

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSTGRADO



Modelo ProLab: Sanamente, una propuesta tecnológica para mejorar el bienestar emocional de las personas en el Perú

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Yhon Charly Deudor Malpazo, DNI: 41129627

Hugo Elmer Hernández Huaco, DNI: 09333858

Rebeca Nohelí Salas Müller, DNI: 47496803

Reyme Gonzalo Salas Müller, DNI: 45814590

ASESOR

Daniel Eduardo Guevara Sánchez, DNI: 09412483

Código Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6374-8062>

JURADO

Juan Pedro Rodolfo Narro Lavi

Pablo José Arana Barbier

Daniel Eduardo Guevara Sánchez

Surco, enero 2022

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, **Daniel Eduardo Guevara Sánchez**, docente de la **Facultad de la Escuela de PosGrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú**, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado **“Modelo ProLab: Sanamente, una propuesta tecnológica para mejorar el bienestar emocional de las personas en el Perú”**, del/de la autor(a)/ de los(as) autores(as) Yhon Charly Deudor Malpazo, DNI: 41129627; Hugo Elmer Hernández Huaco, DNI: 09333858; Rebeca Nohelí Salas Müller, DNI: 47496803; y Reyme Gonzalo Salas Müller, DNI: 45814590; dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud del **19%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el **8/02/2023**.
- 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.

Lima, 8 de febrero de 2023

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora:	
Guevara Sánchez, Daniel Eduardo	
DNI: 09412483	Firma  Profesor Daniel Guevara Sánchez
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6374-8062	

Resumen Ejecutivo

La desatención en la salud mental es un problema mundial de acuerdo a los informes de organizaciones internacionales. La Organización Panamericana de la Salud (2020) señaló que 300 millones de personas para el año 2020 padecían de depresión y experimentaron una disminución de sus capacidades y en consecuencia una baja productividad que impactó seriamente a la economía mundial. En ese contexto, la depresión y la ansiedad, trastornos muy comunes en la actualidad, generan pérdidas a la economía mundial. La Organización Mundial de la Salud (2022) estimó una pérdida de un billón de dólares; además estableció que para el 2020 existiría un crecimiento de la discapacidad mundial debido a la depresión en 15% (Organización Mundial de la Salud, 2004). Con la llegada de la Covid-19, los problemas de salud mental como la depresión y ansiedad se fueron agudizando debido al aislamiento social que decretó el Estado para evitar su propagación. Este aislamiento fue uno de los principales desencadenadores de los trastornos mentales y para la Organización Panamericana de la Salud y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) las medidas preventivas, control y tratamiento para atender la salud mental podrían salvar muchas vidas y mejorar la economía. Dentro de este marco, nació la necesidad de emprender el proyecto Sanamente que tiene como objetivo la prevención de la ansiedad y depresión. Sanamente es un modelo innovador que mezcla la tecnología digital con la asistencia personalizada y ofrece al cliente espacios de relajación y guías, incentivando hábitos saludables para manejar asertivamente las emociones. En relación a la viabilidad financiera, se estimó una inversión de S/ 626,811 para el proyecto con una proyección financiera de VAN equivalente a S/ 3'697,716.69 para los primeros cinco años y una TIR de 37.73%. Del mismo modo, se estimaron los beneficios y costos sociales y se obtuvo un VAN de S/ 1'702,191.69, confirmándose que es una propuesta sostenible alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 3, 8, 10, 12 y 13.

Abstract

Mental health neglect is a worldwide problem according to reports from international organizations. The Organización Panamericana de la Salud (2020) indicates that 300 million people by 2020 suffered from depression and experienced a decrease in their capacities and consequently low productivity that impacted the world economy seriously. In this context, depression and anxiety, very common disorders today, generate losses for the world economy. The Organización Mundial de la Salud (2022) estimated a loss of one trillion dollars; in addition, established that by 2020 there would be a 15% growth in global disability due to depression (Organización Mundial de la Salud, 2004). With the arrival of Covid-19, mental health problems such as depression and anxiety worsened due to the social isolation that the State decreed to prevent its spread. This isolation was one of the main triggers for mental disorders and for the Organización Panamericana de la Salud y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) preventive, control, and treatment measures to address mental health could save many lives and improve the economy. Within this framework, Sanamente project was conceived, whose objective is the prevention of anxiety and depression. Sanamente is an innovative model that mixes digital technology with personalized assistance and it offers clients relaxation spaces and guides, encouraging healthy habits to assertively manage emotions. In relation to financial viability, an investment of S/ 626,811 was estimated for the project with a financial projection of VAN equivalent to S/ S/ 3'697,716.69 for the first five years and an IRR of 37.73%. In the same way, the social benefits and costs were estimated and a NPV of S/ 1'702,191.69 was obtained, confirming that it is a sustainable proposal aligned with the Sustainable Development Goals (SDG) 3, 8, 10, 12 and 13.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas	viii
Lista de Figuras.....	xi
Capítulo I: Introducción.....	1
1.1 Contexto en el que Se Determina el Problema del Negocio	1
1.2 Definición del Problema del Negocio	6
1.3 Sustento de la Relevancia del Problema del Negocio	7
<i>1.3.1 Beneficios del Uso de la Tecnología: “mHealth en el Siglo XXI”</i>	<i>9</i>
<i>1.3.2 La Escalabilidad de la Solución</i>	<i>10</i>
<i>1.3.3 El Impacto Económico.....</i>	<i>10</i>
1.4 Sustento Científico al Problema de Negocio.....	11
<i>1.4.1 Hallazgos</i>	<i>13</i>
1.5 Resumen del Capítulo	15
Capítulo II: Revisión de la Literatura.....	17
2.1 Mapa de la Literatura	18
2.2 Análisis de la Literatura Vinculada al Problema del Negocio	18
<i>2.2.1 La Salud y el Bienestar Emocional.....</i>	<i>18</i>
<i>2.2.2 Beneficios de la Prevención en la Salud Mental.....</i>	<i>21</i>
2.3 Aporte de la Literatura a la Solución del Problema del Negocio	23
<i>2.3.1 Desafíos y Retos del Uso de la Tecnología.....</i>	<i>23</i>
<i>2.3.2 Aplicaciones de la Tecnología en la Solución del Problema.....</i>	<i>25</i>
<i>2.3.3 Iniciativas del Uso de eSalud en el Perú</i>	<i>27</i>
2.4 Resumen del Capítulo	28
2.5 Conclusiones del Capítulo	29

Capítulo III: Planteamiento de la Solución al Problema de Negocio	30
3.1 Aplicación de Metodologías Ágiles para la Solución del Problema de Negocio.....	30
3.1.1 Lienzo de Dos Dimensiones	30
3.1.2 Usuario Meta	32
3.1.3 Mapa de Experiencia del Usuario	34
3.1.4 Design Thinking Aplicado.....	35
3.1.5 Lienzo Costo Impacto- Quick Wins.....	39
3.1.6 Propuesta de Valor	45
3.1.7 Business Model Canvas	46
3.1.8 Blue Print.....	48
3.2 Aplicación de los Elementos de la Investigación Científica para la Solución del Problema de Negocio	49
3.2.1 Características de la Investigación.....	49
3.2.2 Análisis y Resultados de la Encuesta Digital.....	50
3.2.3 Análisis de las Entrevistas Cualitativas.....	60
3.3 Definición de la Solución al Problema de Negocio	62
3.3.1 Prototipo de la Solución	63
3.4 Discusión sobre la Innovación Disruptiva en la Solución al Problema de Negocio	65
3.5 Discusión sobre la Exponencialidad en la Solución al Problema de Negocio	67
3.6 Discusión sobre la Sostenibilidad en la Solución al Problema de Negocio	68
3.6.1 Sostenibilidad Financiera	70
3.6.2 Sostenibilidad Social y Ambiental.....	83
3.7 Implementación de la Solución al Problema de Negocio.....	88
3.7.1 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) del Proyecto	88
3.7.2 Gestión del Cronograma del Proyecto.....	90

3.8 Métricas que Definen el Éxito de la Solución al Problema de Negocio	90
3.8.1 Fase de Adquisición.....	93
3.8.2 Fase de Activación (Leads).....	93
3.8.3 Fase de Retención	94
3.8.4 Ingresos.....	95
3.8.5 Referencia	97
3.9 Resumen del Capítulo	98
Capítulo IV: Conclusiones.....	100
4.1 Conclusiones.....	100
4.2 Recomendaciones	103
4.3 Contribución Práctica.....	104
4.4 Contribución Teórica	105
4.5 Limitaciones y Sugerencias para futuras investigaciones	105
Referencias.....	107
Apéndice A: Problemas de Salud Mental	118
Apéndice B: Artículo de la Ley de Protección de Datos Personales	120
Apéndice C: Aplicaciones mHealth	121
Apéndice D: Selección de Aplicaciones	122
Apéndice E: Propuesta de Objetivos Deseados por el Usuario Sanamente.....	123
Apéndice F: Encuesta	124
Apéndice G: Entrevistas Primera Ronda	128
Apéndice H: Entrevistas Segunda Ronda.....	132
Apéndice I: Plan de Marketing Sanamente	136
Apéndice J: Gastos del Proyecto.....	153
Apéndice K: Segmentación del Mercado	155

Apéndice L: Tarifas y Proyección de Usuarios	159
Apéndice M: Costos Variables Operativos.....	160
Apéndice N: Gastos de Ventas y Administrativos.....	162
Apéndice O: Costo del Promedio Ponderado del Capital (WACC)	164
Apéndice P: Análisis Probabilístico.....	165



Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Problemas de Salud Mental</i>	3
Tabla 2	<i>Llamadas a la Línea 113 según Motivo Consulta desde Abril a Mayo 2020</i>	4
Tabla 3	<i>Incremento de Personas que No Cuentan con Bienestar Emocional en Épocas de Pandemia</i>	12
Tabla 4	<i>Emociones y/o Sentimientos de los Encuestados</i>	55
Tabla 5	<i>La Ansiedad en los Encuestados como Consecuencia de la Covid-19</i>	55
Tabla 6	<i>Estado de Ánimo en los Encuestados</i>	56
Tabla 7	<i>Prototipo de la Solución</i>	64
Tabla 8	<i>Los ODS y sus Metas que Involucra el Proyecto Sanamente</i>	72
Tabla 9	<i>Gastos Preoperativos</i>	73
Tabla 10	<i>Determinación de Usuarios del Proyecto</i>	75
Tabla 11	<i>Remuneración Anual de la Planilla</i>	76
Tabla 12	<i>Cálculo del Gasto de Planilla Proyectado</i>	77
Tabla 13	<i>Determinación del Volumen de Ventas</i>	78
Tabla 14	<i>Determinación del Costo Variable de los Servicios</i>	78
Tabla 15	<i>Cálculo de los Gastos de Ventas</i>	79
Tabla 16	<i>Cálculo de los Gastos Administrativos</i>	80
Tabla 17	<i>Estructura del Financiamiento</i>	80
Tabla 18	<i>Cálculo del Estado de Resultados</i>	81
Tabla 19	<i>Cálculo del Flujo de Caja Libre</i>	81
Tabla 20	<i>Indicadores Financieros</i>	82
Tabla 21	<i>Resultado de Indicadores Financieros Simulados</i>	82
Tabla 22	<i>Los ODS y sus Metas Involucradas en el Proyecto Sanamente (ODS 3, 10 y 12)</i>	84

Tabla 23	<i>Los ODS y sus Metas que Involucra el Proyecto Sanamente (ODS 13)</i>	85
Tabla 24	<i>VAN Social</i>	86
Tabla 25	<i>Beneficios Sociales</i>	87
Tabla 26	<i>Costos Sociales</i>	87
Tabla 27	<i>Cálculo del Flujo Social Neto</i>	87
Tabla A1	<i>Frecuencia de los Problemas de Salud Mental</i>	118
Tabla C1	<i>Características de las Aplicaciones Móviles (mHealth)</i>	121
Tabla G1	<i>Entrevistas Primera Ronda (1/4)</i>	128
Tabla G2	<i>Entrevistas Primera Ronda (2/4)</i>	129
Tabla G3	<i>Entrevistas Primera Ronda (3/4)</i>	130
Tabla G4	<i>Entrevistas Primera Ronda (4/4)</i>	131
Tabla H1	<i>Entrevistas Segunda Ronda (1/4)</i>	132
Tabla H2	<i>Entrevistas Segunda Ronda (2/4)</i>	133
Tabla H3	<i>Entrevistas Segunda Ronda (3/4)</i>	134
Tabla H4	<i>Entrevistas Segunda Ronda (4/4)</i>	135
Tabla I1	<i>Plan de Presupuesto y Demanda</i>	150
Tabla I2	<i>Planner de Promociones en los Meses de Campaña y Meses Regulares con el Total de Leads por Semana</i>	151
Tabla I3	<i>Planificación y Promoción de la Demanda 2022</i>	152
Tabla I4	<i>Cantidad de Ventas y Presupuesto en el 2022</i>	152
Tabla J1	<i>Lista de Activos a Comprar</i>	153
Tabla J2	<i>Depreciación</i>	153
Tabla J3	<i>Detalle de Gastos Preoperativos</i>	154
Tabla K1	<i>Cálculo de Crecimiento Poblacional del Perú Urbano</i>	155
Tabla K2	<i>Porcentaje de Personas del NSE A y B entre 18 a 55 años</i>	157

Tabla K3	<i>Porcentaje de Personas del NSE A y B entre 18 a 55 años</i>	158
Tabla L1	<i>Tarifas</i>	159
Tabla L2	<i>Proyección de Usuarios</i>	159
Tabla M1	<i>Costo de Recursos Usados en el Programa Base</i>	160
Tabla M2	<i>Costo de Materiales Usados en el Programa Base</i>	160
Tabla M3	<i>Costo de Recursos en el Programa Premium</i>	160
Tabla M4	<i>Costo de Materiales Usados en el Programa Base</i>	161
Tabla M5	<i>Costo de Desarrollo del Programa Base y Premium</i>	161
Tabla M6	<i>Costo de Desarrollo de los Programas</i>	161
Tabla N1	<i>Servicios Contratados para Difusión del Proyecto</i>	162
Tabla N2	<i>Costos Unitarios de los Gastos de Ventas</i>	162
Tabla N3	<i>Gastos de Ventas</i>	162
Tabla N4	<i>Costos Unitarios de los Gastos Administrativos</i>	163
Tabla N5	<i>Personal del Área Administrativa e Inflación Anual</i>	163
Tabla N6	<i>Gastos Administrativos</i>	163
Tabla O1	<i>Cálculo del WACC</i>	164
Tabla P1	<i>Estadísticas del VAN</i>	165
Tabla P2	<i>Cálculo del Nivel de Confianza del VAN</i>	166
Tabla P3	<i>Distribución de Clases del VAN</i>	166

Lista de Figuras

<i>Figura 1</i>	Reacciones en la Población Afectada en el Período de Cuarentena o Aislamiento	2
<i>Figura 2</i>	Mapa de la Distribución de Centros de Salud Mental en el Perú.....	5
<i>Figura 3</i>	Mapa de la Literatura	17
<i>Figura 4</i>	Lienzo de Dos Dimensiones.....	31
<i>Figura 5</i>	Lienzo de Meta Usuario	33
<i>Figura 6</i>	Mapa de Experiencia del Usuario	36
<i>Figura 7</i>	Lienzo Prototipo I	40
<i>Figura 8</i>	Lienzo Blanco	41
<i>Figura 9</i>	Lienzo Prototipo II	42
<i>Figura 10</i>	Lienzo 6x6.....	44
<i>Figura 11</i>	Lienzo Quick Wins	45
<i>Figura 12</i>	Propuesta de Valor	46
<i>Figura 13</i>	Business Model Canvas	47
<i>Figura 14</i>	Blue Print Sanamente	49
<i>Figura 15</i>	Datos de la Edad del Público Encuestado	51
<i>Figura 16</i>	Datos del Género del Público Encuestado	52
<i>Figura 17</i>	Datos del Estado Civil del Público Encuestado	52
<i>Figura 18</i>	Nivel de Instrucción Educativa del Público Encuestado.....	53
<i>Figura 19</i>	Encuestados que Tuvieron Contacto Directo o Indirecto con la Covid-19.....	54
<i>Figura 20</i>	Horas del Día que los Encuestados Reciben Información de la Covid-19.....	54
<i>Figura 21</i>	Actividades de Relajación que Usan los Encuestados	57
<i>Figura 22</i>	Tiempo de Uso del Celular por los Encuestados Durante el Día	57
<i>Figura 23</i>	Motivos de Uso del Celular por los Encuestados.....	58

<i>Figura 24</i>	Importancia que Atribuyen los Encuestados a la Meditación y/o Relajación.....	58
<i>Figura 25</i>	Encuestados y Ejercicios de Relajación.....	59
<i>Figura 26</i>	Uso de la <i>App</i> de Bienestar Emocional por Parte de los Encuestados	59
<i>Figura 27</i>	Rango de Precios de la <i>App</i> de Bienestar Emocional	60
<i>Figura 28</i>	Customer Journey Sanamente	64
<i>Figura 29</i>	Organigrama.....	76
<i>Figura 30</i>	Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)	89
<i>Figura 31</i>	Diagrama de Gantt	91
<i>Figura 32</i>	Línea de Tiempo - Implementación del Proyecto	92
<i>Figura 33</i>	Funnel del Growth Hacking.....	92
<i>Figura A1</i>	Frecuencia de los Problemas de Salud Mental por Escalas Porcentuales	119
<i>Figura A2</i>	Problemas de Salud Mental Según Variables Sociodemográficas.....	119
<i>Figura B1</i>	Artículo 14 de la Ley de Protección de Datos Personales.....	120
<i>Figura D1</i>	Diagrama de Flujo.....	122
<i>Figura E1</i>	Objetivos Deseados por el Usuario	123
<i>Figura F1</i>	Encuesta Aplicada.....	124
<i>Figura I1</i>	Portada	136
<i>Figura I2</i>	Datos de la Marca	137
<i>Figura I3</i>	Cinco Fuerzas de Porter	138
<i>Figura I4</i>	Análisis FODA.....	139
<i>Figura I5</i>	Objetivos y Metas	140
<i>Figura I6</i>	Benchmarking de <i>Apps</i> Populares (1/2).....	141
<i>Figura I7</i>	Benchmarking de <i>Apps</i> Populares (2/2).....	142
<i>Figura I8</i>	Estrategias de Marketing (1/2).....	143
<i>Figura I9</i>	Estrategias de Marketing (2/2).....	144

<i>Figura I10</i> Diseño (1/2).....	145
<i>Figura I11</i> Diseño (2/2).....	146
<i>Figura I12</i> Ventas.....	147
<i>Figura I13</i> Facebook Ads.....	148
<i>Figura I14</i> Imagen Referencial de <i>Influencer</i>	149
<i>Figura K1</i> Tasa de Crecimiento Promedio Anual	155
<i>Figura K2</i> Perú Urbano por Niveles Socioeconómicos (NSE)	156
<i>Figura K3</i> Perú Urbano por NSE y Características	156
<i>Figura K4</i> Cantidad de Usuarios de Smartphone por NSE	157
<i>Figura P1</i> Histograma del VAN	167

Capítulo I: Introducción

La pandemia de la Covid-19 ha agudizado la creciente necesidad por encontrar mecanismos que generen prevención y nuevas formas de tratamiento en la salud mental. Según el Ministerio de Salud del Perú (2020) a la pandemia se sumó la crisis económica y el distanciamiento social, este último como medida para limitar su avance. Todos ellos fueron factores que acrecentaron los problemas en salud mental y se manifestaron por ejemplo a nivel de estrés en las personas. El estrés incide en los cuadros de ansiedad y depresión; el consumo de alcohol u otras sustancias; y, la violencia en las personas. La pandemia ha provocado nuevas formas de relaciones personales y laborales, marcadas por el distanciamiento social. Así, la creación de espacios de relajación con la ayuda de aplicativos tecnológicos serán un medio que contribuya a marcar el distanciamiento y una arista relevante en la prevención de la salud mental. En ese sentido, el uso de aplicativos tecnológicos deberá aprovecharse para mantener y mejorar el bienestar emocional de las personas. En este capítulo se expuso el contexto bajo el cual se determinó el problema del negocio, su definición y relevancia apoyado en sustentos científicos. En tal sentido, se planteó como objetivo el desarrollo de un aplicativo móvil que involucre herramientas de relajación para el bienestar emocional de las personas.

1.1 Contexto en el que Se Determina el Problema del Negocio

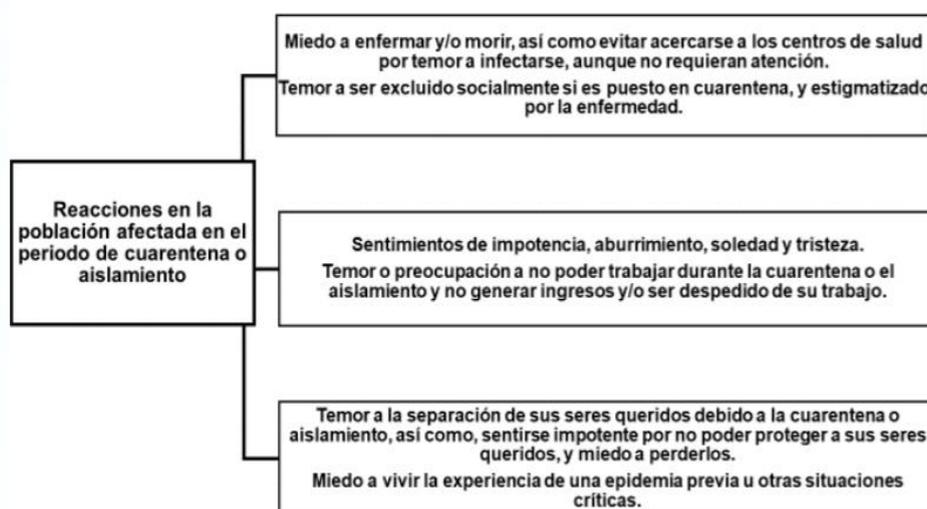
Según la Organización Mundial de la Salud (s.f.) la Covid-19 es una enfermedad viral infecciosa y es altamente transmisible, y se propaga desde la boca o la nariz de una persona infectada por medio de pequeñas partículas líquidas. La transmisión del virus sucede cuando se tose, estornuda, canta o respira. Asimismo, la Covid-19 se encuentra clasificada como una enfermedad pandémica porque se extendió a nivel global y su transmisión era comunitaria y uno de sus impactos fue la pérdida de innumerables vidas humanas a nivel mundial. Por ello, la emergencia sanitaria también provocó que el Estado

peruano dictará medidas para proteger la vida. Una de ellas fue el aislamiento social cuyo objetivo fue hacer frente a la propagación del virus además de acrecentar los problemas en la salud, las medidas causaron deterioros psicológicos.

De acuerdo con Rodríguez et al. (2020) la epidemia ha tenido graves consecuencias, impactando en miedos generalizados, así como los aislamientos sociales fomentaron alteraciones en las personas, y en muchos casos, la intensidad de enfermedades mentales preexistentes. La pandemia de la Covid-19 provocó un incremento de personas con problemas de salud mental por miedo a contagiarse y morir, rechazo social, soledad y contagiar a sus familiares (ver Figura 1).

Figura 1

Reacciones en la Población Afectada en el Período de Cuarentena o Aislamiento



Nota. Tomado de “Impacto de la COVID-19 sobre la salud mental de las personas,” por J. Hernández, 2020, *Medicentro Electrónica*, 24(3), p. 578-594, (http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1029-30432020000300578&script=sci_arttext&tlng=en#f2).

La situación no fue ajena en el Perú, dado que acorde con una encuesta del Ministerio de Salud del Perú (2020a) se evidenció que el nivel de estrés en los peruanos era del orden del 83%. Las causas se identificaron en la pandemia, la nueva modalidad de teletrabajo, el aumento de tasas de desempleo y la coyuntura política y las consecuencias fueron altas cargas emocionales que alteraron el comportamiento. Estas provocaron una baja productividad, mal

clima laboral y/o conflictos en el centro de labores; además, se señaló que no se contaba con políticas preventivas en salud mental por parte de las empresas privadas, así como, el presupuesto suficiente en el sector público para atender a más personas. Según el Ministerio de Salud del Perú (2020c) la inversión no superó el 20% de presupuesto sugerido por la OMS. Sin embargo, esta situación no es reciente, debido a que la Pontificia Universidad Católica del Perú (2018) señaló en una encuesta realizada a 1,203 personas que existía una población con problemas asociados a su salud mental (ver Tabla 1). Estos problemas se vinculaban con el estrés, estado de ánimo, depresión, angustia, miedo entre otras características resaltantes.

Tabla 1

Problemas de Salud Mental

Preguntas	Frecuentemente o varias veces (%)	Alguna vez (%)	Nunca (%)	No precisa (%)
¿Ha tenido mucho estrés?	38.8	42.0	19.0	0.2
¿Ha tenido cambios de ánimo frecuentemente en su estado de ánimo sin motivo alguno?	24.0	40.1	35.8	0.3
¿Ha tenido mucho sueño o ganas de dormir durante el día?	22.4	36.5	40.9	0.2
¿Ha tenido problemas para dormir o insomnio en la noche?	21.3	36.5	42.1	0.1
¿Se ha sentido deprimido o sin ganas de hacer nada?	15.6	41.1	43.1	0.2
¿Se ha sentido angustiado sin razón aparente?	8.7	27.9	63.2	0.2
¿Se ha sentido sensación de miedo sin razón aparente?	7.4	25.6	66.8	0.2
¿Se ha sentido desorientado o confundido en lugares públicos?	6.4	25.1	68.3	0.2
¿Ha tenido la mente llena de ideas difíciles de controlar?	7.6	21.0	70.7	0.7
¿Ha sentido que lo vigilaban o perseguían personas extrañas?	4.9	16.0	79.0	0.2
¿Ha pensado alguna vez, que la vida no vale la pena?	4.6	15.1	79.8	0.5

TOTAL (N= 1,203 peruanos de 18 años a más)

Nota. Tomado de “Una mirada a la salud mental desde la opinión de los peruanos, 2018”, por Pontificia Universidad Católica del Perú, 2018 (<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/112469>).

En marzo del 2020, el Ministerio de Salud del Perú (Minsa) reportó el primer caso de Covid-19 en el Perú y en el mes de mayo de ese año, el Minsa implementó la línea 113 de apoyo psicológico, línea que registró 24,000 llamadas, de las cuales el 80% eran personas que sufrían de estrés y el 12% estaban con síntomas depresivos o de ansiedad (ver Tabla 2).

Tabla 2

Llamadas a la Línea 113 según Motivo Consulta desde Abril a Mayo 2020

Motivo	Número	%
Estrés	20,425	82.39
Síntomas ansiosos y/o depresivos	3,144	12.68
Síntomas y/o diagnóstico psiquiátrico	520	2.10
Conflicto	378	1.52
Sentimental	96	0.39
Habilidades sociales (autoestima, asertividad)	75	0.30
Problemas de comportamiento	42	0.17
Violencia familiar	42	0.17
Desarrollo	37	0.15
Sexualidad	16	0.06
Violencia contra la mujer	16	0.06
Total	24,802	

Nota. Tomado de “Plan de Salud Mental Perú, 2020-2021,” por Ministerio de Salud del Perú, 2020d, (<http://bvs.MINSA.gob.pe/local/MINSA/5092.pdf>).

Por tanto, se puede ratificar que antes de la pandemia existía un porcentaje importante de personas con estrés y ansiedad, en muchos casos desatendidas y dicha situación se acrecentó con la pandemia, impactando en el aspecto social, sanitario y económico del país. En tal sentido, Salinas (2019) mencionó que los problemas de salud mental no solo afectan a las personas que lo padecen, sino también en la producción económica anual. Esta pérdida se estimó entre 2.5 y 8.5 billones de dólares causada por personas con trastornos mentales por depresión y ansiedad. Por otra parte, otra referencia del Minsa (2021) señaló que 7 de cada 10 peruanos se encuentran desatendidos en salud mental; por lo cual, existe una demanda importante de personas con falencias en su atención.

Dentro de la problemática de desatención de la salud mental se reafirma que no solo existe una escasa priorización por atenderla, sino también, la poca oferta de especialistas y centros de atención especializada. Según mencionan los estudios realizados por el Colegio Médico del Perú (citado por Bustinza,2019) se detallaron que en el Perú hay 1,082 psiquiatras. Por tanto, se estima que existe un psiquiatra para un promedio de 29 mil personas, y según el Minsa (2020a) el 81% de ellos están ubicados en Lima. Además, solo existe un psicólogo clínico por cada 10,000 habitantes (“Perú, un país con déficit de profesionales especialistas”, 2016). En cuanto a la infraestructura para la atención de problemas en la salud mental, el Estado peruano realizó esfuerzos por implementar y aumentar los centros de atención. Según el Minsa (2020a) se cuentan con 203 centros de salud mental comunitaria, 30 unidades de hospitalización y 48 hogares protegidos en todo el país (ver Figura 2).

Figura 2

Mapa de la Distribución de Centros de Salud Mental en el Perú



Nota. Tomado de “Centros de Salud Mental Comunitaria (CSMC),” por Ministerio de Salud, 2020a, (<https://www.MINSA.gob.pe/salud-mental/#mapa>).

Por otro lado, Castillo y Cutipe (2019) realizaron un análisis sobre la implementación de los centros comunitarios para la atención de la salud mental y en dicho análisis se recalcó que los centros no llegan a cubrir las necesidades de una gran demanda de personas que requieren ser atendidas. Dentro de esta coyuntura, es un hecho que existe una gran necesidad por atender el problema de raíz con medidas de prevención y las personas requieren de mecanismos que soporten la mejoría de su bienestar emocional y se facilite la identificación temprana de algún problema de salud mental para que sea tratado por especialistas. En ese sentido, el bienestar emocional se puede mejorar con herramientas tecnológicas y según Salinas (2019) la tecnología digital y de la información son piezas claves para implementar la escalabilidad y accesibilidad en los servicios; el motivo es porque permiten conocer los *insights* de los usuarios y atender con mayor eficacia a cada uno.

1.2 Definición del Problema del Negocio

La pandemia que se está atravesando evidenció la relevancia de la atención de los problemas de la salud mental; si bien, no es reciente, esta se ha agudizado de manera exponencial. Los factores que contribuyeron con la problemática fueron: (a) la falta de capacidad de los centros de salud mental, (b) la poca oferta de especialistas y, (c) la escasa inversión económica. Asimismo, en la actualidad se ha puesto de manifiesto la necesidad de las personas por cuidar su salud mental y las medidas implementadas por el Estado peruano para evitar los contagios y propagación de la Covid-19 generaron efectos colaterales. El aislamiento, la soledad y el miedo al contagio agudizaron los problemas en la salud mental; por lo tanto, personas que antes gozaban de una buena salud mental empezaron a mostrar síntomas de estrés, ansiedad y depresión, entre otros problemas. Por otra parte, los problemas originados por la falta de atención generaron un gran dolor en quienes sufrían y su entorno más cercano; además, en uno de los puntos abordados en una encuesta realizada sobre salud mental (ver apéndice G) se determinó un escaso conocimiento y difusión sobre herramientas

de prevención. Por estos motivos, surgió la necesidad de emprender un proyecto que contribuya con mitigar el problema y desde la generación de un espacio para la prevención y difusión de una herramienta que vele por el bienestar emocional con el uso de la tecnología.

1.3 Sustento de la Relevancia del Problema del Negocio

El bienestar físico y mental es un estado que toda persona anhela; sin embargo, en el mundo y sobre todo en el Perú, la pandemia y crisis política histórica produjeron mayor inestabilidad. En este contexto, es inevitable la existencia de una cantidad importante de personas con estrés en diferentes niveles, quienes deben ser tratados oportunamente a fin de evitar futuros trastornos como la ansiedad y depresión. La Covid-19 agudizó los problemas en las personas y, esta generó un incremento de los desórdenes mentales comunes; existiendo evidencias como en China, el primer país en tener la crisis pandémica. Según Lozano (2020) en un estudio realizado en China se evidenció que, en una muestra de 1,210 chinos, en 194 ciudades, el 54% de los pobladores tuvieron un impacto psicológico de moderado a grave. Dentro de esta muestra, el mayor porcentaje era causado por trastornos de ansiedad (29%) y depresión (17%). Asimismo, en el estudio se señaló que el impacto de la Covid-19 produjo síntomas de insomnio, incertidumbre, ira, temor a ser infectado, aislamiento social, trastorno de estrés postraumático llevándolos a sufrir de ansiedad y depresión.

En otro estudio realizado por Jianyin Qiu (citado por Lozano, 2020) sobre una muestra de 52,730 jóvenes y adultos, entre 18 a 55 años, se indicó que el 29.3% padecían de estrés moderado a grave. Además, se detectó que los jóvenes entre 18 a 30 años con acceso a redes sociales e internet tuvieron un nivel de estrés menor que las personas de 60 años a más y la razón fue la presencia de índices más altos por estrés, porque este último grupo etario tenían mayores riesgos en tasas de mortalidad. La situación del Perú no ha sido muy diferente, dado que según un estudio realizado por el Minsa y la Organización Panamericana de la Salud se identificó que 8 de cada 10 peruanos sufrieron algún tipo de problema o sintomatología que

estuvo relacionado con la falta de bienestar en la salud mental. De acuerdo con el Minsa (2020b) los trastornos más comunes son la depresión y la ansiedad y entre las sintomatologías más frecuentes se pueden destacar: (a) dificultades para dormir (55.7%); (b) problemas con el apetito (42.8%); (c) cansancio o falta de energía (44%); (d) falta de concentración (35.5%) y (e) pensamientos o ideaciones suicidas (13.1%).

En consecuencia, la Covid-19 tiene una gran repercusión en el bienestar de las personas y a pesar, que antes de la crisis, ya se contaba con una cantidad relevante de personas con problemas de bienestar emocional, según los estudios de la PUCP (2018) (ver Apéndice A). Además, la Organización de las Naciones Unidas (2020a) afirmó que la Covid-19 en el 2020 fue un catalizador del estrés en las personas e inclusive incrementaron las patologías psicológicas porque duplicaron la cantidad de suicidios en el mundo. En ese sentido, Lozano (2020) confirmó que no se dispone de estudios recientes en el país como los de China; no obstante, si se toma la muestra de China, el reto es atender a la población entre 18 hasta 55 porque son personas con mayor conocimiento de la coyuntura y están más propensos a enfrentar cuadros de estrés.

Por lo anterior, en el contexto de la Covid-19 existe una población que aumentó la incidencia en perjuicio de su salud mental; a esto se suman factores como el aislamiento, probabilidad de ser contagiados, problemas económicos y las posibles secuelas que deja la enfermedad, es decir, motivos que deterioran el bienestar emocional. El problema del negocio está enmarcado en la Covid-19, considerando que su trascendencia radica en proveer de herramientas tecnológicas que mejoren el bienestar emocional desde la prevención, porque cuando ocurre una enfermedad de salud mental existe poca capacidad en infraestructura y especialistas dispuestos a atender los casos. Asimismo, existe un impacto de la prevención por medio del soporte de la tecnología sobre quienes padecen la enfermedad y su entorno; por consiguiente, en base a la evidencia descrita, la relevancia del proyecto empezará en la

prevención con el apoyo de la tecnología. De manera que se pueda aminorar los niveles de ansiedad y depresión en el Perú y en el mundo, lo que quiere decir que el aplicativo móvil ayudará en la prevención y la promoción de información relevante para que el usuario pueda solicitar apoyo profesional. Adicionalmente, el proyecto tendrá gran escalabilidad gracias a la tecnología de la información de los usuarios que deseen compartir su información.

1.3.1 Beneficios del Uso de la Tecnología: “mHealth en el Siglo XXI”

La Organización Mundial de la Salud (OMS) denomina al móvil *health (mHealth)* como una práctica de salud médica que facilita la asistencia sanitaria de pacientes a distancia y su gran utilidad en el siglo XXI ha desencadenado una creciente demanda en los países más avanzados. Así, por ejemplo, el 58% de países miembros de la OMS al 2016 confiaban que su eficacia ayudaría a reducir los costos de salud y mejoraría la calidad de vida (Chavira & Arredondo, 2017). Por otro lado, gran parte de la población mundial cuenta con un teléfono móvil con acceso a internet, es decir, el mundo digital ha revolucionado, sobre todo en descargas y suscripciones de aplicativos de entretenimiento.

Una evidencia de este hecho fue las 500,000 descargas del famoso aplicativo Pacífica de *mHealth* a pocos meses de su lanzamiento (ver Apéndice C); este fenómeno no ha sido ajeno al bienestar emocional y atención de la salud mental. La oferta de la *App* en *mHealth* se incrementó hasta en un 97% entre el 2015 al 2017, según fue informado a través de los reportes del *Institute Healthcare y Research2 Guidance* (citado por Celleri & Garay, 2021). La demanda de las personas que buscan aplicativos de salud y bienestar emocional se incrementó exponencialmente y según Celleri y Garay (2021) la tendencia en tecnología de prevención psicológica se evidenció a través de la eficacia y los buenos resultados en pacientes con predisposición a depresión y ansiedad. Las estrategias estuvieron direccionadas a la activación conductual, *mindfulness*, relajación y terapia cognitivo conductual.

1.3.2 La Escalabilidad de la Solución

Según estudios de Zhenwei et al. (2012) la escalabilidad en los aplicativos móviles era un reto ambicioso, dado que, por un lado, la evolución en millones de suscripciones y descargas móviles y, por otro lado, la nueva demanda de salud por personas que buscaban mejorar su bienestar y salud. También indicaron, que estos aplicativos pueden reducir costos y servir de apoyo a los servicios médicos o de bienestar. A su vez, muchas empresas terceras o inversionistas estarían dispuestos a apostar por los aplicativos para obtener estadísticas, con el fin de mejorar cadenas de suministros o la calidad de servicios en la salud mental (Zhenwei et al., 2012). En consecuencia, el presente estudio plantea hacer uso de la información sí y solamente si, el cliente acepta la condición de ofrecer sus datos de manera anónima. El objetivo es recopilar sus registros de emociones para entregar estadísticas que faciliten el análisis de comportamientos psicológicos en el Perú e inclusive de otros países. Acorde con la expansión de demanda por suscripción. La base de datos podría ofrecerse solo a empresas con fines médicos y bajo el consentimiento de los usuarios y la base legal para ese fin es el artículo 14 de la Ley de Protección de Datos Personales (ver Apéndice B).

1.3.3 El Impacto Económico

El impacto económico en la desatención de la salud mental puede tener ribetes considerables; de acuerdo con el World Economic Forum (2017) los trastornos mentales generarían una pérdida de 16.3 billones de dólares, entre el 2011 y 2030. Además, la carga económica global por enfermedades no transmisibles (ENT) tiene un estimado de 46.7 billones de dólares. El informe también señaló que la participación porcentual de cada ENT en el monto global es como sigue: (a) trastornos mentales representa un 35%; (b) enfermedad cardiovascular representa un 33%; (c) cáncer representa un 18%; (d) enfermedades crónicas respiratorias representa un 10%; y (e) diabetes representa un 4%.

Si no se previenen, las patologías de salud mental repercutirán negativamente en costes sociales y económicos tanto personales como para las empresas; según Brunier (2016) cuando una persona goza de buena salud mental puede ser productiva en el trabajo y, por el contrario, la que sufre de depresión o ansiedad tiende a repercutir en la economía de las empresas. La consecuencia es una pérdida anual de un billón de dólares, además por cada dólar invertido en la salud mental de los trabajadores se cuadruplicará el beneficio monetario de las empresas. En tal sentido, los problemas de la salud mental son un factor que limita el desarrollo de la economía. Ello se explica que por el lado de las personas representa una pérdida de ingresos y productividad; y para la sociedad representa una carga económica por la baja productividad, así como los recursos derivados a la atención que deben recibir las personas. De manera que es importante enfocar la prevención y promoción de la salud mental para reducir el aumento de la carga por trastornos mentales. Además, en el 2019 existía un incremento de personas con falta de atención en su bienestar emocional (ver Tabla 3), aun cuando la sociedad no suponía ser afectada por una pandemia.

1.4 Sustento Científico al Problema de Negocio

Con respecto a este tema, el Minsa (2018) confirmó la falta de priorización y de capacidad de oferta de especialistas y centros médicos en el país y muchas de las causas son por la poca atención para prevenir el desarrollo de las patologías severas como ansiedad y depresión. El Instituto Nacional de Salud Mental (2019) afirmó que el 80% de peruanos con problemas de salud mental detectados no fueron atendidos y el estado no reconoció un presupuesto justo para la atención psicológica a más peruanos.

Tabla 3*Incremento de Personas que No Cuentan con Bienestar Emocional en Épocas de Pandemia*

Preguntas	2018				2019				2019 comparado con el 2018			
	Frecuentemente o varias veces (%)	Alguna vez (%)	Nunca (%)	No precisa (%)	Frecuentemente o varias veces (%)	Alguna vez (%)	Nunca (%)	No precisa (%)	Frecuentemente o varias veces (%)	Alguna vez (%)	Nunca (%)	No precisa (%)
¿Ha tenido mucho estrés?	39	42	19	0	54	46	0	0	15	4	-19	0
¿Ha tenido cambios de ánimo frecuentemente en su estado de ánimo sin motivo alguno?	24	40	36	0	24	62	9	5	0	22	-27	5
¿Ha tenido mucho sueño o ganas de dormir durante el día?	22	37	41	0	35	51	14	0	13	15	-27	0
¿Ha tenido problemas para dormir o insomnio en la noche?	21	37	42	0	27	55	14	4	6	19	-28	4
¿Se ha sentido deprimido o sin ganas de hacer nada?	16	41	43	0	22	64	14	0	6	23	-29	0
¿Se ha sentido angustiado sin razón aparente?	9	28	63	0	18	50	27	5	9	22	-36	5
¿Se ha sentido sensación de miedo sin razón aparente?	7	26	67	0	6	49	44	1	-1	23	-23	1
¿Se ha sentido desorientado o confundido en lugares públicos?	6	25	68	0	4	31	64	1	-2	6	-4	1
¿Ha tenido la mente llena de ideas difíciles de controlar?	8	21	71	1	22	48	26	4	14	27	-45	3
¿Ha sentido que lo vigilaban o perseguían personas extrañas?	5	16	79	0	0	16	79	5	-5	0	0	5
¿Ha pensado alguna vez, que la vida no vale la pena?	5	15	80	1	5	26	68	1	0	11	-12	1
Total 2018 (N=1, 203 peruanos de 18 años a más)				Total 2019 (N=850 peruanos de 18 años a más)								

Sin embargo, el Minsa (2020c) informó que a pesar de haber un incremento de presupuesto de 350 millones de soles más respecto a lo asignado en el 2019, este no fue suficiente para cubrir la atención de por lo menos el 50% de los peruanos. En ese marco, se puede asegurar que en años anteriores existía una demanda importante de personas con necesidad de atención en salud mental. Además, la falta de promoción por el cuidado del bienestar emocional, fomentó un incremento significativo de la cantidad de personas con patologías o tendencias a la depresión o ansiedad. En consecuencia, el presente análisis tiene como objetivo demostrar lo expuesto en base a la variación del comportamiento de una demanda relevante de personas que tenían carencias de bienestar emocional en el 2018 pre pandemia y luego comparar dicho dolor en un contexto de pandemia 2021.

Se recolectó la información de un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú (2018) y por medio de ese estudio se tomó una muestra 1,200 peruanos quienes fueron encuestados acerca de su salud mental. En esta se reflejaba la existencia de un porcentaje importante en las opciones: frecuentemente, alguna vez y nunca en épocas previas a la pandemia (ver Tabla 1). Asimismo, se realizó una encuesta similar como parte del proyecto con el objetivo de comparar los resultados y analizar las variaciones en las personas con necesidades de bienestar emocional.

1.4.1 Hallazgos

- Opción “nunca” 2021 vs 2018: Se redujo totalmente, existiendo una minoría importante que no han pasado por algún síntoma difícil o emocional. Por consiguiente, en el presente año, la demanda pasó a las opciones de “frecuentemente” o “alguna vez”.
- Opción “frecuentemente” 2021 vs 2018: Se incrementó significativamente hasta en 15 puntos porcentuales en preguntas relacionadas en lo siguiente (ordenado de mayor a menor relevancia); estrés, ideas difíciles de controlar, desgano o sueño

durante el día, angustia, depresión e insomnio.

- Opción “alguna vez” 2021 vs 2018: Se incrementó significativamente hasta en 27 puntos porcentuales en lo siguiente (ordenado de mayor a menor relevancia); ideas difíciles de controlar, miedo sin razón aparente, sensación de no querer hacer nada o deprimido, sensación de angustia, cambios de ánimo frecuentes, insomnio, mucho sueño durante el día, pensamientos de que la vida no vale la pena, desorientación y estrés. En la opción “alguna vez” se tuvo mayor incremento de demanda con respecto al 2018.
- Opción “no precisa” 2021 vs 2018: Se redujo significativamente, dado que solo 4 puntos porcentuales se incrementaron en estado de ánimo cambiante, angustia y sentido de persecución.

Se evidenció una clara demanda de personas con necesidad de atención en salud mental y bienestar emocional y según Celleri y Garay (2021) los aplicativos *mHealth* son la nueva tendencia que ya se promueve en países europeos y en los Estados Unidos; no obstante, en América Latina aún falta impulsar esta herramienta. El *mHealth* es una muy buena opción para el bienestar emocional, porque se incluyen técnicas que promueven la educación psicológica y autoayuda para personas con tendencias a enfermedades de depresión y ansiedad. En base a lo mencionado, Celleri y Garay (2021) iniciaron una exhaustiva investigación acerca de los aplicativos que tuvieran temáticas acerca de la salud y bienestar emocional. Asimismo, señalaron que hay una demanda exponencial y carente de atención para la prevención de futuros trastornos psicológicos. El método que ellos utilizaron para ubicar los aplicativos estuvo estructurado en tres variables de selección: (a) que sean aplicativos en español; (b) que tengan referencias especialistas en contenido de ansiedad y, (c) la intervención de especialistas (ver Apéndice D). En su búsqueda encontraron 497 aplicativos, pero en base a las restricciones mencionadas se redujeron a

cinco.

Dentro de los hallazgos, se encontró que Pacífica era una de las mejores, debido a que esta alcanzó un gran éxito porque llegó a más de 500,000 descargas y por la relevancia de su contenido en herramientas de relajación, *mindfulness*, consejos para mejorar los niveles de estrés, meditación, registro de emociones y buenas prácticas. El éxito de este aplicativo estuvo asociado a su contenido como apoyo para el mejoramiento del bienestar emocional. Ratificada la demanda y necesidad según indicó Hoffman et al. (citado por Celleri & Garay, 2021) el *mHealth* es una herramienta que facilita la prevención de trastornos psicológicos y problemas físicos porque promueven un estilo de vida saludable. Por lo anterior, es importante señalar el rol de la prevención en la salud mental apoyada en la tecnología, motivo por el cual el aplicativo ayudará a la prevención, ya que tendrá un registro de estados de ánimo que servirá para notificar al usuario sobre alguna tendencia de un estado de ánimo negativo y se le podrá sugerir contenido que le ayudará a mitigar aquellas emociones.

1.5 Resumen del Capítulo

La desatención de la salud mental en el Perú y en el mundo es un problema que existe hace muchos años, pero el dolor se agudizó en la pandemia, se acrecentaron los cuadros de estrés y ansiedad en personas adultas entre 18 a 55 años de edad. Según Lozano (2020) las personas más vulnerables a la Covid-19 eran los adultos mayores, ellos se encontraban en medio de un ambiente desalentador, mientras que los jóvenes con buena formación y alto alcance a la información padecían de ansiedad y estrés. Dada esta crisis, es relevante recalcar que la retribución de velar por la salud mental en las personas reduce gastos sociales y económicos. Esto no solo afecta a las personas que lo padecen, también, a la producción económica anual, razón por la cual se estimó una pérdida de 2.5-8.5 billones de dólares causada por trastornos mentales como la depresión y ansiedad. En el 2018 la

PUCP realizó una encuesta sobre salud mental donde se confirmaba que un porcentaje importante de personas sufrían de ansiedad y depresión. Bajo el mismo marco, se realizó una encuesta similar en el 2020, a fin de comparar los resultados obtenidos. Los hallazgos confirmaron que las personas que en el 2018 marcaron que las opciones “nunca” o “casi nunca” sentían ansiedad o depresión, pasaron a tener “alguna vez” o “frecuentemente” en el 2020; es decir, la mayoría de las personas están viviendo con pensamientos negativo.

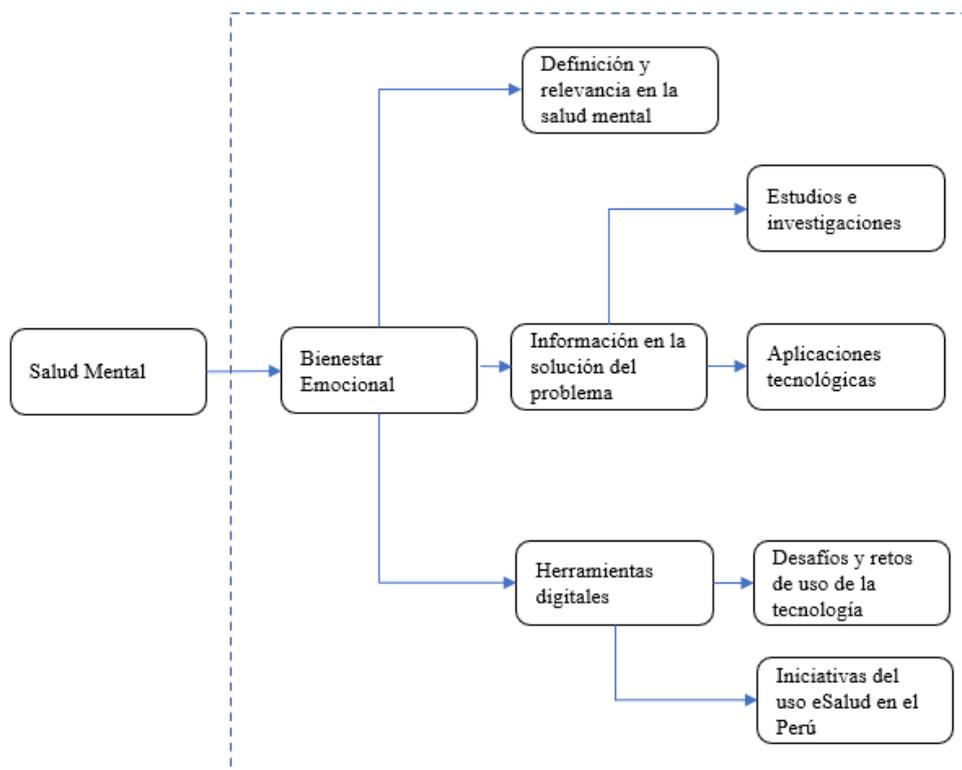
En el país, 7 de cada 10 peruanos sufre de algún problema de salud mental y más de la mitad no son atendidos; además, no se cuenta con los suficientes centros de salud y psiquiatras para cubrir la demanda. Ante ello, se observó la oportunidad de mitigar el problema con un enfoque en prevención utilizando herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar el bienestar de las personas, evitando el desarrollo de patologías como los síntomas depresivos y/o ansiosos. La prevención que se busca está apoyada en la nueva tendencia “*mHealth*”, es decir, a través de un aplicativo móvil desarrollado para el público objetivo de jóvenes y adultos entre 18 a 55 años del NSE A y B, este se puede apoyar en herramientas de relajación, *mindfulness*, prácticas de respiración, entre otros espacios de bienestar.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

La revisión de la literatura implicó examinar investigaciones enfocadas en la base de datos de CENTRUM Católica y otras bases de datos, cubriendo una gama de tesis, *papers* académicos, revistas especializadas dentro de otras referencias relacionadas a la presente investigación. El presente capítulo desarrolla un mapa conceptual (ver Figura 3). En este se expusieron los conceptos como salud mental, el impacto de la Covid-19 y la prevención en salud mental; asimismo, se evidenció la necesidad de implementar medidas que anticipen el dolor de las personas que padecen problemas de salud mental, tomando en consideración a la tecnología como herramienta que contribuya a la solución del problema. En ese sentido, se presentó la literatura que permitió el desarrollo del marco conceptual y el aporte de cada autor.

Figura 3

Mapa de la Literatura



2.1 Mapa de la Literatura

El desarrollo de la presente investigación requirió de un apalancamiento en fuentes sólidas y confiables que permitiera abordar el problema del negocio con una solución fiable; así, se pudo enfocar la investigación con bases teóricas y conceptos de otros autores. La localización de aportes relevantes facilitó comprender, estructurar y fundamentar la solución viable dentro de un marco conceptual. La revisión de la literatura implicó recurrir a fuentes que direccionen la investigación hacia alcances y objetivos definidos. De acuerdo con Poncey Pasco (2018) se alineó el contexto del marco teórico al conocimiento e información existente a través del estado del arte, como un paso previo para abordar el marco contextual teórico y empírico. Para la revisión de la literatura se usó el método de los vertebrados como base para soportar la presente investigación, contribuyendo con el análisis y la solución al problema.

2.2 Análisis de la Literatura Vinculada al Problema del Negocio

2.2.1 La Salud y el Bienestar Emocional

La Organización Mundial de la Salud (2014) señaló en la introducción de su Constitución que la salud no necesariamente está ligada a la ausencia de dolencias o enfermedades, dado que contempla un aspecto más integral. Es por este motivo que la salud es un estado de pleno bienestar físico, mental y social y según Alcántara (2008) la salud tiene una definición holística y progresista por su visión interdisciplinaria porque comprende aspectos como el somático, psicológico y social y su comprensión demanda la interrelación e integración de varias disciplinas, como las naturales y sociales. De acuerdo con Durán (2010) la salud es un proceso integral que comprende dimensiones sociales, físicas y mentales; además, ese proceso se encuentra influenciado por factores socioculturales que interactúan con la persona y su entorno; y cuyo resultado está reflejado en bienestar psicológico y calidad de vida o en enfermedades físicas y/o psíquicas.

Para Pérez et al. (2020) existen estudios científicos donde se muestran la relación bidireccional entre las variables afectivas y de salud y se relaciona el rol que desempeña la inteligencia emocional como facilitadora de la salud. Estas se encuentran reflejadas en parámetros biológicos de la salud como: la frecuencia cardiaca, nivel de glucosa en la sangre y la calidad del sueño. Asimismo, Chico & Ferrando (2008) indicaron que las variables afectivas comprenden fenómenos relacionados a los sentimientos, experiencias de vida y emociones. Las variables pueden ser: (a) positivas, que expresan situaciones agradables del medio donde ocurren los hechos y las características de afectividad positiva implica una disposición a percibir emociones positivas y como consecuencia sentir bienestar personal y social y (b) negativas, que expresan sentimientos subjetivos y comprenden desde la tristeza, preocupación, ansiedad, depresión, ira, entre otros. La característica de afectividad negativa implica percibir emociones negativas y como consecuencia influyen en los procesos cognitivos y en la satisfacción por la vida.

Según Fredrickson (2001) las emociones positivas múltiples o discretas producen resultados a largo plazo porque son conductores del crecimiento individual y la relación con la sociedad. El impacto de las emociones positivas son la base para un funcionamiento óptimo de las personas porque: (a) brindan un mejor panorama para el pensamiento y acción de las personas; (b) suprimen emociones negativas persistentes; (c) construyen y alimentan la resiliencia; y, (d) delimitan el camino hacia un mayor bienestar emocional. De igual forma, Lamas (2004) indicó que existen emociones positivas y negativas en un contexto de hechos estresantes y desfavorables; las primeras pueden contribuir a limitar los grados de angustia y aflicción. Además, sugirió que las personas con emociones positivas estarán resguardadas contra la depresión y a futuro desarrollarán la capacidad de resiliencia.

De acuerdo con Sen (citado por Castañeda et al., 2017) definieron el bienestar personal como el estado de las personas con facultades y posibilidades para valorar sus

vidas con plena conciencia de sus capacidades. En ese mismo contexto, indicaron que las personas deben gozar de libertad para decidir y actuar; además de que el entorno saludable, en lo personal y social, es consecuencia de cohesionar adecuadamente los componentes del bienestar humano como la seguridad personal, ambiental y el acceso a los bienes materiales. Adicionalmente, Castro (2009) señaló que cuando las personas perciben satisfacción de complacencia con su existir es porque su estado de ánimo es bueno, y su vivencia de situaciones poco agradables es con poca frecuencia. Por consiguiente, esas personas son aquellas que gozan de un alto bienestar por la interacción de los componentes afectivos y cognitivos. La dimensión afectiva (positiva y negativa) es frágil y temporal e independiente al momento de experimentarlas. Así sentir una afectividad positiva en mayor intensidad no supone sentir a la afectividad negativa en la misma proporción. La dimensión cognitiva, también conocida como bienestar, es consecuencia de las evaluaciones sobre la percepción, atención y conocimiento que las personas realizan durante el curso de sus vidas.

El bienestar emocional necesita del equilibrio entre la ausencia de enfermedad, el tratarla en caso se presente, así como no descuidar el aspecto de atención personal y los sentimientos. Según Andrés et al. (2014) a través del bienestar subjetivo se incorporan percepciones respecto de uno mismo y estas son percibidas desde una visión holística, a través de la cual ocurre una evaluación introspectiva del aspecto cognitivo de la vida de la persona, asociada a la satisfacción vital, afectos positivos y negativos de las emociones. Las características de este proceso son agrupadas en: (a) la dimensión cognitiva relacionada con la satisfacción vital; y, (b) la dimensión afectiva vinculada con el bienestar emocional con una presencia relevante de sentimientos positivos sobre los negativos. Además, existen distinciones entre las valoraciones afectivas (emociones) y cognitivas (racional). Así, la primera está enfocada en las experiencias de las emociones que se perciben a diario y la segunda en la satisfacción de la vida en general. Como

consecuencia del contagio de la Covid-19, las emociones y pensamientos negativos se incrementaron afectando la salud mental en las comunidades. Existen estudios que evidencian un aumento de casos por problemas de salud mental como ansiedad, depresión y estrés, y esto dentro de la emergencia sanitaria por la Covid-19 (Huarcaya, 2020).

2.2.2 Beneficios de la Prevención en la Salud Mental

En 1986 se realizó la Primera Conferencia Internacional sobre de la Promoción de la Salud y según la OMS (1986) la promoción de la salud mental no es solo competencia del sector sanitario. Asimismo, señaló que para lograr una situación adecuada de salud mental se debe generar situaciones individuales, sociales y medio ambientales que promuevan el desarrollo psicológico, la interrelación con factores de conducta y biológicos, porque son componentes importantes en la calidad de vida, además de disponer de opciones que promocionen la salud mental contribuyen con el desarrollo de la persona y su entorno (OMS,1986).

La Organización Panamericana de la Salud (1996) mencionó que son tres los mecanismos por los cuales se consigue la promoción de la salud: (a) autocuidado, donde las decisiones y acciones de las personas son en beneficio de su propia salud; (b) ayuda mutua, donde existe una cooperación con otras personas en función a la situación que están experimentando; y, (c) entornos sanos, donde se crean condiciones que mejoren la salud. La Organización de las Naciones Unidas (2015) aprobó la agenda para el Desarrollo Sostenible y dentro de las metas prioritarias mencionadas se encuentran las referidas a: (a) las enfermedades no transmisibles (ENT) e incluye en la meta 3.4 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); y (b) la reducción en un tercio la mortalidad por ENT a través de la prevención, tratamiento y promoción de la salud mental y bienestar, hacia el 2030. Las ENT son causadas por la conjugación de alteraciones en el aspecto genéticos, fisiológicos, ambientales y conductuales.

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (s.f.) las ENT son la mayor causa de mortalidad y generadora de discapacidad a nivel mundial y aglutinan un grupo de enfermedades que aun cuando no tienen su origen en una infección aguda, provocan efectos sobre la salud en el largo plazo y a menudo se requiere de un tratamiento y cuidado que demanda tiempo para que sean abordadas. La salud mental es parte de las ENT y además comprenden otras enfermedades como las respiratorias, las cardiovasculares, la diabetes y el cáncer; dentro de las principales. Se debe enfatizar que existe una creciente necesidad por reducir el impacto que producen las ENT en la salud y la economía. Para Bloom et al. (2018) dentro de los años comprendidos entre el 2015 al 2030, se proyecta que las ENT y los trastornos mentales representarán, para el Perú, un costo de 477,330 millones de dólares (aproximadamente 30,000 millones de dólares por año). La salud mental representa el 21% del costo total por pérdidas a nivel de las ENT, con una equivalencia de 6,220 millones de dólares por año. En comparación con el Producto Bruto Interno (PBI), el perjuicio de las ENT representó casi el 16% del PBI en el 2015 y para el caso de la salud mental, el 3% del PBI con el mismo año base. Las ENT demandan costos elevados por sus tratamientos e indirectamente son una carga económica y en efecto, los problemas en la salud disminuyen aspectos macroeconómicos de la productividad ocasionado por ausentismo, muerte prematura, rendimiento deficiente en el trabajo o pérdida de horas trabajadas.

De igual forma, conforme a Nikolic et al. (2011) las ENT inciden en la economía de las personas y traen consigo un decrecimiento de su calidad de vida y de sus familias. Los tratamientos pueden ser prolongados y afectan la estabilidad económica familiar porque hace suponer dedicar mayores recursos económicos para atender el padecimiento en contra de la alimentación, la educación y el ahorro y existen varios elementos que expresan el impacto a nivel de costos causados por las ENT. En el Plan Nacional de Fortalecimiento de

Servicios de Salud Mental Comunitaria entre los años 2018 al 2021, publicado por el Minsa (2018) se concluyó que en el Perú existe una población de 295 mil personas con barreras persistentes para interrelacionarse con otras, por inconvenientes en sus pensamientos, sentimientos, emociones o conductas. Dentro de la población antes mencionada, existen unas 200 mil personas (67.8%) que evidencian discapacidad moderada y severa; también se determinó que la depresión tiene una prevalencia anual promedio del 7.6% y del 5.9% para la población mayor a 12 años.

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) los beneficios de la salud se valorizan para establecer el impacto monetario de los progresos en la salud. La prevención de enfermedades implica ganancias de productividad complementarias, toda vez que las personas con ausencia de enfermedades pierden menos días en el trabajo, disminuyendo su ausentismo, y tienen un mayor rendimiento durante las horas laborables, aumentando su presentismo. La implementación de medidas que viabilicen una mayor disponibilidad en la prevención, control y tratamiento de la depresión podrían salvar alrededor de 9,968 vidas en los próximos 15 años (2019 al 2034) por la reducción del riesgo al suicidio. Asimismo, el estudio pone de manifiesto que por cada sol invertido en la aplicación de medidas que permitan controlar la ansiedad y depresión, se puede esperar un retorno de 2.1 soles y 1.3 soles respectivamente. La rentabilidad que se logre a través de las medidas es uno de los ejes centrales que contribuirá a las metas de desarrollo sostenible.

2.3 Aporte de la Literatura a la Solución del Problema del Negocio

2.3.1 Desafíos y Retos del Uso de la Tecnología

El avance de la tecnología es importante para generar rentabilidad y eficiencias en diversos ámbitos, inclusive en la salud. En ese contexto, la computación en la nube ayudó a mejorar los servicios de salud porque estructuró una mejor planificación e identificación de

beneficios o riesgos asociados (Kuo, 2011). Además, la creación de los teléfonos inteligentes facilitó la comunicación entre especialista y paciente; así según Mosa et al. (2012) los usos de dichas herramientas son beneficiosas porque permite contar con tratamientos más precisos por la disposición y organización de la información en tiempo real.

Igualmente, las innovaciones tecnológicas son efectivas para los pacientes puesto que los teléfonos inteligentes cuentan con aplicativos que impulsan el bienestar emocional y salud de las personas. Estos aplicativos sugieren contenidos personalizados mediante algoritmos gestionados por la tecnología de la información para ejercer precisión sobre las necesidades del paciente (Bhise, 2014). Otros autores mencionaron que los usos de las TIC pueden ser más fáciles de aplicar en la salud mental ya que podría ser más efectivo para implementar con respecto a la salud física. Inclusive, los mensajes de texto, mensajes de voz y contenido virtual podrían facilitar el tratamiento a los pacientes (Farrington et al., 2014).

A pesar de lo mencionado, aún no existe evidencia suficiente que los especialistas hagan uso de las herramientas tecnológicas en bien de la atención de salud. Adicionalmente, la implementación de la tecnología en salud depende de las necesidades de los equipos de salud en los países emergentes, y también se ve favorecida por intereses económicos (Santamaría & Hernández, 2015). Meskó et al. (2017) señalaron que la tecnología para la salud mental debería ser dirigido sobre todo para especialistas y quienes desarrollan las políticas. Es importante, tener en cuenta que el mal uso o interpretación de dicha información podría ser no beneficiosa para los pacientes.

La tecnología es una herramienta indispensable que facilita la comunicación digital, de forma interactiva e innovadora que sirve a su vez, como una terapia efectiva para los pacientes que necesitan mejorar su bienestar o salud mental. Tal y como indicaron Rauseo y Tourus (2021) las aplicaciones tienen un gran potencial terapéutico que aún no está

desarrollado en su totalidad para una mejor atención hacia los pacientes.

2.3.2 Aplicaciones de la Tecnología en la Solución del Problema

Según Cotton (2012) señaló que el uso del Internet facilitó la comunicación entre las personas porque no se encuentra limitado por el espacio y el tiempo. Asimismo, por medio de la comunicación en internet se generan relaciones como son las sociales, familiares y terapéuticas; y en estas últimas, que son de índole médico y paciente se pueden incorporar herramientas tecnológicas (TIC). De igual forma, los servicios psicológicos brindados por los especialistas a distancia también hacen uso de las TIC cuando emplean (a) la e-salud que refiere al uso de la tecnología de la información; y, (b) m-salud que refiere al uso de aplicaciones móviles inalámbricas y redes sociales (González et al., 2017). En la “*58th World Health Assembly Report*”, la Organización Mundial de la Salud (citado en Henríquez et al., 2017) definieron a la salud electrónica (eSalud) como el uso seguro de las TIC en la salud y actividades relacionadas como su atención, su seguimiento, educación, conocimiento, registro de historia clínica e investigación en tópicos de la salud. El foco de las eSalud debe involucrar un costo eficaz cuando se realice el uso del servicio.

Por otro lado, la Organización Panamericana de la Salud dentro de su Estrategia y Plan de Acción (citado en Henríquez et al., 2017) menciona que se debe mejorar la accesibilidad a los servicios de salud a través de las TIC, incorporando las historias clínicas a la eSalud, la telemedicina (telesalud), la salud móvil (mSalud), el adiestramiento con el uso de internet, la uniformización y la capacidad para intercambiar información (interoperabilidad). Todos estos factores deben ser de calidad en cada etapa del proceso, de forma que exista escalabilidad por el uso eficiente de costos y procesos con la incorporación de las TIC, como medios complementarios a la atención de pacientes (Distefano et al., 2018). Asimismo, según Schellong et al. (2019) es importante alinear expectativas entre la parte médica y tecnológica para definir la adecuada arquitectura y el desarrollo del

programa.

Según Sancho et al. (2020) la inteligencia artificial (IA) ha contribuido con los especialistas en brindar una perspectiva del diagnóstico y elección de la terapia por el procesamiento de datos a escala. En ese sentido y desde la perspectiva de la salud mental aparecen como herramientas de ayuda los *chatbots* donde la interacción de máquinas y algoritmos replican la forma de pensar; ello facilita el procesamiento de datos, orientación al diagnóstico, elección de una terapia entre otros aportes que canalizan adecuadamente las decisiones de los especialistas. Según Bonales et al. (2020) los *chatbots* son sistemas de conversación que permiten interactuar a máquinas y usuarios humanos, a través de esquemas de diálogo preprogramado facilitando la disponibilidad de información relevante que podría ser usada en una atención de emergencia.

Por otro lado, otro aspecto catalizador que favorece los servicios a distancia entre especialista y paciente ha sido la Covid-19 porque la coyuntura de la pandemia evita el contacto presencial. Según Moreno et al. (2020) la atención presencial ha sido suplida a través de la tecnología con el uso de videoconferencias o uso de terapias facilitadas. Estos servicios a distancia favorecen la cobertura médica en aquellos países con poca inversión en el ámbito de la salud mental y poca capacidad de atención. En ese sentido, las clínicas digitales tienen un efecto escalable y sostenible, por lo que estas organizaciones tienen un enfoque que buscan mejorar el acceso y la calidad de atención.

Según Rodríguez et al. (2020) debe existir un uso ético de la tecnología y las decisiones tienen que contar con evidencia, dado que la salud y las clínicas digitales son actividades asincrónicas que se amparan en aplicaciones para el levantamiento de la información. Otros autores, como Regidor y Ausín (2020) afirmaron que el uso de las TIC permite personalizar las aplicaciones generando una mayor motivación a la aceptación de los usuarios. Según Rauseo & Tourus (2021) la pandemia ha provocado una mayor

adopción de la tecnología en beneficio del cuidado de la salud mental; así, los aplicativos en teléfonos inteligentes permite la escalabilidad de la solución por ser un medio de integrador.

2.3.3 Iniciativas del Uso de eSalud en el Perú

El Minsa (2014) se encargó de establecer las Prioridades Nacionales de Investigación en Salud del 2019 al 2023. Sus alcances abordan aspectos preventivos de la salud mental; aspectos que las originan (biológicos, sociales, familiares y de conducta); y, oferta de servicios para su atención. Todo con el objetivo de focalizar los esfuerzos en la salud mental. Sin embargo, la estructura para la atención de la salud en el Perú se encuentra sectorizada. Autores como Cosavalente et al. (2019) señalaron que la estructura organizativa de la sanidad peruana impide una reacción acorde con los problemas sanitarios existentes, y se torna más álgida por la asignación de recursos. En ese aspecto la salud mental no es atendida eficientemente en las organizaciones públicas.

El estado ha desplegado esfuerzos por incorporar herramientas tecnologías de información (TIC) y comunicación en los servicios de salud con el propósito de captar un mayor número de pacientes. En ese aspecto se cuenta con el desarrollo de aplicativos peruanos que incorporaron herramientas tecnológicas. Según Henríquez et al. (2017) existen estudios y puesta en funcionamiento de programas referidos eSalud como: (a) NETLAB del Instituto Nacional de Salud, este sistema de información de laboratorio tiene por finalidad obtener, analizar, guardar y administrar información en tiempo real; (b) eChasqui del Minsa, este sistema proporciona información para el seguimiento de la tuberculosis; y (c) Enlace Hispanoamericano de la Salud o EHAS, este sistema provee información sobre el estado y desarrollo de la salud en los pacientes.

Según Díaz et al. (2020) se desarrolló una aplicación que permitió ayudar a los adultos mayores en el cumplimiento de las instrucciones médicas. Este servicio a distancia interrelacionaba: (a) dispositivo; (b) paquete informático; (c) canales

comunicación; (d) archivo de datos; (e) procesamiento de datos; y, (f) reportes. El aplicativo permite el control de la glucosa por el personal especializado, quienes ante cualquier distorsión de los valores permitidos reciben la información en tiempo real y permite tomar acciones en bien del paciente. Según Antezana et al. (2020) en un estudio realizado en una universidad se concluyó que a través de un aplicativo se puede medir el ritmo cardíaco en personas que realizan actividades físicas y mentales con el fin de generar acciones para reducir el nivel de estrés.

2.4 Resumen del Capítulo

De acuerdo con la OMS (2014) gozar de buena salud no solo se encuentra acotada a la ausencia de enfermedades o dolencias, por lo que también implica un panorama más integral, toda vez que supone gozar de un estado de bienestar físico, mental y social. En este capítulo se revisó la relación bidireccional de las variables afectivas positivas y negativas con la salud mental, y porque estas afianzan el crecimiento de la persona a largo plazo e incide con la interacción persona y sociedad. Se enfatizó en la importancia de disfrutar de un buen estado de ánimo para gozar del bienestar personal; así como la promoción de la salud mental desde una perspectiva preventiva abordando aspectos sociales, familiares y de conducta de las personas.

La escalabilidad de la falta de atención en la salud mental también alcanza aspectos como: (a) el social, porque a través de la prevención, control y tratamiento de la depresión se podrán salvar vidas por la reducción del riesgo al suicidio; y, (b) el económico, por el retorno de la inversión en el control de la ansiedad y depresión. Así, la oferta de servicios para la atención de la salud mental debe ser desde una perspectiva preventiva. A través del resultado de la revisión literaria se encontró que el uso de herramientas e innovaciones tecnológicas, como el uso de dispositivos móviles con aplicativos (*App*) ayudan a mejorar aspectos de la salud en cuanto a su cuidado, investigación y resultados. De igual forma, la

flexibilidad del uso de tecnologías en adición de servicios de salud responde a diferentes causas como una mayor demanda, mejora de los tratamientos y terapias, y menores costos.

Por último, se presentaron estudios de casos en el Perú a través del uso de tecnologías móviles aplicadas a la salud.

2.5 Conclusiones del Capítulo

El creciente interés por encontrar herramientas que ayuden en la prevención, control y cuidado de la salud mental se ha transformado en una de las prioridades de salud pública, y a todas luces, esta se ha visto más acrecentada en época de pandemia. La atención digital puede complementar y escalar con mayor facilidad las asistencias de personas a distancia, y es una alternativa viable ante los estigmas sociales y culturales vinculados a quienes padecen el problema de salud mental. Así, el uso de herramientas tecnológicas ha permitido colaborar con la prevención del mejoramiento de salud emocional con un mayor acceso de las personas, y será un factor preponderante, porque los servicios de salud mental en el Perú se encuentran focalizados en el diagnóstico y tratamiento de casos preexistentes o nuevos.

Asimismo, adoptar medidas con énfasis en la prevención de la salud mental permitiría salvar vidas por una menor exposición al suicidio de quienes sufren el problema. Además de contribuir a elevar la productividad, porque quienes están inmersos en las dificultades que atañe la salud mental, se apartan temporal o permanente del mercado laboral e implican una carga para la economía familiar y hasta nacional por los costos involucrados en el tratamiento. La existencia de un estudio de la Organización Panamericana de la Salud y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2021) puso en relevancia que, por cada sol invertido en controlar la ansiedad y depresión, se puede esperar un retorno de la inversión de 2.1 soles y 1.3 soles respectivamente. Por lo cual, medidas que contribuyan a la prevención, tienen una incidencia directa en las metas de desarrollo sostenible.

Capítulo III: Planteamiento de la Solución al Problema de Negocio

Este capítulo presenta el desarrollo de la idea de negocio a través del uso de metodologías ágiles, mismas que permiten explicar la solución al problema y desarrollar el prototipo de la idea de negocio, de acuerdo al público objetivo o target. Asimismo, se demuestra con el uso del *Business Model Canvas* los componentes determinantes para dar inicio a la ejecución del emprendimiento.

3.1 Aplicación de Metodologías Ágiles para la Solución del Problema de Negocio

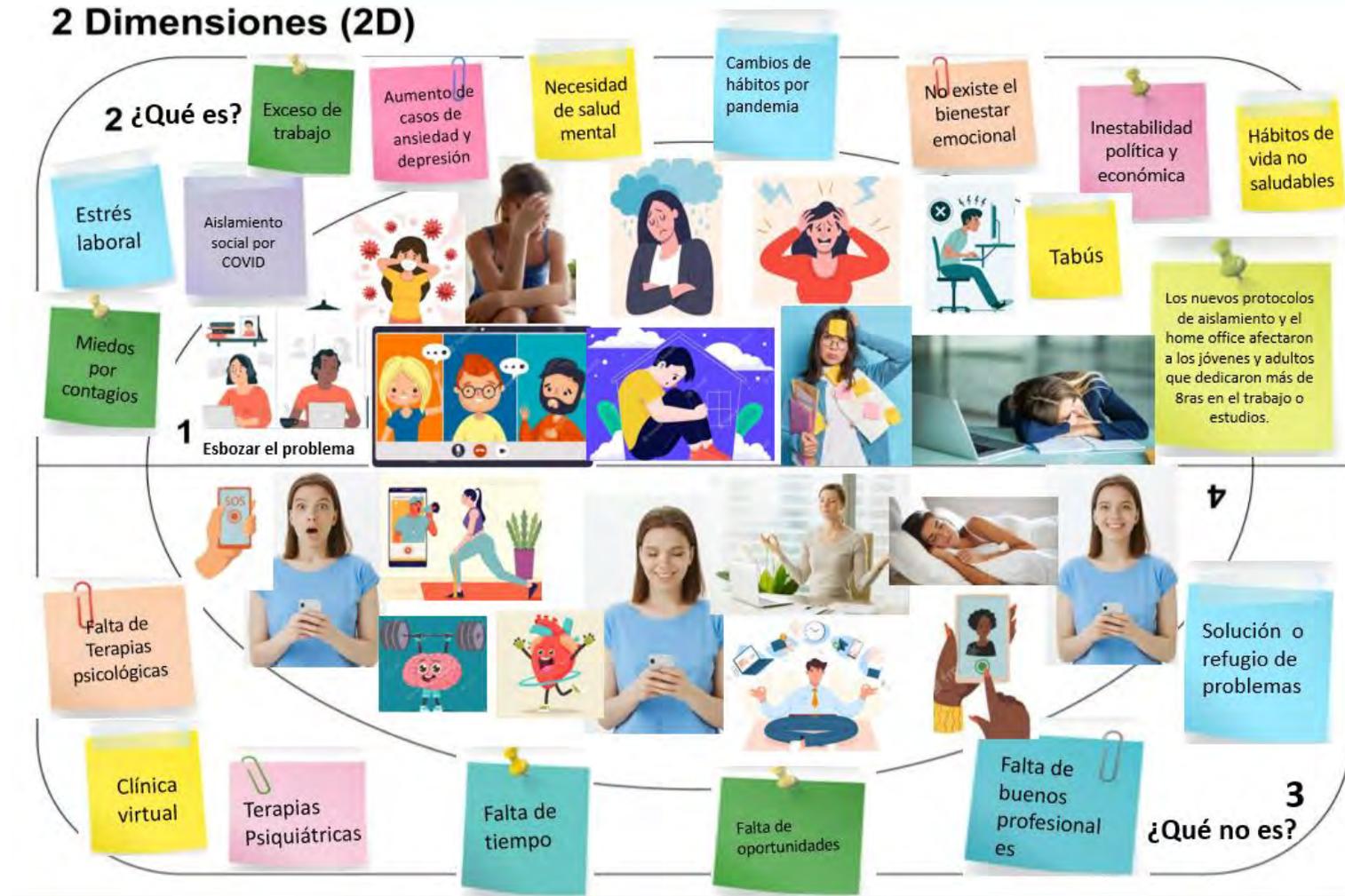
Se aplicó el pensamiento abductivo porque se tuvo que explorar la situación actual acerca de la salud mental en la historia y coyuntura de la Covid-19. Además de la utilidad de la búsqueda constante de innovación con las múltiples entrevistas y *focus group* del público objetivo. Hecho que permitió explorar el mundo de la tecnología con la finalidad de buscar una solución exponencial y atractiva al problema de negocio y como primer paso se desarrolló el lienzo de dos dimensiones.

3.1.1 Lienzo de Dos Dimensiones

Gracias a esta herramienta se pudo concluir que el modelo de negocio no es una clínica de salud mental que vela por pacientes con problemas de estrés y ansiedad, ni la falta de tiempo para solucionar sus problemas de sobrecarga laboral o estrés. Tampoco son terapias psiquiátricas con médicos para los pacientes con patologías mentales; en sí, Sanamente, sirve como una herramienta tecnológica que atenderá a personas que deseen mejorar su bienestar mental. Para ello, se usarán métodos de relajación que promuevan un hábito saludable para el manejo de situaciones de estrés que provocan ansiedad o depresión y a su vez, permita prevenir problemas de salud mental (ver Figura 4).

Figura 4

Lienzo de Dos Dimensiones



Al finalizar el lienzo de dos dimensiones se encontraron las siguientes soluciones potenciales, las cuales permitirán atender al usuario meta, quien desea mejorar su bienestar mental a través del uso de la *App* Sanamente:

- Desarrollar contenido de relajación para aliviar momentos de carga emocional
- Desarrollar aplicativo para el seguimiento al usuario acerca de sus emociones diarias y brinde guía emocional 24/7.
- El usuario podrá realizar periódicamente un *test* de salud mental que identifique patrones de ansiedad o estrés y así pueda acudir con algún especialista.
- Impulsar una concientización masiva sobre el cuidado de la salud mental y erradicar el tabú.

3.1.2 Usuario Meta

De acuerdo a las entrevistas realizadas al público objetivo se pudieron identificar los siguientes patrones (ver Figura 5):

- Los usuarios se encuentran entre los 18-55 años y viven solos o con su familia.
- Bio: En la coyuntura actual, valoran mucho el cuidado de la salud mental y física de sus seres queridos y como segunda motivación está la estabilidad laboral.
- Círculo social: Familia y amigos. Reuniones frecuentes a través de plataformas *online*.
- Actividades: La mayor parte de su tiempo trabajan en la modalidad *home office*, inclusive algunos fines de semana.
- Problemas: De acuerdo a sus emociones, su nivel de estrés y ansiedad han aumentado significativamente por miedo a la pandemia e inestabilidad política del país. Además, no cuentan con horario definido, ya que tienen sobrecarga de

trabajo y ocupan su tiempo de libre para atender asuntos laborales.

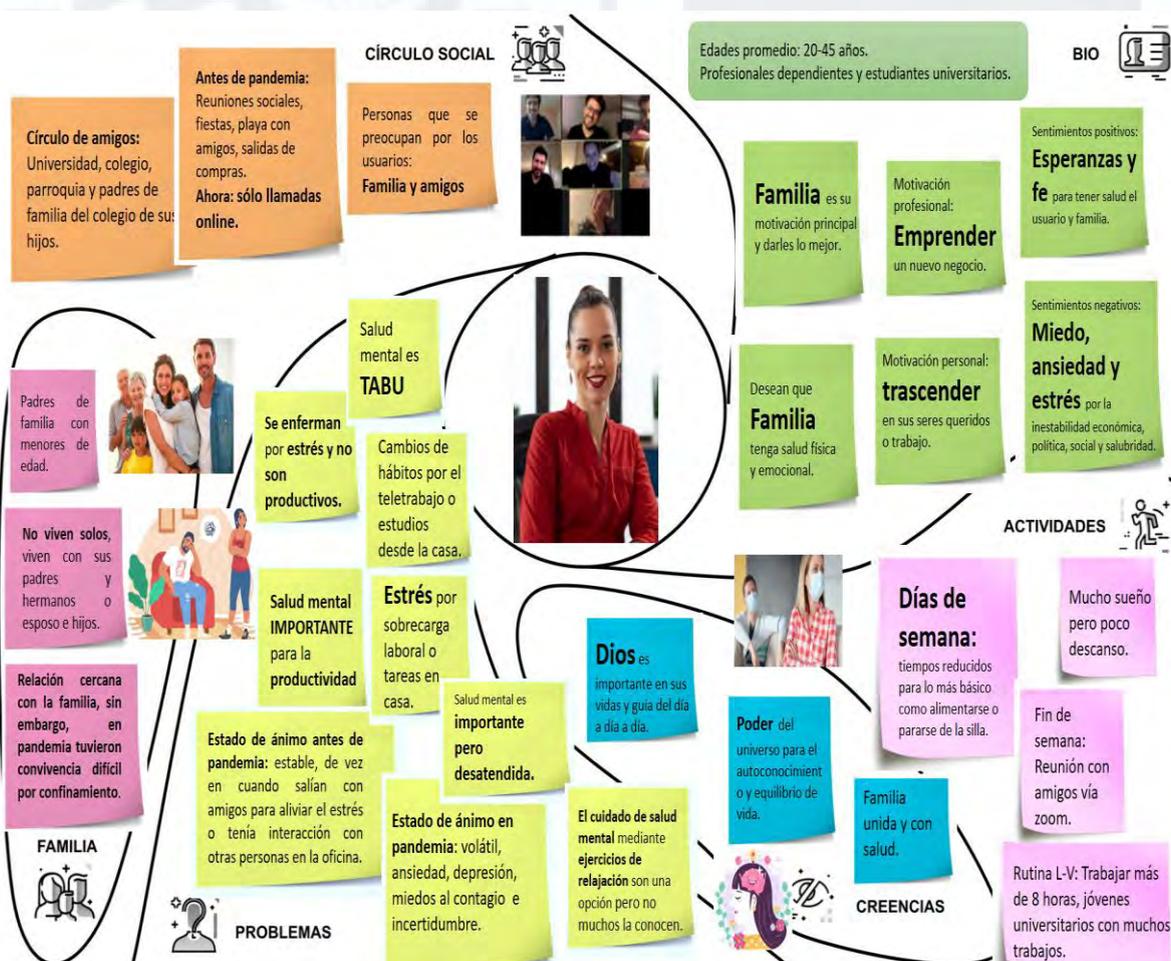
- Consideran que los problemas de salud mental son mal vistos o son un tema tabú. Sin embargo, consideran que es muy importante mantener el bienestar mental a fin de prevenir patologías como la depresión y la ansiedad.

En cuanto a los hallazgos relevantes se obtuvieron los siguientes:

- La *Familia* es la palabra más repetida en las entrevistas, ya que la consideraron comopilar de sus motivaciones y ganas de salir adelante.
- Buscar ser ascendidos en el trabajo o viajar dejaron de ser sus prioridades, ahora solo buscan salud y calidad de vida para sus familiares.
- La salud mental es importante para los padres e hijos.

Figura 5

Lienzo de Meta Usuario



3.1.3 Mapa de Experiencia del Usuario

Una vez definido el usuario meta y con la información recopilada, se logró identificar cada momento de verdad del público objetivo con el fin de interiorizar cada sensación o sentimiento durante su rutina diaria (ver Figura 6). Los hallazgos fueron los siguientes:

- El 70% de sus actividades estuvieron llenas de emociones negativas con estrés y ansiedad.
- Los tres momentos donde se identifican que existen recaídas emocionales se distribuyen: en la mañana, cuando inician sus actividades laborales; durante las horas de la tarde y al momento de dormir.
- En el otro 30% de sus actividades, experimentan tranquilidad y/o felicidad al momento de compartir el desayuno, almuerzo y cena con su familia.

Momentos de la Experiencia. Los tres momentos positivos y su relevancia se detallan a continuación:

- Desayuno: Porque comparten momentos con su familia.
- Almuerzo: Es un espacio para desconectarse de las actividades laborales e interactuar con la familia.
- Cena: Momento que representa la finalización de sus actividades laborales.

Momentos Críticos. De las entrevistas realizadas se enmarcan tres momentos críticos:

- Antes de iniciar las actividades laborales: Debido al cambio de la modalidad de trabajo presencial al trabajo remoto, este ha generado un cambio en la rutina diaria, afectando los tiempos. Que a su vez genera una carga de estrés debido a la mayor asignación de actividades que antes no las realizaban.
- Revisión de actividades pendientes de realizar: el nivel de exigencia laboral y

no llegar a los objetivos planificados les genera frustración. Esto sucede debido a una mala organización del tiempo, por ejemplo: las reuniones prolongadas que se generan diariamente, entre otras actividades no planificadas.

- Esperar realizar más actividades de las que uno puede ejecutar: La falta de claridad sobre las prioridades del día y de la criticidad de estas, que generan una carga de estrés por la falta de planificación.

En conclusión, según las entrevistas realizadas para conocer el público objetivo, se identificó que el problema se desarrolló en el hogar durante el contexto Covid-19. Debido a los cambios de rutina asociado al teletrabajo y al aislamiento social, los cuales causaron desorden en la organización de los tiempos en la jornada laboral y por otro lado la inestabilidad política que trajo consigo preocupación por la posible pérdida de sus puestos de trabajo. En el mapa de experiencia del usuario se demostró que el 70% de sus momentos son críticos e insatisfactorios; al momento de inicio, durante y al finalizar su jornada laboral (ver Figura 6). En ese sentido, las personas que se encuentran entre las edades de 18 - 55 años, que trabajan de manera remota son los más afectados por el trabajo extenuante.

3.1.4 Design Thinking Aplicado

El *Design Thinking* es un método que consta de cinco procesos: (a) empatizar, (b) idear, (c) definir, (d) prototipar y (e) evaluar y para la aplicación de esta metodología se consideró un total de 121 participantes. Se les aplicó dos entrevistas a 20 de ellos a través de videoconferencias en el 2020 durante la época crítica de la pandemia en el Perú y estas entrevistas se dividieron en dos rondas (se entrevistó antes y después de la propuesta de solución) para distintas etapas del proceso del *Design Thinking*, con el objetivo de concebir la solución que mejor se adapte al público objetivo.

Figura 6

Mapa de Experiencia del Usuario

Mapa de EXPERIENCIA de USUARIO

Storyboard / Momentos y Acciones

DIAS LABORALES L-V



Pensamientos

	<p>El usuario se levanta 7:00 am para empezar su día. Piensa en todos los pendientes y reuniones del día.</p>	<p>Desayuna feliz con su familia y se prepara para empezar sus actividades del día.</p>	<p>9:00 am empieza su día con llamadas/ tareas/ reuniones. Empieza a sentirse saturado.</p>	<p>Se siente abrumado y estresado porque el día se le pasa rápido.</p>	<p>Está enfocado en su actividad; universidad o trabajo, y se siente estresado.</p>	<p>Tiene 1hr para su almuerzo y se da un tiempo de descanso. Piensa en desconectarse de su actividad unos minutos.</p>	<p>Vuelve a su sitio para seguir con sus reuniones o exposiciones, se siente agotado y estresado.</p>	<p>Se siente cansada de estar todo el día sentada frente a su laptop y sin parar de trabajar.</p>	<p>Llega la hora de la cena y se siente mejor porque interactúa con su familia. Piensa en que tiene que descansar temprano.</p>	<p>Se siente agotado pero no logra concebir el sueño porque piensa en todos los pendientes del día siguiente.</p>
--	---	---	---	--	---	--	---	---	---	---

Emociones



Asimismo, se realizaron 101 encuestas a diferentes participantes, los cuales fueron segmentados según su NSE, edad y género. Las 101 encuestas se realizaron a potenciales usuarios que viven en los Distritos de Lima Top y Lima Moderna de la ciudad de Lima Metropolitana con el objetivo de encontrar una propuesta de solución según el *buyer* persona. Para lograr implementar esta metodología se adoptó como estrategia el uso de herramientas digitales como: videoconferencias, encuestas digitales, mensajería instantánea y formularios para tener un mejor y mayor alcance con el público objetivo, ya que durante el 2020 se tuvo restricciones de movilidad por de la emergencia sanitaria por la Covid-19.

De acuerdo a las entrevistas y recopilación de datos de los usuarios meta, se pudo prototipar el servicio según sus necesidades empleando la herramienta del *Design Thinking* para la solución y definición de estrategias que sean viables para el negocio y generen valor para el cliente. En la búsqueda del desarrollo del producto se realizó un proceso de cinco etapas. En la primera etapa de empatizar, se logró conseguir la mayor cantidad de información mediante las entrevistas a los usuarios. El entablar conversaciones a través de preguntas, permitió definir su perfil e identificar sus necesidades, emociones y las repercusiones de la pandemia en el ámbito laboral y personal. En consecuencia, se detectó que las personas que laboran y estudian bajo la modalidad remota desarrollan cuadros de estrés e inestabilidad emocional debido al cambio radical en sus rutinas. En la segunda etapa, definir el problema, se enfocó en los puntos de dolor de los usuarios en su día a día. La mayor afectación emocional se encontró en el trabajo por el nivel de estrés, ansiedad y miedo en las actividades laborales. En consecuencia, se evidenció que existe un problema de desatención de la salud mental en el Perú. En ese sentido, se necesita mejorar el estilo de vida, recuperar la armonía, mejorar el ánimo, sueño y manejo de emociones.

En la tercera etapa de idear, se realizó un *brainstorming* grupal para abordar las emociones, valores y creencias de los usuarios relacionados con sus experiencias.

Durante esta etapa se tuvo que reformular el enfoque para encontrar una solución que genere valor a los usuarios. Entonces, se reiniciaron las conversaciones con los entrevistados para obtener su retroalimentación con el objetivo de probar la eficacia de las ideas y realizar los cambios necesarios. La asociación de ideas es una actividad que se usó en esta etapa para contextualizar las soluciones y finalmente, en la cuarta y quinta etapa, prototipar y evaluar, se realizó la mayor cantidad de interacciones con los usuarios. Sus comentarios facilitaron corregir la concepción inicial y la experiencia del usuario contribuyó a un mejor acercamiento para lograr una solución más concisa y confiable.

La solución inicial al problema fue desarrollar una plataforma web que incluyera: (a) talleres sobre salud mental; y (b) seguimiento y mantenimiento a las personas que buscan mejorar sus hábitos acerca del bienestar emocional, tal cual se muestra en la Figura 7. Sin embargo, se tuvo que presentar en reiterativas veces y al mismo tiempo para completar el lienzo blanco (ver Figura 8) para que ayudara a descubrir el producto final que se refleja en la Figura 9. Definitivamente, esta práctica ha servido de mucha utilidad, puesto que ha permitido desarrollar mejor las ideas y modificar el *core* del negocio para buscar la solución a través de la prevención de posibles patologías mentales mediante programas de meditación, ejercicios de respiración, *mindfulness*, y contenido para disfrutar mejor los momentos de desconexión con el trabajo o estudios, utilizando recordatorios durante el día. Permitted también, hacer un *benchmark* con el aplicativo *Spotify* clasificando su uso y formas de pago a través de las siguientes modalidades *Freemium*, *Base* y *Premium*.

- *Freemium*: Acceso limitado con interrupciones de publicidad de algunos especialistas del bienestar mental; estos pueden ser médicos, especialistas y/o instructores de ejercicios de relajación. Al mismo tiempo, este se convertiría en un generador de ingresos por colocarlos en la plataforma de publicidad.

- Base: Acceder a pagos mensuales o anuales que permitan el acceso ilimitado para contenido de *mindfulness*, ejercicios de relajación o *tips* de salud mental según los objetivos que el usuario desee lograr.
- *Premium*: Acceso ilimitado a un mayor contenido de ejercicios de relajación o *tips* de salud mental según los objetivos que el usuario desee lograr y el contenido expuesto tendrá mayor rotación en comparación a la versión Base.

En resumen, esto permitió concluir con el producto ideal para los usuarios a través del prototipo final que se ve en la Figura 9, el cual conlleva cuatro pasos importantes:

- Personaliza: Gestiona una base de datos de emociones para generar *tips* de prevención y bienestar de salud mental según cada usuario.
- Accesos: Uso de tecnología de la información para obtener estadísticas sobre emociones, ejercicios físicos y *timing* para ejercicios de respiración y horas de sueño según los dispositivos tecnológicos que tenga el usuario (*smartwatch* y *smartphones*).
- Contenido: *Mindfulness*, ejercicios de relajación para lograr el bienestar, manejo de estrés, ansiedad y poder conciliar el sueño.
- Prevención: Registros de los datos del usuario para su procesamiento y búsqueda de bienestar y prevención de su salud mental.

3.1.5 Lienzo Costo Impacto- Quick Wins

Considerando lo expuesto anteriormente, se buscó el desarrollo de la solución mediante la recopilación de datos, escucha activa y análisis de información con sustentos científicos. Finalmente, se obtuvo el producto final gracias al *Design Thinking* que permitió reconocer la necesidad del usuario respecto a la prevención y atención oportuna de su bienestar mental a través de guías de relajación, actividades y ejercicios.

Figura 7

Lienzo Prototipo I



Figura 8

Lienzo Blanco

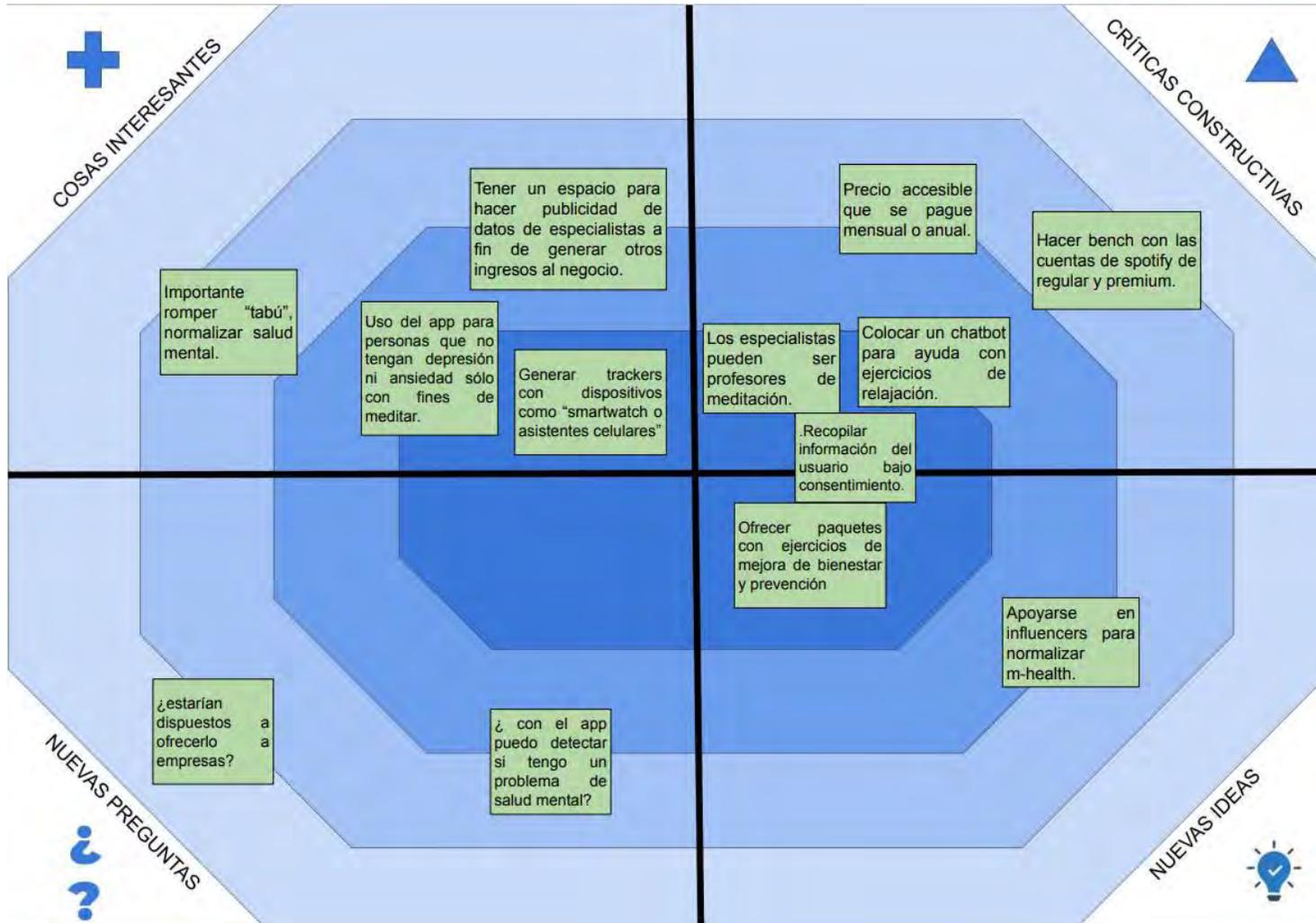


Figura 9

Lienzo Prototipo II



Tomando en cuenta este objetivo, se trabajó el generador de preguntas y respuestas a partir de un *brainstorming* en donde luego de un amplio debate se llegó a las seis necesidades básicas del usuario meta. Entre estas están la inscripción del usuario en Sanamente, prevención o mejora de bienestar mental, identificar a tiempo alguna presunta patología emocional, ser constante con el uso de las herramientas, promover atenciones de salud mental con especialistas de requerirlo, lograr la plena satisfacción del usuario. Estas necesidades básicas se lograron plasmar mediante las preguntas e ideas generadoras de la Figura 10 y esto permitió enfocar las ideas fuerza y actividades a realizar para llevar a cabo el servicio. Luego de tener claras las actividades, se asociaron con la matriz *Quick Wins* que se refleja en la Figura 11; en ella se identificó que tres de las seis actividades a realizar son de alto impacto y alto costo de inversión, tales como la aplicación de tecnología de bases de datos y actualización de contenido para lograr personalizar el producto según los gustos y preferencias del usuario.

Además del plan de marketing y comunicación que logrará una cantidad de suscriptores por difusión en medios, *Facebook Ads* e *influencers* de tecnología o bienestar y salud. Asimismo, el plazo de la actualización del contenido y mantenimiento será de seis meses y se considera nuevos *podcasts*, ejercicios y *tips* de relación según los objetivos del usuario. Las tres actividades restantes son de alto impacto y bajo costo, ya que el aseguramiento de la calidad del servicio es parte de las funciones del equipo de trabajo y ellos se encargarán de usar la base de datos para generar prácticas de *Customer Relationship Management* (CRM) entre otras prácticas de mejora continua que serán asumidas por el equipo de recursos humanos. Las otras dos actividades generarán la promoción de la prevención y cuidado del bienestar emocional del usuario según sus registros diarios en el aplicativo. De esa manera, se podrá hacer un seguimiento identificando sus progresos y controles en caso necesitase de soporte.

Figura 10

Lienzo 6x6

	Pregunta	Idea o solución
1	¿Cómo logramos que el usuario se inscriba a Sanamente?	Manejaremos un plan de marketing enfocado en personas que necesiten mejorar sus hábitos y mejorar su bienestar emocional, sin tabús. Nos apoyaremos en influencers de tecnología, dialéctica de terapia conductual, referentes de salud mental. Y al mismo tiempo, ofreceremos un paquete limitado gratuito para persuadirlos.
2	¿Cómo podremos lograr la prevención o mejora en el bienestar mental del usuario?	Al iniciar la suscripción se realizarán preguntas sobre los objetivos que el usuario desee mejorar y entregaremos ejercicios de meditación, respiración, mindfulness y entre otros. Luego, mediante la tecnología de información y bases de datos se personalizará la cuenta donde el usuario podrá rellenar sus registros de emociones y detectar algún posible malestar frecuente.
3	¿Cómo logramos que el usuario identifique su inestabilidad emocional?	Habrà un espacio para llenar registros de emociones y podrá ver las estadísticas de sus emociones de manera diaria y acumuladas mes.
4	¿Cómo aseguramos el uso frecuente del usuario?	Se actualizará el contenido con frecuencia, y el usuario podrá guardar o descargar los ejercicios que más les ha servido para que pueda sentir la utilidad y progreso.
5	¿Cómo podremos lograr que el usuario asista a un especialista en caso se detecte mucha inestabilidad emocional?	En caso de que sus registros demuestren frecuencia en estados tristes o con malestar emocional, saltará una alerta de sugerencia para que puedas buscar a un especialista de salud.
6	¿Cómo logramos la satisfacción del servicio del usuario?	Contaremos con un buzón de comentarios o sugerencias de nuestros usuarios <i>Freemium</i> y <i>Premium</i> y aplicaremos mejoras continuas de calidad al servicio.

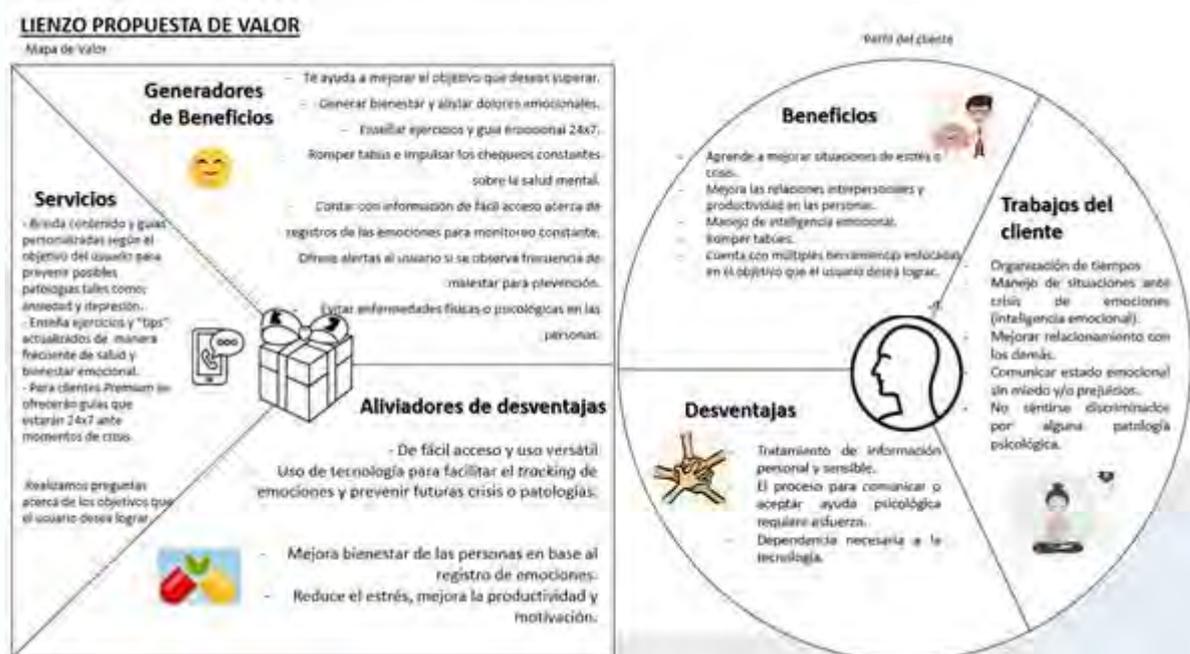
Figura 11

Lienzo Quick Wins**3.1.6 Propuesta de Valor**

Sanamente ofrece una propuesta de valor personalizada y de fácil acceso 24/7 debido a que se contará con el uso constante de la tecnología digital por el aplicativo; asimismo, se podrá conectarlo con otros dispositivos tales como *dots* y *smartwatches*. Esto facilitará el seguimiento permanente de sus actividades, pulsaciones con el objetivo de monitorear sus emociones diarias ante situaciones de estrés y/o ansiedad. Del mismo modo, se recopiló información de los reportes del Institute Healthcare y Research2 Guidance (Celleri & Garay, 2021) los cuales desarrollaron un *benchmark* de las aplicaciones con mejores valoraciones en el mundo de *mHealth* donde se compararon las siguientes variables: país, cantidad de descargas, costo, categoría, modalidad *App* o *chat* (ver Apéndice C). En ese sentido, se optó por la réplica de tarifas promedio por el aplicativo de más descargas y analizar la opción de modalidad preferida.

Posteriormente, se desarrolló el lienzo de propuesta de valor (ver Figura 12) para visualizar cómo el servicio se acomoda a la necesidad de los usuarios, puesto que el enfoque es consultar al usuario sus puntos a mejorar. Según ello, tendrá el beneficio de acceder fácilmente a las herramientas de bienestar emocional 24/7 del aplicativo. Su contenido permitirá alcanzar sus objetivos, brindándoles pautas para abordar sus emociones y manejar situaciones de crisis. De igual manera, se les ofrecerá un registro histórico de sus emociones a fin de detectar patrones recurrentes en plazos establecidos.

Figura 12



Propuesta de Valor

3.1.7 Business Model Canvas

La propuesta de valor de Sanamente cuenta con contenido personalizado a través de la *App* y al momento de descargarlo, se le pregunta al usuario cuál es su objetivo o meta. Por ejemplo: Conciliar el sueño, manejar efectivamente la ansiedad, técnicas de meditación, mejorar la concentración, entre otros. De acuerdo a sus prioridades, el cliente generará la cuenta con su contenido personalizado; además, se podrá registrar sus estados de ánimo y hacer el seguimiento de sus emociones. Por ejemplo, la cuantificación de sus momentos

felices y tristes durante un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc.). Ante una emoción recurrente el aplicativo enviará una notificación al usuario para que busque ayuda de un profesional. Otra de las cualidades del aplicativo, es que puede conectarse a otros dispositivos electrónicos como *smartwatch* o *dots*; esto está asociado al Internet de las Cosas (IoT). En ese sentido, la conectividad permitirá hacer el seguimiento de las emociones, niveles de estrés y ansiedad según las pulsaciones del sistema sanguíneo, es decir, esta tecnología del IoT permitirá recordarle al usuario sus rutinas de tratamiento durante el día.

En definitiva, los clientes *Premium* podrán acceder a contenido relacionado al bienestar que le brindarán herramientas para darles soporte en momentos difíciles como la falta de concentración, falta de sueño, depresión y ansiedad. Este lienzo permitió redefinir el *core* de negocio, el enfoque al cliente según el *target*, actividades clave y esclarecer las alianzas, canales, recursos, fuentes de ingresos y costos (ver Figura 13).

Figura 13

Business Model Canvas



3.1.8 *Blue Print*

Se desarrolló el *Blue Print*, herramienta que sirve para mapear el proceso de servicio e identificar las áreas de soporte indispensables en cada procedimiento del proceso en la que se detectó que la gestión administrativa del tratamiento de base de datos y automatización es indispensable para poder adecuarse a las necesidades del usuario.

Sanamente es una herramienta que brindará contenido para el bienestar mental; por lo que, estará en constante interacción con el usuario, comenzando por el registro de su cuenta de usuario en el aplicativo. Luego, recibirá un cuestionario donde seleccionará los objetivos que desea lograr y para ello, elegirá entre varias opciones de la lista como se detalla en el Apéndice E. De acuerdo a la elección del usuario, se les generará automáticamente el contenido adecuado orientado a sus metas. Además, se brindará la opción para que aplicativos adicionales como smartwatches puedan hacer el seguimiento como por ejemplo el ritmo cardíaco para medir el estrés, ansiedad y horas de sueño. Estos mandarían alertas y recordatorios de las actividades saludables o según el patrón de alerta detectado.

Finalmente, registrará si los ejercicios lo ayudaron a mejorar su estado de ánimo para que pueda tener su registro diario y al mismo tiempo puedan tener su reporte histórico para detectar alguna desviación importante de sus estados de desánimo. En caso de detectar alguna anomalía, el usuario podrá solicitar la atención médica correspondiente; el lienzo *Blue Print* (ver Figura 14) permite identificar cada proceso del uso de la *App* por parte del cliente. Además, el trabajo *back office* del negocio en sí; asimismo, identifica las posibles rutas críticas para generar el plan de acción ante cualquier incidencia con el servicio.

Figura 14

Blue Print Sanamente



3.2 Aplicación de los Elementos de la Investigación Científica para la Solución del Problema de Negocio

En esta sección se muestran los resultados que se obtuvo en las encuestas y entrevistas realizadas a los potenciales usuarios.

3.2.1 Características de la Investigación

La investigación se desarrolla en el contexto de una población que requiere cubrir necesidades asociadas a su bienestar emocional y prevenir dolores futuros en su salud mental. Así, la investigación se clasifica como un estudio descriptivo y explicativo, dado que en el primer caso de estudio se ubican variables que describan necesidades de los usuarios y en el segundo caso de estudio se abordan dichas necesidades a partir de las cuales se ofrece una solución viable. El diseño de la investigación es no experimental con

un enfoque transversal descriptivo, debido a que a través de la no experimentación se recopilan diferentes datos sin manipulación alguna acerca de estados de ánimo, comportamientos y métodos de relajación que usan las personas para mantener su bienestar emocional. A futuro esta información podría ser usada para analizar la repercusión del bienestar emocional en la convivencia, desarrollo personal y profesional de las personas. El enfoque de la investigación es transversal porque se recolectan datos en un solo momento para su posterior análisis y descripción. El objetivo es obtener una solución que permita atender el bienestar emocional y prevenir dolores y padecimientos de la salud mental en las personas.

3.2.2 Análisis y Resultados de la Encuesta Digital

De acuerdo con el diseño y el enfoque de la investigación se elaboró una encuesta virtual con preguntas del tipo abiertas como cerradas y para ello, se utilizó la herramienta *Google Forms* y su difusión fue a través de correos electrónicos. La encuesta se muestra en el Apéndice E y se realizaron entrevistas a 101 personas con el objetivo de obtener retroalimentación sobre el padecimiento del problema. La encuesta se encuentra estructurada bajo las siguientes variables:

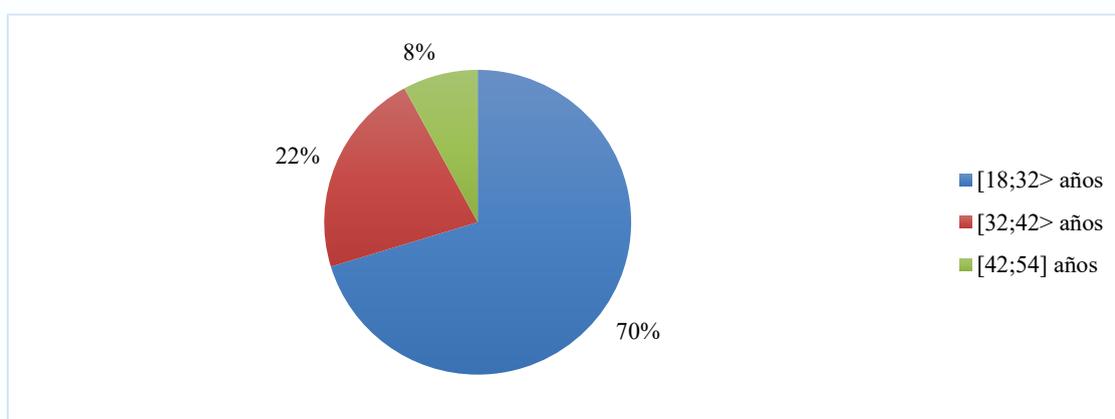
- Los datos demográficos: Para recoger información sobre edad, género, estado civil, nivel de instrucción y lugar de residencia.
- La experiencia en el contexto Covid-19: Para recoger información sobre si la persona y su entorno más cercano padeció de la enfermedad, y con qué frecuencia recibe información sobre esta.
- Los indicios de problemas en la salud mental en el contexto Covid-19: Para recoger información sobre la repercusión de la enfermedad en la salud mental.
- El estado emocional en el contexto Covid-19: Para recoger información sobre su comportamiento y qué hace para mantener su bienestar emocional.

- La frecuencia de uso del dispositivo celular: Para recoger información sobre el tiempo de uso, aplicaciones y motivos de uso del dispositivo celular.
- La valoración del aplicativo sobre bienestar emocional: Para recoger información sobre la relevancia de la meditación, relajación, el uso de una App para el mejoramiento del bienestar emocional y el costo que estarían dispuestos a pagar por su uso.

Esta muestra tiene un sesgo de validez poblacional y no representa una estadística, dado que se aplicó en una situación de pandemia que atravesaba el país y para cerrar la brecha del sesgo de validez, se usó la revisión de la literatura (ver Capítulo II) como elemento de la investigación científica. Para realizar el análisis de los datos se usó la herramienta de tabulación en el programa Excel. En la Figura 15 se muestra la agrupación de edades de los encuestados en función de rangos etarios y se ubica en el primer rango aquellos cuyas edades están entre 18 a 31 años con un 70% de participación; seguido del rango entre 32 a 41 años con un 22% de participación; finalmente, el rango entre 42 a 54 años con un 8% de participación; se puede apreciar que existe una concentración importante de edades entre los 18 a 31 años, información que permite inferir sobre la necesidad de bienestar emocional dentro de esos grupos etarios.

Figura 15

Datos de la Edad del Público Encuestado



Sobre la muestra, 52 son mujeres que representan el 51% y 49 son hombres que representan el 49%; en la Figura 16 se muestra la distribución por género y para efectos del estudio, ambos géneros están dentro del público objetivo. Con referencia al estado civil, existe un 77% de solteros; 22% de casados; y, un 1% de viudos. Por lo anterior, un 78% - grupo solteros y viudos - no se encuentran compartiendo vida en pareja y como tal, no encuentran el soporte emocional para mantener el bienestar emocional en la coyuntura actual. Esta es una consideración importante del estudio; ver Figura 17 para conocer la distribución del estado civil.

Figura 16

Datos del Género del Público Encuestado

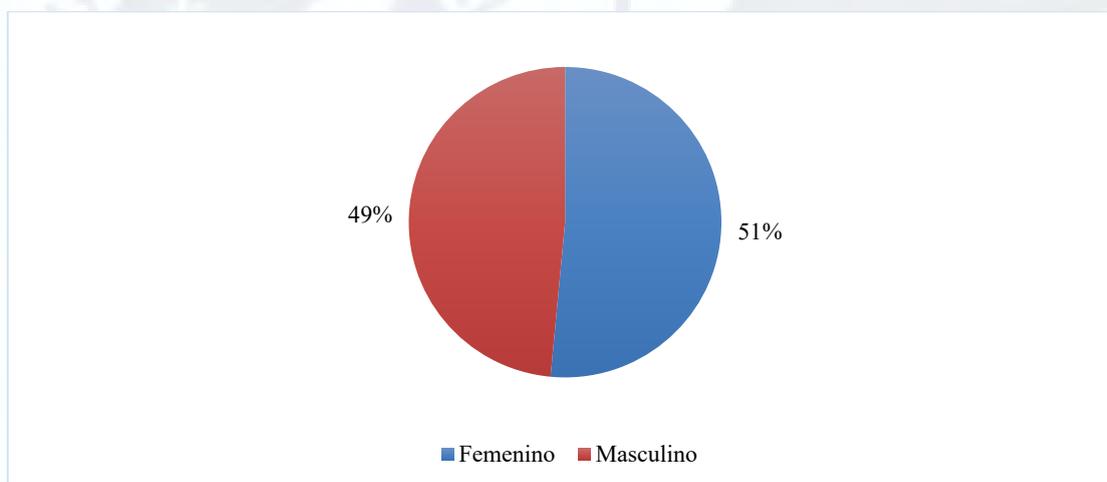
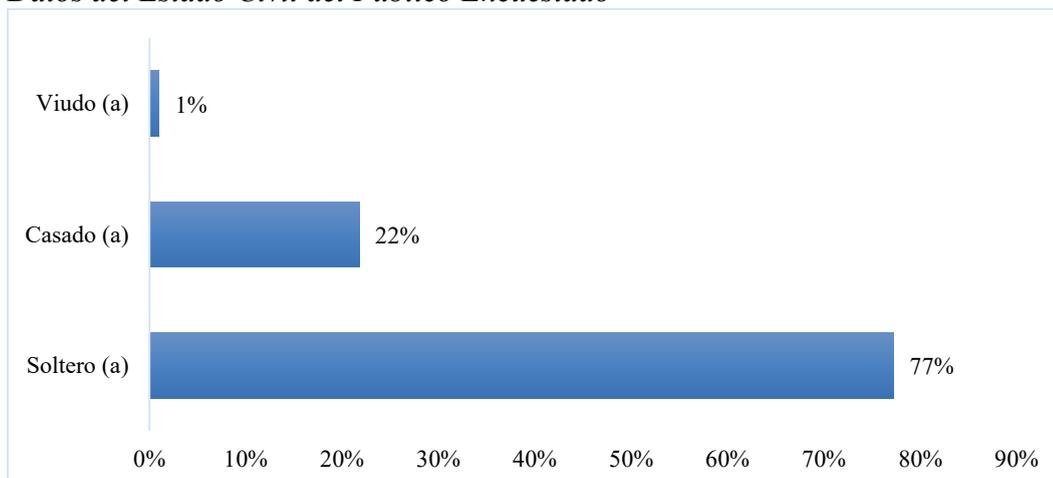


Figura 17

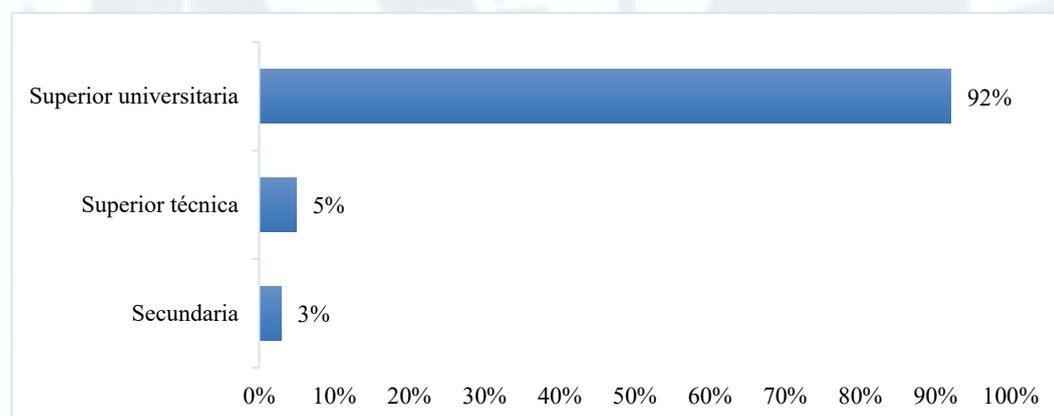
Datos del Estado Civil del Público Encuestado



En la Figura 18 se muestra la distribución del nivel de educación de los encuestados, resultando que el 8% de las personas encuestadas tiene educación secundaria o técnica y el 93% tiene educación superior. Cuando se revisó la cantidad de personas que tuvieron contacto directo o indirecto con el virus de la Covid-19, se evidenció que existe un 27% de personas que tuvieron la enfermedad contra un 73% que no la tuvo. Por otro lado, existe un 71% que tuvo un familiar afectado y un 99% que tenía la certeza de haber tenido algún amigo o conocido que fue afectado por la enfermedad. Esta es una información relevante para evidenciar como las emociones y los pensamientos negativos repercuten en el bienestar emocional (ver Figura 19).

Figura 18

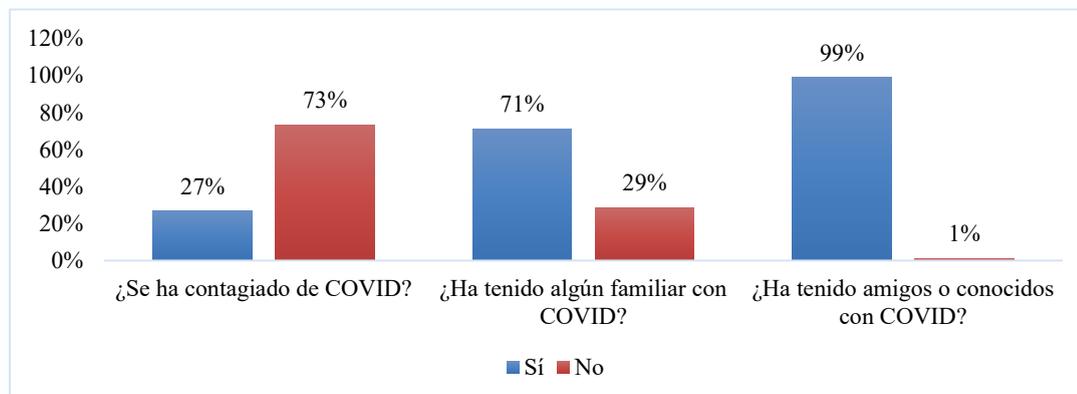
Nivel de Instrucción Educativa del Público Encuestado



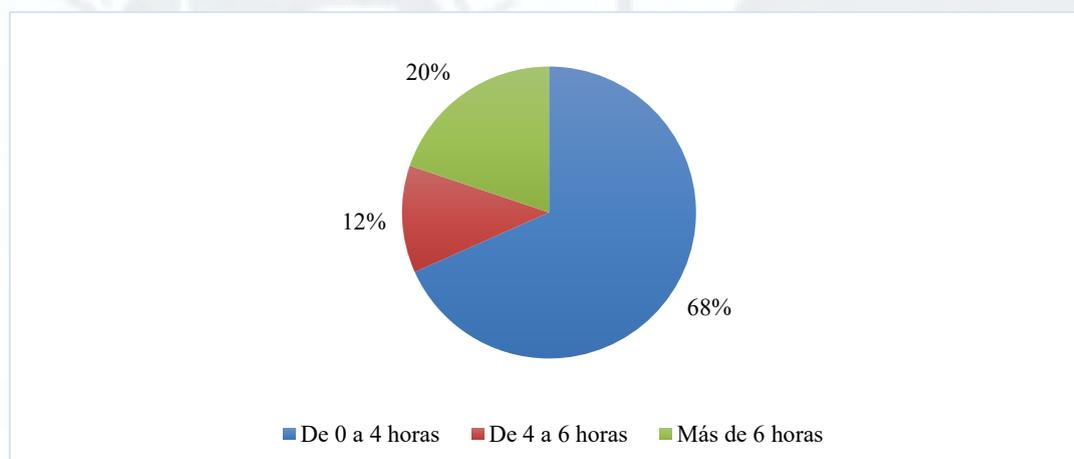
Asimismo, las personas encuestadas manifestaron que durante sus actividades diarias pensaron o recibieron información relacionado a la Covid-19; en ese sentido, las personas que piensan o reciben información relacionada a la Covid-19 oscila entre cero hasta cuatro horas en el orden del 68%, más de cuatro horas hasta seis horas en el orden del 12% y más de seis horas en el orden del 20%. Por lo anterior, se observa que existe un 32% de personas que piensa y recibe información por más de cuatro horas al día con respecto a la Covid-19. Este resultado permite inferir la necesidad de brindar soporte emocional para reducir los pensamientos negativos inconscientes y repetitivos (ver Figura 20).

Figura 19

Encuestados que Tuvieron Contacto Directo o Indirecto con la Covid-19

**Figura 20**

Horas del Día que los Encuestados Reciben Información de la Covid-19



En cuanto al nivel de emociones que las personas manifestaron haber experimentado en los tres últimos meses, estos fueron agrupados en función a su frecuencia de manifestación: (a) nunca; (b) poca; (c) Base; (d) frecuente y; (e) siempre. Los resultados evidencian una alta concentración entre quienes experimentaron poca, Base y frecuente alteración en sus sentimientos. Así se tiene que, dentro de ese grupo de frecuencias, la ansiedad es del 88%, estrés es del 92%, tristeza es del 74%, irritabilidad es del 87%, ira es del 67% y poca tolerancia es del 87% (ver Tabla 4). Por lo anterior, se puede evidenciar que las personas tienen una afectación en su bienestar emocional que se volvió recurrente en los

tres últimos meses y pueden padecer trastornos de salud mental (ver Tabla 4). Cuando se consultó sobre la presencia de ansiedad como consecuencia de la Covid-19 durante los últimos 14 días, se encontró que existen grupos de personas afectadas; precisamente, por la Covid-19, se distorsionó el estado de ánimo y comportamiento durante algunos días llegando hasta una semana (ver Tabla 5).

Tabla 4

Emociones y/o Sentimientos de los Encuestados

Sentimiento	Nunca (%)	Poco (%)	Base (%)	Frecuentemente (%)	Siempre (%)
Ansiedad	9	27	36	26	3
Estrés	2	19	30	44	6
Tristeza	24	44	20	11	2
Irritabilidad	11	39	42	7	2
Ira	33	49	16	3	0
Poca tolerancia	13	37	32	19	0
Total (N=101 personas)					

Tabla 5

La Ansiedad en los Encuestados como Consecuencia de la Covid-19

En los últimos 14 días	Nunca o casi nunca (%)	Rara vez, menos de 2 días (%)	Varios días, entre 2 y 7 días (%)	Más de una semana (%)	Todos los días (%)
He experimentado dificultad para conciliar el sueño por pensar en el coronavirus	58	25	14	1	2
Me he sentido débil o mareado cuando escuché o leí noticias relacionadas al Covid-19	74	18	8	0	0
Prefiero no ver, escuchar o leer noticias relacionadas al Covid-19	25	25	13	17	21
Perdí el interés en la comida por pensar en noticias relacionadas al Covid-19	81	12	2	4	1
Total (N=101 personas)					

Respecto a su estado de ánimo, las personas manifestaron haber experimentado cambios en el último mes; luego se agruparon los resultados en los rangos de a veces, varias veces y siempre, demostrando una alta concentración de entre quienes sintieron alteraciones que afectaron su bienestar (ver Tabla 6). Para enfrentar esos espacios de cambios en el estado de ánimo, las personas señalaron que buscaron realizar actividades de apoyo para relajarse.

Un 22% encontró relajación en la lectura de libros de autoayuda, un 80% encontró relajación en conversaciones con los amigos, un 62% encontró relajación en dormir, un 71% encontró relajación en hacer ejercicios o practicar deporte, un 53% encontró relajación en ver televisión, un 80% encontró relajación en estar en familia y un 29% encontró relajación en el uso de aplicativos de celular que proveen herramientas de manejo de emociones. Esta última actividad es relevante para el estudio porque permite inferir que existen personas que buscan en el celular herramientas de relajación (ver Figura 21).

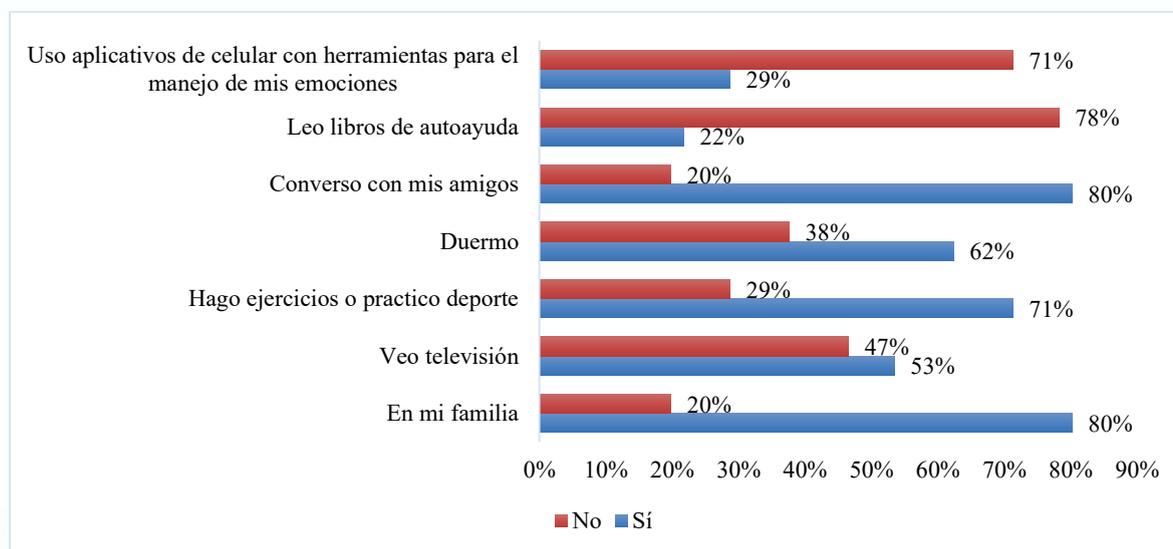
Tabla 6

Estado de Ánimo en los Encuestados

En el último mes	Nunca (%)	A veces (%)	Varias veces (%)	Siempre (%)
¿Qué tan seguido se ha sentido en paz?	0	40	40	56
¿Qué tan seguido se ha sentido feliz?	1	27	27	63
¿Con qué frecuencia se ha sentido nervioso?	9	57	57	30
¿Qué tan seguido se ha sentido triste, desanimado o sin ganas de hacer sus actividades cotidianas?	17	56	56	25
¿Con qué frecuencia ha sentido que solo quiere dormir?	20	49	49	29
¿Ha experimentado poco interés o placer en sus actividades cotidianas?	27	46	46	27
Total (N=101 personas)				

Figura 21

Actividades de Relajación que Usan los Encuestados



Además, se consultó sobre el tiempo que usan el dispositivo celular durante el día y se obtuvo que hacen uso del celular por menos de tres horas un 9%, de tres a seis horas un 35%, de seis a ocho horas un 35% y más de 8 horas un 22% (ver Figura 22). Con el objetivo de conocer aún más sobre el uso del celular, los encuestados manifestaron que era por trabajo en un 49%, ocio en un 50% y por otros motivos en un 1% (ver Figura 23). En consecuencia, se evidenció que las personas pasan una parte importante de su tiempo en aplicativos del celular y un gran grupo de ellos están haciendo uso relacionado al ocio.

Figura 22

Tiempo de Uso del Celular por los Encuestados Durante el Día

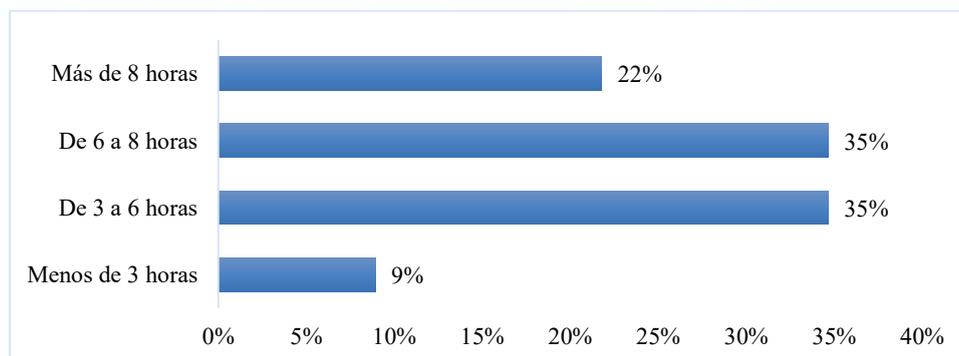
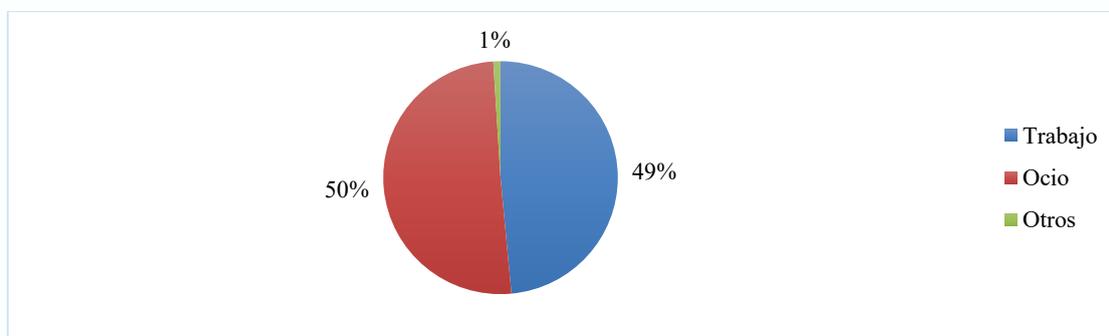


Figura 23

Motivos de Uso del Celular por los Encuestados



Cuando se consultó a las personas sobre la importancia que atribuyen a la meditación y/o relajación, se estableció una escala del 0 (nada importante) al 10 (muy importante) para su puntuación. Así, la escala del 0 al 3 fue nombrada como: no tiene mucha importancia, obteniendo un resultado del 14%; la escala del 4 al 6 fue nombrada como: indiferente, obteniendo un resultado del 29% y la escala del 7 al 10 fue nombrada como: si tiene importancia, obteniendo un resultado del 56% (ver Figura 24). Asimismo, se consultó a las personas sobre la realización de ejercicios de meditación y/o relajación y los resultados evidenciaron que no realizan ejercicios en un 63% contra quienes sí realizan con un 37% (ver Figura 25). Por lo anterior, si bien las personas consideran importante realizar actividades de meditación y/o relajación, existe un grupo que aún no las realiza.

Figura 24

Importancia que Atribuyen los Encuestados a la Meditación y/o Relajación

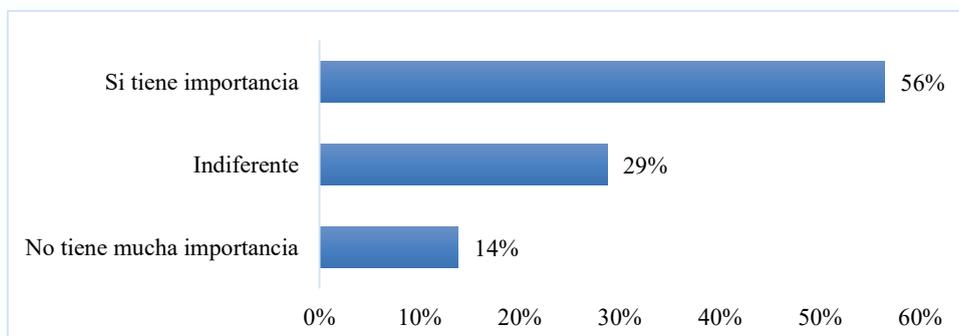
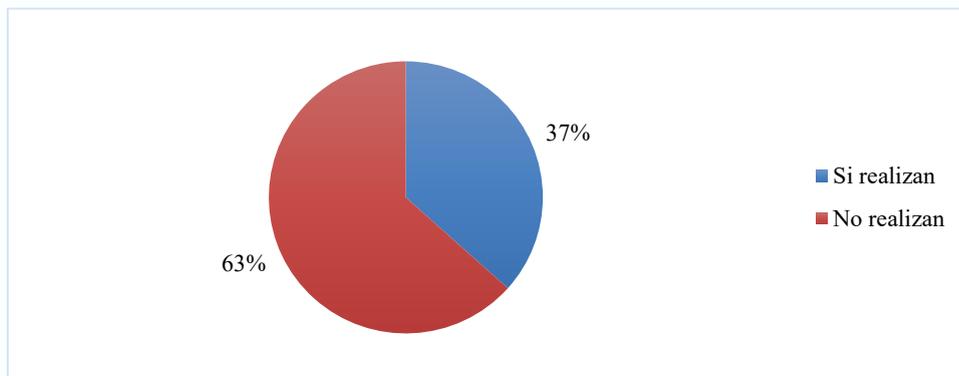


Figura 25*Encuestados y Ejercicios de Relajación*

De la misma manera, se indagó si las personas estarían dispuestas a usar una *App* relacionada a ayudar a su bienestar emocional, ante lo cual se obtuvo como respuesta que 52% si la usará, un 42% indico que tal vez la usaría y un 6% manifestó que no la usaría (ver Figura 26). En consecuencia, a través de los resultados se evidencia que la solución planteada debería tener receptividad por parte de las personas, atrayendo al 42% que manifiesta que tal vez la usaría. Respecto al rango de precios, un 78% de las personas estarían dispuestas a pagar por el servicio de la *App* de 18 a 20 soles, de 20 a 25 soles aceptarían un 16%, de 25 a 30 soles aceptarían un 5%; y, más de 30 soles aceptarían un 1% (ver Figura 27). El rango de precios de mayor aceptación se consideró en la propuesta económica-financiera.

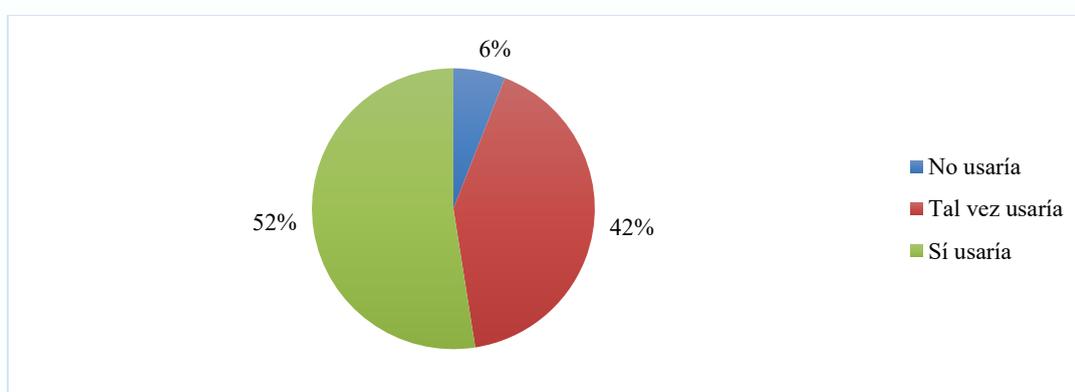
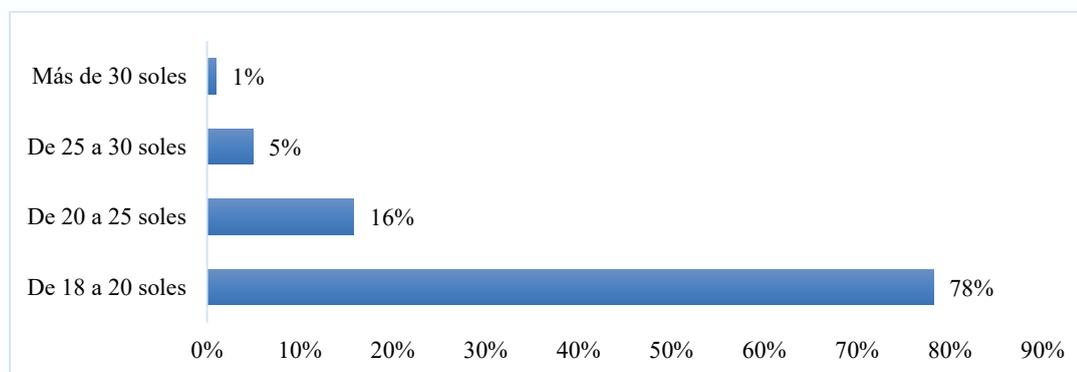
Figura 26*Uso de la App de Bienestar Emocional por Parte de los Encuestados*

Figura 27*Rango de Precios de la App de Bienestar Emocional***3.2.3 Análisis de las Entrevistas Cualitativas**

Para el estudio se realizaron 20 entrevistas y estas permitieron recoger evidencias que contribuyeron a mejorar el entendimiento del problema, explorar las reacciones de los posibles usuarios y obtener un mayor input sobre la solución al problema. Las entrevistas fueron realizadas en dos rondas de preguntas, donde la primera y segunda ronda de entrevistas se encuentran en los Apéndices F y G. En la sociedad, las personas están expuestas a situaciones que generan inestabilidad de su bienestar emocional y pueden producir enfermedades psicológicas o psiquiátricas. Esto se debe a factores ambientales y/o hereditarios, y lamentablemente, existe una estigmatización de aquellas personas que padecen una enfermedad mental debido a paradigmas o prejuicios de la sociedad peruana.

Específicamente, una persona realizó un comentario en ese sentido: “La salud mental es un tabú porque existe una estigmatización de la gente que lo padece, porque se suele asociar a un problema que debe ser atendido por un psiquiatra o psicólogo. La ayuda profesional es muy limitada y no existen muchas evidencias del tratamiento de este tema. Se debe atender y brindar la importancia a la salud mental en el trabajo para generar confianza, empoderar a los colaboradores y generarles seguridad.” La pandemia evidenció los problemas de bienestar emocional y generó mayores problemas asociados a la salud mental como consecuencia del aislamiento y el miedo. El siguiente comentario pertenece a un

entrevistado quien afirmó lo expuesto líneas arriba: “La salud mental es un tema que está dejando de ser tabú como consecuencia de la pandemia. Sin embargo, tratarlo no es tan habitual y hasta resulta extraño. Es importante que se acepte y respete a las personas que la padecen y se atienda profesionalmente. La coyuntura por la que atravesamos hace que se produzca estrés, miedo y ansiedad.”

En ese sentido, se necesitan herramientas y soporte profesional que permitan enfrentar la salud desde la prevención y uno de los entrevistados comentó lo siguiente: “La salud mental ha sido dejada de lado y los problemas que ocasiona necesitan ser abordados y como no existen indicadores en el trabajo, no se atienden. Para ello, se debe empezar por escuchar y estar más cerca de los equipos de trabajo. Las personas solo muestran interés cuando alguien de su entorno cercano está afectado, y como consecuencia incide en su desempeño.” De la misma manera, otro de los entrevistados destacó la importancia de atender los problemas oportunamente, enfatizando en la prevención: “La salud mental afecta la productividad y más aún en épocas de pandemia donde las personas se sienten afectadas en sus emociones, con un mayor estrés que afecta la salud a causa de la incertidumbre y ansiedad por la continuidad laboral. Si bien, es evidente el problema, existe una vocación por esquivarla desarrollando otras actividades, evitando aceptarlo y, por tanto, sentirse mal. Entonces se hace necesaria la ayuda de un profesional que mitigue esos problemas y ayude a las personas en la atención de sus problemas de forma oportuna.”

Cuando la persona trabaja en su bienestar emocional y atiende su salud mental oportunamente, este sabe manejar mejor sus conductas y emociones en el ámbito personal, familiar y profesional y así se evidenció a través del siguiente comentario: “Una adecuada atención de la salud mental debe permitir mantener el equilibrio en nuestras vidas porque es factor importante del éxito de las personas contribuyendo directamente a la mejor gestión del

cumplimiento de objetivos y responsabilidades, así como ayudar a mantener saludable el alma, cuerpo y espíritu. En los centros de laborales se trabajan con personas y para mantener el equilibrio en el trabajo, debemos saber manejar nuestras emociones.”

3.3 Definición de la Solución al Problema de Negocio

En este apartado se definió la solución del problema y qué herramientas fueron importantes para detectar las oportunidades de mejora e identificar ideas innovadoras que generen una ventaja competitiva para el presente emprendimiento. Luego de desarrollar los lienzos de dos dimensiones y perfil meta del usuario se pudo definir la idea del servicio que se brindará. Para ello, se tuvo que escuchar activamente y ser empáticos al momento de realizar el lienzo de mapa de experiencia del usuario, a fin de identificar sus estados de ánimo en cada una de sus actividades, desde que inicia su día hasta cuando se acuesta. Dentro de este proceso es posible entender y tratar los pensamientos y emociones del usuario.

Gracias al mapa de experiencia se pudo comprender las emociones vinculadas a las actividades del usuario y su tendencia durante el día; por lo que se identificó que el 70% de insatisfacción ocurre en horas de la mañana, dado que permanece muchas horas atendiendo su trabajo o estudios sin pausas o actividades para manejar el estrés. Luego, se realizó el Lienzo 6x6, se realizó un *brainstorming* para encontrar las seis necesidades fundamentales del usuario a fin de que se pueda prevenir el desarrollo de alguna futura patología. Del ejercicio, se logró recopilar las seis ideas generadoras fundamentales en base a seis preguntas que fueron planteadas para saber el cómo se iba a lograr. Además, se aplicó el Lienzo Blanco para poder ubicar las ideas según los costos e impactos que implicarían y se llegó a la conclusión que las seis ideas eran de alto impacto por la relevancia de la gravedad del problema, ya que como bien se sabe 7 de cada 10 peruanos es desatendido en salud mental según el Minsa (2021). Por ende, las acciones a realizar son de gran impacto; sin

embargo, tres de esas soluciones son costosas debido al uso de tecnología de información y sistemas.

Uno de los pasos relevantes fue el desarrollo del prototipo para describir la solución a las necesidades del usuario y para ello, se realizaron preguntas a los usuarios meta, las cuales se muestran en la Figura 5, de esa manera se obtuvo el prototipado final. Cabe señalar, que la metodología del *Design Thinking* permitió encontrar la solución más adecuada al usuario meta. En el proceso se iban adecuando las soluciones para mejorar con ideas nuevas e innovadoras como, por ejemplo, vincular dispositivos inteligentes a la *App* como los *smartwatches* y *dots*. Finalmente, después de haber concluido con el diseño del producto final se trasladaron las estrategias y actividades clave al *Business Model Canvas* para mostrar la propuesta de valor acorde al usuario meta, actividades y alianzas claves; además de los canales, recursos, costos e ingresos del negocio.

Con ayuda de esta herramienta se logró identificar todo el proceso con el lienzo *Blue Print* (ver Figura 14), el cual permitió plasmar el proceso del negocio, actividades internas y externas e inclusive identificar los posibles riesgos que afecten el flujo normal de los procesos. En conclusión, se confirmó que la metodología del *Design Thinking* ha sido de gran ayuda, esta permitió desarrollar el aplicativo con contenido personalizado según el objetivo de los usuarios, brindándoles guías de contenido de bienestar en salud mental a fin de prevenir futuras patologías psicológicas que hacen tanto daño a la persona y a su entorno familiar.

3.3.1 Prototipo de la Solución

A continuación, se detalla el resumen de las actividades del usuario y *staff* administrativo según el lienzo de *Blue Print* para la prestación del servicio (ver Tabla 7). Finalmente, se pudo desarrollar el *Customer Journey* del usuario al momento de utilizar el aplicativo y detectar los momentos de verdad para cumplir con la satisfacción completa del

usuario y nuevas oportunidades en cada etapa del proceso (ver Figura 28).

Tabla 7

Prototipo de la Solución

Actores	Actividades
Usuario	<p>Descarga la <i>App</i> y se suscribe: Descarga de la <i>App</i> Sanamente y elige el paquete mensual o anual para realizar el pago.</p> <p>Inscribe todos sus datos contestando el cuestionario de objetivos y cómo se enteró de la <i>App</i>. Adicionalmente, accede a brindar permisos de información para un mejor seguimiento.</p> <p>Uso de la <i>App</i>: Ejercicios de relajación, meditación, guías de movimiento, podcasts, sonidos de la naturaleza, etc.</p> <p>Registro de la <i>App</i>: Cómo se sintió al recibir las guías de contenido. Sugerencias o comentarios.</p>
Staff Administrativo	<p>Consolidación de nueva base de usuarios para la creación de cuentas.</p> <p>Modelamiento de datos de los usuarios según objetivos para asignar paquetes pre establecidos / estudiados en la base de información hacia la necesidad del usuario.</p> <p>Gestión de mantenimiento y capacitación al personal para brindar servicio de calidad en base al contenido de la <i>App</i>.</p> <p>Gestión de servicio de calidad y mejora continua en base a pedidos o sugerencias de los usuarios más asiduos para generar fidelización.</p>

Figura 28

Customer Journey Sanamente



3.4 Discusión sobre la Innovación Disruptiva en la Solución al Problema de Negocio

Las organizaciones atraviesan un entorno de continuos cambios donde la innovación es una condición esencial para seguir haciendo negocios y destacar entre la competencia, motivo por el cual la innovación termina siendo un elemento clave para la continuidad de las organizaciones. Una de las formas de obtener los resultados es por medio de la innovación disruptiva, que se define como un proceso de diferenciación que desafía y cambia el marco existente en las organizaciones. El resultado es un cambio drástico y/o mejora de un producto o servicio que el mercado no esperaba a través de una propuesta de valor diferente. Según Christense et al. (2015) a través de la disrupción, empresas pequeñas con menos recursos ingresan a sectores ignorados por empresas grandes. La oferta del producto o servicio que acceden a esos sectores ignorados poseen una mejor funcionalidad, con menores precios; de forma que consiguen arraigarse por medio de aplicaciones simples. Luego, las empresas pequeñas se desplazan hacia un mercado más grande, donde mantienen las ventajas de sus productos o servicios que previamente habían impulsado su éxito. Al momento que los principales demandantes aceptan el volumen de ofertas, se origina una disrupción. Asimismo, los autores también señalaron que las innovaciones disruptivas se inician en dos mercados: (a) puntos de apoyo de gama baja, en los que los operadores tradicionales solo se focalizan en clientes rentables y dejan de lado a clientes menos exigentes, estos últimos solo esperan una oferta que sea suficiente buena para aceptarla; y (b) puntos de apoyo del nuevo mercado, en los que se crean nuevas necesidades y aparecen nuevos demandantes del nuevo modelo de negocio.

En referencia al proyecto, Sanamente se estará enfocando en un mercado desatendido de la salud mental, debido a que en este no se cuenta con suficiente personal especializado que facilite soluciones para el bienestar emocional; implemente acciones de salud mental preventiva; y, no se cuente con suficiente disponibilidad de espacios para el

inicio de terapias, en aquellas personas que requieran atención. El panorama se agudiza más porque los centros especializados en salud mental se encuentran concentrados en pocas ciudades; por tanto, la necesidad insatisfecha dentro de un mercado desatendido genera condiciones potenciales para iniciar una disrupción relevante a través de la plataforma. A través de Sanamente se podrá monitorear el estado de bienestar emocional en las personas; este hecho es fundamental para la prevención de problemas de salud mental. El poder detectar cambios significativos y tempranos del bienestar emocional es de gran trascendencia para la identificación temprana de problemas en la salud mental, porque podrán desencadenarse acciones orientadas a la salud preventiva. Este es un aspecto disruptivo de la solución porque se orienta a la atención preventiva de la salud mental. Por medio de Sanamente se puede alcanzar el autocontrol personal como mecanismo de ayuda. Así, las personas pueden comprender el momento en el cual se empieza a padecer trastornos afectivos; ante lo cual, se necesita buscar ayuda profesional.

Con el aplicativo Sanamente se estará creando un nuevo mercado de recopilación y evaluación de datos, que juntamente con la atención tradicional de la salud mental proveerá de información detallada sobre el comportamiento y hábitos de las personas que usen el aplicativo. El hecho que el usuario registre información sobre su estado de ánimo en la plataforma permitirá a los especialistas evaluarlos en las circunstancias bajo las cuales se presentaron y reducirá el sesgo de los recuerdos pasados, cuando se asisten a las terapias. Aquí otro aspecto disruptivo de la solución; por un lado, se puede contar con factores que los especialistas en salud mental pueden aprovechar en futuras terapias. Por otro lado, las personas pueden tener menores gastos en sus terapias porque no sería necesario un incremento de las citas porque desde el inicio las personas asistirán con información relevante para iniciar sus terapias.

3.5 Discusión sobre la Exponencialidad en la Solución al Problema de Negocio

Las organizaciones exponenciales, conocidas bajo el acrónimo en inglés *ExO*, tienen como rasgos fundamentales la innovación y el uso escalable del desarrollo tecnológico y estos son aprovechados por las *ExO* para adaptarse a los cambios vertiginosos que ocurren en todo contexto donde se desenvuelve la organización. Según Ismail et al. (citado por Lima et al., 2019) la *ExO* se basa en la tecnología de la información, y no hace uso de grandes estructuras físicas o considerable número de empleados. Las *ExO* deben contar con un propósito de transformación masiva, conocida bajo el acrónimo en inglés de PTM; además para alcanzar el nivel de *ExO*, el PTM debe estar acompañado de otros 10 atributos que la organización debe aprovechar para conseguir un crecimiento exponencial. Los atributos son de naturaleza externa e internas, ya que, por un lado, las externas se encuentran agrupadas bajo el acrónimo en inglés de *SCALE* (Recursos a Demanda, Comunidad y Entorno, Algoritmos, Activos Apalancados y Compromiso). Por otro lado, las internas se encuentran agrupadas bajo el acrónimo en inglés de *IDEAS* (Interfaces, Cuadros de Mando, Experimentación, Autonomía y Tecnologías Sociales). Sin embargo, para que una organización pueda ser catalogada como *ExO* debe cumplir por lo menos con cuatro atributos. El proyecto Sanamente tiene como propósito atender el bienestar emocional de las personas, a través del desarrollo de un aplicativo con herramientas emocionales que afiancen un mejor conocimiento de quienes las usan; a continuación, se detallan los atributos de Sanamente:

- Personal bajo demanda (S): Especialistas de la salud mental serán contratados para el desarrollo de los contenidos dentro del aplicativo. Posteriormente, en función a la demanda y nuevos servicios se contratarán profesionales para el desarrollo de otros que complementen el aplicativo.

- Algoritmos (A): Estos permitirán focalizar los patrones emocionales de los usuarios.

Luego, se propone elaborar una lista de actividades y consejos. El objetivo es generar rutinas que ayuden a mejorar el bienestar emocional de los usuarios, desde la prevención. En los casos que exista alguna necesidad de terapia, el aplicativo sugerirá la intervención de un profesional de la salud mental.

- Activos Externos (L): Los elementos del aplicativo como servidor, plataforma digital e infraestructura serán alojados en la nube.
- Compromiso (E): El diseño del aplicativo estará enfocando en desarrollar una experiencia personalizada y de valor para el usuario en cuanto a mantener y desarrollar su bienestar emocional. Así, se almacenará una bitácora de rutinas, recomendaciones y recordatorios que experimenta el usuario durante el uso del aplicativo.
- Cuadro de Mando (D): El desempeño del modelo de negocio será medido a través de indicadores. Estos permitirán gestionar la adaptación de nuevas necesidades de acuerdo con los segmentos de los usuarios y optimizará la efectividad del aplicativo evidenciando que se está cumpliendo con proporcionar bienestar emocional a los usuarios.

3.6 Discusión sobre la Sostenibilidad en la Solución al Problema de Negocio

Hoy en día, las empresas se encuentran atravesando un proceso de transformación donde ya no basta con que los gerentes de una compañía unan esfuerzos en aumentar su valor económico. El mundo está cambiando, y con ello los actores económicos como son las grandes, medianas y pequeñas empresas que juegan un rol preponderante en la forma de hacer negocios, ahora deben considerar el impacto social y medioambiental que generan sus operaciones. Asimismo, la comunidad, los trabajadores y clientes demandan cada vez más que las empresas operen de manera responsable con todos sus *stakeholders*. En esa

misma línea, el proyecto contempla los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible según la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (2015) y los principales ODS impactados son:

- Salud y Bienestar (ODS 3): Este ODS será impactado directamente atrayendo a toda la demanda poblacional de los servicios de salud mental y bienestar emocional. El proyecto tiene como meta alcanzar un total de 3,374 personas para el primer año; y un total de 34,876 personas al finalizar el quinto año. De esta manera, se contribuye a aminorar la brecha del déficit de oferta en salud mental y bienestar emocional en el Perú.
- Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8): Este ODS será impactado con el éxito esperado de Sanamente, cuyo estudio económico refiere a la generación de un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 3'697,716.69 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 37.73%. El proyecto brindará trabajo decente al *staff* compuesto por 14 personas, cuyas remuneraciones han sido calculadas en base la normativa correspondiente y proyectados para los próximos cinco años de operación.
- Acción por el Clima (ODS 13): Este ODS será impactado fundamentalmente por la eliminación del uso de papel en las operaciones cotidianas. Asimismo, la nula emisión de gases de efecto invernadero debido al modelo de negocio que utiliza la tecnología para evitar los traslados de los usuarios en vehículos de combustión interna, evitando así la generación de emisiones de CO₂.
- Reducción de las Desigualdades (ODS 10): Este ODS también será impactado de manera intrínseca, dado que, Sanamente tiene como objetivo principal ofrecer un servicio de atención en salud mental y bienestar emocional a las personas. En ese sentido, el trato en igualdad de condiciones basado en los derechos

fundamentales del ser humano se encuentra estrechamente relacionado con los servicios ofrecidos. Cabe recalcar que la salud mental y bienestar emocional no hace distinción en cuestiones de etnia, género, edades, entre otros. Igualmente, los colaboradores gozarán de todos los beneficios sociales sin ninguna distinción.

- Producción y Consumo Responsable (ODS 12): Este ODS será impactado a través de la reducción del uso de materiales de oficina como el uso de papel, la reducción del uso de transporte y horas no productivas en el tráfico vehicular. El presente modelo de negocio digital permitirá la reducción y el consumo responsable de estos recursos.

Como indicó Brown (2017) se está ante un cambio de paradigma donde se va migrando a una eco economía en la cual las empresas se preocupan no solo por producir sino en el cómo y el efecto que esto genera. En estos últimos años, la sociedad en su conjunto ha buscado incentivar las buenas prácticas donde se hace distinción a las empresas socialmente responsables, buenos empleadores o las que están preocupadas por reducir la huella de carbono en sus empresas. En resumen, las empresas hoy en día buscan generar valor compartido, eficientizar sus procesos causando el menor perjuicio posible a la comunidad y medio ambiente. Para ellos, el uso de la tecnología como herramienta tiene una injerencia fundamental en potenciar éstas buenas prácticas de gestión para con todos sus *stakeholders*.

3.6.1 Sostenibilidad Financiera

En el marco de los ODS abordados para la parte de sostenibilidad financiera, el proyecto impacta directamente en el ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico, ya que genera nuevos puestos de trabajo, promueve el trabajo decente a través de servicios de protección social según las leyes vigentes nacionales y crea ambientes agradables para el desarrollo profesional y bienestar de sus colaboradores. De la misma manera, ofrece un

servicio bastante demandado en épocas de la Covid-19 donde los trastornos y/o enfermedades mentales se han acrecentado trayendo consigo pérdidas económicas por ausentismos y falta de productividad. Sanamente, a través de la generación de empleo y su giro de negocio en cuanto al bienestar mental, espera reducir los ausentismos por estos trastornos y mejorar la productividad laboral para una economía sana desde el punto de vista de la salud mental.

En la Tabla 8 se detallan los ODS de la Organización de las Naciones Unidas que forman parte del proyecto y las metas que se buscan cumplir según la Agenda 2030 de la ONU para el aspecto de sostenibilidad financiera. Para el análisis de viabilidad económica y financiero del proyecto se proyectaron los flujos anuales de ingresos y egresos para el proyecto Sanamente, obteniendo resultados positivos en los indicadores financieros, lo que permitió demostrar que el proyecto es financieramente sostenible. A continuación, se detalla la estimación de los cálculos respecto a la sostenibilidad del proyecto para los cinco años de análisis, el cual será abordado desde la inversión inicial, el cálculo de la demanda del público objetivo y el flujo de caja proyectado a través del cual se pudo evidenciar que los indicadores financieros del VAN y de la TIR son apropiados y atractivos para seguir desarrollando el proyecto.

Presupuesto de Inversión Inicial. En la Tabla 9 se presentan los gastos de inversión inicial y preoperativos necesarios para el funcionamiento del proyecto Sanamente, el mismo que es de naturaleza tecnológica. Las consideraciones para el cálculo del presupuesto son las siguientes:

- Para el cálculo de los gastos preoperativos se consideró un periodo de tres meses.
- La compra de activos fijos e intangibles se detallan en la Tabla J1.
- El detalle de los gastos de inversión inicial y preoperativos se encuentran en el Tabla J3 y el monto de inversión inicial es S/ 626,811.

Tabla 8*Los ODS y sus Metas que Involucra el Proyecto Sanamente*

Metas por cumplir	ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico
1	8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra
2	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros
3	8.4 Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados
4	8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor
5	8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios

Nota. Tomado de “Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos”, por Organización de las Naciones Unidas, 2020c. (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>)

Tabla 9*Gastos Preoperativos*

Concepto	Inversión (S/)
Activo fijo	204,246
Activo intangible	50,847
Personal	277,114
Administración	89,995
Constitución de la empresa	4,608
Total	626,811

Cálculo de la Demanda. El proyecto está dirigido a las personas que se encuentran comprendidas en un rango de edades de 18 a 55 años pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B del sector urbano y a nivel nacional. Para ello, el estudio se basó en el informe de la Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados (2020), el cual se calculó a partir de la Encuesta Nacional de ENAHO realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. En el cálculo de la demanda se considera cuatro variables importantes para determinar la segmentación del público objetivo:

- Para la primera variable se consideró el crecimiento poblacional del Perú Urbano (ver Tabla K1). Así, se considera que la población urbana es de 27'089,180 personas que se detalla en el informe de la Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados (2020) de los cuales el 1.9% pertenece al NSE A y el 14.2% al NSE B (ver Figura K2).
- Para la segunda variable se consideró el rango de edades del público objetivo, el cual comprende de 18 a 55 años de los NSE A y B obteniendo una población de 2'337,254 (ver Tabla K2).
- Para la tercera variable se consideró a las personas de los NSE A y B de las zonas urbanas que tenían entre 18 y 55 años y poseían un *Smartphone postpago*.

Para ello, según un estudio de Ipsos citado en Mendoza (2019) el 81% de la población urbana del NSE A cuenta con acceso a *smartphone* de servicio *postpago*, mientras que para el NSE B es del 67% (ver Tabla K3).

- Para la cuarta variable se consideró el plan de marketing, donde se obtuvo que el 0.2011% del total de la población de los NSE A y B de zonas urbanas que tengan entre 18 a 55 años harían uso del aplicativo. Además, se espera que el negocio alcance un 2% hasta el año 5 del público como consecuencia de un plan de marketing (ver Apéndice I).

En la Tabla 10 se muestra el detalle del cálculo de la demanda para el proyecto Sanamente.

Cálculo del Staff Profesional. En primer lugar, se establecieron las áreas funcionales del negocio, estas son las áreas de: Administración, Tecnología de la Información (IT), Marketing y Ventas y Desarrollo de Contenido. En base a ello, se estipularon los siguientes puestos cuyo diseño y organización se puede ver en la Figura 29: Gerente General, Supervisor, Asistente Administrativo, Coordinador de IT, Analista de IT, Supervisor Comercial y Marketing, Asistente de Atención al Cliente, *Community Manager*, Asistente Pedagógico y Psicólogos. Los cálculos de las remuneraciones fueron establecidos en base a sueldos del mercado y a la normativa correspondiente para el cálculo de los beneficios sociales para cada empleado y han sido proyectados para los siguientes cinco años.

Tabla 10*Determinación de Usuarios del Proyecto*

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Estimación del número de personas en el Perú Urbano	27'089,180	27'360,072	27'633,673	27,910,010	28'189,110	28'414,623
Estimación del número de personas NSE A entre 18 a 55 años	281,727	284,544	287,390	290,264	293,166	295,512
Estimación del número de personas NSE B entre 18 a 55 años	2'055,527	2'076,082	2'096,843	2,117,812	2'138,990	2'156,102
Estimación del porcentaje de personas con acceso a <i>smartphone</i> pospago NSE A	83%	83%	83%	83%	83%	83%
Estimación del número de personas con acceso a <i>smartphone</i> pospago NSE A	234,961	237,310	239,684	242,081	244,501	246,458
Estimación del porcentaje de personas con acceso a <i>smartphone</i> pospago NSE B	69%	69%	69%	69%	69%	69%
Estimación del número de personas con acceso a <i>smartphone</i> pospago NSE B	1'426,536	1'440,801	1'455,210	1'469,762	1'484,460	1'496,335
Estimación del número de personas con acceso a <i>smartphone</i> pospago NSE A y B	1'661,497	1'678,111	1'694,894	1'711,843	1'728,961	1'742,793
<hr/>						
Estimación de las personas usuarias de Sanamente conforme al Plan de Marketing		3,374				
Población año 2022 NSEA y B con acceso a <i>smartphone</i>		1'678,111				
Estimación del porcentaje de personas usuarias de Sanamente		0.2011%				
<hr/>						
Distribución de personas usuarias por servicios brindados en Sanamente		2022	2023	2024	2025	2026
Estimación del número de personas usuarias de Sanamente en programa <i>Premium</i> NSEA y B		3,374	11,036	18,850	26,818	34,876
Estimación del porcentaje de personas usuarias de Sanamente en el programa Base		85%	85%	85%	85%	85%
Estimación de porcentaje de personas usuarias de Sanamente en el programa Premium		15%	15%	15%	15%	15%
Estimación de número de personas usuarias de Sanamente en el programa Base		2,868	9,381	16,023	22,796	29,645
Estimación del número de personas usuarias de Sanamente en el programa Premium		506	1,655	2,827	4,022	5,231

Figura 29*Organigrama*

A continuación, se muestra en la Tabla 11 la remuneración bruta para todas las personas de la organización; además, en el proyecto se considera un aumento anual de 3% para cada remuneración, porcentaje relacionado a la inflación del país, y considerando ello se presenta en la Tabla 12 los gastos anuales de toda la planilla para los cinco años.

Tabla 11*Remuneración Anual de la Planilla*

Cargo	Área	Concepto	Cantidad de Personas	Sueldo Bruto Anual Unitario (S/)
Gerente General	Administración	Gastos administrativos	1	179,571
Supervisor de Administración y Finanzas	Administración	Gastos administrativos	1	126,196
Asistente Administrativo	Administración	Gastos administrativos	1	55,030
Coordinador de IT	Tecnología Información	Mano de obra indirecta	1	90,613
Analista IT	Tecnología Información	Mano de obra indirecta	2	63,925
Supervisor Comercial & Marketing	Ventas	Gastos en ventas	1	90,613
Asistente Atención al Cliente	Ventas	Gastos en ventas	2	46,134
<i>Community Manager</i>	Ventas	Gastos en ventas	1	72,821
Asistente Pedagógico	Operaciones	Mano de obra directa	2	55,030
Psicólogos	Operaciones	Mano de obra directa	2	81,717
Total			14	861,650

Tabla 12*Cálculo del Gasto de Planilla Proyectado*

Cargo	Área	Concepto	Cantidad de Personas	Sueldo Bruto Anual Unitario (S/)	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Gerente General	Administración	Gastos administrativos	1	179,571	179,571	184,958	190,507	196,222	202,109
Supervisor de Administración y Finanzas	Administración	Gastos administrativos	1	126,196	126,196	129,982	133,882	137,898	142,035
Asistente Administrativo	Administración	Gastos administrativos	1	55,030	55,030	56,681	58,381	60,132	61,936
Coordinador de IT	Tecnología Información	Mano de obra indirecta	1	90,613	90,613	93,331	96,131	99,015	101,986
Analista IT	Tecnología Información	Mano de obra indirecta	2	63,925	127,851	131,686	135,637	139,706	143,897
Supervisor Comercial & Marketing	Ventas	Gastos en ventas	1	90,613	90,613	93,331	96,131	99,015	101,986
Asistente Atención al Cliente	Ventas	Gastos en ventas	2	46,134	92,268	95,036	97,887	100,823	103,848
<i>Community Manager</i>	Ventas	Gastos en ventas	1	72,821	72,821	75,006	77,256	79,574	81,961
Asistente Pedagógico	Operaciones	Mano de obra directa	2	55,030	110,059	113,361	116,762	120,265	123,873
Psicólogos	Operaciones	Mano de obra directa	2	81,717	163,434	168,337	173,387	178,589	183,947
Total			14	861,650	1'108,456	1'141,710	1'175,961	1'211,240	1'247,577

Cálculo de la Proyección de Ventas. Para hallar los ingresos por ventas, primero se fijó el precio de venta del servicio en base a un estudio sobre las necesidades, gustos y preferencias del público objetivo. Asimismo, se realizó un *benchmark* respecto a otras aplicaciones similares que ya están consolidadas en el mercado internacional. Conjugando ambos parámetros se concluyó que el precio de introducción aceptado por los usuarios potenciales sería de S/ 20 mensuales para obtener la membresía Base y de S/ 200 soles anuales para la membresía *Premium*. En ese sentido, teniendo el precio y la demanda, se obtuvo el ingreso en ventas proyectado para los siguientes cinco años (ver Apéndice L) y en la Tabla 13 se muestra el cálculo.

Tabla 13

Determinación del Volumen de Ventas

	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Programa Base	57,360	187,620	320,460	455,920	592,900
Programa <i>Premium</i>	101,200	331,000	565,400	804,400	1,046,200
Total de Ventas	158,560	518,620	885,860	1,260,320	1,639,100

Cálculo del Costo Variable. Para hallar el costo variable del servicio, primero se definieron los requerimientos básicos para la membresía Base y *Premium*; estos paquetes consideran costos de licencia de música para los videos, la creación de una agenda de contenidos y horas de edición de videos (ver Apéndice M). La diferencia entre ambas propuestas radica en la cantidad y variedad del contenido; a continuación, se muestra la Tabla 14 con el resumen para los cinco años del proyecto.

Tabla 14

Determinación del Costo Variable de los Servicios

	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Elaboración de los Programas	81,405	83,847	86,363	88,953	91,622
Materiales de los Programas	315	325	334	344	355
Total del Costo Variable	81,720	84,172	86,697	89,298	91,977

Cálculo del Gasto de Ventas y Gastos Administrativos. Para el cálculo de los gastos en ventas se consideraron tres conceptos en los cuales el proyecto se apalancará para sostener la demanda: (a) investigación de mercado, (b) publicidad a través de *influencers* y (c) los gastos en transporte y alimentación. Así, Sanamente ha considerado realizar a través de un tercero dos investigaciones de mercado al año, uno al principio del año y otro a mediados. De igual manera, se consideró la publicidad de *influencers* relacionados a la salud y bienestar emocional, este tipo de publicidad representa una fuerza de ventas importante, ya que muchos de ellos cuentan con miles hasta millones de seguidores a través de sus redes sociales. Finalmente, se consideró el gasto por el concepto de transporte y alimentación para el equipo de trabajo; a continuación, se muestra en la Tabla 15 un resumen para los cinco años del proyecto.

Tabla 15

Cálculo de los Gastos de Ventas

Concepto	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Investigación de mercados	30,800	31,724	32,676	33,656	34,666
Publicidad <i>Influencers</i>	69,300	71,379	73,520	75,726	77,998
Gastos de transporte y alimentación	3,080	3,172	3,268	3,366	3,467
Total	103,180	106,275	109,464	112,748	116,130

Los gastos administrativos considerados han sido calculados en base a los recursos necesarios para la operación y estos consideran: gastos en personal administrativo, útiles de oficina, insumos de aseo y limpieza, alquiler de oficina administrativa, servicio de internet, servicio de telefonía más teléfono corporativo y otros gastos administrativos (ver Tabla 16). Asimismo, en el Apéndice N se encuentra el detalle de los gastos de ventas y administrativos.

Tabla 16*Cálculo de los Gastos Administrativos*

Gasto Total	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Gastos en personal administrativo	360,797	371,621	382,770	394,253	406,080
Útiles de oficina	2,772	2,855	2,941	3,029	3,120
Insumos de aseo y limpieza	1,386	1,428	1,470	1,515	1,560
Alquiler de oficina administrativa	23,100	23,793	24,507	25,242	25,999
Servicio de internet	8,316	8,565	8,822	9,087	9,360
Servicio de telefonía + teléfono corporativo	9,702	9,993	10,293	10,602	10,920
Otros gastos administrativos	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Total	407,273	419,491	432,076	445,038	458,390

Financiamiento del Proyecto. La inversión del proyecto Sanamente asciende a S/ 626,811 y para la estructura de financiamiento se consideró contar con aportes de los accionistas por 85% y un 15% con financiamiento bancario a una tasa del 17.69% de acuerdo con la SBS. Asimismo, para el préstamo bancario se colocarán los activos fijos en garantía, los mismos que alcanzan el 271% del total del préstamo; en la Tabla 17 se encuentra la estructura de la deuda.

Tabla 17*Estructura del Financiamiento*

Concepto	Inversión (S/)	Inversión
Financiamiento bancario	94,022	15%
Aporte de accionistas	532,789	85%
Inversión total	626,811	

Cálculo del Estado de Resultados. Para el proyecto Sanamente se requiere una alta inversión en la compra y desarrollo del proyecto tecnológico, como tal, en los tres primeros años existen resultados negativos que se recuperan a partir del año 4 como consecuencia del plan de marketing y las consecuencias de afectación emocional que está dejando la pandemia de la Covid-19. En la Tabla 18 se muestra el desempeño del modelo de negocio para los cinco años del horizonte planeado y en la Tabla 19 se encuentra el cálculo del Flujo de Caja Libre.

Tabla 18*Cálculo del Estado de Resultados*

Concepto	Año 0 (S/)	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
Ventas netas		158,560	518,620	885,860	1'260,320	1'639,100
Costo de ventas		-81,720	-84,172	-86,697	-89,298	-91,977
Utilidad bruta		76,840	434,448	799,163	1'171,022	1'547,123
Gastos de operación		-273,494	-281,698	-290,149	-298,854	-307,819
Gastos de administración		-407,273	-419,491	-432,076	-445,038	-458,390
Gasto de ventas		-103,180	-106,275	-109,464	-112,748	-116,130
EBITDA		-707,107	-373,017	-32,526	314,382	664,784
Depreciación		-50,013	-50,013	-50,013	-50,013	-699
Amortización		-5,085	-5,085	-5,085	-5,085	-5,085
Utilidad operativa (EBIT)		-762,204	-428,114	-87,624	259,285	659,000
Otros ingresos (egresos)						
Gastos financieros		32,810	29,726	26,642	23,559	20,475
Utilidad antes participaciones e impuesto renta		-729,395	-398,388	-60,981	282,843	679,475
Participación de los trabajadores		0	0	0	-7,071	-16,987
Utilidad antes impuesto renta		-729,395	-398,388	-60,981	275,772	662,488
Inversión inicial	626,811					
Utilidad neta	626,811	-729,395	-398,388	-60,981	193,041	463,742

Tabla 19*Cálculo del Flujo de Caja Libre*

Concepto	Año 0 (S/)	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)	V Terminal (S/)
EBIT(1-i)	0	-537,354	-301,821	-61,775	182,796	464,595	
(+) D&A	0	55,097	55,097	55,097	55,097	5,784	
(-) NOWC						0	
(-) CAPEX	-255,093	0	0	0	0	24,058	
Flujo de Caja Libre	-255,093	-482,257	-246,723	-6,677	237,893	494,437	3,905,236

Por medio de los indicadores financieros calculados se demostró que Sanamente es un proyecto viable (ver Tabla 20) porque se consiguió un VAN de S/3'697,716.69 y se obtuvo una TIR de 37.73% que garantiza la rentabilidad del negocio. El costo del capital usado es de 12.71%, en el cual se consideró el costo promedio ponderado del capital o WACC (siglas en inglés) cuyo cálculo se encuentra en detalle en el Apéndice O.

Tabla 20

Indicadores Financieros

WACC - Tasa de descuento	12.71%
Tasa crecimiento a perpetuidad	0.05%
VAN Soles	S/ 3'697,716.69
VAN USD	\$ 960,445.89
TIR	37.73%

Por otro lado, a través del método de Montecarlo se realizó la evaluación de la viabilidad del proyecto Sanamente haciendo uso de 1,000 interacciones y con base a los resultados estadísticos (ver Apéndice P) se pudo evidenciar el modelo de negocio es viable. A un nivel de confianza del 95% se obtuvo un VAN de S/ 5'268,157, y en el plazo de cinco años el VAN es inferior a S/ 1'320,00 en un 3.10% de veces (ver Tabla 21).

Tabla 21

Resultado de Indicadores Financieros Simulados

Información del VAN simulado		
Media	S/	3'853,019
Desviación estándar	S/	1'489,617
Mínimo	-S/	19,469
Máximo	S/	7'713,952
Interacciones		1,000
Riesgo definido como rechazo de inversión para un VAN menor a S/ 1'320,000		3.10%

3.6.2 Sostenibilidad Social y Ambiental

El proyecto Sanamente está enfocado en la prevención de enfermedades de salud mental como son la ansiedad y la depresión; y en la sensibilización de la población para que pueda orientar la calidad de vida no solamente a un aspecto físico sino también mental. Con ello, se centró en alcanzar uno de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para la Organización de las Naciones Unidas como es la ODS 3: Salud y Bienestar. Con el desarrollo de la tecnología, el alcance del internet y la fácil interacción con la *App* de servicios permitirá que el proyecto llegue de manera práctica, de fácil uso y de manera ágil a más usuarios como una alternativa y una propuesta de valor distinta, mejorando el nivel de la calidad de vida de los usuarios debido al ahorro de tiempo de traslado a una clínica o consultorio que usualmente invierten los usuarios al optar por un servicio tradicional.

El aplicativo permitirá conectar a los usuarios de todo el Perú a los paquetes preventivos que están orientados a brindar calidad de vida a través del *coaching* mental, terapias de relajación, calidad del sueño entre otros servicios que se brindaran para satisfacer las distintas necesidades relacionado a la prevención de las enfermedades mentales. Por añadidura, Sanamente de manera indirecta contempla como Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) para la Organización de las Naciones Unidas, el ODS 10: Reducir las Desigualdades, el cual busca llegar a todos los ciudadanos sin diferenciar el sexo, creencias, etnia, rompiendo así paradigmas, no solamente referidos al usuario final sino también abarca a los profesionales que brindarán las soluciones a los problemas de los usuarios. También, el ODS 12: Consumo Responsable, es abarcado desde el punto de vista de la reducción de materiales en la operación, como el uso de papel y la reducción del transporte, por ende, reducción del uso de energías no renovables como los combustibles fósiles: combustible, para los vehículos usados en el transporte público y particular; de forma que la tecnología

utilizada permitirá reducir y consumir responsablemente estos recursos.

En la Tabla 22 se detallan los ODS de la Organización de las Naciones Unidas que forman parte del proyecto y las metas que se buscan cumplir según la Agenda 2030 de la ONU para el aspecto de sostenibilidad social. Asimismo, Sanamente está orientada a colaborar con el ODS 13: Acción por el Clima y en la Tabla 23 se detallan los ODS que forman parte del proyecto y las metas que se buscan cumplir según la Agenda 2030 de la ONU para el aspecto de sostenibilidad ambiental.

Tabla 22

Los ODS y sus Metas Involucradas en el Proyecto Sanamente (ODS 3, 10 y 12)

Metas a cumplir	ODS 3: Salud y bienestar	ODS 10: Reducción de las desigualdades	ODS 12: Producción y consumo responsables
1	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.	10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición	12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales
2	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	10.4 Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad	12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización
3	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		12.8 De aquí a 2030, asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza 12.a Ayudar a los países en desarrollo a fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles

Nota: Tomado de “Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”, por Organización de las Naciones Unidas, 2020b, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>; de “Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países”, por Organización de las Naciones Unidas, 2020d, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>; y de “Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”, por Organización de las Naciones Unidas, 2020e, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Tabla 23

Los ODS y sus Metas que Involucra el Proyecto Sanamente (ODS 13)

Metas a cumplir	ODS 13: Acción por el clima
1	13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana
2	Transición verde: las inversiones deben acelerar la descarbonización de todos los aspectos de nuestra economía. (Medida propuesta según el Secretario General de las Naciones Unidas).
3	Empleos verdes y crecimiento sostenible e inclusivo. (Medida propuesta según el Secretario General de las Naciones Unidas).
4	Invertir en soluciones sostenibles: los subsidios a los combustibles fósiles deben desaparecer y los contaminadores deben pagar por su contaminación. (Medida propuesta según el Secretario General de las Naciones Unidas).

Nota: Tomado de “Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos”, por Organización de las Naciones Unidas, 2020f, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

Se han evaluado los beneficios que se obtendrán al no utilizar papel en las operaciones, ya que la interacción será digital entre los usuarios, utilizando su equipo móvil para acceder a los servicios que ofrece el aplicativo. Otro de los beneficios ambientales es la no emisión de gases de efecto invernadero, ya que los usuarios no tendrán que trasladarse hacia los consultorios, evitando el uso de vehículos de combustión interna y la generación de emisiones de CO₂, generando un impacto positivo en la reducción de la huella de carbono. El VAN Social del proyecto Sanamente es de S/ 1'702,191.69 a una tasa de descuento social del 8% que es el costo de oportunidad y el VAN Social es el 46% del VAN Económico (ver Tabla 24).

Tabla 24*VAN Social*

VAN Social	S/ 1'702,191.69
VAN Social	\$ 436,459.41
VAN Económico	S/ 3'680,423.54
VAN Social / VAN Económico	46%
Tasa de Descuento Social	8%

En la Tabla 25 se muestran los beneficios sociales del proyecto que están relacionados con el: (a) ahorro del tiempo por el tránsito de las personas hacia los centros de ayuda de profesionales por uso de transporte público o privado es de S/ 7.59, según información promedio de cinco años del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020); (b) ahorro por el combustible dejado de usar por movilización de las personas hacia los centros de ayuda de profesionales; y, (c) ahorro por consultas a especialistas en salud emocional, dado que el 54.6% personas reportó problemas para conciliar sueño como consecuencia de la pandemia de la Covid-19 (“Minsa alerta”; 2021). Caber resaltar que los beneficios sociales apuntan directamente al público objetivo del servicio Premium porque este se considera de uso Base y frecuente para el proyecto. Por otro lado, en la Tabla 26 se desarrollan los costos sociales del proyecto que están relacionados con la emisión de CO₂ por parte de: (a) las laptops; (b) computadoras de escritorio u oficina; (c) teléfonos móviles o *smartphones*; y (d) servidor de data. Para ello, se usaron las características de los equipos como el consumo energético diario, el factor de emisión y costo de emisión de CO₂; finalmente, en la Tabla 27 se encuentra el Flujo Social Neto del Proyecto Sanamente.

Tabla 25*Beneficios Sociales*

Proyección del flujo de los beneficios sociales	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
Cantidad de personas en los Programas Base y <i>Premium</i>	3,374	11,036	18,850	26,818	34,876
Valor de tiempo ahorrado en viaje de ida y retorno al/del centro de relajación	18,919.29	61,743.82	105,456.25	150,056.60	195,135.05
Valor de combustible ahorrado en transporte	3,047.00	9,944.00	16,984.00	24,167.00	31,427.00
Valor total de las consultas ahorradas por estrés	99,720.00	325,440.00	555,840.00	790,920.00	1'028,520.00
Valor total de los beneficios sociales	121,686.29	397,127.82	678,280.25	965,143.60	1'255,082.05

Tabla 26*Costos Sociales*

Proyección del flujo de los costos sociales	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
Cantidad de sesiones de los Programas (1 sesión / programa)	3,374	11,036	18,850	26,818	34,876
Costo de la emisión de CO2 - <i>laptops</i>	3.09	3.09	3.09	3.09	3.09
Costo de la emisión de CO2 - computadoras de oficina	132.49	132.49	132.49	132.49	132.49
Costo de la emisión de CO2 - <i>smartphones</i> usuarios	3,776.79	12,353.50	21,100.35	30,019.59	39,039.57
Costo de la emisión de CO2 - servidor de data	193,597.12	193,597.12	193,597.12	193,597.12	193,597.12
Valor total de los costos sociales	197,509.49	206,086.19	214,833.04	223,752.28	232,772.26

Tabla 27*Cálculo del Flujo Social Neto*

Concepto	Año 1 (S/)	Año 2 (S/)	Año 3 (S/)	Año 4 (S/)	Año 5 (S/)
Flujo Social Neto	- 75,823.20	191,041.62	463,447.21	741,391.32	1'022,309.79

3.7 Implementación de la Solución al Problema de Negocio

El proyecto se ha estructurado utilizando la metodología basada en la guía del PMBOK del *Project Management Institute* (PMI) para la Gestión de Proyectos y para el presente proyecto, la implementación de la solución al problema de negocio se compone de una serie de entregables o paquetes de trabajo que a su vez consideran un listado de actividades a desarrollar para que cada entregable se complete en los plazos establecidos. Para la planificación, gestión de los costos y de los recursos se utilizará el *software* Ms Project Professional 2019 a fin de establecer los entregables e hitos claves para la puesta en marcha del proyecto Sanamente.

3.7.1 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) del Proyecto

El proyecto consta de una serie de entregables que se ejecutarán de forma secuencial o en paralelo, cada uno de ellos comprende una lista de actividades a realizar que a su vez involucran la asignación de recursos como mano de obra, equipos, herramientas y materiales. Estos recursos están incluidos en el presupuesto (Gestión del Costo) y con plazos establecidos para ponerlos en marcha (Cronograma). En la parte inicial del proyecto, se definirán los paquetes de trabajo requeridos para la implementación, estos se detallan a continuación:

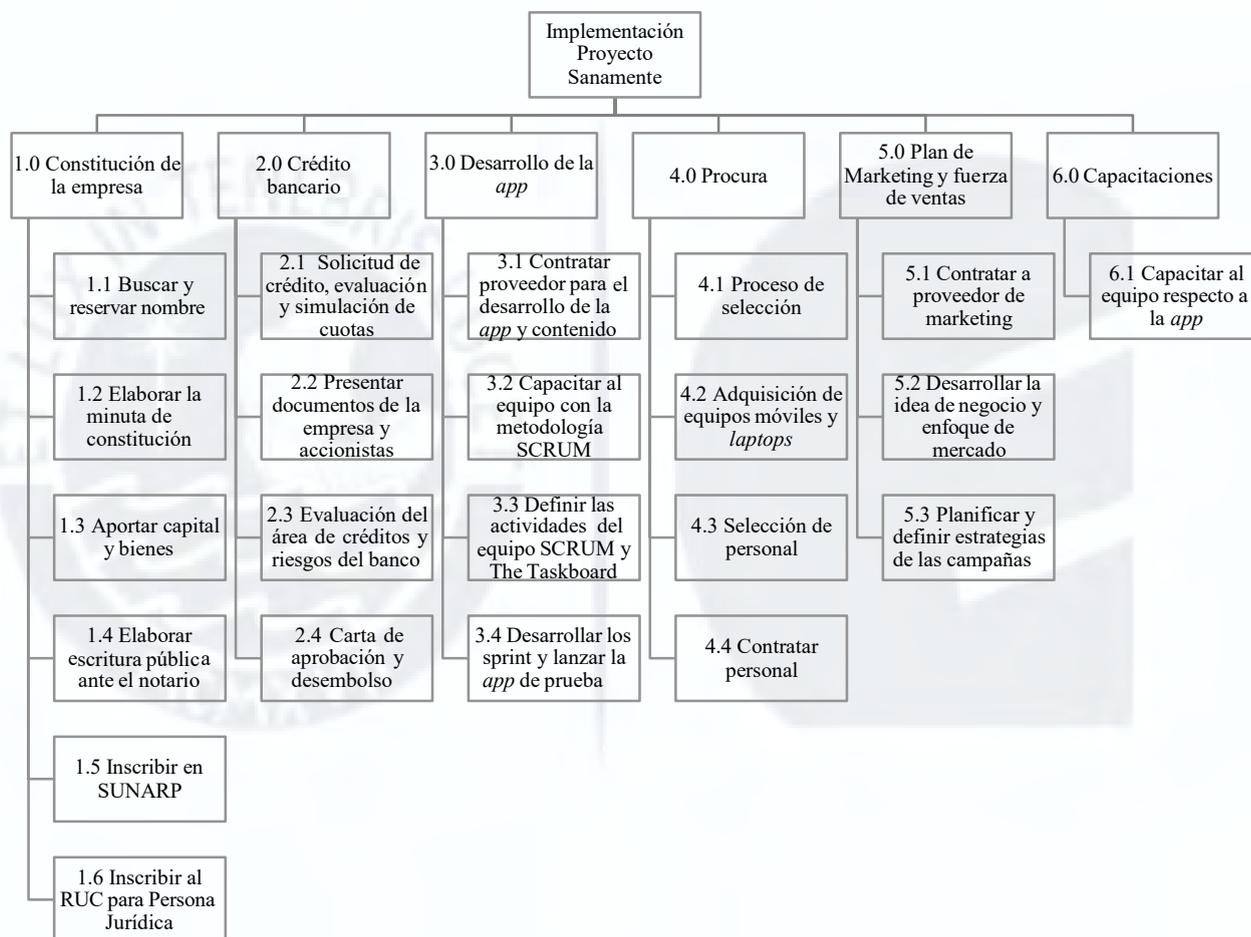
Implementación del Proyecto Sanamente

- 1.0 Constitución de la empresa
- 2.0 Crédito bancario
- 3.0 Desarrollo de la *App*
- 4.0 Compra de equipos y selección del personal
- 5.0 Plan de marketing y fuerza de ventas
- 6.0 Capacitaciones

Cada uno de estos seis paquetes de trabajo comprende un listado de actividades, los cuales tienen una duración estimada para su culminación y en la Figura 30 se muestra la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) para el proyecto.

Figura 30

Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)



3.7.2 *Gestión del Cronograma del Proyecto*

Para la elaboración del cronograma del proyecto se ha utilizado el software MS Project Professional 2019, en la cual se listaron todas las actividades necesarias conjuntamente con las duraciones para poder estimar la duración total de la implementación del proyecto. La implementación del proyecto tiene una duración de 133 días hábiles previo al lanzamiento oficial del producto al mercado y la secuencia de cada actividad que corresponde a cada paquete de trabajo puede desarrollarse en serie o en paralelo, en ese sentido, la duración estimada es de 133 días útiles y estos se aprecian en el Diagrama de Gantt (ver Figura 31).

3.8 Métricas que Definen el Éxito de la Solución al Problema de Negocio

Es importante definir las métricas o indicadores que formarán parte del *Dashboard* a fin de interpretar los datos obtenidos, es decir, las métricas adoptadas pertenecen al entorno digital, dado que el modelo de negocio utiliza la tecnología digital para ofrecer la propuesta de valor de Sanamente a los usuarios. En ese sentido, se han considerado métricas en base al *funnel* o embudo de conversión del *Growth Hacking* que clasifica la conducta de los usuarios en todo el proceso: adquisición, activación, retención, ingresos y recomendaciones (ver Figura 33). Para cada fase, ha de considerarse un principal objetivo representado por una métrica principal con el propósito de medir, interpretar y tomar mejores decisiones que contribuyan al éxito de Sanamente.

Figura 32

Línea de Tiempo - Implementación del Proyecto

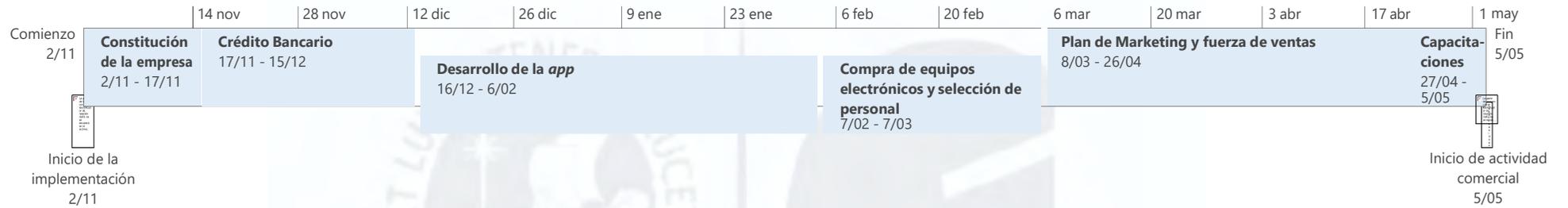


Figura 33

Funnel del Growth Hacking



3.8.1 Fase de Adquisición

El objetivo principal en la fase de adquisición es la generación del *branding* de Sanamente, es decir, la captación de usuarios al producto; por lo que el propósito no solo es colocar la marca en la mente de los consumidores sino también crear el interés hacia la propuesta de valor a fin de generar lo que el *marketing inbound* propone que es atraer a los clientes hacia el negocio y para ello, se consideró la siguiente métrica:

- Visitas por fuentes de tráfico: A través de herramientas de la analítica de datos como *Google Analytics*, se puede obtener el número de interacciones de los potenciales usuarios según el canal digital donde hayan visto la publicidad. Esto permite replantear las estrategias a fin de optimizar los recursos y redirigir los esfuerzos según el canal digital apropiado como pueden ser: *Instagram, Facebook*, entre otras redes sociales. Esto permitirá mejorar el posicionamiento de Sanamente. Por ejemplo: Se considerará establecer SEO *Onpage* y *Offpage*, estrategias de viralización de contenidos a través de redes sociales y campañas sociales en plataformas como *Instagram, Twitter, Facebook Ads* y su herramienta *Meta Business Analytics* para impulsar la difusión de publicidad.

3.8.2 Fase de Activación (Leads)

El principal objetivo en esta fase del *funnel* es lograr que los usuarios captados en la fase anterior se conviertan en clientes potenciales; por lo que, de lograr una conexión con ellos, es decir, que logren sentirse identificados con la propuesta de valor de Sanamente, contarán con mayor disposición a completar una suscripción en el servicio. En este punto se han considerado los siguientes indicadores:

- El porcentaje de activación: También conocido como micro-conversiones entre usuarios adquiridos y activados; este indicador mide a través de un porcentaje la conversión de usuarios en base a la cantidad de *clicks* en los

anuncios y palabras claves; se halla de la siguiente manera:

$$CVR = \text{Nro de registros} / \text{Nro de clics} \times 100$$

- Coste de adquisición por *lead* y fuente: Es importante controlar el costo que se paga por conseguir el *lead* de un potencial cliente y este *lead* viene a ser el registro como una cuenta de usuario en el aplicativo; por lo que se halla de la siguiente forma:

$$CPL = \text{Costo para generar leads} / \text{Total de leads adquiridos}$$

Por ejemplo: Si se gastan S/ 68,400 en publicidad el primer año, y se espera obtener 3,374 usuarios registrados ese mismo año; el costo por adquisición de lead (registro) sería de S/20.30; es decir que costaría S/20.30 el registro de un usuario. Se tiene proyectado disminuir ese valor cada año; proyectando un CPL de S/ 2.20 para el quinto año.

3.8.3 Fase de Retención

El principal objetivo de esta fase es mantener la relación con el cliente logrado en las fases previas, es decir, que los usuarios y clientes compren nuevamente el servicio (micro- conversión), conocido también como *engagement* y para esta fase se utilizarán tres importantes métricas:

- *Returning users*: Este indicador representa el número de usuarios que vuelven a ingresar al aplicativo materializándolo mediante el ingreso en su cuenta de usuario y este indicador se halla de la siguiente manera:

$$\text{Returning Users} = \text{Nro de usuarios identificados en un periodo determinado}$$

- *Monthly Active Users (MAU)* y *Daily Active Users (DAU)*: Se considera al MAU como el número de usuarios activos mensuales, estos son los usuarios activos que cuentan con un registro de cuenta de miembro en el aplicativo. Por otro lado, el DAU es el número de usuarios activos que ingresan diariamente y el grado de

engagement para esta fase se mide como DAU/MAU para obtener qué cantidad de ellos ingresan diariamente.

- *Churn Rate*: Este indicador mide lo opuesto a la métrica anterior, dado que mide la tasa de abandono, es decir, representa a los usuarios que no se han podido retener, por lo que se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Churn Rate} = (\text{Nro de cancelaciones de suscripciones} / \text{total de suscripciones}) \times 100$$

3.8.4 Ingresos

Para esta fase del *funnel* de conversión, el objetivo principal es medir que todo el esfuerzo estratégico garantice la viabilidad económica del proyecto; por ello las métricas que se consideraron para la supervisión y control del proyecto Sanamente son:

- Costo de Adquisición Cliente (CAC): Este indicador permite evaluar cuánto ha costado realizar la conversión de nuevos clientes asociados al gasto en marketing y publicidad según las estrategias; esta métrica se calcula de la siguiente manera:

$$\text{CAC} = \frac{\text{Gastos totales en acciones de Marketing y Publicidad}}{\text{Nuevos clientes asociados a esos gastos totales}}$$

- *Payment Conversion Rate*: El *Payment Conversion Rate* permitirá saber de la cantidad de usuarios activos que tiene Sanamente, cuántos de ellos generan ingresos, es decir, monetizan. Este indicador mide el porcentaje de usuarios que compran el servicio en relación a los usuarios activos y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Payment Conversion Rate} = \frac{\text{Nro de usuarios que han monetizado}}{\text{Nro de usuarios activos}}$$

- *Average Revenue per Paying User* (ARPPU): Este indicador mide los ingresos promedios por cada usuario en un tiempo determinado, por lo tanto, mide la capacidad de monetización del proyecto. De manera que cuantifica la cantidad monetaria que Sanamente espera generar de sus clientes que han pagado por el servicio en un periodo de tiempo determinado; este indicador se calcula de la siguiente manera:

$$ARPPU = \frac{\text{Ingresos totales}}{\text{Nro de usuarios que han realizado el pago}}$$

- *User Lifetime*: El *User Lifetime* mide la recurrencia de compra por parte de los usuarios, por lo que permitirá hallar posteriormente la rentabilidad de Sanamente y la forma aproximada de cálculo es de la siguiente manera:

$$\text{User Lifetime} = 1/\text{Churn Rate}$$

- *Lifetime Value (LTV)*: El *Lifetime Value* es un indicador que permitirá saber los beneficios monetarios que genera un cliente mientras mantiene una relación sostenida en el tiempo con Sanamente y se calcula de la siguiente manera:

$$LTV = ARPU \times \text{User Lifetime}$$

Por ejemplo, en Sanamente se ofrecerá el servicio base cuyo precio de suscripción es de S/20 mensuales y si los clientes contratan este servicio por ocho meses en promedio; y, además, realizan 10 transacciones en ese periodo, se deben considerar los siguientes aspectos y este valor hallado representa cuánto han gastado los clientes adquiriendo el servicio:

- Ticket promedio: S/20
- Transacciones promedio realizadas en 8 meses: 10
- Tiempo de retención: 8

$$LTV = (20 \times 10) \times 8 = S/1,600$$

- *Return of Investment (ROI)*: El ROI mide el retorno de la inversión por cada usuario y esta métrica se halla una vez que se cuente con los ingresos que los usuarios generan y el costo incurrido para lograr su conversión; y este valor se halla de la siguiente manera:

$$ROI = LTV - eCPA$$

Donde: $eCPA$, es el costo efectivo de adquisición de usuario

Por otro lado, si $LTV > eCPA$, esto significa que se puede destinar parte del *Capex* al *funnel* del *Growth Hacking* adquiriendo nuevos clientes para Sanamente a través de publicidad, además de la fidelización de los ya existentes.

3.8.5 Referencia

El objetivo principal para la última fase del *funnel* consiste en que los clientes que se hayan podido retener en las fases previas, se puedan conseguir nuevos clientes y se suscriban al servicio a través del aplicativo Sanamente; para ello, se requiere hacer un análisis del siguiente indicador:

- Coeficiente Viral o Factor K: Este mide el número medio de usuarios nuevos producto de la acción de uno de los clientes; por ejemplo, mediante una recomendación en redes sociales y se halla de la siguiente forma:

$$\text{Factor } K = (\text{Ratio de infección}) \times (\text{Ratio de conversión})$$

Donde:

$$\text{Ratio de infección} = \frac{(\text{Publicaciones} + \text{invitaciones} + \text{emails})}{\text{Usuarios Activos}}$$

$$\text{Ratio de conversión} = \frac{\text{Registros virales}}{(\text{Publicaciones} + \text{invitaciones} + \text{emails})}$$

Para poder hallar este coeficiente es indispensable identificar al cliente catalizador, para ello se debe *trackear* las URLs de las acciones del cliente que llevaron a que un nuevo usuario se registre. Si el coeficiente es > 1 , el negocio crece exponencialmente, es decir, cada cliente consigue un nuevo cliente; por el contrario, si es < 1 , el negocio crecería en forma lineal.

3.9 Resumen del Capítulo

La presente investigación se clasifica como un estudio descriptivo y explicativo. Considerando el pensamiento abductivo como base junto a las metodologías ágiles. Esto nos permitió estructurar el proyecto como una herramienta tecnológica de fácil uso y acceso, con un rango de alcance mayor, enfocado en la prevención de la salud mental.

Para identificar los patrones del usuario meta, se desarrollaron varias rondas de entrevistas. Para ello, se generó una lista de preguntas, con el objetivo de conocer los efectos que el Covid-19 generó en sus emociones; obteniendo así, patrones en sus respuestas. Ello nos permitió desarrollar un contenido personalizado y enfocado en el manejo de sus emociones diarias ante situaciones de estrés y ansiedad. De esa manera, se fundamenta la propuesta de valor personalizada, la cual se encontrará disponible 24x7 a través del uso de la *App*.

Según el Minsa (2021), 7 de cada 10 peruanos no cuentan con una adecuada atención en la salud mental. Para desarrollar una solución al problema, se tuvo como punto de partida los resultados de las entrevistas realizadas; y el uso de la metodología del *Design Thinking* permitió generar un prototipo de las necesidades del usuario meta. Asimismo, con el lienzo *Blue Print* se desarrolló el *Customer Journey* del usuario. Esto permitió identificar los momentos de interacción del usuario con el aplicativo móvil. De esta manera, nos permite monitorear si se cumple con la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

El desarrollo de la *App* nace como una propuesta tecnológica de solución enfocada en la prevención de las patologías de la salud mental. Considerando el impacto social y ambiental positivo que genera, basándonos principalmente en los ODS de Salud y Bienestar (ODS 3), Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), Acción por el Clima (ODS 13), Reducción de Desigualdades (ODS 10) y Producción y Consumo Responsable (ODS 12).

Sanamente es una propuesta tecnológica, cuyo efecto económico, social y ambiental, generará un impacto positivo en los primeros cinco años; en relación al beneficio económico se obtuvo un VAN de S/ 3'697,716.19; demostrando que Sanamente es un proyecto económicamente viable. Asimismo, el VAN Social generado por la reducción de las emisiones de CO2 es de S/ 1'702,191.69. También, generará un impacto positivo en la calidad de vida de los usuarios reduciendo el tiempo de sus traslados a las clínicas o centros de atención. La valorización de una hora promedio invertida en el traslado en transporte público o privado es de S/ 7.59, el beneficio económico proyectado para los primeros cinco años es de S/ 531,311.01. Sanamente cuenta con métricas específicas según el *funnel* o embudo de conversión del modelo *Growth Hacking*: adquisición, activación, retención, ingresos y recomendaciones. Los cuales permitirán medir el éxito de la implementación del proyecto.

Capítulo IV: Conclusiones

El bienestar emocional se ha visto afectado por la crisis sanitaria por la que se está atravesando como consecuencia de la Covid-19; sin embargo, existen otros factores como el distanciamiento social que provocaron nuevas formas de relaciones personales y laborales. En este contexto, monitorear el estado emocional de las personas será altamente beneficioso para la prevención de afecciones en la salud mental. Por consiguiente, desde un enfoque de salud preventiva, Sanamente será una propuesta tecnológica de solución que desarrollará autoconciencia emocional con el seguimiento del estado de bienestar emocional donde se pueden identificar cambios en los estados emocionales de interés para su corrección temprana. La atención preventiva de la salud emocional con el uso de herramientas digitales es una alternativa flexible y viable, ante la estigmatización social y cultural de aquellos que la padecen.

4.1 Conclusiones

De acuerdo con la información revisada, se evidenció que el disfrutar de un buen estado de ánimo incide en el bienestar personal; como tal, conlleva a mejorar las relaciones sociales, familiares y de conducta de las personas. Por consiguiente, se evidenció que el uso de dispositivos móviles con aplicativos permite mejorar el cuidado del bienestar facilitando el acceso de las personas, más aún cuando los servicios de salud mental en el Perú están direccionados al diagnóstico y tratamiento de casos preexistentes o nuevos. Además, el uso de la tecnología facilita el escalamiento de los aplicativos con mejores tratamientos en prevención y la atención de una mayor demanda a un menor costo y ser más flexible.

El aplicativo Sanamente tiene relevancia social porque contribuye a generar valor compartido a través del ODS 3: Salud y Bienestar y, en consecuencia, se ayudará a las personas a generar conciencia sobre la salud emocional a través de herramientas que busquen alcanzar un equilibrio entre la salud y su bienestar. Asimismo, se facilitará el

registro de emociones de las personas que posteriormente consideren necesario la atención de un profesional médico. La Covid-19 evidenció aún más el poco cuidado en el tratamiento de las enfermedades de salud mental y en su prevención, esto también, debido a los estigmas sociales y a la falta de atención oportuna por parte del estado y de las empresas privadas.

Según el presente estudio, se sabe que el país cuenta con 203 centros de salud mental comunitaria, 30 unidades de hospitalización y 48 hogares de protegidos a nivel nacional. Respecto a la oferta de atención profesional, se cuenta con un psiquiatra por cada 29,000 personas y de los 1,082 psiquiatras en el Perú, el 81% se encuentra en Lima, evidenciando una falta de capacidad en la atención para la prevención del cuidado de la salud mental en el Perú. En ese sentido, se concluye que Sanamente es viable, debido a que existe un mercado desatendido donde enfocarse desde la prevención. El uso de la tecnología permitirá desarrollar el aplicativo móvil con contenido de meditación y relajación, que tendrá más posibilidades de alcanzar a más usuarios de diferentes partes del país, donde actualmente no se tiene o desarrolla algún programa de prevención en la salud emocional por parte del sistema de salud público.

Con referencia a los resultados financieros, se concluye que el modelo de negocio de Sanamente obtiene un VAN de S/ 3.69 millones y con una TIR de 37.73%. Por tanto, es un proyecto con rentabilidad económica. Con referencia a los resultados sociales, se concluye que el modelo de negocio de Sanamente obtiene un VAN de S/ 5.27 millones en un escenario probabilístico a un nivel de confianza del 95%. Por tanto, desde Sanamente se contribuirá positivamente en mantener una sociedad sostenible; así, los usuarios de Sanamente: (a) disminuirán sus movilizaciones hacia centros especializados de atención de salud por el impacto en proyección; y (b) ahorro de combustible como consecuencia de reducción en sus movilizaciones. Asimismo, los usuarios dispondrán de tiempo para dedicar

a sus actividades personales y familiares.

Cabe señalar que, en la primera etapa del estudio, se entrevistaron a 20 personas de distintas profesiones, con el objetivo de conocer de manera directa los cambios sociales que están experimentando y que vienen afectando su estabilidad emocional. Como conclusión, se evidenció que todos comparten distintos niveles de estrés y ansiedad, y coincidieron en que se requiere una herramienta tecnológica que les permita monitorear sus niveles de ansiedad y que a su vez se adecue a sus tiempos. En ese sentido, Sanamente es viable, ya que se adecua a estas necesidades, utilizando la tecnología digital con un adecuado contenido de meditación, relajación y con el apoyo de la estadística, permitirá monitorear y generar data histórica al usuario, mostrando sus metas alcanzadas en su bienestar emocional. En la segunda etapa del estudio, se realizó una encuesta virtual a 101 personas de distintas profesiones y ocupaciones, con el objetivo de conocer qué tipo de actividades de relajación suele practicar, cuántas horas utilizan el celular y la capacidad de pago por el uso de un aplicativo móvil de contenido de relajación y meditación. Se obtuvieron los siguientes resultados, tomando en consideración que el 62% encuentra relajación durmiendo, el 35% utiliza el celular entre 3 a 6 horas en el día y un 78% respondió que estaría dispuesta a pagar entre 18 a 20 soles por un aplicativo de contenido de meditación y relajación; se concluye que Sanamente es viable, ya que está enfocado en la necesidad de los usuarios encuestados. El diseño de la plataforma contiene contenido de relajación y meditación que permite conciliar el sueño, es de fácil acceso mediante el uso del aplicativo móvil a un costo asequible que permitirá mejorar el bienestar emocional de los usuarios.

De la información analizada, la Covid-19 acrecentó mayores niveles de estrés y ansiedad entre las personas adultas entre los 18 y 55 años de edad y en contraste con los resultados de la encuesta virtual, la muestra de 18 a 32 años representa el 70% de participación. De los resultados obtenidos y analizados, se concluye que la mayor población

que busca satisfacer su bienestar emocional se encuentra entre las edades de los 18 a 31 años, los cuales se encuentran dentro del target de Sanamente. De igual manera se debe enfatizar que muchas personas que sufren algún tipo de patología no acuden a un médico debido a que siente vulnerabilidad al mostrar su identidad, y es por ello que, ven con mayor receptividad el uso de un aplicativo móvil que guarda su información a través de un perfil de usuario y de esa manera protegen su identidad. En ese sentido, Sanamente es viable, ya que cubre las expectativas de seguridad de los usuarios, basado en el uso de un aplicativo móvil que permite mantener la reserva de la identidad del usuario y los logros alcanzados en la prevención de la salud emocional.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda utilizar la publicidad de *influencers* (médicos, deportistas calificados, nutricionistas, entre otros) que cuenten con más de 500 mil seguidores en sus redes sociales para impulsar las ventas. El uso del marketing digital a través de *Facebook Ads* y otras herramientas de *Meta Business Analytics* de *Facebook* permitirá cuantificar el número de interacciones del aplicativo con el público en general para tomar decisiones oportunas y llegar a más personas e incrementar las promociones en publicidad según el análisis de datos de las estadísticas en redes sociales.
- Se recomienda realizar dos investigaciones de mercado al año, una a principio y otra a mediados con el objetivo de tener un panorama respecto a las expectativas, tendencias, nuevos usos y costumbres de los usuarios y futuros clientes.
- Se sugiere crear el aplicativo para los sistemas operativos Android y iOS de Apple, ya que el objetivo es abarcar a la mayor cantidad de personas con dispositivos móviles independientemente del sistema operativo con el que cuenten sus *smartphones*.

- Se recomienda segmentar a los clientes de acuerdo al nivel de permanencia con la marca y el plan contratado, con el objetivo de brindarles descuentos para la obtención de dispositivos electrónicos como *smartwatches*, *dots*, audífonos *bluetooth* y otros dispositivos compatibles para los clientes *Premium*.
- Se recomienda participar de campañas de salud mental y concientización con entidades privadas y públicas (clínicas, hospitales, municipalidades, gobiernos regionales, Minsa, etc.) que promuevan la prevención de la salud mental y bienestar emocional. Esto ayudará a tener mayor exposición de la marca y lograr mayor afluencia para la captación de nuevos clientes.
- Se sugiere contar con un área de innovación y tecnologías a fin de estar pendiente de las nuevas tendencias en dispositivos tecnológicos que ayuden a dar seguimiento y control del estado emocional de las personas y niveles de estrés y horas de sueño. Esta área tendrá como objetivo buscar las tendencias mundiales en cuanto a tecnología y nuevos dispositivos que ingresan a los mercados del primer mundo, dado que de esta manera se podrá mantener una ventaja competitiva en el mercado nacional.

4.3 Contribución Práctica

El desarrollo del aplicativo móvil, permitirá reducir la barrera social y económica para obtener calidad de vida emocional y mental, de manera reservada y monitoreando los resultados y metas alcanzadas, así como también abordando con ello el ODS 10. Sanamente no solo tiene por objetivo mejorar el bienestar emocional, sino también generar un impacto social y ambiental. El uso del aplicativo móvil permitirá aumentar la calidad de vida mediante el ahorro del tiempo de traslado, reducir el impacto social y ambiental que se genera en el traslado hacia una clínica o centro terapéutico. El tiempo de traslado

transformado en costo, es de S/ 7.83 por hora que impacta sobre la calidad de vida, reducción de las emisiones en 2.61 Kg de CO₂/litro por cada galón de diésel y 2.38 Kg de CO₂/litro por cada galón de la gasolina de 95 o 98 octanos, reduciendo la huella de carbono que se genera cuando las personas se trasladan en un vehículo. También permitirá reducir el consumo de papel que se utiliza en la generación de los historiales médicos, abordando con ello el ODS 3 y ODS 13. De manera que la presente propuesta de negocio está enfocada en ser sostenible mediante el uso de la tecnología, generando eficiencias en los procesos, lo que permitirá ser competitivos y obtener crecimiento económico, ello alineado con el ODS 8. También permitirá generar en los futuros usuarios, un consumo responsable que les brinde una mejor calidad de vida, mediante la prevención de la salud emocional, la cual está alineada con el ODS 12.

4.4 Contribución Teórica

El análisis de las entrevistas cualitativas, realizado a 20 personas en dos rondas, permitió tener detalles del *input* para plantear la solución al problema del negocio y validar el prototipo del aplicativo Sanamente; el cual es amigable, reservado con la información del usuario y brinda contenidos interactivos para el soporte emocional de los usuarios. De igual forma, las encuestas realizadas permitieron tener la sensibilidad financiera de adquisición del servicio, definiendo con ello la tarifa con la cual se ha proyectado la viabilidad del proyecto.

4.5 Limitaciones y Sugerencias para futuras investigaciones

- Debido a las restricciones por la Covid-19, no se realizaron encuestas de manera presencial por lo que se tuvo que utilizar herramientas virtuales para poder realizarlas.
- Se evidenció poca información en investigación de patologías de la salud mental, así como de empresas o emprendimientos relacionados a esta.

- Se evidenció limitación en la estructura del diseño de la maqueta, así como poca oferta de proveedores especializados en el desarrollo de este tipo de plataformas.
- Se evidenció que es difícil iniciar la comunicación o el intercambio de experiencias con las personas, cuando se toca el tema de la salud mental, debido a que la sociedad no es afín a reconocerla como una enfermedad, esto debido a los tabús y prejuicios sociales.



Referencias

- Alcántara, G. (2008). La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 9(1), 93-107. <https://www.redalyc.org/pdf/410/41011135004.pdf>
- Andrés, L., Castañeiras, E., & Richaud, C. (2014). Relaciones entre la personalidad y el bienestar emocional en niños. El rol de la regulación emocional. *Cuadernos de Neuropsicología / Panamerican Journal of Neuropsychology*, 8(2), 217-241. <https://www.redalyc.org/pdf/4396/439643138006.pdf>
- Antezana, L., Aguirre, F., Armas, J., & González, P. (2020). Solución tecnológica para la identificación y disminución del nivel de estrés utilizando wearables. *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies)*, 1-7.
- Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados. (2020). *Niveles Socioeconómicos*. <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>.
- Bhise, V. (2014). Exploring the power of mHealth for accessible, affordable and quality healthcare for farmworkers. *Migrant Health Newslines*, 2, 1-7. http://www.weebly.com/editor/uploads/3/8/6/8/38685499/custom_themes/919123595410423472/files/Issue2_2014.pdf
- Bloom, D., Chen, S., & McGovern, M. (2018). La carga económica de las enfermedades no transmisibles y la enfermedad mental: Resultados para Costa Rica, Jamaica y Perú. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 42. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2018.18>.
- Bonales, G., Pradilla, N., Martínez, E. (2021). Chatbot como herramienta comunicativa durante la crisis sanitaria COVID-19 en España. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 11(3), 1-22. <https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.270>
- Brown, L. (2017). *Un planeta sobrepoblado y platos vacíos: La nueva geopolítica de la*

escasez de los alimentos. Universidad del Rosario / Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible CEID Colombia / Klimaforum Latinoamérica Network (KLN). <http://doi.org/10.12804/CE9789587389364>

Brunier, A. (2016). *La inversión en el tratamiento de la depresión y la ansiedad tiene un rendimiento del 400%*. <https://www.who.int/es/news/item/13-04-2016-investing-in-treatment-for-depression-and-anxiety-leads-to-fourfold-return>

Bustanza, V. (2019). *¿Por qué aumentan las enfermedades mentales y disminuye el número de psiquiatras?* <https://udep.edu.pe/hoy/2019/11/por-que-aumentan-las-enfermedades-de-salud-mental-y-disminuye-el-numero-de-psiquiatras/>

Castañeda, Y., Betancur, J., Salazar, N., & Mora, A. (2017). Bienestar laboral y salud mental en las organizaciones. *Revista Electrónica Psyconex*, 9(14), 1-13. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328547>

Castro, A. (2009). El bienestar psicológico: Cuatro décadas de progreso. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23(3), 43-72. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27419066004>

Castillo, H., & Cutipe, Y. (2019). Implementación, resultados iniciales y sostenibilidad de la reforma de servicios de salud mental en el Perú, 2013-2018. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 36(2), 326-333. <http://dx.doi.org/10.17843/rpmesp.2019.362.4624>.

Celleri, M., & Garay, M. (2021). Aplicaciones móviles para ansiedad: Una revisión en Argentina. *Revista Argentina De Ciencias Del Comportamiento*, 13(1), 17-24. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/racc/article/view/23681/33420>

Christensen, C., Raynor, M., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.

Cosavalente, O., Zevallos, L., Fasando, J., & Cuba, S. (2019). Proceso de transformación

hacia las redes integradas de salud en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 36(2), 319-325.

<https://doi.org/10.17843/rpmesp.2019.362.4623>

Cotton, A. (2012). La terapia online y las relaciones humanas mediatizadas por la tecnología 3.0. *De Familias y Terapias* (33), 141-158.

<http://web.b.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=6cdd8cf2-60e3-4db0-b2c7-bb4c16f26cab%40pdc-v-sessmgr02>

Chavira, J., & Arredondo, A. (2017). Aplicaciones móviles como herramientas en los servicios de salud. *Horizonte Sanitario*, 16(2), 85-91.

<https://doi.org/10.19136/hs.v16n2.1498>

Chico, E., & Ferrando, P. (2008). Variables cognitivas y afectivas como predictoras de satisfacción en la vida. *Psicothema*, 20(3), 408-412.

<https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/8674>

Díaz, D., Armas, J., Romero, J., & Gonzáles, P. (2020). Reducción de las complicaciones generadas por la Diabetes Mellitus tipo 2 utilizando una solución de atención médica remota en Perú. *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies)*, 1-7.

Distefano, M., Cataldo, G., Mongelo, M., Mesurado, B., & Lamas, M. (2018).

Conocimiento y uso de tecnologías digitales en psicoterapia entre los psicólogos de Buenos Aires. *Perspectivas en Psicología. Revista de Psicología y Ciencias Afines*. 15(1), 65-74.

<http://web.b.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=63778eb4-f67b-479f-af96-a3962aacdf68%40pdc-v-sessmgr02>

Durán, M. (2010). Bienestar psicológico: El estrés y la calidad de vida en el contexto laboral. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 71-84.

<https://doi.org/10.22458/rna.v1i1.285>

Farrington, C., Aristidou, A., & Ruggeri, K. (2014). ¿mHealth and global mental health: Still waiting for the mH2 wedding? *Global Health, 10*.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/Pmc3986901/>

Fredrickson, B. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *The American Psychologist, 56*(3), 218–226. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.56.3.218>

González, P., Torres, M., Del Barrio, M., & Olmedo, M. (2017). Uso de las nuevas tecnologías por parte de los psicólogos españoles y sus necesidades. *Clínica y Salud, 28*(2), 81-91. <https://doi.org/10.1016/j.clysa.2017.01.001>

Henríquez, M., Becerra, Ch., Laos, L., & Espinoza, E. (2017). Evaluación de programas de salud electrónica en el Perú: Enfoque multidisciplinario y perspectivas actuales. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 34*(4), 731-737. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2017.344.2974>

Hernández, J. (2020). Impacto de la COVID-19 sobre la salud mental de las personas. *Medicentro Electrónica, 24*(3), 578-594.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432020000300578&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30432020000300578&lng=es&tlng=es)

Huarcaya, V. (2020). Consideraciones sobre la salud mental en la pandemia de COVID-19. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 37*(2), 327-334.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Encuesta Nacional de Hogares. Ingreso promedio mensual proveniente del trabajo, según ámbito geográfico.*

<https://m.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/income/>

Instituto Nacional de Salud Mental. (2019). *Día de la Salud Mental: Más de 5 millones*

de peruanos sufren algún tipo de trastorno y el 80% no recibe atención.

<https://www.sisol.gob.pe/dia-de-la-salud-mental-mas-de-5-millones-de-peruanos-sufren-algun-tipo-de-trastorno-y-el-80-no-recibe-atencion/>

Kuo, M. (2011). Opportunities and challenges of cloud computing to improve health care Services. *Journal of Medical Internet Research*, 13(3), 1-15.

<https://doi.org/10.2196/jmir.1867>

Lamas, H. (2004). Promoción de salud: Una propuesta desde la Psicología Positiva. *Revista de Psicología*, 10, 45-67.

Ley 29733. Ley de Protección de Datos Personales. Congreso de la República del

Perú (2013). <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0036/ley-proteccion-datos-personales.pdf>

Lima, F., Rainatto, G., De Almeida, N., & Rodrigues, F. (2019). Exponentials Organizations and Digital Transformation: Two Sides of The Same Coin. *International Journal for Innovation Education and Research*, 7(10), 385-404.

<https://doi.org/10.31686/ijer.vol7.iss10.1787>

Lozano, A. (2020). Impacto de la epidemia del Coronavirus (COVID-19) en la salud mental del personal de salud y en la población general de China. *Revista De Neuro- Psiquiatría*, 83(1), 51-56. <https://doi.org/10.20453/rnp.v83i1.3687>

Meskó, B., Drobni, Z., Bényei, E., & Gergely, B. (2017). Digital health is a cultural transformation of traditional healthcare. *Mhealth*, 3(38), 1-8.

<https://doi.org/10.21037%2Fmhealth.2017.08.07>

Ministerio de Salud del Perú. (2014). *Proceso de identificación de las prioridades nacionales de investigación en salud para el periodo 2019-2023.*

https://web.ins.gob.pe/sites/default/files/Archivos/Proceso_de_identificacion_de_las_prioridades_nacionales_de_investigacion_en_salud_para_el_periodo_2019_%

[E2%80%93_2023.pdf](#)

Ministerio de Salud del Perú. (2018). *Plan Nacional de Fortalecimiento de Servicios de Salud Mental Comunitaria*.

<http://bvs.MINSA.gob.pe/local/MINSA/4422.pdf>

Ministerio de Salud del Perú. (2020a). *Centros de Salud Mental Comunitaria*.

<https://www.MINSA.gob.pe/salud-mental/#mapa>

Ministerio de Salud del Perú. (2020b). *MINSA brindó más de 44 mil atenciones en los Centros de Salud Mental Comunitarios durante la pandemia*.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/214647-minsa-brindo-mas-de-44-mil-atenciones-en-los-centros-de-salud-mental-comunitarios-durante-la-pandemia>

Ministerio de Salud del Perú. (2020c). *MINSA: Presupuesto 2020 destina 350 millones de soles para salud mental*.

<https://andina.pe/agencia/noticia-MINSA-presupuesto-2020-destina-350-millones-soles-para-salud-mental-775724.aspx>

Ministerio de Salud del Perú. (2020d). *Plan de Salud Mental*. Perú, 2020-

2021. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/5092.pdf>

Ministerio de Salud del Perú. (2021). *Salud Mental: 7 de cada 10 peruanos sufren de*

ansiedad durante la cuarentena. [https://andina.pe/agencia/noticia-salud-mental-7-](https://andina.pe/agencia/noticia-salud-mental-7-cada-10-peruanos-sufren-ansiedad-durante-cuarentena-video-817114.aspx)

[cada-10-peruanos-sufren-ansiedad-durante-cuarentena-video-817114.aspx](https://andina.pe/agencia/noticia-salud-mental-7-cada-10-peruanos-sufren-ansiedad-durante-cuarentena-video-817114.aspx)

Minsa alerta que el 52.2% de limeños sufre de estrés provocado por el covid-19. (2021, 10

de junio). *El Peruano*. [https://elperuano.pe/noticia/122420-minsa-alerta-que-el-52-](https://elperuano.pe/noticia/122420-minsa-alerta-que-el-52-de-limenos-sufre-de-estres-provocado-por-el-covid-19)

[de-limenos-sufre-de-estres-provocado-por-el-covid-19](https://elperuano.pe/noticia/122420-minsa-alerta-que-el-52-de-limenos-sufre-de-estres-provocado-por-el-covid-19)

Mendoza, M. (2019). *El Smartphone consolida su avance*. *El Comercio*.

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/20>

[19-11/elcomercio_2019-11-18_04_2.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-11/elcomercio_2019-11-18_04_2.pdf)

- Moreno, C., Wykes, T., Galderisi, S., Nordentoft, M., Crossley, N., Jones, N., Cannon, M., Correll, C., Byrne, I., Carr, S., Chen, E., Gorwood, P., Johnson, S., Kärkkäinen, H., Krystal, J., Lee, J., Lieberman, J., López, C., Männikkö, M., Phillips, M., Uchida, H., Vieta, E., Vita, A., & Arango, C. (2020). How mental health care should change as a consequence of the COVID-19 pandemic. *The Lancet Psychiatry*, 7(9), 813-824. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30307-2](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30307-2)
- Mosa, A., Yoo, I., & Sheets, L. (2012). A Systematic Review of Healthcare Applications for Smartphones. *BMC Med Inform Decis Mak*, 12. <https://bmcmedinformdecismak.biomedcentral.com/articles/10.1186/1472-6947-12-67#Abs1%20///>
- Nikolic, A., Stanciole, A., & Zaydman, M. (2011). Chronic emergency: Why NCDs matter. World Bank/HNP. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/13591/639270WP0Chron0Box0361533B00PUBLIC0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&referer=/english/&Lang=S
- Organización de las Naciones Unidas. (2020a). *2020: Un año desafiante para la salud mental*. <https://news.un.org/es/story/2020/10/1482212>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020b). *Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- Organización de las Naciones Unidas. (2020c). *Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo*

decente para todos.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020d). *Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.*

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020e). *Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.*

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Organización de las Naciones Unidas. (2020f). *Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.*

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/>

Organización Mundial de la Salud (s.f.). *Enfermedad por coronavirus (COVID-19).*

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

Organización Mundial de la Salud. (1986). *Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud.*

<https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/Carta-de-ottawa-para-la-apromocion-de-la-salud-1986-SP.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2004). *Prevención de los trastornos mentales.*

Intervenciones efectivas y opciones de políticas. Informe compendiado.

https://Apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/78545/924159215X_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial de la Salud. (2014). *Documentos básicos (48ª ed.)*

<https://Apps.who.int/gb/bd/PDF/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf?ua=1#page=7>

- Organización Mundial de la Salud. (2022). *La OMS subraya la urgencia de transformar la salud mental y los cuidados conexos*. <https://www.who.int/es/news/item/17-06-2022-who-highlights-urgent-need-to-transform-mental-health-and-mental-health-care>
- Organización Panamericana de la Salud. (1996). *Promoción de la salud: Una antología*. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/3318>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). “*Depresión: Hablemos*”, dice la OMS, mientras la depresión encabeza la lista de causas de enfermedad. <https://n9.cl/sfmr>
- Organización Panamericana de la Salud & Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2021). *Prevención y control de las enfermedades no transmisibles y los trastornos mentales en el Perú. El caso a favor de la inversión*. <https://doi.org/10.37774/9789275324011>
- Pérez, J., Yáñez, S., Ortega, C., & Piqueras, J. (2020). Educación emocional en la educación para la salud: Cuestión de salud pública. *Clínica y Salud*, 31(3), 127-136. <https://doi.org/10.5093/clysa2020a7>.
- Perú, un país con déficit de profesionales especialistas en problemas de salud mental. (2016,09 de junio). *Gestión: El Diario de Economía y Negocios del Perú*. <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/peru-pais-deficit-profesionales-especialistas-problemas-salud-mental-123341-noticia/>
- Ponce, F., & Pasco, M. (2018). *Construcción del marco teórico*. En *Guía de investigación en Gestión* (2ª ed.) (pp. 32-37). PUCP.
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2018). *Boletín N° 150. Estado de la opinión pública. Una mirada a la salud mental desde la opinión de los peruanos*. <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/112469>

- Rauseo, N., & Torous, J. (2021). Technology enabled clinical care (TECC): Protocol for a prospective longitudinal cohort study of smartphone-augmented mental health treatment. *JMIR Research Protocols*, 10 (1).
<https://doi.org/10.2196/23771>
- Regidor, N., & Ausín, B. (2020). Tecnologías de información y comunicación (TIC) aplicadas al tratamiento de los problemas de ansiedad. *Clínica Contemporánea: Revista de Diagnóstico Psicológico, Psicoterapia y Salud*, 11(2), 1-19. <https://doi.org/10.5093/cc2020a8>
- Rodríguez, E., Rauseo, N., Camacho, E., Wisniewski, H., Keshavan, M., & Torous, J. (2020). The digital clinic: Implementing technology and augmenting care for mental health. *General Hospital Psychiatry*, 66, 59-66.
<https://doi.org/10.1016/j.genhosppsych.2020.06.009>.
- Salinas, E. (2019). Tecnología para abordar la salud mental global. *Informe del Banco Mundial*. <https://www.cibersalud.es/tecnologia-para-abordar-la-salud-mental/>
- Sancho, J., Fanjul, C., De la Iglesia, M., Montell, J., & Escartí, M. (2020). Aplicación de la inteligencia artificial con procesamiento del lenguaje natural para textos de investigación cualitativa en la relación médico-paciente con enfermedad mental mediante el uso de tecnologías móviles. *Revista de Comunicación y Salud*, 10 (1), 9-41. [http://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(1\).19-41](http://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).19-41)
- Santamaría, G., & Hernández, E. (2015). Aplicaciones Médicas Móviles: Definiciones, beneficios y riesgos. *Salud Uninorte*, 31(3), 599-607.
<https://www.redalyc.org/pdf/817/81745378016.pdf>
- Schellong, J., Lorenz, P., & Weidner, K. (2019). Proposing a standardized, step-by-step model for creating post-traumatic stress disorder (PTSD) related mobile mental

health Apps in a framework based on technical and medical norms. *European Journal of Psychotraumatology*, 10(1), 1-12.

<https://doi.org/10.1080/20008198.2019.1611090>

Statista Research Department. (2022). *Shopping App install-to-register and install-to-purchase conversion rates in Latin America between April 2019 and April 2020*.

<https://www.statista.com/statistics/1183455/shopping-App-install-to-register-install-to-purchase-conversion-rates-latin-america/>

World Economic Forum (2017). *7 pasos para crear un lugar de trabajo mentalmente sano*.

<https://es.weforum.org/agenda/2017/04/7-pasos-para-crear-un-lugar-de-trabajo-mentalmente-sano/>

Zhenwei, C., Yamamichi, M., Hausman, V., Miller, R., & Altman, D. (2012). *Mobile Applications for the Health Sector*.

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/751411468157784302/pdf/726040WP0Box370th0report00Apr020120.pdf>

Apéndice A: Problemas de Salud Mental

Tabla A1

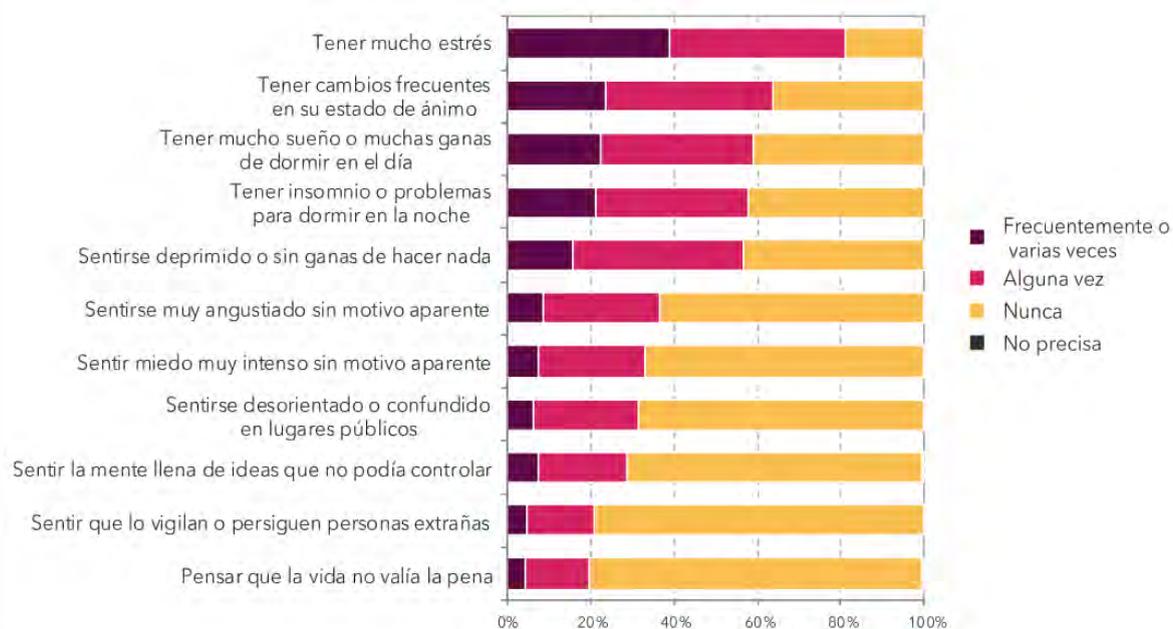
Frecuencia de los Problemas de Salud Mental

	Frecuentemente o Varias Veces	Alguna Vez	Nunca	No Precisa	Total	N° de Casos
¿Ha tenido mucho estrés?	38.8	42.0	19.0	0.2	100.0	1,203
¿Ha tenido cambios frecuentes en su estado de ánimo sin motivo aparente?	23.8	40.1	35.8	0.3	100.0	1,203
¿Ha tenido mucho sueño o muchas ganas de dormir durante el día?	22.4	36.5	40.9	0.2	100.0	1,203
¿Ha tenido problemas para poder dormir o ha tenido insomnio en la noche?	21.3	36.5	42.1	0.1	100.0	1,203
¿Se ha sentido deprimido o sin ganas de hacer nada?	15.6	41.1	43.1	0.2	100.0	1,203
¿Se ha sentido muy angustiado sin motivo aparente?	8.7	27.9	63.2	0.2	100.0	1,203
¿Ha sentido una sensación de miedo muy intenso sin motivo aparente?	7.4	25.6	66.8	0.2	100.0	1,203
¿Se ha sentido desorientado o confundido en lugares públicos?	6.4	25.1	68.2	0.2	100.0	1,203
¿Ha sentido la mente llena de ideas que no podía controlar?	7.6	21.0	70.7	0.7	100.0	1,203
¿Ha sentido que lo vigilaban o perseguían personas extrañas?	4.9	16.0	79.0	0.2	100.0	1,203
¿Ha pensado que la vida no valía la pena?	4.6	15.1	79.8	0.5	100.0	1,203

Nota. Tomado de “Una mirada a la salud mental desde la opinión de los peruanos, 2018”, por Pontificia Universidad Católica del Perú, 2018 (<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/112469>).

Figura A1

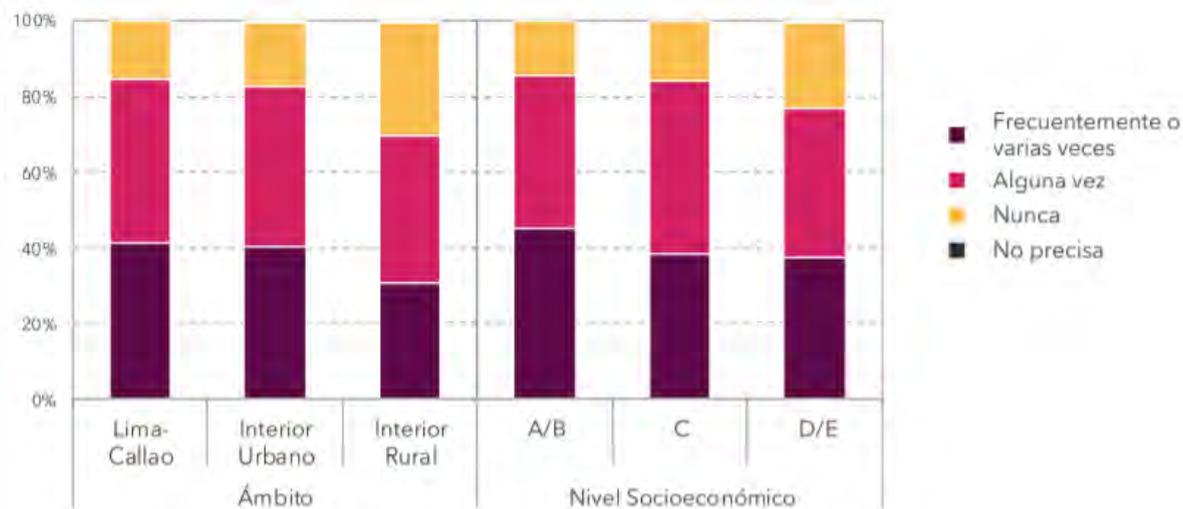
Frecuencia de los Problemas de Salud Mental por Escalas Porcentuales



Nota. Tomado de “Una mirada a la salud mental desde la opinión de los peruanos, 2018”, por Pontificia Universidad Católica del Perú, 2018 (<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/112469>).

Figura A2

Problemas de Salud Mental Según Variables Sociodemográficas



Nota. Tomado de “Una mirada a la salud mental desde la opinión de los peruanos, 2018”, por Pontificia Universidad Católica del Perú, 2018 (<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/112469>).

Apéndice B: Artículo de la Ley de Protección de Datos Personales

Figura B1

Artículo 14 de la Ley de Protección de Datos Personales

"Artículo 14. Limitaciones al consentimiento para el tratamiento de datos personales

No se requiere el consentimiento del titular de datos personales, para los efectos de su tratamiento, en los siguientes casos:

1. Cuando los datos personales se recopilen o transfieran para el ejercicio de las funciones de las entidades públicas en el ámbito de sus competencias.

2. Cuando se trate de datos personales contenidos o destinados a ser contenidos en fuentes accesibles para el público.

3. Cuando se trate de datos personales relativos a la solvencia patrimonial y de crédito, conforme a ley.

4. Cuando medie norma para la promoción de la competencia en los mercados regulados emitida en ejercicio de la función normativa por los organismos reguladores a que se refiere la Ley 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos, o la que haga sus veces, siempre que la información brindada no sea utilizada en perjuicio de la privacidad del usuario.

5. Cuando los datos personales sean necesarios para la preparación, celebración y ejecución de una relación contractual en la que el titular de datos personales sea parte, o cuando se trate de datos personales que deriven de una relación científica o profesional del titular y sean necesarios para su desarrollo o cumplimiento.

6. Cuando se trate de datos personales relativos a la salud y sea necesario, en circunstancia de riesgo, para la prevención, diagnóstico y tratamiento médico o quirúrgico del titular, siempre que dicho tratamiento sea realizado en establecimientos de salud o por profesionales en ciencias de la salud, observando el secreto profesional; o cuando medien razones de interés público previstas por ley o cuando deban tratarse por razones de salud pública, ambas razones deben ser calificadas como tales por el Ministerio de Salud; o para la realización de estudios epidemiológicos o análogos, en tanto se apliquen procedimientos de disociación adecuados.

7. Cuando el tratamiento sea efectuado por organismos sin fines de lucro cuya finalidad sea política, religiosa o sindical y se refiera a los datos personales recopilados de sus respectivos miembros, los que deben guardar relación con el



Nota. Tomado del "Ley 29733", por Congreso de la República del Perú, 2013. (<https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0036/ley-proteccion-datos-personales.pdf>).

Apéndice C: Aplicaciones mHealth

Tabla C1

Características de las Aplicaciones Móviles (mHealth)

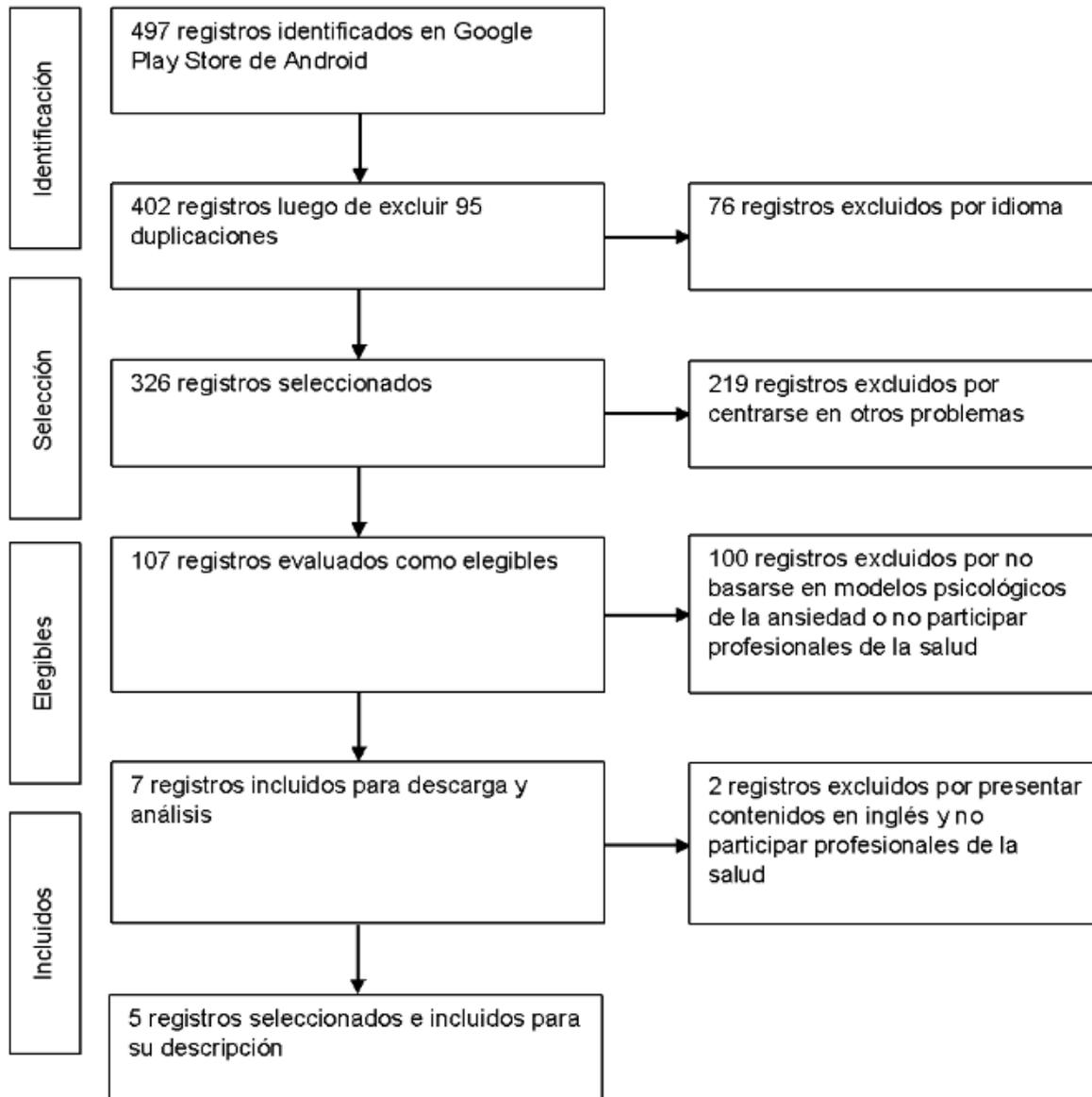
Nombre	Cantidad de Descargas (Más de)	País	Costo	Categoría	App o Chat
TCC Diario de Pensamiento (Inquiry Health LLC, 2020)	50,000	EE.UU.	Gratuita	Salud y Bienestar	App
En Calma en el Quirófano (Softwhisper, 2018)	1,000	España	Gratuita	Medicina	App
Pacífica (Sanvello Health Inc., 2020)	500,000	EE.UU.	Versión Gratuita y Versión Paga (\$5.99 Mensuales)	Salud y Bienestar	App
Psicólogos – Ansiedad, Depresión, Estrés y Parejas (Ifeel, 2017)	50,000	España	€24.99 Mensuales	Salud y Bienestar	Chat
Tu Psicólogo Online. Pareja, Ansiedad, Depresión (TherapyChat, 2017)	10,000	España	€116 Mensuales	Medicina	Chat

Nota. Tomado de “Aplicaciones móviles para ansiedad: Una revisión en Argentina,” por M. Celleri & M. Garay, 2021. *Revista Argentina De Ciencias Del Comportamiento*, 13(1), 17–24 (<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/racc/article/view/23681/33420>)

Apéndice D: Selección de Aplicaciones

Figura D1

Diagrama de Flujo



Nota. Tomado de “Aplicaciones móviles para ansiedad: una revisión en Argentina,” por M. Celleri & M. Garay, 2021. *Revista Argentina De Ciencias Del Comportamiento*, 13(1), 17–24 (<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/racc/article/view/23681/33420>)

Apéndice E: Propuesta de Objetivos Deseados por el Usuario de Sanamente

Figura E1

Objetivos Deseados por el Usuario



Apéndice F: Encuesta

Figura F1

Encuesta Aplicada

Sección 1 de 4

ENCUESTA PROYECTO "SANAMENTE"

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información relevante que sirva como muestra de estudio para el lanzamiento de un emprendimiento digital orientado a prevenir y mejorar el bienestar emocional de las personas. Cabe mencionar que la encuesta es anónima y se guardará la confidencialidad de sus respuestas, el uso de la información es con fines netamente académicos. Agradecemos su gentil disposición.

Edad *

Texto de respuesta corta

Género *

Masculino

Femenino

Estado civil *

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Viudo/a

Nivel de instrucción *

Primaria

Secundaria

Superior técnica

Superior universitaria

¿Cuántas horas al día ha pensado, visto o escuchado información sobre COVID-19? *

- 0 a 4 horas
- 4 a 6 horas
- más de 6 horas

¿Con qué frecuencia has experimentado las siguientes emociones y/o sensaciones en los últimos 3 meses? *

	Nunca	Poco	Regular	Frecuentemente	Siempre
Ansiedad	<input type="radio"/>				
Estrés	<input type="radio"/>				
Tristeza profun...	<input type="radio"/>				
Irritabilidad	<input type="radio"/>				
Ira	<input type="radio"/>				
Poca tolerancia	<input type="radio"/>				

¿En qué departamento del Perú vives? *

Texto de respuesta corta

¿En qué distrito vives? *

Texto de respuesta corta

Contexto COVID - 19 *

	Sí	No
¿Se ha contagiado de COVID?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Ha tenido algún familiar con COV...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Ha tenido amigos o conocidos c...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sección 2 de 4

Escala de ansiedad por COVID-19



La presente encuesta es anónima por lo que agradeceríamos que sus respuestas sean lo más sinceras posibles. Agradecemos su tiempo brindado.

¿Qué tan seguido ha experimentado lo siguiente en los últimos 14 días? *

	Nunca o casi n...	Rara vez, meno...	Varios días, ent...	Más de una se...	Todos los días
He experimenta...	<input type="checkbox"/>				
Me he sentido ...	<input type="checkbox"/>				
Prefiero no ver, ...	<input type="checkbox"/>				
Perdí el interés ...	<input type="checkbox"/>				

Sección 3 de 4

Sobre su estado de ánimo



La presente encuesta es anónima por lo que agradeceríamos que sus respuestas sean lo más sinceras posibles. Agradecemos su tiempo brindado.

En el último mes *

	Nunca	A veces	Varias veces	Siempre
¿Qué tan seguido s...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Qué tan seguido s...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Con qué frequenci...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Qué tan seguido s...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Con qué frequenci...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ha experimentado ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 4 de 4

Sobre su respuesta emocional



La presente encuesta es anónima por lo que agradeceríamos que sus respuestas sean lo más sinceras posibles. Agradecemos su tiempo brindado.

Cuando te sientes ansioso, triste, estresado o sin ganas de hacer cosas. ¿Qué actividades realizas o en qué te apoyas para seguir adelante? *

	Sí	No
En mi familia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veó televisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hago ejercicios o practico deporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duermo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Converso con mis amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leo libros de autoayuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso aplicativos de celular que me ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuántas horas al día utilizas tu celular? *

- Menos de 3 horas
- De 3 a 6 horas
- De 6 a 8 horas
- Más de 8 horas

¿Cuáles son tus aplicaciones más usadas? *

Texto de respuesta larga

¿Cuál es el motivo principal de uso de tu celular? *

- Trabajo
- Ocio
- Pagar cuentas
- Otros

Apéndice G: Entrevistas Primera Ronda

Tabla G1

Entrevistas Primera Ronda (1/4)

		Entrevistador	Yhon Deudor	Yhon Deudor	Yhon Deudor
		Entrevistado	Pilar Aponte	Aldo Lima	Gustavo Zuzunaga
It	Categoría	Preguntas	Jefe de SSOMA	Especialista de salud y seguridad minera	Gerente General
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	Su motivación y centro es su familia. Le agrada capacitar y permitir que cada actividad diaria se lleve a cabo con seguridad. Lo que no le agrada es la falta de soporte a la continuidad de planes a implementar por parte de la gerencia de operaciones	Cuidar la salud de los trabajadores y la salud y felicidad de mi familia. Guiar a los trabajadores y estar en el campo, no me agrada la burocracia interna de la compañía.	Brindar asesoría a los clientes para maximizar su rentabilidad. Me gusta programar mis actividades y lo que no me gusta es la falta de compromiso.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	Me siento satisfechas con los logros alcanzados y nos los cambiaría. La emoción más grande fue traer al mundo a mi hijo y no la cambiaría.	Mejoraría mi comunicación ser más asertivo. La emoción que más he experimentado es la diferencia entre el desarrollo de trabajo de gabinete y las del campo. Si las cambiaría.	Cambiaría en lo profesional mi carrera antes y en lo personal cambiaría mi carácter. La emoción que más experimento es jugar con mi hijo, me llena, no lo cambiaría
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Lo comparto con mi hijo.	Salir al campo para inspeccionar el desarrollo del proyecto. En mis tiempos libres los comparto con mi familia nuclear, visito a mis padres y comparto tiempo con mi hijo.	Levantarme y coordinar las actividades diarias. Comparto tiempo con mi hijo, leer libros y hacer ejercicios.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Mi esposo.	Automotivación, uno mismo	Mi esposa, cuento con su apoyo a nivel personal y laboral.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Vivo con mi esposo e hijo, tratamos de estar juntos el poco tiempo que tenemos libre.	Vivo con mi esposa e hijo, mis padres y suegros, tenemos buena relación y compartimos momentos juntos.	Vivo con mi esposa e hijo, nos hemos conocido y acercado más en la pandemia.
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Tengo pocos amigos; Joel, Novel y Erlinda, compartíamos reuniones de almuerzo y algunas salidas.	Tengo pocos amigos; Yhon (lo conocí en el trabajo), Marco (lo conocí en el colegio), Hernán (lo conocí en el colegio). Antes de la pandemia compartíamos reuniones y eventos sociales, a la llegada de la pandemia solo nos comunicamos por video llamada.	Tengo pocos amigos; Mario (lo conocí en el barrio), Adán (lo conocí en el barrio). Antes de la pandemia compartíamos reuniones y eventos sociales, a la llegada de la pandemia solo nos comunicamos por video llamada.
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Me considero alegre y me estado de ánimo creo q es normal. En la pandemia me volví poco tolerante debido al aumento de metas y carga laboral.	Me considero positivo y colaborativo, es necesario transmitir confianza al equipo de trabajo. Si me ha afectado, debido al cambio de modalidad de trabajo y al aumento del estrés.	Me considero proactivo y me encuentro siempre en búsqueda de soluciones. Si me afecto la pandemia, me cargo de estrés debido a las reuniones y las labores diarias.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	La falta de cultura de prevención y de conocimiento de la salud mental, genera males peores.	La salud mental es importante. Desarrollando confianza con los familiares y colaboradores. Las empresas deben de desarrollar actividades y brindar soporte a los colaboradores. La gente no conoce de la salud mental y no habla por miedo a represarías o discriminación en el trabajo.	La salud mental es importante para buscar entendimiento y tolerancia. Se debe de separar los momentos o cargas de estrés entre el trabajo y la familia, las empresas deben de invertir de acuerdo a su estructura. La gente no conoce y no habla del tema por miedo por estigmatizarlo.
9	Imágenes de los entrevistados				

Tabla G2

Entrevistas Primera Ronda (2/4)

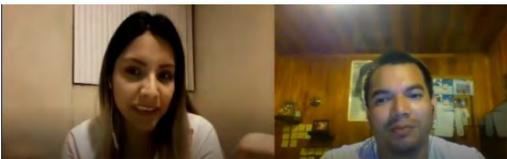
		Entrevistador	Gonzalo Salas	Gonzalo Salas	Gonzalo Salas
		Entrevistado	Bach. Amanda Quispe	Ing. Claudia Páucar	Ing. Julia Gonzáles
It	Categoría	Preguntas	Gestora de Recursos Deportivos	Control y Gestión	CEO Drimu
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	Su principal motivación es ponerse retos, ser disciplinada, desarrollarse como persona. Lo que le agrada más de su centro de labores son sus actividades relacionadas al deporte.	Su principal motivación es su familia, sus papás y sus hermanas. Lo que más le agrada de su centro de labores es cumplir con las metas trazadas al final del día.	Seguir creciendo en su propia empresa. Cuidar y darle lo mejor a su mamá.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	Si pudiera le gustaría cambiar el fallecimiento de su papá, en el campo personal. En el campo profesional no cambiaría nada. La emoción que más ha experimentado son diversas como cansancio, estrés, amargura, alegría, satisfacción.	Quizás cambiaría la decisión que tomó hace unos años de no aceptar una oportunidad laboral cuando en los últimos ciclos de la universidad. La emoción que más ha experimentado es alegría, estrés y ansiedad en el trabajo.	
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Trabajo semipresencial de lunes a viernes en la VIDENA. Estudia los fines de semana y después del trabajo.	Antes de la pandemia solía ir temprano a la oficina y trabajar hasta cerca de las 7 p.m. Luego, llegar a su casa, cenar, ver TV y descansar. En sus días libres le gusta conversar con sus amigas y su enamorado. Solían salir, pero ahora por la Pandemia lo hacen por videollamadas.	Trabajar y coordinar con proveedores de lunes a sábado. En sus tiempos libres hace zoom con sus amigos o maneja bicicleta.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Su familia, sus hermanas y su mamá.	Sus papás y sus hermanas.	Su mamá se preocupa por ella.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Sus dos hermanas viven con sus familias. La mayor vive en EEUU, su relación es buena. Vive con su mamá.	Vive con sus papás y sus dos hermanas. Tiene una hermana es su gemela que se llama Karen y su otra hermana menor Andrea. Se suele llevar muy bien con ellas y su relación con sus padres también es muy buena.	Es hija única y vive con su mamá.
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Sus amigos cercanos son de la Universidad Ricardo Palma. Suelen hacer videollamadas o por teléfono. Su otro grupo son de la Federación de Atletismo, también hace videollamadas o WhatsApp. Antes de pandemia solían reunirse.	Sus amigas son de la universidad, solían reunirse, salir a comer o al cine. Sin embargo, ahora solo conversan por teléfono o hacen videollamadas.	Sus amigos los conoció en el colegio y la universidad. Hacía deporte con ellos, pero ahora solo tiene reuniones virtuales.
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Considera su estado de ánimo de Base a bueno. Sin embargo, existe mucha presión del lado administrativo, político; siempre que hay cambios en las instituciones públicas y los plazos son bastante cortos. Si considera que la pandemia ha acrecentado su estado anímico, la carga laboral ha aumentado, así como el estrés.	Lo considera bueno. Sin embargo, por la pandemia se ha visto afectada con emociones de estrés, pánico e incertidumbre ya que perdió su trabajo y está incursionando en un emprendimiento personal.	Basamente estable, suele ser una persona con mucho manejo emocional. Pero en pandemia la inestabilidad económica ha incrementado su nivel de estrés causándole dolores de cabeza y angustia.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Considera que es un tema descuidado en nuestro país, desatendido. Es muy importante actualmente, percibe que las personas tienen estigmas acerca de la salud mental, hasta rechazo por ser etiquetado como "loco". Se debe concientizar, tomar ciertas medidas para poner más énfasis en ese tema desde la educación primaria. Se podría cuidar la salud mental en el trabajo cuidando el clima laboral, mejorar los procesos de reclutamiento de personal, mayor control, encuestas de satisfacción o de clima.	Lo considera muy importante, ya que en algún momento fue víctima de maltrato psicológico cuando fue practicante en alguna empresa. Considera que se debe promocionar y hacer campañas de difusión acerca de la desatención en salud mental y cómo afecta a los trabajadores y su impacto en la organización. Cree que aún es un tabú hablar de salud mental y que en el Perú no solemos tocar el tema por miedo o vergüenza.	Es un tema tabú y que muchos no creían en la importancia del cuidado o "mantenimiento" del pensamiento, o ser espiritual. Se necesita de mucha atención y cuidado para evitar enfermedades que pueden causar hasta la muerte.
9	Imágenes de los entrevistados				

Tabla G3

Entrevistas Primera Ronda (3/4)

		Entrevistador	Hugo Hernández	Hugo Hernández	Hugo Hernández
		Entrevistado	Javier Morales,	Oscar Llerena	Raúl Luna
It	Categoría	Preguntas	Depot Operations	Warehouse & Distribution Manager	Supervisor de Planeamiento
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	(1) Crecer como persona, evolucionar en el tiempo aprendiendo más en el día a día, así como el crecimiento de las personas de su entorno. Todo lo anterior con el fin de una mejor calidad de vida. (2) La competitividad y los retos del día a día. No le agrada lo urgente y aquellas actividades que no depende de él, pero afecta su resultado.	(1) El motor de su motivación es la familia, es la fuerza invisible de sus decisiones e involucra a ellos (2) Encanta la gestión humana y poder ayudar a las personas. Es importante para él participar de la gestión en las personas. Es importante que las personas se identifiquen en la cadena productiva y resaltar su importancia. (2) En una transnacional las decisiones son de nivel más corporativo y toma un tiempo para poder obtener los resultados. En su anterior centro de labores las decisiones eran más rápidas porque era una empresa local.	(1) El impulsor de su crecimiento es su familia en su perspectiva personal y, en el aspecto profesional es segura capacitándose y en el tiempo conseguir nuevas posiciones. (2) Gusta del trabajo, el día a día por los nuevos casos y no es rutinario. La rutina genera confort. No le agrada o lo difícil es el manejo del personal por los diferentes caracteres. Personas buscan atención y debe escucharlos para generar soluciones. El tiempo que dedica a ellos porque suelen buscarlo con mucha frecuencia.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	(1) Cambiaría la rutina actual por aquella que tenía antes de la pandemia: salir el fin de semana y relajarse, ir al cine. (2) Hacer deportes de experiencia que permita compartir una mayor interacción con los amigos. Dejar las actividades individuales por grupales, así por ejemplo el gimnasio por el ciclismo en grupo	(1) Cambiaría sus tiempos de trabajo para pasar mayor tiempo con su familia, y tener un negocio considera que puede ser el camino. (2) La emoción más grande ha sido el nacimiento de sus hijos. Esa experiencia es invaluable y no podría cambiarla.	(1) Cambiaría la rutina actual (estudio y trabajo) para dedicarle más tiempo a la familia. (2) Las emociones que ha experimentado con su abuelo y eso los refiere como pilares de superación. Su imagen y convivencia; y volvería a repetirla buscando absorber más experiencias de él.
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Se despierta bastante temprano y después de su aseo se dirige al trabajo. Durante las mañanas atiende reuniones y por las tardes los pendientes personales. Algunas veces se retira tarde del trabajo tarde porque debe dejar encaminada la operación. En las noches se encuentra estudiando inglés 3 veces por semana y aquellos que no estudia hacer ejercicios. Los fines de semana intenta relajarse saliendo a comer o caminar. Al final del día revisa sus pendientes del trabajo (2) Ver televisión, conversar vía chat, trotar.	(1) Despierta y luego de asearse, comparte tiempo con la hija. En el trabajo busca reunirse con personas. Distribuye 03 días en planta y 02 haciendo home office. (2) Trata de equilibrar la rutina familiar y laboral. Comparte tiempo con los hijos: almuerzos, juegos, vivencias.	(1) Despierta 05:45 y luego de desayunar con su esposa e hijo, traslada a su hijo a casa de su mamá y acompaña a su esposa a su centro de trabajo. Llega al trabajo, revisa la planificación, recorre la planta y retorna a la oficina a atender reuniones y dar respuestas a mensajes. Retoma a casa pasada las 18:30 hrs. y cuando corresponda, atiende sus clases de maestría. (2) En sus ratos libres, dedica a ver televisión con su esposa e hijo. Por la pandemia no realiza más actividades. Antes de esta etapa solía salir a pasear y visitar a la familia.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Considera que se preocupan por él su familia y enamorada en lo personal y, en lo profesional las personas a quien reporta. La preocupación es ver que afecta, en qué se pueda ayudar y aprender de las experiencias.	Siente que la familia se preocupa por él en sus actividades. Comparte y entre todos se hacen un seguimiento de cumplimiento de objetivos	Siente que su esposa, Melisa, se preocupa por él y recibe mucho impulso. Considera que la persona quien provee la motivación para estudiar, superarse. Recibe consejos de parte de ella.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Vive con su mamá y es el cuarto de cinco hermanos. Dos solteros que viven solos, dos casados que viven con sus parejas y él que vive con su mamá.	(1) Tiene una hija, un hijo y su esposa. Es lo más maravilloso disfrutar con ellos y su bien máspreciado. (2) Su relación es directa, comunicativa, abierta.	(1) Tiene dos hijos (14 y 5 años) y su esposa. (2) Tuvo un hijo a sus 22 años y no prosperó su primera relación. Con su hijo el mayor comparte los fines de semana y se comunica todos los días; está pendiente de él. Con su segundo hijo se sienta más padre que no pudo realizar con el primero.
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	(1) Amigos: Christian, Julio, Natalie, Milagros, Ricardo. (2) Son amigos de la infancia, universidad y de trabajos anteriores. (3) Las actividades que solían hacer era ir al gimnasio, cine, conversar antes de la pandemia. Después la interrelación social con ello ha disminuido considerablemente	(1) Sus amigos (4) Asdrúbal, Hernán, German y Gustavo. (2) Todos se conocieron en la infancia en su pueblo natal. (3) Sus mejores amigos son los de infancia y aún mantiene contacto cercano con ellos. Su vida social está limitada por la coyuntural. El contacto es virtual, por teléfono	(1) Sus amigos (4) Giancarlo, Henry, Alex, Arturo. (2) Al primero lo conoció en el colegio y a los demás son de su barrio. (3) Con los amigos del barrio solía compartir juegos. Antes de la pandemia, solía reunirse con ellos y sus familias. Era frecuente celebrar cumpleaños Ahora, el contacto es virtual vía zoom
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	(1) Tranquilo y no podría ser de otra forma porque siempre siente un sentido de urgencia en sus actividades laborales. (2) La pandemia sí afectó su rutina diaria porque existe menos actividades sociales que puede hacer, pero eso ha generado estrés.	(1) Se considera súper motivado y siente que la empresa se alinea a sus objetivos. (2) La pandemia ha generado que se invierta más tiempo con la familia porque ha interrelacionado actividades virtuales desde casa; sin embargo, al inicio fue estresante, con incertidumbre.	(1) Se siente preocupado y con miedo por la situación actual. Tiene a sus padres mayores por los cuales siente preocupación. (2) La pandemia ha generado una mayor sensación de preocupación.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	(1) La salud mental ha sido dejada de lado. Los problemas necesitan ser abordados en cualquier actividad que hacemos y como no se ve no se atiende. (2) En el trabajo se necesita escuchar y estar más cerca de los equipos y encontrar un nivel de medición asociado a la salud mental, buscando hacerlo visible. (3) La gente toma interés solo cuando una persona de su entorno se ve afectada y afecta el performance de la compañía	(1) La salud mental es importante porque es el pasaporte del éxito en la gestión de tus responsabilidades y objetivos. Por eso es importante mantener el equilibrio porque tiene relación directa con la salud mental.; y es parte del éxito en la vida. La salud mental se puede mantener saludable en alma, cuerpo y espíritu. (2) Cuidando el equilibrio en trabajo, administrando las desviaciones en las actividades. Trabajamos con personas y debemos estar atentos (3) No, porque la gente no brinda la importancia del caso y eso viene desde la etapa formativa	(1) La salud mental es necesaria. Tiene familiares que han necesitado ayuda para superar problemas de alcoholismo. La enfermedad termina destruyendo a él y su familia. La salud mental se puede mantener saludable en alma, cuerpo y espíritu. (2) Para cuidar la salud mental hace falta comunicación. En esta época de pandemia, se ha visto inmerso en mayor atención de preocupación del personal. Las personas necesitan ser escuchadas. (3) No ha escuchado o mucho y si bien existen programas, pero no existe una mayor difusión, La gente desconoce el termino de salud mental y no se ha brindado la importancia, no solo a nivel del trabajo sino a nivel país. No existen políticas.
9	Imágenes de los entrevistados				

Tabla G4

Entrevistas Primera Ronda (4/4)

It	Categoría	Entrevistador	Entrevistado	Rebeca Salas Mariella Sánchez Project Leader en consultoría 30	Rebeca Salas Mariapia Ayala Jefe comercial en retail 30	Rebeca Salas Paola Calderón Jefe de ventas de Telecomunicaciones 37
1	Bio	Preguntas ¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no? Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	Formar una familia, mudarse a una casa propia. Casarse. Profesional: Emprender	Crecer como persona, valores y creencia en Dios. Tener familia consolidada. Seguir creciendo en su trabajo, know how para emprender.	Sus hijas, familia. En su trabajo motivación por los nuevos retos. Lo que no le agrada es la cantidad de trabajo o actividad que no permiten avanzar con nuevos proyectos.	
2	Bio	¿Cuál es tu rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Lo que más me agrada en mi empresa: compañeros Y lo que no me agrada: es la verticalidad y falta de comunicación con el jefe.	Recortes intempestivos en la empresa, no le gustan. Sentimientos incertidumbres por despidos. Inestabilidad laboral, genera ansiedad, y tensión.	Experimentar el estrés por el contexto, miedo por la Covid y ansiedad. Trabaja en ventas y la presión cada vez es más grande.	
3	Actividades	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Suele trabajar mucho y todo el día trabaja. El poco tiempo lo usa para conversar con su mamá o novio. De lunes a viernes y los fines de semana: trabaja o ve series. Mamá y novio. El jefe no tiene cercanía. Nadie en lo laboral, ni compañeros porque no hay confianza y con su jefa no tiene cercanía. Nadie en lo laboral, ni compañeros porque no hay confianza. Nadie comenta cosas personales, menos problemas mentales, todo es tabú o lo ven muy mal visto.	Alistarse, pendientes del trabajo. Tiempos libres bailar, clases de baile (cada vez que puede), series. Salir fin de semana a pasear con su enamorado.	Dejar listas a sus hijas, conectadas al colegio. Todo listo para el día, e ir a su trabajo. Tiempos libres, atender a sus hijas y jugar con ellas. Deporte.	
4	Creencias	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos? ¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Relación cercana con su mamá (contadora en la embajada), hermano mayor médico que vive en EEUU.	Familia, se preocupa más. Jefe de manera "superflua".	Familia y hermanas. En lo profesional no hay, solo es familia.	
5	Familia	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Amigas de la universidad, salían por un café o a bailar. Ahora todas son amigas antes de la pandemia y realizas ahora reuniones virtuales.	Padres: papá con su negocio, mamá docente. Hermana menor psicóloga.	Vive con su esposo y dos hijas pequeñas.	
6	Círculo Social	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	En casa por pandemia con menos tensión, en la oficina siente mayor estrés por el ambiente laboral junto al jefe. En pandemia, si bien sigue con la carga laboral prefiere estar en su casa, y no sentir el ambiente de "alta competencia" que genera mucho estrés. Siente mucha frustración.	Tiene tres círculos de amigos: universidad, colegio y parroquia. Antes salían a bailar y despejarse, ahora solo zoom.	Amigas de la universidad, colegio y padres de familia del colegio de sus hijas. Antes iban a la playa o hacían reuniones familiares entre amigos. Ahora es solo Zoom, no pierden el contacto.	
7	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Perú lo ven como tabú, psiquiatra o psicólogo la gente juzga o no lo hacen o no lo dicen. No hay muchos profesionales que tocan este tema, o psicólogos especialistas en el tema. Importante, que hace que las personas continúen en el día a día. Cuidar la salud en el trabajo mediante nexos importantes RRHH. Importante para mejorar la confianza en los colaboradores, empoderarlos y generar seguridad.	Tuvo cambios emocionales, estrés, contracturas, dolor de estómago por incertidumbres y ansiedad en lo laboral. Acudió al psicólogo ella y familia.	Hay mucha presión, y trata de sobrellevar el estrés, trabajar mucho de la mano de su equipo. Siente mucho miedo por el contagio, pero las condiciones en su centro laboral hacen que se sienta segura.	
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Perú lo ven como tabú, psiquiatra o psicólogo la gente juzga o no lo hacen o no lo dicen. No hay muchos profesionales que tocan este tema, o psicólogos especialistas en el tema. Importante, que hace que las personas continúen en el día a día. Cuidar la salud en el trabajo mediante nexos importantes RRHH. Importante para mejorar la confianza en los colaboradores, empoderarlos y generar seguridad.	Importante, sobre todo en época de pandemia. Ayuda profesional. Cambiaría en lo personal, acercarse más a Dios. Mejorar en organizarse mejor sobre todo por el cambio en pandemia (rutinas), retomar orden en su día a día. Esquivaba, con las actividades para evitar el "sentirse mal o aceptar" es bueno trabajarlo con ayuda profesional. Salud mental, normalizaría un psicólogo, irá a ver cómo se siente. Entender por qué y empezara sanar. Los centros laborales deberían preocuparse por eso, pilar para mejoras en productividades.	Muy importante, considera que los psicólogos deben de estar muy relacionados con la salud mental para tratarlos, antes era tabú pero hoy por la coyuntura está saliendo más. Se ve la salud mental como "algo raro", saber aceptar y respetar, apoyarlas mucho, sino con mucha ayuda profesional. Considera tomar conciencia desde pequeños.	
9	Imágenes de los entrevistados					

Apéndice H: Entrevistas Segunda Ronda

Tabla H1

Entrevistas Segunda Ronda (1/4)

Entrevistador			Yhon Deudor	Yhon Deudor
Entrevistado			Frank Torres	José Condor
It	Categoría	Preguntas	Jefe de Taller y Servicios	Jefe de Proyectos
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	Su motivación y su centro de apoyo es su familia. Del centro de labores le gusta el grupo de trabajo, ha logrado compenetrar y formar un buen equipo. No le gusta que la falta de soporte no ayude a desarrollar las ideas de mejora en el proceso de mantenimiento	Su motivación son sus padres. Le gusta diseñar e innovar en la metodología de enfoque en cada proyecto. No le gusta realizar reproceso o reformulación de proyectos por falta de información oportuna.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	No cambiaría nada, me siento satisfecho con los logros alcanzados en lo profesional y familiar. Los más emocionante ha sido la llegada de mi primer hijo y esa emoción no la cambiaría.	Me siento satisfecho con los logros alcanzados y no lo cambiaría. La emoción que vivo constantemente es la de culminar un proyecto con los objetivos alcanzados y esa emoción no las cambiaría.
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	En tiempos libres los paso con tres hijos y mi esposa.	Escucho música y leo.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Mi esposa es la que me brinda soporte.	Mis padres.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Mi familia está integrada por mis tres hijos mi esposa, nos llevamos bien y tratamos de compartimos cada momento.	Vivo con mis padres y mi hermano tengo una relación estrecha y tratamos de compartir los tiempos libres.
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Tengo pocos amigos; Eduardo, José y Yhon, los conocí en el colegio, la universidad y en el trabajo, solíamos tocar guitarra y escuchar música.	Tengo pocos amigos debido a la rutina que tengo, los conocí en la universidad y escuchábamos música y salíamos a reuniones.
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Mi estado de ánimo es de ser tolerante, debido a que trabajo con personas. En época de pandemia me estrese más de lo habitual debido a la carga extra asumida.	Me considero jovial pero poco tolerante a los reprocesos. En época de pandemia me estrese fuera de lo habitual y cambio mi estado de ánimo a ser poco tolerante.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Me parece importante y que debe de ser atendido para no solo por las personas sino también por parte de las empresas.	Las personas no están habituadas a tocar temas de la salud mental por lo que es importante ser abordado.
9	Imágenes de los entrevistados			

Tabla H2

Entrevistas Segunda Ronda (2/4)

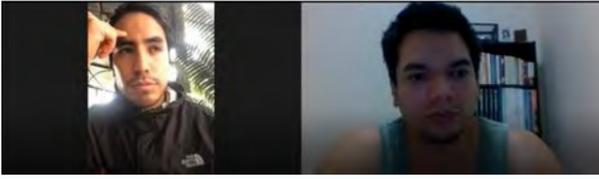
		Entrevistador	Gonzalo Salas	Gonzalo Salas
		Entrevistado	Ing. Christian Vega	Ing. Pablo Castillo
It	Categoría	Preguntas	Jefe de Campo	CEO Heladería Enrolados
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	Su motivación personal es su familia, padres y hermanos. Lo que más le agrada de su centro de labores es aprender y desarrollarse como profesional.	Su principal motivación es su familia. Lo que le agrada de su centro de labores es que se mantiene activo en todo momento y aprende nuevas cosas.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	En lo personal no cambiaría nada. Sin embargo, en lo profesional desearía haber trabajado desde la universidad para ir ganando experiencia desde temprana edad. La emoción que más ha experimentado es el estrés y tensión por tratar de cumplir con los requerimientos de los proyectos.	No cambiaría nada en lo profesional ni personal. La emoción que más ha experimentado es la ansiedad, se considera una persona muy activa que le gusta el deporte, el deporte ha sido un aliado para bajar sus niveles de ansiedad.
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Suele levantarse muy temprano, ir a la obra y supervisar los trabajos hasta el final del día. Luego, llega al hotel, cena y se pone a leer un libro hasta descansar. En sus ratos libres solía jugar fulbito con sus amigos y salir a comer antes de la Pandemia.	Se levanta muy temprano, empieza a asistir a sus tiendas para supervisar y dar instrucciones a los managers de cada local y ayudarlos con los insumos. Luego, regresa a su casa y planifica los recursos para cada tienda para proyectas las siguientes compras hasta que al final descansa hasta el día siguiente. En sus tiempos libres le gusta hacer deporte, manejar bicicleta, correr y reunirse con sus amigos.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Su familia es la que se preocupa por él y su enamorada. Se preocupan preguntado por él, llamándolo para ver que se encuentra bien.	Considera que su mamá es la que más se preocupa por él.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Su relación es muy buena con sus papás y hermanos, son unidos entre todos. Tiene dos hermanos mayores y una hermana menor. Sus hermanos mayores tienen su propia familia y la menor vive con sus padres, a pesar de ello son bastante unidos.	Vive solo, pero tiene a sus dos papás, un hermano y una hermana, ambas menores. Su relación no es muy buena con sus hermanos, le gustaría que fuese mejor, más estrecha. La relación con sus papás es muy buena.
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Sus amigos se llaman Pablo, Michael, Gonzalo. Los conoció en la universidad y solía salir a comer con ellos o asistir a reuniones. Ahora por la pandemia ya no se puede, solo videollamadas.	Sus amigos se llaman Manuel y Gonzalo. Los conoció en la universidad. Antes de la pandemia solían hacer deporte, salían a correr, asistir a reuniones. Hoy por la pandemia ya no se reúnen, solo por mensajes y videollamadas.
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Trata de mantenerse equilibrado, aunque considera que el nivel de estrés y ansiedad es bastante común por la carga laboral y la exigencia de cumplir con los plazos de los hitos en obra. Sí considera que la pandemia ha acrecentado las emociones malas debido a la incertidumbre.	Su estado de ánimo habitual es de entusiasmo, suele ser muy activo. Pero, también suele ser bastante reflexivo y en ocasiones tiende a la depresión y ansiedad hasta poder frustrarse. La pandemia definitivamente ha impactado negativamente en su estado anímico.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Considera muy importante la salud mental, para él es un tema tabú que mucha gente evita o no quiere hablar. Se podría cuidar capacitando a los jefes o directivos, dando charlas y herramientas para que puedan mejorar sus tratos con el personal.	Considera de suma importancia la salud mental. Para él aún es un tema tabú en el Perú, no se suele hablar del tema y si se habla es en círculos muy íntimos. Debería normalizarse el hablar de salud mental, se podría cuidar la salud mental dando charlas y capacitaciones acerca del tema en las empresas y a los líderes para que sepan abordar y manejar a sus equipos de trabajo. Sobre todo, en el trato al personal.
9	Imágenes de la entrevista			

Tabla H3

Entrevistas Segunda Ronda (3/4)

		Entrevistador	Hugo Hernández	Hugo Hernández
		Entrevistado	Ubilberto Blanco	Marcos Ruiz
It	Categoría	Preguntas	Supervisor de Operaciones	Supervisor de Operaciones
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	(1) La motivación profesional es el crecimiento y contribuir a solucionar los problemas de la gente que dirige. La motivación personal es mejor que los padres y transmitir esa trascendencia a los hijos. El ser mejor es cumplir con los objetivos que se plantea y en eso encuentra su motivación. (2) Gusta de los retos diarios que ocurren en la oficina. No es de su agrado cuando siente la impotencia de no solucionar un problema porque no cuenta con la experiencia o el recurso para brindar la solución esperada.	(1) La familia es la motivación y pensar en un mejor futuro para sus hijos es su motivación personal. En el aspecto profesional es el crecimiento y motivado en la familia. (2) Gusta del trabajo porque no es rutinario y aprendizaje constante. No le agrada cuando las personas de su equipo no tienen constancia y compromiso.
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	(1) No cambiaría nada de lo que ha vivido hasta el momento a nivel profesional. Considera que uno es el resumen de nuestras experiencias. A nivel personal cambiaría su reacción ante algunos eventos. (2) La emoción más fuerte fue su operación por una peritonitis ante una mala evaluación médica. No tuvo a sus padres cerca. Después de la operación y al despertar valoro un vaso de agua. Todo hizo que sintiera más consideración hacia su familia. Esta experiencia no la cambiaría.	(1) Cambiaría el tiempo en el cual inicio sus estudios universitarios desde la perspectiva profesional. (2) Las emociones que ha experimentado son cuando adquirido su departamento por la seguridad que brindaba a su familia. Además, el nacimiento de sus hijos. Ambas emociones no las cambiaría.
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	(1) Despierta a las 05:00 am y a las 06:00 lleva a su pareja a su trabajo. Luego se dirige a la oficina y arriba a las 08:00 horas. Se retira y retorno a la casa a las 20:00 horas. Saca a su mascota a caminar. (2) En sus ratos libres, Los fines de semana suele ir a la playa a ver el atardecer. También compartir con la familia.	(1) Después de despertarse y levantarse, compra el pan y retorna a darse un baño. Desayuna con los hijos, uno de ellos participa de la elaboración. Llega al trabajo y realiza sus actividades. Al retornar a casa, suele caminar con su esposa. al regresar toma un baño. A veces continúa conectada al trabajado y suele ver televisión. Su día empieza a las 06:30 horas y termina entre 23:00 a 24:00 horas. (2) En sus ratos libres, rellena el crucigrama porque busca aprender vocabulario. Los fines de semana ve películas con la familia y otras veces solo con su esposa.
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Siente que su pareja, Liz, se preocupa por él. También están sus padres. Su pareja Liz es la que está pendiente de lo que sucede con él. Conversan bastante	Siente que su esposa, se preocupa por él. Desde los alimentos, pendiente de su salud. Conversa de asuntos laborales con ella. También su mamá y hermana que es su contemporánea. En el ámbito profesional, es su esposa. El motivo para iniciar sus estudios universitarios.
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	(1) Tiene seis hermanos. Todos varones y es el tercero de los hermanos. Vive con su Liz, su pareja. (2) La relación con los hermanos es bastante amical y considera que un factor que contribuyo es por la poca diferencia de edades. Solían hacer reuniones, pero no se hace por el momento debido a la pandemia.	(1) Su esposa se llama Betsy y estudia marketing. No ejerce después de cinco años del nacimiento de su segundo hijo. Comparte experiencias vividas y considera que sus- hijos son bastante correctos. Arath (15 años) y Luis (13 años) son los nombres de sus hijos, además de una mascota. (2) Conversa mucho con la esposa e hijos. El mayor ha decidido que estudiar y Luis aún está en el proceso de decidir su profesión
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	(1) Sus amigos son Juan es su mejor amigo. también están Iván, Raúl y Marcos. (2) A Juan lo conoció en la universidad. A Iván en su anterior trabajo. Raúl y Marcos son de actual trabajo. (3) Antes solían compartir salidas en familia. Ahora, el contacto es virtual vía zoom y redes sociales	(1) Sus amigos (3) Nilton, José y Ronald (2) A todos los conoció en el colegio. (3) Antes de la pandemia solían frecuentarse. Nilton es de mayor cercanía amical y familiar. Solían viajar en familia a clubes de esparcimiento. En época de pandemia solo ha quedado la comunicación telefónica.
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	(1) Su estado de ánimo por lo general es de tranquilidad. No pierde el control ante situaciones complicadas (2) La pandemia ha desarrollado la virtud de la paciencia para entenderse y entender a otras personas.	(1) Normalmente su perspectiva es positiva sobre la vida y esta con el mejor ánimo posible hasta en problemas adversos. Su forma de ser influye en su estado de ánimo. Suele ser así en familia y ámbito laboral. (2) La pandemia no ha modificado mucho su estado de ánimo. Siente preocupación por el contagio de la Covid.
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Piensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	(1) La salud mental está relacionada al tema emocional y en estos tiempos tiene mayor relevancia. Si uno está bien internamente, puede hacer las cosas bien. En mundo de tantos cambios existe mucho estrés. Las personas deben adaptarse rápidamente y si no lo hacen sufren problemas como el estrés. (2) Para cuidar la salud mental deben existir talleres con especialistas dedicados. (3) La salud mental es un tabú porque se habla muy poco y es la estigmatización de las personas al hablar del tema	(1) La salud mental es contaminada por el mal ánimo. El comportamiento de las personas influye en la salud mental. (2) Para cuidar la salud mental es importante la comunicación con un lenguaje claro y trascender. De acuerdo con la complejidad de los temas debería ser abordado por los expertos. (3) No ha escuchado mucho de salud mental. Solo a nivel de supervisores y si no ha sido tratado, este no es tomado en cuenta. Esto ocurre por la poca difusión y solo fue escuchado a nivel de la universidad.
9	Imágenes de la entrevista			

Tabla H4

Entrevistas Segunda Ronda (4/4)

It	Categoría	Preguntas	Entrevistador	Rebeca Salas	Rebeca Salas
			Entrevistado	Fátima Mendiola	Diego Vásquez
				Jefe comercial en inmobiliaria 31	Jefe comercial 32
1	Bio	¿Cuál es tu motivación personal y profesional? ¿Qué es lo que más te agrada de tu centro de labores y qué no?	Motivación personal, retarse y cumplir sus metas. Motivación profesional línea de carrera, obtener más experiencia para su propio negocio. Le gusta el ambiente de trabajo y lo que no le gusta es que tratan a las personas como máquinas por el sobre trabajo.	Profesional: hacer crecer su propio negocio. Personal: tener su propia familia.	
2	Bio	Respecto a tus vivencias, ¿qué cambiarías en lo profesional o personal? ¿Cuál ha sido la emoción que más has experimentado? ¿Por qué? ¿La cambiarías?	No cambiaría nada, porque aprende de todo. La emoción que más ha experimentado ha sido ansiedad e incertidumbre a inicios de Covid.	Ansiedad, angustia por no saber lo que pasará. Sí las cambiaría para mejorar mi bienestar.	
3	Actividades	¿Cuál es su rutina diaria? ¿qué hace en sus tiempos libres?	Deporte, trabajo y luego salir a pasear a su mascota. Le encanta el deporte, surf, skate, y salir a caminar.	Trabajo de lunes a viernes y los fines de semana realizo deporte.	
4	Creencias	¿Quién y de qué forma se preocupa por Ud. en su vida personal y profesional?	Mi familia.	Mi familia.	
5	Familia	¿Podría comentarnos acerca de los integrantes de su familia y cómo es su relación con ellos?	Tiene dos padres y tres hermanos; una hermana menor, y dos hermanos mayores. Tiene cercanía con su hermana menor y su mamá. Indica que cada uno vive aparte.	Vive con sus padres y tiene su hermana mayor que vive con su esposo.	
6	Círculo Social	¿Cómo se llaman sus amigos? ¿Cómo los conoció? ¿Qué actividades realizabas con tus amigos antes de la pandemia y realizas ahora en época de pandemia?	Del colegio y universidad. Antes salía a reuniones y a bailar. Ahora solo sale con su grupo reducido de amigos con quienes hace deporte.	Amigos de la universidad, los ve por zoom. Antes salía a comer algo o reunirse con ellos.	
7	Problema	¿Cómo calificaría su estado de ánimo habitual en su centro de labores? ¿Por qué? ¿Considera que la pandemia ha acrecentado o impactado en su estado anímico? ¿Cómo?	Al inicio con mucha ansiedad, el encierro hacía que no durma bien y se despertaba de mal humor, no era productiva en el trabajo y había sobrecarga laboral. Pero ahora está bien supo adaptarse y se siente más tranquila.	Estado de ánimo susceptible con cambios emocionales e irritabilidad por el estrés y sobrecarga laboral.	
8	Problema	¿Qué opinión te merece la salud mental? ¿Cómo podríamos cuidar la salud mental en el trabajo? ¿Pensas que la gente conoce y habla sobre salud mental? ¿Por qué?	Importante, es una inversión necesaria que se debe de dar en las personas. Las empresas deben de respetar los tiempos de las personas (vida personal y profesional), cada persona necesita salud mental es sinónimo de algo malo, no necesariamente, es un tabú que debe de desaparecer.	Indispensable para poder vivir, se considera como algo tabú o un servicio que no vale la pena invertir, pero se debe romper ese desarrollarse en todos los ámbitos de sus vidas. La gente cree que el pensamiento y pensar que es como cualquier enfermedad física.	
9	Imágenes de los entrevistados				

Apéndice I: Plan de Marketing Sanamente

Figura I1

Portada



Figura I2

Datos de la Marca

SANAMENTE

Datos de la Marca

- Sanamente surge en el contexto de COVID-19 por la necesidad priorización del bienestar de los peruanos con el objetivo de prevenir alguna patología que atente contra la salud mental.
- Su nombre se inspira en mente sana y hábitos de forma "sanamente" para promover y enseñar herramientas que sirvan de guía emocional.

Políticas

- Brindar siempre un producto de calidad.
- Fidelizar a los clientes a través de la experiencia y personalización.
- Incentivar hábitos de bienestar emocional.
- Satisfacer todas las necesidades de malestar emocional de los usuarios.
- Cumplir con las normas de seguridad y contratos de confidencialidad del usuario.

- **Visión:** Posicionamos como el mejor aplicativo de bienestar con mayor cantidad de descargas y frecuencia de uso en el Perú.
- **Misión:** Brindar herramientas tecnológicas mediante el app de prevención y atención a malestares emocionales y ofrecer guías que promuevan el bienestar en más peruanos.



Figura I3

Cinco Fuerzas de Porter

SANAMENTE

5 Fuerzas de Porter



Mercado Objetivo

✓ Adultos de 18 a 65 años de edad que trabajen o estudien desde sus casas y pertenezcan al NSE A -B que deseen mejorar su bienestar emocional.



Figura I4

Análisis FODA

SANAMENTE

FODA

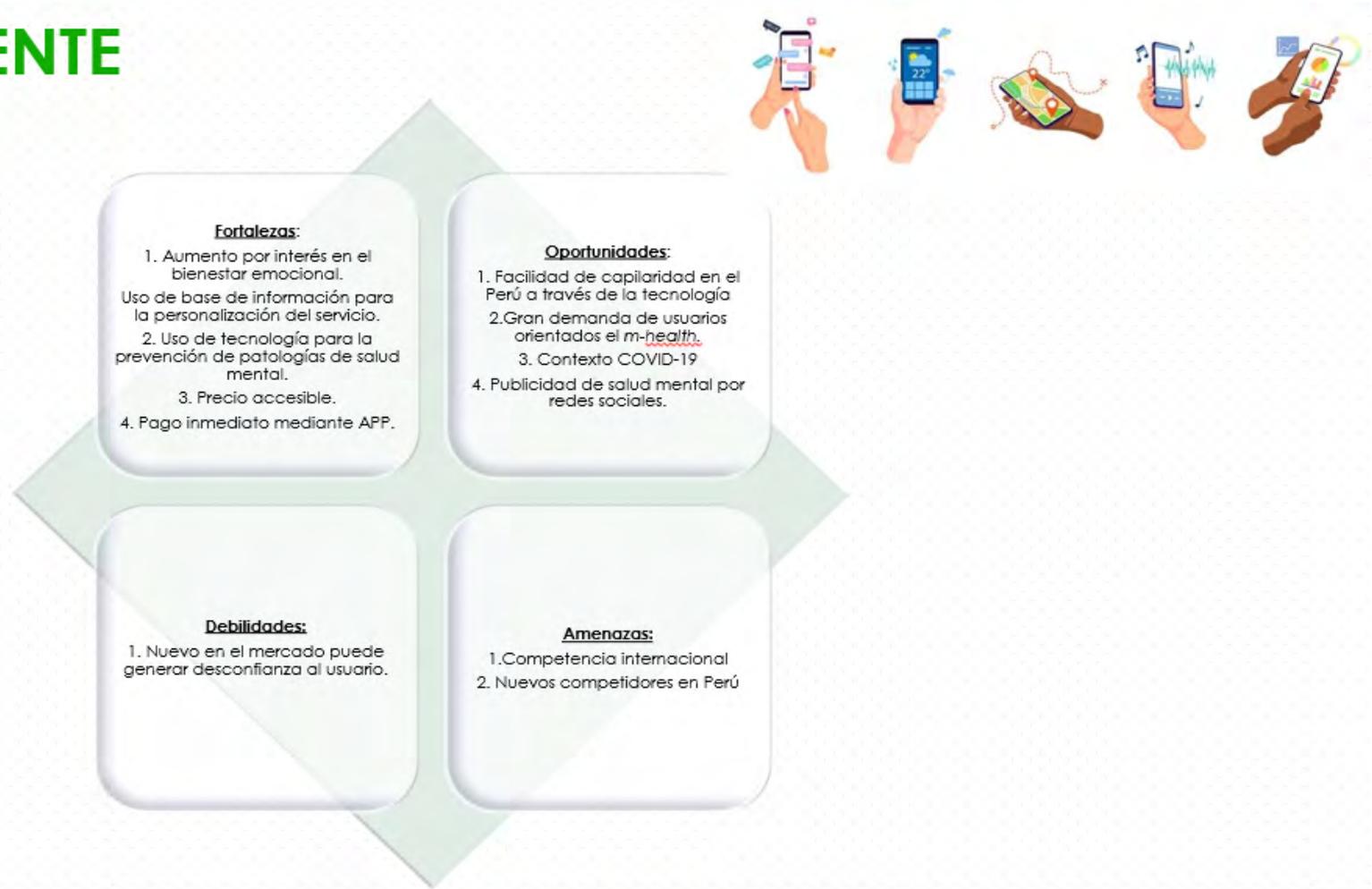


Figura I5

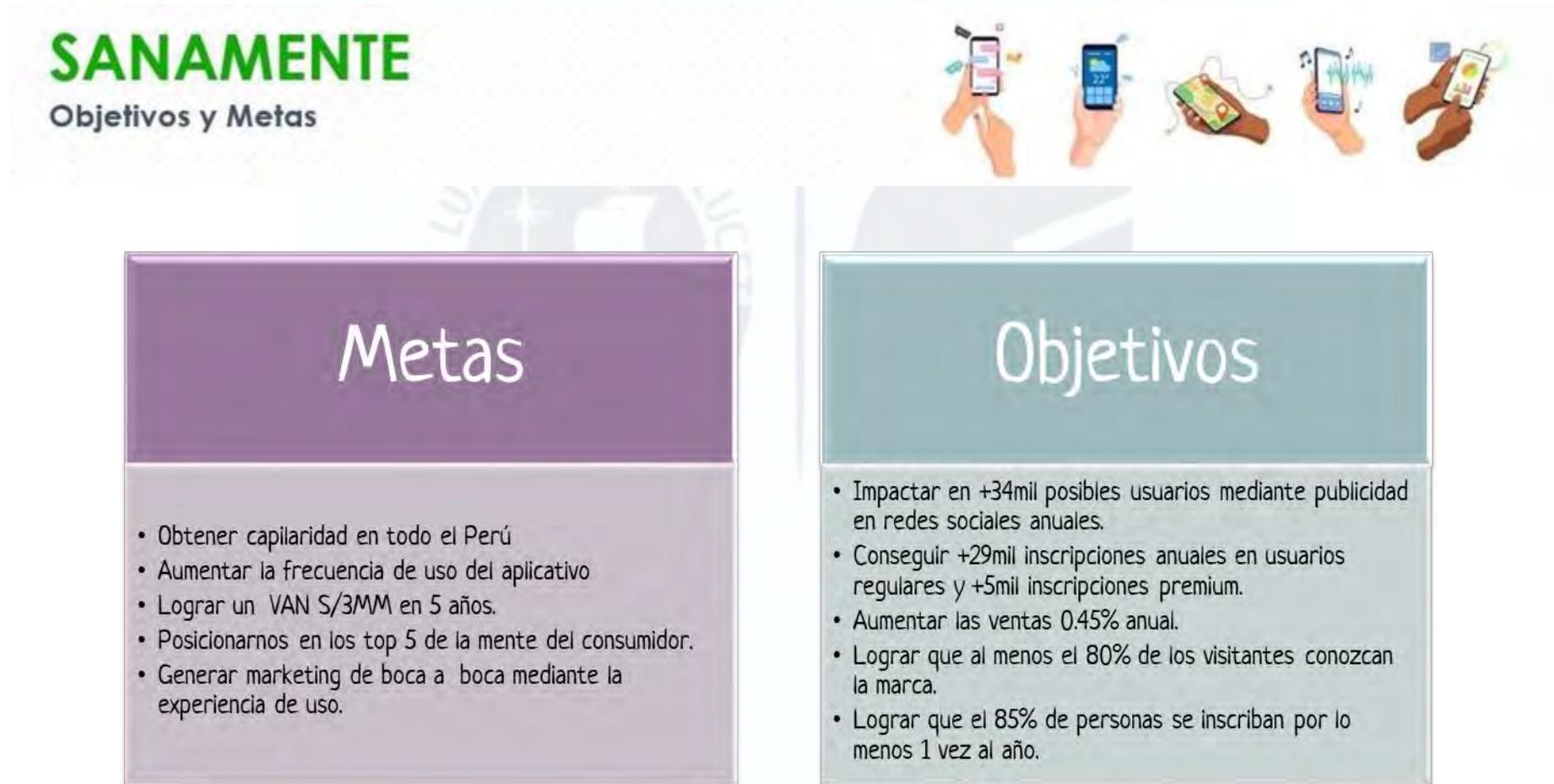
Objetivos y Metas

Figura I6

Benchmarking de Apps Populares (1/2)

SANAMENTE

Benchmarking de Apps Populares

Tabla 1.
Características de las aplicaciones incluidas.

Nombre	Cantidad de descargas (más de)	País	Costo	Categoría	APP o Chat
TCC Diario de Pensamiento (Inquiry Health LLC, 2020)	50,000	EE.UU.	Gratuita	Salud y bienestar	APP
En calma en el quirófano (Softwhisper, 2018)	1,000	España	Gratuita	Medicina	APP
Pacifica (Sanvello Health Inc., 2020)	500,000	EE.UU.	Versión gratuita y versión paga (\$5.99 mensuales)	Salud y bienestar	APP
Psicólogos – Ansiedad, depresión, estrés y parejas (Ifeel, 2017)	50,000	España	€24.99 mensuales	Salud y bienestar	Chat
Tu psicólogo online. Pareja, ansiedad, depresión (TherapyChat, 2017)	10,000	España	€116 mensuales	Medicina	Chat

Figura 34. Características de las aplicaciones móviles (mHealth).

Tomado de "Aplicaciones móviles para ansiedad: una revisión en Argentina," por M. Celleri & M. Garay, 2021. *Revista Argentina De Ciencias Del Comportamiento*, 13(1), 17–24.

En una instigación de Características de las app de Mhealth por Celleri & M.Garay (2021) detectaron mediante rigurosos filtros de selección las mejores aplicaciones de salud mental.

Se tomaron 4 variables importantes a considerar:

1. Similitud en core de servicios.
2. Popularidad por cantidad de descargas.
3. Precio –tarifas.
4. Modalidad de interacción con el usuario.

- ✓ Como ventaja elegimos un *Blended* de modalidad de contenido y chat.
- ✓ Tarifas gratis, regular y premium, según precios de referencia acorde al servicio.
- ✓ **Resultado:** Sanamente será un app que tendrá guías de meditación como APP y Chat de especialistas para SOS en usuarios premium.

Figura I7

Benchmarking de Apps Populares (2/2)



Figura I8

Estrategias de Marketing (1/2)



Figura I9

Estrategias de Marketing (2/2)

SANAMENTE

Estrategias de Marketing



Figura I10

Diseño (1/2)



Figura I11

Diseño (2/2)

SANAMENTE

3. Plan de Medios y presupuesto

Redes sociales: publicidad sin costo.

Influencer: \$/45k por 4 meses.

Perfil del influencer:

- Contenido de bienestar emocional.
- De preferencia que tenga inclinación por ejercicios mindfulness.
- Animal lover
- Que tenga más de 1MM seguidores.
- Edad de 25 a 45 años

Publicidad

Storie 1: descargando el app e inscribiéndose.

- Storie 2: Experiencia y recomendación del servicio recibido, el storie será grabado desde su domicilio u oficina.

- No incluye guión o pauta.

- Cada storie tiene una duración de 15 seg.

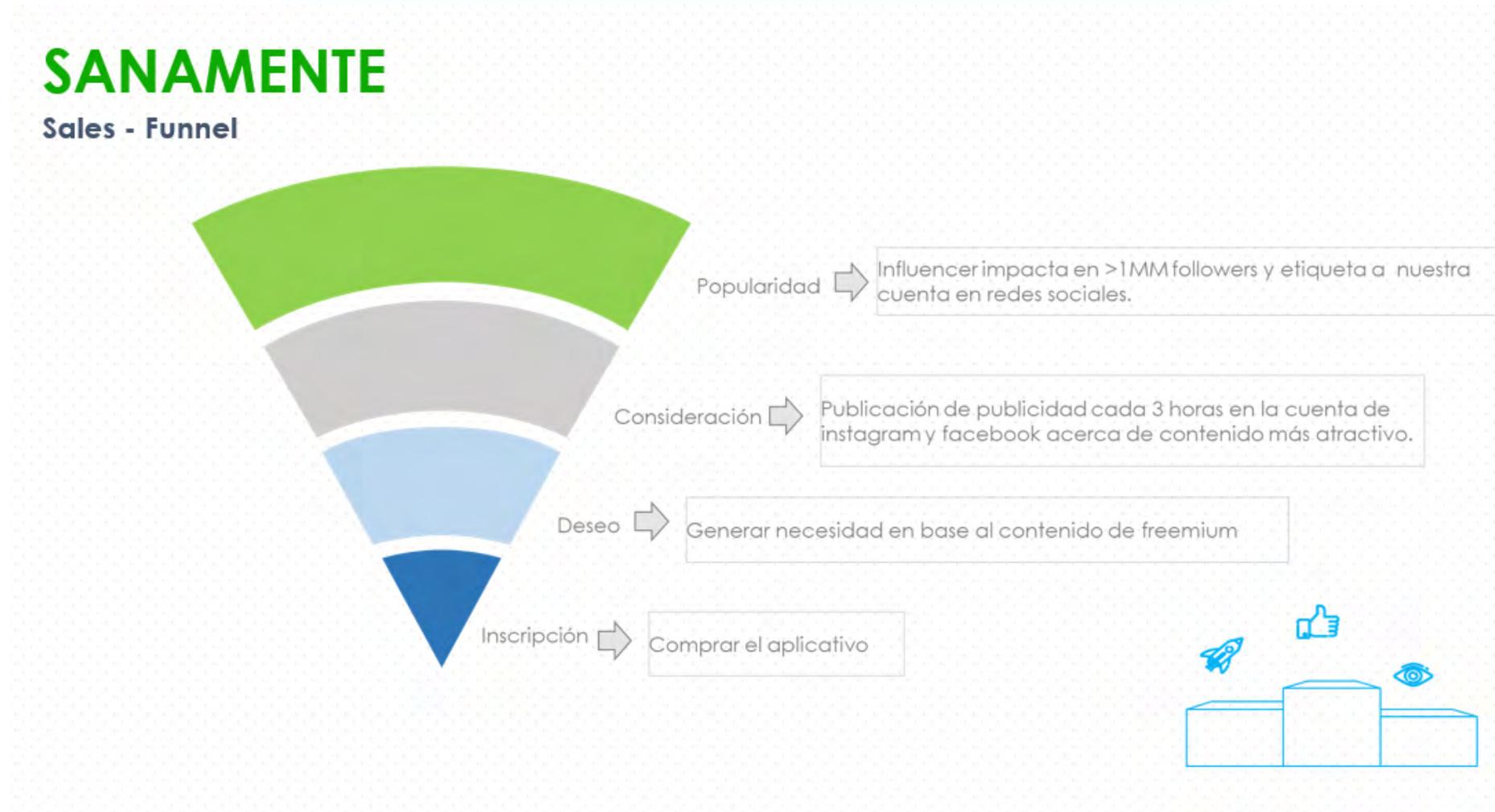
- Incluye asistencia de influencer al establecimiento en las fechas acordadas o según disponibilidad.

Medios	Junio		Julio					Noviembre		Diciembre				
	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
Instagram														
Facebook														
Influencer														



Figura I12

Ventas



Plan de Marketing de Sanamente

La captación se basa en la aplicación del marketing digital y la publicidad en redes sociales como Facebook Ads e *influencers* que promuevan la salud mental y bienestar emocional a fin de atraer suscriptores.

- Facebook Ads: Herramienta que permitirá promocionar al *target* objetivo de manera precisa acorde a la edad, localidad, y sexo.

Figura I13

Facebook Ads

The screenshot shows the Facebook Ads campaign setup interface. The left section is titled "Publicar este anuncio continuamente" and includes the following details:

- Alcance estimado:** 2,2 mil - 6,3 mil personas por día.
- Presupuesto diario:** S/ 30,00.
- Días:** 31.
- Fecha de finalización:** 16 de julio de 2022.
- País, divisa:** US, PEN.

The right section is titled "Resumen del pago" and includes the following details:

- Alcance: Personas:** 2,2 mil - 6,3 mil.
- Me gusta de la página:** 27 - 87.
- Presupuesto total:** S/930,00 PEN.
- Presupuesto diario:** S/30,00 por día durante 31 días.

At the bottom of the interface, there is a "Promocionar" button and a link to "Condiciones de Meta" and "Servicio de ayuda".

- *Influencers*: Se apoyará en los *influencers* que tengan un perfil asociado a promover la salud mental y bienestar emocional por Instagram y al mismo tiempo, que tengan más de 500,000 seguidores entre las edades de 18 a 55 años.

Figura I14*Imagen Referencial de Influencer*

El desarrollo del plan de captación de la demanda se basará en publicar, activamente mediante redes sociales, promociones o llamados publicitarios en meses de campaña comercial, mientras que en meses regulares se publicará activamente para invitar a más usuarios a suscribirse. Primero, se separarán los meses de campañas comerciales con los meses que no tienen mayor actividad comercial y se procederá a asignar promociones en cada mes según calendario.

- Campañas: *Cyberwow*, *Back to School*, día del trabajador, día de la madre, día del padre, fiestas patrias y navidad y para estas campañas se diseñaron llamados publicitarios ajustados a la temática de bienestar emocional.
- Sin campaña: Se crearon actividades comerciales para mantener presente la marca y generar suscripciones.

Segundo, se investigó el factor de conversión de instalación para registro e instalación, para compra de un aplicativo de bienestar en Latinoamérica entre abril del 2019 y abril 2020, representando 6.2% según Statista Research Department (2022).

Tercero, para el caso de Facebook Ads se colocó en la plataforma la cantidad de días

objetivo para promocionar con los filtros de edad y sexo, arrojando automáticamente una cantidad de demanda que estaría dispuesta a comprar el aplicativo. Sin embargo, para un escenario conservador se aplicó el porcentaje de conversión del 6.2% que se obtuvo del Statista Research Department (2022). Con respecto a los *influencers*, se acudió a una agencia reconocida para que brindara información acerca de los precios y contenidos con perfiles que tengan más de 500,000 seguidores entre 18 a 55 años que promuevan la salud y bienestar.

Para el cálculo de la demanda en Instagram se aplicó el factor del 0.02% que se consideró en el plan de presupuesto y demanda como escenario conservador.

Tabla II

Plan de Presupuesto y Demanda

Presupuesto Estimado		S/ 68,400	
	Cantidad	Mix	Mix soles
Cantidad de semanas al año	52	100%	S/ 68,400
Cantidad de semanas con Campaña	34	65%	S/ 44,723
Cantidad de semanas sin Campaña	18	35%	S/ 23,677
Meses de Campaña	Costo Total	Q semanas	Q ventas
Facebook Ads	S/ 20,412	34.00	2,246
<i>Influencers</i>	S/ 30,000	0.86	375
	S/ 50,412		2,620
Meses sin Campaña	Costo Total	Q semanas	Q ventas
Facebook Ads	S/ 4,490	18.00	583
<i>Influencers</i>	S/ 13,498	0.86	171
	S/ 17,988		754
Total	S/ 68,400		3,374

Tabla I2

Planner de Promociones en los Meses de Campaña y Meses Regulares con el Total de Leads por Semana

Canal	Actividades 2022	Mes	Promoción	Cantidad de anuncios por semana	Total Leads
	<i>Cyberwow</i>	Marzo y Noviembre	<i>Target</i> objetivo: Todo el público "Llévate el <i>premium</i> con 30% de descuento".	Una promoción por cuatro semanas	4
	<i>Back to School</i>	Febrero y Marzo	(1) <i>Target</i> objetivo: 18-25 años, que representa al 25% del <i>target</i> . Personas jóvenes que no se pagan la <i>App</i> , "Este regreso a clases llévala de la MEJOR manera con nuestra <i>APP</i> " (2) <i>Target</i> objetivo: 40-55 años, que representa al 26% del <i>target</i> . Padres que compran a los hijos--> "Regálale a tu hijo un mejor regreso a clases".	Dos promociones por tres semanas	6
Facebook Ads	Día del trabajador	Abril y Mayo	<i>Target</i> objetivo: 28-55 años que representa 76% del <i>target</i> . "Por el día del trabajador, regálale una recompensa de calma y paz"	Una promoción por dos semanas	2
	Día de la madre	Mayo	<i>Target</i> objetivo: 31-55 años "Mamá, regálale gratis un mes en relajación <i>premium</i> "	Una promoción por seis semanas	6
	Día del padre	Junio	<i>Target</i> objetivo: 40-55 años. "Regálale a papá momentos de relajación"	Una promoción por seis semanas	6
	Fiestas patrias	Julio	<i>Target</i> objetivo: todo el público 18-55 años para las personas que gozan de feriados y vacaciones. "Suscríbete y te regalamos 30 días de meditación "	Una promoción por seis semanas	6
	Navidad	Diciembre	<i>Target</i> objetivo: Todo el público 18-55 años. "Sanamente te regala un mes gratis de mucha paz y amor propio para esta Navidad"	Una promoción por cuatro semanas	4
	<i>Influencer 1</i>	Enero	Acción: Publicación de cuatro <i>stories</i> en fechas independientes por Instagram. <i>Stories</i> : Utilizando la <i>App</i> Sanamente en vivo, compartiendo la experiencia luego de haber utilizado la <i>App</i> , beneficios de la <i>App</i> , y cómo descargarlo o hacer uso de la <i>App</i> . <i>Stories</i> con duración de 30 segundos.	Dos publicaciones por una semana en cada mes.	0.29
<i>Influencers</i>	<i>Influencer 2</i>	Febrero			0.29
	<i>Influencer 3</i>	Noviembre			0.29
Facebook Ads	Lanzamiento Sanamente	Enero	Acción: Publicación de cuatro <i>stories</i> en fechas independientes por Instagram. <i>Stories</i> : Utilizando la <i>App</i> Sanamente en vivo, compartiendo la experiencia luego de haber utilizado la <i>App</i> , beneficios de la <i>App</i> , y cómo descargarlo o hacer uso de la <i>App</i> .	Una promoción por semana	5
	Mes Base	Agosto	Publicaciones varias que publiquen beneficios de la <i>App</i> "Sanamente"	Una promoción por semana	5
	Mes Base	Septiembre	Publicaciones varias que publiquen beneficios de la <i>App</i> "Sanamente"	Una promoción por semana	5
	Mes Base	Octubre	Publicaciones varias que publiquen beneficios de la <i>App</i> "Sanamente"	Una promoción por semana	5

Apéndice J: Gastos del Proyecto

Tabla J1

Lista de Activos a Comprar

Activo	Cantidad	Precio Unitario (S/)	Precio Total (S/)	Tipo de Activo	Vida Útil
Servidor	1	42,373	42,373	Equipos de procesamiento de datos	4
Software de servidor	1	42,373	42,373	Activos intangibles de duración limitada	10
Red + Puertos + Puntos de Red + CISCO	1	104,068	104,068	Equipos de procesamiento de datos	4
Gabinete de comunicación	1	2,712	2,712	Equipos de procesamiento de datos	4
HP EliteBook 840 G7 + Teclado + Mouse	6	4,288	25,729	Equipos de procesamiento de datos	4
UPS APC	1	6,780	6,780	Equipos de procesamiento de datos	4
Desktop	8	1,695	13,559	Equipos de procesamiento de datos	4
Programa antivirus	15	169	2,542	Activos intangibles de duración limitada	10
Impresoras	3	297	890	Otros bienes del activo fijo	10
Teléfonos	10	203	2,034	Equipos de procesamiento de datos	4
Mobiliario (sillas + escritorios)	1	6,102	6,102	Otros bienes del activo fijo	10
Licencia del sistema operativo	1	3,390	3,390	Activos intangibles de duración limitada	10
Programa	6	424	2,542	Activos intangibles de duración limitada	10
Total	55		255,093		

Tabla J2

Depreciación

Concepto	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Equipos de procesamiento de datos	49,314	49,314	49,314	49,314	0
Otros activos fijos	699	699	699	699	699
Total Depreciación Activos Fijos	191,415	131,233	71,051	10,869	0
Concepto					
Activos intangibles de duración limitada	5,085	5,085	5,085	5,085	5,085
Total Depreciación Activos Intangibles	5,085	5,085	5,085	5,085	5,085

Tabla J3*Detalle de Gastos Preoperativos*

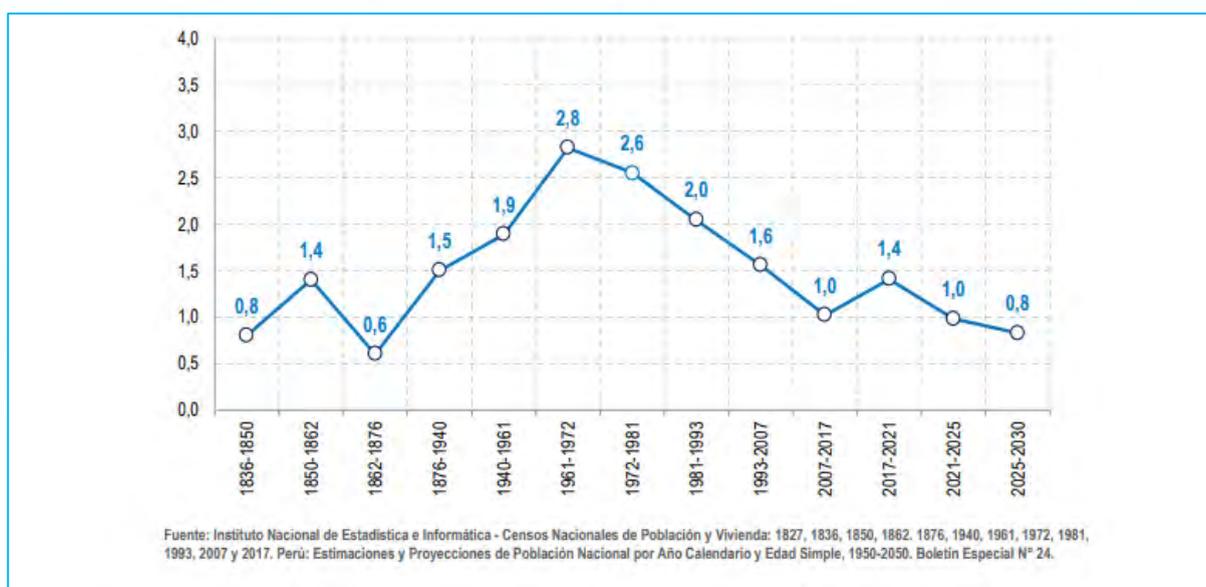
Activo Fijo	Monto (S/)
Equipos de procesamiento de datos	197,254
Otros activos fijos	6,992
Total de inversión en activos	204,246
Activo Intangible	
Activos intangibles de duración limitada	50,847
Total de inversión en activos	50,847
Personal	
Administración (administrativo)	90,199
IT (mano obra indirecta)	54,616
Marketing (ventas)	63,925
Contenido (mano obra directa)	68,373
Total en tres meses	277,114
Administración	
Lanzamiento de la marca	25,795
Equipamiento de la oficina	20,000
Bioseguridad Oficina	1,200
Servicios Generales	10,000
Alquiler de local (6 meses)	33,000
Total en tres meses	89,995
Constitución de la empresa	
Registro publico	939
Legislación de libros	507
Licencias de funcionamiento	1,568
Patente	1,594
Total en tres meses	4,608

Apéndice K: Segmentación del Mercado

En base a la información del crecimiento poblacional del Perú por niveles socioeconómicos (NSE) y el crecimiento del mercado de los *smartphones* para el servicio *postpago* se determina la demanda del público usuario del proyecto Sanamente.

Figura K1

Tasa de Crecimiento Promedio Anual



Tomado de “Niveles Socioeconómicos” por Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados, 2020(<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>)

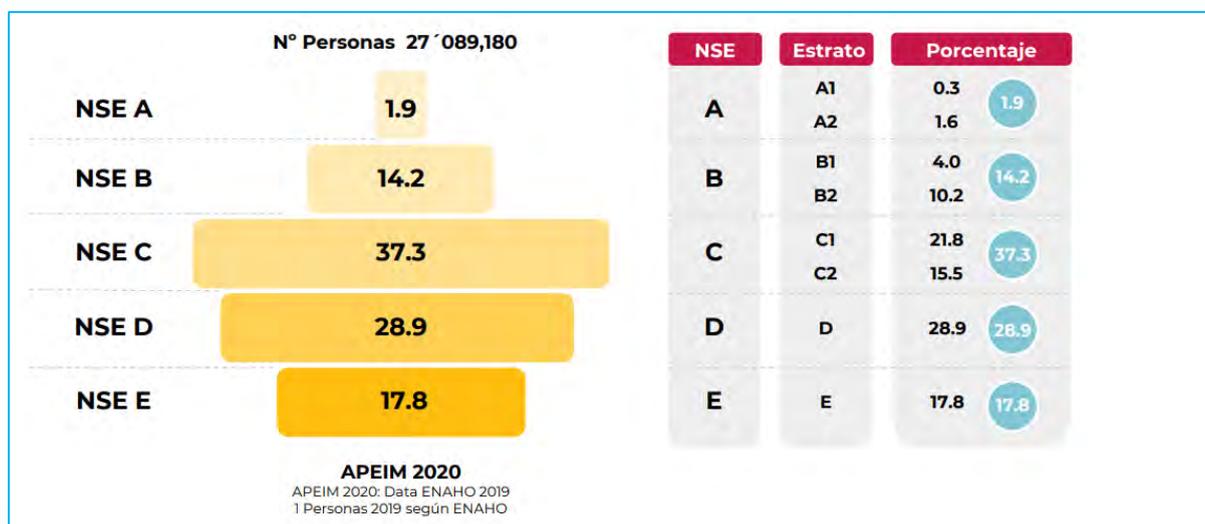
Tabla K1

Cálculo de Crecimiento Poblacional del Perú Urbano

Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Tasa de crecimiento	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%
Población Perú Urbano	27'089,180	27'360,072	27'633,673	27'910,010	28'189,110	28'414,623

Figura K2

Perú Urbano por Niveles Socioeconómicos (NSE)



Tomado de “Niveles Socioeconómicos” por Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados, 2020
(<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>)

Figura K3

Perú Urbano por NSE y Características

		TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Sexo	Hombre	48.1%	45.6%	48.3%	48.6%	48.3%	48.9%	47.7%	47.8%
	Mujer	51.9%	54.4%	51.7%	51.4%	51.7%	51.1%	52.3%	52.2%
¿Qué edad tiene en años cumplidos? agrupados	<= 12	20.3%	16.6%	15.0%	18.9%	18.2%	20.0%	22.2%	24.6%
	13 - 17	8.7%	6.5%	7.5%	8.3%	7.9%	8.9%	9.1%	10.1%
	18 - 25	13.2%	11.1%	13.0%	14.0%	13.4%	14.7%	13.3%	11.8%
	26 - 30	6.8%	6.1%	7.0%	7.3%	7.4%	7.2%	6.7%	5.8%
	31 - 35	6.4%	5.4%	6.6%	6.4%	6.4%	6.5%	6.6%	5.7%
	36 - 45	13.2%	13.6%	13.6%	13.4%	13.3%	13.4%	13.5%	11.9%
	46 - 55	12.0%	15.6%	14.0%	12.8%	13.3%	12.2%	10.8%	9.9%
56+	19.5%	25.2%	23.3%	18.8%	20.1%	17.0%	17.9%	20.2%	
¿Cuál es su estado Civil o conyugal? (De 12 años a más)	Conviviente	21.8%	9.2%	13.2%	20.5%	19.1%	22.6%	26.6%	26.1%
	Casado(a)	25.2%	42.2%	35.2%	25.9%	27.9%	23.1%	20.7%	20.2%
	Viudo(a)	5.2%	4.4%	4.4%	4.7%	4.5%	4.9%	5.0%	7.5%
	Divorciado(a)	0.7%	3.2%	1.5%	0.7%	0.9%	0.4%	0.4%	0.3%
	Separado(a)	9.9%	4.2%	7.2%	9.4%	8.9%	10.1%	10.9%	12.5%
	Soltero(a)	37.2%	36.9%	38.5%	38.8%	38.8%	36.4%	33.5%	
Afiliación al Sistema de Salud (Rpta. Múltiple)	EsSalud	30.8%	63.1%	54.2%	37.2%	41.6%	30.9%	21.6%	10.1%
	Seguro Privado de Salud	2.1%	35.3%	7.2%	0.9%	1.3%	0.3%	0.1%	0.0%
	Entidad Prestadora de Salud	1.2%	22.5%	4.1%	0.4%	0.5%	0.2%	0.1%	0.0%
	Seguro FFAA/Policiales	1.8%	2.3%	5.5%	2.1%	2.6%	1.4%	0.6%	0.3%
	Seguro Integral de Salud (SIS)	37.1%	2.1%	10.2%	28.6%	23.6%	35.7%	46.4%	65.1%
	Seguro Universitario	0.5%	0.9%	1.1%	0.7%	0.9%	0.4%	0.3%	0.1%
	Seguro Escolar Privado	0.0%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	Otro	0.5%	6.6%	1.7%	0.4%	0.5%	0.2%	0.1%	0.0%
No Afiliado	28.5%	10.9%	24.6%	30.9%	30.6%	31.4%	31.0%	24.4%	
Situación laboral (De 14 años a más)	Independiente 1/	22.3%	9.0%	14.8%	21.0%	20.3%	22.0%	25.0%	28.8%
	Dependiente 2/	33.7%	46.2%	38.6%	35.5%	35.6%	35.2%	31.6%	27.2%
	No Trabaja/No remunerado 3/	41.3%	38.2%	42.1%	40.5%	40.9%	40.1%	41.2%	42.8%
	Dueño PYME 4/	2.8%	6.6%	4.5%	3.0%	3.2%	2.8%	2.1%	1.2%

1/ Sin trabajadores remunerados a su cargo
2/ Incluye empleados, obreros y trabajadores del hogar
3/ No trabajan o son trabajadores no remunerados
4/ Empleador o patrono

APEIM 2020: Data ENAHO 2019

Tomado de “Niveles Socioeconómicos” por Asociación Peruana de Inteligencia de Mercados, 2020
(<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>)

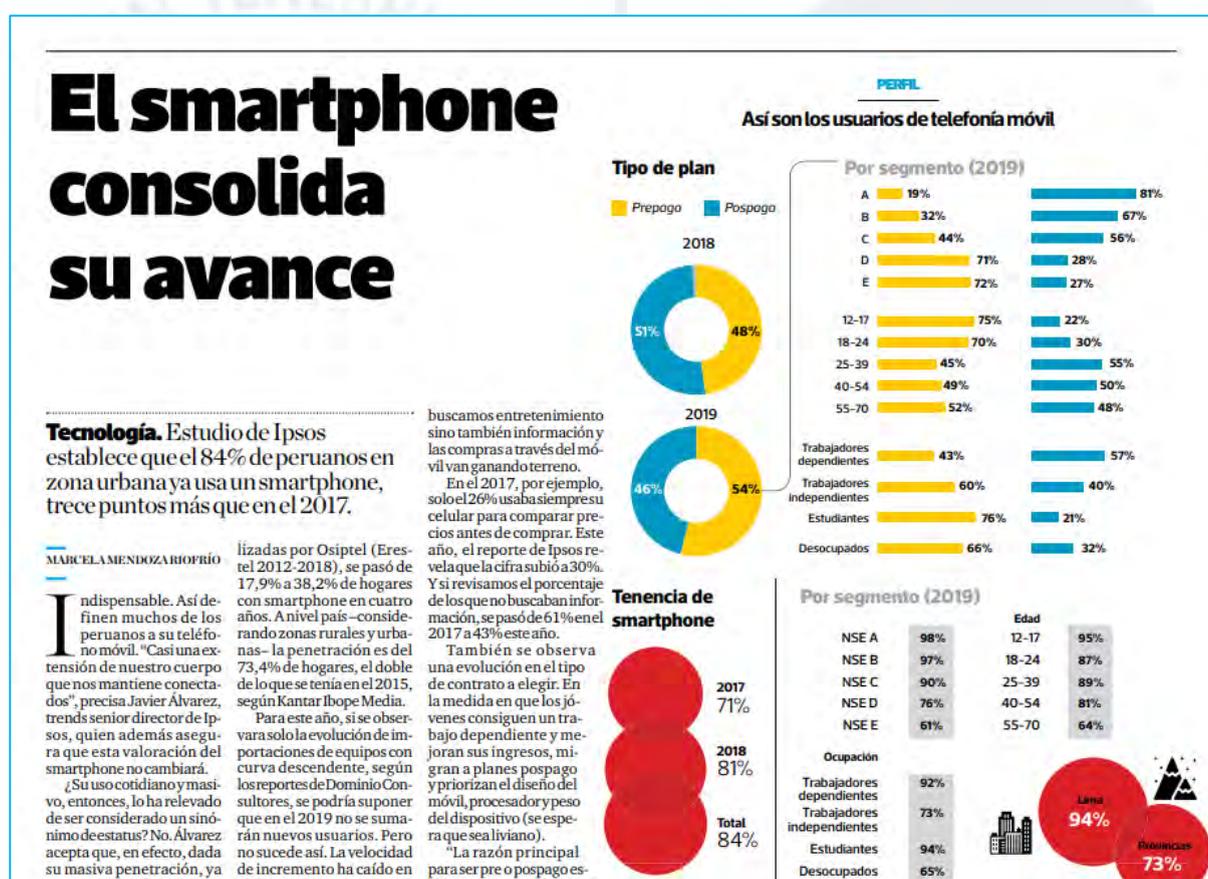
Tabla K2

Porcentaje de Personas del NSE A y B entre 18 a 55 años

	Personas
NSE A	281,727
NSE B	2'055,527
Total de personas entre 18 años a 55 años	2'337,254
Total de la Población	27'089,180
% NSE A	1%
% NSE B	8%

Figura K4

Cantidad de Usuarios de Smartphone por NSE



Nota. Tomado de "El Smartphone consolida su avance" por M. Mendoza, 2019

([https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-11-elcomercio_2019-11-18_04_2.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-11/elcomercio_2019-11-18_04_2.pdf))

Tabla K3*Porcentaje de Personas del NSE A y B entre 18 a 55 años*

Año	2019	2020
Crecimiento población		1.4%
NSE A	81%	82.4%
NSE B	67%	68.4%

Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Crecimiento población	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.8%
NSE A	83.4%	84.4%	85.4%	86.4%	87.4%	88.2%
NSE B	69.4%	70.4%	71.4%	72.4%	73.4%	74.2%

Apéndice L: Tarifas y Proyección de Usuarios

En el proyecto se consideró que las tarifas no sufrirán variaciones durante los cinco años (ver Tabla L1). Asimismo, en el plan de marketing y al crecimiento esperado del 0.45% cada año respecto al público objetivo se obtuvo el volumen de ventas (ver Tabla K2).

Tabla L1

Tarifas

Tarifas	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Programa Base	20	20	20	20	20
Programa <i>Premium</i>	200	200	200	200	200

Tabla L2

Proyección de Usuarios

Volumen de Ventas	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Programa Base	2,868	9,381	16,023	22,796	29,645
Programa <i>Premium</i>	506	1,655	2,827	4,022	5,231

Tabla M4*Costo de Materiales Usados en el Programa Base*

Material	Cantidad	Unidad	Costo Unitario (S/)	Costo Total (S/)
Lapiceros	12	Unidad	0.85	10.17
Resaltadores	12	Unidad	1.69	20.34
Impresiones	2	Millar	84.75	169.49
Total				200.00

Asimismo, se consideró una inflación país de 3% que afectará el precio de los recursos a lo largo de los cinco años (ver Tabla M5).

Tabla M5*Costo de Desarrollo del Programa Base y Premium*

Costo Unitario	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Elaboración del Programa Base	13,905	14,322	14,752	15,194	15,650
Materiales del Programa Base	115	119	122	126	130
Elaboración del Programa <i>Premium</i>	67,500	69,525	71,611	73,759	75,972
Materiales del Programa <i>Premium</i>	200	206	212	219	225

A partir del cálculo de demanda (ver Tabla L2) se determinó el costo variable operativo que se muestra en la Tabla M6.

Tabla M6*Costo de Desarrollo de los Programas*

Costo Total	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Elaboración de los Programas	81,405	83,847	86,363	88,953	91,622
Materiales de los Programas	315	325	334	344	355
Total	81,720	84,172	86,697	89,298	91,977

Apéndice N: Gastos de Ventas y Administrativos

En el proyecto se consideró inversión en investigación de mercados, contratación de *Influencers* para el desarrollo de campañas y el gasto de transportes, así como alimentación del personal del área de ventas. De ese modo, la cantidad de servicios contratados por año se muestran en la Tabla N1. Además, el costo unitario de cada servicio se muestra en la Tabla N2, el cual considera un incremento anual de 3% por inflación del país y el equipo del área de ventas se encuentra formado por 4 personas. Por último, en la Tabla N3 se detalla el gasto de las ventas.

Tabla N1

Servicios Contratados para Difusión del Proyecto

	2022	2023	2024	2025	2026
Investigación de Mercados	2	2	2	2	2
Días de Campaña de <i>Influencers</i>	240	240	240	240	240
Personas Área de Ventas	4	4	4	4	4

Tabla N2

Costos Unitarios de los Gastos de Ventas

	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Investigación de Mercados	15,400	15,862	16,338	16,828	17,333
Publicidad <i>Influencers</i>	69,300	71,379	73,520	75,726	77,998
Gastos Transporte y Alimentación	770	793	817	841	867

Tabla N3

Gastos de Ventas

Concepto	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Investigación de Mercados	30,800	31,724	32,676	33,656	34,666
Publicidad <i>Influencers</i>	69,300	71,379	73,520	75,726	77,998
Gastos Transporte y alimentación	3,080	3,172	3,268	3,366	3,467
Total	103,180	106,275	109,464	112,748	116,130

En el caso de los gastos administrativos se consideró el costo unitario de los recursos necesarios por el área administrativa, los cuales estarán afectos a una inflación del país del 3% y se encuentra formada por 6 personas (ver Tablas N4 y N5).

Tabla N4*Costos Unitarios de los Gastos Administrativos*

Gasto Unitario	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Gastos en Personal Administrativo	0	0	0	0	0
Útiles de Oficina	39	40	41	42	43
Insumos de Aseo y Limpieza	19	20	20	21	22
Alquiler de Oficina Administrativa	1,925	1,983	2,042	2,103	2,167
Servicio de Internet	116	119	123	126	130
Servicio de Telefonía + Teléfono Corporativo	135	139	143	147	152
Otros Gastos Administrativos	100	103	106	109	113

Tabla N5*Personal del Área Administrativa e Inflación Anual*

	2022	2023	2024	2025	2026
Inflación (% anual)	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
Total Equipo de Trabajo	6	6	6	6	6

Finalmente, en la Tabla N6 se encuentra el gasto total del área administrativa.

Tabla N6*Gastos Administrativos*

Gasto Total	2022 (S/)	2023 (S/)	2024 (S/)	2025 (S/)	2026 (S/)
Gastos en Personal Administrativo	360,797	371,621	382,770	394,253	406,080
Útiles de Oficina	2,772	2,855	2,941	3,029	3,120
Insumos de Aseo y Limpieza	1,386	1,428	1,470	1,515	1,560
Alquiler de Oficina Administrativa	23,100	23,793	24,507	25,242	25,999
Servicio de Internet	8,316	8,565	8,822	9,087	9,360
Servicio de Telefonía + Teléfono Corporativo	9,702	9,993	10,293	10,602	10,920
Otros Gastos Administrativos	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
Total	407,273	419,491	432,076	445,038	458,390

Apéndice O: Costo del Promedio Ponderado del Capital (WACC)

El cálculo del WACC de Sanamente se basa en el método CAPM. Así, primero se obtuvo la razón de endeudamiento de 0.18 conforme a la estructura de financiamiento de la Tabla 16; luego se obtuvo la beta desapalancado haciendo uso de la matriz de Damodaran encontrándose en el rubro de *Healthcare Products* con un valor de 0.88. Asimismo, la tasa libre de riesgo se calculó en base al rendimiento de los bonos americanos a cinco años. Por último, el valor del riesgo país del Perú se obtuvo con el Banco Central de Reserva del Perú. Con la información antes mencionada se obtuvo un costo de oportunidad del inversionista apalancado de 12.75% y un costo ponderado del proyecto de 12.71% (ver Tabla O1).

$$\beta_L = \beta_u \left[1 + \frac{D}{E} (1 - IR) \right]$$

$$CAPM = R_f + \beta [E(R_m) - R_f] + CRP$$

$$WACC = K_e W_e + K_d (1 - IR) W_d$$

Tabla O1

Cálculo del WACC

Concepto	Valor
Peso del capital aportado por los accionistas (W_e)	85.00%
Peso del capital de fuentes externas (W_d)	15.00%
Razón de endeudamiento (D/C)	0.18
Beta desapalancado (β_u)	0.88
Beta apalancada (β_L)	0.99
Tasa libre de riesgo (R_f)	1.91%
Rendimiento esperado del mercado ($E(R_m)$)	11.12%
Prima de riesgo del mercado ($E(R_m) - R_f$)	9.21%
Prima de riesgo del activo ($\beta^*(E(R_m) - R_f)$)	9.11%
Riesgo país de Perú (CRP)	1.73%
Impuesto a la Renta (IR)	29.50%
Costo de oportunidad del inversionista desapalancado (K_0)	11.66%
Costo de oportunidad del inversionista apalancado (K_e)	12.75%
Costo de la deuda financiera (K_d)	17.69%
Costo promedio ponderado del proyecto (WACC)	12.71%

Apéndice P: Análisis Probabilístico

Por medio del método de Montecarlo se realizó un análisis probabilístico del proyecto Sanamente con el fin de validar su rentabilidad. Así, la variable aleatoria independiente del estudio fue el porcentaje de demanda del público objetivo que se sometió a 1,000 interacciones. Al revisar los resultados se encontró en la información estadística que el VAN mínimo fue de S/ -19,469.08, el VAN máximo fue de S/ 7'713,952.10 y el VAN promedio de todas las interacciones fue S/ 3'853,019.60. Asimismo, con un nivel de confianza del 95% se obtuvo un VAN de S/ 5'268,157 (ver Tablas P1 a P3). Por otro lado, la distribución de los valores obtenidos se muestra en el histograma de frecuencias (ver Figura P1).

Tabla P1

Estadísticas del VAN

Información Estadística del VAN	
Media	3,853,019.60
Error típico	47,105.85
Mediana	3,816,204.88
Moda	#N/D
Desviación estándar	1,489,617.85
Varianza de la muestra	2,218,961,331,125.74
Curtosis	- 0.65
Coefficiente de asimetría	0.12
Rango	7,733,421.17
Mínimo	- 19,469.08
Máximo	7,713,952.10
Suma	3,853,019,598.45

Tabla P2*Cálculo del Nivel de Confianza del VAN*

Escala VAN	z	Probabilidad
20,000	-257%	0.50%
670,000	-214%	1.63%
1,320,000	-170%	4.45%
1,970,000	-126%	10.31%
2,620,000	-83%	20.39%
3,270,000	-39%	34.78%
3,920,000	4%	51.79%
4,570,000	48%	68.49%
5,220,000	92%	82.06%
5,870,000	135%	91.21%
6,520,000	179%	96.33%

Valor del VAN con un nivel de confianza del 95% es de S/ 5'268,157

Tabla P3*Distribución de Clases del VAN*

Clase	Frecuencia	% Acumulado
20,000	1	0.10%
670,000	1	0.20%
1,320,000	29	3.10%
1,970,000	94	12.50%
2,620,000	102	22.70%
3,270,000	136	36.30%
3,920,000	159	52.20%
4,570,000	146	66.80%
5,220,000	138	80.60%
5,870,000	94	90.00%
6,520,000	64	96.40%
y mayor...	36	100.00%

Figura P1*Histograma del VAN*