (OMS, 2024)

El enfoque del presente proyecto está en la ODS 3.4 la cual hace referencia a la reducción de la mortalidad prematura y también al favorecimiento de la salud mental (ODS, 2023) cuya importancia en la sociedad se evidencia cada vez más. Como reflejan datos del INEI, más del 30% de jóvenes de entre 15 y 29 años han tenido algún inconveniente relacionado a la salud mental en un plazo menor a un año (Juventud, 2023)

El 65,9 % de las mujeres de 15 a 49 años alguna vez unida sufre de algún tipo de violencia (psicológica, verbal, física o sexual) (ENDES, 2018); el 80% de niños, niñas y adolescentes han sido alguna vez víctimas de violencia física y/o psicológica en sus hogares y/o escuelas; y, más del 45% de adolescentes experimentaron, alguna vez, una o más formas de violencia sexual (ENARES, INEI, 2013 y 2015).

Se busca desarrollar principalmente el Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS 3.4, el cual indica que, para 2030, se busca reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar (ODS, 2023).



Capítulo II. Análisis del Mercado

Actualmente los servicios que satisfacen el problema social relevante identificado son los siguientes:

- Clases de yoga que favorecen la mejora de la salud mental. El ejercicio ha demostrado ser de ayuda para estos casos (Redacción National Geographic, 2023). No obstante, tiene la desventaja de que no trata el problema de fondo que ocasiona el malestar, solo lo libera momentáneamente.
- El psicólogo clínico César Rojas, del Complejo Hospitalario Alberto Barton, donde se atienden los problemas de las personas desde distintos enfoques a fin de mejorar su situación actual, señala que la salud mental es muy importante, porque influye directamente en la salud física y viceversa (Rojas, 2024).
- Las webs de bienestar emocional que ofrecen tanto cursos como talleres y además terapia psicológica. El inconveniente es que la diversidad de cursos, talleres, eventos y profesionales de la salud mental que ofrecen no es amplia como por ejemplo se puede apreciar en la web de Estar Bien.
- Las apps que se apalancan con la inteligencia artificial para generar un bot que acompañe a aquellas personas que no se sienten bien emocionalmente tienen el problema que el usuario final siente que no está hablando con alguien real por lo que siente también la falta de conexión, tal como lo menciona Kelly (2016)
- Las instituciones de salud mental que brindan tanto evaluación psicológica como atención psiquiátrica y medicación a precios accesibles. El inconveniente con estas instituciones es que, al tener precios accesibles, su disponibilidad suele ser bastante limitada y usualmente no se encuentran citas disponibles como se aprecia en el Apéndice A.

- Las clínicas privadas también brindan un servicio de atención psicológica; sin embargo, al igual que sucede con los psicólogos independientes, la disponibilidad para acordar citas es limitada y carece de la posibilidad de una atención inmediata, como sí sucede en otros servicios de medicina general y especialidades. El tiempo de espera para una cita psicológica se encuentra alrededor de 5 a 10 días (Clínica Internacional, 2024; SANNA, 2024).
- Los deportes al igual que el yoga favorecen la mejoría de la salud mental, pero no sustituye a la terapia psicológica (Gasparyan, 2023).

2.1. Descripción del Mercado o Industria

Durante el primer trimestre del 2023 se presentaron 434,731 casos relacionados a salud mental, precisó la directora ejecutiva de Salud Mental del Ministerio de Salud (Minsa), July Caballero Peralta (El Peruano, 2023).

En el 2022, más de 225 mil casos de violencia de género se dieron por lo cual es necesario que se acepte en mayor medida la atención de la salud mental con mayor prioridad (El Peruano, 2022).

La problemática actual de la salud emocional y mental cada año ha ido incrementando, durante el 2022, por ejemplo, el número de casos de afecciones de salud mental se incrementaron casi 20 % respecto al año anterior según el Minsa (El Peruano, 2023), ello originado por diversos factores, a ello se suma que no se cuenta con un suficiente y adecuado soporte profesional que contenga, atienda y ayude los diversos casos clínicos en el país.

En EsSalud la atención médica es pasado un mes de programar las citas, en muchos hospitales públicos, no cuentan con la especialidad de psicología y/o psiquiatría, existen algunas plataformas que se han implementado para la atención de salud emocional y mental, pero no cubre totalmente la necesidad de los pacientes, ello por no ser integrada en los

servicios que ofrecen, enfoque a corto plazo, poca accesibilidad, no existe seguimiento a los casos y otros.

2.2. Análisis Competitivo Detallado

Las principales alternativas existentes en el mercado se detallan en la Tabla 1, considerándose como aquellos con quienes Welfare competiría directamente.

Tabla 1

Análisis Competitivo: Alternativas Existentes en el Mercado

Criterio	Plataforma "Estar Bien"	Psicólogos clínicos independientes	Kalma Perú	Plataforma "Estar Mejor"
Descripción	Promueve el bienestar físico, mental y financiero de la población, en convenio con la aseguradora Rímac.	Servicios tradicionales de un psicólogo clínico, quien ofrece terapia para la mejora de la salud emocional.	Especialistas en ansiedad, depresión y problemas emocionales, con atenciones de forma presencial y virtual.	Es un espacio virtual donde buscan que las personas aprendan a ser una mejor versión de sí mismas.
Ubicación	Web, App	Web, redes sociales	Web, presencial en Lima, distrito de Lince	Web
Propuesta de valor	Brinda sesiones virtuales de terapia psicológica con especialistas, a partir de un test que otorga una Ruta de Bienestar	Realizan seguimiento del avance de sus pacientes. Atienden de manera presencial o virtual.	Se centran en problemas emocionales específicos con Convenio con la Universidad del Pacífico	Realizan una serie de programas de crecimiento emocional en diversos formatos ajustados a las necesidades del paciente
Productos ofrecidos	Talleres, videos y lecturas, sesiones virtuales	Terapia presencial o virtual	Asesorías, charlas y seminarios a los profesionales de la salud.	Terapias alternativas

Criterio	Plataforma "Estar Bien"	Psicólogos clínicos independientes	Kalma Perú	Plataforma "Estar Mejor"
Brecha de valor	No ofrecen diversidad de horarios y especialistas. Por lo tanto, los usuarios no tienen muchas opciones para elegir.	No cuentan con disponibilidad inmediata, usualmente llevando las terapias a la par de otro trabajo dependiente.	No brinda una plataforma donde el usuario pueda dar seguimiento a su estado anímico. La disponibilidad de sesiones no es inmediata.	No brinda evaluaciones psicológicas, terapias psicológicas, entre otros relacionados a profesionales de la salud mental.
Posicionamiento	Plataforma integradora con variedad de herramientas	Atención psicológica personalizada	Atención psicológica personalizada	Uso de herramientas no convencionales para la mejora del bienestar emocional
Precio	Consultas desde 115 soles por 50 minutos.	Consulta individual entre 35-220 soles	Sesión de 80 soles como precio regular	Lectura para saber el estado actual del paciente 250 soles. Reuniones de seguimiento 150 soles

Capítulo III. Investigación del Usuario

Para poder identificar el problema a resolver, se han realizado entrevistas con el fin de identificar las características del problema, el perfil de las personas que padecen de enfermedades relacionadas con la ansiedad, depresión y enfermedades generadas por estrés. De acuerdo con las necesidades identificadas se propondrá una solución en los siguientes capítulos.

3.1. Perfil del Usuario

Para poder obtener el perfil de usuario primero se deben definir los parámetros sobre los cuales se va a realizar la identificación de información, de esta manera se define que el público objetivo para las encuestas deberán ser todos los residentes del distrito de Miraflores con una edad entre 25 a 50 años. Las encuestas se realizaron en dos fases.

La primera fase de las encuestas constó de 24 entrevistas presenciales a personas en ubicaciones dentro del distrito de Miraflores, y se detalla en la Tabla 2, la estructura de las encuestas realizadas de esta fase y en la Tabla 3, los resultados de las encuestas de esta fase. Asimismo, en el Apéndice B se visualiza el registro de los datos de estas 24 entrevistas, ya que las mismas se llevaron a cabo de manera presencial y su registro se llevó a cabo vía transcripción de apuntes a una hoja de MS Excel.

En la Tabla 2 se detalla la estructura de la encuesta con la cual se busca crear un perfil en base a recopilar datos sobre actividades, creencias, problemas, familia y círculo social. La encuesta tiene un total de 21 preguntas. Asimismo, en la Tabla 3 se detalla los resultados de la encuesta, se han indicado los resultados más considerables con un valor de porcentaje para un mayor análisis, además la tabla ofrece una visibilidad del tipo de pregunta y de su sustento correspondiente. Dentro de los más relevante identificado se tiene que las personas encuestadas en el transcurso de su vida han padecido de algún desequilibrio emocional como

Tabla 2*Estructura de las Encuestas Realizadas a Usuarios*

Nº	Pregunta	Respuesta	Tipo	Sustento de pregunta
Actividades				
1	¿Cuáles son tus pasatiempos?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Variable de segmentación
2	¿Prácticas algún deporte?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
3	¿En qué trabajas actualmente?	(Abierto)	Respuesta Abierta	
4	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	de 4 a 6, de 6 a 8, de 8 a 12	Respuesta Cerrada	Identificar actividades que generen estrés
5	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar actividades que generen estrés
6	¿Cómo describes tu ambiente laboral?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar actividades que generen estrés
7	¿Cuál es tu rango salarial?	de 2000 a 4000, de 4000 a 8000, de 8000 a más	Respuesta Cerrada	Identificar actividades que generen estrés
8	¿Tu salario cubre tus necesidades?	Sí - No (Explicar)	Respuesta Abierta	Identificar actividades que generen estrés
Creencias				
9	¿Qué religión profesa?	católico - cristiano - mormón - ateo - otros (especifique)	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación
10	¿Qué te motiva en tu día a día?; ¿por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar perfil del usuario
Problemas				
11	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Sí - No (Explicar)	Respuesta Abierta	Motivo del problema
12	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Dimensionamiento de mercado
13	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Dimensionamiento de mercado
14	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Dimensionamiento de mercado
Familia				
15	¿Con quién vives actualmente?	Familia, solo, padres, hijos, abuelos	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación
16	¿Cómo es tu relación con ellos?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar perfil del usuario
17	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Positiva - Negativa (Explicar)	Respuesta Cerrada	Identificar actividades que generen estrés
Círculo social				
18	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Sí - No (Explicar)	Respuesta Abierta	Identificar perfil del usuario
19	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar perfil del usuario
20	¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
21	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Positiva - Negativa (Explicar)	Respuesta Cerrada	Identificar perfil del usuario

Tabla 3*Resultados de las Encuestas Realizadas a Usuarios*

N°	Categoría	Información más relevante	Patrones de comportamiento
	Actividades		
1	Hobbies	La mayoría tiene como hobbies actividades al aire libre	El 43% de los encuestados realizan actividades al aire libre
2	Actividad de relajación	La mayoría practica deportes en general	El 70% de los encuestados realizan deporte
3	Ocupación	La mayoría es trabajador dependiente	El 87% de los encuestados tiene trabajo
4	Actividad de mayor tiempo	Ocupación laboral	El 47% de los encuestados trabaja 8 horas o más
5	Posibles anhelos o preocupaciones	Le gustaría desarrollarse laboralmente	El 56% de los encuestados está satisfecho con su trabajo
6	Motivo de estrés Laboral	Ambiente laboral	El 32% de los encuestados tiene un mal ambiente laboral
7	Ingreso promedio del hogar	Rango salarial S/.5,000 a S/.10,000 soles,	El 36% de los encuestados tienen un sueldo entre S/.5,000 a S/.10,000 soles, el 7 % tiene un sueldo mayor a S/.10,000.
8	Motivo de estrés	Necesidades económicas	El 41% de los encuestados está descontento con su salario.
	Creencias		
9	Religión	La mitad de los encuestados es católica	El 63% indica ser católico
10	Preocupación principal	La mayoría de los encuestados se preocupa en su familia y en su futuro.	El 31% de los encuestados tienen como preocupación principal su familia y el 40% en sus metas y futuro.
	Problemas		
11	Presencia de estrés, ansiedad o depresión	La mayoría sufre de alguna enfermedad generada por el estrés	El 75% de los encuestados indicó padecer de estrés y ansiedad.
12	Preferencia de actividades	Diversas opciones: terapia psicológica, religión o familia.	El 20% de los encuestados fue a terapia, 22% trató de sanar por su cuenta
13	Soluciones	Ser escuchado, comprensión, relajación	El 33% de los encuestados no se sintió escuchado, 17% necesito relajación o meditación.
14	Frustraciones	Las mayores frustraciones son la falta de tiempo y el hermetismo, las personas son reservadas	El 22% de los encuestados declaró. que no pudo abrirse y contar lo que les aquejaba.
	Familia		
15	Convivencia	La mayoría vive con su pareja y familia	El 47% de los encuestados viven con su pareja, el 35% viven con su familia.
16	Familia	Buena relación	El 73% de los encuestados tienen una buena relación con su familia
17	Impacto emocional de la familia	El rol de la familia impacta de manera positiva para las personas	El 57% de los encuestado indicó que la familia aportó de manera positiva
	Circulo Social		
18	Socialización	La mayoría de los encuestados se considera introvertido.	El 36% de los encuestados se considera introvertido y el 38% se considera extrovertido
19	Círculo social	La mayoría de los encuestados tiene un amplio círculo de amigos	El 47% de los encuestados declara que tiene un amplio círculo social
20	Actividades que generen relajación con círculo social	La mayoría de los encuestados usa el tiempo libre con su círculo social para hablar	El 45% de los encuestados sale con sus amistades para hablar
21	Impacto emocional de los amigos	Los amigos impactan de manera positiva.	El 75% de los encuestados indicó que los amigos impactan de manera positiva en sus vidas.

consecuencia del estrés, del mismo modo se evidencia que el mayor sentir de los usuarios es la falta de empatía y el no poder expresarse libremente.

Asimismo, se tiene también que aún en la actualidad la cantidad de personas que buscan ayuda profesional es poca y tratan de solucionar estas dolencias a través de la familia y amigos por ende es necesario ofrecer un canal de comunicación que pueda brindar soporte profesional, información y talleres para poder tomar el control de estos males que cada vez son más frecuentes.

La segunda fase de las encuestas se realizó a través del siguiente enlace de Google Forms: <https://forms.gle/eEhmSfBkqTtp3Tt89>. Se detalla en la Tabla 4 la estructura de las encuestas realizadas de esta fase y en Tabla 5 los resultados de las encuestas de esta fase. Asimismo, en el Apéndice C se visualiza el registro de los datos de 42 entrevistas, que se extrajeron de los resultados de la encuesta de Google Forms. En total fueron 66 personas encuestadas para realizar el perfil de usuario.

Como resultado de la información recopilada, es posible armar el Lienzo Meta-Usuario, que define el arquetipo de la persona a la que se busca llegar, definiendo su círculo social, problemas, familia, creencias, actividades y datos biológicos de referencia, los mismos que pueden apreciarse en la Figura 1.

3.2. Mapa de Experiencia de Usuario

El lienzo mostrado en la Tabla 6 describe los momentos buenos y malos que ha vivido el usuario que padece de problemas de bienestar emocional generados por el estrés, con el propósito de ofrecer una representación visual que facilite una comprensión integral de sus dificultades y permita identificar oportunidades que serán abordadas en el proyecto.

Tabla 4*Estructura de las Encuestas Realizadas a Usuarios*

N°	Pregunta	Respuesta	Tipo	Sustento de pregunta
1	¿Cuál es tu nombre?	(Abierta)	Respuesta abierta	Informativa
2	¿Cuál es tu ocupación?	(Abierta)	Respuesta abierta	Variable de segmentación
3	¿Qué edad tienes?	(Abierta)	Respuesta abierta	Variable de segmentación
4	¿En qué distrito vives?	(Abierta)	Respuesta abierta	Variable de segmentación
5	¿Cuáles son tus pasatiempos?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
6	¿Practicas algún deporte?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
7	¿En qué trabajas actualmente?	(Abierta)	Respuesta abierta	Variable de segmentación
8	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que generen estrés
9	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que generen estrés
10	¿Cómo describes tu ambiente laboral?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que generen estrés
11	¿Cuál es tu rango salarial?	De 1200 a 3000, de 3000 a 5000, de 5000 a 10000, más de 10 mil	Respuesta cerrada	Variable de segmentación
12	¿Tu salario cubre tus necesidades?	Sí o No	Respuesta cerrada	Identificar actividades que generen estrés
13	¿Qué religión profesas?	(Abierta)	Respuesta abierta	Variable de segmentación
14	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar perfil de usuario
15	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	(Abierta)	Respuesta abierta	Motivo del problema
16	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	(Abierta)	Respuesta abierta	Dimensionamiento de mercado
17	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	(Abierta)	Respuesta abierta	Dimensionamiento de mercado
18	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	(Abierta)	Respuesta abierta	Dimensionamiento de mercado
19	¿Con quién vives actualmente?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar perfil de usuario
20	¿Cómo es tu relación con ellos?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar perfil de usuario

Nº	Pregunta	Respuesta	Tipo	Sustento de pregunta
21	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que generen estrés
22	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Introvertido, extrovertido o ambos	Respuesta cerrada	Variable de segmentación
23	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
24	¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que estimulen relajación
25	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	(Abierta)	Respuesta abierta	Identificar actividades que generen estrés
26	¿Estarías dispuesto(a) a pagar 125 soles por una sesión de terapia psicológica sabiendo que esto te da acceso a una plataforma con cursos relacionados a bienestar emocional, talleres, tips, grupos de apoyo y que además así le das la oportunidad de llevar	Sí o No	Respuesta cerrada	Variable de segmentación

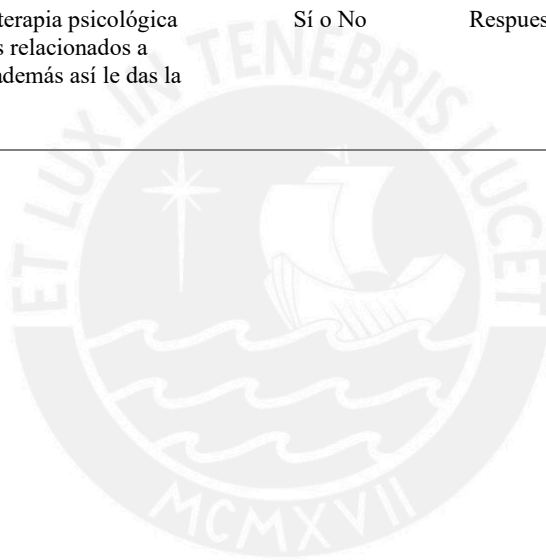


Tabla 5*Resultados de las Encuestas Realizadas a Usuarios*

Nº	Categoría	Información más relevante	Patrones de comportamiento
1	Hobbies	La mayoría tiene como hobbies actividades en lugares cerrados	El 60% de los encuestados realizan actividades en lugares cerrados
2	Deportes practicados	La mayoría practica deportes en general	El 61% de los encuestados sí practica deportes
3	Ocupación	La mayoría es trabajador dependiente o independiente	El 97.6% trabaja como dependiente o independiente
4	Actividad de mayor tiempo	La tercera parte trabaja 8 o menos horas	El 33% de los encuestados trabaja 8 o menos horas.
5	Trabajo actual	La mayoría está satisfecha con su trabajo	El 97.6% de los encuestados está satisfecho con su trabajo
6	Ambiente laboral	La mayoría determina un buen ambiente laboral	El 69% de los encuestados tiene un cómodo ambiente laboral
7	Ingreso promedio del hogar	La minoría gana más de 10 mil soles	El 7% gana más de 10 mil soles y el 38% gana de 3 mil a 5 mil soles
8	Motivo de estrés	Necesidades económicas	El 73% de los encuestados indica que su salario sí le alcanza
9	Religión	La mayoría profesa la religión católica	El 71% de los encuestados profesan la religión católica
10	Motivación familiar	La minoría se motiva por su familia	El 61% está motivado por algún miembro de su familia
11	Presencia de estrés, ansiedad o depresión	La mayoría ha tenido eventos emocionales	El 81% ha presentado casos de situaciones emocionales
12	Superación de los inconvenientes	La mayoría no pudo superar sus inconvenientes	El 43% de los encuestados salió adelante con terapia o herramientas
13	Soluciones	La mayoría pudo encontrar ayuda a su problemática	El 21% de los encuestados no supo cómo buscar una solución
14	Frustraciones	La mayoría encontró frustraciones en la ayuda	El 74% de los encuestados encontraron frustraciones
15	Convivencia	La mayoría vive con su familia nuclear	El 57% de los encuestados vive con su esposo(a) e hijos
16	Relación con la familia	La mayoría tiene una buena relación familiar	El 95% de los encuestados tiene una buena relación con su familia
17	Impacto emocional de la familia	La mayoría ha sido impactada positivamente por su familia	El 79% de los encuestados indica que su familia ha sido un impacto emocional
18	Socialización	La mayoría indica ser introvertidos y extrovertidos	El 45% de los encuestados indica que tiene características de ambos tipos
19	Círculo social	La mayoría tiene menos de 10 amigos	El 76% de los encuestados tiene 10 o menos amigos
20	Actividades que generan relajación con círculo social	La mayoría realiza actividades de disfrute y deportivas	El 98% de los encuestados realiza actividades positivas con su círculo social
21	Impacto emocional de los amigos	La mayoría contribuye con un impacto emocional positivo	El 76% de los encuestados tiene un impacto emocional positivo de los amigos
22	Costo de las sesiones psicológicas	La mayoría estaría dispuesto a pagar S/ 125 por las sesiones	El 86% de los encuestados estarían dispuestos a pagar S/ 125 por las sesiones

Figura 1

Lienzo: Meta Usuario

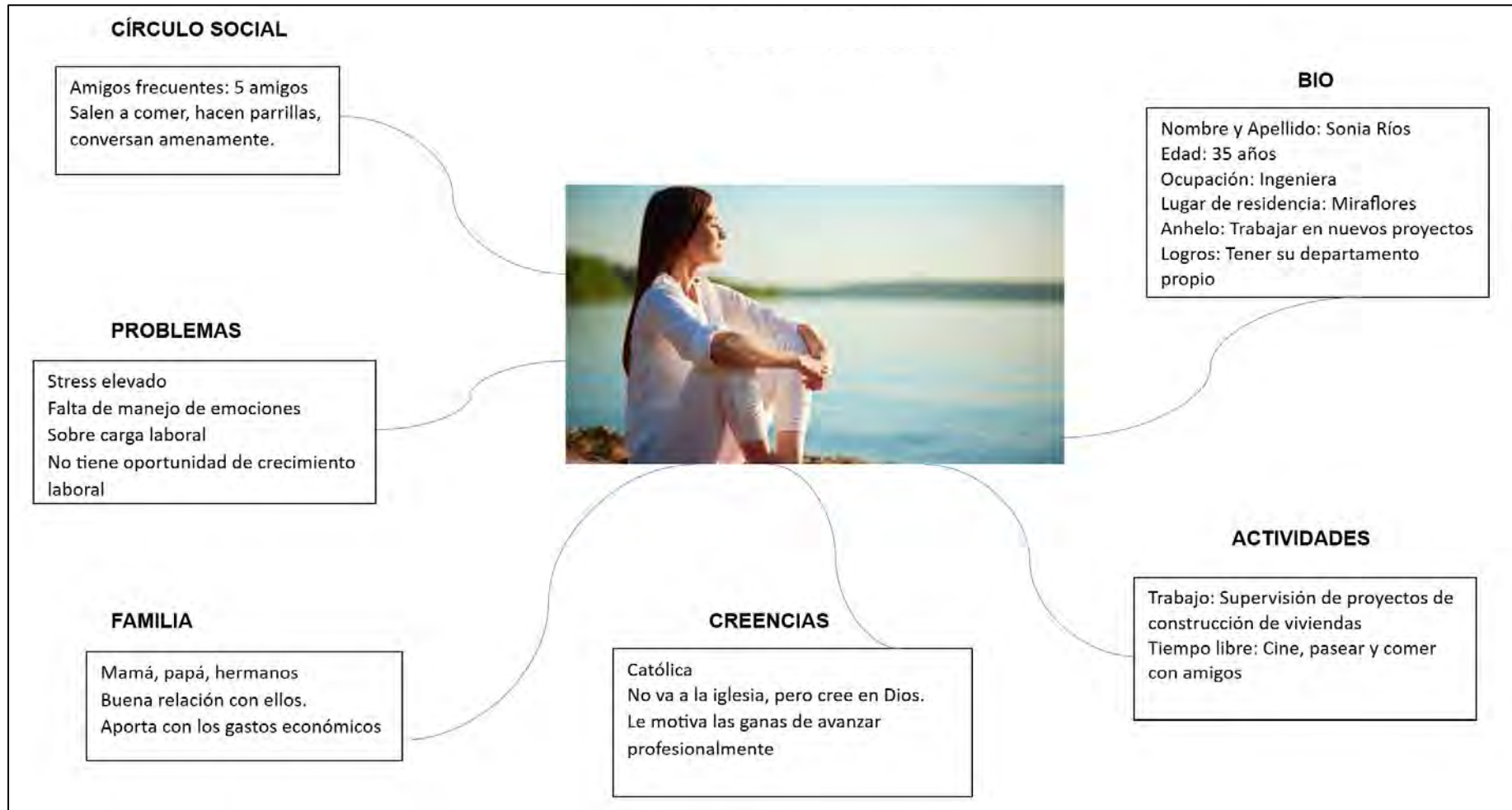


Tabla 6

Mapa de Experiencia

Etapas	Causas	Situación	Síntomas físicos	Consecuencias	Búsqueda de ayuda
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas laborales - Problemas familiares - Problemas económicos - Malos hábitos alimenticios - Rutinas perjudiciales 	<ul style="list-style-type: none"> - Ir a lugares concurridos - Montar en ascensores - Permanecer en una cola o guardar el turno - Hablar en público - Realizar exámenes - Ser observado - Miedo a perder a un ser amado - Hablar con una persona atractiva o con autoridad - Viajar en avión - Entrevistas de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Tensión muscular o irritabilidad. - Náuseas, mareos o vértigo. - Manos o pies fríos o pegajosos. - Oleadas de calor, escalofríos o temblores. - Taquicardia - Sensación de ahogo o falta de aliento. - Sensación de atragantarse. - Pensamientos automáticos. - Preocupaciones - Opresión o malestar en el pecho. 	<ul style="list-style-type: none"> - Depresión - Ideas suicidas - Aislamiento social - Temor a espacios abiertos - Pérdida de productividad 	<ul style="list-style-type: none"> - Profesionales de salud - Personas que hayan pasado por lo mismo - Empatía - Conocimiento - Libros de autoayuda
Situación	Problemas familiares, tengo a mi madre en el hospital por una enfermedad crítica, con pronósticos reservados.	Posterior a una operación, mi madre se puso mal y comenzó a desaturar. Esta situación me ha generado angustia y miedo a perder a mi madre.	Posterior a conocer el pronóstico del médico comencé a sentir debilidad en el cuerpo, me comenzaron a sudar las manos y comencé a temblar. Días después comencé a tener taquicardia, por ese entonces estaba estudiando una maestría la cual tuve que dejar debido a estos ataques.	Estos sucesos generaron en mi aislamiento social ya que tenía miedo a tener estos ataques cuando estuviera solo o por ejemplo manejando. Asimismo, perdí productividad ya que no podía trabajar ni tampoco dormir.	Poco después de que me ocurrieron estos problemas físicos, busque ayuda médica ya que no comprendía lo que me estaba pasando. Los exámenes no detectaron mayor problema por lo que me recomendaron solicitar una cita en el departamento de psicología. Mi familia y novia no comprendían porque me sucedía esto y trataban de ayudarme sin éxito.
¿Qué esperas?	Que mi mamá sane y salga de todo esto	Que todo salga bien en el post operatorio	Calmarme y que no me vuelva a ocurrir estos síntomas físicos	Superar la depresión y volver a mis actividades rutinarias.	Empatía, encontrar personas que hayan pasado lo mismo que yo. Soluciones.
¿Qué recibes?	Incertidumbre, miedo	Angustia, miedo	Miedo, desesperación	Miedo, depresión, temor, desesperanza	Sorpresa, esperanza
¿Cómo se siente?	Triste y preocupado	Muy triste, agobiado y lloroso	Tenso y desesperado	Triste y deprimido	Aliviado y esperanzado

Como resultados, se encuentran las siguientes oportunidades de mejora:

- De acuerdo con las encuestas el 33% de las personas encuestadas indicó que no se sintió escuchada por lo que establecer el canal de comunicación entre el paciente y una ayuda profesional es importante. De esta manera, se deben generar espacios donde la persona pueda expresarse y comunicar sus puntos de dolor con un especialista (terapeuta) y de esta manera obtener un tratamiento.
- El sueño es vital para tener una vida sana, por ende, es necesario generar una estabilidad en el usuario para que este pueda recuperar el sueño y de esta manera pueda descansar y contribuir a su salud física y mental.
- Implementar estrategias de gestión del estrés y de sus síntomas, existen terapias basadas en la relajación y el manejo de los ataques de ansiedad basadas en la respiración y en ejercicios que buscan controlar los cuadros de ataques y que las personas pueden padecer.
- Proporcionar un canal de información ya que de acuerdo con las encuestas el 33% de los pacientes que no se sintieron escuchados necesitan información para comprender qué es lo que están sintiendo. Existen muchos casos en que el estrés pasa a un plano físico y genera síntomas como mareos, desmayos, dificultad en la respiración, taquicardia, entre otros. Se necesita comprender y hallar una manera de controlar estos síntomas.
- Toda la información es importante para comprender el proceso químico de una persona que sufre de estrés, de esta manera existe la necesidad de abordar el tratamiento inclusive desde la alimentación ya que, por ejemplo, existen algunos alimentos y/o bebidas como el café que generan en el cuerpo humano una excitación en el sistema nervioso que contribuye con las reacciones físicas del estrés. Bebidas que contienen cafeína tales como: el café, el té, las gaseosas son perjudiciales para

una persona que está atravesando por un cuadro generado por estrés de esta manera es necesario ofrecer una guía nutricional para el paciente.

- Lugares en donde las personas puedan conversar, conocer a personas que estén pasando por cuadro similares y buscando ayuda son importantes para que pueda sentirse en comunidad y fortalecer la necesidad de sentirse escuchado y que no está solo. De esta manera desarrollar talleres como el yoga o terapias de relajación grupales es una buena manera de formar una comunidad que pueda apoyar al paciente.

3.3. Identificación de la Necesidad

Este estudio permitió identificar los parámetros más relevantes del usuario, entre los cuales se resalta lo siguiente: el 75% de los encuestados indicó alguna vez haber padecido de estrés y de algún problema de bienestar emocional; asimismo, el 33% de los encuestados declararon que una de las principales barreras que tuvieron fue el no sentirse escuchados y la falta de empatía. Asimismo, de la totalidad de las personas que alguna vez padecieron problemas de bienestar emocional solo el 20% acudió por ayuda profesional, esto es importante ya que se evidencia que hay poca cantidad de personas que acuden a terapia y tratan de sanar por cuenta propia o sobrellevar estos males lo que significa una oportunidad de negocio para el proyecto. Desmitificar la necesidad de ayuda o terapia profesional es uno de los propósitos de este proyecto.

Por otro lado, se pudo evidenciar que la mayoría de los encuestados dedican una gran parte de su tiempo a sus actividades laborales, en muchos casos más de 8 horas, el 47% declaró esto. Asimismo, el 32% de los encuestados tiene un mal ambiente laboral. Las largas horas en el trabajo, así como el mal ambiente laboral son uno de los factores principales que contribuye a que los usuarios desarrollen males de bienestar emocional desencadenados por el estrés generado.

Finalmente, se evidencia que muchas personas necesitaron terapias de relajación, yoga para poder sobrellevar el mal que les quejaba. En los casos más críticos el estrés desarrolla síntomas físicos en las personas que lo padecen como, por ejemplo: mareos, vómitos, sudoración excesiva, taquicardia, dificultad para respirar, entre otros. Por esta razón es de vital importancia poder ofrecer al usuario soluciones para que pueda controlar estos síntomas físicos y evitar que se conviertan en un riesgo para su salud.



Capítulo IV. Diseño del Producto o Servicio

En este capítulo se describe el proceso de creación del servicio, comenzando desde la generación de ideas que se apoyarán en lienzos mediante el desarrollo de un prototipo ágil. Como producto final, se busca presentar la propuesta de valor y el producto mínimo viable (PMV) en este capítulo.

4.1. Concepción del Producto o Servicio

Según La Defensoría del Pueblo (2023), se exhorta al Estado peruano a priorizar la política de salud mental en la agenda nacional y continuar con la implementación de los servicios de atención en los centros de salud comunitarios, unidades de hospitalización en salud mental y adicciones en establecimientos desde el nivel II-2, centros de rehabilitación psicosocial y laboral, hogares y residencias protegidas (Defensoría del Pueblo, octubre 2023).

Es así que, los especialistas que formarán parte del servicio son profesionales psicólogos cuya labor está sujeta a la Ley N° 28369, ley del trabajo del psicólogo, y su reglamento, los cuales regulan el trabajo y carrera del psicólogo que presta servicios en el sector público y privado, cualquiera que sea su régimen laboral (Plataforma del Estado Peruano, agosto 2007). Asimismo, se menciona la Ley N° 30947, ley de salud mental, por la importancia que tiene porque establece el marco legal para garantizar el acceso a los servicios, la promoción, prevención, tratamiento y rehabilitación en salud mental (Plataforma del Estado Peruano, mayo 2019), pero que en la actualidad se viene gestando un cambio en determinar la competencia para el diagnóstico de un problema de salud, ampliando de un psiquiatra o médico cirujano colegiados a los profesionales psicólogos.

Teniendo en cuenta la problemática actual del país y el resultado de las encuestas realizadas, se decidió crear una plataforma digital que ayude a la población del distrito de Miraflores a tener una atención personalizada acorde a sus necesidades. Acorde a ello, se decide implementar la matriz 6x6 la cual se muestra en la Figura 2, cuyos resultados se

pueden ponderar según el esfuerzo que requerirá para implementar, así como el impacto que dará en la resolución de la problemática. Esto se aprecia en la Figura 3.

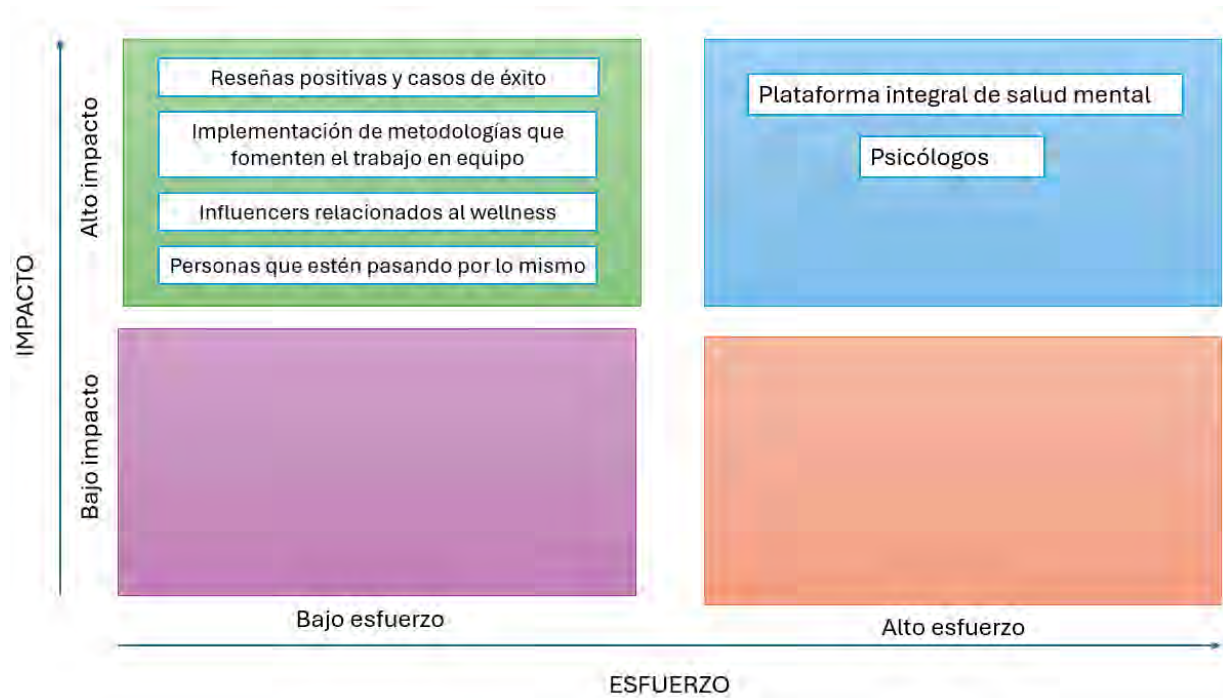
4.2. Desarrollo de la Narrativa

Teniendo en cuenta todas las necesidades que se percibió durante las encuestas realizadas a personas del distrito de Miraflores, se puede mencionar que los dolores que ellos tienen están relacionados a la falta de conocimiento y atención que necesitan para tratar sus problemas emocionales y mentales. Así mismo, mencionaron que requieren de una solución que se encuentre al alcance de ellos y sea práctico, es decir, que se eviten temas administrativos y burocráticos que retarden la atención que ellos requieren. Necesitan una solución sostenible en el tiempo, ya que son conscientes que pueden volver a recaer más

Figura 2

Matriz 6x6

¿Qué alternativas que le ahorren tiempo podrían tomar?	¿Quiénes podrían hacerlos sentir escuchados?	¿Quién podría guiarlos?	¿Cómo puede mejorar su clima laboral?	¿Quiénes podrían recomendar estas alternativas?	¿Cómo se puede garantizar que una alternativa sea fiable?
- Clases virtuales de baile - Clases virtuales de yoga - Juegos online que puedan desestresarlos - Clase de aeróbicos en línea	- Psicólogos - Familia - Amigos - Personas que estén afrontando los mismo problemas que ellos (y que puedan empatizar)	- Coach - Padres - Amigos	- Cambiando de empleo - Conversando sobre nuevas iniciativas con RRHH - Conversando con su jefe directo para mejorar la cultura en el área	- Amigos y familia - Celebridades - Influencers	- Si cuenta con reseñas - Si trabaja con alianzas con instituciones reconocidas - Tiene un buen posicionamiento - RUC registrado en SUNAT - Redes sociales activas
- Jugar online con amigos - Psicólogo a domicilio - Clases de yoga a domicilio - Plataforma de salud mental	- Psicólogos - Personas que estén afrontando los mismos problemas que ellos (y que puedan empatizar) - Sus amistades o familia - Call center 24 horas con psicólogos	- Guía espiritual - Psicólogos - Amistades	- Implementando metodologías que fomenten el trabajo en equipo - Conversando con RRHH para realizar actividades grupales	- Amigos y familia - Psicólogos - Influencers relacionados al wellness	- Tiene buenos comentarios - Recomendado por amigos
- Taller virtual de cuidado de plantas - Taller virtual de elaboración de arreglos florales - Taller virtual de meditación	- Psicólogos - Personas que estén afrontando lo mismo	- Coach - Psicólogos - Familia	- Realizar talleres con plantas en el trabajo	- Amigos y familia	- Si trabaja con alianzas con instituciones reconocidas - Si ya Tiene tiempo en el mercado
- Ver películas para relajarse - Clase virtual de música - Escuchar música	- La familia y amigos - La pareja	- Profesores - Psicólogo	- Permitir que hayan 2 días de la semana en donde puedan realizarse teletrabajo	- Amigos y familia - Psicólogos	- Si cuenta con testimonios grabados - Si cuenta con reseñas - Si trabaja con alianzas con instituciones reconocidas - Si ya tiene tiempo en el mercado
- Plataforma de salud mental - Psicoterapeuta a domicilio - Jugar videojuegos - Conversar con la familia	- Psicólogos - Familia - Amigos - Personas que estén pasando por lo mismo	- Psicólogos - Padres - Coach	- Implementación de metodologías que fomenten el trabajo en equipo	- Amigos y familia	- Si cuenta con testimonios grabados - Si cuenta con reseñas positivas - Si trabaja con alianzas con instituciones reconocidas - Buen posicionamiento de mercado
- Plataforma integral de salud mental	- Personas que estén pasando por lo mismo	- Psicólogos	- Implementación de metodologías que fomenten el trabajo en equipo	- Influencers relacionados al wellness	- Si cuenta con reseñas positivas - Casos de éxito

Figura 3*Matriz de Costo - Impacto*

adelante, de tal forma que puedan recurrir nuevamente a buscar la ayuda que necesitan.

De acuerdo con la información recaudada, se realiza un esquema que resume las necesidades del usuario y describe gráficamente cuál es su experiencia al momento de utilizar un servicio que alivie su dolor. La Figura 4 permite visualizar esta experiencia en una serie de actividades, en donde se resalta el pensamiento del usuario en cada una de esta y como se ha sentido al respecto, ya sea positiva o negativamente. Este proceso es la primera etapa de la metodología Design Thinking aplicada para la resolución del problema, enfocándose en la empatía.

Siguiendo con la metodología de Design Thinking, habiendo recopilado información, se define claramente el problema y cómo se resolverá exactamente. Aquí es donde se concentra en el corazón del asunto y se define la necesidad detectada: Lograr la estabilidad emocional, superar la inseguridad y ansiedad que mejore su rendimiento laboral, académico u otros.

Figura 4

Lienzo: Conociendo la Experiencia del Usuario

Actividades de la experiencia	Se registran en la plataforma	Se elige al profesional con el que llevará la cita	Se agenda la cita y primera evaluación al paciente (test)	Se acude a la cita (virtual o presencial)	Se brinda un diagnóstico médico del especialista
Pensamientos del usuario	Voy a mejorar mi bienestar emocional mediante las sesiones	Espero que el profesional sea el adecuado para llevar mi tratamiento	Espero encontrar una fecha que se ajuste a mis tiempos	Estoy nervioso ya que no es una experiencia habitual para mí	Espero que los resultados sean favorables y que me brinden un tratamiento efectivo
Puntos de satisfacción	+				
Puntos neutrales	-				
Puntos de dolor	+				
Puntos de dolor	-				
Sustento de la experiencia	Me fue sumamente fácil registrarme en la Plataforma, es bastante amigable	Es gratificante encontrar una variedad de especialistas de los cuales puedo elegir para llevar las sesiones.	No encontré la fecha ideal para mi primera sesión, tuve que reprogramar mis actividades para llevarla	Fue agradable la experiencia que tuve con el especialista, elegí bien.	Estoy satisfecho con la precisión con la cual el especialista abordó la sesión y brindó el diagnóstico

Con el fin de atender la necesidad, se pasa a una tercera etapa donde se generan ideas, las mismas que se detallan en el lienzo de la Figura 5 como una lluvia de propuestas que se enfocan en atender a la problemática.

Figura 5

Lienzo: Explorando Ideas de Solución

ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS

LIENZO: Explorando Ideas de Solución

Redacta la necesidad

Lograr la estabilidad emocional, superar la inseguridad y ansiedad que mejore su rendimiento laboral, académico u otros.

Preguntas exploratorias

¿Cuáles son las principales preocupaciones o problemas que estás enfrentando en este momento? ¿Qué esperas lograr a través de la terapia? ¿Qué tipos de tratamiento ayudarían a mejorar su estabilidad emocional?

Aplicar nuevas técnicas de tratamiento

Uso de terapias de relajación

Uso de IA para diagnóstico de enfermedades mentales

Promover la participación en grupos de autoayuda

Desarrollar una plataforma que conecte pacientes y especialistas

Ofrecer desarrollar actividades en áreas abiertas

Acompañamiento externo del especialista durante el proceso

Uso de IA como un asistente virtual

Filtrar profesionales de la salud

Ejercicios de mindfulness

Contar con un pool de especialistas

Respuesta inmediata en situaciones críticas

Nuevas técnicas de tratamiento

Desarrollar plataforma tecnológica

Contar con staff calificado

Ofrecer múltiples servicios sociales

Teniendo las ideas de la Figura 5, se opta por organizarlas y agruparlas según su similitud en un tópico definido, logrando así resumir todas las ideas planteadas en cuatro ideas macro, que son: Nuevas técnicas de tratamiento, desarrollar plataforma tecnológica, contar con staff calificado y ofrecer múltiples servicios sociales. Como parte de la metodología Design Thinking, se emplean estas ideas macro en una matriz de decisión llamada “Matriz 5 x 4”, donde se aplicarán cinco criterios de evaluación a las cuatro ideas macro rescatadas. Esta matriz se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Lienzo: Matriz de Decisión 5 x 4

Lienzo: Matriz de decisión 5x4				
Parámetros de evaluación	Nuevas técnicas de tratamiento	Desarrollar plataforma tecnológica	Contar con un staff calificado	Ofrecer múltiples servicios sociales
Criterio: Costo del servicio	2222	2221	2222	1112
Criterio: Disponibilidad de profesionales	2112	1011	2222	1001
Criterio: Beneficios sobre la salud mental	2222	1222	2222	1121
Criterio: Impacto social	1122	1121	2222	0122
Criterio: Asesoría profesional personalizada	2101	1111	1112	0100
Resultados de las evaluaciones	32	26	37	18

Como último paso de la etapa de ideación de la metodología Design Thinking, se define la idea de solución, describiendo el proceso y la tecnología que se han de usar en la propuesta, así como resumiendo el impacto que genera tanto en la mitigación de dolores como en el aumento de beneficios que obtendrá el usuario. Este resumen se aprecia en el lienzo mostrado en la Figura 7.




De la solución aterrizada, se procede a elaborar un prototipo de la solución, el mismo que se detalla a mayor profundidad en el capítulo 4.5, pero teniendo como base la herramienta de la metodología Design Thinking el lienzo mostrado en la Figura 8.

4.3. Carácter Innovador del Producto o Servicio

Los temas de educación y salud son sectores que se encuentran siempre en constante cambio durante sus procesos razón por la cual lo hace idóneo para poder aplicar tecnologías disruptivas que impulsa el desarrollo de nuevas estrategias para el desarrollo de la sociedad, según Vidal et al. (2019).

Figura 7

Lienzo: Aterrizando la Idea de Solución

Crear un servicio de atención para la salud emocional y mental a través de la implementación de una plataforma digital que sea amigable para los usuarios.	
Parámetros de la Solución	
 <p>Describe el proceso y la tecnología e la propuesta de la solución (si aplica)</p>	El usuario tendrá a su disposición un servicio personalizado para la atención de su salud mental, ello a través del uso de una plataforma digital para registrarse y agendar citas para la atención.
 <p>Cómo mitigas los dolores del usuario</p>	El usuario podrá acceder de manera personalizada a un tratamiento integral según el diagnóstico del especialista. Para ello se realizará terapias, talleres, grupos de autoayuda, videollamadas a su doctor tratante, entre otros.
 <p>Cómo aumentas los beneficios del usuario</p>	Se realizará un seguimiento al tratamiento integral del paciente, ello a fin de poder conocer los avances de su mejoría y nos sirva como modelo para casos similares.

Actualmente existen diversas opciones de atenciones psicológicas de manera virtual y/o presencial que en muchas ocasiones se queda en una sola sesión o también con indicaciones del especialista, lo que les conlleva a buscar otros medios para cubrir esa necesidad con lo cual no pueden aliviar el problema que los aqueja. Teniendo en cuenta la premisa se puede considerar que la alternativa propuesta es de índole de innovación incremental, el cual se basa en el aprovechamiento de los recursos disponibles con el

propósito de adaptar los productos o servicios para resolver problemas (Geiger y Finch, 2016).

Figura 8

Lienzo: Prototipando con Empatía



El servicio ofrecido por Welfare se considera innovador por lo siguiente:

- Utiliza los diversos medios tecnológicos para estar más cerca a los usuarios, de esta manera podrán acceder a ella desde cualquier punto donde se encuentren.
- Tiene una plataforma digital amigable que permite a los usuarios solicitar los servicios de los diversos especialistas de la salud.
- Existe un portal donde podrás ver la información general de cada especialista como su curriculum vitae y foto.
- Ofrece talleres multidisciplinarios dictadas por especialistas de cada disciplina (yoga, meditación, plantas, nutrición, aeróbicos).

- La plataforma digital les permitirá acceder al seguimiento del avance del tratamiento psicológico a través del servicio de acompañamiento, donde podrán ver los informes de las evaluaciones psicológicas con el especialista. El servicio también puede darse de forma independiente a las atenciones psicológicas.
- Genera ingresos económicos a muchos profesionales de la salud y diversos especialistas que no cuenten con un lugar físico donde atender o con la capacidad de poder movilizarse de un lugar otro (restricciones de diversas índoles).
- Brinda la oportunidad de atención psicológica a una persona que no cuente con los medios económicos para acceder a ello, ya que, a partir de cada 10 atenciones psicológicas, se otorgará un cupo para un beneficiario, el cual será seleccionado en trabajo en equipo con la municipalidad.

4.4. Propuesta de Valor

Por un lado, como parte de las alegrías del usuario final, se tiene la paz, tranquilidad, el tener un espacio de crecimiento profesional en su empleo, la ausencia de estrés, el contar con tiempo suficiente para realizar todo lo que desean y el contar con la comprensión de su familia.

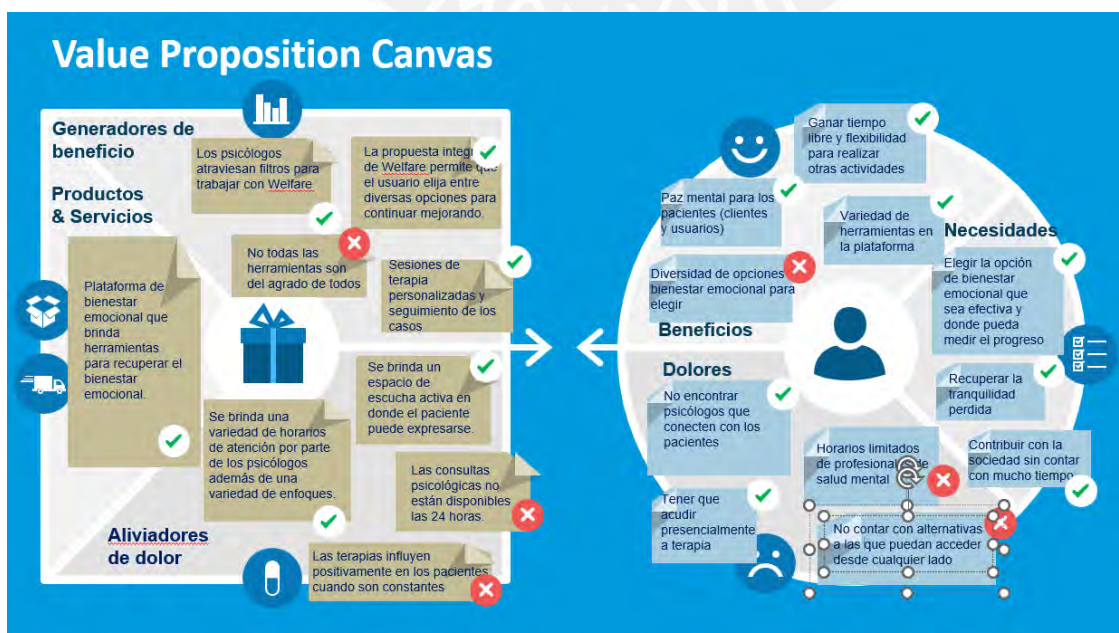
Por otro lado, como parte de sus frustraciones, se tiene el que no puedan contar con tiempo suficiente para realizar todo lo que se plantearon además de no gozar del entendimiento y comprensión de su familia. Aquellos aliviadores que se detecta que combaten las frustraciones de los pacientes son el poder establecer comunicación y exteriorizar sus sentimientos con amistades, el practicar deportes, el llevar terapia psicológica y el refugiarse en la religión.

Dicho todo ello, la solución diseñada por el equipo es una plataforma tecnológica por medio de la cual se establece un canal de comunicación seguro en donde el usuario puede manifestar todo aquello que siente y donde además un especialista (psicólogo altamente calificado) guía al usuario hacia su crecimiento personal y hacia la mejora de su estado

emocional mediante sesiones agendadas con suma facilidad y posterior a la sesión mediante el seguimiento vía app (es importante para el paciente sentirse acompañado durante su proceso de mejora). Adicionalmente, se harán pruebas desde donde se determinará los puntos de dolor del usuario los cuales se estarán trabajando a lo largo de las sesiones. Asimismo, la plataforma conectará a los usuarios mediante grupos de ayuda en donde también podrán manifestar aquello que piensan y sienten con otras personas que están atravesando por lo mismo. También se contará con talleres que fomentarán el bienestar de la persona en el trabajo, el manejo de emociones en el ámbito laboral y personal, el desarrollo de resiliencia, la actividad física (ejercicios), establecimiento de buenos hábitos, etc., logrando de esta manera que el usuario final mejore la relación que lleva con su empleo que según se ha indicado en puntos previos, no suele ser la mejor. Además, dada la relevancia que representa el hacer ejercicios para el usuario, se impartirán talleres con dicha temática. Por último, se complementan las opciones ya listadas con cursos y tips desde donde el usuario podrá elegir dentro de una amplia gama de cursos los que sean de su interés. Los beneficios, necesidades que se cubren y dolores que se buscan aliviar se pueden apreciar en la Propuesta de valor mostrada en la Figura 9.

Figura 9

Lienzo: Propuesta de Valor



4.5. Producto Mínimo Viable (PMV)

En el primer Sprint, se lanza una lluvia de ideas con respecto a lo que debería tener el servicio que se brindará en la plataforma web, las mismas que se fueron colocando sobre un papel. Asimismo, se fueron descartando, priorizando y fusionando algunas ideas que derivaron en la Figura 8 mostrada antes. En el segundo Sprint, se decidió profundizar en cada apartado que tendría el menú de la plataforma web Welfare. Este diseño de prototipo fue realizado en Figma, como se aprecia en la Figura 10, herramienta que permite explayar en las funcionalidades de cada opción que se coloca en la plataforma. Se obtuvo una vista mucho más clara de lo que experimentaría el cliente. Sin embargo, se vio conveniente pasar el prototipo a una página web donde la experiencia del cliente sea totalmente interactiva con la solución, tal como muestra la Figura 11. En el tercer Sprint, el prototipo realizado que se visualiza en la web <https://welfare.eduardvives.com/> refleja aquello que se añora: una plataforma que integra una gran variedad de cursos y talleres, el perfil donde el paciente puede ir viendo su evolución, los grupos de apoyo donde podrán encontrar personas que sienten lo mismo que ellas, el test de entrada que servirá como referencia para el psicólogo y un apartado donde se muestra la contribución a la sociedad que se realiza para los clientes, pero también para aquellos que no cuentan con recursos necesarios y aun así necesitan llevar sesiones de terapia. En el cuarto Sprint, se realiza las pruebas de usabilidad con pacientes y psicólogos y mediante la retroalimentación se pudieron realizar mejoras como la incorporación de testimonios de pacientes, resaltando la contribución a la sociedad en el menú de inicio y también colocando una reseña de la experiencia de cada psicólogo que conforma el staff.

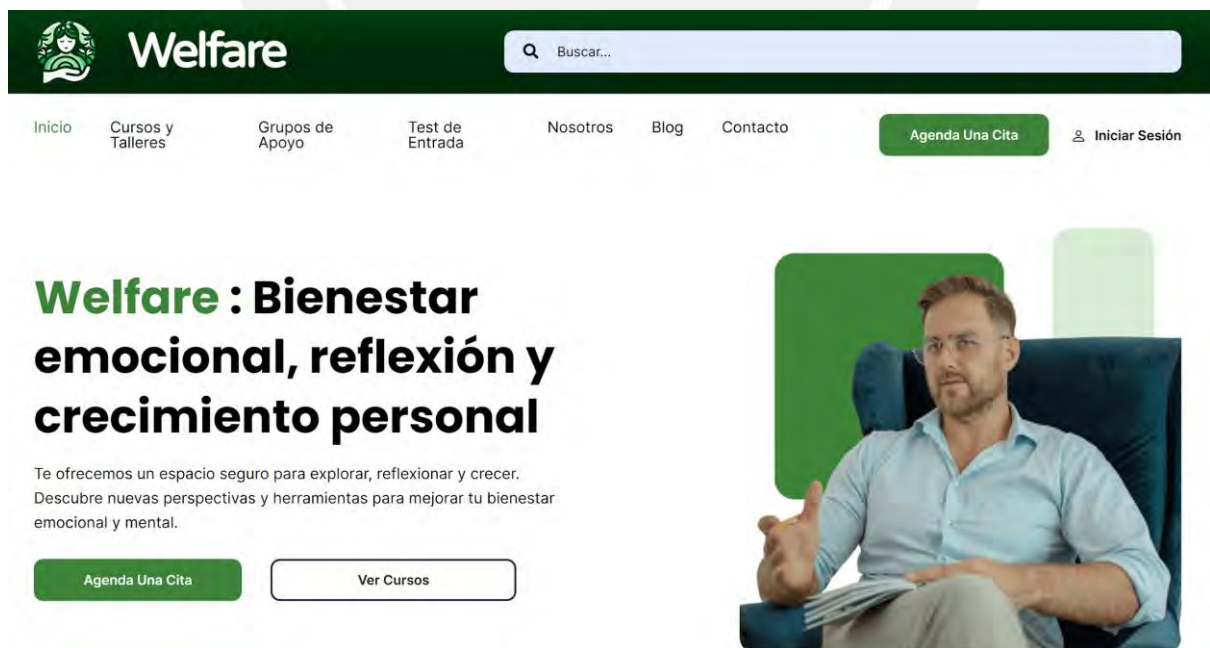
Figura 10

Prototipo en Figma



Figura 11

Prototipo Final en Web



Capítulo V. Modelo de Negocio

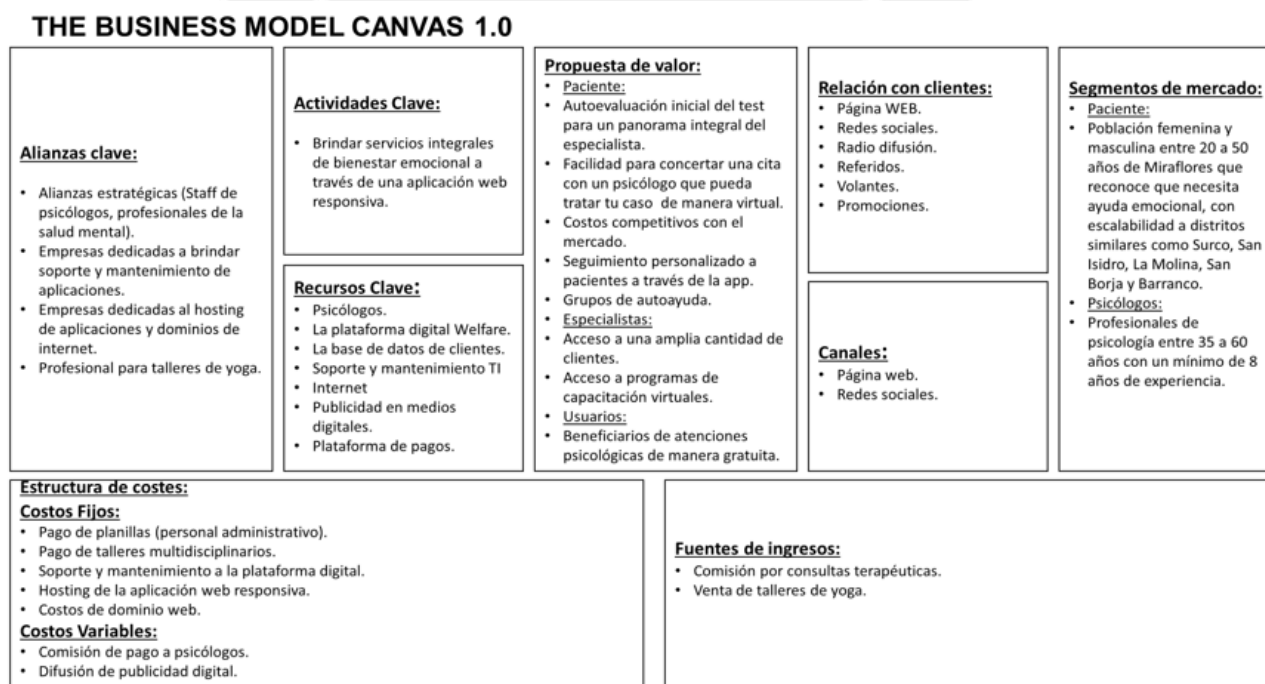
El presente capítulo presenta a detalle la relevancia de la propuesta de valor del proyecto Welfare, esquematizado en un lienzo que describe a todos los agentes involucrados y muestra cómo se sustenta el modelo de negocio.

5.1. Lienzo del Modelo de Negocio

El lienzo del modelo de negocio, detallado en la Figura 12 consta de nueve partes. Como parte de la primera de ellas, alianzas claves, se incluye al staff de profesionales de la salud mental ya que son los socios estratégicos, aquellos que plantearán el camino que seguirán los pacientes para que puedan encontrar la mejor versión de sí mismos. Asimismo, se cuenta con la empresa que brindará el hosting tecnológico, el soporte y mantenimiento de la aplicación. Además, se cuenta con la red de clínicas privadas quienes podrían recomendar Welfare con sus pacientes y Welfare los recomendaría a ellos también.

Figura 12

Lienzo del Modelo de Negocio



Como parte de actividades claves, se tiene que brindar servicios para que el usuario alcance el bienestar emocional mediante las diversas herramientas que se ponen a su disposición.

Continuando con el tercer punto, se tiene los recursos claves dentro de los cuales los principales son los psicólogos (quienes darán las sesiones de terapia y establecerán la ruta de transformación), la aplicación digital propiamente dicha, la base de datos de los clientes (para que se brinde un servicio acorde a sus necesidades), soporte y mantenimiento de la aplicación para garantizar el servicio ininterrumpido. En cuarto lugar, dentro de la estructura de costos fijos se tiene el pago de planillas al personal administrativo que se dará cada mes independientemente de las ventas, el pago de talleres multidisciplinarios que se dará independientemente a la cantidad de usuarios activos en la plataforma, los costos de dominio web (para continuar operando sin inconvenientes), entre otros. En quinto lugar, la propuesta de valor del paciente consta de la prueba inicial desde donde se identificarán los puntos del dolor del paciente lo cual garantizará la mejoría en aquello que lo aqueja. También se tiene presente en este punto la facilidad de agendar citas con el especialista de su elección (pudiendo tener la sesión virtual), el seguimiento al paciente y los grupos de autoayuda que servirán como una fuente adicional de soporte. La propuesta de valor del psicólogo consta de cuatro puntos: acceso a amplia cantidad de clientes (lo cual implica una mayor rentabilidad para ellos), comisiones atractivas (beneficio económico) y acceso a programas de capacitación virtuales (se fomenta su crecimiento profesional).

En sexto lugar, la relación con clientes se dará por medio de redes sociales ya que gran parte del público objetivo se familiariza con dicho medio. Asimismo, se tendrá una plataforma de atención al cliente para garantizar que cualquiera de sus dudas o inconvenientes sea resuelto.

Otro punto del Lienzo Modelo de Negocio son los canales por medio de los cuales se brindará el servicio al cliente: plataforma digital (así se garantiza una mayor flexibilidad para los pacientes de poder asistir a las sesiones y les resulta más cómodo).

Como octavo punto se tiene el segmento de mercado del paciente el cual se determina analizando donde se ubican aquellas personas con cierto poder adquisitivo, que aceptan que han atravesado o están atravesando por problemas que impactan en su bienestar emocional y comprobando mediante las encuestas que efectivamente serían potenciales clientes.

Asimismo, en este punto se tiene a los segmentos del mercado de los psicólogos los cuales se determinan basados en que los pacientes valorarían más la atención de quienes llevan más tiempo atendiendo casos similares a los suyos (especialidad profesional).

Por último, como noveno punto se tiene a las fuentes de ingresos las cuales se tendrán por las atenciones a través de la plataforma digital (de esta forma el paciente obtendrá no solo una sesión de terapia sino también otras herramientas que le serán de suma ayuda).

Con respecto a los profesionales de la salud que realizarán el tratamiento de los pacientes, es decir los psicólogos, se ha realizado una encuesta a 24 profesionales, con un banco de preguntas detallado en la Tabla 7, dentro de los cuales el 78% de los encuestados tiene más de tres años de experiencia, el 60% indicó que el costo promedio de una sesión web oscila entre los 100 soles. Asimismo, el 62% indicó que los padecimientos con mayor incidencia son los relacionados con la ansiedad y depresión con un 62%. Por otro lado, el 54% de los encuestados indicó que había realizado video consultas y que estaría dispuesto a trabajar en este formato. Estos resultados son detallados en la Tabla 8.

Tabla 7*Estructura de las Encuestas Realizadas a Psicólogos*

Nº	Pregunta	Respuesta	Tipo	Sustento de pregunta
1	¿Eres psicólogo?	Si / No	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación
2	¿Cuánto tiempo de experiencia tienes como psicólogo?	de 1 a 2, de 3 a 5, más de 5 años	Respuesta Abierta	Identificar expertise
3	¿Qué herramientas consideras que son las más valiosas dentro de tu labor como psicólogo?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar recursos necesarios para el tratamiento
4	¿Cómo consideras que es tu manejo de tecnología (Internet, celular, Tablet, laptop)?	Bueno / Malo	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación
5	¿Has realizado previamente video consultas?	Si / No	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación
6	¿Cuántas sesiones de terapia suele llevar un paciente en promedio?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar número de sesiones promedio
7	¿Qué requisito indispensable creerías que debería tener una plataforma de salud mental?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar características de usabilidad
8	¿Qué rango salarial por cada sesión de terapia sería el mínimo esperado por ti?	de a S/.60 a S/.80, de S/.80 a S/.100, mayor de S/.100 Soles	Respuesta Abierta	Identificar rango salarial esperado por profesionales
9	¿Qué rango salarial mensual sería el mínimo esperado por ti?	de a S/.1500 a S/. 2000, de S/. 2000 a S/.5000, mayor de S/.5000 Soles	Respuesta Abierta	Identificar rango salarial esperado por profesionales
10	¿Qué tipo de padecimientos sueles tratar?	(Abierto)	Respuesta Abierta	Identificar cuáles son los padecimientos de mayor incidencia
11	¿Estaría dispuesto a realizar consultas por video conferencia?	Si / No	Respuesta Cerrada	Variable de segmentación

Tabla 8*Resultados de las Encuestas Realizadas a Psicólogos*

N°	Pregunta	Información más relevante	Patrones
1	Ocupación	Todos los encuestados son psicólogos	El 100% de los encuestados son psicólogos
2	Experiencia	La mayoría de los encuestados tienen más de 5 años de experiencia.	El 48% de los encuestados tienen más de 5 años de experiencia.
3	Herramientas y metodología	La mayoría de los encuestados cree que es importante una buena relación con el paciente y la capacidad de escucha.	El 52 % de los encuestados piensa que es mejor una buena relación con el paciente.
4	Manejo de tecnología digital, herramientas digitales	La mayoría de los encuestados maneja herramientas digitales.	El 91% de los encuestados tiene un buen manejo de las TIC.
5	Videoconsultas	La mayoría de los encuestados ha realizado un videoconsulta.	El 91% de los encuestados realizó video consulta.
6	Cantidad de terapias mínimas	La mayoría de las pacientes necesita más de 8 terapias.	El 52% de los encuestados afirmó que como mínimo se necesitan 8 terapias.
7	Requisitos de usabilidad	La mayoría piensa que es determinante la facilidad de manejo de la plataforma, por otro lado, también indicaron que es necesario la confidencialidad de datos de los pacientes.	El 47% de los encuestados indicó que es importante la facilidad de acceso y manejo de la plataforma.
8	Costo de sesión online	La mayoría de los pacientes indico que el costo debe ser mayor a 100 soles.	El 65% de los encuestados indicó que el costo de la sesión debe ser mayor a 100 soles.
9	Salario de profesionales	La mayoría de los profesionales tienen como salario entre S/.1500 y S/.5000 soles.	EL 65 % de los psicólogos tiene un salario que esta entre los rangos de S/.1500 y S/.5000 soles.
10	Mayor incidencia de enfermedades	La mayoría de los trastornos atendidos es la ansiedad.	El 43% de los encuestados trata trastornos de ansiedad.
11	Disponibilidad para realizar videoconsultas	La mayoría de los encuestados realizaría video consultas	El 91% de los encuestados indicó que está disponible a realizar video consultas.

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

Respecto al enfoque financiero del modelo de negocios, se consideran los ingresos al modelo de negocio representados en la Tabla 9.

Tabla 9

Ingresos del Modelo de Negocio

Ingreso x Consultas	
Número de profesionales	50
Cantidad de atenciones x profesional	4
Cantidad de pacientes x día	200
Número de días atendidos x mes	20
Cantidad de consultas x mes	4000
Precio unitario de consulta	S/ 125.00
Ingreso x consultas x mes	S/ 500,000.00
Ingreso x Talleres	
% de Pacientes que adquieren el taller	3%
Pacientes que adquieren el taller	180
Precio unitario taller virtual	S/ 20.00
Cantidad de talleres virtuales x mes	12
Precio unitario taller presencial	S/ 50.00
Cantidad de talleres presencial x mes	3

Debido a estos ingresos percibidos en el primer año únicamente, se tiene un total de S/ 6'842,400.00 por las ventas realizadas en el primer año de funcionamiento.

A continuación, se visualizan los costos y gastos en que se tienen que incurrir en el primer año para lograr el funcionamiento del modelo de negocio, llegando a un total de S/ 5'618,905.09, cuyo detalle se visualiza en la Tabla 10.

Tabla 10

Costos del Modelo de Negocio

Costos de Ventas	
Soporte a la plataforma digital	2,482.85
Mantenimiento a la plataforma digital	10,000.00
Costos de diseño de página web	5,592.00
Costo de pasarela de pago	102,636.00
Costos de hosting y dominio web	6,822.24
Total de Costos de Ventas	127,533.09

Gastos de Ventas	
Difusión de publicidad digital a Profesionales	118,371.60
Difusión de publicidad digital a Pacientes	276,200.40
Total de Gastos de ventas	394,572.00

Gastos Administrativos	
Pago de planillas	150,000.00
Pago de talleres multidisciplinarios	36,000.00
Pago de talleres multidisciplinarios presencial	10,800.00
Pago por comisión a profesionales	4'800,000.00
Bolsa de Indemnizaciones u Otros	100,000.00
Total de Gastos administrativos	5'096,800.00

De manera adicional, a fin de garantizar la viabilidad, se plantea generar Alianzas Estratégicas con instituciones de salud, empresas, aseguradoras locales, staff de psicólogos y profesionales de la salud mental para ofrecer servicios descritos de la plataforma, incrementando la base de clientes potenciales y de esta manera las principales fuentes de ingresos: comisión y suscripción.

El análisis financiero corresponde al análisis de unos indicadores de rentabilidad adecuados, para considerar el emprendimiento viable. Por ello se genera el flujo de caja respectivo, por los próximos cinco años, obteniendo estos indicadores:

- VAN: S/ 3'790,317.82
- TIR: 201%
- EBITDA: S/ 1'223,494.91 (primer año)

Se toma en consideración que, como accionistas, se busca como mínimo que el costo del capital esperado sea de 12%, lo cual se indica en la Tabla 11 como la variable “Ko” que representa lo que se espera obtener, según el modelo de Modigliani Miller.

Asimismo, se muestra en la Tabla 12 el flujo de caja proyectado para el período de cinco años, así como el flujo de caja de accionistas en la Tabla 13, con los cálculos considerados para hallar el costo promedio ponderado de capital (WACC) del proyecto.

Por último, se considera en la Tabla 14 que la deuda y el capital tendrán un peso de 30% y 70% respectivamente, considerando una tasa de interés bancario TCEA de 10.3% que proviene de préstamos personales de los accionistas del proyecto, según la tasa establecida por el BCP.

Tabla 11

Costo de Capital Esperado a Obtener por los Inversionistas

Costo de Capital
Modelo Modigliani Miller
$K_e = K_o + (D/P) \times (K_o - K_d) \times (1 - t)$
D = Deuda
P = Patrimonio
t = impuesto a la renta
Ko = lo que se espera obtener
Ko = 12%
Ke = 12.51%

5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio

Dado que el modelo de negocios actual contempla como segmento de mercado a la población femenina y masculina entre 20 a 50 años del distrito de Miraflores, posteriormente se escalará a los demás distritos catalogados como parte de Lima Top, siendo estos San Isidro, La Molina, Barranco, Surco y San Borja, para posteriormente expandirse a todas las capitales de provincia del Perú, para finalmente hacerlo a todo el país.

Según el Plan Nacional de Fortalecimiento de Servicios de Salud Mental Comunitaria. (2018-2021) de acuerdo con los Estudios Epidemiológicos de Salud Mental (EESM), realizados por el Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi” (INSM, 2003 -2012), las brechas en el acceso a servicios de salud mental fluctúan entre 69% en Lima Metropolitana y el Callao, sumado a que la población que sí logra acceder a estos servicios no tiene asegurado el tratamiento,

Tabla 12*Flujo de Caja Libre Proyectado*

	0	1	2	3	4	5
Venta de consultas terapéuticas		6'000,000.00	6,900,000.00	7,935,000.00	9,125,250.00	10,494,037.50
Venta de talleres multidisciplinarios virtuales		518,400.00	596,160.00	685,584.00	788,421.60	906,684.84
Venta de talleres multidisciplinarios presenciales		324,000.00	372,600.00	428,490.00	492,763.50	566,678.03
Ventas		6'842,400.00	7'868,760.00	9'049,074.00	10'406,435.10	11'967,400.37
Soporte a la plataforma digital		2,482.85	2,606.99	2,737.34	2,874.21	3,017.92
Mantenimiento a la plataforma digital		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Costos de diseño de página web		5,592.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo de pasarela de pago		102,636.00	118,031.40	135,736.11	156,096.53	179,511.01
Costos de hosting y dominio web		6,822.24	7,163.35	7,521.52	7,897.60	8,292.48
Costos de Ventas		127,533.09	137,801.74	155,994.97	176,868.33	200,821.40
Utilidad Bruta		6'714,866.91	7'730,958.26	8'893,079.03	10'229,566.77	11'766,578.97
Difusión de publicidad digital a Profesionales		118,371.60	130,208.76	143,229.64	157,552.60	173,307.86
Difusión de publicidad digital a Pacientes		276,200.40	303,820.44	334,202.48	367,622.73	404,385.01
Gastos de Ventas		394,572.00	434,029.20	477,432.12	525,175.33	577,692.87
Pago de planillas		150,000.00	172,500.00	198,375.00	228,131.25	262,350.94
Pago de talleres multidisciplinarios virtual		36,000.00	41,400.00	47,610.00	54,751.50	62,964.23
Pago de talleres multidisciplinarios presencial		10,800.00	12,420.00	14,283.00	16,425.45	18,889.27
Pago por comisión a profesionales		4'800,000.00	5'520,000.00	6'348,000.00	7'300,200.00	8'395,230.00
Bolsa de Indemnizaciones u Otros		100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
Gastos administrativos		5'096,800.00	5'846,320.00	6'708,268.00	7'699,508.20	8'839,434.43

	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa (EBITDA)		1'223,494.91	1'450,609.06	1'707,378.91	2'004,883.24	2'349,451.67
Intereses		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad antes de impuestos		1'223,494.91	1'450,609.06	1'707,378.91	2'004,883.24	2'349,451.67
Impuestos		360,931.00	427,929.67	503,676.78	591,440.56	693,088.24
Utilidad Neta (NOPAT)		862,563.91	1'022,679.39	1'203,702.13	1'413,442.68	1'656,363.43
CAPEX	636,269.09					
Flujo de caja libre proyectado	-636,269.09	862,563.91	1,022,679.39	1,203,702.13	1,413,442.68	1,656,363.43

Tabla 13*Flujo de Caja de Accionistas*

	0	1	2	3	4	5
+ Flujo de caja libre proyectado	-636,269.09	862,563.91	1'022,679.39	1'203,702.13	1'413,442.68	1'656,363.43
+ Desembolsos	190,880.73					
- intereses		-19,660.71	-16,459.51	-12,928.59	-9,033.98	-4,738.22
- amortizaciones		-31,079.63	-34,280.83	-37,811.76	-41,706.37	-46,002.13
+ escudo tributario de los intereses		5,799.91	4,855.56	3,813.93	2,665.02	1,397.77
Flujo de Caja de Accionistas	-445,388.36	817,623.48	976,794.59	1'156,775.72	1'365,367.36	1'607,020.86

Tabla 14*Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)*

Costo Promedio Ponderado del Capital (WACC)	
Costo de deuda	
Préstamo Personal BCP =	S/ 190.880.73
Kd =	10.30%
Wd =	30.00%
Costo del capital	
Capital =	S/ 445,388.36
Ke =	12.51%
We =	70.00%
TOTAL =	S/ 636,269.09
WACC =	10.94%

recuperación y continuidad de cuidados a lo largo del curso de vida. (Plan de Salud Mental Ministerio de Salud del Perú-2021). Por estos motivos, se considera que las propuestas de valor que el presente modelo de negocios considera, tendrá un impacto importante y de crecimiento exponencial una vez que se cubra el área del Producto Mínimo Viable y se dirija la atención a segmentos que comparten las mismas características demográficas y socioeconómicas.

5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio

El modelo de negocio propuesto es socialmente sostenible y responsable ya que busca desarrollar principalmente el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 3.4, según el PNUD (2024) indica que, para 2030, se busca reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar.

Según el diario La República (2023), se reveló recientemente, que apenas poco más del 2% de las instituciones educativas públicas cuentan con al menos un psicólogo, pese a que así lo establece la Ley 29719, ley que promueve la convivencia sin violencia en las instituciones educativas (Plataforma del Estado Peruano, junio 2011), desde hace 12 años.

Por ello, es sabido que en el Perú hay un déficit de profesionales especialistas en psicología. Por estos motivos, tras realizar campañas de concienciación sobre la importancia de la salud mental y los beneficios de la terapia en línea, se podría aumentar la demanda de servicios, reducir el estigma asociado a la búsqueda de ayuda psicológica y garantizar la viabilidad social del presente modelo de negocios. Estos programas de educación sobre la salud mental pueden ser promovidos en escuelas, lugares de trabajo y dentro del propio distrito de Miraflores con apoyo de la municipalidad, y en la escalabilidad del negocio a nivel nacional.

Con el objetivo de cumplir con la ODS 3.4, no sólo el emprendimiento tendrá clientes que requieren de especialistas a través de la plataforma, sino que también se tiene usuarios beneficiados. Así como se señala en la propuesta de valor descrita en el capítulo 5.1, donde se propone tener beneficiarios de atenciones psicológicas de manera gratuita el modelo de negocio busca expandir la atención hacia personas de bajos recursos y que no podrían atender su salud mental en ningún caso, por el descuido de las organizaciones gubernamentales y por no contar con los recursos necesarios a todo nivel. Bueno, es una atención a nivel social, que será financiada por el propio modelo de negocio, gracias a que se recaudará de cada pago de los clientes un monto que al acumularse hará posible que se pueda atender a estos usuarios en diversas oportunidades, en diversas campañas, con los psicólogos que también quieran participar y que cobren una tarifa más económica, lo cual sería su contribución a estas actividades para con los más necesitados. La iniciativa de que los psicólogos ofrezcan también su tiempo y tarifa preferencial para este público promueve que el modelo de negocio sea sostenible al evitar la migración del staff de especialistas hacia la competencia, pues comparten así un compromiso social y no únicamente un medio por el cual conseguir beneficio económico. Los clientes, desde luego serán informados por vías virtuales de lo que se viene haciendo, atendiendo y solucionando con sus aportes, que gracias a ellos se pueden cristalizar, concretando la ayuda de un peruano a otro peruano.

Asimismo, es sabido que, en las academias militarizadas e instituciones militares, se tiene muchos casos de comportamientos disociales, y no se tienen las suficientes guías que permitan que estos casos se vuelvan positivos, por lo que también se contará con este tipo de campañas.

Otro caso, comentado por los psicólogos asociados, es el de un albergue de mujeres adultas jóvenes en el distrito de Yanatilé, provincia de Calca, departamento del Cusco, a seis horas de la capital cusqueña, donde dichas jóvenes vienen con muchas dolencias y problemas de diferentes orígenes, como el abandono de sus familias, traumas psicológicos, depresión extrema, agresiones físicas, entre otros; donde tranquilamente podrían hacerse campañas para generar atenciones con psicólogos cercanos al albergue, para atenderlas.

En adición, considerando que el proyecto plantea propuestas de valor a los psicólogos y especialistas, que, según las encuestas a psicólogos realizadas como estudio de campo, considerándolos como aliados estratégicos y a su vez clientes, tal como se señala en el modelo de negocio, se tiene como resultado que como una propuesta de valor es bien aceptado y valorado positivamente por los encuestados que se brinde programas de capacitación a profesionales locales, así como oportunidades laborales a profesionales de la salud mental que fomenten el desarrollo económico y el empoderamiento, contribuyendo de manera significativa a la sostenibilidad social en otros aspectos, en complemento a la ODS 3.4.

Capítulo VI. Solución Deseable, Factible y Viable

En este capítulo se plasman variadas hipótesis para validar el modelo de negocio a través de factores que se rigen en la deseabilidad, factibilidad y viabilidad. Se pone a prueba el modelo de usabilidad para ser testeado por diversos usuarios y así conocer las diferentes experiencias de cara a la App con el fin de realizar diversos ajustes de mejora.

6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución

Para obtener la validación de la deseabilidad de la solución se desarrollaron las pruebas con los diversos usuarios que accedieron a probar la App con lo cual se obtuvo diversos puntos de vista y respuestas para poder considerar las posibles mejoras a la aplicación.

6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución

El desarrollo de la App WELFARE inició con una serie de supuestos el cual estaba basado en la realidad nacional, parámetros sociales, pensamientos ideológicos y el factor económico. La antesala mostrada dio el pase para desarrollar una encuesta estructurada donde las diversas preguntas y respuestas dieron indicios a una serie de necesidades y sugerencias de posibles soluciones que ayudarían a conseguir el producto final.

La validación de la deseabilidad del producto generó tres hipótesis:

Hipótesis 1: Las personas que se encuentren entre 20 y 50 años, de Lima Top - Miraflores, de NSE A, B y C sufren de depresión, ansiedad y estrés.

Hipótesis 2: Las personas que se encuentren entre 20 y 50 años, de Lima Top - Miraflores, de NSE A, B y C y que sufren de depresión, ansiedad, y estrés están dispuestos a pagar S/. 125 soles por atención virtual integral y multidisciplinaria que cuente con servicios complementarios para la mejora de su salud emocional.

Hipótesis 3: Los especialistas de salud mental están dispuestos a pertenecer a una plataforma digital que los contacte con pacientes y reciban diversos beneficios que les permita realizar satisfactoriamente su trabajo.

6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Deseabilidad de la Solución

Para la experimentación de las hipótesis se empleó dos tipos encuestas en Google Forms y una encuesta de tipo presencial, una de ellas estaba dirigida a los pacientes, es decir, el perfil usuario, en donde participaron 24 personas del distrito de Miraflores, a ellos se les entrevistó de manera presencial, y la otra encuesta para este tipo de perfil usuario, se realizó a través del Google Forms donde participaron 33 pacientes, teniendo un universo de 57 personas entrevistadas con el perfil usuario; y la segunda encuesta estaba dirigida a los psicólogos, donde participaron 30 personas (especialistas de salud mental).

Para la validación de la hipótesis 1 se utilizó una muestra de 57 personas (pacientes) en donde el 75% de las personas entrevistadas manifestaron que sí han tenido problemas en su bienestar emocional o mental, de los cuales el 47% estaba representado por mujeres y el 28% por hombres, tal como se muestran en la Tabla 15.

Ver tarjetas en Apéndice D, donde se especifica la hipótesis del modelo de negocio, y en el Apéndice E, las tarjetas de prueba de deseabilidad utilizadas.

Tabla 15

Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 1

¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?					
Sexo	Respuesta		Totales	% SI	% NO
	Si	No			
Hombre	16	8	24	28%	14%
Mujer	27	6	33	47%	11%

Para la validación de la Hipótesis N°2 se obtuvo que un 83% (47 personas) indicaron que estarían dispuestos a pagar S/125 por atención médica integral por problemas de estrés, depresión y ansiedad, de los cuales el 44% estaba representada por mujeres y el 39% eran hombres. Esto se representa en la Tabla 16.

Tabla 16

Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 2.

¿Estarías dispuesto(a) a pagar 125 soles por una sesión de terapia psicológica en una plataforma con cursos relacionados a bienestar emocional, talleres, tips, grupos de apoyo y que además así le das la oportunidad de llevar una terapia gratuita a alguien que lo necesita, pero que no cuenta con los medios suficientes?					
Sexo	Respuesta		Totales	% SI	% NO
	Si	No			
Hombre	22	4	26	39%	7%
Mujer	25	6	31	44%	11%

Para la validación de la Hipótesis N°3, se realizó una encuesta de Google Forms con 30 psicólogos, donde el 90% (27 personas) indicaron que estarían dispuestos a trabajar a través de una plataforma digital donde atiendan pacientes y reciban beneficios. Esta información se aprecia en la Tabla 17.

Tabla 17

Resultados de la Encuesta para la Hipótesis 3.

¿Estarías dispuesto a pertenecer a una plataforma digital que te conecte a pacientes y recibas beneficios? (talleres, charlas, test, comisiones...)					
Sexo	Respuesta		Totales	% SI	% NO
	Si	No			
Hombre	17	1	18	57%	3%
Mujer	10	2	12	33%	7%

Con la finalidad de verificar las pruebas de usabilidad se proporciona una carpeta donde se puede encontrar las grabaciones de las pruebas realizadas (Porta, 2025).

6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución

6.2.1. Plan de Mercadeo

En este apartado se determinará el mercado meta, el presupuesto general de marketing necesario para ejecutar el proyecto.

Objetivos del plan de mercadeo:

1. Establecer el mercado objetivo o “Target Group”; es decir, el grupo de personas a las que va dirigido el aplicativo WELFARE.
2. Establecer una estrategia de marketing que permita lograr los objetivos de crecimiento de 12% anual.
3. Definir el presupuesto necesario para desarrollar el modelo de negocio y cumplir con las metas de crecimiento.

Segmento de mercado:

Para calcular el mercado potencial que será atendido por el servicio Welfare se realizará la estimación de la población. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) se estima que para el año 2024 la proyección del crecimiento de la población en el país será de 34 millones 39 mil habitantes. En el caso del departamento de Lima será de 10 millones 292 mil 408 de personas, y particularmente los distritos de Lima Top consideran una población de 913,604 habitantes.

Ahora para dimensionar el mercado disponible que corresponde a las personas de los niveles socioeconómicos A, B y C, se considera el porcentaje detallado por IPSOS (2023), donde el NSE A corresponde a un 2.9%, el NSE B corresponde a un 20.9% y el NSE C corresponde al 48%, teniendo un total de estos sectores de un 71.8%. Adicionalmente, se considera a las personas dentro del rango etario objetivo de este proyecto, que es de 25 a 50 años, teniendo como referencia a los indicadores de la dinámica demográfica publicados por INEI (2020), donde se considera una estructura por edades del rango de 15 a 59 años al 65.6% de la población, proyectado para los años 2025 a 2030. Con estos porcentajes aplicados al mercado potencial, se considera un mercado disponible de 430,315 personas.

En cuanto al mercado efectivo, se consideran a aquellas personas que tienen inconvenientes con su bienestar emocional, donde a partir del estudio de mercado realizado mediante encuestas al mercado disponible, se tiene que el 75% de los encuestados indicó padecer de estrés y ansiedad. Esto se traduce en un mercado efectivo de 322,736 casos. Se prevé que en el primer año se atenderá el 1.86% de este mercado, lo que equivale a 6,000 pacientes, considerando la capacidad de atención que tendrá Welfare con los psicólogos que se proyecta captar. Para el presente proyecto, los tipos de mercado se detallan en la Tabla 18.

Tabla 18

Tipos de Mercado

Mercado	Definición	Cantidad de clientes
Mercado Potencial	Habitantes de Lima Top que pueden acceder a Welfare.	913,604 personas.
Mercado Disponible	Personas en el rango etario (65.6%) y NSE A, B y C (71.8%) que pueden requerir de servicios médicos de salud mental.	430,315 personas.
Mercado Efectivo	Personas que tienen inconvenientes con su bienestar emocional (75%).	322,736 personas.
Mercado Meta	Welfare proyecta atender el 1.86%, con la oferta de especialistas disponibles.	6,000 personas.

Presupuesto de Marketing

La elaboración del presupuesto de marketing se diseñó tomando en cuenta la etapa en la que se encuentra el proyecto la cual es la introducción del producto; de esta manera, los spots publicitarios televisivos y de radio tienen un margen amplio. Asimismo, se han considerado marketing OOH/DOOH con la finalidad de llegar al grupo etario. El análisis de estrategia o marketing mix para el proyecto se desarrolla de la siguiente manera:

Producto

La solución que se ha diseñado para ayudar a las personas que padecen problemas de bienestar emocional consiste en una plataforma web donde los pacientes podrán registrar un

usuario, registrar su estado anímico diario (e ir midiendo así su evolución), llevar a cabo pruebas de entrada para conocer su estado actual, acceder a sesiones de terapia con los mejores especialistas del mercado, participar en grupos de apoyo con personas que están afrontando el mismo proceso que ellos, llevar a cabo cursos y talleres en aras de mejorar su bienestar emocional y donde contarán con tips que podrán aplicar día a día para sentirse mejor. Como parte de la propuesta de valor y a fin de contribuir positivamente a la comunidad, se ofrece cinco minutos de terapia gratuitos para personas que tengan problemas con su bienestar emocional, pero que no puedan pagar por una sesión por cada sesión que los clientes adquieran. De esta manera, los clientes no solo mejorarán su propio bienestar emocional, sino que podrán contribuir a que otras personas puedan mejorar también su bienestar. Asimismo, esta plataforma será amigable para facilitar su uso tanto para los pacientes como para los psicólogos con respecto al registro de información, navegación, acceso a los recursos, acceso a los resultados de las pruebas, entre otros. Esta plataforma está diseñada de modo que pueda integrar diversos recursos a fin de que el paciente logre una mejoría en su bienestar emocional en un ambiente seguro, de confianza y donde se preserve su privacidad. Es esta misma propuesta de valor la que se transmitirá a los clientes a fin de generar engagement.

Por un lado, el servicio de terapias psicológicas se dará por medio de Google Meet el cual es de uso gratuito por lo que no será necesario hacer una inversión en algún software complementario. Por otro lado, se tendrán servicios complementarios tales como grupos de apoyo, revisión de la ruta de transformación (evolutivo del paciente), registro de estado anímico, cursos, tips y talleres (gratuitos y de pago) que estarán disponibles en la plataforma web.

Precio:

Para poder determinar el precio se investigó sobre los precios actuales del mercado de soluciones similares que brindan terapias psicológicas que van desde los 35 soles hasta los 220 en el caso de psicólogos independientes. Asimismo, al efectuar una encuesta para los psicólogos, se determinó que aquellos psicólogos que cuentan con experiencia previa de mínimo 03 años esperan que producto de una consulta psicológica de entre 50 a 60 minutos obtengan una remuneración promedio de 100 soles. Por otro lado, como inversionistas se espera obtener un ingreso de 20% que se traduzca en una ganancia final superior al 12% anual.

Por lo anteriormente expuesto, el precio final al consumidor será de 125 soles el cual será repartido entre los psicólogos y Welfare en una proporción de 0.80 y 0.20 respectivamente. Welfare realizará el cobro del 100% del importe y se encargará de realizar el abono a los especialistas posteriormente asegurándose así del pago de impuestos por la totalidad del importe. Sin embargo, al tener conocimiento de que los psicólogos deben declarar también impuestos, se solicitará que puedan cargar dicho documento en la página web. En caso se atrasen dos meses en la carga del documento y luego de haber recibido reiteradas comunicaciones respecto a este punto, se separará al especialista de la plataforma ante el incumplimiento.

Promoción:

En primer lugar, se determinó que el ciclo de vida se encuentra en la etapa de introducción o awareness, por lo que se enfocarán los esfuerzos en aumentar el reconocimiento de la marca. De esta manera, los medios de comunicación a los que presta atención al grupo etario son: spots televisivos con un porcentaje de 90.6%, publicidad en exteriores que se encarga de atraer la atención del cliente potencial cuando está fuera de su hogar (OOH/DOOH) con un porcentaje de 90.3% y radio con 89.6% (CPI, 2023), es por esto por lo que la promoción ira dirigida específicamente a este tipo de medios.

En segundo lugar, se obtuvo el precio de estos tipos de publicidad los cuales son mostrados en la Tabla 19, para el caso de TV y en la Tabla 20, para el caso de radio.

Por último, debido a que el servicio se centrará en las etapas más tempranas en el público de Lima, se decide optar por publicidad focalizada en esa ciudad en los horarios en los cuales el segmento objetivo suele escuchar estos medios de comunicación (entre las 6:00 a.m. y 9:00 a.m. desde casa).

Tabla 19

Tarifa TV

	América TV	Latina	ATV	Willax
TV Spots de 30"	USD 5,900.00	S/. 7,200.00	USD 2,484.00	S/ 1,430.00
Descuento Ofrecido	40%	50%	50%	50%
TV Spots de 30" en soles con descuento.	S/. 13,098.00	S/.3,600.00	S/ 4,595.40	S/. 715.00

Tabla 20

Tarifa Radio

Emisoras	Radio								
	Nacional	Lima	Arequipa	Trujillo	Tarifa s/. (aviso 20")		Ica	Otras	Metaverso
					Chiclayo	Cuzco	Cajamarca	Ciudades	
					Piura				
					Huancayo				
RPP	862.5	569.25	48.99	53.82	39.33	32.43	17.25	9.66	N/A
NOTICIAS LA MEGA	270	240	13.81	11.12	11.12	N/A	7.7	5.31	N/A
STUDIO 92	155.25	131.1	9.66	6.9	6.9	5.52	4.14	2.76	N/A
LA ZONA	276	241.5	10.35	8.28	8.28	6.9	4.83	3.45	N/A
OXIGENO	200.1	138	9.66	6.9	6.9	6.9	5.52	2.76	N/A
FELICIDAD	193.2	165.6	8.28	6.9	6.9	5.52	4.14	2.07	N/A
CORAZON	N/A	165.6	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Por lo antes mencionado, se busca adquirir un espacio en una valla publicitaria por el precio de 15,000 soles mensuales (Out of home), adquirir tres espacios en TV mensuales en Latina en el horario matutino y, por último, adquirir doce espacios en radio en RPP también en el horario matutino entre lunes a viernes.

Plaza:

La plataforma está disponible para todos los usuarios de Lima Metropolitana, asimismo la estrategia de marketing está enfocada en las plataformas digitales y spots televisivos, dando acceso a personas que se encuentren en las diferentes regiones del Perú.

Personas:

El modelo de negocio es B2C, lo que significa que se enfoca en ofrecer servicios directamente al cliente final. En un inicio, la plataforma ofrecerá servicios “freemium” con el objetivo de atraer a los usuarios, proporcionándoles recursos como grupos de apoyo, seguimiento de la evolución del paciente, registro del estado anímico, cursos, consejos y talleres disponibles en la plataforma web. La plataforma está alineada con los principios de la Ley 30421, ley marco de telesalud (Plataforma del Estado Peruano, abril 2016), como son la universalidad, equidad, eficiencia, calidad de servicio y descentralización. La estructura del presupuesto de marketing se muestra en la Tabla 21.

6.2.2. Plan de Operaciones

El plan de operaciones tiene como paso inicial la constitución de la empresa con apoyo de notaria quien registra la minuta de constitución teniendo en cuenta los aportes de capital de cada socio. Luego de ello, la minuta se deriva a SUNARP. Posteriormente, SUNARP devuelve el documento ya registrado a la notaría, quién devolverá la minuta que permitirá a su vez llevarla a SUNAT para el registro del RUC de la empresa. Una vez constituida la empresa ante todos los organismos correspondientes, se procede a crear un prototipo de la plataforma web el cual se convirtió por medio de un programador web en realidad. Finalmente, con la plataforma operativa y la empresa debidamente inscrita, el foco será la captación y retención del talento, es decir, de los especialistas que brindarán las terapias psicológicas y en la captación de clientes por medio de estrategias de marketing.

Tabla 21*Estructura de Presupuesto de Marketing - Mix*

	2024	2025	2026	2027	2028
Marketing Digital	S/ 183,000.00	S/ 201,300.00	S/ 221,430.00	S/ 243,573.00	S/ 267,930.30
Facebook Ads	S/ 1,500.00	S/ 1,650.00	S/ 1,815.00	S/ 1,996.50	S/ 2,196.15
Instagram Ads	S/ 1,500.00	S/ 1,650.00	S/ 1,815.00	S/ 1,996.50	S/ 2,196.15
OOH/DOOH	S/ 180,000.00	S/ 198,000.00	S/ 217,800.00	S/ 239,580.00	S/ 263,538.00
Marketing directo	S/ 211,572.00	S/ 232,729.20	S/ 256,002.12	S/ 281,602.33	S/ 309,762.57
TV spots 30"	S/ 129,600.00	S/ 142,560.00	S/ 156,816.00	S/ 172,497.60	S/ 189,747.36
Radio Spots	S/ 81,972.00	S/ 90,169.20	S/ 99,186.12	S/ 109,104.73	S/ 120,015.21
Total	S/ 394,572.00	S/ 434,029.20	S/ 477,432.12	S/ 525,175.33	S/ 577,692.87

Asimismo, el plan de operaciones tiene tres ejes principales. El primero es el aseguramiento del funcionamiento constante de la plataforma web Welfare desde donde se agendarán las consultas psicológicas, se tendrá acceso a los cursos, tips, talleres, grupos de apoyo, entre otras funcionalidades.

Por ello, el foco estará en la implementación de funcionalidades dentro de la plataforma web, el constante mantenimiento que debe recibir esta plataforma y también en el aseguramiento de la calidad de las atenciones psicológicas que es el segundo eje. Este último punto se dará mediante el seguimiento postventa que se tendrá con los pacientes a fin de garantizar una atención de calidad e ininterrumpida del servicio. Para que el servicio se dé de la mejor manera posible, se creó un manual de normas que los psicólogos deberán cumplir que van alineadas a las cláusulas del contrato que será proporcionado a las partes. Sin embargo, es menester resaltar que el alcance irá más allá de lo que establezca el contrato y las normas velando siempre por el bienestar del paciente y de los psicólogos creando así un espacio seguro para todos. El tercer y último eje radica en la captación e incorporación de nuevos psicólogos a Welfare lo que permitirá que a medida que se incremente la demanda producto de la aplicación de estrategias de marketing, también se esté en la capacidad de responder a dicha demanda con una variedad de especialistas en distintos horarios que se adapten a los pacientes.

El plan de operaciones se soporta por la organización que se muestra en la Figura 13.

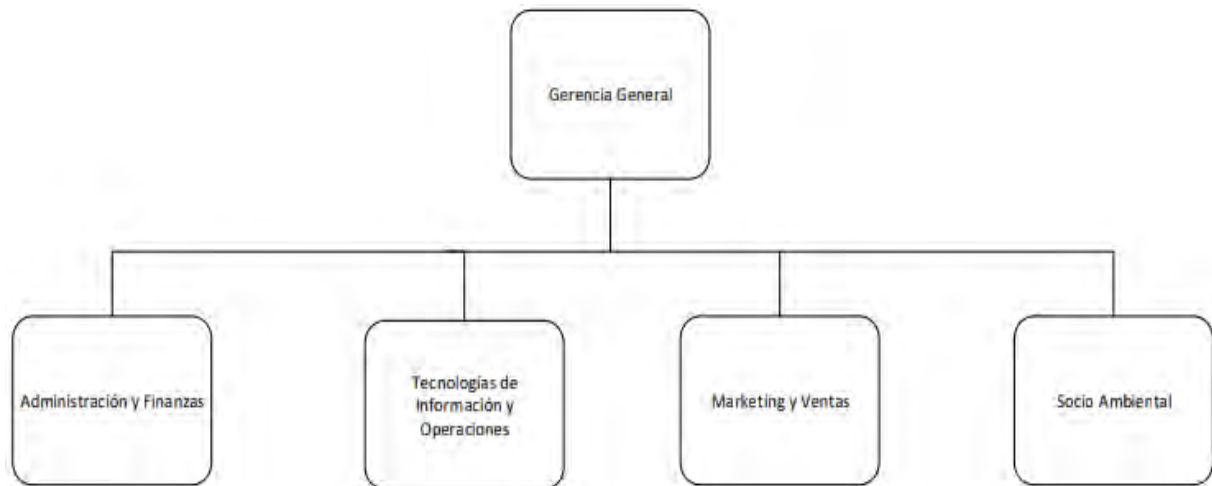
Asimismo, las funciones de cada una de las áreas:

Administración y Finanzas: entre sus principales funciones tiene las de generar el presupuesto operativo y de inversiones anuales, para luego generar el plan de adquisición de bienes y contratación de servicios de cada año, así como la gestión de los recursos humanos, nuevas contrataciones o mantener motivado al personal especialista vigente y velar por su

productividad. Además, también se debe velar por el futuro financiero de la empresa y el presente contable producto de todos los movimientos de las actividades de la empresa.

Figura 13

Organigrama



Tecnologías de Información y Operaciones: entre sus principales funciones es responsable de la aplicación Welfare y de su plataforma, incluidos los contratos con terceros que requiera para mantenerlos, Asimismo, de toda nueva tecnología que pretenda usar la empresa, además de la revisión de los procesos de negocio, propuestas de mejora e implementación de soluciones del proceso haciendo uso o no de las T.I.

Marketing y Ventas: entre sus principales funciones tiene una investigación de mercado para siempre evaluar la competencia y también conocer a cabalidad a los clientes (pacientes), así como generar el plan de marketing y su ejecución. También tiene que pronosticar las ventas y establecer objetivos y metas para el cumplimiento de los pronósticos.

Gerencia General: entre sus funciones radica el establecimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa, además de la supervisión de todas las gerencias y del establecimiento de un gobierno corporativo que tenga como pilares la transparencia y comunicación.

Socio ambiental: entre las funciones principales se tiene el desarrollo de una política ambiental y social de tal forma que los objetivos permitan que los proyectos de la empresa se alineen a ellos. Ya se utilizó este conocimiento para la determinación del VAN social.

Se muestra en la Figura 14 el diagrama de actividades de procesos (D.A.P.) del servicio brindado en Welfare.

Y por consecuente, se muestra en la Figura 15 el diagrama de operaciones de proceso (D.O.P.) del servicio brindado en Welfare.

Figura 14

D.A.P. Servicio Brindado en Welfare

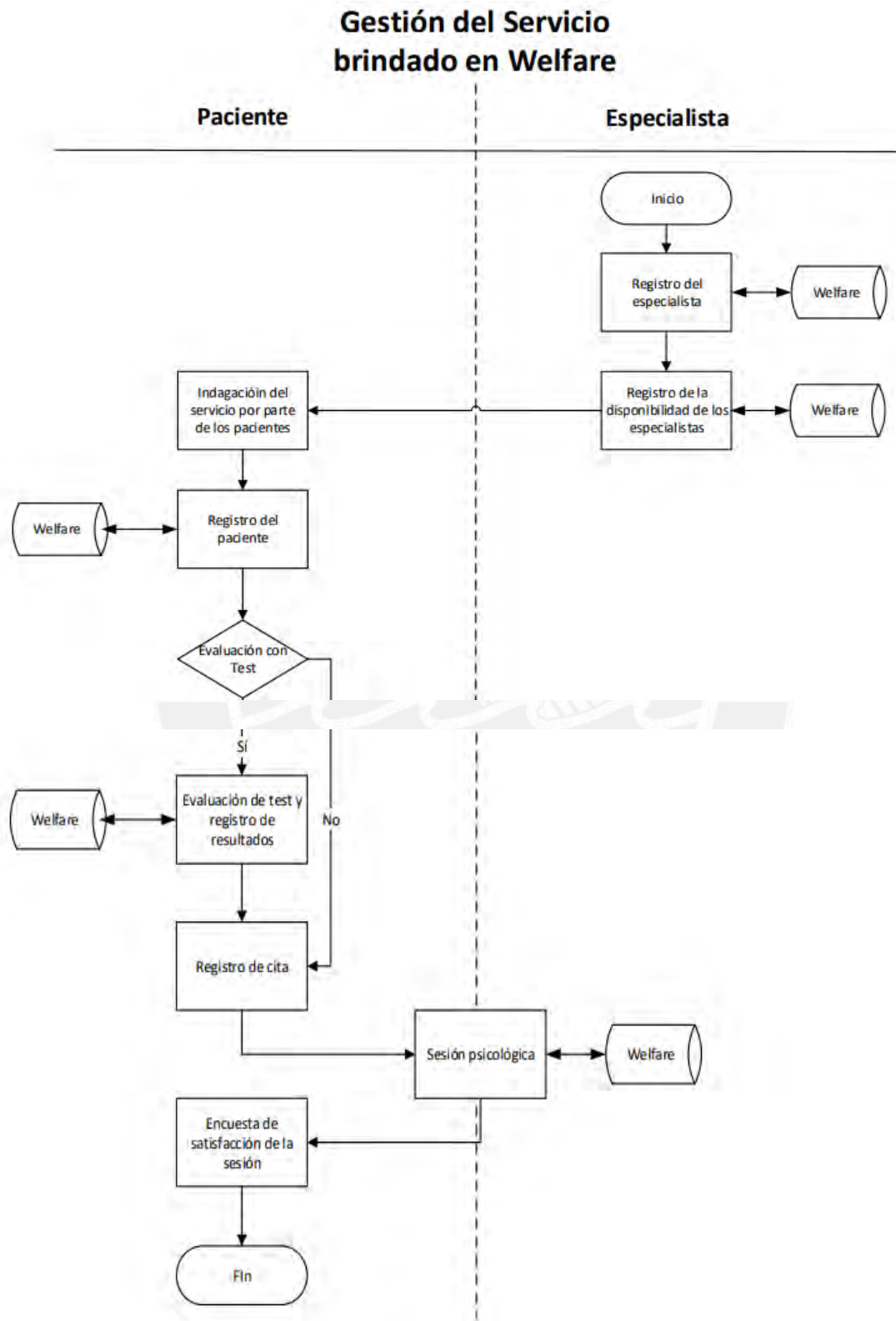
D.A.P. SERVICIO BRINDADO EN WELFARE						Operaciones:	9	
						Transporte:	0	
						Inspección:	2	
						Esperas:	1	
						Almacenamiento:	1	
RECURSOS HUMANOS	DISTANCIA EN METROS	TIEMPO EN MINUTOS	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	ESPERA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN
								Registro de los especialistas.
								Registro de la disponibilidad de los especialistas.
								Indagación de servicio por parte de los pacientes.
								Registro del paciente.
								Evaluación en línea mediante test.
								Registro de cita.
								Conexión con el especialista.
								Sesión con especialista.
								Almacenamiento de información de la sesión en la historia clínica.
								Encuesta de satisfacción de la sesión.
								Seguimiento y recordatorio al paciente por su siguiente sesión.
								Evaluación de número de beneficiados a los cuales se podrá atender en evento benéfico.
								Atenciones de especialistas en eventos benéficos.

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Se realizó la validación de la factibilidad de la plataforma web Welfare en función de los costos asociados al servicio y la cantidad de clientes esperados a lo largo de los años. Con

Figura 15

D.O.P. Servicio Brindado en Welfare



dichos datos se permitió obtener el costo de adquisición del cliente que asciende a 46.03 soles. Otros datos relevantes que permitieron llegar al cálculo final fueron: el promedio de compra el cual asciende a 25 soles (ya que los otros 100 soles cobrados al cliente final terminarán siendo abonados al psicólogo por concepto de comisiones), la frecuencia de compra sería de ocho veces al año (teniendo en cuenta que un paciente va un promedio de ocho sesiones por cada inconveniente relacionado a su bienestar emocional) y que el valor de vida del cliente es de 10 meses. Dados los datos listados previamente, se obtiene el Customer Lifetime Value (CLTV) que por medio de una división simple entre el costo de adquisición del cliente (CAC) brinda un ratio promedio de 3.62. Dado que se define como alta eficiencia un CLTV/CAC superior a 3 y se alcanzan los 3.62, se tiene al efectuar una simulación de Montecarlo de 5,000 pruebas alrededor de un 75% de probabilidad de lograr superar ese número, tal como muestra el resultado de la Figura 16.

Figura 16

Simulación de Monte Carlo usando Análisis de Hipótesis

Simulación Monte Carlo usando análisis de hipótesis			
	CLTV/CAC	CAC	CLTV
Promedio esperado	3.62	46.03	166.67
Desviación estándar	1.00	3.64	13.18
Primera simulación	4.31	41.86	153.25
Promedio	3.652		
Desviación estándar	0.982		
Mínimo	-0.176		
Máximo	6.931		
Alta eficiencia: > 3	74.94%		

Cabe resaltar que en este modelo de simulación se incluyeron los escenarios muy pesimista, pesimista, esperado, optimista y muy optimista en el análisis de sensibilidad, y en todos los mencionados escenarios se logran cifras alentadoras (muy pesimista: -10% del

esperado, pesimista: -5% del esperado, optimista: +5% del esperado, muy optimista: +10% del esperado), tal como se puede apreciar en la Figura 17.

Dicho todo lo anterior, aún bajo el escenario muy pesimista, la probabilidad de lograr la alta eficiencia sigue alrededor del 75% lo cual da un buen indicio de éxito.

Figura 17

Escenarios del Análisis de Sensibilidad

Análisis de sensibilidad	crecimiento	CLTV	CAC
	0.00	166.67	46.03
	0.05	175.00	43.73
	0.10	183.33	41.43
	-0.05	158.33	48.34
	-0.10	150.00	50.64
	Promedio	166.67	46.03
	DesvEstand	13.18	3.64

6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución

6.3.1. Presupuesto de Inversión

La inversión inicial con la que se inicia el emprendimiento está compuesta por una serie de factores necesarios desde la constitución de la empresa, hasta el inicio del funcionamiento, incluyendo la creación, mantenimiento y soporte de la aplicación web responsiva, necesaria para que los especialistas puedan brindar el soporte emocional a los pacientes. La Tabla 22 muestra el detalle de la inversión inicial.

El capital de trabajo considerado por los socios aportantes es del 70% del total de la inversión, con un total de S/ 445,388.36. Asimismo, se pretende realizar un préstamo personal de S/ 190,880.73 en conjunto con cada uno de los socios.

Respecto a los ingresos se han considerado los detallados en la Tabla 23.

Tabla 22*Presupuesto de Inversión Inicial.*

Costos de diseño de página web	S/ 5,592.00
Costos de hosting y dominio web	S/ 6,822.24
Soporte a la plataforma digital	S/ 2,482.85
Mantenimiento a la plataforma digital	S/ 10,000.00
Difusión de publicidad pacientes	S/ 276,200.40
Difusión de publicidad profesionales	S/ 118,371.60
Pago de talleres	S/ 46,800.00
Servicios legales	S/ 20,000.00
Administración	S/ 150,000.00
TOTAL INVERSIÓN	S/ 636,269.09

Tabla 23*Ingresos Estimados*

Ingreso x Consultas	
Número de profesionales	50
Cantidad de atenciones x profesional	4
Cantidad de pacientes x día	200
Número de días atendidos x mes	20
Cantidad de consultas x mes	4000
Precio unitario de consulta	S/ 125.00
Ingreso x consultas x mes	S/ 500,000.00
Ingreso x Talleres	
% de Pacientes que adquieren el taller	3%
Pacientes que adquieren el taller	180
Precio unitario taller virtual	S/ 20.00
Cantidad de talleres virtuales x mes	12
Precio unitario taller presencial	S/ 50.00
Cantidad de talleres presencial x mes	3

Al considerarse 50 profesionales que realizan cuatro atenciones diarias, se obtienen 4,000 consultas por mes a un precio unitario de S/ 125.00, se tendría un ingreso

mensual por consultas de S/ 500,000.00. Y respecto a los talleres multidisciplinarios virtuales y presenciales se tendría un ingreso de S/ 842,400.00 en el primer año.

6.3.2. Análisis Financiero

El análisis expuesto en el punto anterior da como resultados unos indicadores de rentabilidad adecuados, para considerar el emprendimiento viable. Por ello se genera el flujo de caja respectivo, por los próximos cinco años, detallados en la Tabla 24.

- VAN: S/ 3'790,317.82
- TIR: 201%
- EBITDA: S/ 1'223,494.91 (primer año)

El flujo de caja para los accionistas en el mismo lapso estimado se muestra en la Tabla 25.

6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Para validar el modelo de negocio se usarán simulaciones de Montecarlo, para experimentar con datos autogenerados con procedimientos estadísticos utilizando los montos expresados como flujo de caja. Es por ello que la hoja de Excel que contiene la simulación parte del registro del flujo de caja neto de los accionistas desde el período cero al período 5, considerando un promedio ponderado de capital de 10.94%, un valor actual neto (VAN) de S/ 3'790,317.82 y una tasa interna de retorno (TIR) de 201%. Con 5,000 simulaciones se obtiene un VAN promedio de S/ 3'676,608.28 y un riesgo de pérdida para un VAN menor a S/ 3'400,000 de 27.86%, es decir, que de las 5,000 simulaciones más del 70% son superiores al VAN mínimo deseado. Este resultado simula escenarios de un incremento de 5% y 10%, así como una disminución de 10% y 20%, tal como se aprecia en la Tabla 26, logrando una desviación que permita simular las posibles 5,000 situaciones, resumidas en la Figura 18.

Tabla 24*Flujo de Caja Libre Proyectado*

	0	1	2	3	4	5
Venta de consultas terapéuticas		6'000,000.00	6,900,000.00	7,935,000.00	9,125,250.00	10,494,037.50
Venta de talleres multidisciplinarios virtuales		518,400.00	596,160.00	685,584.00	788,421.60	906,684.84
Venta de talleres multidisciplinarios presenciales		324,000.00	372,600.00	428,490.00	492,763.50	566,678.03
Ventas		6'842,400.00	7'868,760.00	9'049,074.00	10'406,435.10	11'967,400.37
Soporte a la plataforma digital		2,482.85	2,606.99	2,737.34	2,874.21	3,017.92
Mantenimiento a la plataforma digital		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Costos de diseño de página web		5,592.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo de pasarela de pago		102,636.00	118,031.40	135,736.11	156,096.53	179,511.01
Costos de hosting y dominio web		6,822.24	7,163.35	7,521.52	7,897.60	8,292.48
Costos de Ventas		127,533.09	137,801.74	155,994.97	176,868.33	200,821.40
Utilidad Bruta		6'714,866.91	7'730,958.26	8'893,079.03	10'229,566.77	11'766,578.97
Difusión de publicidad digital a Profesionales		118,371.60	130,208.76	143,229.64	157,552.60	173,307.86
Difusión de publicidad digital a Pacientes		276,200.40	303,820.44	334,202.48	367,622.73	404,385.01
Gastos de Ventas		394,572.00	434,029.20	477,432.12	525,175.33	577,692.87
Pago de planillas		150,000.00	172,500.00	198,375.00	228,131.25	262,350.94
Pago de talleres multidisciplinarios virtual		36,000.00	41,400.00	47,610.00	54,751.50	62,964.23
Pago de talleres multidisciplinarios presencial		10,800.00	12,420.00	14,283.00	16,425.45	18,889.27
Pago por comisión a profesionales		4'800,000.00	5'520,000.00	6'348,000.00	7'300,200.00	8'395,230.00
Bolsa de Indemnizaciones u Otros		100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
Gastos administrativos		5'096,800.00	5'846,320.00	6'708,268.00	7'699,508.20	8'839,434.43

	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa (EBITDA)		1'223,494.91	1'450,609.06	1'707,378.91	2'004,883.24	2'349,451.67
Intereses		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad antes de impuestos		1'223,494.91	1'450,609.06	1'707,378.91	2'004,883.24	2'349,451.67
Impuestos		360,931.00	427,929.67	503,676.78	591,440.56	693,088.24
Utilidad Neta (NOPAT)		862,563.91	1'022,679.39	1'203,702.13	1'413,442.68	1'656,363.43
CAPEX	636,269.09					
Flujo de caja libre proyectado	-636,269.09	862,563.91	1,022,679.39	1,203,702.13	1,413,442.68	1,656,363.43

Tabla 25*Flujo de Caja de Accionistas*

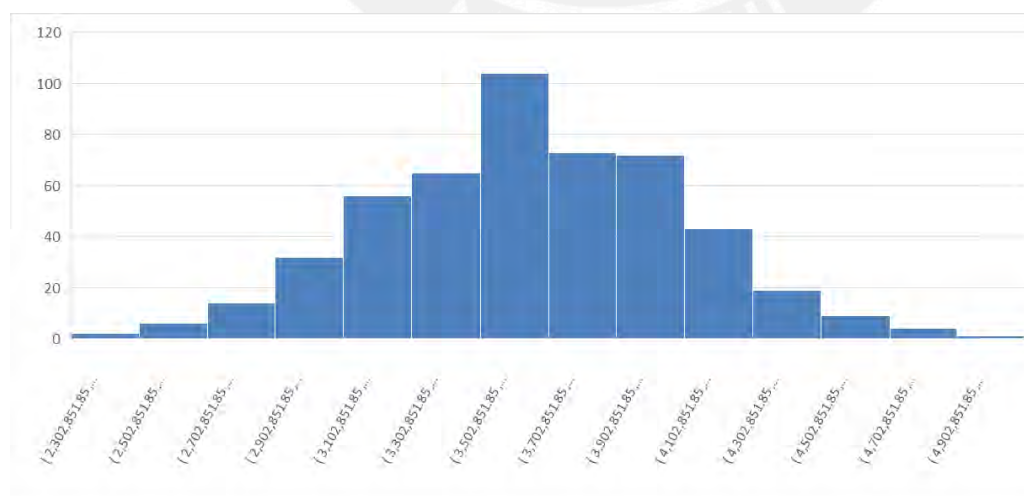
	0	1	2	3	4	5
+ Flujo de caja libre proyectado	-636,269.09	862,563.91	1'022,679.39	1'203,702.13	1'413,442.68	1'656,363.43
+ Desembolsos	190,880.73					
- intereses		-19,660.71	-16,459.51	-12,928.59	-9,033.98	-4,738.22
- amortizaciones		-31,079.63	-34,280.83	-37,811.76	-41,706.37	-46,002.13
+ escudo tributario de los intereses		5,799.91	4,855.56	3,813.93	2,665.02	1,397.77
Flujo de Caja de Accionistas	-445,388.36	817,623.48	976,794.59	1'156,775.72	1'365,367.36	1'607,020.86

Tabla 26*Resultados VAN con Diferentes Escenarios.*

Análisis de sensibilidad	Crecimiento	VAN
Muy pesimista	-0.20	3'032,254.25
Pesimista	-0.10	3'411,286.04
Esperado	0.00	3'790,317.82
Optimista	0.05	3'979,833.71
Muy optimista	0.10	4'169,349.60
	Promedio	3'676,608.28
	DesvEstand	456,414.70

Figura 18*Simulación de Montecarlo*

Años	0	1	2	3	4	5	
Flujo de caja neto	-	445,388.36	817,623.48	976,794.59	1,156,775.72	1,365,367.36	1,607,020.86
Promedio ponderado de capital		10.94%					
Valor Actual Neto (VAN)		3,790,317.82					
Tasa Interna de Retorno (TIR)		200.84%	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Período de retorno (en años)		5.00					
Para obtener la desviación estándar deben probarse varios escenarios		VAN-Prom	VAN-DE				
		3,676,608.28	456,414.70				
Primera simulacion		3,663,084.02					
VAN promedio simulado		3,674,608.72					
VAN desviación estándar simulada		462,716.96					
VAN mínimo		1,979,111.25					
VAN máximo		5,249,172.69					
Riesgo de pérdida: VAN < 3,400,000		27.86%					



Capítulo VII. Solución Sostenible

En el mundo actual, la salud mental se ha convertido en un tema de gran relevancia social, donde la necesidad de proporcionar atención psicológica accesible y eficaz es más importante que nunca. En este contexto, Welfare, que une especialistas de la salud mental y usuarios que lo requieren, surge como una solución innovadora y sostenible para abordar esta problemática.

Este capítulo se centrará en cómo la solución no solo responde a una necesidad social urgente, sino que también se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas (2024, Naciones Unidas), como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

Además de los beneficios sociales y de salud, Welfare también tiene un impacto significativo en la sostenibilidad ambiental, ya que, al facilitar la atención psicológica a través de una plataforma virtual, busca ayudar a reducir la huella de carbono asociada con los desplazamientos físicos a las consultas. Cada vez que un paciente utiliza la plataforma para una sesión de terapia en lugar de viajar a una clínica, se evita la emisión de gases de efecto invernadero asociados con el transporte. Esto es especialmente relevante en áreas urbanas como la elegida en el Producto Mínimo Viable (PMV), que sería el distrito de Miraflores, donde la congestión del tráfico es alta y los desplazamientos pueden ser largos y costosos en términos de tiempo y energía.

Además, al operar de manera digital, el aplicativo minimiza el uso de recursos físicos, como papel y otros suministros de oficina, que a menudo se utilizan en las consultas presenciales. Esto no solo reduce el consumo de recursos naturales, sino que también disminuye la generación de residuos.

7.1. Relevancia Social de la Solución

Como bien se mencionó, Welfare considera con gran énfasis su impacto en el ámbito social, desde su planteamiento y bases, por lo que se enfoca en el cumplimiento y desarrollo de los ODS, particularmente del tercer objetivo que busca “Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”, el cual incluye la atención a la salud mental. Considerando que las Naciones Unidas ha trazado metas para cumplir este objetivo, Welfare se centra en la meta 3.4, que busca para el año 2030 se reduzca en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar. Adicionalmente, se contemplan de manera complementarias las metas descritas en la Tabla 27, con lo que se busca calcular el índice de relevancia social (IRS) de la propuesta, que determina la proporción de metas alcanzadas por Welfare, en relación con la totalidad de metas que presenta el objetivo en cuestión.

Según las metas alcanzadas y cubiertas por Welfare, se tiene que el índice de relevancia social (IRS) sería el siguiente:

$$IRS = \frac{\text{Metas del ODS 3 movilizadas por Welfare}}{\text{Total de metas del ODS 3}}$$

$$IRS = \frac{5}{13}$$

$$IRS = 38.5\%$$

De lo expuesto, se concluye que la propuesta de Welfare impacta positivamente en más de la tercera parte de las metas trazadas al 2030 de los ODS, siendo una alternativa con un nivel de incidencia importante en la sociedad y que atiende a una de las principales problemáticas que se viven en la actualidad.

Tabla 27

Evaluación del Nivel de Incidencia de Welfare sobre cada Meta ODS.

Ítem	Descripción de la meta	Impacto Welfare
3.4	Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar	La propuesta de Welfare impacta directamente al cuidado de la salud mental al ofrecer una plataforma que enlaza pacientes y especialistas de la salud mental.
3.5	Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol	Se busca que al tratar problemas de bienestar emocional tales como el estrés, depresión y ansiedad, no se recurran a problemas sociales como el consumo de alcohol o de estupefacientes como alternativas para aliviar el dolor.
3.6	Para 2030, reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial.	Welfare impacta directamente en la presencialidad de la manera en que se trata la salud mental actualmente, por lo que su propuesta reduce la exposición al transportarse en vehículos hacia clínicas o centros de salud mental, aun cuando se está bajo los efectos del estrés, depresión y ansiedad, factores que incrementan la posibilidad de accidentes de tráfico.

Ítem	Descripción de la meta	Impacto Welfare
3.c	Aumentar sustancialmente la financiación de la salud y la contratación, el desarrollo, la capacitación y la retención del personal sanitario en los países en desarrollo, especialmente en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo	Welfare busca la asociación con profesionales de la salud mental capacitados y certificados, que se conviertan en aliados estratégicos promoviendo la retención del personal y demostrando la importancia de contratar y desarrollar a este potencial humano.
3.d	Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial	La propuesta de Welfare, además de tratar directamente los problemas de salud mental de las personas, busca ser un portal de información y desmitificación de temas a los que no se presta la atención debida, tales como la salud mental y la enorme repercusión que tiene en la vida, tal como lo es la salud física.

7.2. Rentabilidad Social de la Solución

Para poder calcular los beneficios sociales del proyecto, primero se definieron las variables en la Tabla 28, sobre las cuales se sustentan los cálculos de los beneficios y costos sociales. Para el caso de los beneficios sociales se identificaron dos escenarios: para los clientes y para los psicólogos. Para los clientes se tiene que el proyecto elimina la necesidad de citas presenciales y de esta manera se ahorra en el costo del tiempo en trasladarse. Para poder calcular el costo del tiempo se estimó la frecuencia anual de sesiones, el número de

Tabla 28*Variables para el Cálculo de Beneficios y Costos Sociales*

Variables	Cantidad	Medida
CO2 generado por consumo energía	0.166	Kg /kWh
Consumo promedio de energía diario	2.8	kWh
Consumo promedio de Laptop	0.3	kWh
Costo valor del tiempo en transporte público Lima	7.83	Soles / Hora
Costo anual de combustible por vehículo	2268	Soles
Días hábiles 2024	254	Días
Desplazamiento promedio en KM	10	KM
Emisión CO2 (1 hora reunión zoom)	1000	Gr/hr.
Emisiones anuales promedio por vehículo	1.035	TN CO2
Horas laborables 2024	4	Horas
Precio social del carbono (CO2)	7.17	USD/Ton
Recorrido promedio regular (ida y vuelta)	22	Km/día
Tiempo de desplazamiento promedio matinal (calculado de la media de desplazamiento)	32	Min
Tiempo de desplazamiento promedio nocturno (calculado de la media de desplazamiento)	41	Min
Tiempo de traslado anual en hora pico	283	Hr.
Tipo de cambio S/. Por US\$ (11/05/24)	3.7	Soles

sesiones y el costo del tiempo en transporte público (MEF, 2021) el cual tiene un valor de S/. 7.83. Por otro lado, para calcular el ahorro de combustible de los pacientes se tomó en cuenta el costo anual de combustible por vehículo (AAP, 2024) el cual tiene un valor de S/. 2,268, la cantidad de clientes y el número de sesiones anuales. Asimismo, para calcular el ahorro generado por el proyecto con respecto al costo de las emisiones de carbono generadas por el transporte vehicular, se tomó en cuenta las emisiones anuales promedio por vehículo (AAP, 2024) el cual tiene un valor de 1.035 toneladas de CO₂, tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7, el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada.

En el caso de los psicólogos, el proyecto elimina la necesidad de que tengan que trasladarse a sus consultorios lo que les genera un ahorro en el costo del tiempo. Así, para poder calcular el costo del tiempo se tomó en cuenta la cantidad de psicólogos por año, el costo del tiempo en transporte público (MEF, 2021) el cual tiene un valor de S/. 7.83 y el tiempo de traslado en hora pico (AAP, 2024) cuyo valor es de 283 horas. Por otro lado, para calcular el ahorro de combustible de los psicólogos se tomó en cuenta el costo anual de combustible por vehículo (AAP, 2024) el cual tiene un valor de S/. 2,268 y el número de psicólogos al año. Asimismo, para calcular el ahorro generado por el proyecto con respecto al costo de las emisiones de carbono generadas por el transporte vehicular en el que incurrirían los psicólogos al trasladarse a sus consultorios, se tomó en cuenta las emisiones anuales promedio por vehículo (AAP, 2024) el cual tiene un valor de 1,035 toneladas de CO₂, el tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7 y el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada. Los beneficios sociales del proyecto se muestran en la Tabla 29. Por otro lado, para el cálculo de los costos sociales se consideran tres casos: los costos sociales generados por los pacientes, los que son generados por los psicólogos y finalmente los que son generados por el personal administrativo de Welfare.

Tabla 29*Beneficios Sociales Directos*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de clientes	6000	6900	7935	9125	10494
Frecuencia anual de sesiones	8	8	8	8	8
Cantidad de Psicólogos	50	58	66	76	87
<i>Beneficios sociales directos - Clientes</i>					
Ahorro costo de tiempo de traslado	S/ 751,680	S/ 864,432	S/ 994,097	S/ 1'143,211	S/ 1'314,693
Ahorro costo de combustible	S/ 298,258	S/ 342,996	S/ 394,446	S/ 453,612	S/ 521,654
Ahorro costo de huella de carbono (emisiones CO2)	S/ 3,611	S/ 4,152	S/ 4,775	S/ 5,492	S/ 6,315
<i>Beneficios sociales directos - Psicólogos</i>					
Ahorro costo de tiempo de traslado	S/ 110,795	S/ 127,414	S/ 146,526	S/ 168,505	S/ 193,780
Ahorro costo de combustible	S/ 113,400	S/ 130,410	S/ 149,972	S/ 172,467	S/ 198,337
Ahorro costo de huella de carbono (emisiones CO2)	S/ 1,373	S/ 1,579	S/ 1,816	S/ 2,088	S/ 2,401
Total beneficios sociales	S/ 1'279,116	S/ 1'470,983	S/ 1'691,631	S/ 1'945,375	S/ 2'237,181

En primer lugar, para calcular los costos sociales generados por los pacientes se ha considerado que el proyecto genera emisiones CO₂ a través de los aparatos tecnológicos durante el tiempo en el que transcurren las sesiones; de esta manera, para poder calcular estas emisiones se ha tomado en cuenta la cantidad de clientes, la frecuencia anual de sesiones, el ratio de emisiones de CO₂ de equipos electrónicos en una hora de reunión (Primicias, 2022) con un valor de 1000 gramos de CO₂ por hora, el tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7 y el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada.

Asimismo, se tiene que la energía consumida en el hogar por recarga de estos dispositivos tiene un impacto en el medioambiente ya que también genera emisiones de CO₂, las cuales fueron estimadas en base al ratio de emisiones de CO₂ generadas por consumo de energía (Miteco, 2011) con un valor de 0.166kg por cada kilowatt-hora, la cantidad de clientes, la frecuencia anual de sesiones, el tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7 y el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada.

Para calcular los costos sociales generados por los psicólogos, ellos generan la misma cantidad de CO₂ debido al uso de aparatos electrónicos para poder realizar las sesiones de tratamiento de los pacientes; de esta manera, para poder calcular estas emisiones se ha tomado en cuenta la cantidad de clientes, la frecuencia anual de sesiones, el ratio de emisiones de CO₂ de equipos electrónicos en una hora de reunión (Primicias, 2022) con un valor de 1,000 gramos de CO₂ por hora, el tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7 y el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada. Para el cálculo de emisiones de CO₂ generadas por el consumo de energía en el hogar los valores son idénticos al de los pacientes, como se muestra en la Tabla 30. Finalmente, con respecto a los costos sociales por emisión de CO₂ por consumo de

Tabla 30*Costos Sociales Directos*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Costos sociales - Clientes</i>					
Costo por emisión de CO2 en móvil	S/ 1,273.39	S/ 1,464.40	S/ 1,684.06	S/ 1,936.67	S/ 2,227.17
Costo por emisión CO2 por energía en domicilio	S/ 591.87	S/ 680.65	S/ 782.75	S/ 900.16	S/ 1,035.19
<i>Costos sociales - Psicólogos</i>					
Costo por emisión CO2 en móvil	S/ 1,273.39	S/ 1,464.40	S/ 1,684.06	S/ 1,936.67	S/ 2,227.17
Costo por emisión CO2 por energía en domicilio	S/ 591.873	S/ 680.653	S/ 782.752	S/ 900.164	S/ 1,035.189
<i>Costos sociales - Personal administrativo</i>					
Costo por emisión CO2 por energía en domicilio	S/ 2,959	S/ 3,403	S/ 3,914	S/ 4,501	S/ 5,176
Costo por emisión CO2 por energía en 5 laptops	S/ 63.41	S/ 63.41	S/ 63.41	S/ 63.41	S/ 63.41
Total Costos sociales	S/ 6,753	S/ 7,757	S/ 8,911	S/ 10,238	S/ 11,764

energía en domicilio incurridos por el personal administrativo de la empresa que estará a cargo de los diversos departamentos como: mantenimiento, soporte técnico, soporte al cliente, marketing, administración y contabilidad, será el mismo que el de los pacientes. Sin embargo, es necesario calcular el costo por emisión de CO₂ por la energía que consume las laptops del personal administrativo, para esto se ha tomado en cuenta el consumo promedio de una laptop (Keep Services, 2018) cuyo valor es de 0.3 kilowatt por cada hora de funcionamiento, el tipo de cambio de dólar (SUNAT, 2024) el cual tiene un valor de S/. 3.7, el precio social del carbono (MEF, 2023) el cual tiene un valor de 7.17 dólares por tonelada y la cantidad de consultas al mes.

Finalmente, para calcular el valor presente de los ingresos futuros del proyecto, es necesario descontarlos aplicando una tasa. Esta tasa se utiliza para convertir el valor del dinero que el proyecto generará en el futuro a su valor actual, facilitando así los cálculos y la estimación de beneficios. De acuerdo con lo establecido en la directiva N° 002-2017-EF/63.01 la cual indica los lineamientos para la formulación y evaluación de inversiones para el estado, la tasa oficial es de 8%. De esta manera, se calculan los flujos anuales para los futuros 5 años y se obtiene un VAN social de S/ 6'168,928.16 como lo muestra la Tabla 31. Si se compara con el VAN financiero cuyo valor es de S/ 3'790,317.82 se obtiene que el VAN social representa el 163% del valor del VAN financiero; en consecuencia, se puede afirmar que el proyecto genera un impacto positivo del 163% del beneficio que perciben los accionistas haciendo de este un proyecto sostenible.

Tabla 31*Cálculo del VAN Social*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total beneficios sociales	S/ 1'279,116	S/ 1'470,983	S/ 1'691,631	S/ 1'945,375	S/ 2'237,181
Total Costos sociales	S/ 6,753	S/ 7,757	S/ 8,911	S/ 10,238	S/ 11,764
Flujo Anual	S/ 1'272,362	S/ 1'463,226	S/ 1'682,720	S/ 1'935,137	S/ 2'225,417
Tasa de descuento	8%				
Flujo descontado	S/ 1'170,573.46	S/ 1'346,168.23	S/ 1'548,102.21	S/ 1'780,326.30	S/ 2'047,383.99
VANS S/	S/ 6'168,928.16				

Capítulo VIII. Decisión e Implementación

8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

El plan de implementación incluye la contratación de un programador, parte fundamental de la construcción de la página web donde se plasmará la visión de Welfare, hacia dónde se apunta y cuáles son los ideales. Se dedica una semana para la elección del mejor talento. Luego de seleccionar al programador, se solicita priorizar la inscripción a cursos y talleres, el agendamiento de citas y la creación de usuarios para poder realizar las pruebas de usabilidad tanto con pacientes como con psicólogos a fin de poder afinar detalles e implementar aquello que haga falta. Se pueden revisar figuras en el Apéndice F sobre las pruebas de usabilidad. Asimismo, se realizan reuniones periódicas con el programador para revisar los avances de la web. Una vez implementados los apartados usados para las pruebas y habiendo brindado retroalimentación al programador, se realizan las pruebas de usabilidad con los clientes internos y externos (psicólogos y pacientes) durante dos semanas para obtener puntos de mejora. Posteriormente, se inicia la captación de psicólogos que pasen los filtros necesarios para brindar a los pacientes la mejor atención posible en aras de garantizar su mejoría dentro de un ambiente seguro la cual iniciará en la semana 6, pero que no tendrá una fecha de finalización ya que es necesario el enrolamiento de nuevos psicólogos para la continuidad del negocio. Se continua con la revisión del funcionamiento de la web en su totalidad, punto por punto a fin de asegurar que no presente fallas a nivel de usuario (interno o externo). Una vez implementados los puntos ya mencionados anteriormente, se contrata publicidad de diverso tipo: spots en TV, publicidad Out Of Home y Digital Out Of Home, en redes sociales y radio empleando durante esta tarea dos semanas para la evaluación y contratación. De esta manera se asegura la captación de pacientes, permitiendo una mayor captación de psicólogos y una continuidad en el crecimiento de Welfare. La planificación de la implementación de la plataforma digital Welfare se muestra en la Figura 19. Durante la

implementación se hace referencia a los términos y condiciones del servicio de atención psicológica a través de la plataforma Welfare, como se muestra en el Apéndice G, para los actores que van a interactuar en la aplicación.

8.2. Conclusión

Es posible plasmar un modelo de negocio el cual aporte significativamente a la sociedad, que impacte positivamente en el bienestar emocional y salud mental, que sea rentable, escalable y sostenible. Además, se puede involucrar a los propios pacientes en la mejoría de otros pacientes de forma directa (mediante los grupos de apoyo, por ejemplo, en donde se brindan palabras de aliento entre pacientes) y de forma indirecta (mediante la adquisición de una sesión de terapia la cual aporta cinco minutos de terapia gratuita para alguien que la necesita, pero que no cuenta con los recursos monetarios suficientes).

Las plataformas digitales para atención de la salud emocional y mental son herramientas de vanguardia para mejorar la atención de las personas que les aquejan dicho mal. La salud mental y emocional es una problemática mundial que aqueja a muchas personas y los índices van incrementando cada año, muchos países no cuentan con las herramientas necesarias para afrontar esta problemática.

8.3. Recomendación

Se recomienda realizar diversas actividades en la vida diaria, laboral para que así las personas puedan liberar parte del estrés diario que acumulan día a día; así mismo, se recomienda capacitar a los diferentes psicólogos de todo el país a fin de que puedan acceder a diferentes medios digitales y puedan atender a las diferentes personas que requieren de ayuda profesional en el tema emocional y mental. Además, el Estado peruano debe aumentar la inversión en tecnología a fin de que soluciones como Welfare, a través del Ministerio de Salud, lleguen a más destinos del interior del país posteriormente.

Figura 19

Diagrama de Gantt de la Implementación de la Plataforma Digital Welfare.



Referencias

- Acosta, M. (2022). *Día de la salud mental: estas son las cifras del Perú en el marco de un decepcionante panorama mundial*. Diario El Comercio.
<https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/dia-de-la-salud-mental-estas-son-las-cifras-del-peru-en-el-marco-de-un-decepcionante-panorama-mundial-nndc-noticia/#:~:text=Las%20cifras%20de%20Per%C3%BA%20En%20el%20Per%C3%BA%2C%20seg%C3%BAn,salud%20mental%2C%20>
- Akin, O. (9 de septiembre de 2019). *Marketing campaign simulation modelling – The Monte Carlo approach (Python 3)*. Medium. <https://medium.com/@olukaakin/marketing-campaign-simulation-modelling-the-monte-carlo-approach-python-3-f20c275cfb22>
- Asociación Automotriz del Perú (AAP). (2023). *AAP*. <https://aap.org.pe/observatorio-aap/ranking-de-congestion-vehicular-enero2024/ranking-de-congestion-vehicular-enero2024.pdf>
- Chacón Delgado, E. et al (2021). Generalidades sobre el trastorno de ansiedad. *Revista Cúpula*.
- Clínica Internacional. (2024). *Psicología*.
<https://www.clinicainternacional.com.pe/especialidad/psicologia/>
- Conreras, A. et al (agosto de 2023). *Nota Técnica para el uso del Precio Social de Carbono en la Evaluación Social de Proyectos de Inversión en Tipologías: Servicios de movilidad urbana, recuperación de ecosistemas forestales degradados y espacios públicos urbanos que incluyan áreas verdes*. Ministerio de Economía y Finanzas.
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/Metodologias_Generales_PI/Nota_tecnica_uso_precios_sociales_de_carbono.pdf#page=7&zoom=100,109,112
- El Peruano. (23 de abril de 2023). *Salud mental: Casos atendidos por Minsa se incrementaron en casi 20% durante el 2022*. El Peruano.

<https://elperuano.pe/noticia/210845-salud-mental-casos-atendidos-por-minsa-se-incrementaron-en-casi-20-durante-el-2022>

ENDES (2018). *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar*. Disponible en:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1656/index1.html

Geiger, S. y Finch, J. (2016). *Making Incremental Innovation Tradable in Industrial Service Settings*. *Journal of Business Research*, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.015>

INEI (2020). *Estado de la población peruana 2020*. Disponible en:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1743/Libro.pdf

Institute of Health Metrics and Evaluation. (2022). Institute of Health Metrics and Evaluation. <https://vizhub.healthdata.org/gbd-results/>

Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado - Hideyo Noguchi. (3 de julio de 2022). *Instituto Nacional de Salud Mental inicia primera encuesta nacional especializada en salud mental*. Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi. <https://www.insm.gob.pe/oficinas/comunicaciones/notasdeprensa/2022/006.html>

IPSOS (2023). *Explorando los Niveles Socioeconómicos en Perú: La nueva fórmula y puntos claves para su interpretación*. Disponible en: <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su#:~:text=Actualmente%2C%20la%20distribuci%C3%B3n%20de%20los,DE%2C%20comport%C3%A1ndose%20como%20una%20pir%C3%A1mide>.

Keep Services. (8 de setiembre de 2018). *Consumo eléctrico de las computadoras*. Keep Services. <https://keepservices.com/2018/09/08/consumo-electrico-de-las-computadoras/>

- Licinio, Y. et al. (julio de 2020). *Plan de Salud Mental Perú, 2020-2021*. Plataforma digital única del Estado Peruano: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/5092.pdf>
- Ministerio de Salud (2018). *Plan Nacional de Fortalecimiento de Servicios de Salud Mental Comunitaria 2017 – 2021 (RM N° 356 – 2018/ MINSA)*. Dirección General de Intervenciones Estratégicas en Salud Pública - Dirección de Salud Mental - Lima: 2018. 96 p.
- Ministerio de Salud. (6 de octubre de 2019). *Depresión severa es la principal causa de muerte por suicidio*. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/52214-depresion-severa-es-la-principal-causa-de-muerte-por-suicidio>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (22 de marzo de 2011). *Cálculo de emisiones*. MITECO: https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/programas-de-educacion-ambiental/hogares-verdes/2011%20-%2016%20Calculo%20de%20emisiones%20HV2011_tcm30-171463.pdf
- Miranda, O. (22 de octubre de 2023). *¿Por qué nos faltan psicólogos en el Perú?* Diario La República. <https://larepublica.pe/domingo/2023/10/22/por-que-nos-faltan-psicologos-en-el-peru-salud-mental-en-peru-domingo-1902692>
- Naciones Unidas. (2024). *Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- Naciones Unidas. (2024). *Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- Organización Mundial de la Salud. Estudio (2006). *Multipaís sobre salud de la mujer y violencia doméstica contra la mujer. Hallazgos por país: Perú*. Disponible en: www.who.int/gender/violence/who_multicountry_study/fact_sheets/per/es/index.html

- Organización Mundial de la Salud. (17 de junio de 2022). *Salud mental: fortalecer nuestra respuesta*. Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Plataforma del Estado Peruano. (2 de abril de 2016). Ley N°30421. Ley Marco de Telesalud. Congreso de la República. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/192482-30421>
- Plataforma del Estado Peruano. (2 de agosto de 2007). Ley N° 28369. *Ley del Trabajo del Psicólogo*. Ministerio de Salud. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/249420-007-2007-sa>
- Plataforma del Estado Peruano. (25 de junio de 2011). Ley N° 29719. *Ley que promueve la convivencia sin violencia en instituciones educativas*. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118447-29719>
- Plataforma del Estado Peruano. (22 de mayo de 2019). Ley N° 30947. *Ley de Salud Mental*. Congreso de la República. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/1423694-30947>
- Plataforma del Estado Peruano (3 de julio de 2011). Ley N° 29733. *Ley de Protección de Datos Personales*. Congreso de la República. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/243470-29733>
- Porta, J. (2025). *Carpeta con Pruebas de Usabilidad*. Welfare. https://1drv.ms/f/c/af4adfc6f19b8379/EovWfj-I_g9Gpt-x8h5SskYB3N19uWHB2CPbmg9K5PbUKQ?e=fZ1IHP
- Redacción National Geographic. (31 de mayo de 2023). *Los efectos del yoga en la salud según la ciencia*. National Geographic.

<https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2023/05/los-efectos-del-yoga-en-la-salud-segun-la-ciencia>

Redacción Primicias. (14 de agosto de 2022). *Esta es la cantidad de CO2 que genera cuando navega por Internet*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/huella-digital-apps-portal-internet-emisiones/>

Rojas, C. (2024). *El psicólogo y su papel en la atención al paciente*. Barton.

<https://barton.pe/el-psicologo-y-su-papel-en-la-atencion-al-paciente/>

Rondón, M. (2006). *Salud mental: un problema de salud pública en el Perú*. Scielo.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342006000400001

SANNA Clínica San Borja. (n.d.). *Vanguardia en servicios médicos*. Disponible en:

<https://www.sanna.pe/clinicas/san-borja-lima/especialidades>

Seminario de Marzi, L. (2017). *Estimación del Costo Social por Fallecimiento Prematuro*.

CIUP. Ministerio de Economía y Finanzas. Perú.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (SUNAT). (2024).

Consulta de tipo de cambio. SUNAT. <https://e-consulta.sunat.gob.pe/cl-at-ittipcam/tcS01Alias>

World Health Organization Mental Health (2006). *Strengthening mental health promotion*.

Fact Sheet 220. Disponible en:

www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/en/print.html.

World Health Organization. (2 de marzo de 2022). *Mental Health and COVID-19: Early evidence of the pandemic's impact*. World Health Organization.

https://www.who.int/publications-detail-redirect/WHO-2019-nCoV-Sci_Brief-Mental_health-2022.1

Apéndices

Apéndice A: Competencia

Figura A1

Total de Psicólogos de Estar Bien

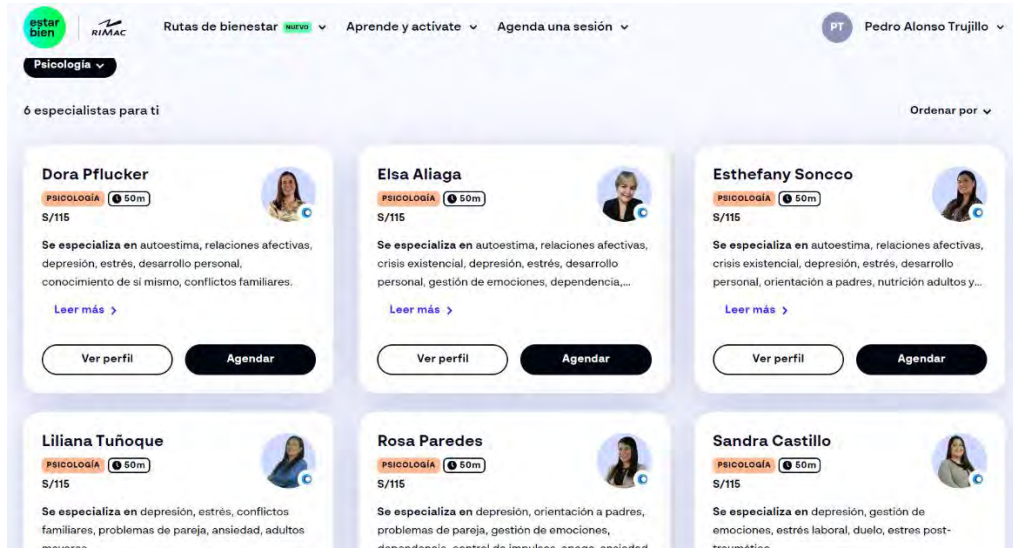
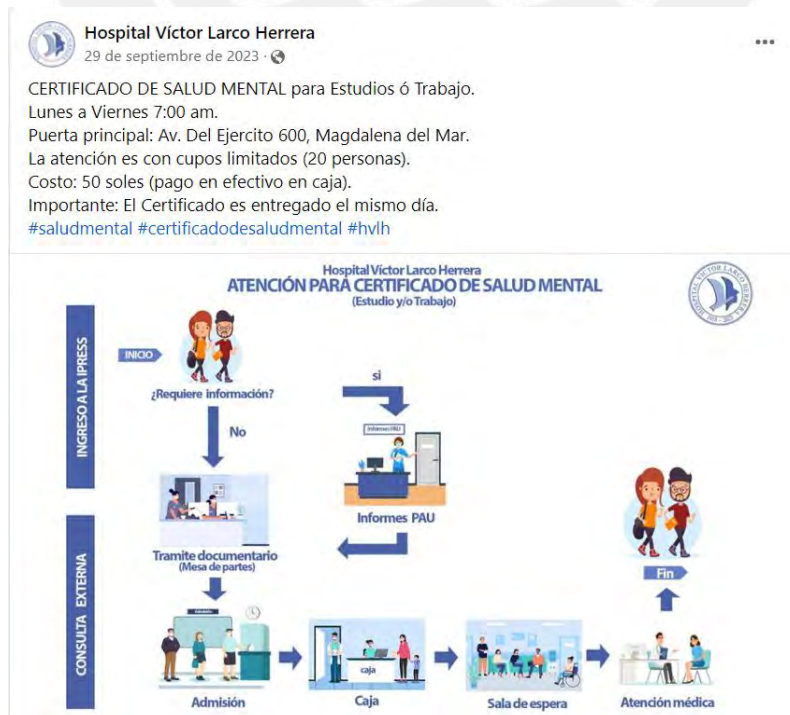


Figura A2

Atención Limitada de Trámites de Instituciones Estatales



Apéndice B: Registro de los Datos de la Primera Fase de las Encuestas

Tabla B1

Primera Fase - Encuestados 1 a 4

	Preguntas	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4
1	Nombre	Alonso	Rocío	Oswaldo	Benjamín
2	Ocupación	Economista	Yoga Trainer	Médico	Arquitecto
3	Edad	37 años	40 años	60 años	23 años
4	Distrito	Miraflores	Miraflores	Miraflores	Miraflores
5	Sexo	Masculino	Femenino	Masculino	Masculino
ACTIVIDADES					
6	¿Cuáles son tus pasatiempos?	Pasear al perro	Leer, ver películas	Cine, pasear	Salir a caminar, leer y dibujar
7	¿Prácticas algún deporte?	Correr	Yoga	básquet	Fútbol

Preguntas	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4
8 ¿En qué trabajas actualmente?	Economista en Interbank	Yoga Trainer	Médico en hospital	Diseño de arquitectura
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	14 horas	6 horas diarias	6 horas diarias	6 horas al día
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	No le alcanza el tiempo	Satisfecha con su trabajo	Satisfecho con su trabajo, pero algo de estrés. Solucionar el estado de los pacientes causa estrés	Si satisfecho por el momento pero quisiera ir a una empresa inmobiliaria
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	Bueno, cordial	Es su propia jefa	El trato es cordial	Trata de tener un lugar sencillo con computadora y mouse
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	Prefiere no decirlo	8,000-10,000	7000	1500
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	Sí las cubre	A veces	Cubre sus expectativas	Si cubre sus expectativas
CREENCIAS				
14 ¿Qué religión profesas?	Ninguna	Sin religiones	Católica	Cristiano evangélico

Preguntas	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	Pagar las cuentas a fin de mes	Sacar el estrés le motiva en el trabajo	Ayudar a los pacientes	Mejorar, buscar cosas nuevas, lo que hace es un ejemplo para los demás
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Todo manejado, tiene terapia quincenal	Sufre de depresión y ansiedad, recientemente ha caído	estrés habitual nada más	La universidad, el trabajo, cuando empezó a trabajar tuvo problemas de estrés
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	Conversando con familiares o amigos, no sabe si la terapia ayuda pero igual la lleva	Medicación y terapia luego de 5 años vuelve a llevar	No mezcla trabajo y vida personal	Logró superarlo hablando, y pudiendo entregarle sus cargas a Dios
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	Le gustaría tener más tiempo libre para sobrellevar las cosas	No hay planes de salud en las empresas	Sería bueno hacer deporte o salir para mejorar el bienestar	Quisiera haber sido escuchado antes, pero cree que todo tiene un proceso en la vida y los procesos ayudan
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	Falta de tiempo	Estrés del día a día, preocupación del presente y futuro	No aplica	Costó hablar, tener más apertura de sentimientos a las personas, de cosas

Preguntas	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4
				personales, pero igual hay personas cercanas
FAMILIA				
20 ¿Con quién vives actualmente?	Solo	Está viviendo con su hija, perrito y gato	Esposa e hijos	Vive con padres y hermano
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Ve una vez al mes a su familia, tiene un trato cordial	Ella es la cabeza de la familia, la relación es buena	Es cabeza del hogar, la relación es amorosa	Padre lleva la admin, relación buena y trabaja con el padre, están día y noche juntos, hablan, conversan y se cuentan sus cosas.
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Normal	Ella le inculca a su hija acerca de salud mental	Estrés no repercute	La familia es un apoyo porque ellos son los que llevaron las riendas de su vida en la etapa adolescente y ayudan a definir quién es actualmente. Él siente que tiene que ser un apoyo para ellos. Cuando había bajos ingresos económicos, como familia trataron de

Preguntas	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4
				reducir los gastos al mínimo.
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Introvertido	Es introvertida	Introvertido	Introvertido
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	5 amigos	3 amigos	10	10 personas cercanas
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Salir a comer, distraerse y pasarla bien los sábados y domingos ya que trabaja mucho durante semana.	Va al cine	Conversación	Salen a caminar, conversar, tomar un café o jugar un partido. Han sido un brazo de apoyo.
26 ¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Positiva	Es buena, salen a divertirse con frecuencia	La relación con ellos es buena, recurren al consejo de los demás	Con ellos han salido, reído y llorado. Cuando ellos necesitan hablar de algo, ellos han estado ahí y viceversa.

Tabla B2*Primera Fase - Encuestados 5 a 8*

Preguntas		Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8
1	Nombre	Marcel	Nico	Víctor	Caleb
2	Ocupación	Abogado	Instructor de vuelo	Trabaja en venta de servicio de limpieza	Asesor de ventas
3	Edad	42 años	66 años	32 años	25 años
4	Distrito	Miraflores	Miraflores	Miraflores	Miraflores
5	Sexo	Masculino	Masculino	Masculino	Masculino
ACTIVIDADES					
6	¿Cuáles son tus pasatiempos?	Nada, juega tenis, saca al perro	Pasear a su mascota, estar con la familia	Running	Básquet
7	¿Prácticas algún deporte?	4 a 6 veces por semana los deportes mencionados	Gimnasia	Running	Básquet

Preguntas	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8
8 ¿En qué trabajas actualmente?	Abogado en una empresa	instructor de vuelo	Trabaja en venta de servicio de limpieza	Asesor de ventas
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	8 horas diarias	8 horas diarias	8 horas al día	Horas laborales 6 horas
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	Satisfecho con el trabajo	Totalmente satisfecho	Le gustaría desempeñarse en ingeniería civil	Si le gusta.
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	Muy bueno	placentero	Ambiente: grato, es la empresa de su amiga	Ambiente sano.
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	Más de 20,000	8000	2000	Rango salarial (4 mil a más)
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	Cubre necesidades	cubre expectativas	Sí cubre necesidades	Si cubre sus necesidades
CREENCIAS				
14 ¿Qué religión profesas?	No practica religión	católico practicante	Es católico	Testigo de Jehová

Preguntas	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	La interacción con los equipos de trabajo	ir al trabajo, la familia, que sus alumnos aprendan	Los perritos que tiene, pensar en su país	Superarse y progresar.
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Estrés dentro de lo normal	Un hijo falleció hace 6 años	por el trabajo, estrés laboral	No tuvo problemas emocionales.
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	El deporte lo mantiene cuerdo, le ayuda	Lo supero con los hijos, religión. Psicólogo familiar ayudó también	Lo solucionó renunciando	-
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	La empresa tiene soporte emocional	Conocer personas con el mismo problema le hubiese gustado en aquel momento	Ascenso	-
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	En pandemia hubo gente que le comentó que tuvo problemas de ansiedad	No conocer personas que sientan lo mismo que él	Nada en particular	-

Preguntas	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8
FAMILIA				
20 ¿Con quién vives actualmente?	Vive solo, con perro	Vive con su esposa, cabeza del hogar	Vive con roomies actualmente, buena relación	Vive con su pareja
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Relación frecuente con familia	Todo va bien luego de tantos años de casado	Buena relación	Buena, su esposa es la cabeza del hogar.
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Ningún problema familiar que ocasione lejanía	Su relación se ha visto afectada por lo de su hijo, pero al final lo solucionaron	muy buena	No todo tranquilo.
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	50/50	50/50	Extrovertido	Extrovertido.
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	20 personas	10 a 15 personas	4 amigos	Círculo social 2
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Sale con ellos a practicar deporte	Conversar, comer juntos	Se reúne con ellos, viajes	Juega básquet con amigos.

	Preguntas	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8
26	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	De sus amigos, nada relevante acerca de sus problemas. Pero, hay una que lleva acompañamiento (terapia)	Su relación con amigos como ha impactado: apoyo emocional, conversando se brindan dicho apoyo	Su relación se ha visto impactada en el sentido que se alejó por tanto trabajo que tenía antes	No me gusta estar solo, por eso busca compañía.



Tabla B3*Primera Fase - Encuestados 9 a 12*

Preguntas	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12
1 Nombre	Rafaela	Dora	Jaquelin	Alexandra
2 Ocupación	Atención al cliente	Psicóloga	Atención al cliente	Estudiante
3 Edad	25 años	46 años	22 años	23 años
4 Distrito	Miraflores	Miraflores	Chorrillos	Surco
5 Sexo	Bailar	Femenino	Femenino	Femenino
ACTIVIDADES				
6 ¿Cuáles son tus pasatiempos?	Bailar	caminar	Deporte, Box	Lee y paseos con sus mascotas, salir a comer, cine, viajar.
7 ¿Prácticas algún deporte?	No practica deportes	No deportes	Box	En casa, ejercicios

Preguntas	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12
8 ¿En qué trabajas actualmente?	Trabaja en servicio al cliente.	Trabaja en recursos humanos	Atención al cliente.	Full time en empresa SAN roque y en su emprendimiento
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	7 horas al día.	10 al día	12 horas.	8 horas.
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	Satisfecha con su trabajo.	Satisfecha con su actividad	Crece laboralmente.	Le gusta el ambiente laboral, pero le gustaría encontrar algo mejor.
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	Tranquilo.	Bueno	Ambiente relajado y con leve presión por la ventana (de ventas que necesita alcanzar).	Ambiente amable y buen trato a sus trabajadores.
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	Rango salarial de 0 a 3000	3,000 a 5,000	0 a 1,500	0 a 1,500
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	No cubre sus necesidades.	Si cumple sus necesidades	Si cubre sus necesidades.	Si cubre sus necesidades.

CREENCIAS

Preguntas	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12
14 ¿Qué religión profesas?	Católica.	Cristiana	Religión católica.	Cristiana
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	Futuro	Tener una vida tranquila	Motivaciones su familia y ella.	Sus motivaciones son sus metas
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Si tuvo problemas. Ansiedad, depresión.	Si tuvo un problema.	Emocional, estrés laboral.	Si tuvo problemas emocionales, tiene un trastorno de personalidad. TLP.
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	Lo soluciono con terapia.	Lo supero con fortaleza espiritual	Aún tiene ese problema no lo supero.	Superó yendo a terapia.
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	Información	Le hubiese gustado estar más informada.	Frustraciones por bajas ventas	No tuvo problemas, fue abierta que le ayuden.
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	Frustraciones al buscar apoyo, falta de cariño.	No encontró frustraciones.	Decepción o rabia.	Frustraciones, a veces no sentía que su enamorado la entienda y le genera frustración.
FAMILIA				

Preguntas	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12
20 ¿Con quién vives actualmente?	Vive con su mamá, su padrastro y hermanos.	Vive con su perro.	Vive con su familia.	Vive con su mamá y hermanos.
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Relación regular, padrastro cabeza del hogar	Buena	Su relación es regular no hay tanta comunicación y su padre es cabeza del hogar.	Cabeza del hogar es su mamá
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Le importa mucho lo que ellos piensan y ella siente que están decepcionados de ella.	se sintieron preocupados cuando estuvo mal	Su mamá es vital para su impacto emocional.	Buena relación con su mamá, no tiene mucho tiempo para sus hermanos, los ve poco. Impacto de familia, anteriormente un poco mal, tuvo problemas. Actualmente ya es una buena relación.
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Extrovertida.	Introvertida.	Introvertida	Un poco de ambos.
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	15 amigos.	5	5	2 amigos.

Preguntas	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Actividades, comer, tomar	Conversar	Salen a comer, conversar.	Ir a comer, a pasear, cine o fiestas. Actividades con amigos.
26 ¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Amigos influyen mucho.	Impacto de amigos es bueno con el apoyo.	Impacto de sus amigos en su estado emocional es buena, la aconsejan bastante.	Impacto con sus amigos es bueno.

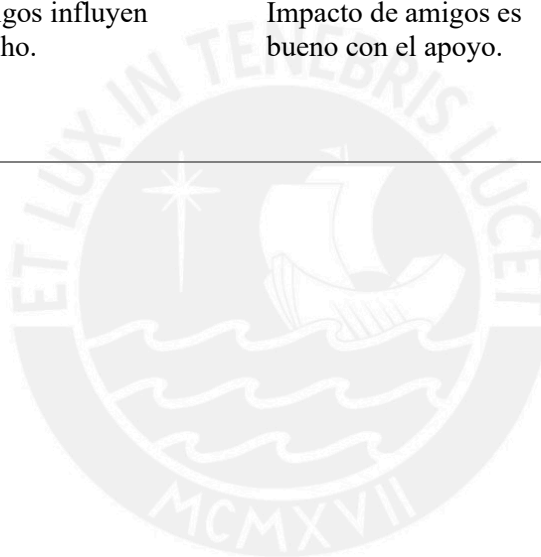


Tabla B4*Primera Fase - Encuestados 13 a 16*

	Preguntas	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16
1	Nombre	Betsy	Jazmín	Luis	José
2	Ocupación	Ingeniería Civil	Estudiante	Administrador	Estudiante
3	Edad	29 años	23 años	40 años	22 años
4	Distrito	San Miguel	Chorrillos	Surco	Miraflores
5	Sexo	Femenino	Femenino	Masculino	Masculino
ACTIVIDADES					
6	¿Cuáles son tus pasatiempos?	Cine	Estudiar trabajar y divertirte	Deporte, leer, navegar en internet	Leer, cocinar
7	¿Prácticas algún deporte?	No hace deportes	Gimnasio	Práctica fútbol amateur	Golf
8	¿En qué trabajas actualmente?	Trabaja supervisando obras de construcción	Atención al cliente	Administrador de una empresa de restaurantes.	Es voluntario

Preguntas	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	9 horas diarias.	4 horas y media de trabajo	12 horas.	No aplica
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	Le gustaría desarrollarse buscando cargos administrativos.	Satisfecho	Le gustaría desarrollarse laboralmente.	No aplica
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	Buen ambiente laboral.	Tranquilo y divertido.	Ambiente laboral agradable.	No aplica
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	3,000 a 5,000	Rango salarial 1500 a 3000	No precisa	No aplica
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	Salario cubre sus necesidades.	Salario no cubre sus necesidades	Salario no cubre sus necesidades	No aplica
CREENCIAS				
14 ¿Qué religión profesas?	Católica.	Católica	No profesa religión.	Católico no practicante
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	seguir adelante, ahorrar y en un futuro no trabajar.	Motivación su hija	Sus hijos.	Conocer cosas nuevas viajando

Preguntas	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Tuvo hace dos semanas un cuadro de mareos	Si, no encontrar trabajo. Problema q generó estresa.	No tiene problemas emocionales.	Estrés debido a la vida
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	Logró superarlo con descanso médico.	Le hubiese gustado encontrar trabajo más rápido.	No aplica	Se supera mediante meditación y terapia
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	Le dieron un diagnóstico erróneo	Le hubiese gustado encontrar trabajo más rápido.	No aplica	Le gustaría más Hablar con amigos
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	Le hubiese gustado información clara.	Frustraciones, enojo o molestia.	No aplica	No tener bastante tiempo
FAMILIA				
20 ¿Con quién vives actualmente?	Vive con su pareja.	Vive con su hija.	Vive con su esposa e hijos.	Vive solo

Preguntas	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Ambos son cabeza del hogar.	Ella es cabeza del hogar.	Su esposa gana más es cabeza de hogar.	No aplica
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Buena relación, la familia le ayudó a sobrellevar el episodio.	Impacto de familia en su estado emocional, su motivación ayuda a seguir adelante.	Familia positiva.	Dar consejos y hablar
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Punto medio.	Extrovertido.	Se considera introvertido.	Introvertido
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	8 amigos	15 amigos}	3 amigos	15 amigos
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Sale con amigos a jugar juegos de mesa.	Actividades con amigos, salir a caminar y comer.	Realiza deporte con sus amigos.	Deportes como fútbol americano y golf, practicar y mirar en tv
26 ¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Sus amigos ayudaron a sobrellevar estado emocional.	Impacto de amigos es positivo.	Amigos impactan positivamente.	No se habla sobre eso

Tabla B5*Primera Fase - Encuestados 17 a 20*

Preguntas		Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20
1	Nombre	Rosa	Valeria	Milagros Diaz	Sussy
2	Ocupación	Abogada	Antropóloga	Psicóloga	Optómetro
3	Edad	37 años	40 años	40 años	34 años
4	Distrito	Miraflores	Miraflores	Jesús María	Miraflores
5	Sexo	Femenino	Femenino	Femenino	Femenino
ACTIVIDADES					
6	¿Cuáles son tus pasatiempos?	Escuchar música	Salir a correr y cocinar	salir con su hija, estar en casa, ver películas	ser madre
7	¿Prácticas algún deporte?	No hace deporte	Yoga	No hace deporte	Baile
8	¿En qué trabajas actualmente?	Abogada	Operación Alemana	Trabaja en EsSalud de psicóloga	Trabaja en Óptica

Preguntas	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	8 horas o más	8 horas	8 horas diarias	Lunes a sábado 48 horas semanales
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	Si le gusta su trabajo	Trabajar menos en lo mismo	Si satisfecho	Satisfecha con su negocio, es propio
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	Es independiente así que lo hace sola	Ambiente óptimo	Ambiente tranquilo, a veces hay trabajo bajo presión cuando piden muchas cosas	Ambiente laboral agotante
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	3000	5,000 a más	3,000 a 5,000	5,000 a más
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	Sí cubre pero juntando con su esposo	Si cubre necesidades	Si cubre sus necesidades	Sí cubre
CREENCIAS				
14 ¿Qué religión profesas?	Católica no practicante	Atea	Católica	Católica
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	Su mayor motivación es su hija	Su hijo le motiva	Seguir teniendo metas, ver a su hija crecer	Sus hijos

Preguntas	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	Estrés porque es difícil ser mamá y trabajar porque no hay tiempo	Siempre hay episodios de estrés debido a cuestiones laborales	Estrés, tratar de manejarlo. En esta vida considera que es pan de cada día, por diferentes cosas, familiares, personales y trabajo.	Problema emocional post COVID, era triste ver qué la gente perdía familias.
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	Se queda hasta tarde en el trabajo	Se supera con el tiempo	Supera relajándose y saliendo, ver el clima y la naturaleza, tocar el suelo y ver aves cantando.	Logró superar a través de Dios
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	Más apoyo familiar	Le gustaría Quizás buscar ayuda profesional	Le hubiera gustado apoyo familiar.	Psicología gratis por Zoom
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	Tener más tiempo	mantener el problema cuando debió buscar ayuda antes	Decir que sí se va poder y que es un momento pasajero. No pensar en cosas negativas	No había apoyo inmediato le frustraba, todos los hospitales estaban llenos
FAMILIA				

Preguntas	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20
20 ¿Con quién vives actualmente?	Vive con su esposo	Vive con esposo e hijo	Vive con hija y esposo.	Vive con esposo e hijos
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Tranquilos, ambos son cabeza del hogar	Relación buena, ella es la cabeza del hogar	Relación bien, son unos loquitos a veces. Ambos son la cabeza, son un equipo.	Relación normal, ambos son cabeza del hogar
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Tranquilos tratando de buscar más momentos juntos. Impacta de forma positiva	Familia no ha impactado en su estado emocional. Pero trata de mantener la calma cuando está con su familia. Ellos no tienen por qué pagar pato.	Familia impacta pues piensa ya no solo en sí mismo sino en su hija, su futuro, su desarrollo y los valores que le enseña. Impacta siendo soporte familiar para su familia.	Han impactado llenándole de alegría. Se estresa cuando hay mucho trabajo y comunica a su esposo que le ayude con los niños.
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Extrovertida	Extrovertida	Extrovertida. Muy habladora y amigüera	Extrovertida
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	10 amigos	20 amigos	8 amigos	5 amigos

Preguntas	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Actividades recreacionales, salen juntos en familias	Salir al parque, hacer actividades con sus hijos, ir de paseo, ver shows, teatro	Bailar y cocinar en casa de sus amigas. Karaoke, hacen TikTok como una manera de desestresarse.	Tomar cafés una vez al mes
26 ¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Impactan o dan apoyo cuando se ven estresadas tratando de salir al cine	Básico, le dan soporte conversando	Amigos han impactado de manera general bien. Es diferente a estar con la familia. Se reúnen en parejas pero también solo chicas a hablar y chismear. Se cuentan experiencias y se enriquecen de ello orientando	En COVID estaban sin comunicación y se buscaban y preocupaban

Tabla B6*Primera Fase - Encuestados 21 a 24*

Preguntas	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24
1 Nombre	Giovanna	María	Jesús	Omar
2 Ocupación	Ama de casa	Estudiante	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico
3 Edad	36 años	21 años	51 años	33 años
4 Distrito	Miraflores	Miraflores	Miraflores	Miraflores
5 Sexo	Femenino	Femenino	Masculino	Masculino
ACTIVIDADES				
6 ¿Cuáles son tus pasatiempos?	Diseñar interiores	Salir a manejar bici y pasear con su perro, estar en redes sociales	Correr y tenis	Hacer música, sacar a pasear a su perrita, dibuja y pinta
7 ¿Prácticas algún deporte?	No hace reporte	Bicicleta	Correr y tenis	Sale a manejar bici seguido y hace ejercicios de vez en cuando

Preguntas	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24
8 ¿En qué trabajas actualmente?	No trabaja	No trabaja	Freelance	Freelance y proyectos personales
9 ¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	No aplica	No aplica	7 horas	6 horas
10 ¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	No aplica	No aplica	Estoy satisfecho en mi trabajo	Está satisfecho pero tiene 3 trabajos para poder sobrellevar la vida
11 ¿Cómo describes tu ambiente laboral?	No aplica	No aplica	Trabaja solo	Trabaja home office, es el ambiente más adecuado para él
12 ¿Cuál es tu rango salarial?	No aplica	No aplica	5mil a más	Entre 5,000 a 10,000
13 ¿Tu salario cubre tus necesidades?	No aplica	No aplica	Si cubre sus necesidades	No cubre sus necesidades del todo
CREENCIAS				
14 ¿Qué religión profesas?	Cristiana	Ninguna religión	Religión católica	No tiene religión

Preguntas	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24
15 ¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	Su perrito	Cumplir los pequeños objetivos que se traza a largo plazo	Lo motiva su familia	Lo motiva pocas cosas, la necesidad de salir adelante
PROBLEMAS				
16 ¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?	No tiene actualmente, tuvo depresión a los 20 años	Si tuvo problemas, tuvo depresión	Sí, después de la pandemia, tuvo mucha gente de sus familias. Hubo casos de depresión y están luchando con eso.	Sí, ha tenido problemas con su bienestar emocional. Deja de lado muchas cosas que le gustan por trabajar, ya que descuida otros aspectos viendo lo laboral.
17 ¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	Lo superó con su padre	Con terapia psicológica	Con terapia	Trata de hacer cosas que le generen dopamina como ejercicio y música que le gusten para liberar las tensiones que tiene
18 ¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	Apoyo psicológico, más información y saber a quién recurrir.	Le hubiese gustado más información en el colegio sobre la salud mental	Inconveniente es que algunos familiares no tienen recursos y el apoyo del estado no	Tener más tiempo

Preguntas	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24
19 ¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	Reservada, no buscaba ayuda.	Le hubiese gustado más información en el colegio sobre la salud mental	ayuda. Aunque hay unas líneas de apoyo El poco apoyo del estado	Poco tiempo
FAMILIA				
20 ¿Con quién vives actualmente?	Vive con su novio	Vive con sus 2 roomies	Vive solo	Vive solo con su perrita
21 ¿Cómo es tu relación con ellos, quién es la cabeza del hogar?	Buena relación, ambos son cabeza del hogar	Buena relación con sus roomies	Buena relación, él vive solo	Buena
22 ¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	Aprendió a expresarse más con el novio y si familia. Siente que sabe escuchar y da consejos a su familia si es que se lo piden	Entre las 3 son un soporte porque conviven juntas	Ha impactado bastante en su familia porque para sobrevivir en pandemia tuvo que usar su fondo de pensiones y pudo ayudar a salvar a amigos que estaban muy enfermo. Recibe apoyo contante y emocional de su familia	Ha impactado de manera positiva, transmite un poco lo que ha aprendido sobre manejar sus emociones, no sabe si lo han captado del todo. 15. Ellos de forma negativa aunque la enseñanza que le han dado de chico le ha dado las herramientas para vivir su vida en una forma

Preguntas	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24
				tranquila ya que no se ha visto envuelto en situaciones peligrosas y le han servido como guía para tomar buenas decisiones
CIRCULO SOCIAL				
23 ¿Te consideras introvertido o extrovertido?	Introvertida	Extrovertida	Se considera introvertido	Introvertido
24 ¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?	2 amigos	5 amigos cercanos	Tiene 10 amigos cercanos	4 amigos cercanos
25 ¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	Salir, reunirse en casa o algún café	Con sus amigos sale a comer, a conversar e ir a algún evento. Algo entretenido	Actividades que realiza: es ir al cine, ir al teatro y reuniones con amigos	Actividades con sus amigos: Distraerse, salen al cine, fuma y tomar, conversar
26 ¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	Son una fuente de apoyo para salir del estrés	De buena manera	Con sus amigos: los retroalimentan y ellos a él	Ellos le han abierto la mente de forma positiva, pero cuando van conociendo algunas personas a veces una conversación basta para generar un cambio.

Apéndice C: Registro de los Datos de la Segunda Fase de las Encuestas

Tabla C1

Segunda Fase - Preguntas 1 a 5

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu ocupación?	¿Qué edad tienes?	¿En qué distrito vives?	¿Cuáles son tus pasatiempos?	¿Practicas algún deporte?
Diego Durand	Coordinador de Prevención	34	La Perla	Montar bicicleta / escuchar salsa, jazz, r&b	Futbol/bicicleta
Daniel Navarro	Nutricionista	35	Chosica	Tocar guitarra y leer	Si, calistenia
Grazia	Estudiante	23	San Borja	Ver series, correr, leer	Correr
Rosa	Nutricionista	29	Ventanilla	Ver series	No
Verónica	Nutricionista	42	Ate	Bailar, Jugar Vóley y viajar	Gimnasio
Jully Nakamatsu	Nutricionista	42	Pueblo libre	No tengo	No
Rosario	Nutricionista	31	Pueblo libre	Bailar y cocinar	No
Ana Meléndez	Nutricionista clínico	45	San Martin de Porres	Bailar	Vóley

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu ocupación?	¿Qué edad tienes?	¿En qué distrito vives?	¿Cuáles son tus pasatiempos?	¿Practicas algún deporte?
Lorena	Nutricionista	36	Los Olivos	Ver película y bailar	Asisto a una sala de baile
Álvaro Espinoza	Nutricionista	31	Villa El Salvador	Bicicletear	Gym
Gina Romero	Nutricionista	41	La Molina	Baile, viaje, cine,	Natación
Silvia	Nutricionista	50	San Luis	Leer sobre metafísica, escuchar música clásica	No
Miriam Maguiña	Nutricionista	60	San Luis	Ver películas	No
Magaly Espinoza	Nutricionista	43	Pueblo libre	Escuchar música e ir al cine	No
Carolina Lisboa	Estudiante	24	Villa María del triunfo	Bailar, escuchar música, leer	Fútbol
Carlos Lazo Gómez	Nutricionista	46	Lince	Gym, videos streaming	Atletismo

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu ocupación?	¿Qué edad tienes?	¿En qué distrito vives?	¿Cuáles son tus pasatiempos?	¿Practicas algún deporte?
Nathaly Pérez	Prevencionista	29	Pueblo libre	Ir al cine, leer historias de amor y escuchar podcast de terror.	No, solo voy al gimnasio ocasionalmente
José Fiestas	Contador	35	San Martín de Porres	Ver Televisión	No
Luis	Entrenador	29	Jesús María	Entrenar	Correr y entrenar musculación
María Delgado	Estudiante	35	Surco	Viajar	Ninguno
Vladimir	Ingeniero mecánico	31	Rímac	Salir a caminar, jugar	Fútbol ocasionalmente
Kevin Echevarría	ING mecánico	32	SMP	Jugar pelota, caminar, comer	Fútbol
Bettyna	Nutricionista	38	San Borja	Caminar	No
María	Empleado	65	Rímac	Manejar auto	Vóley
Ricardo Julio	Preparador físico	33	Surco	Lectura	No

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu ocupación?	¿Qué edad tienes?	¿En qué distrito vives?	¿Cuáles son tus pasatiempos?	¿Practicas algún deporte?
Marianny	Asistente	20	surco	La música, el estudio, la lectura	Bicicleta
Abel	Nutricionista	30	Lima	Ver películas o series, escuchar música, salir con amigos, jugar con mis mascotas, estudiar constantemente	Ejercicios de cardio y fuerza de moderada intensidad en casa con pesas
Guevara Cabada	Ingeniero	33	San Martín de Porres	Jugar al fútbol	Si
Carlos Chávez	Jefe de Seguridad	38	Independencia	Cine, TV y viajes	No
Ana María	Lic. Nutricionista	39	Cercado de Lima	Ver TV, cine	Vóley
Lourdes	Enfermera	46	Ate	Películas románticas, paseos	Topfalter, y baile
Brittany Bastidas	Estudiante	24	Barranco	Escuchar música	No
Manuel	Analista Sistemas	60	Miraflores	Lectura, cine	No

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu ocupación?	¿Qué edad tienes?	¿En qué distrito vives?	¿Cuáles son tus pasatiempos?	¿Practicas algún deporte?
Karla Quiñones	Nutricionista	52	Breña	Leer, ver televisión	No
Micaela	Nutricionista	41	Jesús María	Jugar con mi hija, natación, cine, leer	Natación
María	Nutricionista	65	Rímac	Deportes	Voleibol
María del Carmen	Técnico asistencial de nutrición	54	La victoria	Escuchar música retro	Caminata
Jorge Luis	Ingeniero	48	Surco	Pasear y Netflix	Natación
Pedro	Banquero	40	Lince	Caminar, pasear, viajar	Gimnasio
Walter Ramos	Ingeniero	45	Surquillo	ver películas, escuchar música.	Si
Yeni Saavedra	Asistente de operaciones	31	Los Olivos	reunirme con amigas y salir con mi familia fuera de la ciudad.	No por ahora, por un proceso de recuperación física.
Jorge Cabrera	Analista de Aplicaciones	68	Miraflores	Caminar, ir al cine	Cuando se puede fulbito

Tabla C2*Segunda Fase - Preguntas 6 a 9*

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Diego Durand	Prevención en una cadena de centros comerciales	10 horas	Gestión comercial	Desafiante
Daniel Navarro	Si	150 mensuales	Muy satisfecho y deseo seguir aprendiendo	Tranquilo
Grazia	Asistente de recursos humanos	5	Si	Cómodo
Rosa	Hospital	6 por día	Si	Diverso
Verónica	Nutricionista Clínica	7	Me gustaría hacer una maestría en gestión de las personas	Agradable
Jully Nakamatsu	En un hospital	7 a 8 horas	Sí estoy contenta, pero también me gustaría hacer consulta particular y docencia	Variante

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Rosario	En un hospital	Más de 150 horas	Por el momento si porque me ayudado aprender muchas cosas, me gustaría especializarme en nutrición pediátrica	Es una mezcla de todo, una atmósfera productiva y a la vez tensa y poca comunicativa
Ana Meléndez	Nutricionista clínico	6 a 10 h.	Si	Tranquilo
Lorena	Nutricionista en hospital público	6 horas, a veces 12h	Estoy satisfecha	Normal
Álvaro Espinoza	Nutricionista	150 horas	Si estoy satisfecho	Cómodo
Gina Romero	Nutricionista	6	En proceso de estudio el doctorado	Tóxico
Silvia	En un hospital	220	Me gusta la medicina Natural	Estresante
Miriam Maguiña	Nutricionista	10 horas	Si	Medianamente crítico
Magaly Espinoza	Nutricionista	6 horas diarias	Satisfecho	Un poco conflictivo

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Carolina Lisboa	Estoy descansando hace un mes	Dedicaba 12	No, mucha explotación de lo que tenía que hacer me mandaban más cosas	Tóxico
Carlos Lazo Gómez	Hospital	8 horas	Si	Cómodo y seguro
Nathaly Pérez	servicios de sistemas de aire acondicionado	Diariamente, entre 10 y 12 horas	Quisiera poder graduarme y ejercer mis estudios	Bueno
José Fiestas	Contador	8	Por el Momento si	Cordial y cómodo
Luis	Personal Trainer	+12 horas	Si estoy satisfecho	Adecuado
María Delgado	Cuidado de adulto mayor	12 horas	Trabajar o poner mi propio tópico	Tranquilo
Vladimir	Empresa del rubro de aire acondicionado	9horas	Si, pero me gustaría desarrollarme más en proyectos	Bueno
Kevin Echevarría	Planta de fundición	48 horas	Si	Tranquilo

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Bettyna	Área clínica y tutor clínico de alumnos de pregrado	150 horas mensuales + 30 horas de docencia	Satisfecha	Cargado
María	Nutricionista	6 horas	Si	Regular
Ricardo Julio	Preparador físico	10	Si, aunque sigo en desarrollo	Excelente
Marianny	Como asistente de atención al cliente	9 horas	Me gustaría desarrollarme como enfermera	Agradable
Abel	Nutricionista	8	Me gusta ser nutricionista pese a que a veces el ambiente laboral y los compañeros no son tan amables	Como en todo trabajo hay gente amable y gente mala, algunas personas mayores no tienen escucha ni empatía activa, en lugar de apoyar a veces solo juzgan y hablan gritando o queriendo hacer quedar mal
Guevara Cabada	Como ingeniero	9 horas diarias	Si	Bueno
Carlos Chávez	En un centro comercial	14	Si	Intermedio

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Ana María	Hospital Guillermo Almenara Irigoyen	12 horas	Seguir especializándome en Bancos de Leche	Por momentos cargado
Lourdes	Enfermera	150 horas al mes	Si me gusta	Mi otra familia
Brittany Bastidas	Analista Comercial	8 - 10 horas	Si estoy satisfecho	Tenso
Manuel	Analista Sistemas	9	Si	Bueno
Karla Quiñones	En mi carrera	A veces 12	Estoy satisfecha	Argüido
Micaela	En hospital	7	Negocio propio	Amigable -
María	Nutricionista	6 horas	Si	No hay cultura organizacional
María del Carmen	En preparación de fórmulas para niños	8 por día	Muy satisfecha con lo que hago y desarrollarme con más cursos	De responsabilidad
Jorge Luis	Como analista en una oficina	48	Sí	Agradable

¿Cuál es tu nombre?	¿En qué trabajas actualmente?	¿Cuántas horas dedicas a tu actividad laboral?	¿Estás satisfecho con tu trabajo actual o en qué te gustaría desarrollarte?	¿Cómo describes tu ambiente laboral?
Pedro	Banquero	9	Si, pero debo seguir creciendo	Bueno
Walter Ramos	Empresa de construcción de infraestructura de riego	12 horas	sí estoy satisfecho	Bastante presión y mucha competencia.
Yeni Saavedra	Servicios de mantenimiento y facility management	48 horas semanales	Estoy pasando por el proceso de aprendizaje y desarrollo profesional y personal para desarrollar mi propio proyecto de empresa.	Un ambiente laboral adecuado donde se comparte las experiencias profesionales facilitando el apoyo y el trabajo en equipo.
Jorge Cabrera	Como analista TI	9 horas	Si	Bueno el de la oficina

Tabla C3*Segunda Fase - Preguntas 10 a 14*

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu rango salarial?	¿Tu salario cubre tus necesidades?	¿Qué religión profesas?	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?
Álvaro Espinoza	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica	En ayudar a los pacientes	Si
Gina Romero	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	La recuperación de mis pacientes... y una sonrisa como agradecimiento	Si...
Silvia	5,000 a 10,000 soles		Creo en Dios	Qué los pacientes tengan fe	La rudeza, frialdad, egolatría,
Miriam Maguiña	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	Cumplir con mis labores diarias	No
Magaly Espinoza	3,000 a 5,000 soles	No	Católico	dar lo mejor de mí para la recuperación de mis pacientes en este caso trabajo con niños	Si
Carolina Lisboa	Más de 10,000 soles	No	Católica	Mi familia	Ansiedad, el trabajo lo ganar muy poco y no poder solventar mis gastos

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu rango salarial?	¿Tu salario cubre tus necesidades?	¿Qué religión profesas?	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?
Carlos Lazo Gómez	5,000 a 10,000 soles	Sí	Cristiano	El servir al prójimo	Si
Nathaly Pérez	1,200 a 3,000 soles	No	Católica	Pensar que pronto me superaré.	He sufrido de depresión
José Fiestas	3,000 a 5,000 soles	Sí	católica	Nada en Especial	No
Luis	1,200 a 3,000 soles	Sí	Ninguna	Mejorar	Si
María Delgado	1,200 a 3,000 soles	No	Católica	El ser algún día trabajador independiente	Si
Vladimir	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica		No
Kevin Echevarría	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica	Mis metas	Si

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu rango salarial?	¿Tu salario cubre tus necesidades?	¿Qué religión profesas?	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?
Bettyna	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica	Mis pacientes, mis alumnos	Sí, carga mental: trabajo + docencia + tareas de la casa
María	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	A tener Empatía con las personas	Si
Ricardo Julio	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica	Lograr los objetivos	Si
Marianny	1,200 a 3,000 soles	Sí	Cristiana	Mi novio	Si
Abel	1,200 a 3,000 soles	No	Cristiano	Mis padres, mis hermanas, mis sobrinitos y mis gatos, mi familia nuclear son muy importante para mí, gracias al trabajo puedo cumplir mejor con el bienestar de mi familia	La traición de algunos compañeros de trabajo, cuando de manera amable ofrecí mi tiempo, mi apoyo, mi dinero por gastos en el trabajo, me correspondieron mal con traición, mentiras y perjudicaron mi salud
Guevara Cabada	5,000 a 10,000 soles	Sí	Adventista	Cumplir mis metas	Si

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu rango salarial?	¿Tu salario cubre tus necesidades?	¿Qué religión profesas?	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?
Carlos Chávez	5,000 a 10,000 soles	No	Cristiano	Observar condiciones y actos inseguros e irregularidades	No
Ana María	3,000 a 5,000 soles	No	Cristiana	Mi Familia	Si
Lourdes		Sí	Católica	Mi pacientes su mejoría	El tiempo de COVID 1°
Brittany Bastidas	3,000 a 5,000 soles	No	Católico	Cumplir mis metas	Gran carga laboral
Manuel	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	Compartir con los amigos	Sobrecarga laboral
Karla Quiñones	3,000 a 5,000 soles	Sí	Católica	La mejoría de mis pacientes	No
Micaela	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católico	Los pacientes	Durante la maternidad

¿Cuál es tu nombre?	¿Cuál es tu rango salarial?	¿Tu salario cubre tus necesidades?	¿Qué religión profesas?	¿Qué te motiva en tu día a día; por ejemplo, cuando estas en el trabajo?	¿Has tenido algún problema con tu bienestar emocional, mental o una situación adversa que te haya generado estrés o ansiedad?
María	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	Lograr una buena atención	Si
María del Carmen	1,200 a 3,000 soles	Sí	Católica	La satisfacción de tener el día con los objetivos realizados	Cuando vienen los nuevos, tener que decirles que sean responsables y cuidar el ambiente.
Jorge Luis	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica y cristiana	Ser mejor cada día	No
Pedro	5,000 a 10,000 soles	Sí	Católica	Acabar mis pendientes	Si
Walter Ramos	Más de 10,000 soles	Sí	católica	Que mi hijos sean felices	Quizás en algún momento cuando no tengo tiempo para cumplir mis responsabilidades.
Yeni Saavedra	1,200 a 3,000 soles	No	Ninguna	mis hijas, mi familia y yo misma.	si
Jorge Cabrera	Más de 10,000 soles	Sí	Católico	Siempre se aprende algo nuevo y los amigos	Si de tipo familiar, más que estrés o ansiedad es de preocupación

Tabla C4*Segunda Fase - Preguntas 15 a 18*

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
Diego Durand	Manejo emocional, reorganización de mis tareas	Apoyo interno/externo al equipo	Ninguna	Esposa e hija
Daniel Navarro	Mirando las cosas con calma e intentando no autocriticarme mucho	Paciencia y diálogo	Ninguna	Mi esposa y dos hijos
Grazia	Terapia	Escucha activa	La no validación de lo que siento	Mi prima
Rosa	Meditando	Calma	Ninguna	Padres
Verónica	No haciéndole caso.	No he tenido	Nada en el trabajo	Mis niñas y mi pareja
Jully Nakamatsu	Conversando con amigos y con el pasar del tiempo	No sé	Que no me entiendan	Con mis hijos y esposo
Rosario	No	No	No	Con mi sobrino

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
Ana Meléndez	Haciendo mi deporte favorito el vóley o me voy a bailar a mi elenco de danzas.	Lo soluciono distrayendo en mi deporte o baile.	A veces no recibes apoyo.	Mi esposo, mis hijos y mis tías.
Lorena	Por el amor a mi familia	Soporte emocional	Pocos centros recomendados	Con mi esposo e hijos
Álvaro Espinoza	Sobrellevar las cosas y tratando de sonreír	Que mi familia esté cerca de mi	Ninguna	Sobrina, hermana
Gina Romero	Relax y desconexión del centro laboral	Empatía	Falta de empatía ...y comunicación	Familia
Silvia	Me gusta conectarme con la naturaleza el arte la paz	Tener más independencia	-	Dos hermanas
Miriam Maguiña	No	No	No	Con mi hermana y mamá
Magaly Espinoza	Respirar y conversarlo con otras personas para el consejo respectivo	Tener más paciencia con las personas	Que no entienden mi posición	Con mi mama
Carolina Lisboa	Ajustándome en la plata	Un aumento, que sean buenos jefes que deja conscientes del	Llorar	Mis padres

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
		trabajo de uno del esfuerzo el sacrificio		
Carlos Lazo Gómez	Actualizando los conocimientos	Algún mentor	No haber alguien que guie	Mi hna.
Nathaly Pérez	Aun lidio con ello diariamente	-	Minimizan mis sentimientos o consideran que es flojera	Sola
José Fiestas	-	-	No lo he Requerido	Esposa e hijos
Luis	Resiliencia	Tener mayor información	Falta de empatía	Familia y novia
María Delgado	Con el pasó de tiempo	Apoyo profesional	Falta de dinero	Vivo en la casa de mis empleadores
Vladimir	-	-	-	Mis padres
Kevin Echevarría	Apoyo psicológico	Si encontré el apoyo necesario	Carencia de oportunidades laborales	Con mi pareja

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
Bettyna	Antes hacia yoga	Yoga con horarios flexibles, cercano a casa o virtual	Tiempo/distancia/costos	Mi esposo y mi niña de 8 años
María	Es del día a día	Entendimiento	No hay Autoridad de los jefes	Mi familia
Ricardo Julio	Medito y equilibrio mis emociones	Pensar en positivo	Al buscar ayuda, no encuentro apoyo	Solo
Marianny	Buscando soluciones o sólo dejando pasar el momento	Algo sencillo	Que me tilden de exagerada o dramática	Padres y hermanos
Abel	Gracias a Dios y a mi familia y a mis amigos con los que puedo conversar y estuve leyendo libros de auto motivación y autoestima, tratando de enfocarme más en mí y perdonar a esas personas pero también sacarlas de mi vida, retirando mi amistad hacia esas personas	Empatía y justicia, que valoren mi esfuerzo, amabilidad y tiempo	Me frustraba y daba rabia que las personas que hacen cosas incorrectas e ilegales y que no hacen bien su trabajo, reciban más mérito, más beneficios y más consideración que las personas que hacemos bien el trabajo y correctamente	Familia nuclear
Guevara Cabada	Con motivación	Ayuda profesional	Ninguna	Solo

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
Carlos Chávez	-	-	-	Con mi esposa
Ana María	Terapias	Quién me pueda llevar a una evaluación psicológica	Personas que pasaron lo mismo que yo	Con mi familia
Lourdes	Esfuerzo y mi familia	Un pronto tratamiento	No me frustro, me esfuerzo más	Con mi pareja
Brittany Bastidas	Controlando mayor mis tiempos	Aprender más cosas	Ira	Madre
Manuel	Manejando prioridades	Relax	No he solicitado apoyo	Padre, pareja e hija
Karla Quiñones	No lo tuve	Ninguna	No ser apoyada por mis superiores	Mis hijos
Micaela	Organizándome	Apoyo de mis superiores	Empatía	Esposo e hija
María	Teniendo más tranquilidad y bienestar	Ayuda de los jefes	No hay solución a los problemas	Con mi familia
María del Carmen	Conversando y enseñándoles	Que vengan con la consigna de trabajo y dedicación	LA JEFATURA	con mi esposo

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo lograste superar dicho inconveniente?	¿Qué soluciones te gustaría haber encontrado en esos momentos?	¿Qué frustraciones has encontrado al buscar apoyo?	¿Con quién vives actualmente?
Jorge Luis	No	Ninguna	Ninguna	Con mi familia, esposa e hijos
Pedro	Con actividad física	Orientación	Mucho desconocimiento	Esposa
Walter Ramos	salir a correr, caminar, cambiar de ambiente etc.	ninguna, para mi es suficiente la actividades mencionadas arriba.	no lo he necesitado	con mi esposa e hijos
Yeni Saavedra	con el apoyo de mi familia, sabiéndolo conversar con las personas adecuadas.	Me gustaría haber entendido que las situaciones complejas o difíciles de sobre llevar son normales en el desarrollo de una persona. Y que, acudir a una persona cercana o a un profesional que ayude a resolver una situación; es algo normal y saludable.	no lo calificaría como una frustración, sin embargo debo de reconocer que existe cierto tabú para lograr exteriorizar situaciones muy personales.	Con mi pareja e hijas.
Jorge Cabrera	Con fe y esperanza, siempre pienso que va a pasar, también con apoyo familiar y de amigos	La solución que se dé es buena, porque siempre trato que sea la mejor	Tengo la suerte que siempre encontré apoyo	Con mi esposa

Tabla C5*Segunda Fase - Preguntas 19 a 22*

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo es tu relación con ellos?	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?
Álvaro Espinoza	Muy bien	En forma positiva	50-50	10
Gina Romero	Excelente	Trato q no les afecte.... pero en su momento...he tenido el apoyo incondicional de ellos	Extrovertido	8
Silvia			Introvertido	Pocos
Miriam Maguiña	Normal	No	50-50	10
Magaly Espinoza	Muy buena	Trato que no afecte a mi familia	Introvertido	Pocos
Carolina Lisboa	Muy buenas gracias a dios 🍀	Sin ellos creo yo me hubiera incluso tomado pastillas para no vivir más es frustrante todo	Extrovertido	3
Carlos Lazo Gómez	Buena	Tranquilidad	Introvertido	3

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo es tu relación con ellos?	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?
Nathaly Pérez	Vivo sola, por tanto no veo a mi familia, algunos desde hace años	Mi familia busca apoyo emocional en mí, porque soy la que brinda consejos y calma pero al estar separados el tiempo es limitado, suelo escuchar y aconsejar pero no cuento mis sentimientos.	50-50	3
José Fiestas	Buena	mi familia me hace feliz	Extrovertido	30
Luis	Buena	Apoyo incondicional	50-50	5
María Delgado	A veces bien en ocasiones no	He tratado de no involucrarlos	Extrovertido	Muchos
Vladimir	Buena		50-50	
Kevin Echevarría	Excelente	No ha impactado	Extrovertido	Más de 10
Bettyna	Buena	Agotamiento mental, estrés	Extrovertido	20
María	Buena	Los problemas se quedan fuera ⁴	50-50	Varios
Ricardo Julio	Estoy solo	Son mi motivación	50-50	6

¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo es tu relación con ellos?	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?
Marianny	No tan buena	En traumas	50-50	7
Abel	Buena	Me apoyan incondicionalmente, estoy agradecido	50-50	Considero que son 5 los más leales
Guevara Cabada	NA	Impacto positivo	50-50	3
Carlos Chávez	Buena	Considerable	Extrovertido	
Ana María	Super	Positiva, me motiva seguir mis sueños y metas	Introvertido	4
Lourdes	Regular, es mi complemento	Es mi motivo principal	Extrovertido	Muchos, me gusta hacer amistad
Brittany Bastidas	Buena	Gran impacto	50-50	4
Manuel	Bien	Cuando hay discusiones fuertes hay un impacto	Introvertido	5
Karla Quiñones	Buena	Apoyándome	50-50	Pocos

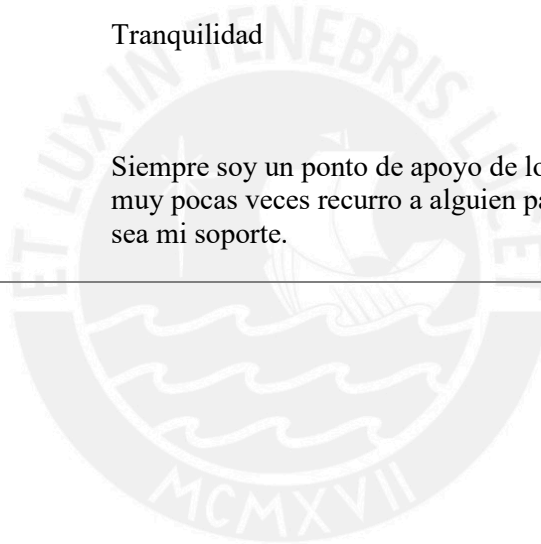
¿Cuál es tu nombre?	¿Cómo es tu relación con ellos?	¿De qué manera ha impactado tu familia en tu estado emocional y viceversa?	¿Te consideras introvertido o extrovertido?	¿Cuántos amigos dirías que conforma tu círculo social?
Micaela	Excelente	Ahora te estoy bien	50-50	Varios 15
María	Buena	Comprometida,	50-50	Varios
María del Carmen	Buena	Son mi ejemplo	Extrovertido	Pocos
Jorge Luis	Saludable y estable	Es difícil sobrellevar ambos	Introvertido	5
Pedro	Buena	Es importante estar bien para transmitirlo	Extrovertido	20
Walter Ramos	muy bien	me hacen sentir bien, es mutuo.	Extrovertido	40 personas aprox.
Yeni Saavedra	Es una relación sana, sin conflictos importantes, comandada por el respeto, el cariño, el trabajo y el amor hacia nuestras hijas.	Considero que dentro de los planes que tenía respecto a mi vida profesional y personal me ha sorprendido como es que el hecho de formar mi familia ha generado en mí diversos cambios respecto a la manera como visualizo mis objetivos y la madurez con la que enfrento cada situación que se me presenta.	50-50	6
Jorge Cabrera	Buena	Económica	50-50	Muy amigos pocos

Tabla C6*Segunda Fase - Preguntas 23 a 25*

¿Cuál es tu nombre?	¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	¿Estarías dispuesto(a) a pagar 125 soles por una sesión de terapia psicológica sabiendo que esto te da acceso a una plataforma con cursos relacionados a bienestar emocional, talleres, tips, grupos de apoyo y que además así le das la oportunidad de llevar
Diego Durand	Charlar	Me ayudan a aliviar tensiones	Sí
Daniel Navarro	Ir al gimnasio, salir a correr, tocar música y a veces ir a la iglesia	Siempre de manera positiva	Sí
Grazia	Colorear salir a comer cine	Bastante	Sí
Rosa	Tomar vino	Ninguna	Sí
Verónica	Escuchar música y/o salir a bailar.	Buena porque conversamos de todo.	Sí
Jully Nakamatsu	Comer y conversar	De manera positiva	No
Rosario	Ir a comer	Muy bien	Sí

¿Cuál es tu nombre?	¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	¿Estarías dispuesto(a) a pagar 125 soles por una sesión de terapia psicológica sabiendo que esto te da acceso a una plataforma con cursos relacionados a bienestar emocional, talleres, tips, grupos de apoyo y que además así le das la oportunidad de llevar
Ana Meléndez	15	Positiva porque nos reunimos mensualmente	Sí
Lorena	Reuniones para diálogo	Nos relajamos, reímos mucho	No
Álvaro Espinoza	1-2	Manera positiva al escucharme mis problemas	Sí
Gina Romero	Viajes, ejercicios, reuniones, cine, etc.	Recibo apoyo emocional	Sí
Silvia			No
Miriam Maguiña	Tomar lonche y conversar	No	No
Magaly Espinoza	Salir a comer y conversar	A veces positiva o negativa mente	Sí
Carolina Lisboa	Salir a pasear, comer	Muy bueno ya que si estoy mal sé que viene y saldremos al parque a conversar o ir a cenar	Sí

¿Cuál es tu nombre?	¿Qué actividades realizas con tus amigos en tus tiempos libres?	¿De qué manera han impactado tus amigos en tu estado emocional y viceversa?	¿Estarías dispuesto(a) a pagar 125 soles por una sesión de terapia psicológica sabiendo que esto te da acceso a una plataforma con cursos relacionados a bienestar emocional, talleres, tips, grupos de apoyo y que además así le das la oportunidad de llevar
Carlos Lazo Gómez	Cine, paseos	Tranquilidad	Sí
Nathaly Pérez	Juegos de mesa	Siempre soy un ponto de apoyo de los demás, muy pocas veces recurro a alguien para que sea mi soporte.	Sí



Apéndice D: Hipótesis del Modelo de Negocio

Figura D1

Hipótesis del Modelo de Negocio

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad **ACTIVIDAD 2**

Responsable **GRUPO 4 - MBA 184**

Paso 1: Hipótesis (Riesgo 🚫👤👤)

Creemos que

Adultos de Lima moderna que viven en Miraflores entre 20 y 50 años que sufren de trastornos de depresión, estrés y ansiedad están dispuestos a pagar S/. 120 soles por atención especializada en salud mental.

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 🗣️👤👤)

Para verificarlo, nosotros

Realizamos una encuesta de validación con preguntas clave para confirmar el cumplimiento de la hipótesis en una muestra de 30 personas del distrito de Miraflores, en el rango etario designado.

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos

Qué porcentaje de la muestra encuestada, reconoce tener uno de los trastornos

descritos. Qué porcentaje de la muestra encuestada esta dispuesta a pagar S/.120 soles.

Paso 4: Criterio

Estamos bien si

El 80% de las personas encuestadas reconoce tener un problema de salud mental y que el 50% de estos este dispuesto a pagar S/.120 soles por atención especializada en salud mental.

Apéndice E: Tarjetas de Prueba de Deseabilidad

Figura E1

Hipótesis 1 de la Prueba de Deseabilidad

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad	Prueba de deseabilidad
Responsable	Equipo 4

Paso 1: Hipótesis 1 (Riesgo 🚫🚫🚫)

Creemos que Las personas que se encuentren entre 20 y 50 años, de Lima Moderna-Miraflores, de NSE A, B y C y que sufren de depresión, ansiedad y estrés

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍👍👍)

Realizaremos una encuesta para comprobar si las personas reconocen padecer de depresión, ansiedad y estrés

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos El porcentaje de las personas que reconocen padecer estas enfermedades emocionales.

Paso 4: Criterio

Estamos bien si El porcentaje de personas encuestadas reconocen padecer enfermedades emocionales en más de 50%

Figura E2

Hipótesis 2 de la Prueba de Deseabilidad

Tarjeta de prueba (Strategyzer)

Actividad	Prueba de deseabilidad
Responsable	Equipo 4

Paso 1: Hipótesis 2 (Riesgo 🦠🦠🦠)

Creemos que	<p>Las personas que se encuentren entre 20 y 50 años, de Lima Moderna-Miraflores, de NSE A, B y C y que sufren de depresión, ansiedad, y estrés están dispuestos a pagar S/. 125 soles por atención virtual integral y multidisciplinaria que cuente con servicios complementarios para la mejora de su salud emocional.</p>
--------------------	--

Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 🗳️🗳️🗳️)

	<p>Realizaremos una encuesta para comprobar si las personas que padecen de depresión, ansiedad, y estrés están dispuestas a pagar S/125 por atención virtual integral para la mejora de su salud emocional.</p>
--	---

Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)

Además, mediremos	<p>El porcentaje de las personas que están dispuestas a pagar S/125 por atención virtual integral y multidisciplinaria para la mejora de su salud emocional.</p>
--------------------------	--

Paso 4: Criterio

Estamos bien si	<p>El porcentaje de personas que están dispuestas a pagar por atención virtual integral para la mejora de su salud emocional es más de 70%</p>
------------------------	--

Figura E3

Hipótesis 3 de la Prueba de Deseabilidad

Tarjeta de prueba (Strategyzer)	
Actividad	Prueba de deseabilidad
Responsable	Equipo 4
Paso 1: Hipótesis 3 (Riesgo 🚫💀👤)	
Creemos que	Los especialistas de salud mental están dispuestos a pertenecer a una plataforma digital que los contacte con pacientes y reciban diversos beneficios que les permita realizar satisfactoriamente su trabajo.
Paso 2: Prueba (Confiabilidad de los datos 👍👍👍)	
	Realizaremos una encuesta para comprobar que los especialistas de la salud están dispuestos a trabajar en una plataforma digital que les ofrezca diversos beneficios.
Paso 3: Métrica (Tiempo requerido 🕒🕒🕒)	
Además, mediremos	El porcentaje de los especialistas que están dispuestos a pertenecer a una plataforma digital para atender a pacientes y que reciben diversos beneficios.
Paso 4: Criterio	
Estamos bien si	El porcentaje de especialistas encuestados que están dispuestos a pertenecer a una plataforma digital es mayor a 50%

Apéndice F: Pruebas de Usabilidad

Figura F1

Prueba de Usabilidad con Pacientes

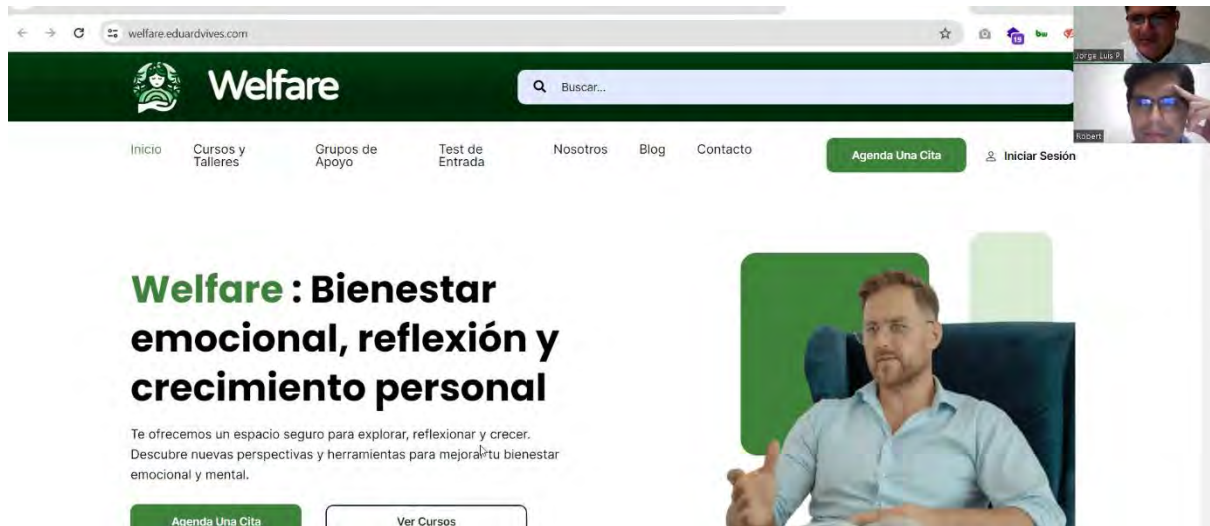
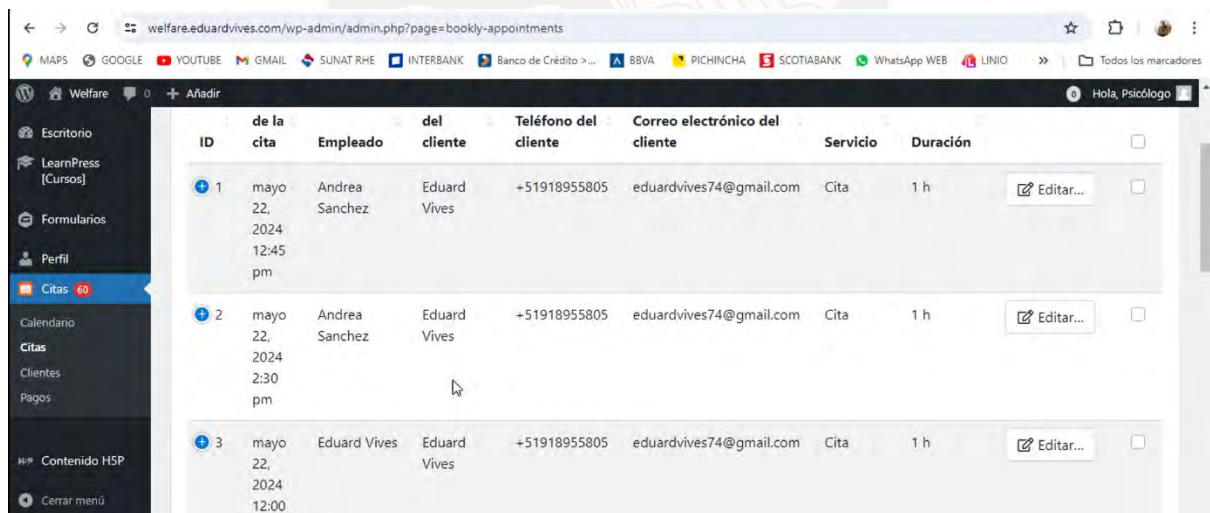


Figura F2

Prueba de Usabilidad con Psicólogos



Apéndice G: Términos y Condiciones del Servicio de Atención Psicológica de Manera Virtual

Este documento establece los términos y condiciones que rigen el uso de los servicios de atenciones psicológicas de manera virtual, proporcionados por los actores del proceso de atención psicológica en la plataforma Welfare.

Lea atentamente los siguientes puntos:

1. Declaración del especialista:

Al solicitar nuestros servicios, el especialista declara haber leído, entendido y aceptado estos términos y condiciones. Asimismo, declara ser un contratista independiente sin sujeción al personal de la plataforma Welfare. La aceptación quedará manifestada al marcar el casillero de estos términos y condiciones, y registrar su información en la plataforma Welfare.

Al utilizar estos servicios, usted acepta plenamente estos términos y condiciones, así como al tratamiento de sus datos personales registrados en la plataforma Welfare, en cumplimiento a lo establecido en la Ley 29733, ley de protección de datos personales (Plataforma del Estado Peruano, julio 2011) y sus modificatorias.

2. Declaración del paciente:

Al solicitar nuestros servicios, el suscriptor o paciente declara haber leído, entendido y aceptado estos términos y condiciones. La aceptación quedará manifestada al marcar el casillero de estos términos y condiciones, y registrar su información en la plataforma Welfare.

Al utilizar estos servicios, usted acepta plenamente estos términos y condiciones, así como al tratamiento de sus datos personales registrados en la plataforma Welfare, en cumplimiento a lo establecido en la Ley 29733, ley de protección de datos personales (Plataforma del Estado Peruano, julio 2011) y sus modificatorias.

3. Modificaciones en los términos y condiciones:

Welfare se reserva el derecho de modificar estos términos y condiciones. Los cambios serán notificados a través de los canales de comunicación apropiados.

Si no está de acuerdo con alguno de los puntos aquí establecidos, le recomendamos que no continúe con el proceso de registro.

Para absolver cualquier duda o consulta, puede ponerse en contacto el administrador de la plataforma Welfare: Jorge Porta, al correo jorge.porta@pucp.edu.pe o al celular 985416400.

Welfare

