



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y AGRONEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Emprendimiento Deep Breath

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración y Agronegocios

Para optar el grado de bachiller en Administración y Finanzas

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing

AUTOR(ES)

Bardales Medina, José Luis (0000-0002-3215-099X)

Chávez Sokolowsky, Piero (0000-0003-3832-277X)

Palao Castro, Lorelein Scarlett (0000-0001-9787-7885)

Ramirez Cueva, Milagros Victoria (0000-0003-4035-9774)

Zamudio de Rivero, Francesca Michelle (0000-0001-6679-6759)

ASESOR

Rivera Peirano, Violeta Lidia (0000-0003-0408-9148)

Lima, 02 de Noviembre de 2021

DEDICATORIA

*“A nuestras familias y a todas aquellas familias peruanas que fueron afectadas por la
pandemia”*

AGRADECIMIENTOS

Tenemos el agradecimiento de haber recibido la oportunidad por parte de nuestras familias por confiar en nosotros y apoyarnos a lo largo de nuestra carrera, brindándonos soporte ante todo tipo de adversidad no solo en la vida universitaria, si no también en aspectos de nuestra vida personal.

Finalmente, queremos agradecer a nuestra institución educativa, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), junto con todos los docentes, personal administrativo y a nuestra docente a cargo de la sección, Violeta Rivera.

Fueron nuestro soporte y nos guiaron a lo largo de nuestra formación.

RESUMEN

Hoy en día, existe una necesidad latente en la gran mayoría de ciudadanos independientemente de su ocupación o gustos personales, esta es el seguimiento y asesoramiento en el estado de la salud mental, así como tratamiento de patologías psiquiátricas.

Ante esto, con el objetivo de cubrir este requerimiento por parte de la gran mayoría de la población, se ha desarrollado un modelo de negocio basado en la creación de un aplicativo que permita realizar una interconexión entre especialistas de la salud mental de los cuales se encuentran psicólogos y psiquiatras, los cuales puedan conectarse con usuarios de manera interactiva y sencilla de agendar.

Durante la etapa inicial del desarrollo de Deep Breath, se comenzó validando el modelo de negocio a través de entrevistas, para luego analizar los resultados procediendo a la elaboración de la matriz CANVAS en la que se plasmaría la propuesta de valor. Seguido de ello, se realizó la validación de cada cuadrante del modelo de negocio por medio de otra secuencia de experimentos que confirmen la veracidad del proyecto. El siguiente paso fue realizar los experimentos del “Concierge”, los cuales permitieron al equipo conocer con mayor precisión las intenciones de compra y realizar las respectivas estimaciones de ventas durante el horizonte temporal de los próximos cinco años. Estas proyecciones fueron respaldadas por el análisis financiero lo cual permitió aterrizar la viabilidad del proyecto con respecto a los datos de ganancias y pérdidas a través del tiempo.

Nuestra visión como emprendedores es consolidar el modelo de negocio planteado en el mercado peruano y que alcance un alto grado de aceptabilidad generando altos niveles de rentabilidad.

Palabras clave:

Salud mental, apoyo, terapia, tratamiento, expertos, especializado, problemas de ansiedad, problemas, depresión.

DEEP BREATH

“Mobile application that allows people to connect with specialists in mental health care”

ABSTRACT

Nowdays, there is a latent need in the vast majority of citizens regardless of their occupation or personal tastes, this is monitoring and advice on the state of mental health, as well as treatment of psychiatric pathologies.

Given this, in order to cover this requirement by the vast majority of the population, a business model has been developed based on the creation of an application that allows for an interconnection between mental health specialists of which they are psychologists and psychiatrists, who can connect with users in an interactive and easy-to-schedule way.

During the initial stage of Deep Breath development, the business model was validated through interviews, and then the results were analyzed, proceeding to the elaboration of the CANVAS matrix in which the value proposition would be embodied. Following this, the validation of each quadrant of the business model was carried out through another sequence of experiments that confirmed the veracity of the project. The next step was to carry out the “Concierge” experiments, which allowed the team to know more precisely the purchase intentions and to make the respective sales estimates during the time horizon of the next five years. These projections were supported by financial analysis, which allowed the feasibility of the project to be established with respect to profit and loss data over time.

Our vision as entrepreneurs is to consolidate the business model proposed in the Peruvian market and that it reaches a high degree of acceptability, generating high levels of profitability.

Keywords:

Mental health, support, therapy, treatment, experts, specialized, anxiety problems, problems, depression.

TABLA DE CONTENIDOS

1	FUNDAMENTOS INICIALES	1
1.1	DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES Y ROLES A ASUMIR POR CADA INTEGRANTE	1
2	VALIDACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
2.1	DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS DE EXPLORACIÓN AL SEGMENTO DE MERCADO	3
2.1.1	Breve explicación del problema que se espera resolver	3
2.1.2	Entrevista a personas del público objetivo.....	4
2.1.3	Síntesis de los resultados obtenido	4
2.1.4	Breve explicación de los hallazgos principales.....	5
2.1.5	Aprendizajes	11
2.1.6	Sustento de la realización de la entrevista.....	11
2.2	DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS DE EXPLORACIÓN.....	12
2.2.1	Breve explicación del problema que se espera resolver	12
2.2.2	Entrevistas a expertos	13
2.2.3	Síntesis de los resultados obtenidos.....	13
2.2.4	Breve explicación de los hallazgos principales.....	14
2.2.5	Aprendizajes	16
2.2.6	Sustento de la realización de la entrevista.....	16
3	VALUE PROPOSITION CANVAS	17
3.1	PERFIL DEL CLIENTE.....	17
3.2	MAPA DE VALOR	18
3.3	ENCAJE.....	20
3.4	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.....	21
3.5	IDENTIFICACIÓN DE ELEMENTOS DIFERENCIALES.....	21
4	BUSINESS MODEL CANVAS	22
4.1	BMC.....	22
4.2	DESARROLLO Y SUSTENTO DE CUADRANTES.....	24
5	VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	26

5.1	VALIDACIÓN.....	26
5.1.1	Experimento.....	26
5.1.2	Experimento 2.....	34
5.2	VALIDACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO.....	46
5.2.1	Experimento 1.....	46
5.2.2	Experimento 2.....	57
6	VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	70
6.1	VALIDACIÓN DE CANALES.....	70
6.1.1	Experimento / Investigación.....	70
6.1.2	Experimento / Investigación.....	75
6.1.3	Experimento / Investigación.....	76
6.2	VALIDACIÓN DE RECURSOS CLAVE.....	80
6.2.1	Experimento / Investigación.....	80
6.2.2	Experimento / Investigación.....	84
6.2.3	Experimento / Investigación.....	86
6.2.4	Experimento / Investigación.....	90
6.3	VALIDACIÓN DE ACTIVIDADES CLAVE.....	95
6.3.1	Experimento 1.....	95
6.3.2	Experimento 2.....	99
6.4	VALIDACIÓN DE SOCIOS CLAVE.....	107
6.4.1	Experimento / Investigación.....	107
6.5	VALIDACIÓN DE ESTRUCTURA DE COSTOS.....	110
6.5.1	Investigación.....	110
6.5.2	Investigación.....	114
7	PLAN DE EJECUCIÓN DE CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS..	119
7.1	EXPERIMENTO 1.....	123
7.2	EXPERIMENTO 2.....	128
7.3	EXPERIMENTO 3.....	134
7.4	EXPERIMENTO 4.....	140
7.5	APRENDIZAJES Y CONCLUSIONES DE LOS EXPERIMENTOS.....	143
8	PLAN FINANCIERO.....	144

8.1	PROYECCIÓN DE VENTAS (INGRESOS)	144
8.2	INVERSIÓN INICIAL Y PRESUPUESTO (EGRESOS)	145
8.3	FLUJO DE CAJA	148
8.4	INDICADORES FINANCIEROS	148
8.5	ANÁLISIS FINANCIERO Y VIABILIDAD DEL PROYECTO	149
8.6	FINANCIAMIENTO DISTINTAS ETAPAS DEL PROYECTO	150
9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
10	BIOBLOGRAFIA	153
11	ANEXOS	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Competidores.....	21
Tabla 2. BMC	22
Tabla 3. Objeto del experimento 1	26
Tabla 4. Presentación del mock up.....	27
Tabla 5. Actividades	32
Tabla 6. Interpretación de resultados.....	32
Tabla 7. Objeto del experimento 2	35
Tabla 8. Bitácora de actividades.....	36
Tabla 9. Interpretación de resultados.....	37
Tabla 10. Respuestas del email de la entrevista a Peter James.....	40
Tabla 11. Mensajes	41
Tabla 12. Mockup.....	43
Tabla 13. Objetivo del experimento	46
Tabla 14. Mockup.....	48
Tabla 15. Bitácora de actividades.....	54
Tabla 16. Interpretación de resultados.....	55
Tabla 17. Entrevistas	56
Tabla 18. Objetivo del experimento	57
Tabla 19. Mockup.....	59
Tabla 20. Bitácora de actividades.....	63
Tabla 21. Interpretación de resultados.....	63
Tabla 22. Entrevistas	64
Tabla 23. Experimento / Investigación.....	70
Tabla 24. Bitácora de actividades.....	71
Tabla 25. Experimento / Investigación.....	75
Tabla 26. Bitácora de actividades.....	75
Tabla 27. Experimento / Investigación.....	76
Tabla 28. Bitácora de actividades.....	77
Tabla 29. Interfaz de Good Barber	78

Tabla 30. Experimento / Investigación.....	80
Tabla 31. Bitácora de actividades.....	81
Tabla 32. Experimento / Investigación.....	84
Tabla 33. Bitácora de actividades.....	84
Tabla 34. Experimento / Investigación.....	86
Tabla 35. Bitácora de actividades.....	87
Tabla 36. Entrevista a experto	87
Tabla 37. Experimento / Investigación.....	90
Tabla 38. Bitácora de actividades.....	91
Tabla 39. Guía de perfil para el puesto.....	93
Tabla 40. Experimento 1	95
Tabla 41. Bitácora de actividades.....	96
Tabla 42. Interfaz de Good Barber	97
Tabla 43. Experimento 2	99
Tabla 44. Bitácora de actividades.....	100
Tabla 45. Interfaz de Good Barber	102
Tabla 46. Experimento / Investigación.....	107
Tabla 47. Bitácora de actividades.....	108
Tabla 48. Correos en GMAIL	109
Tabla 49. Investigación.....	110
Tabla 50. Bitácora de actividades.....	111
Tabla 51. Correos de Hosting Macro	112
Tabla 52. Investigación.....	114
Tabla 53. Bitácora de actividades.....	114
Tabla 54. Cotización de las actividades contables	115
Tabla 55. Investigación.....	123
Tabla 56. Bitácora de actividades.....	124
Tabla 57. Investigación.....	128
Tabla 58. Bitácora de actividades.....	128
Tabla 59. Investigación.....	134
Tabla 58. Bitácora de actividades.....	134
Tabla 61. Investigación.....	140
Tabla 58. Bitácora de actividades.....	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perfil del cliente	17
Figura 2. Mapa de valor.....	18
Figura 3. Encaje.....	20
Figura 4. Email de entrevista a Peter James	39
Figura 5. Cambio de logo	72
Figura 6. Alcance de ultimas publicaciones	73
Figura 7. Seguidores actuales	73
Figura 8. Interacciones	74
Figura 9. Validación del mockup	76
Figura 10. Diseño de plantillas	81
Figura 11. Diseño de feed.....	82
Figura 12. Conversación con posible proveedor	85
Figura 13. Suscripción mensual.....	119
Figura 14. Reserva de citas en línea	120
Figura 15. Suscripción.....	121
Figura 16. Reserva de citas con psicólogos.....	121
Figura 17. Red social Facebook	122
Figura 18. Anuncio orgánico en Facebook.....	126
Figura 19. Alcance de la publicación en Facebook	126
Figura 20. Evidencia de intención de suscripción-Olenka Nadia.....	127
Figura 21. Evidencia de intención de suscripción-Jorge Chavez	127
Figura 22. Anuncio pagado en Facebook	130
Figura 23. Promoción pagada en historias de Facebook	131
Figura 24. Evidencia de intención de compra-Michelle De Rivero	131
Figura 25. Evidencia de intención de compra-Sebastian Brosset.....	132
Figura 26. Evidencia de intención de compra-David Vivanco.....	132
Figura 27. Evidencia de intención de compra-Grecia Loayza.....	133
Figura 28. Evidencia de intención de compra-Michelle Huang	133
Figura 29. Alcance del experimento 1	136
Figura 30. Alcance del experimento 2.....	136

Figura 31. Alcance del experimento 3	136
Figura 32. Base de datos utilizada para el E-MAILING 1	137
Figura 33. Base de datos utilizada para el E-MAILING 2	137
Figura 34. Base de datos utilizada para el E-MAILING 3	138
Figura 35. MAILING enviado.....	138
Figura 36. Bandeja de entrada de Deep Breath 1	139
Figura 37. Bandeja de entrada de Deep Breath 2	139
Figura 38. Bandeja de entrada de Deep Breath 3	139
Figura 39. Banner en la página web de la USJB	141
Figura 40. Evidencia de compra de suscripción-Aaron Muro.....	142
Figura 41. Evidencia de compra de suscripción-Adriana Calienes	143
Figura 42. Proyección 1	145
Figura 43. Proyección 2.....	145
Figura 44. Proyección 3.....	145
Figura 45. Inversión 1.....	145
Figura 46. Inversión 2.....	146
Figura 47. Inversión 3.....	146
Figura 48. Inversión 4.....	147
Figura 49. Inversión 5.....	147
Figura 50. Flujo de caja	148
Figura 51. Imagen de fórmula	149
Figura 52. Cálculo de WACC	149
Figura 53. Viabilidad del proyecto	150
Figura 54. VAN 1	150
Figura 54. VAN 2	150
Figura 56. Préstamo.....	150
Figura 57. Cronograma de pagos 1.....	151
Figura 58. Cronograma de pagos 2.....	151
Figura 59. Coworking.....	154

1 FUNDAMENTOS INICIALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES Y ROLES A ASUMIR POR CADA INTEGRANTE

- **Bardales Medina, José Luis:**



Carrera: Administración y Marketing

Función: Supervisor del proceso de ventas y supervisión del desarrollo de aplicativo.

Encargado de hacer seguimiento a las ventas reales y relaciones de financiamiento.

- **Chávez Sokolowsky, Piero:**



Carrera: Administración y agronegocios

Función: Coordinador de administración y logística.

Encargado de la gestión y coordinación de los principales procesos administrativos y logísticos de la Deep Breath.

- Palao Castro, Lorelein Scarlett:



Carrera: Administración y Marketing

Función: Coordinadora de Marketing encargada de dirigir las estrategias de marketing de Deep Breath.

- Ramirez Cueva, Milagros Victoria:



Carrera: Administración y Finanzas.

Función: Coordinadora de Finanzas del proyecto y la parte de coordinación de los objetivos a favor de la empresa.

- Zamudio de Rivero, Francesca Michelle:



Carrera: Administración y Marketing.

Función: Gerente Comercial encargada de realizar las estrategias comerciales para la captación de clientes y psicólogos de Deep Breath.

2 VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS DE EXPLORACIÓN AL SEGMENTO DE MERCADO

2.1.1 Breve explicación del problema que se espera resolver

Hoy en día estamos atravesando por una situación crítica relacionada a la salud a nivel mundial, pues el nuevo virus conocido como la Covid- 19 se está llevando consigo a millones de personas que lo padecieron. Con ello, ciertas restricciones y recomendaciones fueron impuestas por el gobierno entre las cuales se encuentra el evitar salir del domicilio y no exponerse al contagio. En este último año en el que se está lidiando con el virus, se ha visto un incremento de ciertos trastornos psicológicos que están afectando desde niños hasta personas de mayor edad por el hecho de estar en sus casas y no poder salir, al igual que las nuevas modalidades sean de estudios o trabajo a la que no están acostumbrados.

Por tanto, con nuestro proyecto se busca contribuir en aliviar o reducir el exceso de ansiedad y/o estrés en las personas, lo cual es causado por diversos factores ya sean provenientes de las actividades diarias domésticas o relacionadas al estudio/trabajo.

2.1.2 Entrevista a personas del público objetivo

Guía de entrevistas de exploración

Buenos días/tardes/noches, Mi nombre es estudiante de la UPC del curso de emprendimiento de negocios sostenibles. Antes que nada, queremos agradecerle por aceptar su contribución. Podría por favor presentarse indicando su nombre y profesión..... Cabe resaltar que esta entrevista es realizada con fines académicos para el curso.

Entrevista a personas del público objetivo

- ¿Cuándo fue la última vez que te sucedió un episodio de ansiedad o estrés? ¿Podrías contarme cómo pasó y cómo te sentiste?
- ¿Cuándo te da ansiedad o estrés, qué es lo que haces para solucionarlo?
- ¿Qué tan frecuente te dan síntomas de ansiedad o estrés?
- ¿Qué crees que es lo que te causa ansiedad o estrés?
- ¿Consideras que tus problemas son graves?
- ¿Se te dificulta mucho hacer tus actividades diarias cuando presentas estos problemas?
- ¿Te gustaría poder hablar con alguien que atraviesa la misma situación que tú? De ser así, ¿con qué frecuencia?

2.1.3 Síntesis de los resultados obtenido

Usuarios

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los usuarios, podemos recalcar que muchos de ellos presentan cuadros de ansiedad y/o estrés que en su mayoría son ocasionados por los trabajos universitarios, la carga laboral. Asimismo, otra parte de los mismos indicó que el no salir de sus casas, enterarse que un familiar padece de la covid- 19 o falleció agrava su situación. Entre las actividades o acciones en su mayoría realizan es el de ver películas o sencillamente escuchar una música relajante, acostarse en su cama para recapacitar y analizar claramente la situación. De la misma forma, indicaron que en cierta medida, padecer estos problemas mentales afectan la realización de sus actividades diarias ya que se concentran en eso y se olvidan de su principal finalidad. Por último, todos los usuarios pudieron indicar que les

gustaría poder conversar con otra persona que padece los mismos síntomas o también con un especialista del tema el cual les pueda recomendar ciertas cosas o brindar consejos de mejora.

2.1.4 Breve explicación de los hallazgos principales

Usuarios

- Martin Triviño mencionó que tiene problemas debido a la carga de estudios en semana de exámenes lo que le genera estrés. Además, indicó que suele salir a pasear para despejar la mente. Martin explicó que sufre de cuadros de ansiedad en relación a problemas familiares, su trabajo, entre otros. No obstante, el entrevistado indicó que estos problemas los suele superar a pesar de algunas veces ser situaciones algo delicadas. Finalmente, a Martín le parece una buena idea añadir un espacio para conocer y conversar con personas que estén pasando por situaciones similares a las de él.
- La entrevistada Claudia Aguirre explicó que la suma de sus problemas personales más la carga universitaria le traen estrés. Su último episodio de estrés fue ocasionado por la noticia de que su tía había contraído Covid19. Actualmente Claudia toma pastillas para ayudarla a combatir el estrés además de apoyarse en la música como segundo soporte. Este problema de salud mental le ha llegado a ocasionar gastritis crónica. Finalmente, indicó que le agrada la idea de la app para poder conversar con otras personas que sufren de esto, dijo que de ser posible lo haría diariamente.
- En la entrevista realizada al usuario Carlos Samame nos comentó que sufre problemas de estrés y ansiedad por temas universitarios y temas familiares. Asimismo, la última vez que se le presentaron estos problemas fue cuando trabajó como coordinador de mesa para la Onpe. Suele presentar estos problemas un par de veces a la semana sin embargo los puede controlar a pesar de que es difícil. Otras cosas que le ha generado estos problemas mentales han sido por contagios entre sus familiares. Finalmente le parece buena idea contar con una app para poder conversar con otras personas que sufren de estos trastornos, en especial los fines de semana que es cuando tiene más tiempo.
- En la entrevista hecha al usuario Alfredo paredes, nos comentó que la última vez que tuvo estrés fue cuando tuvo un examen sustitutorio de un curso complicado que a pesar de haber estudiado mucho, no estaba seguro del resultado. Por otro lado, busca organizarse bien en sus cosas para poder manejar de la mejor manera el estrés ya que

presenta estos problemas al menos 1 o 2 veces por semana. Asimismo, la coyuntura actual también le genera estrés dado que el estar en casa todos los días le afecta sin embargo considera que lo puede manejar. Por último, le parece una buena idea poder hablar con otras personas que sufren lo mismo mediante la app para poder apoyarse mutuamente, sobre todos los fines de semana donde tiene un poco más de tiempo.

- Se le realizó la entrevista al usuario Jhojan Castillo, donde nos indicó que actualmente la situación que lo tiene continuamente estresado son los trabajos que realiza de manera grupal, ya que el hecho de que sea todo virtual, no le da posibilidad de que pueda decirles a sus compañeros cara a cara para que trabajen de manera uniforme y presentar un trabajo de acuerdo a las especificaciones dadas, por ende, él se ve perjudicado, reflejado en la nota que obtiene. La forma en cómo solucionaría el cuadro de estrés semanal que sufre por los trabajos es escuchando música, ver videos, respirar tranquila o simplemente descansar y dejar que pase un tiempo para relajarse. Asimismo, el entrevistado considera que este problema puede llegar a ser grave para él si está apuntando a una beca estudiantil y piensa que sería bueno hablar con otra persona que padece lo mismo porque se entenderían.
- En la entrevista realizada al usuario Ricardo Mendoza, nos dijo que tuvo un episodio hace poco ocasionado por el fallecimiento de un familiar cercano a él y tuvo una recaída de profunda tristeza. Él soluciona ese tipo de problemas escuchando música clásica para relajarse y estar en su cuarto para dejar de pensar en ese suceso. Asimismo, debido a la pandemia y el hecho de no salir para evitar el contagio, considera que han incrementado los síntomas de estrés. Por último, las causas que le originan estos cuadros son que a veces hay ciertos problemas que están fuera de su control y que tampoco le gusta sentirse de esa manera, sin embargo, esto hace que su problema se agrave.
- En la entrevista realizada al usuario Ángel García, nos indicó que sufre de cuadros de estrés constantemente ocasionado principalmente por los trabajos que debe presentar en la universidad, ya que tenía la angustia de presentar su trabajo a tiempo, considera una opción de solución el descansar un tiempo para que luego puede pensar las cosas con mayor claridad. De la misma manera, menciona que si siente grave cuando le da ansiedad o estrés una situación, por que le empieza a dar tics nerviosos, dolor de cabeza y palpitaciones en el ojo. Por último, cuando presenta estos problemas se distrae rotundamente de realizar sus actividades pautadas, por tal razón

si le gustaría mantener conversaciones con personas que padecen lo mismo que el entrevistado.

- La entrevista realizada a la usuaria Elsa Quichca, nos dio a conocer el episodio de ansiedad que sufre cada cierto tiempo ocasionado por la situación en que se encuentra el país, las familias afectadas por este virus y también la pérdida de un familiar muy cercano en este último mes, indica que una solución es el de descansar tranquilamente para despejar los problemas, hablar con sus hermanos o hijos. Asimismo, considera moderado- leve los cuadros de ansiedad o estrés que presenta ya que ella intenta ser fuerte y decir dentro suyo que la situación no la puede vencer. Para finalizar, cuando presenta estos síntomas, se siente decaída, sin ganas de ir al trabajo, sin embargo, pone de su esfuerzo debido a las responsabilidades que tiene en su hogar y también, afirma que estaría interesada en poder conversar con otra persona para de alguna manera u otra no pensar en sus problemas.
- Con respecto a la entrevistada Brenda Palomino, nos informó que suele tener episodios leves de ansiedad en su trabajo como interna en el hospital. Dado que ella se encuentra en primera línea, al área suelen llegar personas muy enfermas con covid y lo que le genera ansiedad y estrés es el hecho de poder contagiarse y contagiar a sus seres queridos. Ella afirma, que cuando se le presentan estos problemas, ella recurre a diferentes actividades para desestresarse y calmar la ansiedad como pintar, hacer meditación, yoga, ejercicios, etc. Dice que estaría dispuesta a hablar con alguien con sus mismos problemas por lo menos una vez por semana.
- Según el entrevistado Luis Eduardo Callo, un aspecto que le genera a menudo estrés y ansiedad son las constantes modificaciones de la metodología de evaluación de su universidad (PUCP), ya que le impide acostumbrarse a una metodología fija. La mejor manera que Luis tiene para eliminar esa ansiedad y estrés es solucionar el problema que lo genera, lo más rápido posible. Además de ello, también utiliza el deporte y los videojuegos para desestresarse. El afirma que sus problemas no son graves, pero si se presentan con frecuencia dada la exigencia de la universidad. Estos problemas afectan a su rendimiento. Finalmente, el entrevistado afirma que no ve necesario hablar con alguien del tema, ya que puede solucionar sus problemas por sí mismo.
- En la entrevista realizada a Pablo Montesinos Segovia, se puede entender que el sujeto no presenta episodios de ansiedad frecuentes sin embargo un factor que suele

traerle estrés es el de cumplir con las exigencias de su universidad (UPC). Él afirma sufrir más de estrés que de ansiedad. Él no considera que sus problemas sean serios, sin embargo, se le dificulta hacer sus tareas diarias. Él estaría dispuesto a hablar con alguien que sufre sus mismos problemas al menos una vez por semana.

- En la entrevista a Rolando Correa, se pudo determinar que el entrevistado suele tener problemas de estrés y ansiedad con una frecuencia moderada - alta. Un factor que influye mucho en él es el permanecer encerrado por la pandemia, o también el hecho de buscar un trabajo, sin embargo, una actividad que le ayuda con esto es el tejer. Él afirma que estos problemas no representan un gran obstáculo para realizar sus labores diarias, pero si lo considera una gran molestia. Para él, hablar es un gran medio de relajación, por lo que estaría dispuesto a hablar con alguien con los mismos problemas entre una o dos veces al día.
- En la entrevista realizada al usuario José Anton, quien es abogado, nos comentó que un factor que ha incrementado su ansiedad ha sido la pandemia, puesto que ha tenido familiares con COVID, su abuelo estuvo en Uci y eso lo hicieron tener pensamientos abrumadores. Cuando él tiene ansiedad siente presión en el pecho, cansancio y problemas para dormir. Él trata de controlarlo con técnicas de respiración y trata de focalizar sus pensamientos. La frecuencia de su ansiedad depende mucho de su estado emocional, pues él comenta que tiene picos donde se siente mucho mejor, como también a veces recaídas. Cuando presenta este problema, para él es difícil seguir con sus actividades diarias, debido a la preocupación inconsciente que tiene en todo momento. Para él, la aplicación sería una buena forma de compartir sentimientos en común con alguien más, comenta que estos temas por lo general no se hablan por lo que sería un medio muy útil para desahogarse.
- En la entrevista realizada a Sabine Zúñiga, estudiante de medicina, nos comentó que al estar en primer ciclo de la universidad, está recién en etapa de cambio y acostumbrándose a la nueva modalidad donde tiene mucha carga de trabajos. Esta situación le está causando mucha ansiedad pues comenta que la causa principal de su ansiedad es el hecho que ella le da muchas vueltas a los temas, se queda pensando todo el día en los pendientes de la universidad y esto no la deja dormir tranquila, para afrontarlo hace yoga y deporte. Además, nos contó que esta situación la angustia mucho pues recientemente le ha incrementado la ansiedad y no sabe manejarlo, por ello considera que conversar con alguien más que pueda entenderla le ayudaría

mucho, pues le gustaría saber cómo otras personas controlan su ansiedad y aprender a sobrellevarlo.

- En la entrevista realizada al usuario Sebastián Brosset, quien es administrador, nos comentó, que la última crisis de ansiedad fuerte que ha tenido fue a raíz de la carga laboral, pues en el trabajo le daban tiempos muy ajustados para presentar sus reportes. Él manifiesta que, para él, el estrés es lo que le desencadena ansiedad y esto lo lleva a querer comer mucho. Para controlarlo él realiza deporte, pero sobre todo lo que más le sirve es las meditaciones que hace en las mañanas y antes de dormir para evitar tener pensamientos que no lo dejen dormir sus horas. La ansiedad no le permite concentrarse en sus actividades diarias por eso le parece una buena idea el contar con un medio para conversar con personas que pasan por algo similar sería algo positivo para él. Le gustaría encontrar a alguien con mayor experiencia laboral que él en esta aplicación y que sufra de ansiedad, pues considera que estas crisis que le dan son en gran parte por el trabajo y quisiera recibir recomendaciones.
- En la entrevista realizada a Blanca Muñoz, quien es administradora, para ella la pandemia ha sido un desencadenante de sus fuertes crisis de ansiedad, pues en la segunda cuarentena ella no podía controlar sus nervios, se le dificulta dormir, se sentía sola y triste al no poder salir, comenta que fue muy difícil controlarlo. Su manera de manejarlo es haciendo deporte o saliendo con amigas, sin embargo, nos cuenta que la pandemia ya no le permite hacer como antes esas actividades por lo que tuvo que buscar ayuda de un profesional. Para ella la ansiedad viene a causa del entorno, presión social, tener relaciones dificultosas o que haya alguna situación que no permita una tranquilidad emocional. Su crisis la llevó a no poder realizar su vida con normalidad, incluso nos cuenta una experiencia donde el estar bloqueada mentalmente la hizo chocar cuando manejaba. Para ella el poder hablar con otras personas que padecen lo mismo sería bueno, pues ella al tener 50 años, nos cuenta que le gustaría compartir más con gente joven que sea más abierta y diga lo que sienta, ya que su generación no suele hablar de esos temas y suelen tapar mucho lo que sienten.
- En la entrevista realizada a Alonso Morales nos indicó que sufre de ansiedad generalizada, sobre sus crisis de ansiedad la última fue ya de hace un año aproximadamente, padece de falta de motivación, ya con el tiempo ha desarrollado varias como un control de respiración o el tener una charla con el mismo. Señala que

la continuidad es diaria, es decir, que la siente todos los días puede aumentar o bajar, pero la mantiene. Sabe diferenciar las cosas por lo cual es consciente que sus problemas no son graves a comparación de otras personas. Para él es bueno poder hablar con personas que sepan del tema, no profesionales como tal sino personas que cuentan su experiencia en base de cómo lo llevan o como lo ha superado.

- En la entrevista realizada a Ximena Amasifuén, su última crisis de ansiedad se debió porque se le juntó temas personales los cuales fueron: el fallecimiento por COVID de una familiar, la búsqueda de trabajo y estudios. Ella nos comenta que trata de manejarlo de la mejor manera debido a que tiene tiempo lidiando con la ansiedad y lleva dos años con un psicólogo. Al momento de afrontarlo, escribe cómo se siente al respecto, lleva medicación por lo cual le genera ciertos síntomas como palpitations, impulsividad. Su crisis la afectó mucho, nos reveló el episodio donde tuvo que parar su vida porque no sabía cómo reaccionar. Para ella, fue complicado y nos sugiere que a veces no siempre una mejora es una mejora lineal, debido a que existen personas que pueden generar más ansiedad de lo normal, pero a su vez le parece muy bueno que queramos crear una app para poder ayudar a personas con TLP porque nadie antes piensa en darle una solución a ese problema.
- En la entrevista realizada a Marco Antonio Puppo, abogado de 30 años nos comenta un poco sobre su situación con la ansiedad y como lo maneja. Por un lado, la situación de Marco es que su sentir de las cosas, para él todo va lento lo cual hace que entre en desesperación. Además, cuando le sucede puede reconocerlo, para tomarse un tiempo ya que a veces no le es tan fácil. Realiza actividades para poder ocupar su mente en otra cosa. Por otro lado, le pasa de forma esporádica la crisis, pero a su vez siente que ha mejorado porque le pasaba más seguido la crisis. Es consciente que su situación no es grave, piensa que otras personas pueden pasarlo de diferente manera. De igual manera, ha sido un proceso ya que antes si se le dificulta realizar sus actividades. Marco es de las personas que trata de solucionar sus problemas de forma individual, él cree que a veces no es necesario hablar con una persona que atravesase lo mismo, pero si una persona de su entera confianza.
- En la entrevista realizada a Deyanira Arditto, quien trabaja en la parte administrativa de una empresa, nos comentó, que la última crisis de estrés fuerte que ha tenido fue a raíz del fallecimiento de un familiar. Ella manifiesta que el padece de migraña que es lo que desencadena el estrés y le dieron cuadros depresivos porque comenzó a

acordarse de este familiar y esto la lleva llorar desconsoladamente. Para controlarlo ella realiza deporte y labores del hogar. La ansiedad no le permite controlar sus alimentos, para ella el estar encerrada le está provocando aún más este problema. Le gustaría encontrar a alguien con mayor experiencia laboral en esta aplicación y que sufra de ansiedad y de estrés, pues considera que estas crisis que le dan son en gran parte por todo lo que se vive y quisiera recibir recomendaciones.

2.1.5 Aprendizajes

- Un punto que muchos de los entrevistados concordaron es en que todos desean resolver sus problemas de ansiedad y/o estrés, lo más rápido posible, ya que muchos no soportan tener estos males ni por un minuto. Esto demuestra, que estarían totalmente dispuestos a incurrir en la app como solución más eficaz, en lugar de buscar otras opciones que toman mayor tiempo.
- Del mismo modo, se puede afirmar que muchas personas acuden a realizar actividades que les ayuden a desestresarse y eliminar la ansiedad. Estas actividades pueden ser calmadas, como la meditación o el yoga, como también pueden ser más movidas, como practicar deportes, etc. Esto nos quiere decir, que se podría incluir un interfaz en la app, para poder implementar algunas de estas actividades que ayuden a la relajación como meditaciones guiadas, videos, música, etc.
- Así mismo, muchos de los entrevistados afirmaron que, hablar con un sujeto con los mismos problemas ayudaría mucho a confrontar la ansiedad y el estrés. Esta aceptación por parte de los usuarios nos dice que sería viable implementar dicha opción en la aplicación.
- Finalmente, tener en cuenta, que algunos usuarios padecen estas enfermedades con mayor seriedad. Este dato vendría a ser de suma importancia, a la hora de diseñar la interfaz del aplicativo. En caso, este sea complicado de usar, lo más probable es que los usuarios rechacen el servicio, sin haber indagado a profundidad. Se debe programar la app de modo que el público pueda ver claramente lo que ofrecemos y pueda acceder fácilmente a ello.

2.1.6 Sustento de la realización de la entrevista

Entrevistas a usuarios:

- <https://soundcloud.com/sebasti-n-caceda/entrevista-usuario-1>

- <https://soundcloud.com/sebasti-n-caceda/entrevista-usuario-2>
- <https://soundcloud.com/sebasti-n-caceda/entrevista-usuario-3>
- <https://soundcloud.com/sebasti-n-caceda/entrevista-usuario-4>
- <https://soundcloud.com/raquel-quintana-quichca/entrevista-usuario-1>
- <https://soundcloud.com/raquel-quintana-quichca/entrevista-usuario-2>
- <https://soundcloud.com/raquel-quintana-quichca/entrevista-usuario-3>
- <https://soundcloud.com/raquel-quintana-quichca/entrevista-usuario-4>
- <https://soundcloud.com/cristian-acurio/brenda-palomino-urquiso-30-04?in=cristian-acurio/sets/entrevistas-fórmula>
- <https://soundcloud.com/cristian-acurio/luis-eduardo-callos-chirinos-30?in=cristian-acurio/sets/entrevistas-fórmula>
- <https://soundcloud.com/cristian-acurio/pablo-montesinos-segovia-29-04?in=cristian-acurio/sets/entrevistas-fórmula>
- <https://soundcloud.com/cristian-acurio/rolando-correa-29-04?in=cristian-acurio/sets/entrevistas-fórmula>
- <https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/entrevista-sabine>
- <https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/entrevista-sebastian>
- <https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/whatsapp-audio-2021-05-01-at-95235-am>
- <https://soundcloud.com/sebastian-brosset/entrevista-blanca-munoz/s-h3kmWbzIPaX>
- <https://soundcloud.com/genesis-geng-rivas-263364527/usuario-4-deyanira-arditto-1>
- <https://soundcloud.com/genesis-geng-rivas-263364527/usuario-2-ximena-amasifuen-3>
- <https://soundcloud.com/genesis-geng-rivas-263364527/usuario-3-marco-puppo-1>
- <https://soundcloud.com/genesis-geng-rivas-263364527/usuario-1-alonso-morales-1>

2.2 DISEÑO Y GUÍA DE ENTREVISTAS DE EXPLORACIÓN

2.2.1 Breve explicación del problema que se espera resolver

Hoy en día estamos atravesando por una situación crítica relacionada a la salud a nivel mundial, pues el nuevo virus conocido como la covid- 19 se está llevando consigo a millones de personas que lo padecieron. Con ello, ciertas restricciones y recomendaciones fueron impuestas por el gobierno entre las cuales se encuentra el evitar salir del domicilio y no

exponerse al contagio. En este último año en el que se está lidiando con el virus, se ha visto un incremento de ciertos trastornos psicológicos que están afectando desde niños hasta personas de mayor edad por el hecho de estar en sus casas y no poder salir, al igual que las nuevas modalidades sean de estudios o trabajo a la que no están acostumbrados.

Por tanto, con nuestro proyecto se busca contribuir en aliviar o reducir el exceso de ansiedad y/o estrés en las personas, lo cual es causado por diversos factores ya sean provenientes de las actividades diarias domésticas o relacionadas al estudio/trabajo.

2.2.2 Entrevistas a expertos

Guía de entrevistas de exploración

Buenos días/tardes/noches, Mi nombre es estudiante de la UPC del curso de emprendimiento de negocios sostenibles. Antes que nada, queremos agradecerle por aceptar su contribución. Podría por favor presentarse indicando su nombre y profesión..... Cabe resaltar que esta entrevista es realizada con fines académicos para el curso.

Entrevista a expertos

- ¿Es lo mismo la ansiedad que el estrés?
- ¿Qué factor considera el más influyente que ocasiona el trastorno de ansiedad o estrés en las personas?
- ¿Hay alguna manera de controlar estos problemas?
- ¿Cómo se recomienda actuar a un paciente si pareciera que este va a padecer otra recaída?
- ¿Cuántas clases de trastornos de ansiedad o estrés conoce?
- ¿Cómo puede alguien, que no sufre de estos males, poder prevenirlo?
- ¿Qué repercusiones tiene el no tratar estos problemas?
- ¿Considera conveniente la creación de una app para poder ayudar a las personas que sufren estos tipos de estados de ánimo?

2.2.3 Síntesis de los resultados obtenidos

Expertos

Se puede decir que tanto el estrés como la ansiedad manejan conceptos diferentes, ya que el estrés está asociado más a una reacción ante una adversidad o se encuentra en un peligro constante mientras la ansiedad es una sensación de miedo que incluso puede llegar a ser algo patológico. Por otra parte, se puede concluir que es recomendable manejar los pensamientos,

hacer ejercicio físico, tomar aire libre o también hacer alguna actividad que les guste a las personas de tal manera que puedan reducir o prevenir estos problemas mentales.

Finalmente, se puede decir que existen muchos tipos de ansiedad y estrés, en el caso de la ansiedad existe por ejemplo estrés post traumático o estrés agudo, y en el caso de la ansiedad existen variedades como la ansiedad de pánico, generalizada o por separación, por lo que muchos de estos problemas se pueden ayudar con técnicas de respiración o meditación.

2.2.4 Breve explicación de los hallazgos principales

Expertos

- La entrevista se realizó a Cristian Company , estudiante de psicología, se puede resumir que tanto el ejercicio físico como estar al aire libre puede prevenir enfermedades mentales . Asimismo, se puede resaltar que la ansiedad está asociada más al miedo que se presenta ante una situación que aún no ha ocurrido y el estrés relacionado más a las reacciones ante las diversas adversidades que se presentan. Finalmente es recomendable poder manejar los pensamientos para poder evitar estos problemas de salud mental y darse un tiempo todos los días a realizar actividad que le guste a las personas y con esto evitar situaciones terribles en las cuales muchas personas llegan a la automedicación e incluso hasta el suicidio.
- De acuerdo con el experto Alejandro Baca, estudiante de psicología, existen factores ajenos a la persona que afectan a su nivel de estrés y/o ansiedad. Estos serían factores externos que no se pueden controlar como la presión del trabajo, problemas, etc. Por otro lado, existen factores internos que son los que pueden ser controlados con mayor facilidad, como las emociones, pensamientos malos, etc. Del mismo modo, asegura que existen personas que son más susceptibles a los factores internos que externos y viceversa. Así mismo, Alejandro dice que existen personas a las que la ansiedad les genera estrés y viceversa. Finalmente, una de las causas más representativas de estos males es el no llevar una vida activa quedándose en una zona de confort.
- De acuerdo a la entrevista realizada a Angel Ravilla, estudiante de últimos ciclos de la carrera de psicología, no comenta que usualmente se suelen relacionar los términos de estrés y ansiedad, sin embargo tienen conceptos distintos ya que el primero, se genera cuando la persona se siente amenazada o en peligro constante y el segundo, puede llegar a ser algo patológico, presentándose rasgo como morderse las uñas, mascar los útiles de estudio, movimientos de las extremidades, todo esto para desfogarse de una situación adversa. Asimismo, mencionó que la ansiedad se puede

controlarlo teniendo un ritmo de vida saludable y el estrés se recomienda distraer la mente y alejarse de ese factor que te genera ese problema. Finalmente menciona que existen muchas clases de trastornos de ansiedad y estrés, así como las repercusiones que puede generar el no tratarlo el cual como principal tenemos el no llevar una vida normal, como, por ejemplo: Los agorafóbicos.

- De acuerdo a la entrevista realizada a Alonso Garcia Montero, psicólogo clínico, nos comenta que los trastornos de ansiedad o estrés se dan por un contexto en el que se encuentran la persona ya sea laboral, académico, o social. Y que es muy diferente la ansiedad y el estrés pues la ansiedad es la sensación de miedo al percibir estímulos como amenazantes o peligrosos. Mientras que el estrés es la evaluación cognitiva de un estímulo que le genera un malestar significativo, tanto a nivel mental, emocional y físico. Además, nos comenta que se pueden tratar con terapia psicológica, y en algunos casos extremos, con medicación psiquiátrica dependiendo del diagnóstico pues hay muchos tipos de trastornos como estrés postraumático, estrés agudo, ansiedad generalizada, ansiedad por separación, agorafobia, diferentes fobias (social, escolar, específica), etc. Este tratamiento se puede acompañar con relajación progresiva, respiración, meditación, etc. Finalmente, él está de acuerdo con que se cree una app y que esta debe contar con un equipo psicológico al lado para poder asegurar su efectividad.
- En la entrevista realizada al estudiante de psicología José Luis Malara, nos explica más a detalle la relación entre ansiedad y estrés, a pesar de no ser lo mismo una conlleva a la otra. Sugiere que estas personas deben buscar ayuda profesional, para una persona diagnosticada, es la solución más eficaz al problema. Nos comentó un poco más de la ansiedad que existen varios tipos y esta puede incluir las fobias, los trastornos de pánico y para poder prevenirlo hay que tener buenos hábitos, ya también te puede llevar a la depresión. Considera que hay cierta disonancia con la situación actual. Al momento de profundizar el tema indicó que en el aspecto emocional la persona puede sentirse vacío o emocionado, en temas conductuales puede sentirse cansado o temblores y en el área somática sudoración o sequedad. Le pareció una buena idea de la app ya que considera que puede servir como un apoyo tipo de control con ciertos episodios que puede tener una persona, pero no debemos olvidar que para la ansiedad se le debe enseñar a la persona como pensar y actuar.

2.2.5 Aprendizajes

- Los expertos concuerdan en que es necesario llevar un tipo de vida activa para poder disminuir los episodios de estrés y ansiedad, y aún más en los tiempos de covid. Para aprovechar esta información, se puede implementar agendas de actividad en la app, para que cada persona, según su estado físico, empiece a realizar actividades físicas adecuadas para eliminar el estrés, sin lastimarse.
- De la misma manera, los expertos afirman que la ansiedad y el estrés son patologías distintas que las personas muchas veces confunden. Dado que los factores causantes de estos problemas son distintos, se deberá adaptar la app para que el usuario sepa exactamente lo que está padeciendo y pueda solucionarlo fácilmente y de manera dinámica con el aplicativo.

2.2.6 Sustento de la realización de la entrevista

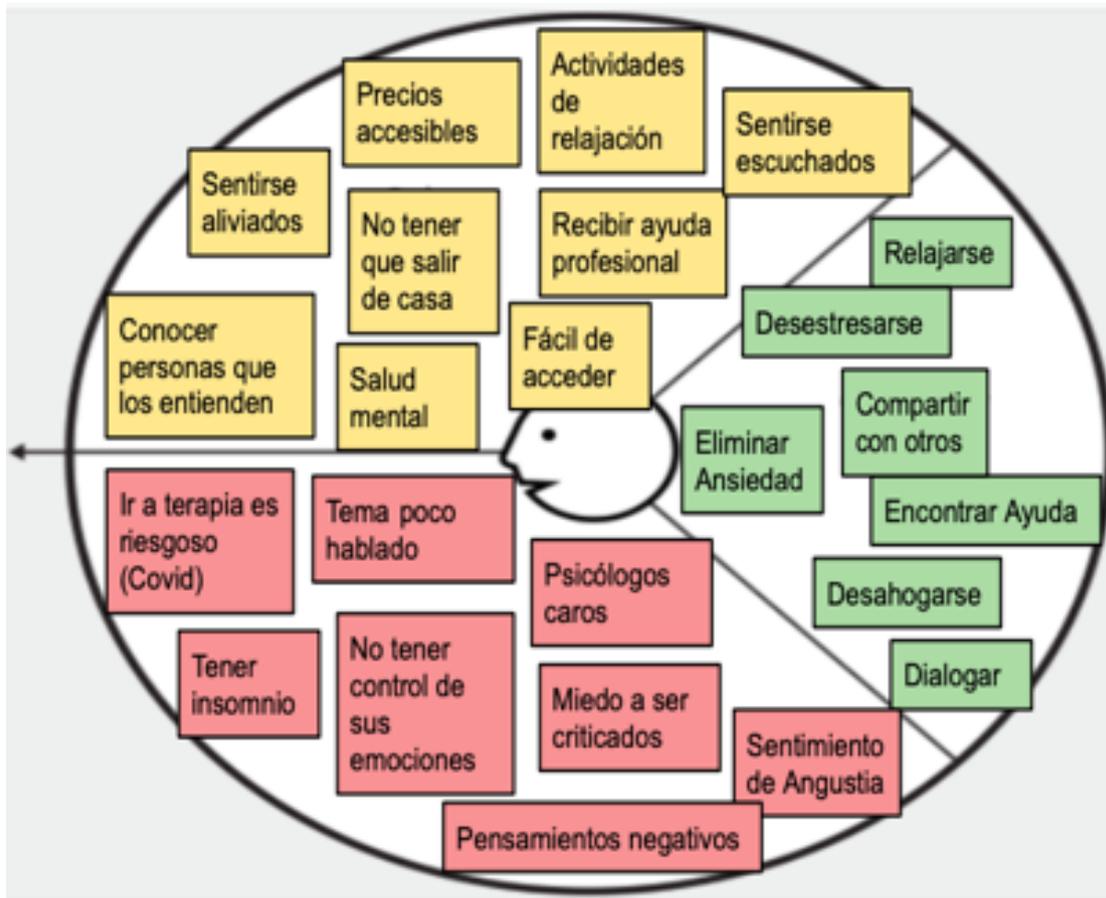
Entrevistas a expertos:

- <https://soundcloud.com/sebasti-n-caceda/entrevista-experto-1>
- <https://soundcloud.com/raquel-quintana-quichca/entrevista-experto-1>
- <https://soundcloud.com/cristian-acurio/alejandro-hendrick-baca-baca?in=cristian-acurio/sets/entrevistas-formula>
- <https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/entrevista-alonso-garcia>
- <https://soundcloud.com/genesis-geng-rivas-263364527/experto-1-jose-luis-malara-2>

3 VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1 Perfil del cliente

Figura 1. Perfil del cliente



Fuente: Elaboración propia

Trabajos:

- Relajarse
- Desestresarse
- Eliminar ansiedad
- Encontrar ayuda
- Poder dialogar
- Desahogarse

Alegrías:

- Accesibilidad de precios
- Brindar Alivio
- Brindar ayuda profesional
- No tener que salir de casa
- Conocer personas que las entienden
- Ofrecer actividades de relajación
- Sentir que los escuchen

Frustraciones:

- Ir a terapia puede ser riesgoso (Covid-19)
- Temas poco hablados
- Citas presenciales demasiado caras
- Tener insomnio
- Sentimiento de angustia
- Miedo a ser criticados o juzgados
- Pensamientos negativos

3.2 Mapa de valor

Figura 2. Mapa de valor



Fuente: Elaboración propia

Creadores de valor

Para la creación de Valor de la aplicación se busca mejorar la calidad de vida de las personas de manera emocional, pues por medio de las herramientas brindadas y el soporte que se le dará al usuario, este va a tener un mejor estado de ánimo, va a ver cambios progresivamente pues aprenderá a controlar y sobrellevar el estrés y además de recibir apoyo de diferentes personas con los mismos problemas que ellos.

Aliviadores de dolor

Con los aliviadores se busca aliviar la ansiedad o depresión por medio del apoyo y soporte que van a recibir los usuarios de los expertos en psicología, además que ellos seguirán todo el proceso y los ayudarán paso a paso, esto tendrá un costo accesible y habrá un horario extenso y flexible que se acomode a las necesidades y tiempos de cada persona. Por último, tendrán el apoyo de más personas que estén pasando por la misma situación lo cual hará que se sientan comprendidos y que no están solos.

Productos y servicios

La plataforma virtual ofrece como principal servicio el brindar a los usuarios una solución a una necesidad emocional que ellos tienen la cual es la ansiedad o depresión, pues estos han incrementado en el último año debido a la coyuntura. Se brindará una asesoría personalizada con profesionales, donde se evaluarán las causas de dicho problema y en base a ello se dará un tratamiento y terapia que se van a complementar con las diferentes herramientas que la aplicación brinda, como lo son la meditación y los grupos de apoyo donde podrán empatizar con personas que están pasando por algo similar.

3.3 Encaje

Figura 3. Encaje



Fuente: Elaboración propia

3.4 Descripción de la propuesta de valor

Dado el análisis del mapa de valor, podemos determinar que existe un encaje entre la propuesta de valor del servicio y el segmento de consumidores objetivo. Esto es debido, a que el mapa de valor calza en el perfil del cliente y, además, el propósito de la app se centra en aliviar y tratar la raíz de los problemas y frustraciones de los usuarios.

Mencionados estos aspectos, podemos concluir que el tipo de encaje está orientado al problema - solución, dado que, las frustraciones y alegrías del cliente objetivo están bien definidas, son fácilmente observables y pueden ser fácilmente abordadas con la propuesta de valor del producto. No obstante, se carece de pruebas concretas sobre si el consumidor logró captar el mensaje de valor y darle importancia.

3.5 Identificación de elementos diferenciales

Tabla 1. Competidores

Deep Breath	Otros aplicativos
Cuenta con un aplicativo personalizado, aparte de la página web, siendo más completo.	Answer Psicología: Cuenta con una página web elaborada donde puede interactuar el usuario con un psicólogo.
La página web es amplia y cuenta con múltiples funciones para que el usuario pueda interactuar con todos los servicios que se ofrecen.	Therapy Chat: Cuenta con consultas en línea a psicólogos y la primera consulta es gratuita, pero no cuenta con una página web llamativa, es decir que es muy básica.
Los usuarios pueden interactuar en el aplicativo, pero es confidencial toda información que se pueda presentar.	CITA.io: Es un aplicativo en el cual el usuario puede interactuar con muchas personas y la información es pública.
Este aplicativo ofrece consultas y tratamiento de problemas relacionados con el estrés y la ansiedad con la ayuda de psicólogos profesionales.	Gurumind: Esta aplicación ofrece meditación mediante sesiones personalizadas para calmar el estrés y la depresión.
Este aplicativo muestra los tips de cuidado de salud mental en una sección específica, pero como parte de la interacción del usuario con el aplicativo, pero no se centra completamente en ese aspecto, teniendo como ventaja competitiva la consulta de psicólogos profesionales.	Meyo: Este aplicativo muestra tips de cuidado de salud mental, así como videos de rutinas de deportes y recetas de comidas saludables.

Fuente: Elaboración propia

4 BUSINESS MODEL CANVAS

4.1 BMC

Tabla 2. BMC

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
-Facultades de Psicología de universidades reconocidas. -Pasarela de pagos.	-Construir el aplicativo -Construir aplicación. -Reclutamiento de especialistas. Reclutamiento del personal para desarrollo y mantenimiento del programa.	Nuestra propuesta es una plataforma que permite conectar personas que presentan problemas de ansiedad y depresión para que puedan encontrar ayuda oportuna de especialistas capacitados de indicar un tratamiento, brindar seguimiento y también permita interconectar a los usuarios con más personas que pasen por lo mismo. Esto gracias a la creación de un aplicativo que facilite la accesibilidad a este tipo de tratamientos	-Interacción mediante redes sociales. -Interacción mediante el aplicativo. -Evaluación de satisfacción de los usuarios.	-Jóvenes y adultos preocupados por mantener el cuidado de sus conductas emocionales, controlar la ansiedad, otro tipo de patologías psicológicas, acompañado por la preservación de estilo de vida saludable tanto física como mentalmente. (tendencia)
	Recursos clave		Canales	
Costos	-Elaboración del aplicativo. -Contador		Ingresos	Atención psicológica personalizada, tratamientos y asesorías y suscripciones. Cada sesión tendrá un costo de acuerdo al diagnóstico del

				paciente.
--	--	--	--	-----------

Fuente: Elaboración propia

4.2 Desarrollo y sustento de cuadrantes

- **Segmento de clientes:**

Esta aplicación está dirigida a jóvenes y adultos de 18 a 60 años que están interesados en el cuidado de su salud mental. Asimismo, a este tipo de usuarios les interesa poder compartir con expertos temas relacionados con ansiedad y depresión porque son los temas que actualmente son los más relacionados en temas de salud mental. Asimismo, algunos clientes buscan especialistas en temas de familia para que puedan realizar terapias y charlas grupales.

- **Propuesta de Valor:**

La propuesta de valor de este aplicativo es ayudar a las personas que tienen problemas de salud mental como es el caso de la depresión y la ansiedad, los cuales con ayuda de especialistas en el tema puedan recibir terapias y un tratamiento adecuado según la necesidad de cada uno. Asimismo, mediante este aplicativo las personas pueden compartir sus experiencias y ver los comentarios de otros usuarios.

- **Relaciones con el Cliente:**

La relación con el cliente se dará mediante las redes sociales, especialmente mediante el Facebook en el cual constantemente se publicarán imágenes, videos y algunos tips de cuidado de la salud mental. Asimismo, en el mismo aplicativo se publicará información actualizada y una opción en el cual el cliente podrá ponerse en contacto con nosotros; de igual manera, se agregará la encuesta de satisfacción para ver en qué aspectos podemos mejorar.

- **Canales:**

Como se mencionó en la relación con los clientes los principales canales son la app, la página web y el Facebook, en estos dos últimos se publicará constantemente las últimas novedades del aplicativo y el app se actualizará constantemente según los requerimientos de los usuarios y las últimas novedades del mercado.

- **Asociaciones clave:**

Nuestros principales socios son las universidades que quieran ser parte del proyecto, especialmente sus docentes y los alumnos de los últimos ciclos que deseen realizar sus prácticas; asimismo, otros socios clave serían las empresas que brindan las opciones de pagos y que los usuarios tengan más opciones de pago.

- **Actividades Clave:**

Para las actividades clave se consideró, primero construir el aplicativo desde cero con las ideas propuestas por los miembros del grupo. Asimismo, con el prototipo hecho se realizó la página web y posteriormente se presentó el proyecto ya terminado para el público.

- **Recursos Clave:**

En cuanto a los recursos clave se consideró los aspectos más importantes para el buen funcionamiento del aplicativo como es el caso de computadoras, dispositivos tecnológicos en general porque en principio consideramos memorias externas para que la se pueda contar con mejor almacenamiento, psicólogos, diseñadores web, ingeniero de software, community manager y un gerente de área para que pueda gestionar mejor el proyecto.

- **Costos:**

Para los costos consideramos la elaboración del mismo aplicativo y el mantenimiento del mismo.

- **Ingresos:**

Los ingresos serán las ganancias que se obtengan de las sesiones personalizadas con los psicólogos mediante las salas en el aplicativo. Asimismo, se obtendrán ganancias de las suscripciones de los usuarios.

5 VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1 Validación

5.1.1 Experimento

a. Objetivo del experimento

Tabla 3. Objeto del experimento 1

Conceptos	
Hipótesis	Nuestra plataforma es funcional para nuestro público objetivo junto con el diseño de la plataforma mediante la validación de expertos
Cuadrante que valida	Socios clave, segmentos de clientes e interés de compra
Método	Entrevista a expertos
Métrica	Nivel de aceptación
Criterio de éxito	Nivel de aceptación mayor a 60%

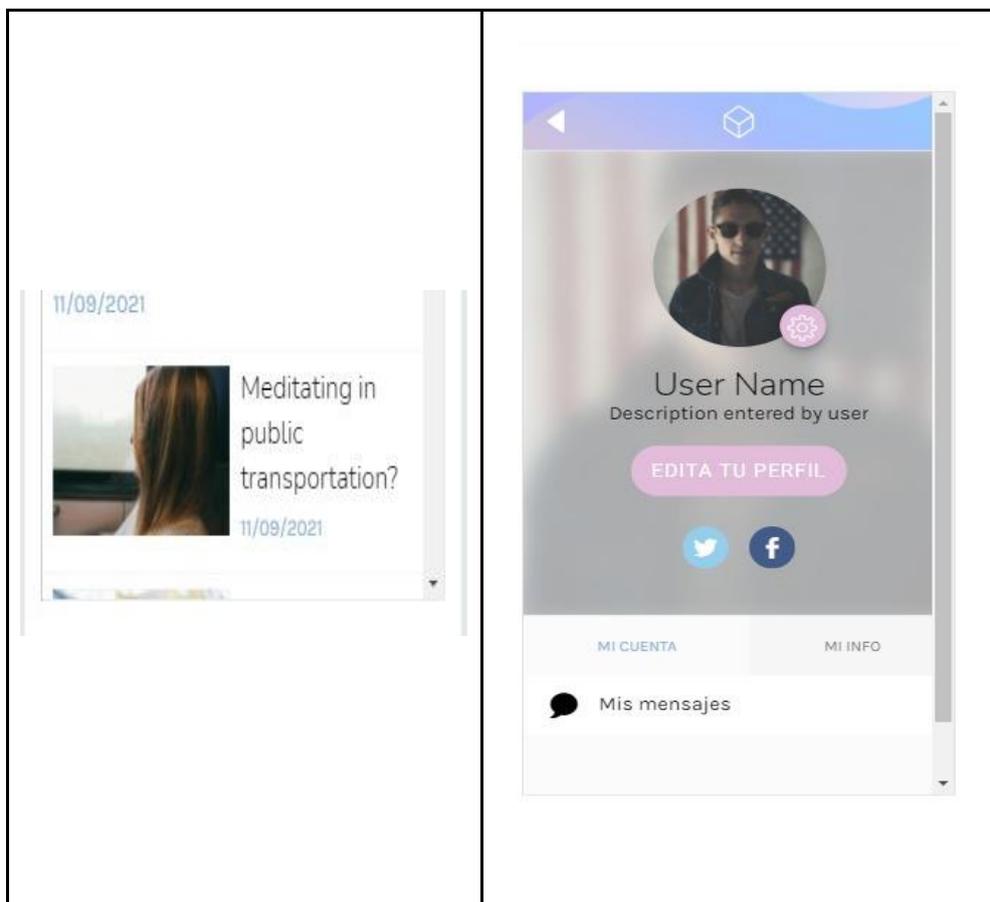
Fuente: Elaboración propia

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para realizar el experimento, se realizó una guía de preguntas sobre el prototipo de la aplicación que hemos realizado, pues se busca captar las opiniones de expertos en el rubro y con ello saber si la consideran atractiva tanto por el diseño, las herramientas propuestas como también la facilidad de uso. Se realizaron entrevistas a 2 expertos relacionados con el rubro.

Tabla 4. Presentación del mock up





Añade tu primer evento :)

Fecha * [CREAR UN EVENTO](#)

16 septiembre 2021

Hora *

16 : 42

Tipo de atención *

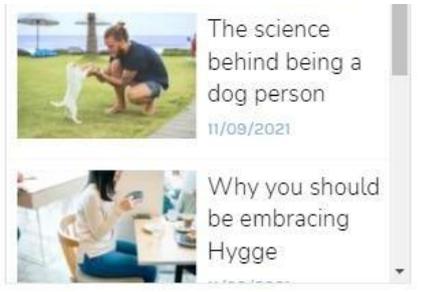
[ENVIAR](#)

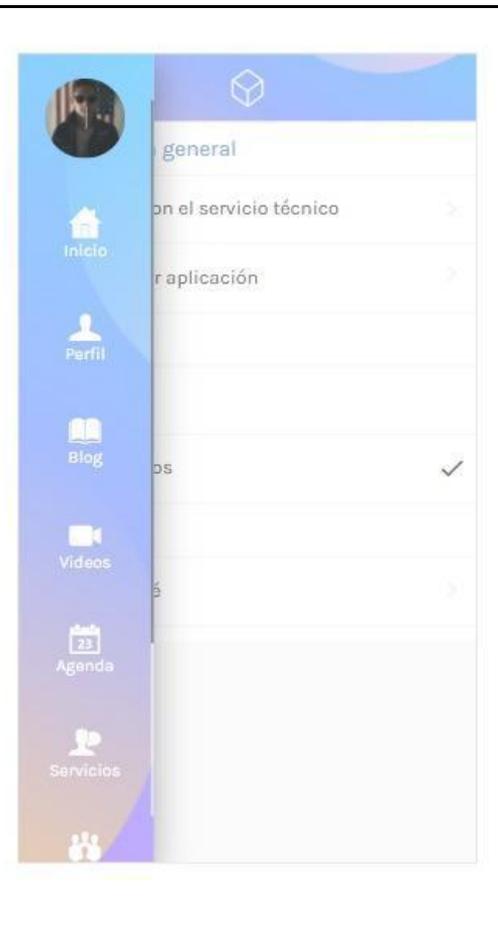
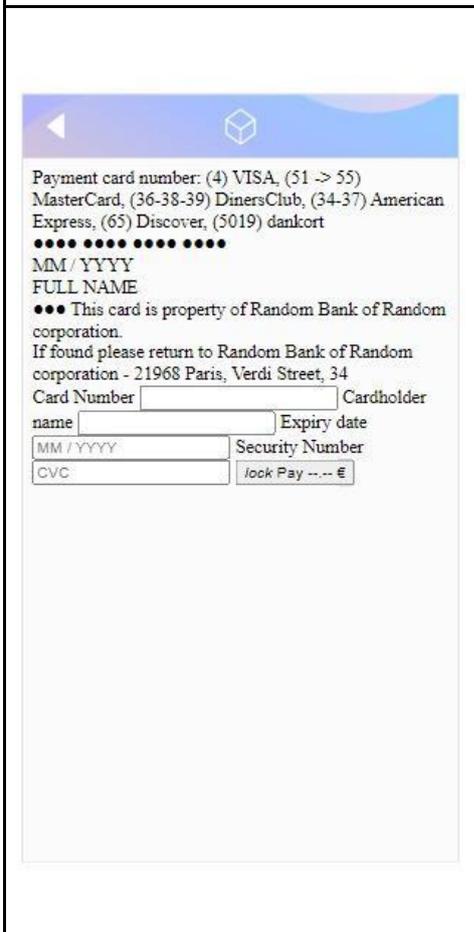
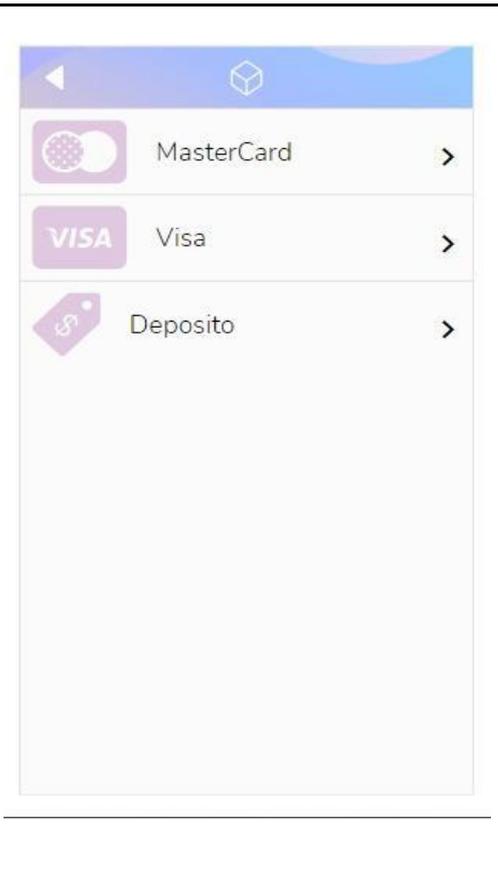
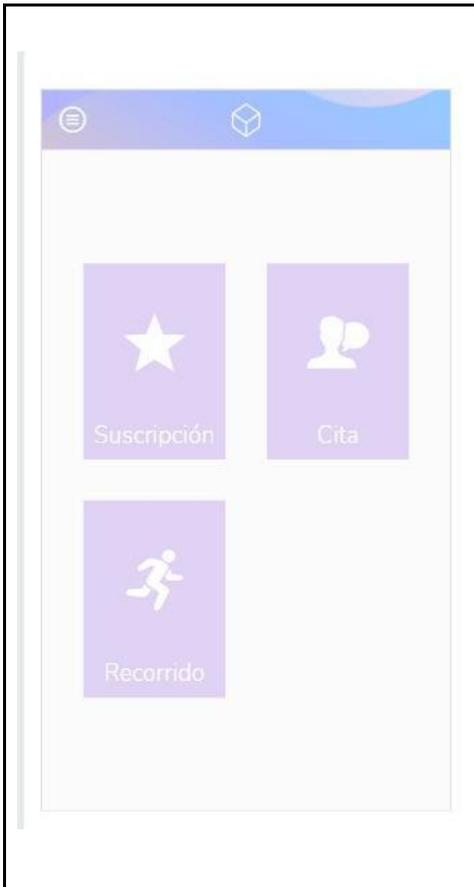


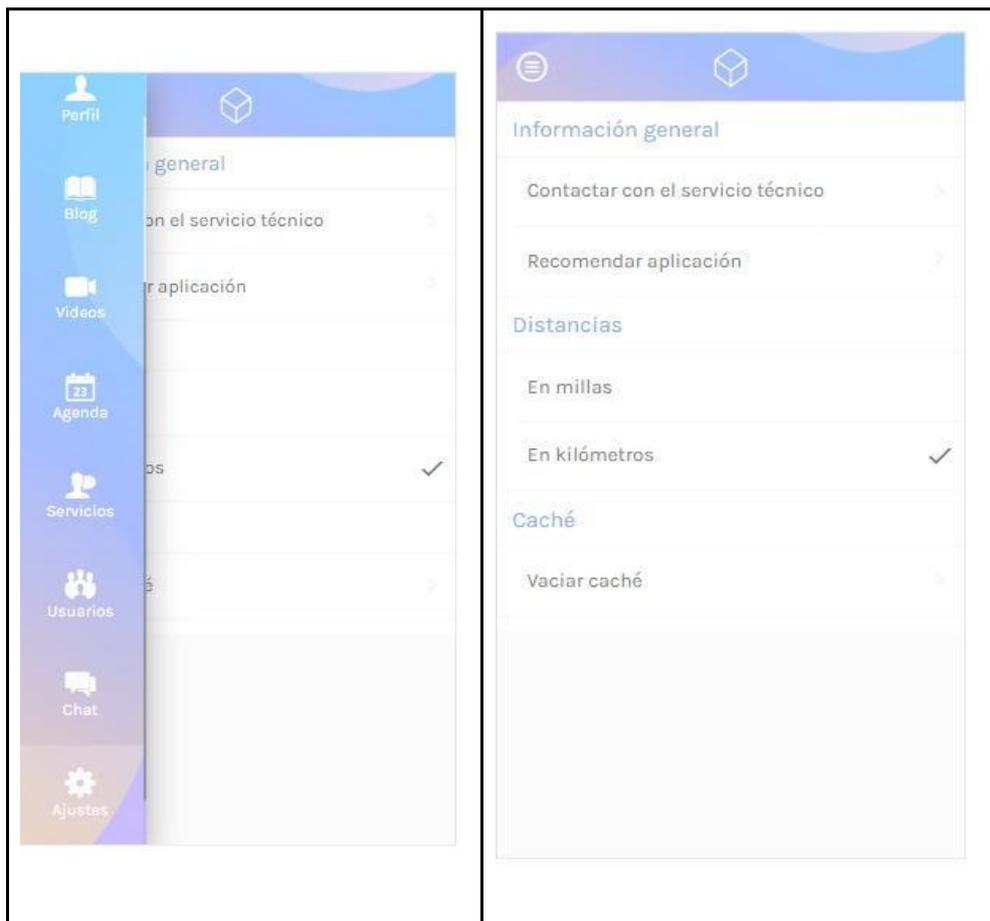

Agenda


Añade tu primer evento :)

[CREAR UN EVENTO](#)







Fuente: Elaboración propia

Perfil del experto

Nicolás Valdivia es ingeniero de sistemas, manager con más de 15 años de experiencia como PMO Manager, Service manager y Jefe de calidad de software de e - commerce y aplicativos web.

- Conocimiento en desarrollo de aplicativos móviles.
- Experiencia de 15 años en el rubro
- Experiencia en comprobación de software informático
- Experiencia en gestión de herramientas digitales
- Manejo intermedio de plataformas
- Conocimiento en lenguaje JavaScript y HTML.

Guía de preguntas a expertos

- ¿Debería crear una maqueta o prototipo adicional?
- ¿Debería ser una aplicación híbrida o nativa?, ¿Por qué?
- ¿En qué lenguaje de programación debo desarrollar el aplicativo?, ¿Por qué?
- ¿Cuánto tiempo requiere la programación de mi aplicativo?
- ¿Qué profesionales debo contratar para su desarrollo?
- ¿Qué necesito antes de trabajar con un partner tecnológico?, ¿Es suficiente el mockup que presento?
- ¿Qué tipo de servidor necesito para su conectividad?
- ¿Qué gestor de contenidos requiero?, ¿Cuál es el costo de ello?
- ¿Qué necesito para integrar la pasarela de pago?
- ¿Cuál debe ser la capacidad de usuario recomendada?
- ¿Qué tipo de base de datos necesito? (tamaño, precio)
- ¿Será necesario una interfaz de gestión de notificaciones?, ¿Cuál es el costo de ello?, ¿Qué necesito para la creación de una?
- ¿Se necesitará una capa de acceso a datos (back-end) para mi app?, ¿Cuál es el costo?
- ¿Cuánto me costaría desarrollar el front end de mi aplicación?
- ¿La arquitectura de mi app es simple o compleja?

ii. Bitácora de actividades

Tabla 5. Actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Validación de prototipo	Diseño del prototipo	<ul style="list-style-type: none"> - El diseño se creó en la página “Goodbarber” - La elección de los colores lavanda, rosa y celeste se debe a que son colores que transmiten calma y tranquilidad visualmente. - Se plantearon secciones diferentes
	Realización de entrevistas a los Expertos	Se realizaron 2 entrevistas a expertos con el fin de validar las hipótesis planteadas

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Para estas entrevistas los expertos nos brindaron retroalimentaciones de nuestro primer prototipo del aplicativo. Asimismo, según sus experiencias brindaron consejos de cómo podríamos mejorarlo para que tengamos mejores resultados.

Tabla 6. Interpretación de resultados

Lo más relevante	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● El diseño e idea de negocio se puede implementar y no está en el mercado. ● El desarrollo de la web puede tardar de 2 a 3 meses. ● Para el desarrollo del prototipo necesitamos un programador, un diseñador y un especialista en UX. ● En cuanto a la capacidad de usuario es escalable se puede empezar con 1000 usuarios e ir ampliando de acuerdo a la demanda. ● La arquitectura de la app está en un nivel medio ● Se necesita un servidor de e-mail, base de datos y listas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Considerar mejorar el diseño del aplicativo en el sentido que prioricemos la reserva de las citas. ● Sugerencia de iniciar con una comunidad de personas y luego escalar el negocio y afiliarse a los psicólogos y psiquiatras. ● Adaptar la interfaz para que pueda ser visualizada en una web. ● Comenzar en un inicio como una aplicación híbrida para evitar costos de migración más adelante. ● Es importante contratar un gestor de proyectos para organizar a los desarrolladores.
Nuevas preguntas	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> ● Debemos definir ¿Qué diferencia la suscripción de las reservas por citas? ● ¿Con cuántos usuarios deseamos iniciar? ● ¿Nos vamos a aliar con una red social para el ingreso? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar un breve test a los usuarios para sacar un perfil de atención especializada, ello tendría que ser desarrollado junto con los especialistas en la web. ● Añadir como método de pago las transferencias bancarias de diversos bancos. ● Añadir la posibilidad de vincularlo a cuentas de Facebook.

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- El diseño del prototipo tiene que darle prioridad a la reserva de citas y atención a los pacientes.
- Establecer los beneficios de la suscripción y la reserva de citas.
- Agregar filtros en los que se invite a pertenecer a la comunidad para que los usuarios puedan interactuar.

- Hacer un pequeño test de bienvenida a los usuarios para que puedan recibir una atención personalizada. Además, ello nos permitiría tener un perfil de cada persona.
- Cambios en el inicio de la aplicación.
- Establecer si el ingreso de afiliación se puede dar por redes sociales.
- Adaptar la interfaz para que pueda ser visualizada en una web.
- Añadir la posibilidad de vincularlo con diversas redes sociales.
- Añadir la opción de transferencias bancarias con cuentas de bancos nacionales.

e. Sustentación de las validaciones

- Entrevista N° 1

Entrevistador/a: Lorelein Palao

Entrevistado/a: Nicolas Valdivia

Medio de entrevista: Zoom

Profesión: Ingeniero de sistemas en Banco Azteca

Link de la entrevista:

<https://drive.google.com/file/d/1R60k0oftk2tYrJmeySf5wMDm6ojAA9FX/view?usp=drivesdk>

- Entrevista N° 2

Entrevistador/a: José Luis Bardales

Entrevistado/a: Renato Ravelo Jimenez

Medio de entrevista: Entrevista presencial grabada.

Profesión: Ingeniero de sistemas en BCP.

Link de entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=QR9UDiHiWH8&t=6s>

5.1.2 Experimento 2

a. Objetivo del experimento

Tabla 7. Objeto del experimento 2

Conceptos	
Hipótesis	Las mejoras realizadas en el aplicativo permiten que el prototipo sea funcional para nuestro público objetivo junto con el diseño de la plataforma mediante la validación de expertos
Cuadrante que valida	Socios clave, segmentos de clientes e interés de compra
Método	Entrevista a expertos
Métrica	Porcentaje de aceptación
Criterio de éxito	50% de aceptación

Fuente: Elaboración propia

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se buscó entrevistar a expertos con el fin de analizar si las mejoras realizadas al aplicativo brindan funcionalidad y practicidad en su uso. De esta manera se tiene como objetivo validar la técnica de solución corroborando que se cumpla con las expectativas del usuario.

Perfil del experto

- Conocimiento en desarrollo de aplicativos móviles.
- Experiencia mínima de 1 año en el rubro
- Experiencia en desarrollo de front y back end en aplicativos Móvil.

Guía de preguntas a expertos

- ¿Debería crear una maqueta o prototipo adicional?
- ¿Debería ser una aplicación híbrida o nativa?, ¿Por qué?
- ¿En qué lenguaje de programación debo desarrollar el aplicativo?, ¿Por qué?
- ¿Cuánto tiempo requiere la programación de mi aplicativo?
- ¿Qué profesionales debo contratar para su desarrollo?
- ¿Qué necesito antes de trabajar con un partner tecnológico?, ¿Es suficiente el mockup que presento?

- ¿Qué tipo de servidor necesito para su conectividad?
- ¿Qué gestor de contenidos requiero?, ¿Cuál es el costo de ello?
- ¿Qué necesito para integrar la pasarela de pago?
- ¿Cuál debe ser la capacidad de usuario recomendada?
- ¿Qué tipo de base de datos necesito? (tamaño, precio)
- ¿Será necesario una interfaz de gestión de notificaciones?, ¿Cuál es el costo de ello?, ¿Qué necesito para la creación de una?
- ¿Se necesitará una capa de acceso a datos (back-end) **para** mi app?, ¿Cuál es el costo?
- ¿Cuánto me costaría desarrollar el front end de mi aplicación?
- ¿La arquitectura de mi app es simple o compleja?

ii. Bitácora de actividades

Tabla 8. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Mejora de las características del prototipo	Rediseño del prototipo	Se mejoró la gestión de citas, así como su creación Interfaz de inicio con funciones más pertinentes Creación del canal de atención al cliente
Validación de prototipo	Realización de la nueva guía de entrevistas	Se modificaron las guías de entrevista para obtener nueva y mejor información de los expertos
Validación de prototipo	Establecimiento de contacto con el experto	Se validó la realización de la entrevista del experto con su confirmación a través de correo electrónico

Validación de prototipo	Realización de entrevistas a los Expertos	Se realizaron 2 entrevistas a expertos que permitieron validar de forma técnica el aplicativo.
-------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Para estas entrevistas los expertos nos brindaron retroalimentaciones de nuestro primer prototipo del aplicativo. Asimismo, según sus experiencias brindaron consejos de cómo podríamos mejorarlo para que tengamos mejores resultados.

Tabla 9. Interpretación de resultados

Lo más relevante	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Los colores del aplicativo están bien. ● El logotipo es interesante porque transmite tranquilidad. ● Como prototipo resulta completo y tiene aprobación para comenzar con la programación. ● La programación del aplicativo podría tardar un aproximado de tres meses. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar el sistema de seguridad de registro al aplicativo. ● Se requiere un servidor APACHE para mejorar la conectividad. ● Con respecto a la conectividad usar un servidor Node.js Express resultaría conveniente. ● Contratar programadores especializados en aplicativos híbridos usando estructura de React.
Nuevas preguntas	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Se contará con un especialista en JAVA constantemente para el aplicativo? ● ¿Se requerirá el conocimiento de estructuras React en los especialistas a contratar? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incluir el Login para ingresar al aplicativo y saber quién accede. ● Incluir un test de personalidad al momento de registrarse en el aplicativo. ● La parte de salas para ingresar debe ser más llamativa ● Configurar en wordpress para la pasarela de pagos. ● Se puede configurar la pasarela de pagos usando la estructura de Collect.js integrándola con JavaScript

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Ponerle seguridad para ingresar a la página, con más preguntas para poder registrarse. No solo Login, sino más opciones para poder ver qué tipo de usuario.
- Aumentar recuperar la contraseña, y el captcha para tener mayor seguridad.
- Agendar la cita con un psicólogo específico y que se tenga como favorito.
- Una alternativa para configurar la pasarela de pago es usar la estructura Collect.js integrada al JavaScript.
- Al comenzar a programar la aplicación debe de ser híbrida para que pueda ser visualizada en diversas plataformas y así resulte menos complejo a largo plazo.

e. Sustentación de las validaciones

Entrevista N° 1

Entrevistador/a: José Luis Bardales

Entrevistado/a: Paolo Fiol

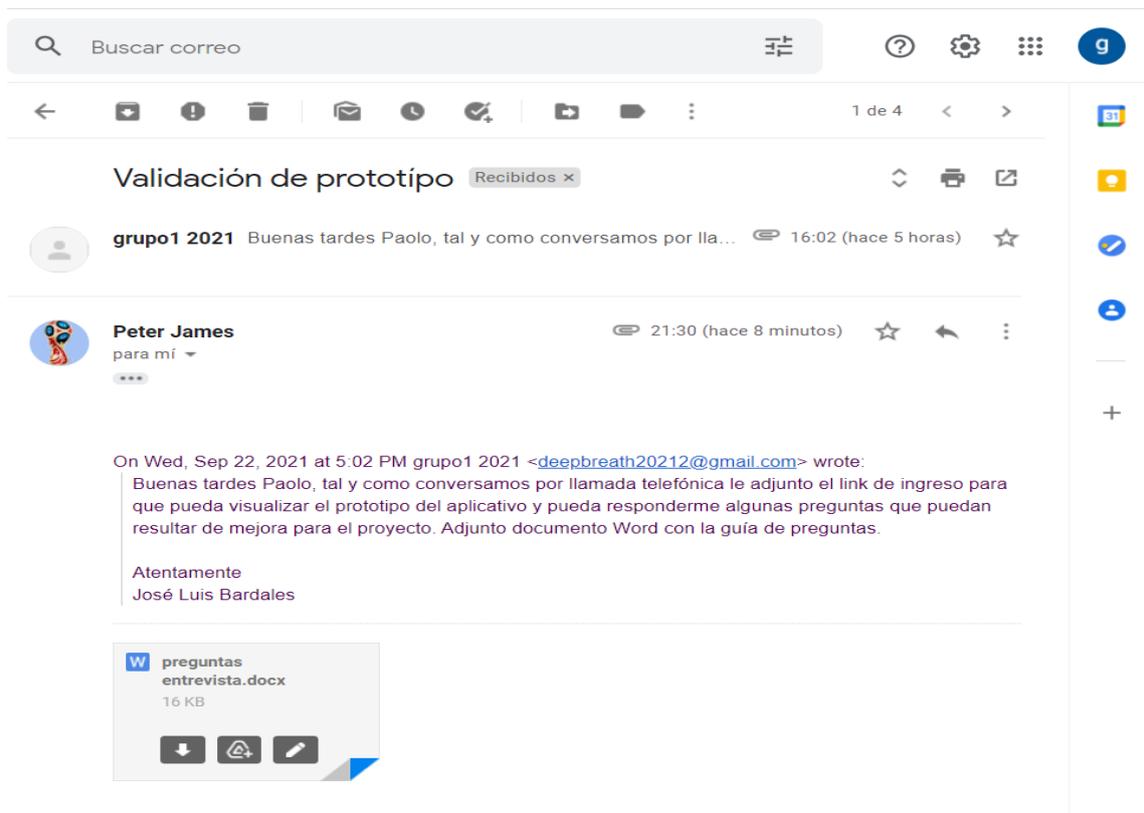
Medio de entrevista:

Profesión: Ingeniero de sistemas

Medio de entrevista: Correo electrónico

Captura de entrevista:

Figura 4. Email de entrevista a Peter James



Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Respuestas del email de la entrevista a Peter James

<p>1. ¿Debería crear una maqueta o prototipo adicional? No, el prototipo presentado es suficiente.</p>	<p>10. ¿Cuál debe ser la capacidad de usuario recomendada? La capacidad dependería en la eficiencia de la programación.</p>
<p>2. ¿Debería ser una aplicación híbrida o nativa?, ¿Por qué? Debería ser una aplicación híbrida si el aplicativo será desarrollado para varias plataformas. El desarrollo del aplicativo será menos complejo de esta manera.</p>	<p>11. ¿Qué tipo de base de datos necesito? (tamaño, precio) Se necesita un base de datos de SQL. Para empezar, se necesitaría uno simple que podría costar desde \$30 mensuales para mantener.</p>
<p>3. ¿En qué lenguaje de programación debo desarrollar el aplicativo?, ¿Por qué? Debería ser desarrollado en JavaScript, HTML, y CSS usando React como la estructura. Estas tecnologías son los mas comunes para este tipo de aplicativo.</p>	<p>12. ¿Será necesario una interfaz de gestión de notificaciones?, ¿Cuál es el costo de ello?, ¿Qué necesito para la creación de una? No será necesario una interfaz de gestión de notificaciones para este tipo de aplicativo.</p>
<p>4. ¿Cuánto tiempo requiere la programación de mi aplicativo? Un aplicativo como este requiere entre uno a tres meses de programación.</p>	<p>13. ¿Se necesitará una capa de acceso a datos (back-end) para mi app?, ¿Cuál es el costo? Si se necesita un back-end para el aplicativo. Para contratar a un programador de back-end, el costa podría empezar desde \$60</p>
<p>5. ¿Qué profesionales debo contratar para su desarrollo? Debería contratar programadores que especializan en aplicativos híbridos usando la estructura de React.</p>	<p>14. ¿Cuánto me costaría desarrollar el front end de mi aplicación? Para contratar un programador de front-end, el costo podría empezar desde \$50,000 anual por empleado.</p>
<p>6. ¿Qué necesito antes de trabajar con un partner tecnológico?, ¿Es suficiente el mockup que presento? Sí, el mockup presentado se ve completo para poder empezar la programación del aplicativo.</p>	<p>15. ¿La arquitectura de mi app es simple o compleja? La arquitectura de la app es compleja como tiene varias paginas y funciones.</p>
<p>7. ¿Qué tipo de servidor necesito para su conectividad? Node.js Express</p>	
<p>8. ¿Qué gestor de contenidos requiero?, ¿Cuál es el costo de ello? Si requiere un gestor de contenidos para que el aplicativo siempre este al día. Es costo podría ser un salario de \$35,000 anual.</p>	
<p>9. ¿Qué necesito para integrar la pasarela de pago? Se podría usar la estructura de Collect.js para poder integrar una pasarela de pago con JavaScript.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Entrevista N° 2

Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Julio Donayre

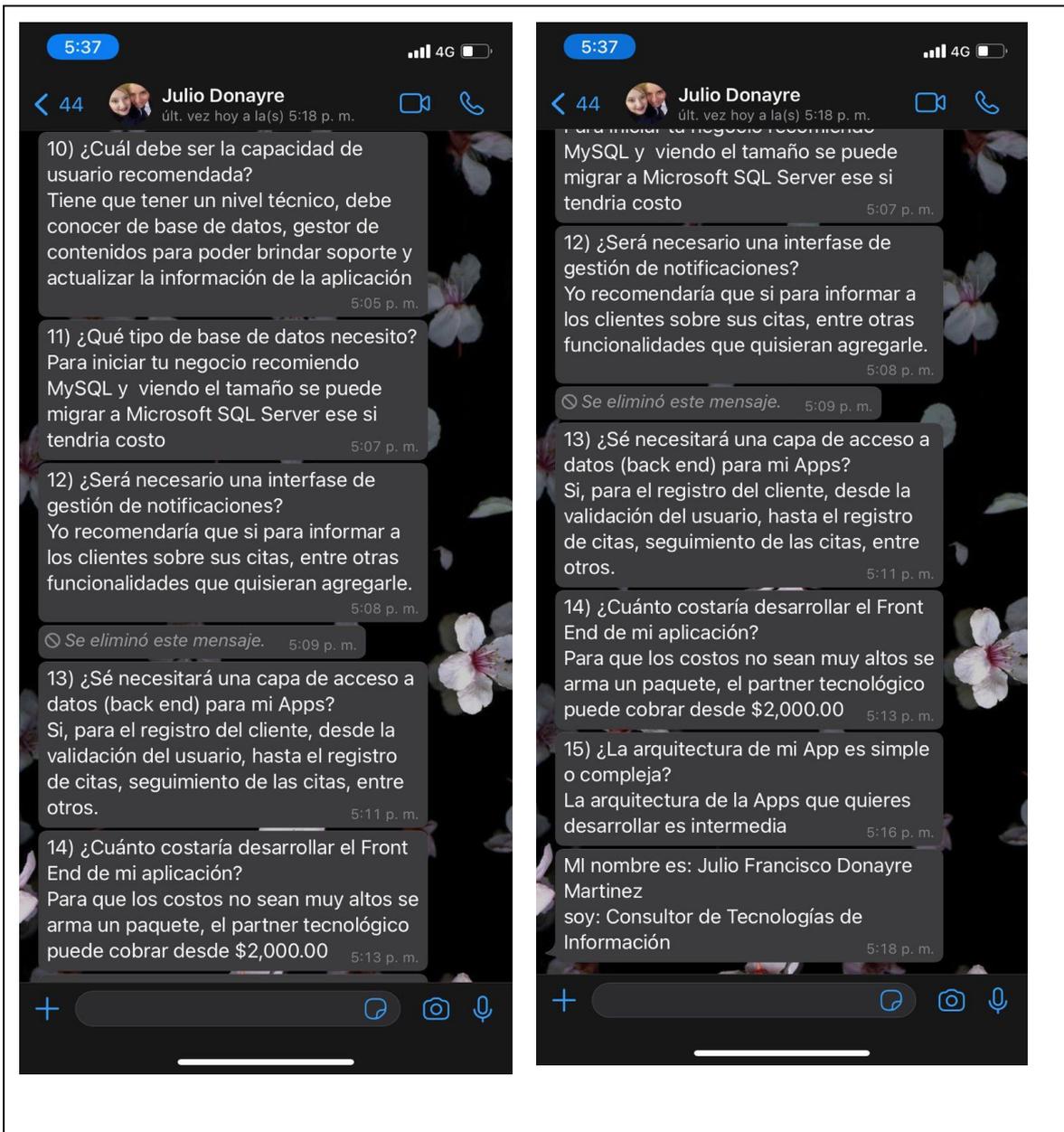
Medio de entrevista: videollamada

Profesión: Ingeniero de sistemas

Captura de la entrevista:

Tabla 11. Mensajes

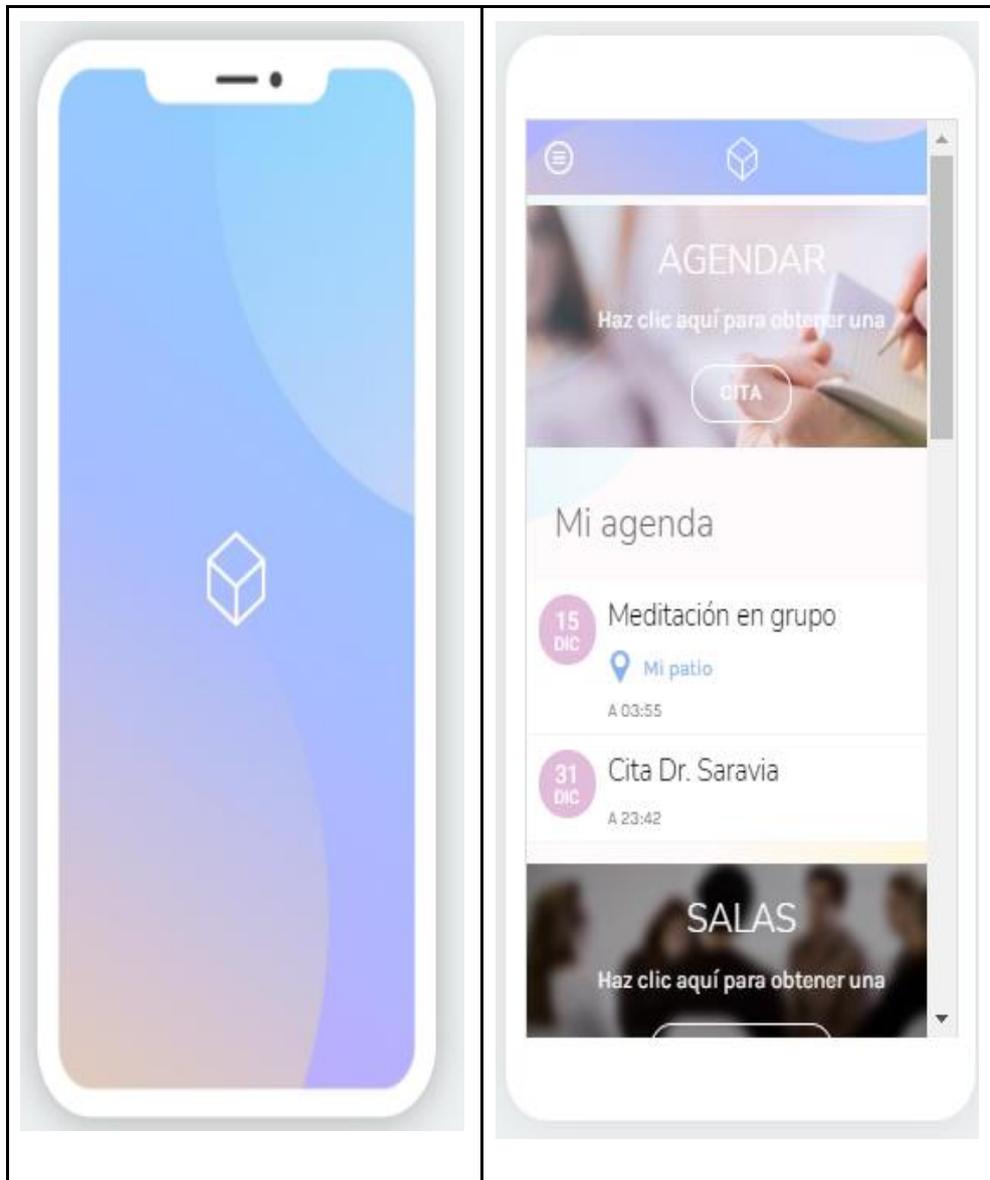


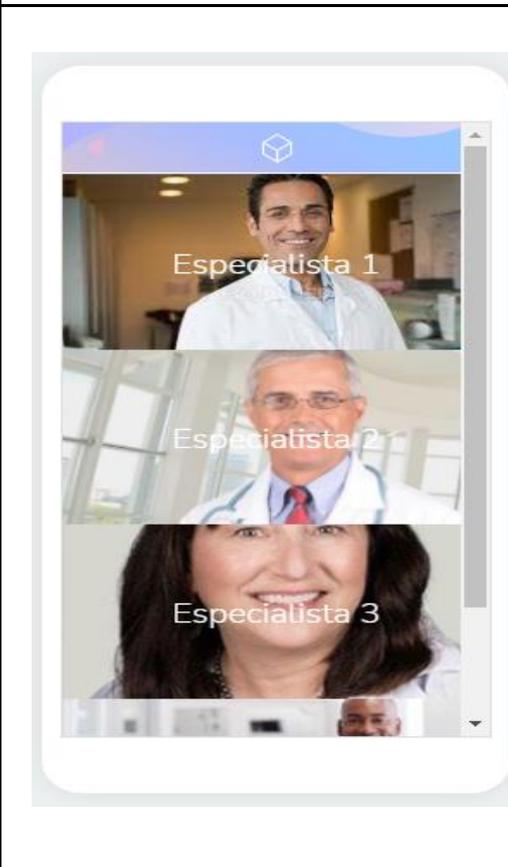
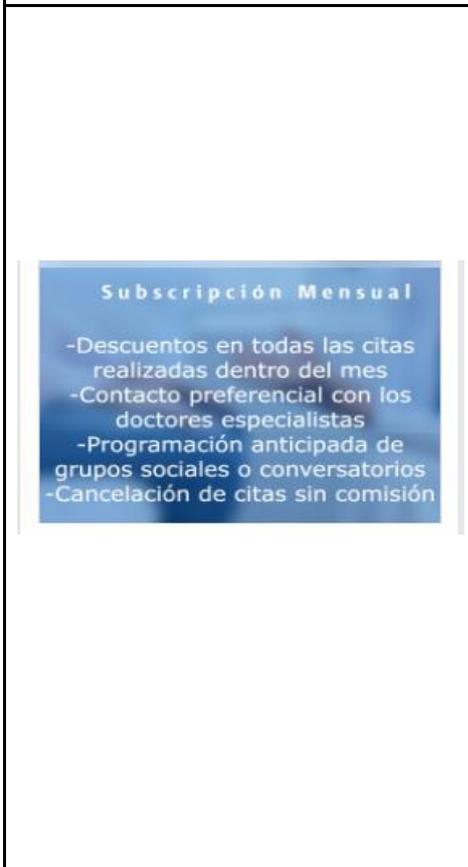
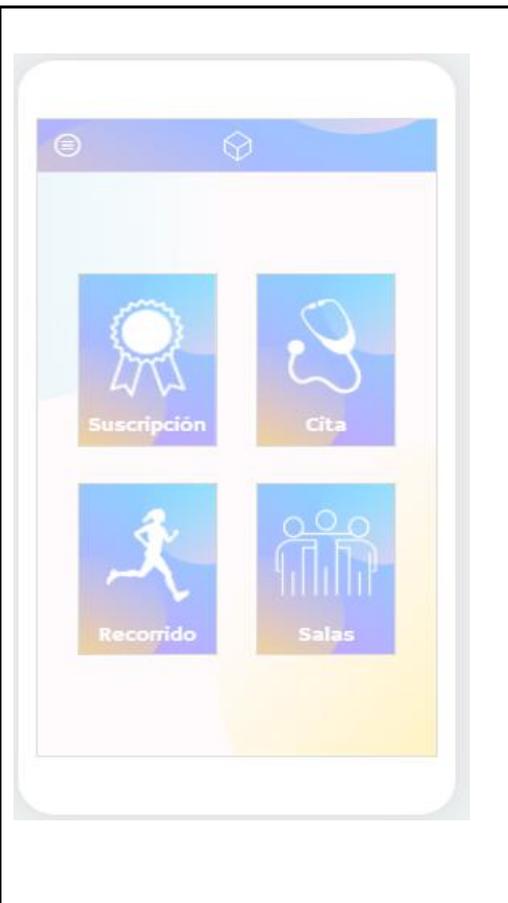
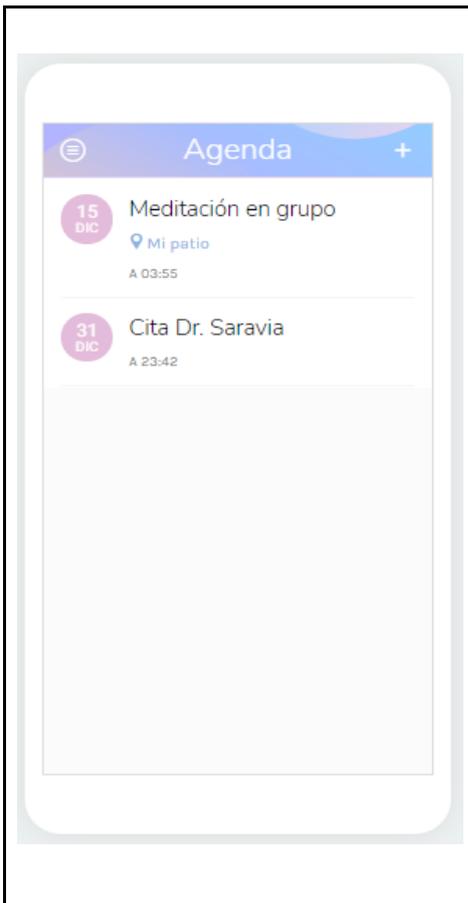


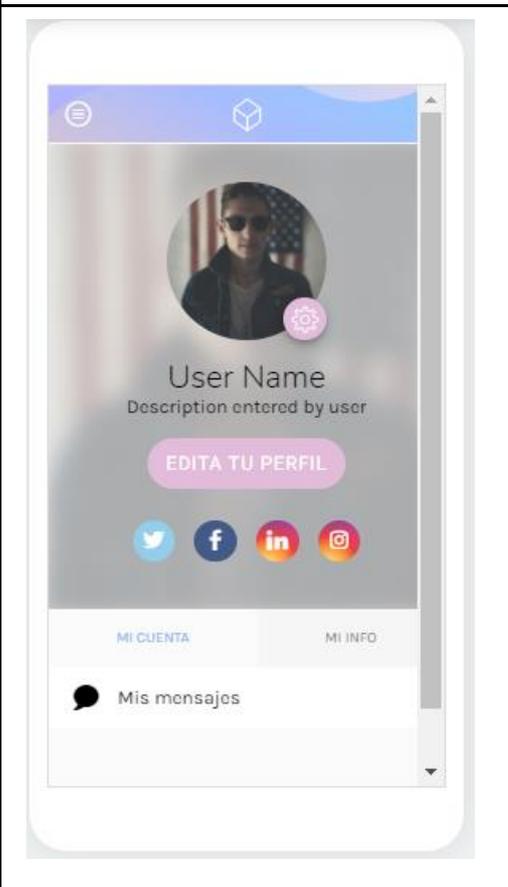
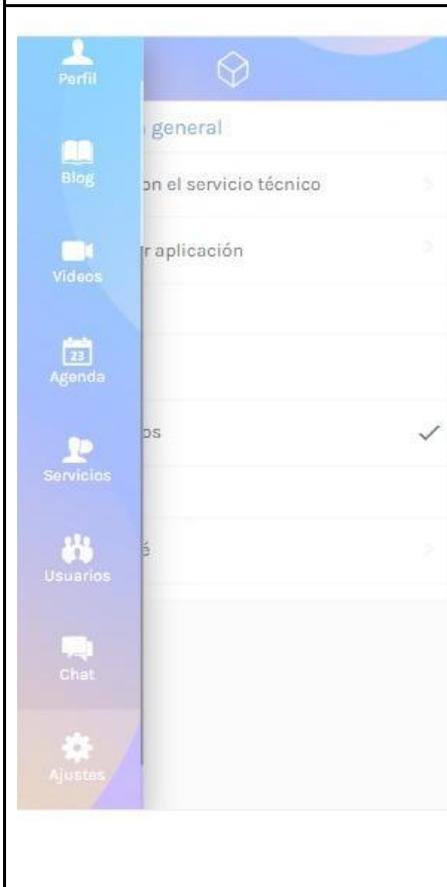
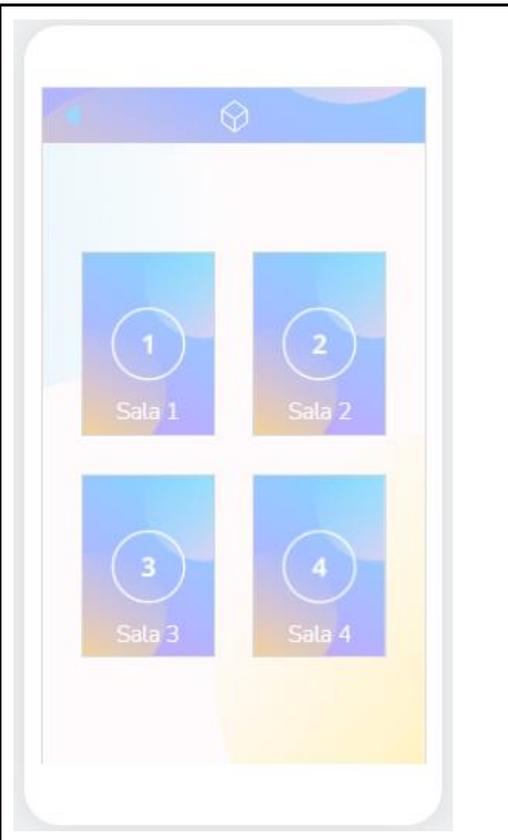
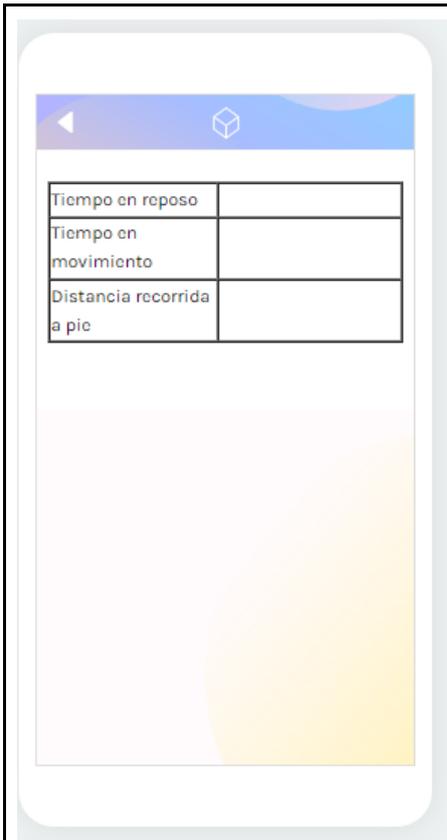
Fuente: Elaboración propia

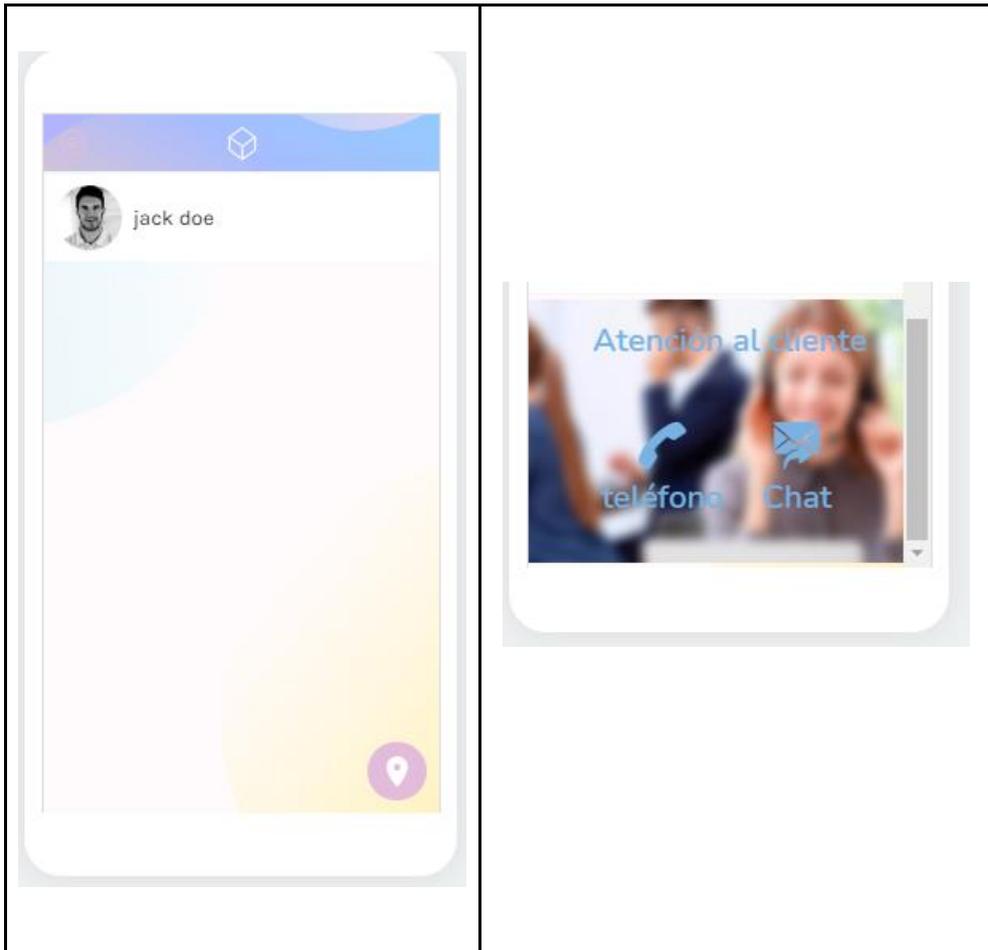
Presentación del mockup

Tabla 12. Mockup









Fuente: Elaboración propia

5.2 Validación de la experiencia de usuario

5.2.1 Experimento 1

a. Objetivo del experimento

Tabla 13. Objetivo del experimento

Conceptos	
Hipótesis	Es posible evidenciar conformidad por parte de los usuarios seleccionados con respecto a la facilidad de entendimiento de los procesos del aplicativo, cantidad de segmentos seleccionados y la paleta de colores seleccionadas para la interfaz
Cuadrante que valida	Socios clave, segmentos de clientes e interés de compra
Método	Entrevista a usuarios

Métrica	Nivel de aceptación
Criterio de éxito	Obtener un nivel de aceptación superior al 50% de los entrevistados.

Fuente: Elaboración propia

Identificar criterios puntuales de mejora directamente de los posibles usuarios para implementarlas y lograr una versión de calidad superior que alcance una mayor aceptación en los usuarios

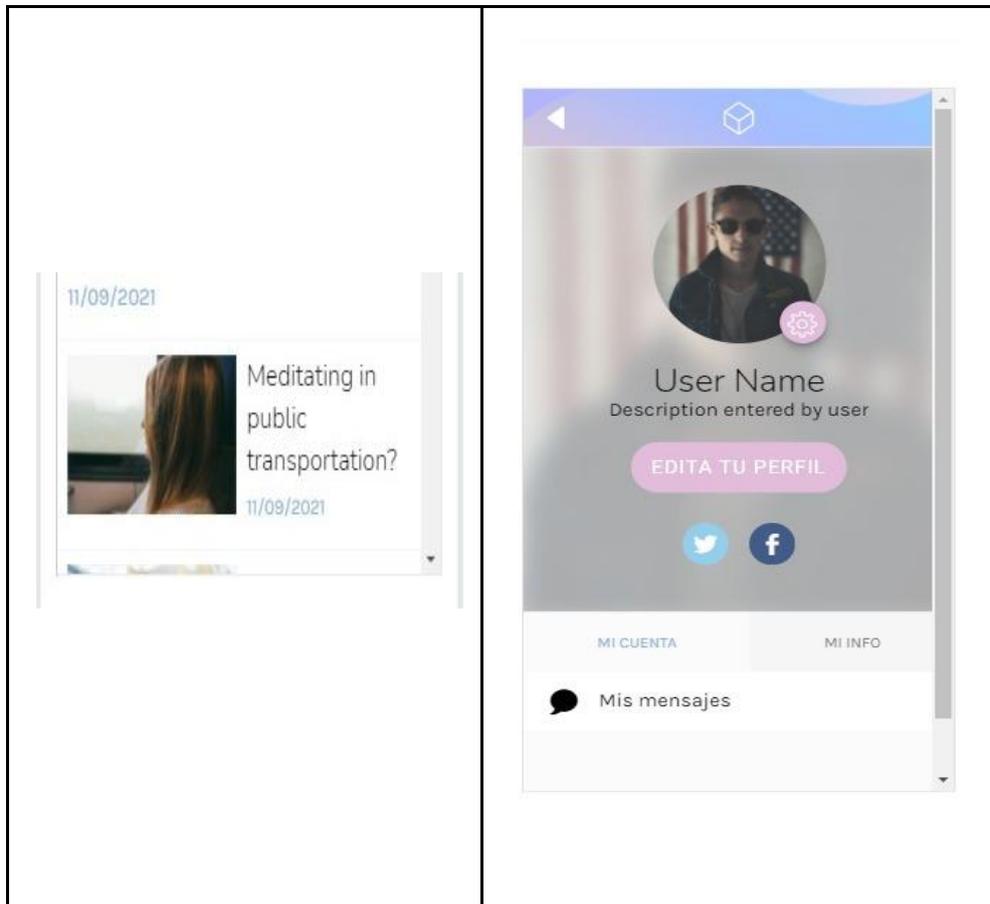
b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Entrevista a 10 posibles usuarios que se encuentren dentro del público objetivo perteneciente a personas entre 18 y 60 años de edad. Las preguntas a realizar se encontrarán enfocadas extraer sus primeras impresiones relacionadas a la demostración de las etapas, elementos y procedimientos en el uso del aplicativo. Así mismo, se buscará conocer sus percepciones relacionadas a la apariencia y detalles estéticos de la interfaz, con el fin de analizar la información recolectada y poder mejorar el aplicativo. Las entrevistas fueron realizadas dentro del periodo del domingo 12 al martes 14 de septiembre. Para lograrlo, se hizo uso de herramientas como videoconferencias vía zoom, para posteriormente ser grabadas y subidas a YouTube. Y grabaciones de voz las cuales fueron cargadas a archivos de SoundCloud.

Presentación del mockup

Tabla 14. Mockup



Acorda

Añade tu primer evento :)

Fecha * [CREAR UN EVENTO](#)

16 septiembre 2021

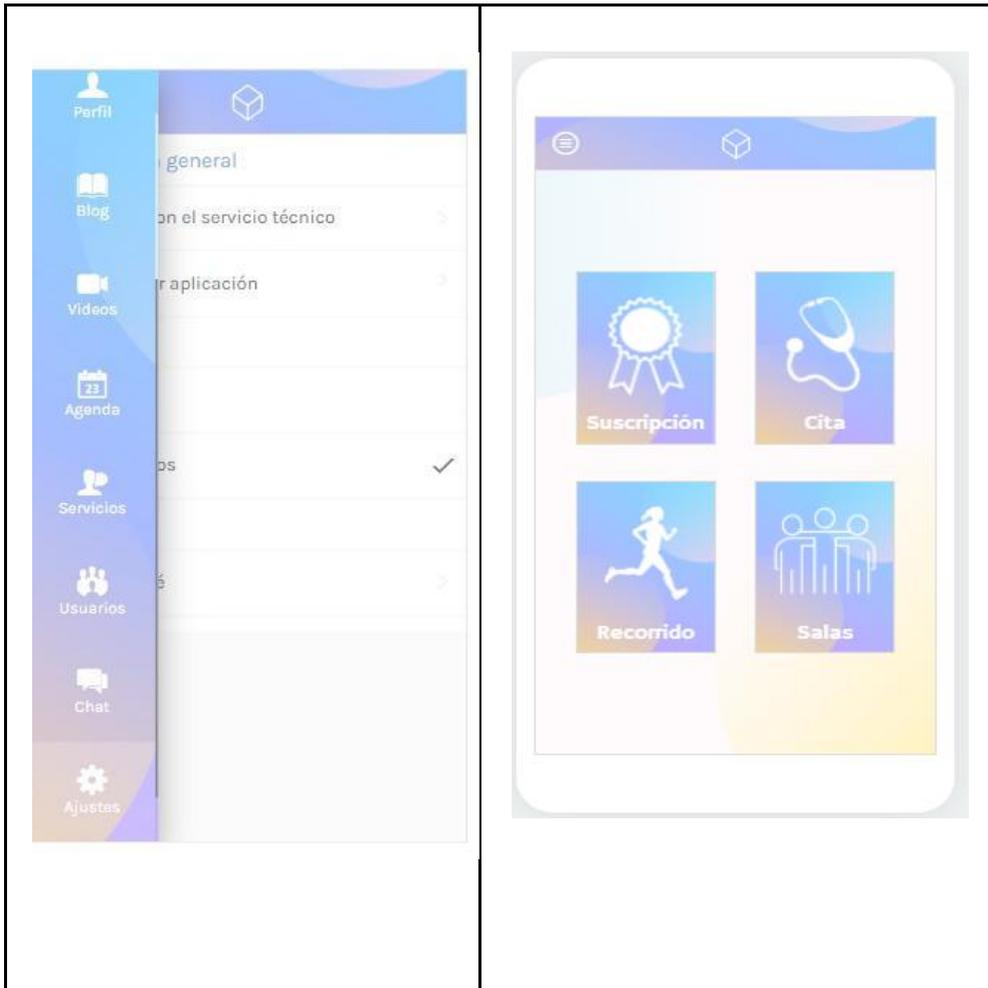
Hora *

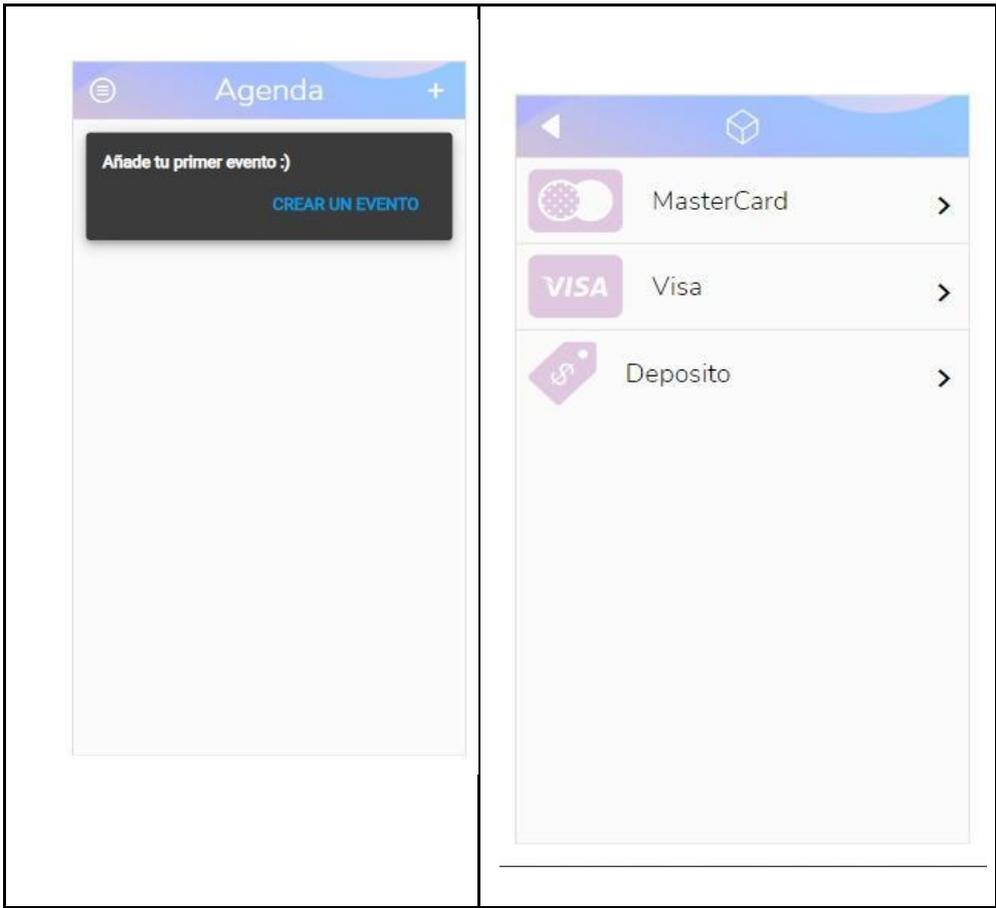
16 : 42

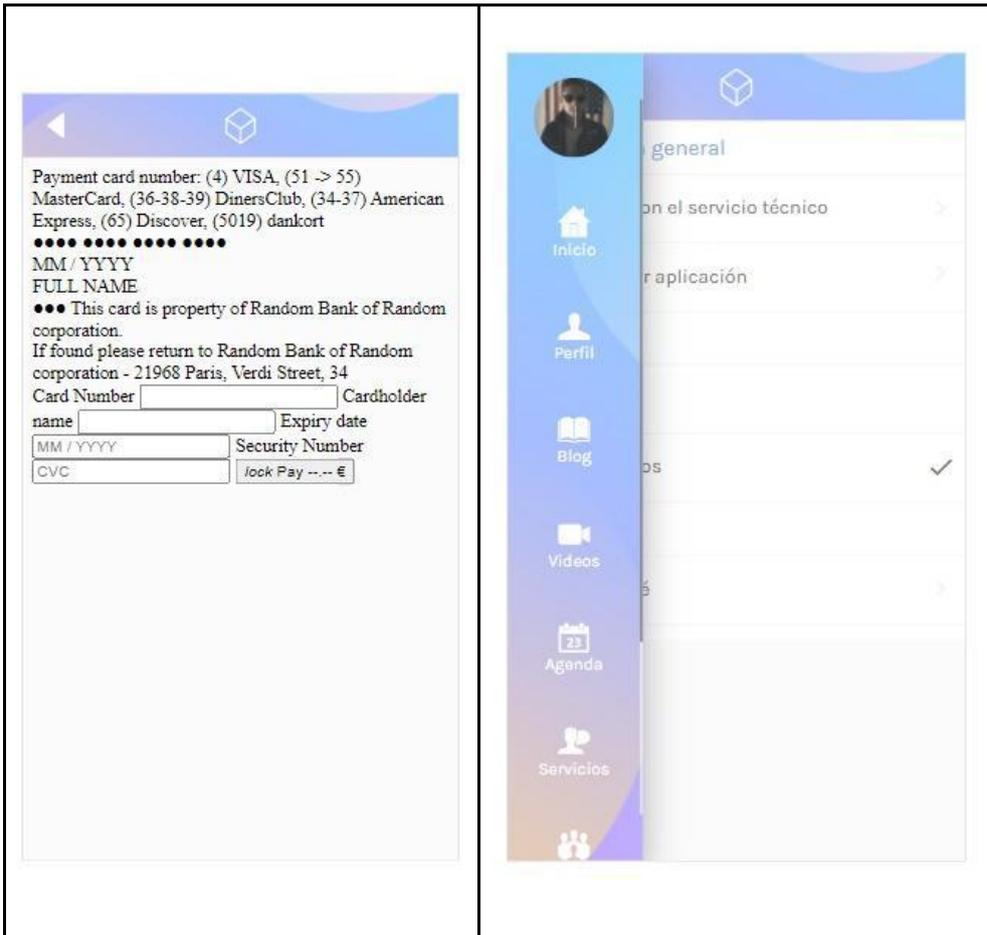
Tipo de atención *

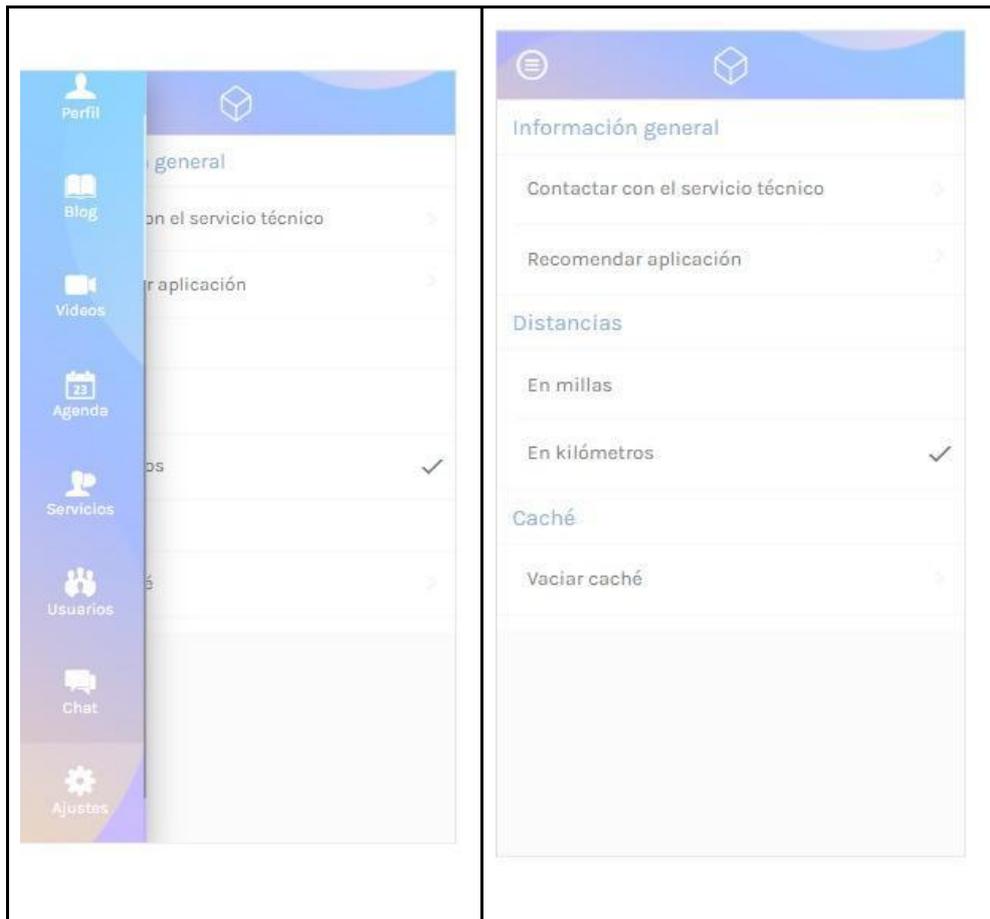
ENVIAR











Fuente: Elaboración propia

Guía de preguntas a usuarios

- ¿Cómo crees que debería ser una publicación nuestra en páginas como Facebook?
- ¿Qué apartado del aplicativo te parece más interesante?
- ¿De qué forma crees que la app llamaría tu atención para que lo quieras descargar?
- ¿El prototipo de aplicativo mostrado te genera alguna duda o pregunta?
- ¿Crees que el interfaz mostrado puede resultar sencillo de utilizar?
- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por una asesoría personalizada con un especialista?
- ¿Estarías interesado en recibir información, blogs, noticias, etc sobre salud mental por otros medios fuera de la app? Si la respuesta es sí, ¿cuáles?
- ¿Consideras que la App podría contar con herramientas adicionales a las mostradas?

ii. Bitácora de actividades

Tabla 15. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
	Elaboración del diseño de prototipo, así como los elementos y la delimitación de los procesos.	<ul style="list-style-type: none">● Se obtuvo una versión inicial del aplicativo que muestra las funciones más resaltantes.
	Formulación de la guía de preguntas	<ul style="list-style-type: none">● Obtención de la estructura de la entrevista con preguntas clave para la extracción de información.
	Recolección de datos por medio de las entrevistas	<ul style="list-style-type: none">● Recolección de retroalimentación valiosa con preguntas sobre determinados apartados y sugerencias para mejorar la experiencia de los usuarios.
	Mejora del aplicativo	<ul style="list-style-type: none">● Creación de un prototipo con correcciones e incorporación de nuevos elementos.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Tabla 16. Interpretación de resultados

Lo más relevante	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Resulta interesante la opción de poder agendar las citas directamente desde el aplicativo. ● La posibilidad de realizar los pagos desde el mismo aplicativo. ● Se considera oportuno que se pueda ver a los especialistas. ● La interfaz mostrada contiene procesos sencillos de entender 	<ul style="list-style-type: none"> ● La presencia de entidades de renombre ayudaría a consolidar la credibilidad del aplicativo. ● Colocar más información sobre cada especialista. ● Agregar temas más relacionados al cuidado de la salud emocional. ● Mejorar el diseño del apartado de opciones de pago. ● Mejorar el logo
Nuevas preguntas	Nuevas ideas
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿El chat es para interactuar solamente con otros usuarios o también con los especialistas? ● ¿El aplicativo es similar a una red social? ● ¿Cuál es la formación de los especialistas? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sería conveniente agrupar a los especialistas de acuerdo a determinados temas. ● Agregar un canal de soporte técnico. ● Agregar salas de discusión grupales

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Añadir distintivos que indiquen que el aplicativo se encuentra respaldado por expertos de renombre o instituciones reconocidas.
- Separar los chats de los especialistas y los usuarios en apartados diferentes.
- Agrupar a los especialistas según temas específicos.
- Colocar una breve descripción sobre el perfil y trayectoria de cada uno de los especialistas.
- Mejorar el contenido audiovisual y de los artículos académicos.
- Incorporar un botón que permita enlazar directamente con un canal de atención de soporte técnico.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 17. Entrevistas

<p>Entrevista N° 1 Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky Entrevistado/a: Rosalina Cucha Medio de entrevista: Videollamada Profesión: CEO de ilight candle Link de la entrevista: https://youtu.be/IMGR4zf3mKg</p>
<p>Entrevista N° 2 Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky Entrevistado/a: Andrea Pando Medio de entrevista: Videollamada Profesión: Supervisora del área de mkt en beltpack Link de la entrevista: https://youtu.be/pT1nHE8eTU0</p>
<p>Entrevista N° 3 Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky Entrevistado/a: Olenka Chávez Medio de entrevista: Videollamada Profesión: Estudiante de comunicaciones en la universidad de lima Link de la entrevista: https://youtu.be/U-6ame4ORlo</p>
<p>Entrevista N° 4 Entrevistador/a: Francesca Zamudio Entrevistado/a: Sebastian Brosset Medio de entrevista: Audio Profesión: Administrador Link de la entrevista: https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/audio-impl</p>
<p>Entrevista N° 5 Entrevistador/a: Francesca Zamudio Entrevistado/a: Jocelyn Sablich Medio de entrevista: Audio Profesión: Administradora Link de la entrevista: https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/whatsapp-audio-2021-09-21-at-114711-pm</p>
<p>Entrevista N° 6 Entrevistador/a: Francesca Zamudio Entrevistado/a: Jose Antonio Antón Medio de entrevista: Audio Profesión: Abogado Link de la entrevista: https://soundcloud.com/francesca-zamudio-368496649/audio-imple</p>

<p>Entrevista N° 7 Entrevistador/a: José Luis Bardales Entrevistado/a: Diego Gonzalo Chacaltana Medio de entrevista: Entrevista presencial Profesión: Nutricionista Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=3</p>
<p>Entrevista N° 8 Entrevistador/a: Milagros Ramirez Entrevistado/a: Lupe Cueva Medio de entrevista: ZOOM Profesión: Docente de educación inicial Link de la entrevista: https://youtu.be/B8dqu1GVGSw</p>
<p>Entrevista N° 9 Entrevistador/a: Milagros Ramirez Entrevistado/a: Brahns Huamán Medio de entrevista: ZOOM Profesión: Estudiante de Administración y Finanzas Link de la entrevista: https://youtu.be/RW0EfIVX1NE</p>
<p>Entrevista N° 10 Entrevistador/a: José Luis Bardales Medina Entrevistado/a: Adriana Calienes Velarde Medio de entrevista: Entrevista presencial Profesión: Comunicadora Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=qhYdsQ_lsH4</p>

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Experimento 2

a. Objetivo del experimento

Tabla 18. Objetivo del experimento

Conceptos	
Hipótesis	Los usuarios consideran que las mejoras incorporadas generan que el aplicativo sea más sencillo y amigable de usar. Además de mejorar detalles estéticos en la apariencia de la interfaz.
Cuadrante que valida	Socios clave, segmentos de clientes e interés de compra
Método	Entrevista a usuarios

Métrica	Nivel de aceptación
Criterio de éxito	Obtener un nivel de aceptación superior al 70%

Fuente: Elaboración propia

Validar que las modificaciones realizadas permiten que los usuarios puedan evidenciar una experiencia mejor adaptada a sus necesidades y genere una mayor aceptación en ellos.

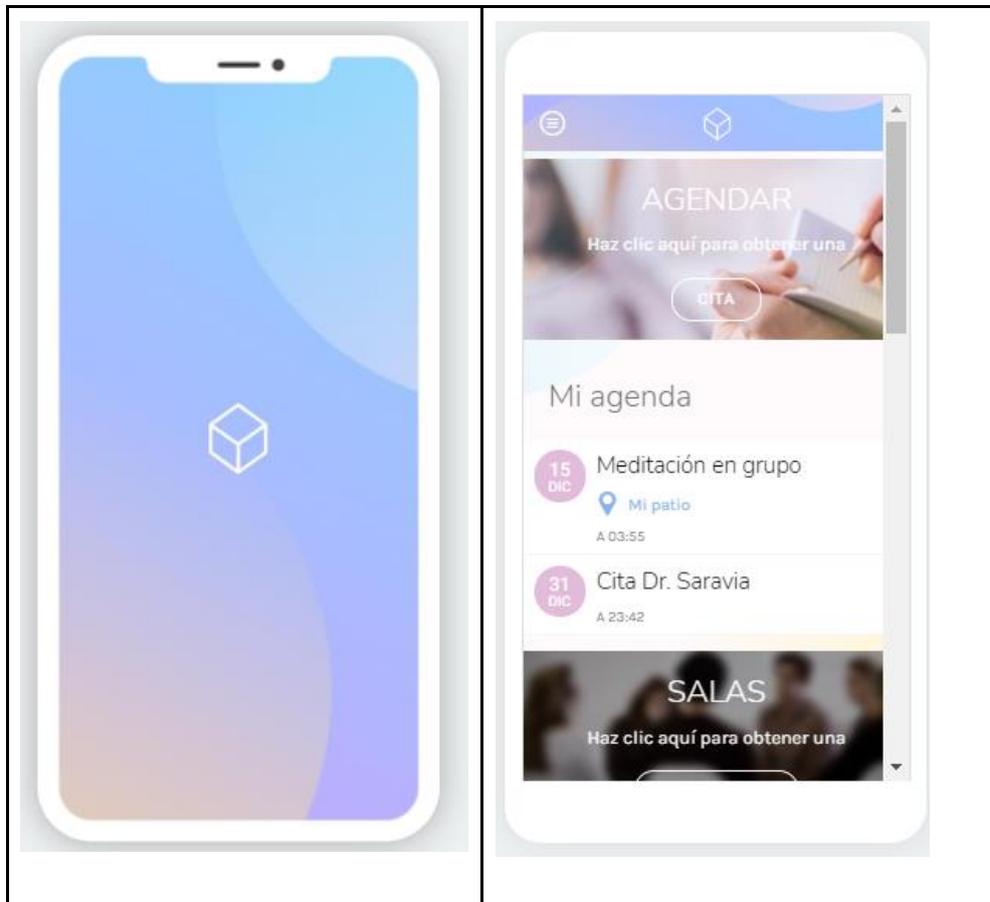
b. Diseño y desarrollo del experimento

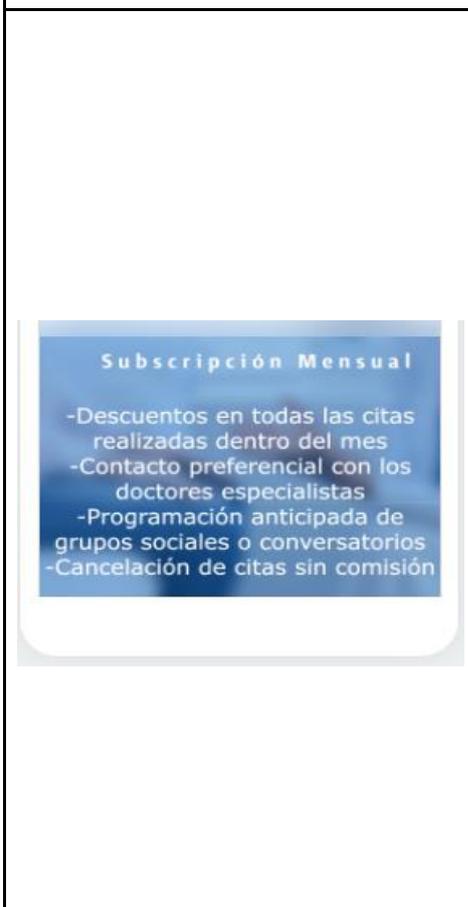
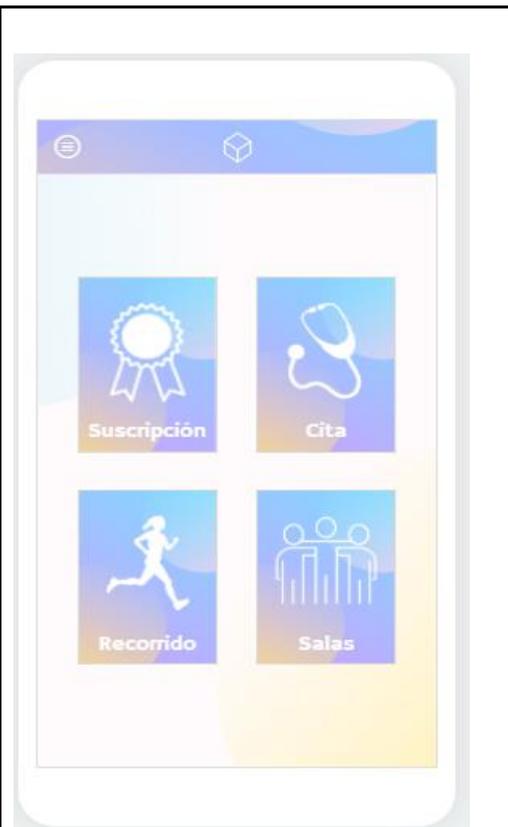
i. Descripción del experimento

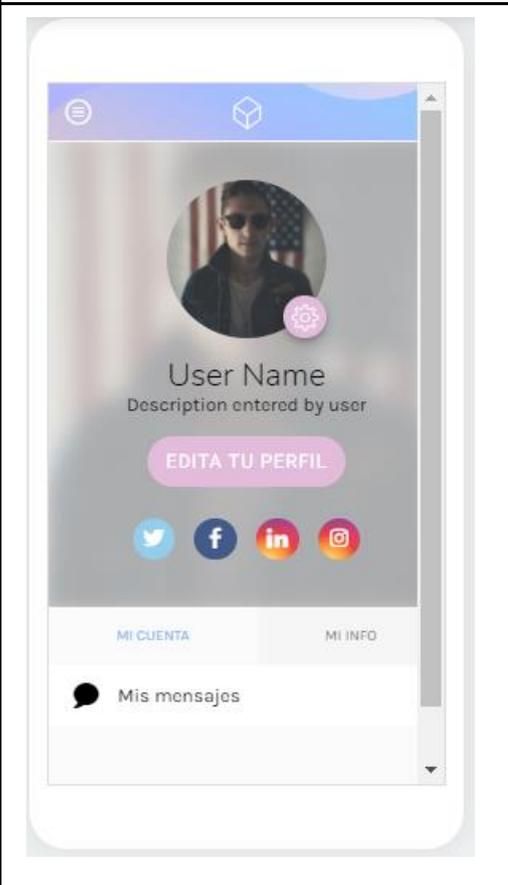
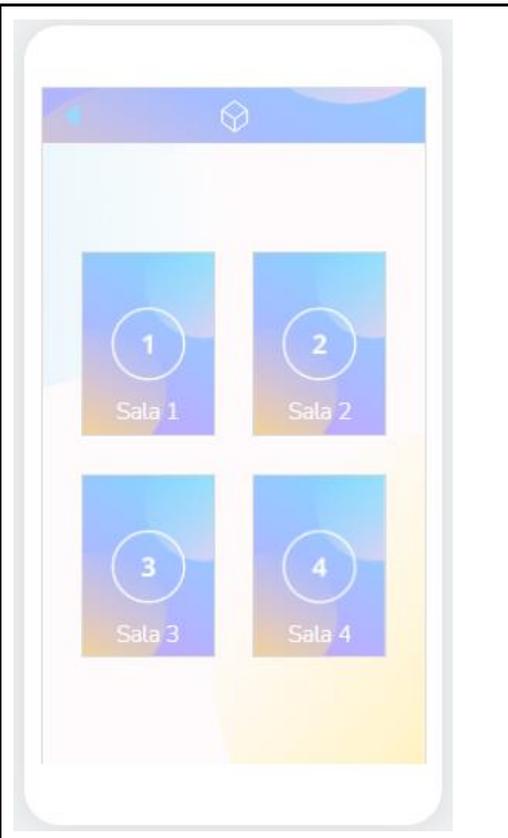
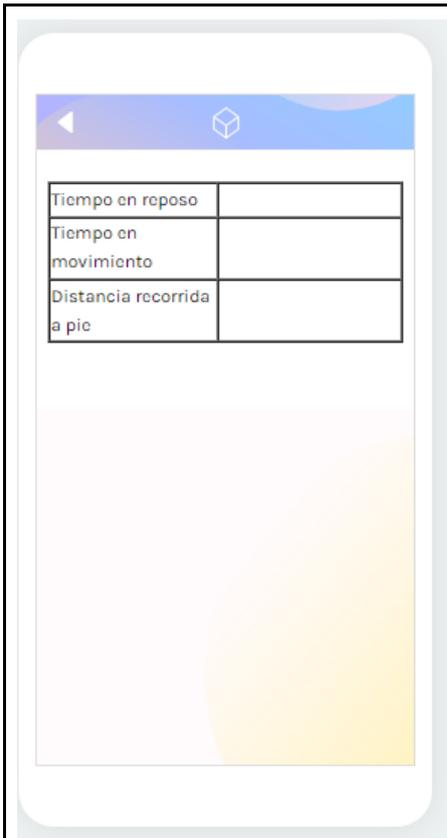
Entrevista a 10 posibles usuarios que se encuentren dentro del público objetivo perteneciente a personas entre 18 y 60 años de edad. Las preguntas a realizar se encontrarán enfocadas a evaluar si la nueva versión del aplicativo termina por satisfacer las expectativas de los usuarios seleccionados, relacionadas a las mejoras en los procesos, procedimientos y elementos pertinentes. Así mismo, se buscará conocer sus percepciones relacionadas a la apariencia, distribución de espacios y detalles estéticos de la interfaz, con el fin de analizar la información recolectada y poder mejorar el aplicativo. Las entrevistas fueron realizadas dentro del periodo del miércoles 15 al viernes 17 de septiembre. Para lograrlo, se hizo uso de herramientas como videoconferencias vía zoom, para posteriormente ser grabadas y subidas a YouTube. Y grabaciones de voz las cuales fueron cargadas a archivos de SoundCloud. Finalmente, a través de la página, Good Barber, se logró realizar las modificaciones pertinentes al prototipo del aplicativo.

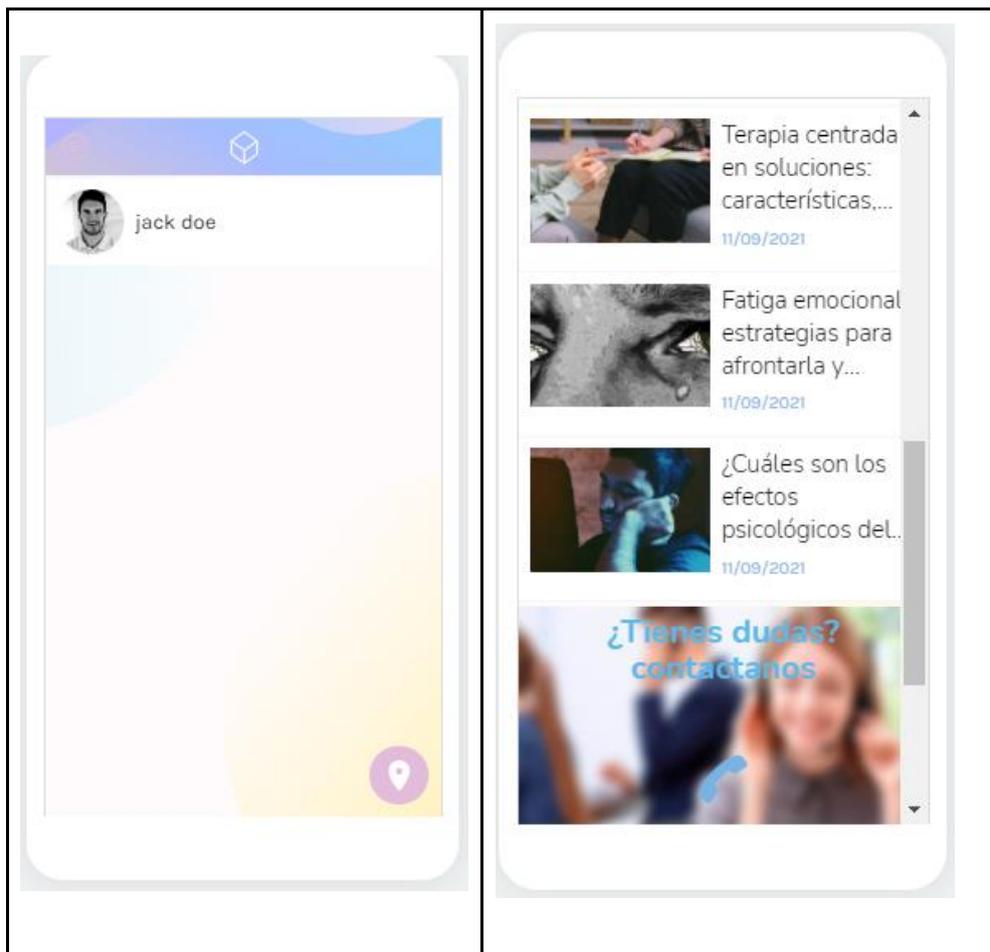
Presentación del mockup

Tabla 19. Mockup









Fuente: Elaboración propia

Guía de preguntas a usuarios

- ¿Cómo crees que debería ser una publicación nuestra en páginas como Facebook?
- ¿Qué apartado del aplicativo te parece más interesante?
- ¿De qué forma crees que la app llamaría tu atención para que lo quieras descargar?
- ¿El prototipo de aplicativo mostrado te genera alguna duda o pregunta?
- ¿Crees que el interfaz mostrado puede resultar sencillo de utilizar?
- ¿Cuál es el precio promedio que estaría dispuesto a pagar por una asesoría personalizada con un especialista?
- ¿Estarías interesado en recibir información, blogs, noticias, etc. sobre salud mental por otros medios fuera de la app? Si la respuesta es sí, ¿cuáles?
- ¿Consideras que la App podría contar con herramientas adicionales a las mostradas?
- ¿Qué tal te parecieron los colores del fondo del aplicativo?
- ¿Crees que el tipo de letra y tamaño es apropiado o se debería cambiar?

ii. Bitácora de actividades

Tabla 20. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Validación de prototipo	Plantear la nueva guía de preguntas para las entrevistas	Plantilla de nuevas preguntas para las entrevistas
	Realización de entrevistas a los usuarios	Obtención De información cualitativa relevante para el proyecto
	Realización de entrevistas a los Expertos	Se realizaron 10 entrevistas a usuarios

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Tabla 21. Interpretación de resultados

Lo más relevante	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> ● Le gustan las salas para las sesiones. ● Les gustan los colores. ● Es bastante intuitivo el uso del App ● App de apariencia didáctica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Agregar imágenes ● Contrastes que permitan leer mejor la información ● Debería especificarse aún más los tipos profesionales y sus perfiles. ● Delimitar los permisos relacionados a la interacción entre usuarios.
Nuevas preguntas	Nuevas ideas

<ul style="list-style-type: none"> ● Cuánto durará las sesiones ● ¿Cómo evitarán las cuentas “troll” o fake que pueden terminar afectando la salud mental de otros? ● ¿Cuáles son las diferencias en los beneficios entre tener una suscripción y no tenerla? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Agregar más formas de pago ● Añadir sección de llamadas o conversatorios grupales ● Tener líneas u opciones de atención al cliente ● Agregar un apartado en el que los pacientes con medicación y tratamientos puedan llevar un registro. ● Vincular los eventos agendados a una cuenta de Google.
--	--

Fuente: Elaboración propia

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se debería promocionar más los beneficios de la suscripción, y hacer más llamativos para que los clientes busquen optar por esta opción.
- Diferenciar la opción de pago de los beneficios gratuitos.
- Incorporar la opción para poder llevar un registro de los tratamientos y medicaciones recibidas por los especialistas.
- Añadir la opción de vincular con cuenta de Google para que el calendario pueda vincularse a todos los dispositivos.
- Establecer parámetros relacionados a la interacción de usuarios para evitar algún tipo de acoso.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 22. Entrevistas

<p>Entrevista N° 1</p> <p>Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky</p> <p>Entrevista/a: Sebastián Susanibar</p> <p>Medio de entrevista: Audio</p> <p>Profesión: Estudiante de Administración y negocios del deporte en la UPC</p> <p>Link de la entrevista: https://youtu.be/NKsPERxxEpA</p>
<p>Entrevista N° 2</p> <p>Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky</p> <p>Entrevistado/a: Grecia Loayza</p> <p>Medio de entrevista: Audio</p>

Profesión: Asistente administrativo en Letis Certificadora Agrícola

Link de la entrevista: <https://youtu.be/4BffHToy1Nw>

Entrevista N° 3

Entrevistador/a: Piero Chávez Sokolowsky

Entrevista/a: Álvaro Peralta

Medio de entrevista: Audio

Profesión: Estudiante de Administración y agronegocios la UPC

Link de la entrevista: <https://youtu.be/2gsJwfO2X8A>

Entrevista N° 4

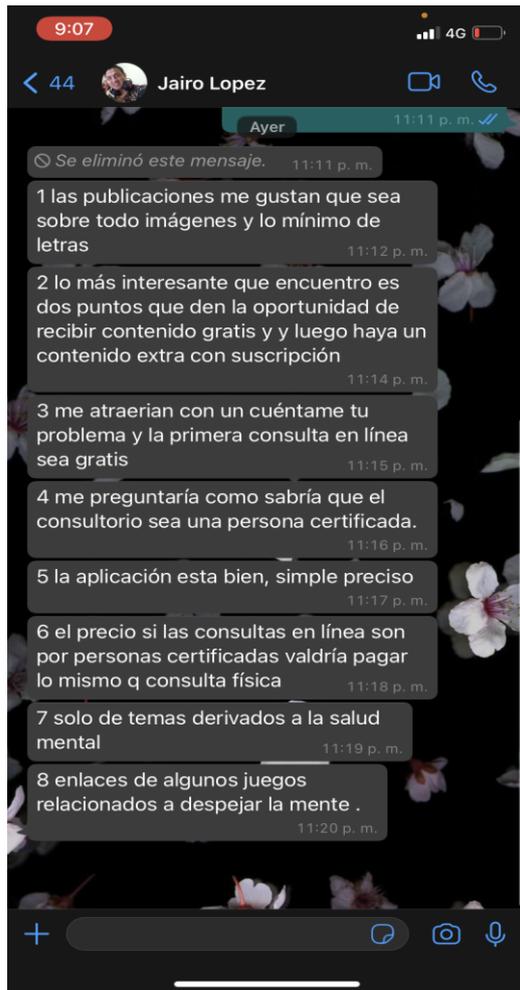
Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Jairo Lopez

Medio de entrevista: Mensaje de whatsapp

Profesión: Odontólogo

Captura de imagen:



Entrevista N° 5

Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Shimara Cadillo

Medio de entrevista: Videollamada de whatsapp

Profesión: Estudiante de derecho

Link de la entrevista: <https://youtu.be/P0teXYN2jwQ>

Entrevista N° 6

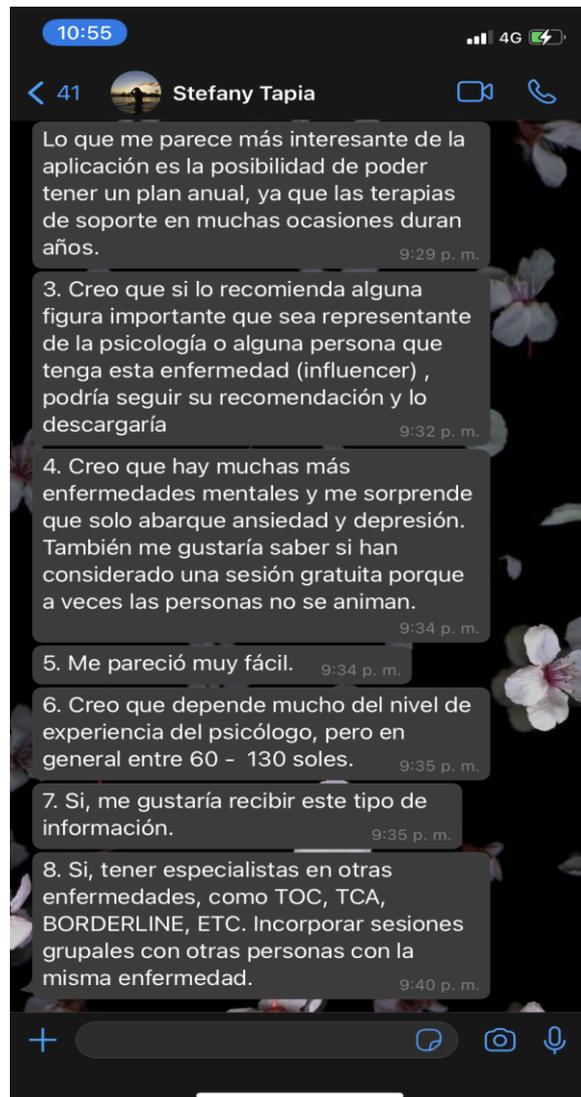
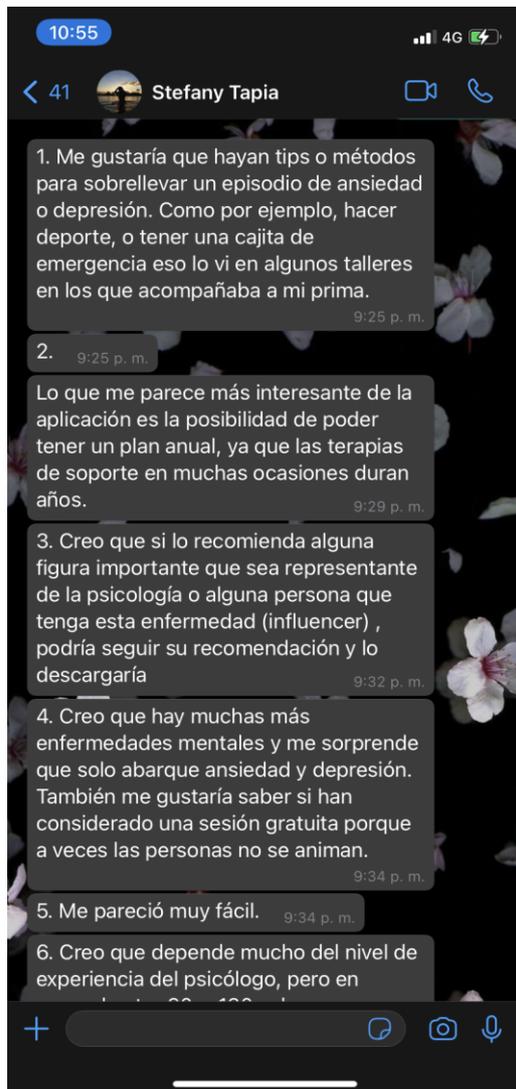
Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Stefany Tapia

Medio de entrevista: Mensaje de whatsapp

Profesión: Estudiante de Marketing

Captura de imagen:



Entrevista N° 7

Entrevistador/a: José Luis Bardales.

Entrevistado/a: Sandra Medina.

Medio de entrevista: Entrevista presencial.

Profesión: Médico

Link de entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=OurPYDOAfi0>

Entrevista N° 8

Entrevistador/a: José Luis Bardales

Entrevistado/a: Marcelo Sanchez

Medio de entrevista: Zoom.

Profesión: Bachiller en comunicaciones

Link de entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=A4Efs1O2u4>

Entrevista N° 9

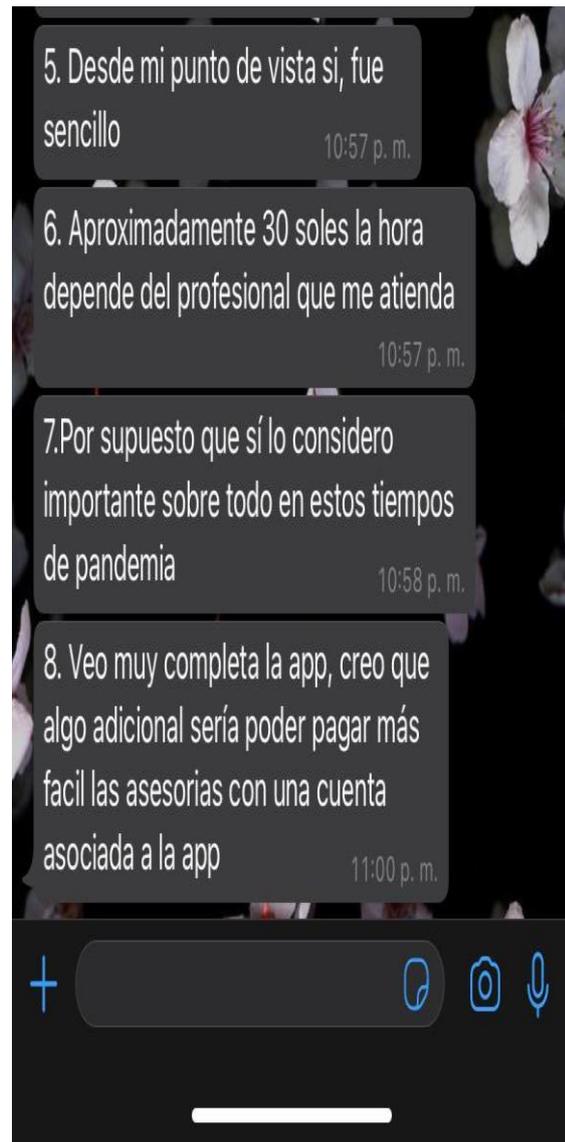
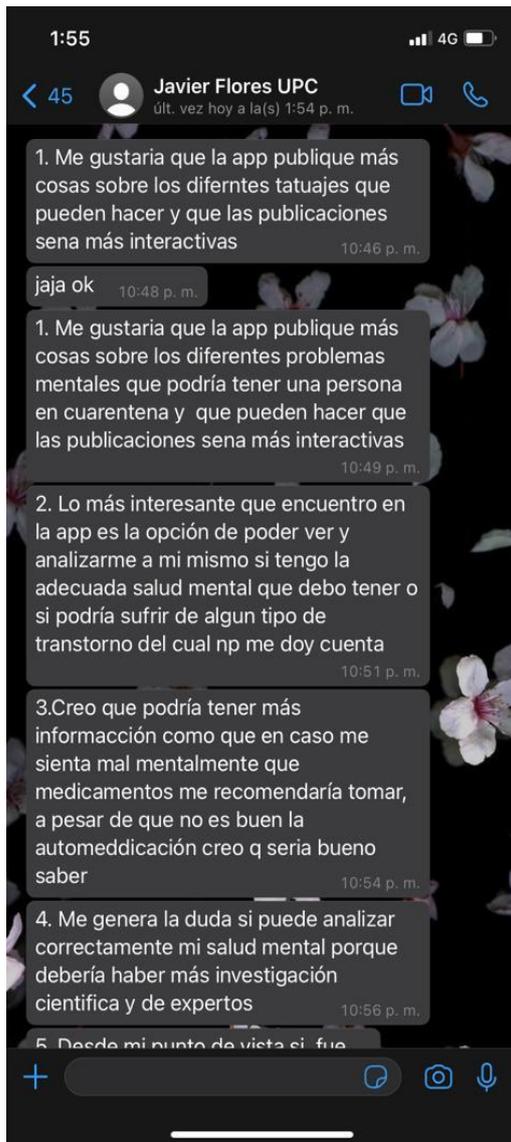
Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Javier Flores

Medio de entrevista: Mensaje de WhatsApp

Profesión: Estudiante de administración y finanzas

Captura de imagen:



Entrevista N° 10

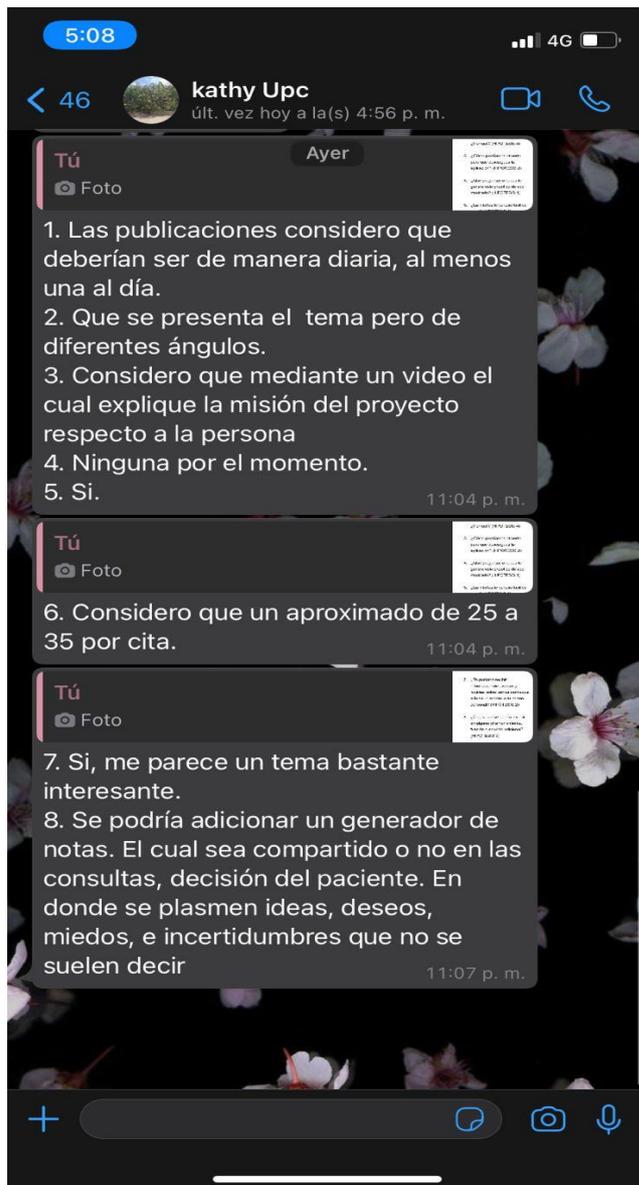
Entrevistador/a: Milagros Ramirez

Entrevistado/a: Katherine Vivanco

Medio de entrevista: Mensaje de WhatsApp

Profesión: Estudiante de Administración y Finanzas

Captura de mensaje:



Fuente: Elaboración propia

6 VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1 Validación de canales

6.1.1 Experimento / Investigación

Tabla 23. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Los Usuarios consideran atractivas e interesantes las publicaciones de Facebook por lo que es posible evidenciar interacción de su parte hacia el contenido mostrado.
Cuadrante que valida	Canales
MVP	Los posibles usuarios
Método de capacitación	Publicación de contenido en redes sociales
Métrica	Nivel de Aceptación
Criterio de éxito	Recibir me gusta por más de 50 usuarios.
Resultados	Al menos 5 personas solicitaron información por Facebook sobre los servicios brindados por la empresa.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Se busca conocer las percepciones y comentarios de los usuarios respecto a la página de Facebook y sus publicaciones, con el fin de mejorar el contenido y aumentar las interacciones.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará la creación de una cuenta de Facebook en la que se publicará contenido relacionado a la salud mental tales como blogs, frases motivadoras, videos, noticias, etc. Por otro lado, los posts llevarán premisas call to action a los, Asimismo, se harán publicaciones dando a conocer el aplicativo móvil y sus funciones con el fin de invitar a los usuarios a descargarla.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 24. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Creación de la página de Facebook	Registro en Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ● Se creó un perfil de Deep Breath ● Se colocó una portada con una frase (“Take a Deep Breath”) que transmite lo que nuestra App busca.
Publicación de contenido	Diseño de imágenes a Publicar y búsqueda de contenido relevante para compartir	<ul style="list-style-type: none"> ● Se publicaron post de Blogs Videos, Frases motivadoras etc. ● En todas las frases publicadas se usan diseños que lleven los colores celeste y blanco, pues hace referencia al cielo y por ende transmite paz. ● Se cambió el logo por uno más moderno
Validación del contenido	Interacciones en las publicaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Las Publicaciones tuvieron en promedio ENTRE 10- 20 likes ● Se aumentaron los followers a 89 ● Usuarios solicitaron información por mensaje directo

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

El experimento determina que la hipótesis es válida pues se mostró interés por parte de los usuarios en las publicaciones realizadas en Facebook y por tanto en el uso de la web y la aplicación. Se obtuvieron interacciones por medio de likes, comentarios, mensajes directos, al igual que se consiguieron 89 followers en un corto plazo.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se debe realizar publicaciones más interactivas, como preguntas, encuestas, etc para incentivar a los usuarios a comentar ya que en las actuales publicaciones no se vio mucha interacción en cuanto a comentarios.
- Se debe publicar historias en Facebook que llamen la atención y atraigan a los usuarios a entrar a la página para conseguir mayor interacción en las publicaciones.
- Realizar más publicaciones de Blogs, pues los usuarios muestran mayor interés en este tipo de contenido.
- Luego del Cambio del logo a uno más moderno se vio un aumento en los followers de la página.

e. Sustentación de las validaciones

Figura 5. Cambio de logo



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Alcance de ultimas publicaciones

Publicaciones	Fecha de publicación	Alcance ⓘ	Interacción ⓘ	Reacciones/Λ
 Promocionar pub...	17 de septiembre de 2021, 19	53 Personas alcanzadas	23 Interacciones con la publ	21 Reacciones
 Esta publicación no tiene ... Promoción no di...	17 de septiembre de 2021, 18	0 Personas alcanzadas	10 Interacciones con la publ	10 Reacciones
 Frustrarse es parte de la ... Promocionar pub...	17 de septiembre de 2021, 17	43 Personas alcanzadas	19 Interacciones con la publ	19 Reacciones
 Tienes problemas para d... Promocionar pub...	17 de septiembre de 2021, 17	46 Personas alcanzadas	12 Interacciones con la publ	12 Reacciones
 "A veces nos enfocamos ... Promocionar pub...	17 de septiembre de 2021, 16	42 Personas alcanzadas	12 Interacciones con la publ	12 Reacciones

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Seguidores actuales


Deep breath
Editar "Wh

Información

-  [Ingresar ubicación](#)
-  Contamos con un aplicativo donde podrá ingresar y encontrar todas las facilidades para controlar sus niveles de estrés o ansiedad, no esperes más y TÓMATE UN MINUTO! 
-  80 personas les gusta esto
-  89 personas siguen esto

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Interacciones

Deep breath
Publicado por Francesca Zamudio ·
17 de septiembre a las 17:10 ·

Frustrarse es parte de la vida, acéptalo de una vez y continúa!



IEPP.ES
Frustración: Acéptalo de una vez y Continúa - IEPP
Este es uno de los temas más comentados en consulta y es que ...

43 Personas alcanzadas 19 Interacciones [Promocionar publicación](#)

14

Sebastian Brosset
Asignar conversación ▾

Vie, 20:57

Buenas noches, una consulta, dentro del aplicativo podré encontrar sesiones de meditación o algo similar para sesiones de relajación?

Escribe una respuesta...

[📎](#) [😊](#) [💬](#) [📱](#) [SI](#) [👍](#)

EL MANEJO DEL ESTRÉS

Formas prácticas para reducir los niveles de estrés.



Reduce tus obligaciones



Relajáte



Duerme lo suficiente



Ten un pasatiempo

98 Personas alcanzadas 21 Interacciones [Promocionar publicación](#)

[👍](#) [👏](#) [👤](#) Tú y 13 personas más 1 vez compartido

Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Experimento / Investigación

Tabla 25. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	La App cuenta con las secciones necesarias y tiene un correcto funcionamiento.
Cuadrante que valida	Canales
Métrica	Prototipo de App
Criterio de éxito	El prototipo de la App funciona de manera correcta

Fuente: Elaboración propia

a) Objetivo del experimento

Tener el prototipo de la aplicación terminado, con todas las secciones necesarias para un buen tratamiento de la ansiedad y estrés y que esta funcione de manera correcta y clara.

b) Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se creó el prototipo de la aplicación donde se incluye diferentes secciones que ayudan a tratar la ansiedad y el estrés. En base a ello, se espera que la aplicación sea de fácil uso, cuenta con todas las herramientas necesarias y tenga un funcionamiento correcto.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 26. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Creación del Prototipo de la aplicación	Realizar el diseño	<ul style="list-style-type: none">● Se crearon diferentes secciones como citas, salas, blogs, etc● La app cuenta con sección de atención al cliente.

Fuente: Elaboración propia

c) Análisis e interpretación de resultados

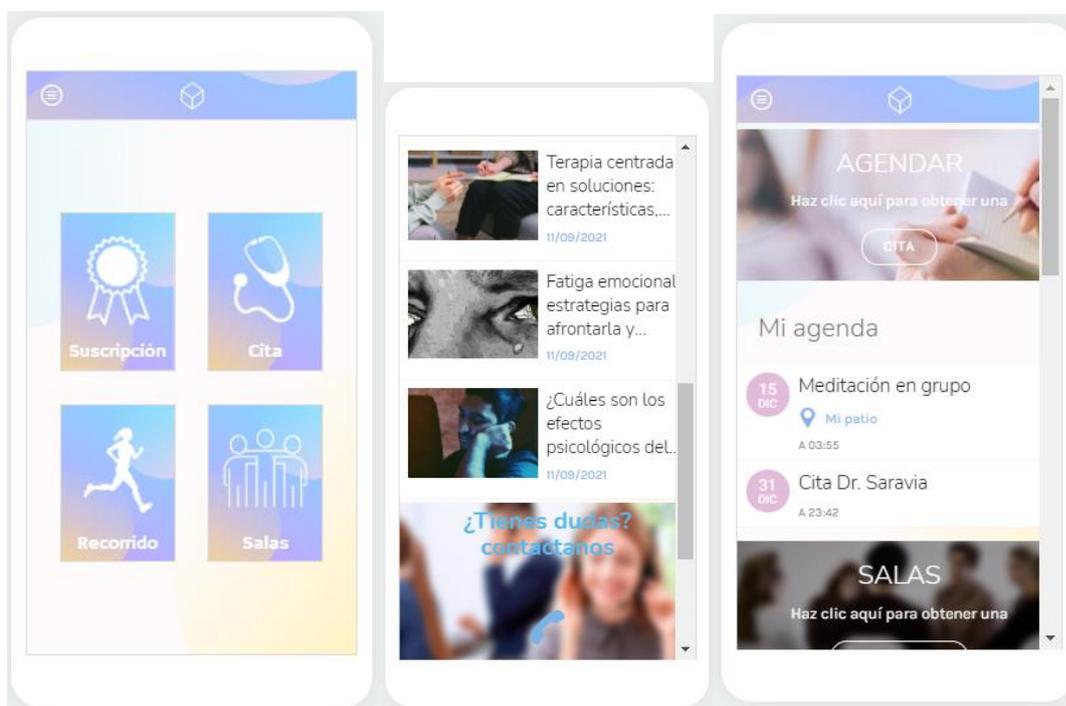
El prototipo funciona de manera correcta y cuenta con las secciones previstas, al igual que una sección de atención al cliente en caso haya algún problema con el usuario.

d) Aprendizajes – Cambios a realizar

- Se debe agregar más secciones para hacer más dinámica la aplicación tales como audios para dormir, ejercicios físicos, yoga, meditación, etc.

e) Sustentación de las validaciones

Figura 9. Validación del mockup



Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Experimento / Investigación

Tabla 27. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	La Página Web cuenta con las secciones necesarias y tiene un correcto funcionamiento.
Cuadrante que valida	Canales

Métrica	Página Web
Criterio de éxito	La Página Web funciona de manera correcta

Fuente: Elaboración propia

A. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento fue diseñar una versión web del aplicativo que tenga un correcto funcionamiento y de opción a los usuarios a usar las herramientas que se ofrecen en el dispositivo que prefieran.

B. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para este experimento se realizó una versión web del aplicativo, se crearon diferentes herramientas y secciones para el tratamiento de la ansiedad y estrés. Se busca que esta web sea fácil de utilizar y tenga un correcto funcionamiento.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 28. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Desarrollo de la versión web del aplicativo	Modificar el app móvil para convertirlo en una versión Web	<ul style="list-style-type: none"> ● Se hizo una versión web de la aplicación en la herramienta goodbarber. ● La versión web cuenta con las mismas secciones y herramientas que el aplicativo móvil.

Fuente: Elaboración propia

C. Análisis e interpretación de resultados

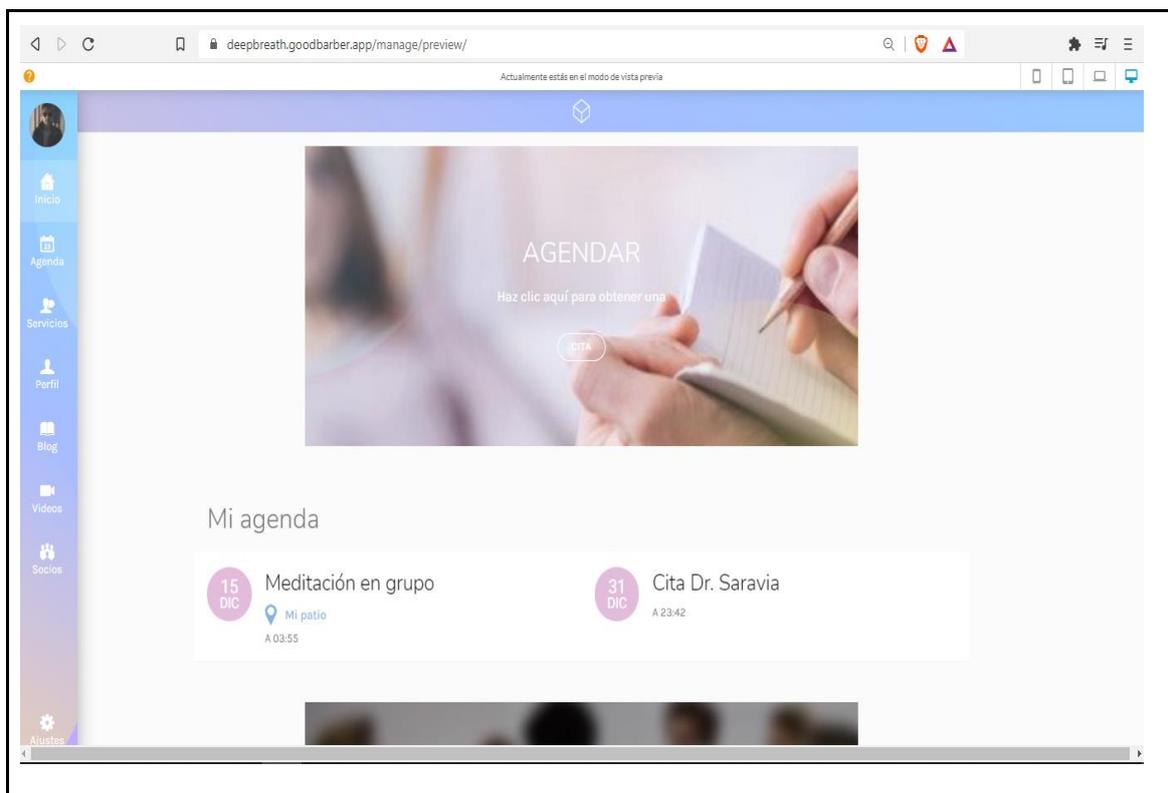
La Versión Web funciona de manera correcta, es bastante amigable para el usuario pues es fácil de usar y cuenta con las secciones previstas.

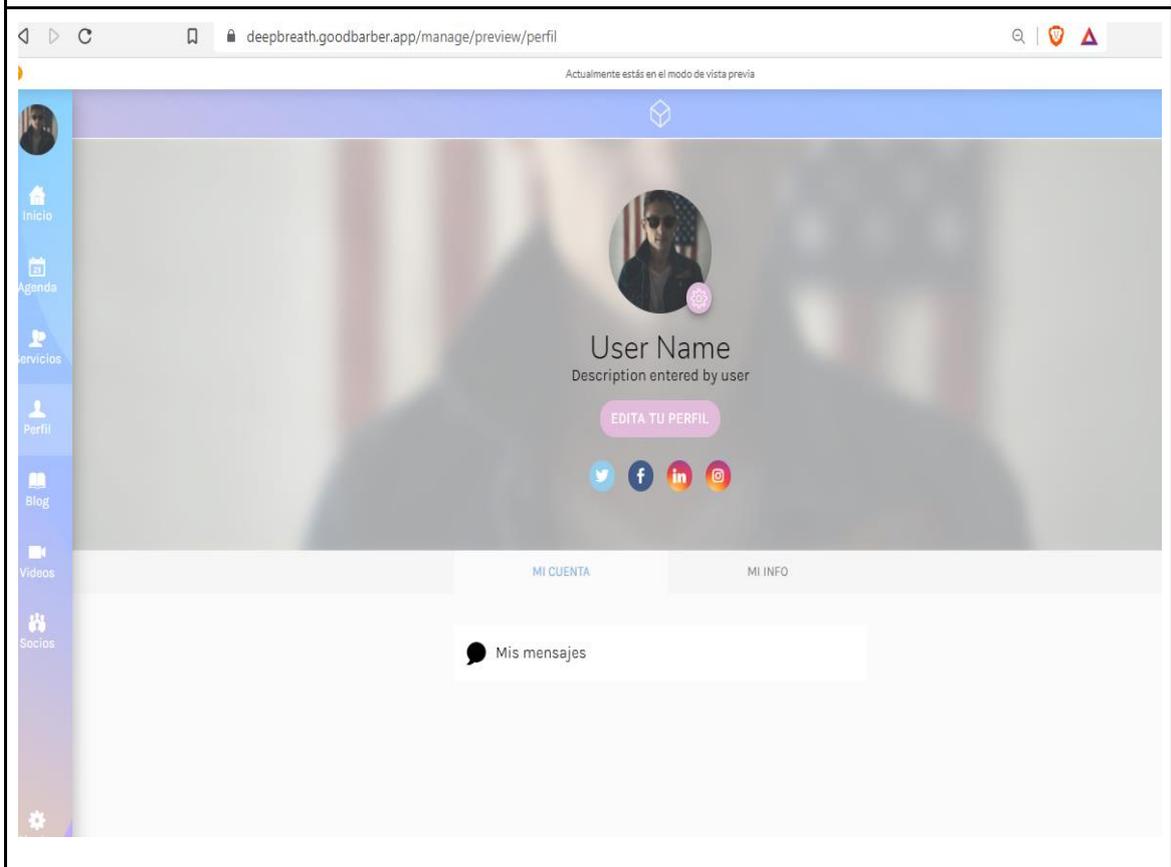
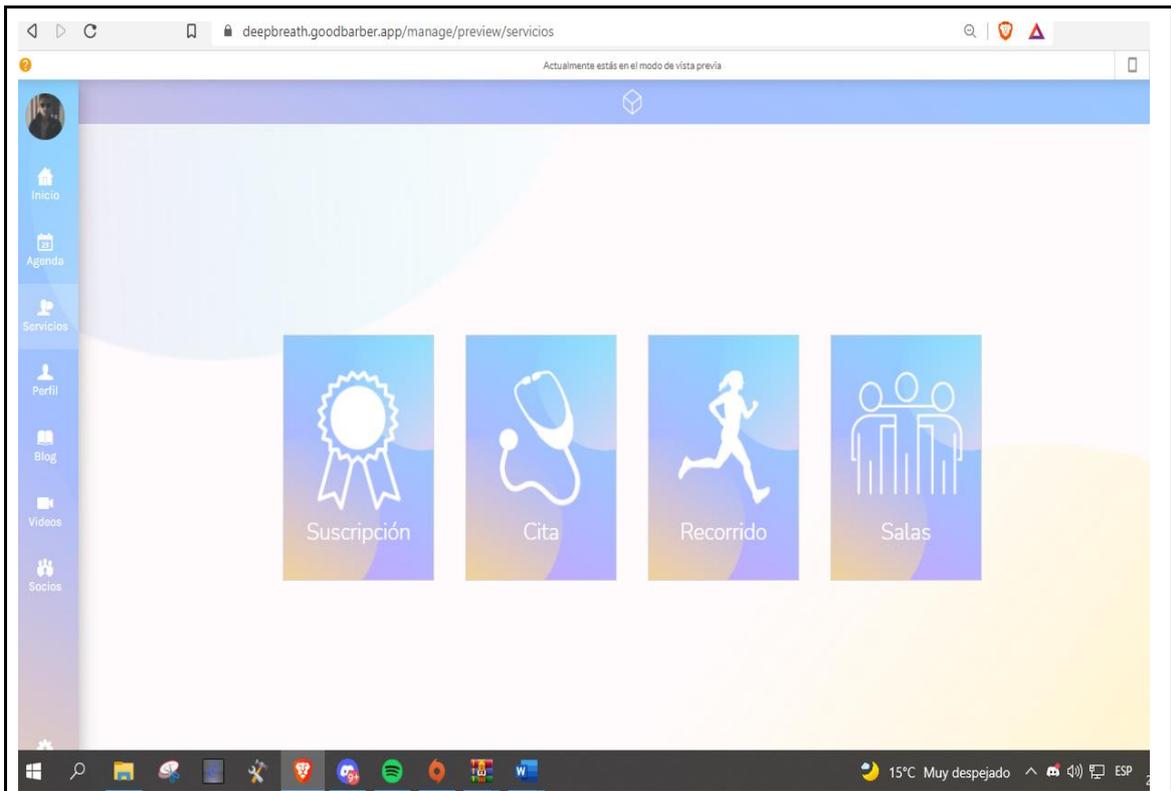
D. Aprendizajes – Cambios a realizar

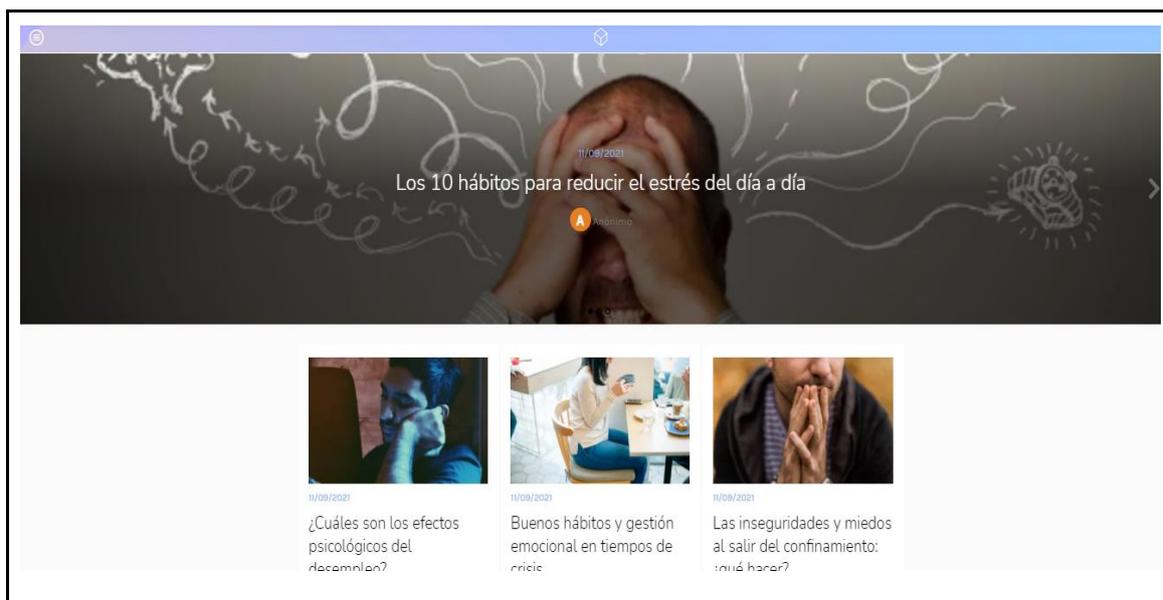
- Se debe agregar más secciones para hacer más dinámica la aplicación tales como audios para dormir, ejercicios físicos, yoga, meditación, etc.
- Se debe colocar mayor información sobre los especialistas, al igual que detallar los precios de manera clara.
- Al igual que se promociona en redes el aplicativo móvil, se debe comunicar a los usuarios sobre la página web para que elijan el canal de su preferencia

E. Sustentación de las validaciones

Tabla 29. Interfaz de Good Barber







Fuente: Elaboración propia

6.2 Validación de recursos clave

6.2.1 Experimento / Investigación

Tabla 30. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Contratar un community manager que se encargue de la identidad visual de la web y gestione las redes sociales.
Cuadrante que valida	Recursos clave
Métrica	Cotización
Criterio de éxito	Conseguir la cotización de los paquetes

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Conseguir la cotización de un community manager que se encargue de la identidad visual de la página en facebook y genere contenido en las redes sociales.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se investigó el portafolio de una agencia y se procedió a redactar un correo para solicitar la cotización.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 31. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Encontrar un community manager	Solicitar cotización	Se recibió la cotización por paquetes de acuerdo al contenido y atención que deseábamos tener en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Al obtener la cotización y los paquetes a elegir observamos que la propuesta es económicamente viable y necesaria para el posicionamiento y atención de las redes sociales.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El paquete que nos interesó fue el shining por ser más completo en cuanto a diseño y atención de la página.

e. Sustentación de las validaciones

Figura 10. Diseño de plantillas

Diseño de plantillas

Paquetes

- Diseños incluyen el logotipo y paleta de colores proporcionado por la marca.
- Elaborados de acuerdo al tipo de contenido que el cliente desea publicar.
- Entrega de archivos complementarios (tipografía, fondos).
- Entrega del archivo editable en Illustrator.
- Video tutorial

A. 9 diseños para feed de Instagram	Inversión S/. 110.00
B. 12 diseños para feed de Instagram	Inversión S/. 125.00
C. 15 diseños para feed de Instagram	Inversión S/. 135.00

Incluye:

- Entrega en Canva
- Asesoría para uso de las plantillas. Zoom: 30 minutos

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Diseño de feed

Diseño de feed

Plan essential

Publicaciones para feed: 12

Historias: 8

Incluye: cronograma de contenido y copywrite

Tipo de publicaciones:

- a. Flyers
- b. Carrusel (máx. 3)
- c. Fotografías
- d. Reel (x1)

Post distribuidos en la maqueta general del feed

**Imágenes proporcionadas por el cliente o de Internet.*

Inversión S/. 400.00

Plan shining

Publicaciones para feed: 18

Historias: 12

Incluye: cronograma de contenido y copywrite

Tipo de publicaciones:

- a. Flyers
- b. Carrusel (máx. 3)
- c. Fotografías
- d. Reel (x1)

Post distribuidos en la maqueta general del feed

**Imágenes proporcionadas por el cliente o de Internet.*

Inversión S/. 500.00

Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Experimento / Investigación

Tabla 32. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Comprar computadoras y dispositivos electrónicos que sean complementos de este.
Cuadrante que valida	Recursos clave
Métrica	Cotización
Criterio de éxito	Conseguir la cotización

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Conseguir la cotización de las computadoras y sus accesorios para el buen funcionamiento del aplicativo y que mediante el desarrollador del app esté actualizado constantemente.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se mandó una solicitud de cotización a una empresa que vende productos tecnológicos para que pueda brindarnos los precios exactos.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 33. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Contactarse con una empresa proveedora de computadoras	Solicitar cotización	<ul style="list-style-type: none">● Se recibió la cotización detallada del producto.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

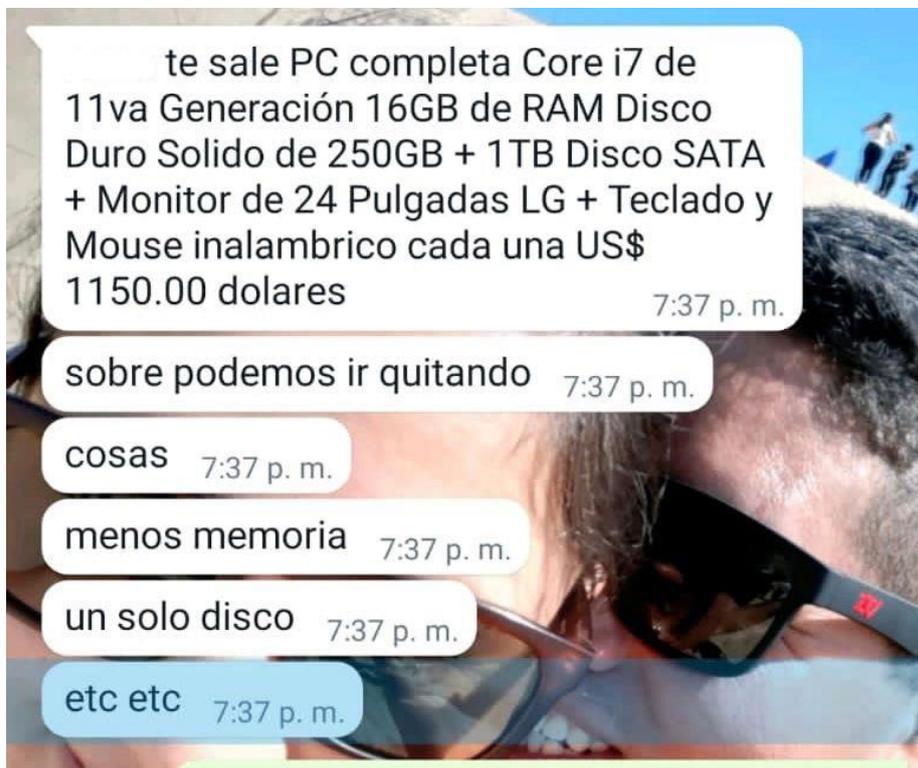
Se analizó la cotización y nos pareció un precio razonable porque aparte que nos brindará mantenimiento y garantía por un año de las máquinas.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

El proveedor mencionó que las computadoras tienen que tener buena capacidad de memoria para el buen funcionamiento del aplicativo si es que se quisiera incluir una base de datos más amplia.

e. Sustentación de las validaciones

Figura 12. Conversación con posible proveedor



Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Experimento / Investigación

Tabla 34. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Especialistas en salud mental están dispuestos a dar sesiones personalizadas por medio de la aplicación con el fin de diagnosticar y tratar a los usuarios.
Cuadrante que valida	Recursos clave
Métrica	Nivel de aceptación y Cotización
Criterio de éxito	Los psicólogos ven viable el ofrecer sus servicios en la aplicación. La cotización se encuentra dentro de nuestro rango estimado de precios.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Encontrar profesionales de la salud mental dispuestos a brindar sus servicios de terapia personalizada por medio de la aplicación a precios accesibles para todos los usuarios.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizará una entrevista a un psicólogo con amplia experiencia, con el fin de conocer más a detalle sobre los problemas de la ansiedad y estrés y si es viable tratarla de manera virtual.

Así mismo, se evaluará la disposición del psicólogo de dar sus servicios por medio de la aplicación y que precios considera aceptables por sesión y por un paquete mensual

ii. Bitácora de actividades

Tabla 35. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Encontrar un psicólogo	Entrevistar al psicólogo	<ul style="list-style-type: none">• Se tuvo bastante aceptación del psicólogo en cuanto a la aplicación y los servicios brindados.• Se planteó precios por sesión personalizada y por paquete mensual de 6 sesiones.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Al conversar con el psicólogo se validó la posibilidad de contar con sus servicios dentro de la aplicación, al igual que cobrar precios accesibles a los usuarios.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

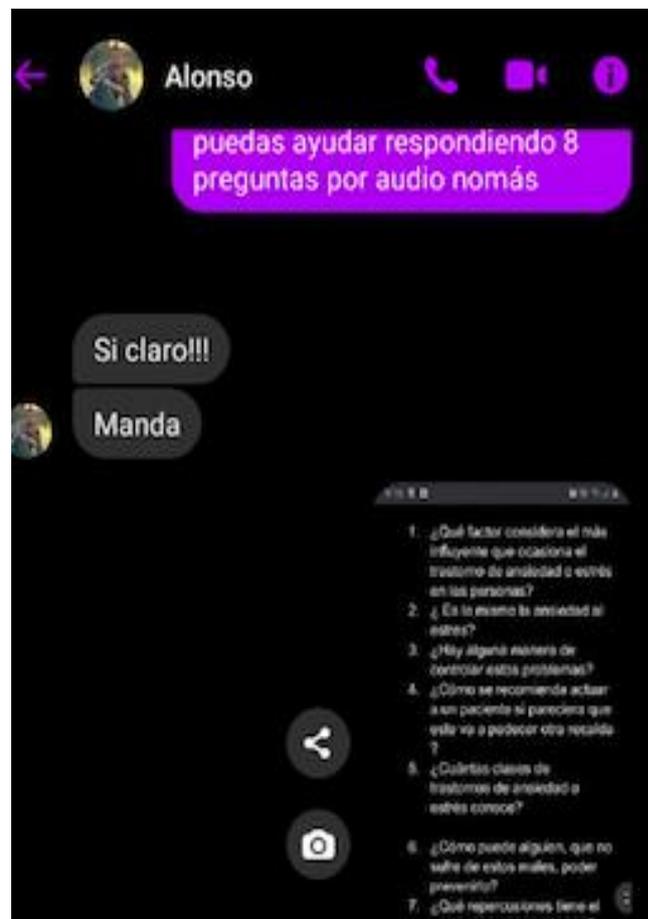
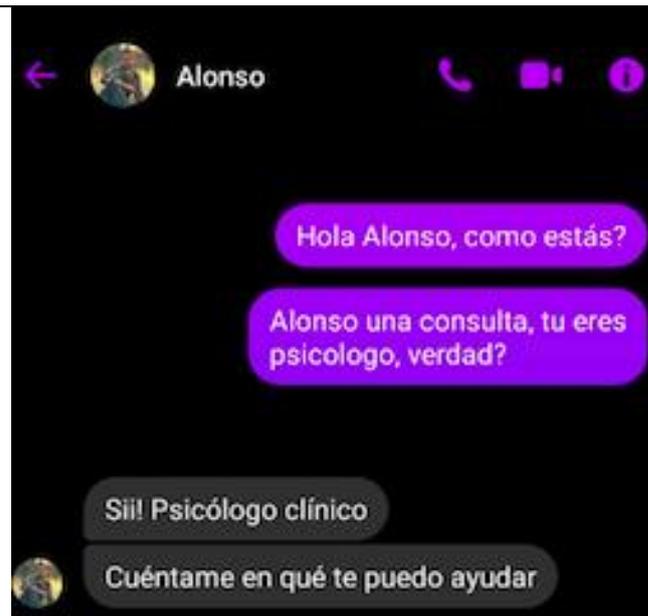
- Se propuso cobrar por una sesión personalizada 55 soles, y en cuanto al paquete mensual de 6 sesiones se cobraría un precio de 300 soles.
- Los psicólogos que estén asociados con la aplicación están dispuestos a dar sus servicios en sus tiempos libres, mas no tenerlo como un trabajo a tiempo completo, pues sus precios generalmente por sesión son de casi el doble de lo cobrado en la aplicación.
- Los psicólogos están dispuestos a brindar sus servicios en la aplicación, con la motivación de poder ayudar y dar un servicio de calidad a las personas que no tienen la posibilidad de pagar los precios generalmente cobrados.

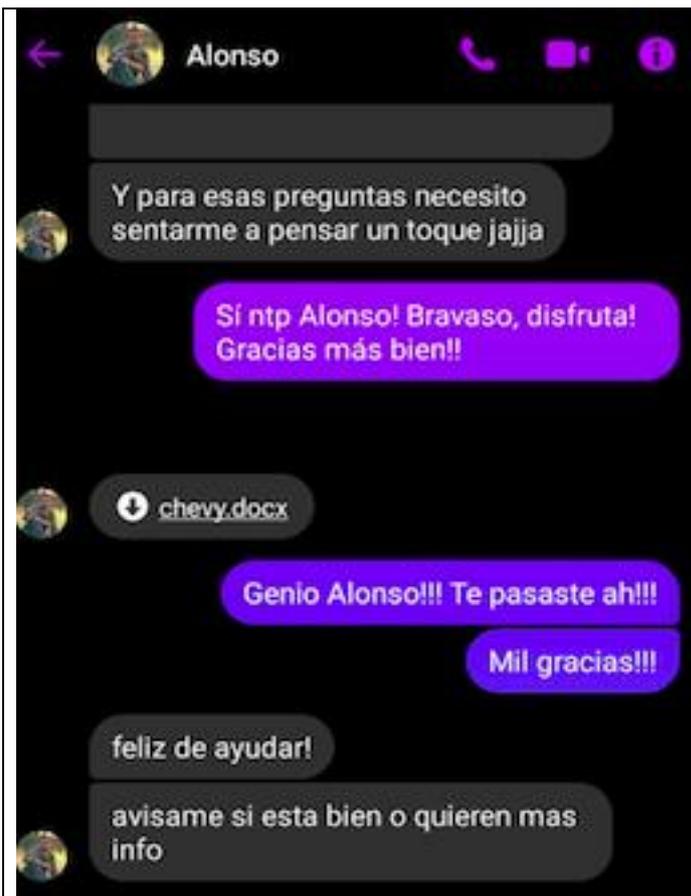
e. Sustentación de las validaciones

Tabla 36. Entrevista a experto

Entrevista N° 1 Entrevistador/a: Francesca Zamudio Entrevistado/a: Alonso Garcia Medio de entrevista: Entrevista por mensaje
--

Profesión: Psicólogo clínico





1. ¿Qué factor considera el más influyente que ocasiona el trastorno de ansiedad o estrés en las personas?

El contexto en el que se encuentran sea el: laboral, académico, o social.

2. ¿Es lo mismo la ansiedad al estrés?

No, mientras que la ansiedad es la sensación de miedo al percibir a estímulos como amenazantes o peligrosos. Por otro lado, el estrés es la evaluación cognitiva de un estímulo que le genera un malestar significativo, tanto a nivel mental, emocional y físico.

3. ¿Hay alguna manera de controlar estos problemas?

Sí claro, con terapia psicológica, y en casos extremos, con medicación psiquiátrica.

4. ¿Cómo se recomienda actuar a un paciente si pareciera que este va a padecer otra recaída?

En primer lugar, buscar ayuda. De haber contado con terapia anteriormente, que aplique alguna técnica para poder reducir los síntomas: relajación progresiva, respiración, meditación, etc.

5. ¿Cuántas clases de trastornos de ansiedad o estrés conoce?

Varias... Estrés post traumático, estrés agudo, ansiedad generalizada, ansiedad por separación, agorafobia, diferentes fobias (social, escolar, específica), etc.

6. ¿Cómo puede alguien, que no sufre de estos males, poder prevenirlo?
Educarse en los síntomas, ser capaz de reconocerlos y pedir ayuda de ser necesario para poder controlarlos.

7. ¿Qué repercusiones tiene el no tratar estos problemas?
Consecuencias físicas, emocionales y personales muy severas. Diferentes trastornos pueden desarrollarse a un punto de no poder continuar con la vida cotidiana en su totalidad.

8. ¿Considera conveniente la creación de una app para poder ayudar a las personas que sufren estos tipos de estados de ánimo? ¿Estarías dispuesto a pertenecer a ella?
Me parece una gran idea sobretodo por la coyuntura actual, siempre y cuando esta app tenga un equipo psicológico profesional al lado para poder dar diagnósticos y tratamientos acertados. Por supuesto que estaría dispuesto, creo que seria una gran forma de facilitarle ayuda a muchas personas.

9. Cuanto cobras por una sesión actualmente? Y cuanto cobrarías por un paquete de 6 sesiones?

Por sesión 150 soles y por un paquete de 6 podría cobrar 800 soles

10. En la app buscamos tener precios accesibles para permitirle a mas personas poder acceder de esta ayuda. Cuanto estarías dispuesto a cobrar por medio de la app por una sesión y por el paquete de 6 sesiones?

Si bien es cierto no consideraría la aplicación como mi trabajo de tiempo completo pues mis ingresos se reducirían bastante, podría ofrecer mi servicios con la finalidad de ayudar a mas personas en mis horarios libres cobrando por sesión 60 soles y por un paquete de 6 podría ser 300 soles

Fuente: Elaboración propia

6.2.4 Experimento / Investigación

Tabla 37. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Conocer sobre la presencia de profesionales relacionados a la gestión de proyectos online, sus impresiones sobre el perfil de trabajo y predisposición a formar parte del proyecto.
Cuadrante que valida	Socios clave
Métrica	Gestores de proyectos online
Criterio de éxito	Mediante correo electrónico

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Determinar la existencia de profesionales con experiencia en la gestión de proyectos online que estén dispuestos a liderar la organización de los procesos clave del aplicativo. Además, cuyas características encajan con el perfil que la empresa requiere.

b. Diseño y desarrollo del experimento

I. Descripción del experimento

Se contactó con un ingeniero industrial de profesión.

II. Bitácora de actividades

Tabla 38. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Elaboración del perfil para el gerente de área	Selección de las actividades a realizar, habilidades requeridas y beneficios.	<ul style="list-style-type: none">• Delimitar los parámetros requeridos para los posibles ocupantes del puesto.
Contacto vía telefónica	Se realizó una llamada con el contacto para solicitar de su aporte para la investigación	<ul style="list-style-type: none">• Conocer la disposición del contacto para brindarnos sus impresiones sobre el puesto de trabajo.
Redacción y envío de correo electrónico	Elaboración de un mensaje formal solicitando la revisión del documento de perfil para el puesto y envío de 4 preguntas.	<ul style="list-style-type: none">• Conocer si el perfil de trabajo elaborado resulta atractivo y conocer de qué manera podríamos mejorar la propuesta laboral.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Luego de haber interactuado con Jorge Medina, Program Manager en Mirada, nos comenta que de acuerdo a su consideración el perfil de trabajo se ajusta adecuadamente a las actividades que requiere la empresa. Además, de acuerdo al acelerado crecimiento del sector tecnológico en los últimos años esta tentativa propuesta resultaría como una oportunidad considerablemente atractiva para muchos profesionales. Por otro lado, recomienda especificar el requerimiento de habilidades en gestión de proyectos, gran empatía, manejo de habilidades blandas comunicativas y alta motivación para alcanzar resultados en un sector dinámico. Además, determinar a detalle los demás beneficios brindados por la compañía hacia el ocupante del puesto como lo es el seguro médico y determinación de un porcentaje de sueldo en función al logro de objetivos.

d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Especificar con mayor detalle las habilidades blandas requeridas en el puesto.
- Detallar los demás beneficios del puesto como seguro médico, etc.
- Especificar la existencia de porcentajes de sueldo variable en función a logro de objetivos.
- Añadir el carácter innovador de la compañía dentro de la descripción del perfil ya que es una empresa tecnológica.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 39. Guía de perfil para el puesto

<p>¿Qué harás?</p> <p>Como Gerente de administrativo de aplicaciones serás responsable de la gestión de diversos proyectos.</p> <p>Tus principales funciones consistirán en:</p> <ul style="list-style-type: none">-Liderar proyectos que requieren la coordinación de equipos con especialistas en desarrollo web, finanzas, community managers, marketing, docentes de psicología y doctores psiquiatras.-Definición de procesos de negocio-Facilidad de negociación con proveedores externos-Implantación de ERP's-Clara orientación al cliente y acostumbrado a trabajar con objetivos-Asegurar que las aplicaciones tecnológicas para cada área de negocio se desarrollan e implementan de forma óptima, facilitando la información y formación necesaria, así como la integración con las tecnologías más innovadoras que posibiliten dar un mayor apoyo a la estrategia del negocio <p>¿A quién buscamos?</p> <p>Buscamos a una persona con los siguientes conocimientos y experiencias:</p> <p>Cualificaciones</p> <ul style="list-style-type: none">-Formación Universitaria o de Postgrado-Nivel de Inglés avanzado <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none">-Experiencia de 2 a 4 años como responsable de equipos de desarrollo trabajando en gestión de proyectos-Experiencia en entornos digitales <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none">-Capacidad de análisis y propuesta de soluciones-Capacidad de trabajo en entornos colaborativos-Capacidad de comunicación y asertividad-Capacidad de liderazgo y gestión de equipos <p>Aptitudes personales</p> <ul style="list-style-type: none">-Iniciativa y capacidad resolutive-Habilidad de comunicación-Capacidad de análisis y toma de decisión-Planificación estratégica-Orientación al cambio y la innovación <p>¿Qué ofrecemos?</p> <ul style="list-style-type: none">-Incorporación Inmediata-Jornada completa-Salario competitivo en función de valía-Contrato indefinido
--

Buscar correo

1 de 3

Preguntas sobre puesto de gerente de área.

Recibidos x

grupo1 2021 Buenos días Jorge, le escribo con el propósito de con... 11:04 (hace 5 horas)

Jorge Medina para mí 16:11 (hace 4 minutos)

Buenos días José Luis,
A continuación adjunto respuesta a las preguntas solicitadas:

- ¿Considera que los requerimientos del puesto se encuentran acorde a las actividades desempeñadas por la empresa?
Sí, se ajustan a las actividades de la empresa y refleja las funciones que un Gerente de Operaciones podría desempeñar liderando los equipos de desarrollo de la compañía.
- ¿Qué tan atractiva considera la elaboración del perfil de trabajo basado en la situación en la que se encuentra el mercado laboral actual?
Dado el acelerado crecimiento del sector tecnológico actualmente, considero que se trata de una oportunidad atractiva para muchos jóvenes profesionales.
- En opinión, ¿Cuál considera que debe ser el rango salarial para este tipo de puesto?
El rango salarial se situaría entre los S/. 200.000 y los S/. 250.000 anuales brutos.
- ¿Que información considera que debemos añadir o modificar al perfil elaborado?
Esta posición requiere excelentes habilidades de gestión de proyectos, gran empatía y habilidades de comunicación y gran motivación para alcanzar resultados en un sector dinámico. Recomendaría también describir otros beneficios ofrecidos por la compañía, como por ejemplo seguro médico, % de sueldo variable en función de logro de objetivos, entre otros. Así mismo destacar el carácter innovador de la compañía al ser una empresa tecnológica.

Un saludo,

Jorge

Responder Reenviar

Entrevistador/a: José Luis Bardales
Entrevistada/o: Jorge Medina Pajares
Medio de la entrevista: Correo electrónico

Fuente: Elaboración propia

6.3 Validación de actividades clave

6.3.1 Experimento 1

Tabla 40. Experimento 1

Conceptos	
Hipótesis	Existe interés por la modalidad del servicio que brinda la app además de los beneficios que lleva la suscripción y su uso si los usuarios se sienten cómodos en la versión de escritorio.
Cuadrante que valida	Actividades clave
Métrica	Nivel de aceptación
Técnica de capacitación	Creación de una app con versión móvil mediante el uso del software Goodbarber
Criterio de éxito	más del 80% de usuarios entrevistados están conformes y se sienten interesados por el uso del aplicativo o lo recomendarían luego de haberlo probado en la web.
Resultados	el 100% de los usuarios se sintió cómodo con el uso de la app y le interesa utilizarla en su vida diaria.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento fue diseñar una versión del aplicativo para ver qué tan familiarizados se podrían sentir los usuarios con el uso de los espacios dentro del mismo como las citas o salas grupales y así garantizar su satisfacción cuando utilicen la versión móvil.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para este experimento se diseñó una versión del aplicativo pues este medio es más amigable para probar distintos aspectos que se deben garantizar en la app. Asimismo, se entrevistaron usuarios para que analicen y prueben Deep Breath de tal forma que se familiaricen con los

servicios y sirva como una constante retroalimentación que permita mejoras en el desarrollo del aplicativo.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 41. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Desarrollo de la versión del aplicativo	Rediseñar y modificar la app móvil para que pueda ser probado.	<ul style="list-style-type: none"> • Gracias a la herramienta goodbarber se puede rediseñar la app.
Promoción y prueba de la app	Compartir la app con los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Se compartió y corroboró la versión de la app junto con la segunda versión del prototipo.
	Probar la versión del aplicativo.	Los usuarios se sintieron cómodos con el modelo que plantea goodbarber.
Analizar la aceptación o rechazo del modelo propuesto	Retroalimentación	Recibir feedback del modelo de atención y servicios planteados, así como incomodidades o dudas formuladas por los usuarios.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

La versión de la app ayuda a las personas familiarizarse con el uso del aplicativo y con cómo este funciona garantizando la satisfacción a las necesidades de los usuarios.

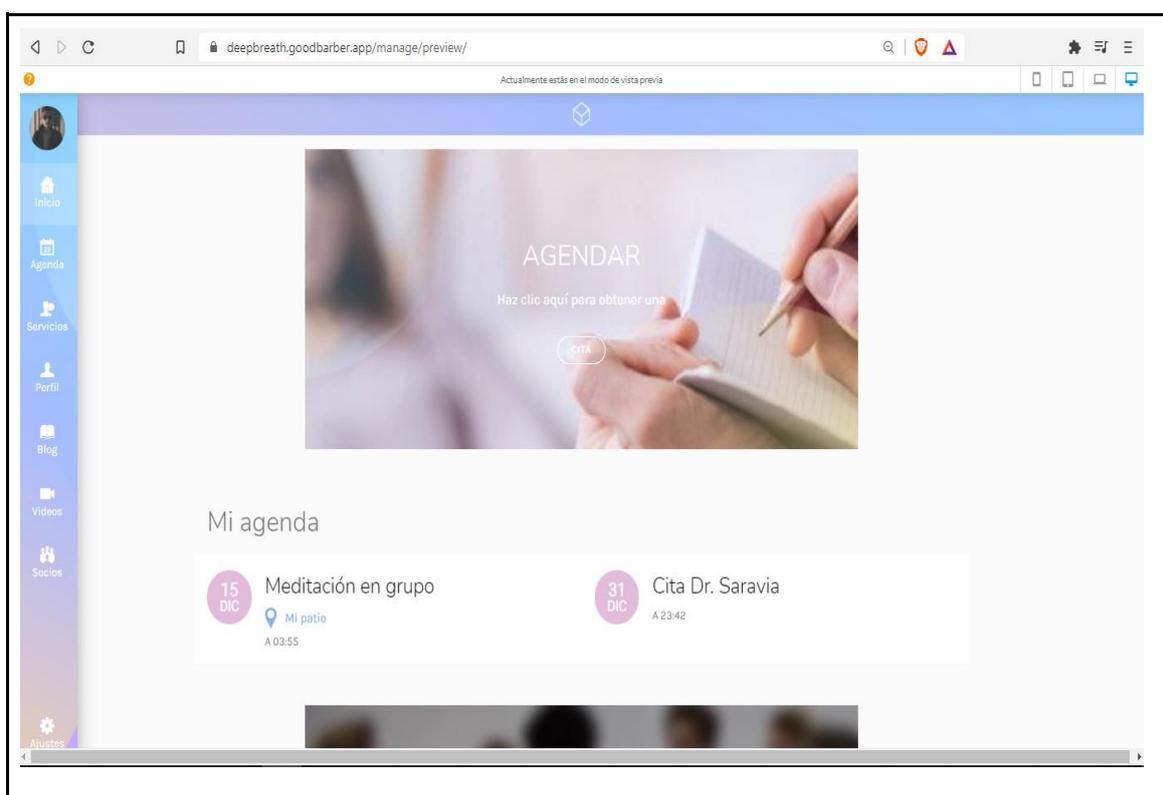
d. Aprendizajes – Cambios a realizar

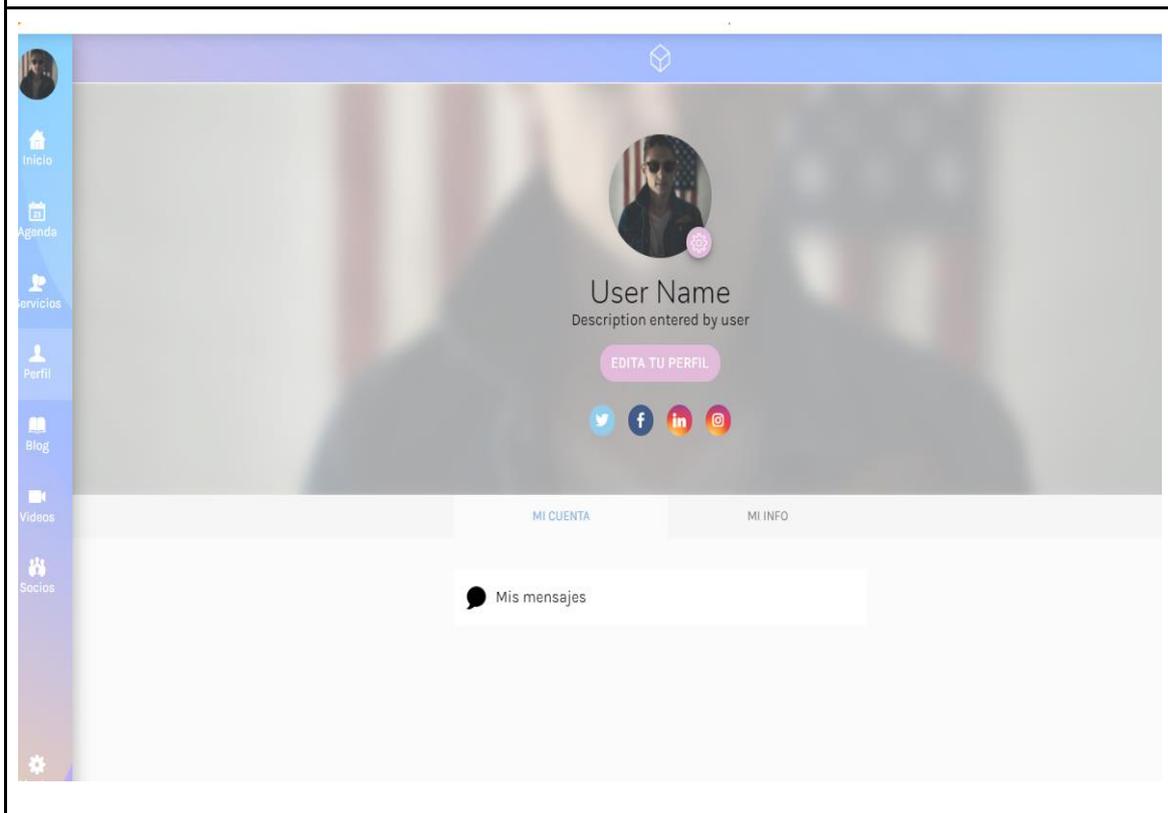
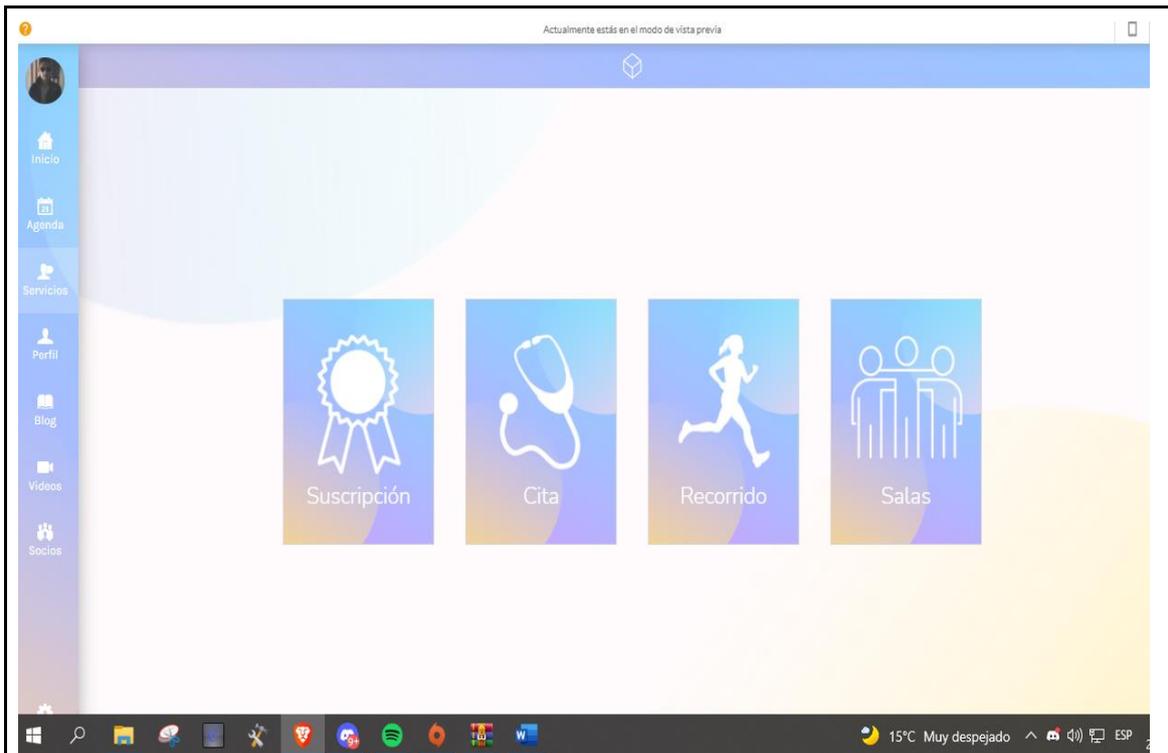
- Los usuarios mencionaron que sería bueno promocionar la app a través de otras redes sociales además de facebook.

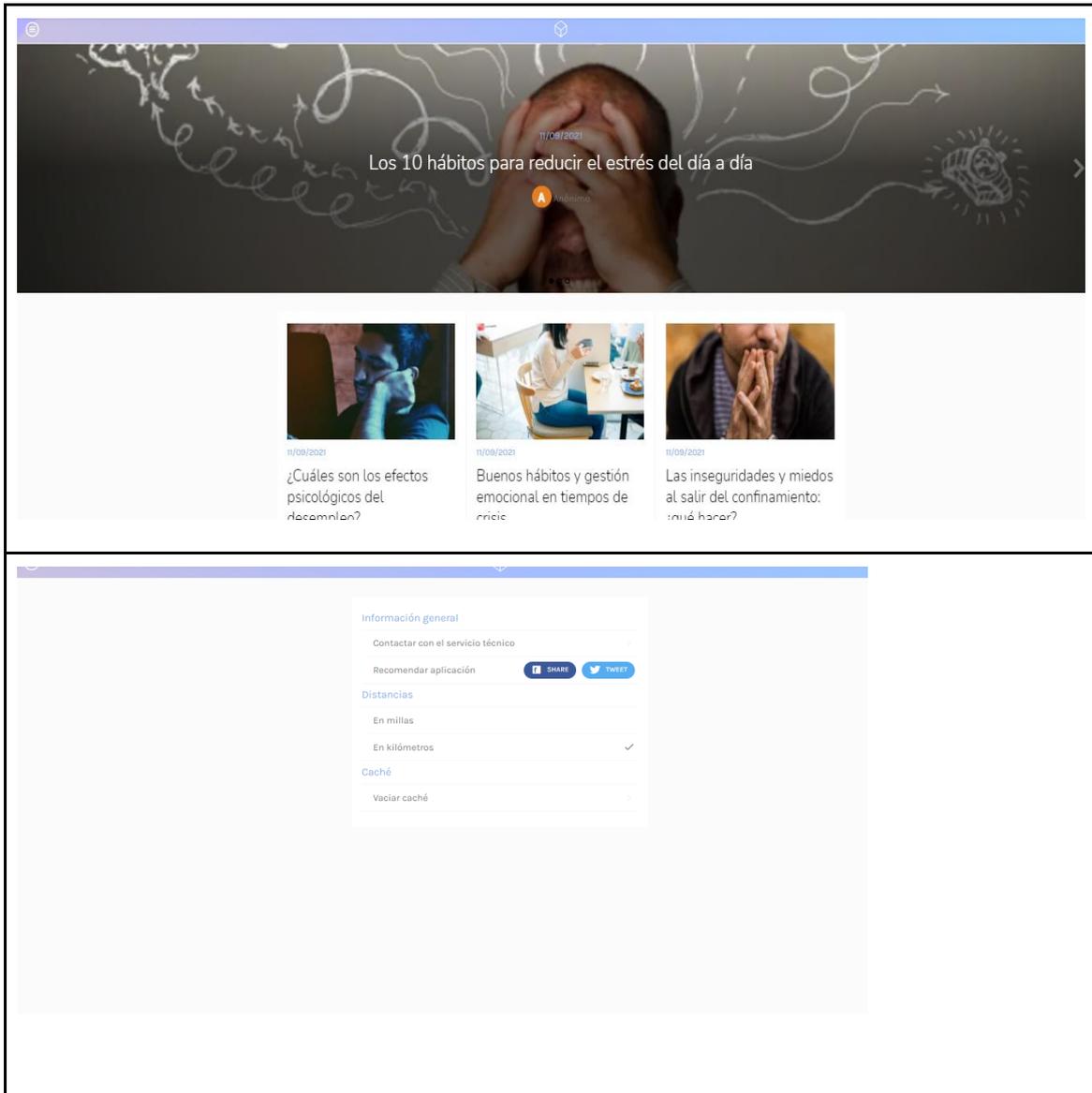
- Los usuarios no tienen dudas sobre la distribución de ítems y creen que el diseño es bastante intuitivo, sin embargo, aún falta incorporar información más detallada de los especialistas.
- Se recomendó un chat de texto con especialistas que funcione a forma de foro en el cual todos puedan ver la consulta de un paciente sea anónimo o no y discutir y opinar sobre está.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 42. Interfaz de Good Barber







Fuente: Elaboración propia

6.3.2 Experimento 2

Tabla 43. Experimento 2

Conceptos	
Hipótesis	Es viable la elaboración del App Móvil, cumpliendo con las características requeridas por los usuarios con el

	software GoodBarber
Cuadrante que valida	Actividades clave
Métrica	Nivel de aceptación
Técnica de capacitación	Creación y diseño de una app móvil mediante el uso del software Goodbarber
Criterio de éxito	más del 80% de usuarios entrevistados están conformes y se sienten interesados por el uso del aplicativo o lo recomendarían.
Resultados	el 100% de los usuarios se sintió cómodo con el uso de la app y le interesa utilizarla en su vida diaria.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento fue ver qué tan familiarizados se podrían sentir los usuarios con el uso de los espacios dentro del App Móvil como las citas o salas grupales y así garantizar su satisfacción cuando utilicen la versión de suscripción.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para este experimento se diseñó la app móvil a través del software GoodBarber el cual es gratuito por un periodo de prueba. Asimismo, se entrevistaron usuarios para que analicen y prueben Deep Breath de tal forma que se familiaricen con los servicios y sirva como una constante retroalimentación que permita mejoras en el desarrollo del aplicativo.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 44. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
------------------	--------------	------------------

Desarrollo de la app móvil	Diseño de logotipos	<ul style="list-style-type: none"> • Gracias a la herramienta goodbarber se puede rediseñar la app a una versión web de escritorio.
	Elección de paleta de colores	Se seleccionó una paleta de colores que representa la calma y tranquilidad por lo que los colores elegidos fueron: rosa, lavanda, celeste pastel y ciertos tonos dorados.
	Elaboración del front y back end de la app móvil	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizó el diseño del front end con el uso de la paleta y logos específicos <p>Se seleccionaron las herramientas a utilizar en el back end y fueron implementadas en la app.</p>
Promoción y prueba de la versión web Analizar la aceptación o rechazo del modelo propuesto	Compartir la versión web con los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Se compartió el aplicativo entre posibles usuarios.
	Probar la versión web del aplicativo.	Los usuarios se sintieron cómodos con el modelo que plantea goodbarber y su interfaz móvil
	Retroalimentación	Recibir feedback del diseño y practicidad de la app, así como incomodidades o dudas formuladas por los usuarios.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

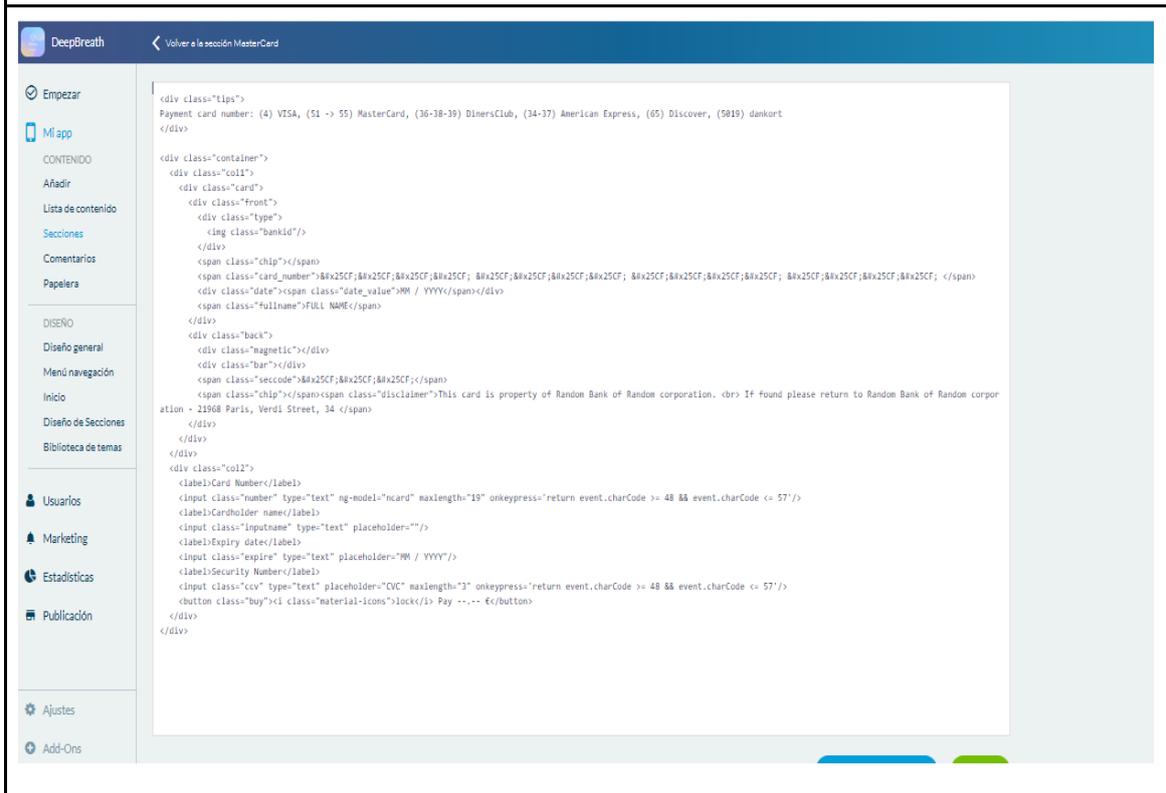
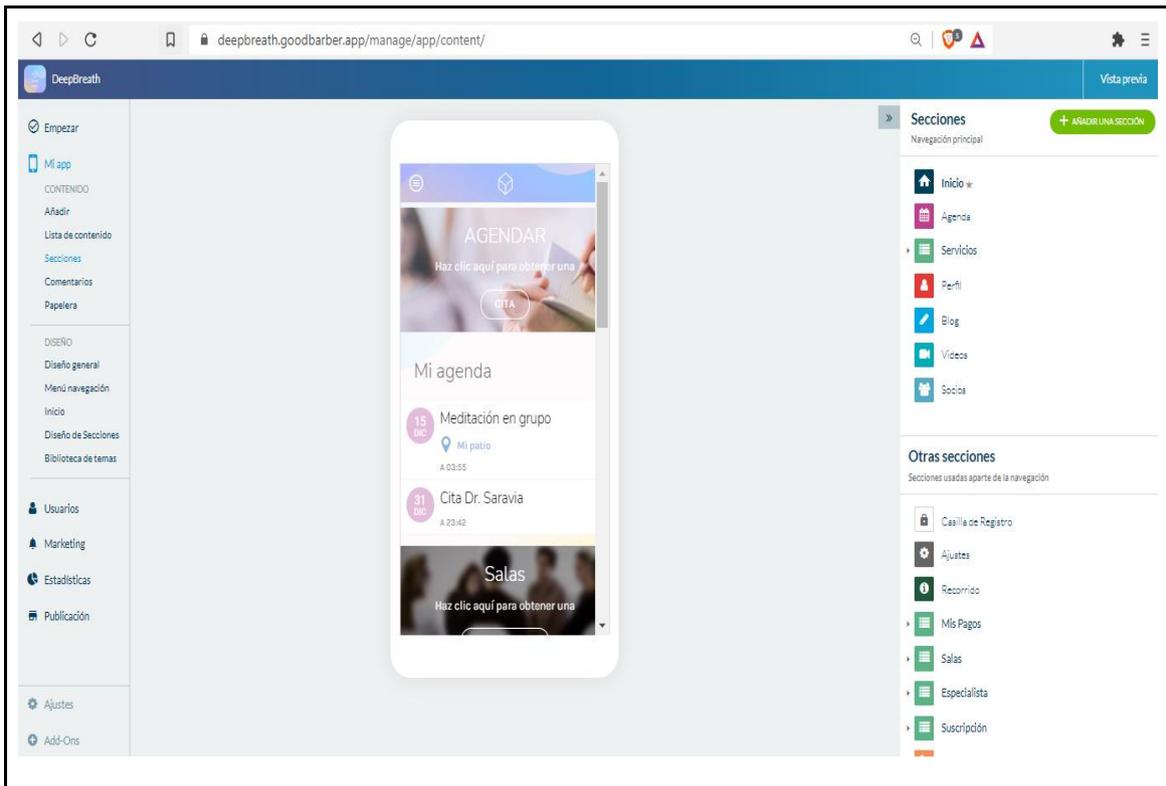
Las personas creen que el diseño de la app facilita su interactividad y promueve que sea utilizado al tener herramientas como agendas, chat, atención al cliente por la misma app, entre otros. Claro que estas herramientas solo son un plus al enfoque real de la app que es el bienestar de la salud mental. Gracias al experimento obtuvimos información relevante para el desarrollo de la app en forma de dudas por lo que entendemos que si bien el interfaz es de sencillo uso y bastante comprensible las personas tienen problemas con entender cuál es el modelo de negocio que sigue deep breath.

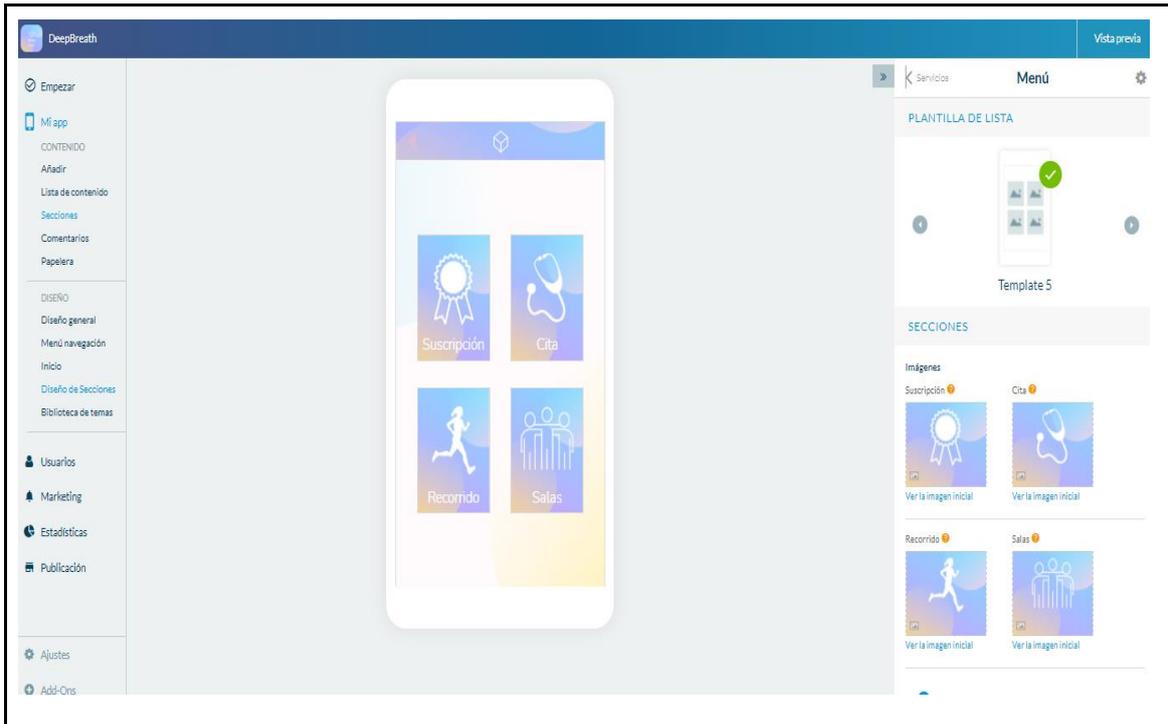
d. Aprendizajes – Cambios a realizar

- Recomendaron otorgar puntuaciones a los participantes o aportantes para evitar personas con cuentas “troll” o “Fake” que quiten credibilidad al uso del aplicativo.
- Incorporar un apartado de retroalimentación para los doctores que atienden como para las funciones o servicios que brinda la app.
- Especificar la duración de las suscripciones
- Crear valor a través de profesionales de buen nivel que a su vez brinden un trato amable y empático con los usuarios.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 45. Interfaz de Good Barber

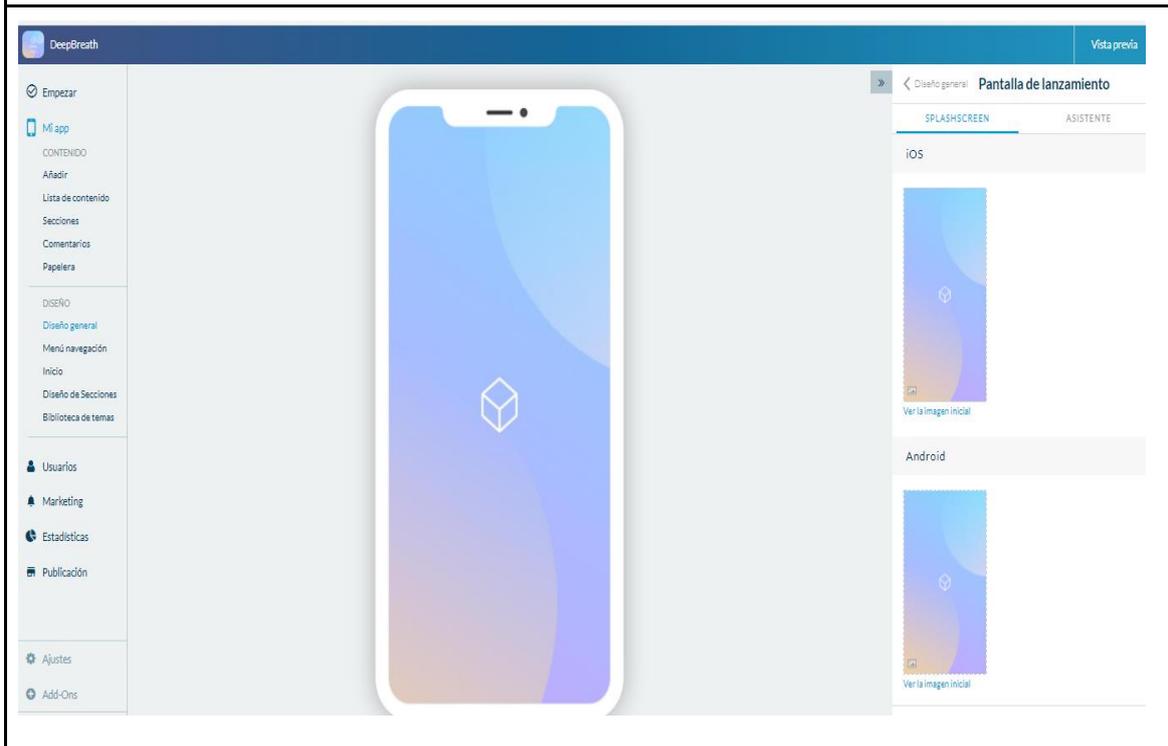
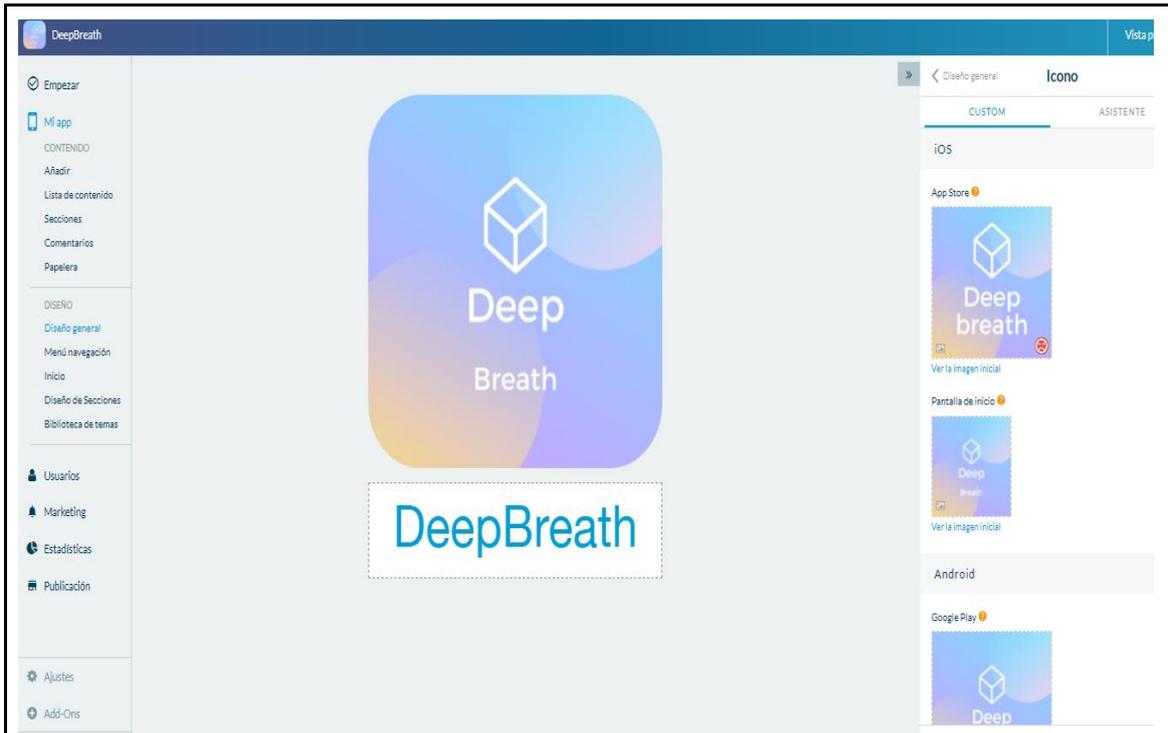




DeepBreath **Lista de contenido** Filtros

🔍 BUSQUEDA

Título	Fecha	Tipo/Secciones	Estado
Recorrido	18/09/2021 11:18	About Recorrido	Visualizar
Meditación en grupo Mi patio	15/12/2021 03:55 hasta 03:55	Agenda Agenda	Publicado Visualizar
Cita Dr. Saravia	31/12/2021 23:42 hasta 23:42	Agenda Agenda	Publicado Visualizar
Citas Ver todas las respuestas (0)	14/09/2021 06:09	Formulario Citas	Visualizar
Evento nº61	14/09/2021 00:02 hasta 00:02 Acabado	Agenda	No enlistado Visualizar
Cuentas	14/09/2021 03:18	About Deposito	Visualizar
¿Que dicen tus tatuajes de ti? 0	11/09/2021 19:46	Articulos Blog	Publicado Visualizar





Fuente: Elaboración propia

6.4 Validación de socios clave

6.4.1 Experimento / Investigación

Tabla 46. Experimento / Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Profesionales y practicantes de la Universidad San Juan Bautista relacionados al rubro de salud mental que analizan el proyecto y comentan si les gustaría ser parte de este.
Cuadrante que valida	Socios clave
Métrica	Profesionales y practicantes de la Universidad San Juan Bautista relacionados al rubro de salud mental.
Técnica de capacitación	Mediante correo electrónico
Criterio de éxito	Nº de profesionales y practicantes relacionados al rubro de salud mental que deseen pertenecer al proyecto.
Resultados	Los profesionales y practicantes desean pertenecer al proyecto.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Determinar si en la Universidad San Juan Bautista hay profesionales y practicantes con conocimiento en salud mental que desearían ser parte del Proyecto.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Este experimento determinará si los profesionales y practicantes se ajustan al perfil que se busca para que puedan ser parte del proyecto. De igual manera, conocer qué aportes podrían ofrecer al aplicativo y analizar los comentarios y recomendaciones con el objetivo de que el aplicativo mejore.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 47. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
<p>Buscar a la persona encargada de los profesionales y practicantes de salud mental de la Universidad San Juan Bautista.</p>	<p>Se buscó el correo y el número de teléfono de la persona encargada de los profesionales y practicantes de salud mental de la Universidad San Juan Bautista para ponernos en contacto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El resultado fue positivo porque logramos conseguir el correo de la encargada
<p>Contactar con un encargado a cargo de los profesionales</p>	<p>Se contactó, mediante correo electrónico a una persona encargada que está a cargo de los profesionales y practicantes relacionados a salud mental de la Universidad San Juan Bautista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El resultado fue positivo porque respondió e correo aceptando la propuesta
<p>Registrar datos obtenidos</p>	<p>Con los datos personales obtenidos, registrarlos para que puedan ser parte del proyecto</p>	<p>Se registró correctamente los datos</p>

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

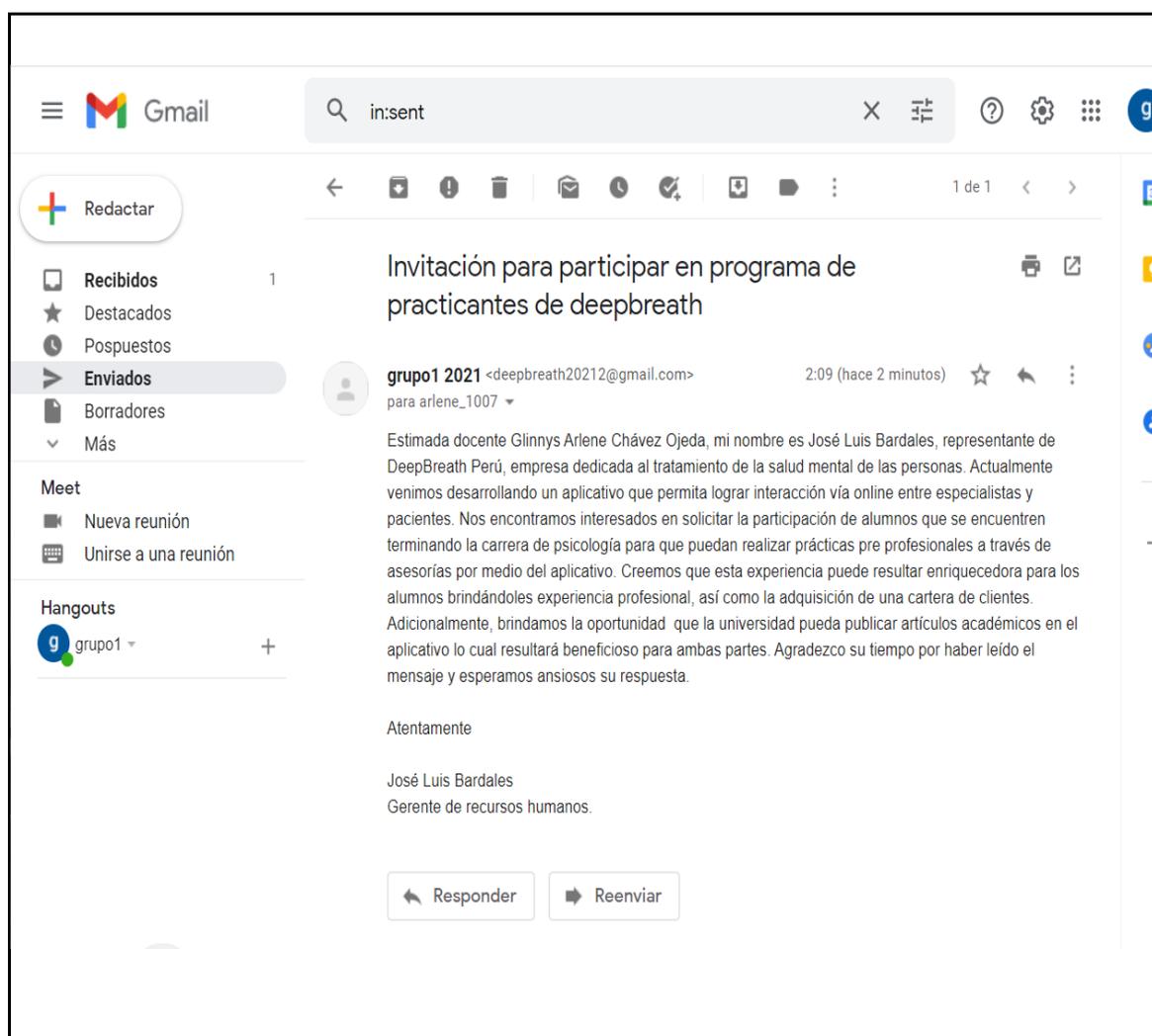
El experimento determina que la hipótesis es válida pues el modelo presentado logra captar el interés de practicantes universitarios y recién egresados, de la misma manera, la institución educativa muestra interés por que sus alumnos se desarrollen profesionalmente a través de este medio y por tanto se inocularon en el modelo presentado.

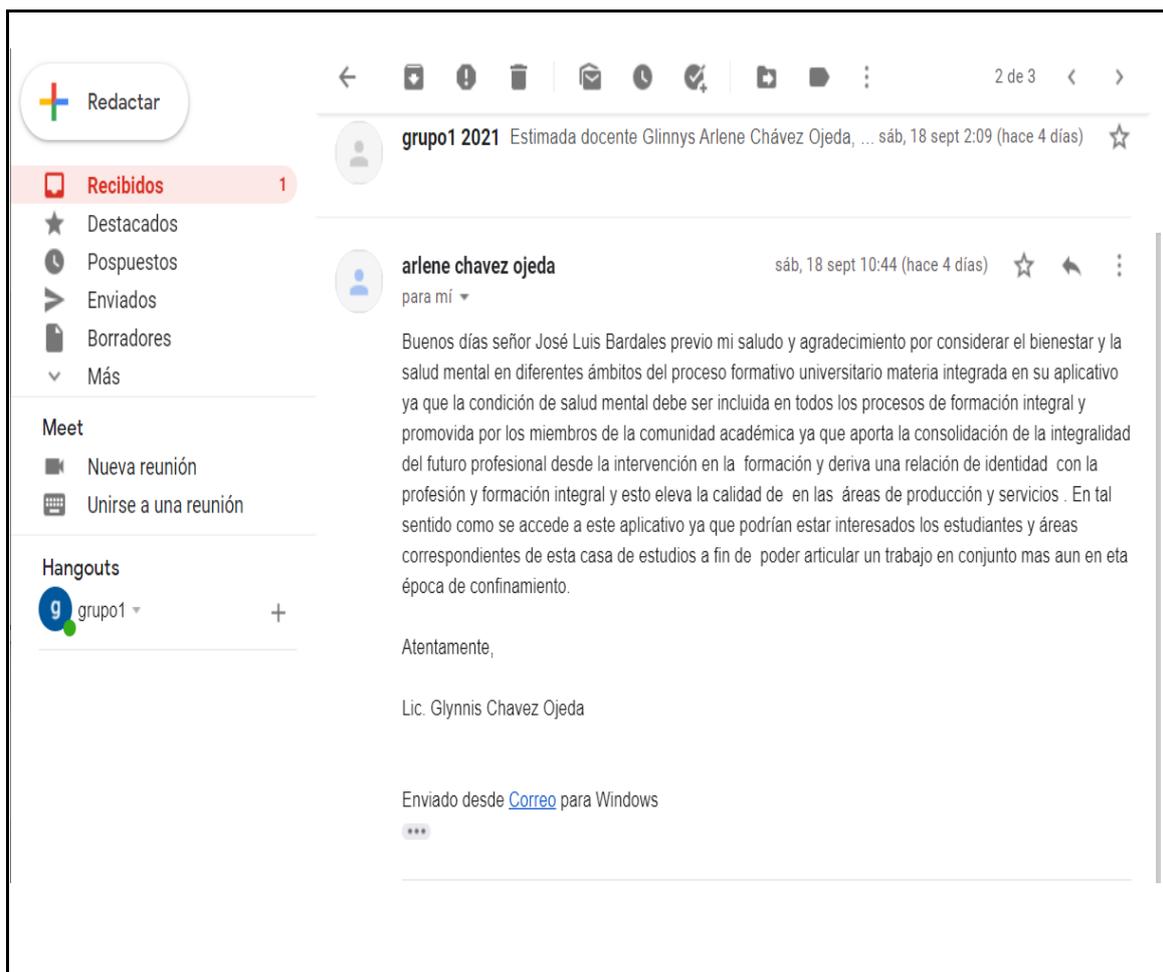
d. Aprendizajes – Cambios a realizar

Incluir la sección de socios para favorecer a la comunidad de psicólogos y así puedan compartir información y también puedan comunicarse entre ellos con temas relacionados al rubro del negocio.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 48. Correos en GMAIL





Fuente: Elaboración propia

6.5 Validación de estructura de costos

6.5.1 Investigación

Tabla 49. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Obtenemos con éxito una cotización hecha por desarrolladores para la realización de la página web.
Cuadrante que valida	Estructura de Costos
Métrica	Cotización
Criterio de éxito	Obtener el costo del desarrollo del aplicativo
Resultados	Cotización recibida

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Tener un panorama claro en cuanto a la inversión a realizar y el costo del funcionamiento del servicio proporcionado para el mantenimiento de la web.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se investigó una agencia especializada en desarrollo del app y se procedió a redactar un correo para solicitar la cotización

ii. Bitácora de actividades

Tabla 50. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Encontrar un desarrollador de web	Solicitar cotización	Se recibió la cotización por paquetes de acuerdo al contenido y atención que deseábamos realizar tanto en la página como en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

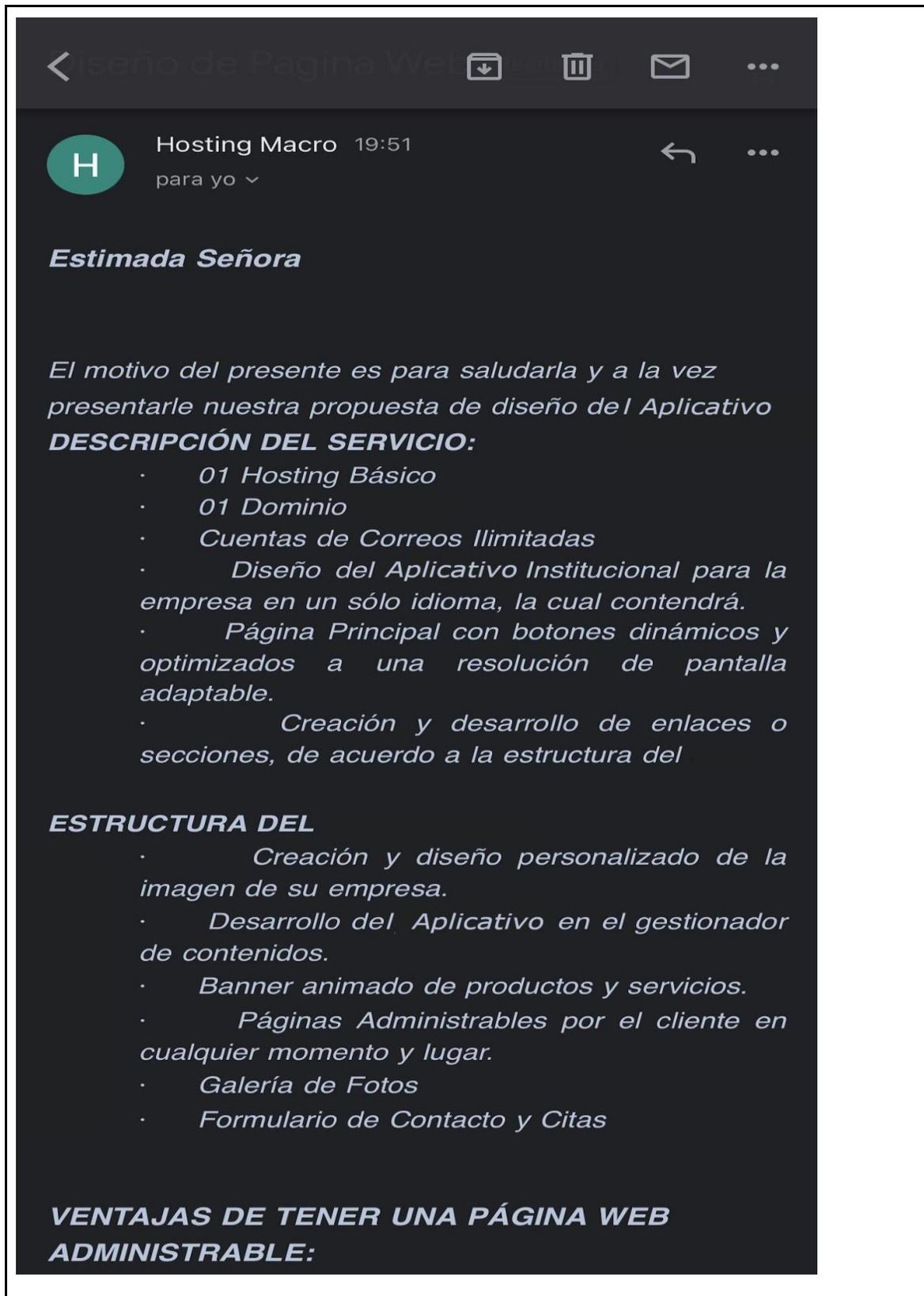
Al obtener la cotización y los paquetes a elegir observamos que la propuesta es económicamente viable y necesaria para el posicionamiento y atención de las redes sociales

d. Aprendizajes – cambios a realizar

El paquete que nos interesó fue la opción 2 por ser más completo en cuanto a diseño y atención de la app

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 51. Correos de Hosting Macro



21:25 4G

VENTAJAS DE TENER UNA APP ADMINISTRABLE:

- *Fácil y rápida actualización de contenidos.*
- *Bajos Costos en mantenimiento ya que no requiere la contratación de profesionales en diseño web para la administrador de contenidos.*
- *Los cambios se ven reflejados de inmediato lo que significa un gran ahorro de tiempo.*

CONDICIONES GENERALES:

- *Tiempo de desarrollo 10 días (que empieza a contar desde la recepción por parte del cliente de toda la información que sería ingresada a la web)*
- *Soporte ilimitado por teléfono, WhatsApp o correo electrónico durante el periodo que dure el servicio.*

Descripción	Precio S/	IGV	Total S/
<i>Opción 1 diseño de APP</i>	<i>s/.10500</i>	<i>s/.18,9</i>	<i>s/.10481</i>
<i>Opción 2: diseño de APP + sistema de reservación de citas</i>	<i>s/.14400</i>	<i>s/.25,92</i>	<i>s/.14374</i>

CONDICIONES DE PAGO: *50% a la firma del contrato y 50% a la culminación del proyecto.*

Banco: *Interbank* _____

Fuente: Elaboración propia

6.5.2 Investigación

Tabla 52. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	Obtenemos una cotización de una consultoría para la parte contable.
Cuadrante que valida	Estructura de Costos
Métrica	Cotización
Criterio de éxito	Obtener el costo para las labores de un contador.
Resultados	Cotización recibida

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Obtener una cotización para la parte contable con la finalidad de que la persona encargada pueda encargarse de todo lo relacionado con su rubro y también pueda informar a la empresa de los avances o correcciones que se requiera a posterior.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se investigó una agencia especializada en la parte contable para que pueda mandarnos una cotización y la descripción del trabajo que realizan.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 53. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Encontrar un contador para el proyecto	Solicitar cotización	Se recibió la cotización por paquetes un estudio especializado en temas contables.

Fuente: Elaboración propia

c. Análisis e interpretación de resultados

Al obtener la cotización pudimos observar que es viable porque el total fue 1000 soles.

d. Aprendizajes – cambios a realizar

El paquete es optimista, pero a futuro si la empresa crece mas en ventas se tiene que contratar un paquete más completo para llevar un mejor control.

e. Sustentación de las validaciones

Tabla 54. Cotización de las actividades contables

Lima, 23 de Setiembre de 2021

Señores

Atención: Srta. Lorelein Palao

Presente.-

ALVAREZ LOPEZ Y ASOCIADOS, es una empresa integrada por un staff de profesionales, altamente calificados y especializados, con más de 15 años de experiencia en el rubro, brindando servicios de outsourcing contable, asesoría contable, tributaria, laboral y financiera.

Buscamos que nuestras empresas asesoradas se orienten a los resultados en el marco de la normatividad vigente, propiciando una efectiva gestión de costos, efectuando una eficiente labor de auditoría tributaria preventiva, así como salvaguardar el patrimonio mediante la toma de inventarios, asumiendo en todo momento el compromiso de su gestión contable como la nuestra.

Agradecemos su cordial invitación a efectos de explicar al detalle los diferentes aspectos de nuestra propuesta en base a la solicitud.

Atentamente,

MG. CPC Alberto Alvarez López
Gerente General
Socio Fundador
Pj. Francisco Ayarza 185 of. 301, Los Olivos
Telf. (511) 6029604 / 936015963
alyasociado@gmail.com

PROPUESTA DE SERVICIOS

Nuestra empresa dedicada al servicio contable, tributario, laboral y financiero, desarrolla su labor sobre los ejes de responsabilidad, confianza y reserva de la información, brindando un servicio de asesoría externa de calidad.

DESCRIPCIÓN DE SERVICIO FINANCIERO - CONTABLE

1. SERVICIO DE ASESORIA Y CONSULTORÍA

Comprende la elaboración de propuestas integrales para resolver consultas de tipo Contable y Tributario, Laboral y Financiero bajo un esquema de mejora continua, para tal fin, contamos con un equipo de profesionales especializados en las diferentes áreas de la gestión empresarial.

Planteamiento e implementación de políticas y directivas de índole, financiera, tributaria y laboral en concordancia con las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), marco legal vigente y la administración de la empresa.

Propuesta e implementación de un sistema de contabilidad de acuerdo a la necesidad de la empresa y adecuación del plan contable general empresarial para el grupo económico.

Desarrollo de estrategias tributarias y laborales de acuerdo al marco legal, con la fin de reducir costos y gastos en la empresa.

2. ASPECTO CONTABLE

Consiste en el acompañamiento, seguimiento y orientación al registro de las diversas transacciones económico – financieras realizadas por la empresa de acuerdo a las NIC y NIIF.

Dicho proceso contable, se efectuará en los Libros: Registro de Compras y Registro de Ventas, Planilla de Remuneraciones y otros de acuerdo a las necesidades y volumen de operaciones.

3. ASPECTO TRIBUTARIO

En este aspecto nos encargamos de la liquidación de Impuestos ante la SUNAT, ESSALUD, AFP, y otros tributos que puedan crearse de acuerdo a Ley. Dichas liquidaciones les sería alcanzada con una semana anterior a su vencimiento a fin de que dichos desembolsos puedan ser previstos con la debida anticipación. Además ofrecemos el servicio de emisión de sus facturas electrónicas desde el portal de Sunat.

4. ASPECTO LABORAL

Este aspecto nos encargamos del proceso laboral, asesoría en la elaboración de contratos trabajo, comunicación al MPT, elaboración de las planillas y boletas de pago, así como, la liquidación de tributo, aportes y retenciones (ESSALUD, ONP, AFP, otros), reporte de beneficios sociales según corresponda entre otros.

Estructurar los documentos laborales (contratos, boletas de pago, otros)

5. OBLIGACIONES FORMALES

Está referido a la información, que de acuerdo a las disposiciones legales, se debe alcanzar a las Instituciones Fiscalizadoras y Controladoras del Estado y Privada tales como: ESSALUD, SUNAT, AFP, Ministerio de Trabajo, etc.

6. ASESORIA CONTABLE

La asesoría de la empresa se desarrollará desde nuestra oficina, en los primeros 5 días del mes siguiente un personal de la empresa previa identificación, para recoger los documentos a efectos de la declaración mensual en el Regimen Mype Tributario

7. HONORARIOS PROFESIONALES

En lo que respecta a los honorarios profesionales **ALYASOCIADOS** desarrolla soluciones de forma integral para cada empresa asesorada, teniendo en consideración el volumen de operaciones comerciales aproximados de acuerdo al rubro de la empresa, y labores específicas asignadas de manera especial, en tal sentido los servicios presentados en la propuesta generarían pagos mensuales del orden de S/. 200.00 (Doscientos cincuenta y 00 /100 nuevos soles) más IGV.

9. CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

Como un valor agregado a nuestro servicio, brindamos a nuestros clientes charlas de capacitación en temas de gestión administrativa, contable, tributaria y otros relacionados al entorno empresarial, nuestro interés es el desarrollo y competitividad de tu empresa.

Fuente: Elaboración propia

7 PLAN DE EJECUCIÓN DE CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS

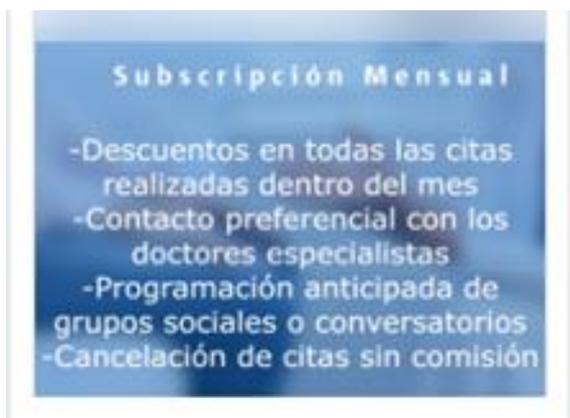
Para alcanzar los objetivos planteados en el plan del método concierge, se han desarrollado diferentes estrategias por cada una de las cuatro variables del marketing mix. Las estrategias ejecutadas en el presente proyecto son las siguientes:

- **PRODUCTO:**

Deep Breath es una aplicación que busca ayudar a las personas que sufren trastornos psicológicos como la ansiedad y depresión. Como solución a ello, la aplicación ofrecerá distintas herramientas y artículos que servirán de apoyo a los usuarios. La aplicación busca crear una comunidad de usuarios donde puedan sentirse seguros y comprendidos, podrán compartir conocimientos, experiencias y recomendaciones con personas que estén atravesando situaciones similares a ellos. Además, tendrán la opción de poder conectarse con psicólogos en línea, quienes les brindarán sesiones personalizadas y los ayudarán a poder tratar sus problemas. Por último, se brindarán diferentes secciones con actividades que los ayude a mantenerse relajados y complemente sus tratamientos. A continuación, detallamos los productos:

- **Suscripciones mensuales.**
- **Reserva de citas en línea con psicólogos.**

Figura 13. Suscripción mensual



Fuente: Elaboración propia

Figura 14. Reserva de citas en línea

A screenshot of a mobile application interface for online appointment booking. The form includes the following fields:

- Fecha ***: 16 septiembre 2021
- Hora ***: 16 : 42
- Tipo de atención ***: (Empty field)

A pink button labeled **ENVIAR** is located at the bottom of the form.

Fuente: Elaboración propia

- **PRECIO:**

Siguiendo la estrategia planteada en la variable producto, en cuanto al precio se han establecido dos diferentes opciones, cada una de ellas correspondiente a cada producto ofrecido. De esta manera, se podrá observar el comportamiento y la disposición hacia la compra de acuerdo con el precio de cada una de estas opciones.

Los precios establecidos para la presente estrategia son:

❖ **SUSCRIPCIÓN: S/29.90.**

❖ **RESERVA DE CITAS EN LÍNEA CON PSICÓLOGOS: S/. 150**

Figura 15. Suscripción



Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Reserva de citas con psicólogos



Fuente: Elaboración propia

- **PLAZA / DISTRIBUCIÓN**

Al ser un proyecto completamente digital, no existe estrategia alguna en cuanto a la variable plaza, sin embargo, se han desarrollado cuatro diferentes alternativas con respecto a la distribución del producto para el método concierto que serán detalladas a continuación:

- Descarga segura vía Facebook Messenger.
- Descarga segura vía google play y app store.
- Descarga segura vía Correo Electrónico.

- **PROMOCIÓN**

Para la propuesta de las estrategias de la variable promoción en el método concierto se han desarrollado diferentes métodos de comunicación hacia el consumidor con el fin de que este reconozca y tangibilice la propuesta de valor a través de los diversos canales utilizados. Las estrategias elegidas fueron:

- Publicaciones vía redes sociales (Facebook) con imágenes de la aplicación y la promoción de la suscripción.
- Correo electrónico promocional con imágenes junto al detalle de contenido del aplicativo.

Asimismo, como parte de una estrategia de fidelización en relación a la variable promoción, se ha propuesto la comunicación de un descuento en las primeras citas establecido en un precio de S/. 100 nuevos soles si se adquiere una suscripción mensual por un año.

De esta manera, la estrategia es la siguiente:

- Comunicar a través de la descripción de las publicaciones en redes sociales y del correo electrónico, el descuento de S/. 50 en las primeras citas agendadas en el aplicativo a través de la suscripción mensual.

Figura 17. Red social Facebook



Fuente: Elaboración propia

7.1 Experimento 1

Tabla 55. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	La propuesta de valor es aceptada o rechazada por los usuarios en Facebook, con la finalidad de que estén dispuestos o no a descargarlo.
Cuadrante que valida	Ingresos
Métrica	Nivel de aceptación
Resultados	La propuesta de valor es aceptada por los seguidores de la página de facebook.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Demostrar la tangibilización de la propuesta de valor, la aceptación o rechazo de los usuarios frente a el contenido de la página y la aplicación con el fin que estén dispuestos a descargarlo y suscribirse mediante intenciones de conversión o compra, todo ello como respuesta natural del público objetivo sin necesidad de pago por publicidad.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Del 20 al 25 de octubre se realizaron diferentes publicaciones orgánicas en la página de facebook tales como imágenes que informaban al usuario sobre la aplicación y los invitaban a descargarla como también algunos blogs informativos de temas relevantes sobre algunos problemas psicológicos que podían ser de interés del público objetivo con el fin no solo de conseguir interacción en las mismas publicaciones sino también de medir el interés de compra de los usuarios por ejemplo mediante el contacto por mensaje directo o consulta por mayor información.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 56. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Realizar publicación orgánica en Facebook	Realizar publicación orgánica en Facebook	<ul style="list-style-type: none">• Realizar publicación orgánica en Facebook

Fuente: Elaboración propia

iii. Estrategias de promoción, fidelización y precio

Para generar una mayor interacción en el anuncio orgánico, se determinaron ciertas estrategias a desarrollar para las variables de Marketing:

➤ Promoción

Se gestionó una segmentación detallada en la publicación de Facebook que conecte con la comunidad que se podría ver mayormente interesada por este contenido. Se colocó una pieza

gráfica bastante clara que hace referencia a la suscripción mensual por un importe de S/ 29.90 por un año de membresía, el cuál se puede pagar mes a mes.

➤ **Fidelización**

Respecto a la fidelización, en este anuncio se intenta mostrar la propuesta de valor de nuestra aplicación, los beneficios y descuentos a los que se harían acreedores de obtener la membresía. Sin embargo, como el fin del anuncio es encontrar si hay interés, no hay un plan de fidelización focalizado.

➤ **Precio**

Con respecto a los precios, nuestra suscripción tiene un precio de S/ 29.90. Sin embargo, también se ofrecen las citas con los psicólogos a un precio de S/.150 soles.

c. Diseño y desarrollo del experimento

Respecto a las últimas publicaciones que se realizaron, la primera que consistía en un link de un blog informativo se obtuvo 58 cuentas alcanzadas, 20 interacciones y 15 me gusta de los usuarios. Lo cual demostró que parte del público objetivo y seguidores de la red social está interesado en leer ciertos artículos que puedan ayudarlos y empatizar con ellos. Por otro lado, la publicación que se realizó a manera de publicidad para incentivar a los usuarios a descargar la aplicación obtuvo un mayor alcance llegando a las 70 personas, una interacción de 27 y 16 me gusta. Además, gracias a este contenido hubieron 2 personas que escribieron por mensaje directo consultando por mayor información y realizaron el pago para generar su suscripción.

d. Aprendizajes

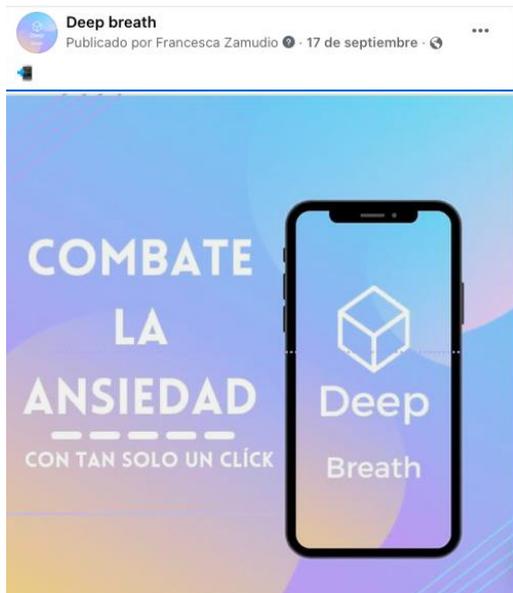
A largo plazo se observa que las publicaciones van teniendo mayor alcance lo cual demuestra que si se está logrando captar la atención de más personas, al igual que las interacciones que demuestra que el contenido que se está publicando si resulta atractivo para los seguidores actuales de la página de facebook, como también la obtención de leads demostró que si hay un público objetivo con necesidades no atendidas, dispuesto a contratar el servicio de suscripción y el uso de las herramientas que la aplicación brinda.

Se debe seguir innovando en cuanto a las publicaciones de contenido para que solo sean blogs, imágenes y videos, al igual que se deberá probar con contenido más interactivo para

generar mayor engagement como por ejemplo hacer uso de las historias, realizar encuestas o preguntas que inciten al usuario a dar su opinión o comentar más.

e. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes, etc).

Figura 18. Anuncio orgánico en Facebook



Fuente: Elaboración propia

Figura 19. Alcance de la publicación en Facebook



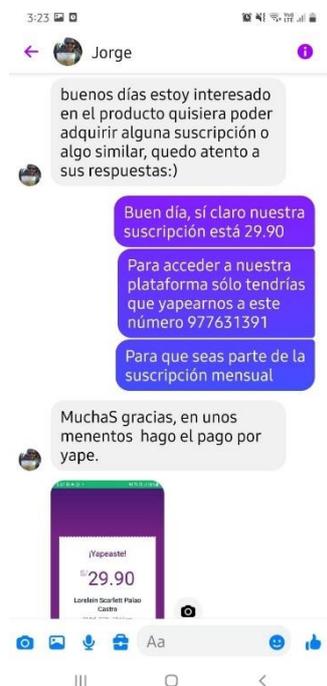
Fuente: Elaboración propia

Figura 20. Evidencia de intención de suscripción-Olenka Nadia



Fuente: Messenger de Facebook de Deep Breath

Figura 21. Evidencia de intención de suscripción-Jorge Chavez



Fuente: Messenger de Facebook de Deep Breath

7.2 Experimento 2

Tabla 57. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	El anuncio pagado en Facebook generó mayor interacción o no.
Cuadrante que valida	Ingresos
Métrica	Nivel de aceptación
Resultados	Es aceptada la publicación con éxito teniendo mayor intención de compra.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Generar más leads de los usuarios que estén dispuestos a descargarse y suscribirse en la aplicación mediante su intención de compra por mensaje directo o consultas sobre más información por medio de la publicidad pagada.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Se realizó un anuncio pagado en Facebook en formato historia y post donde se invirtió 15 soles por 3 días lo cual nos asegura un alcance aproximado de 550 personas, el cual será una imagen llamativa que invite a los usuarios a descargar la aplicación o visitar nuestro fan Page para conocer mejor Sobre Deep Breath, al igual que se mostrará el precio de la suscripción.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 58. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Realizar un anuncio pagado en Facebook	Mediante un formato en historia realizar un formato pagado en Facebook donde	<ul style="list-style-type: none">El resultado fue bueno porque existió bastante interacción y se recibió los

	los usuarios tengan interacción e intención de compra.	depósitos mediante yape para las suscripciones.
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

iii. Estrategias de promoción, fidelización y precio

Para generar una mayor interacción en el anuncio pagado, se determinaron ciertas estrategias a desarrollar para las variables de Marketing:

➤ Promoción

En esta variable, se tomó en cuenta la inversión en publicidad digital. Esta fue la estrategia principal. Por otro lado, las tácticas requeridas se manifestaron en la definición del objetivo publicitario, fijación del presupuesto, formato y la segmentación detallada. Actualmente, nuestra aplicación está en Facebook, así que la ubicación del anuncio se dio en Facebook, principalmente.

➤ Fidelización

El objetivo del anuncio es captar el interés e intención de compra del público a una suscripción. Asimismo, se busca comunicar la propuesta de valor de la marca y lograr posicionarse como la mejor oferta del mercado. La fidelización se aplica luego de la fase de “Deleite”, donde los usuarios, luego de probar realizar la suscripción tienen un descuento en la reserva de sus primeras citas de S/. 50 , de esta manera mostrarán lealtad hacia la marca y recomendarán los beneficios brindados.

➤ Precio

El anuncio contiene el precio de la suscripción con un descuento de S/. 10 soles si los usuarios estaban interesados en adquirir la membresía. Adicionalmente se les ofrecía el descuento de S/. 50 soles en la reserva de sus primeras citas reservadas con el psicólogo.

c. Análisis e interpretación de resultados

Luego de realizar la pauta el 28 al 30 de octubre en dos formatos diferentes se obtuvieron 5 leads mediante mensaje directo donde nuevos usuarios realizaron consultas de la aplicación e hicieron el pago por medio de yape con intenciones de adquirir el plan de suscripción.

d. Aprendizajes

Se obtuvo un mayor número de personas interesadas con la publicidad pagada que con la orgánica, pues se pudo capturar nuevos usuarios que todavía no seguían la página por ende es necesaria y relevante el contar con un presupuesto de marketing para la inversión en pautas diarias con el fin de generar crecimiento de la página y mayores conversiones.

Para generar más alcance del que se consiguió se deberá implementar una mejor segmentación del público objetivo al igual que una mayor inversión diaria que permita lograr un mayor alcance.

e. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes, etc).

Figura 22. Anuncio pagado en Facebook



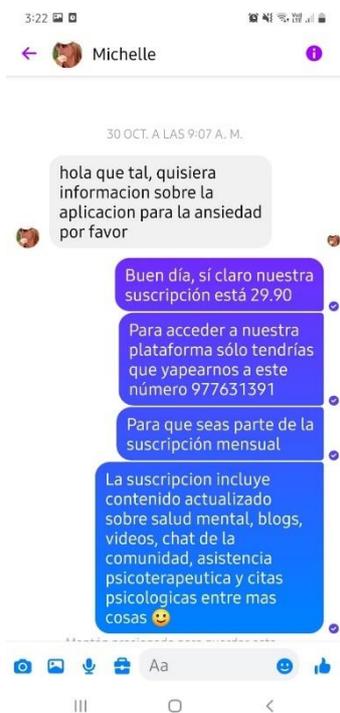
Fuente: Elaboración propia

Figura 23. Promoción pagada en historias de Facebook



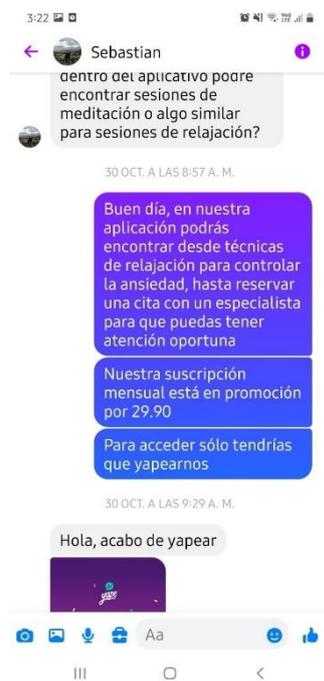
Fuente: Elaboración propia

Figura 24. Evidencia de intención de compra-Michelle De Rivero



Fuente: Messenger de Deep Breath

Figura 25. Evidencia de intención de compra-Sebastian Brosset



Fuente: Messenger de Deep Breath

Figura 26. Evidencia de intención de compra-David Vivanco



Fuente: Messenger de Deep Breath

Figura 27. Evidencia de intención de compra-Grecia Loayza



Fuente: Messenger de Deep Breath

Figura 28. Evidencia de intención de compra-Michelle Huang



Fuente: Messenger de Deep Breath

7.3 Experimento 3

Tabla 59. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	El envío del Mailing captó o no más usuarios.
Cuadrante que valida	Ingresos
Métrica	Nivel de aceptación
Resultados	Fue exitoso porque los correos que llegaron a las personas fueron abiertos y se tuvo más interacción en el Facebook.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Brindarles información relevante de la aplicación a nuevos usuarios, lograr mayor reconocimiento de marca y generar conversiones en cuanto a la descarga de la aplicación o leads de posibles futuros clientes que muestren interés.

b. Diseño y desarrollo del experimento

i. Descripción del experimento

Para el envío del mailing el cual se realizó el 3 de noviembre se utilizó la página Mailchimp, donde se realizó el diseño del correo, el cual contenía un poco de información pues se evita tener mucha letra con el fin de no aburrir al cliente, se colocaron imágenes de la aplicación con el precio de suscripción y un link que invitaba a los usuarios a entrar, donde iban a poder contar con mayor información, la cual redirigirá a la página de facebook. En total se envió el correo a una base de datos de 191 usuarios.

ii. Bitácora de actividades

Tabla 60. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Realizar un Mailing a una base de datos específica.	Diseño del correo con información relevante en la	<ul style="list-style-type: none">El resultado fue bueno pues se obtuvo un 22.22% de apertura del correo, lo

	<p>página de Mailchimp y envío del mismo a la base de datos.</p>	<p>cual representa a 38 personas, de las cuales se obtuvo 13 leads, pues hicieron click en el link enlazado.</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

iii. Estrategias de promoción, fidelización y precio

Para poder atraer de manera más eficiente a los receptores de los correos, se realizaron ciertas estrategias de marketing:

➤ Promoción

En la variable de promoción, la principal estrategia que se tomó en cuenta es el e-mail marketing, el cual consiste en el envío de e-mails con mensajes comerciales usando como canal el correo electrónico. Para ello se hizo uso de un asunto que resulte atractivo para el público objetivo de nuestro proyecto, así como redactar un mensaje que sea llamativo y que genere el interés de compra en las personas contactadas. Como se mencionó previamente, para la ejecución de estas tareas se hizo uso de la herramienta MailChimp.

➤ Fidelización

Si bien el objetivo principal de los correos enviados es generar interés de compra en las personas que necesiten ayuda psicológica, también fue importante comunicar de manera correcta nuestra propuesta de valor y posicionarnos como la mejor opción en aplicativos para atender a las personas que puedan atravesar por crisis de ansiedad y depresión. Por ello se busca retener a los usuarios por medio de descuentos para futuras compras.

c. Análisis e interpretación de resultados

En cuanto a los resultados de los 191 usuarios a los que se envió el correo se obtuvo un envío exitoso de 171 lo cual representa al 89.9% y un rebote de 20. En las primeras 24h de enviado se obtuvo un total de 38 correos abiertos de los cuales se obtuvo 13 leads, pues mostraron interés e hicieron click en el link enlazado para obtener mayor información.

Figura 29. Alcance del experimento 1

Successful deliveries	171	89.5%
Total opens	38	
Last opened	11/18/21	11:21AM
Forwarded	0	

Fuente: Reporte de Mailchimp

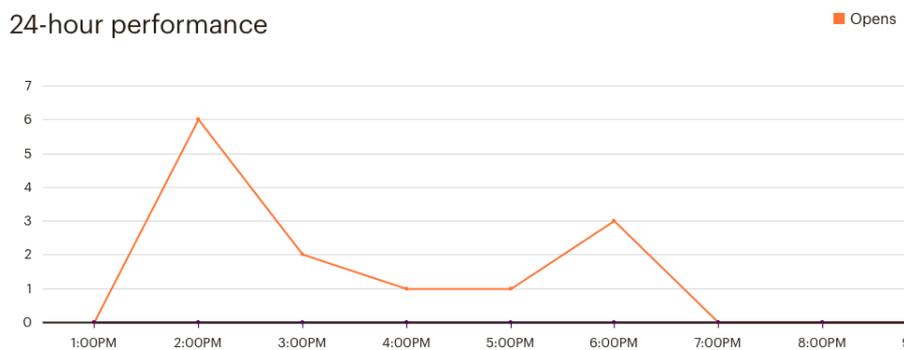
Figura 30. Alcance del experimento 2

Total clicks	13	
Last clicked	11/17/21	10:27PM
Abuse reports	0	

Fuente: Reporte de Mailchimp

A continuación, se muestran las estadísticas de horas en las que se abrieron los correos, teniendo en cuenta que el envío del correo fue a la 1pm, donde la hora pico de apertura fue a las 2 pm, seguida de las 6pm.

Figura 31. Alcance del experimento 3



Fuente: Reporte de Mailchimp

Por otro lado, se muestran algunos de los usuarios que abrieron el correo, de los cuales 2 de los 33 abrieron el correo más de 1 vez.

Figura 32. Base de datos utilizada para el E-MAILING 1

Email Address	Opens	First Name	Last Name	Address	Phone Number	Birthday	Member Rating
andrea.vnorieg@gmail.com	1						★★★★☆
mariazorrilla54@gmail.com	1						★★★★☆
aaantonella97@hotmail.com	1						★★★★☆
jimenale2609@gmail.com	1						★★★★☆
valevd9753@gmail.com	1						★★★★☆
raquelcfdc15@gmail.com	1						★★★★☆
concomendez@hotmail.es	1						★★★★☆
kimberly.calderon010595@gmail.com	1						★★★★☆
kiarayarleque@gmail.com	1						★★★★☆
renato091@hotmail.com	1						★★★★☆
jccardenas1196@gmail.com	2						★★★★☆
alessandrampc@outlook.com	1						★★★★☆

Fuente: Reporte de Mailchimp

Figura 33. Base de datos utilizada para el E-MAILING 2

d-loo.95@hotmail.com	1						★★★★☆
laq.palomino@gmail.com	1						★★★★☆
flormaria.fmgj@gmail.com	1						★★★★☆
luis.pajares23@gmail.com	1						★★★★☆
isabelcarranzam@gmail.com	2						★★★★☆
emayra15@gmail.com	1						★★★★☆
Scarletdanae26@gmail.com	1						★★★★☆
marco.campos.palacios@hotmail.com	1						★★★★☆
raul.pinto271298@gmail.com	1						★★★★☆
carlo_boza31@hotmail.com	1						★★★★☆
carlosfuentesrodriguez@gmail.com	1						★★★★☆
laveriano.sheraly@gmail.com	1						★★★★☆
franchezamudio@gmail.com	1						★★★★☆
karlamilian1995@gmail.com	1						★★★★☆

Fuente: Reporte de Mailchimp

Figura 34. Base de datos utilizada para el E-MAILING 3

GLORIAKCOMT@GMAIL.COM	>	1	★★★★☆
daniela.mahre@gmail.com	>	1	★★★★☆
jacky.rosasr@gmail.com	>	1	★★★★☆
jhaangelo@gmail.com	>	1	★★★★☆

Fuente: Reporte de Mailchimp

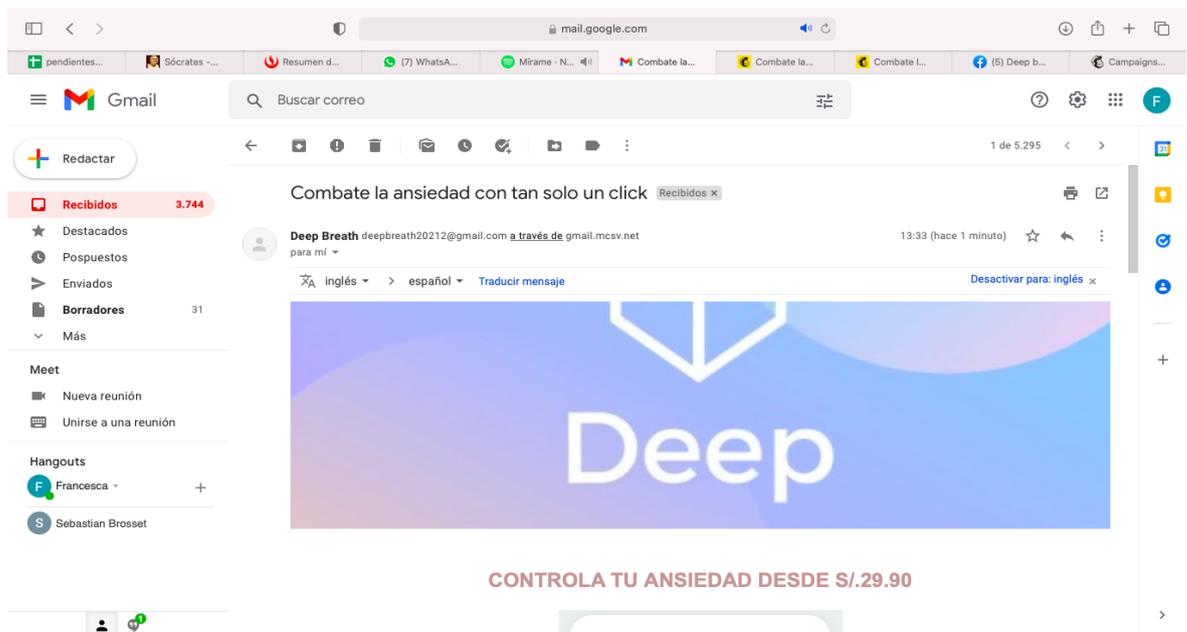
d. Aprendizajes

El envío de mailing ayuda a la recordación de marca en clientes actuales y generar nuevas conversiones en la descarga de la aplicación, por tanto se deberá enviar un mailing aproximadamente una vez al mes con el fin de no saturar a los usuarios.

Se deberá conseguir más bases de datos de diferentes centros psicológicos o universidades que estén dispuestas a asociarse con la empresa para lograr mayor alcance.

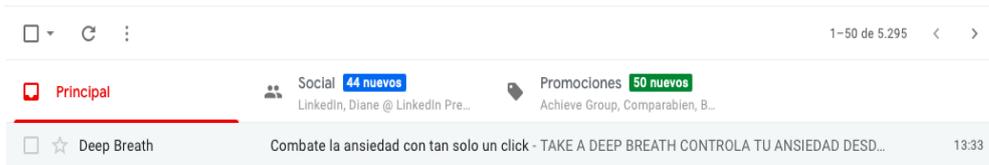
e. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes, etc).

Figura 35. MAILING enviado



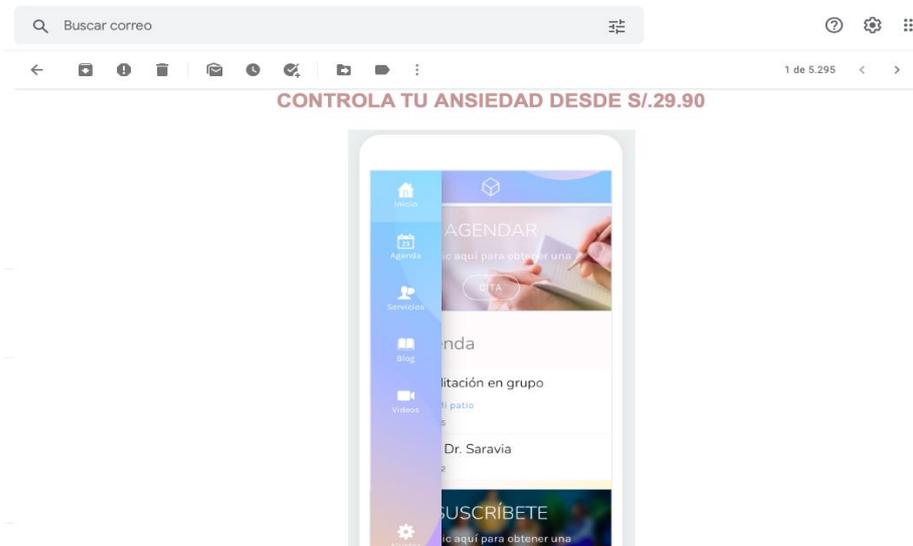
Fuente: Gmail de Deep Breath

Figura 36. Bandeja de entrada de Deep Breath 1



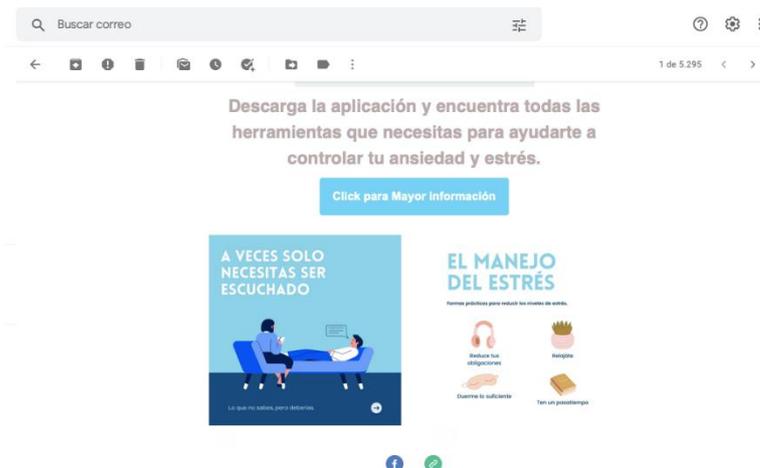
Fuente: Gmail de Deep Breath

Figura 37. Bandeja de entrada de Deep Breath 2



Fuente: Gmail de Deep Breath

Figura 38. Bandeja de entrada de Deep Breath 3



Fuente: Gmail de Deep Breath

7.4 Experimento 4

Tabla 61. Investigación

Conceptos	
Hipótesis	El banner publicitario nos permite obtener más leads.
Cuadrante que valida	Ingresos
Métrica	Nivel de aceptación
Resultados	Se realizaron 2 compras de suscripciones a través del banner.

Fuente: Elaboración propia

a. Objetivo del experimento

Obtener nuevos usuarios que estén interesados en una suscripción mensual en el aplicativo.

b. Diseño y desarrollo

i. Descripción del experimento

Se realizará un banner publicitario con el fin de dar a conocer el aplicativo en la página Web de la universidad San Juan Bautista la cual apoya el proyecto y cree que sumado a su programa de ayuda al alumno puede ser una herramienta clave para su desarrollo académico.

ii. Descripción del experimento

Tabla 62. Bitácora de actividades

ACTIVIDAD	TAREA	RESULTADO
Colocar un banner publicitario en la página de la universidad San Juan Bautista.	Realizar el diseño del banner y brindárselo a la universidad para que lo publiquen en su página web.a la base de datos.	<ul style="list-style-type: none">• Obtención de 2 nuevos usuarios que compraron una suscripción mensual.

Fuente: Elaboración propia

iii. Estrategias de promoción, fidelización y precio

➤ Promoción

Los usuarios que nos escribían por el banner tenían un descuento de S/. 10 soles en la suscripción por lo que el monto a pagar era de s/ 29.90 soles por la suscripción mensual.

➤ Fidelización

Además, se les informó a los usuarios que a través de la suscripción tendrían acceso a diversos beneficios como artículos, meditaciones y descuentos en la atención psicológica, de esta manera buscamos fidelizar a los nuevos clientes.

➤ Precio

El precio acordado fue de 29.90 para los usuarios que lleguen por la promoción hecha en la página de la universidad a modo de incentivar la compra.

c. Análisis e interpretación de resultados

El banner nos permitió tener exposición y que los jóvenes de la universidad conozcan el aplicativo. Obtuvimos conversión de 2 leads lo cual era el objetivo inicial del experimento.

d. Aprendizajes

Si bien es cierto se logró obtener 2 conversiones podríamos obtener más si se sigue reforzando la publicidad a través de la página de la universidad ya que ha quedado evidenciado que es una buena vitrina para nuestro proyecto.

e. Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos, imágenes, etc).

Figura 39. Banner en la página web de la USJB



Fuente: Página web de la USJB

Figura 40. Evidencia de compra de suscripción-Aaron Muro



Fuente: Whatsapp de Deep Breath

Figura 41. Evidencia de compra de suscripción-Adriana Calienes



7.5 Aprendizajes y conclusiones de los experimentos

- Se realizaron 4 experimentos en diferentes canales, con el objetivo de identificar en cuál de ellos debe estar el mayor enfoque, siendo los que obtuvieron mejores resultados en cuanto a conversiones la publicidad pagada en Facebook y en cuanto a alcance o leads el mailing.
- Si bien los anuncios fueron creados para evaluar si los usuarios potenciales muestran interés en adquirir nuestra suscripción mensual, se considera oportuno adicionar más anuncios que contengan mayor información para quienes serán usuarios por primera vez y queden fidelizados a la marca.
- Se puede certificar que el análisis realizado para experimentar si nuestros productos son de interés para los usuarios potenciales se ha logrado con éxito y se ha alcanzado el número de ventas establecido.

8 PLAN FINANCIERO

8.1 Proyección de ventas (ingresos)

Con el objetivo de efectuar los cálculos respectivos de proyecciones relacionados a las ventas reales y su comportamiento, se registró un horizonte temporal inicial de 12 meses para luego ser totalizado y a partir del segundo año se hizo el cálculo de forma anual hasta el año 5. Estos datos recopilados se encuentran influenciados por los resultados obtenidos en base al incremento de las ventas, variabilidad de la demanda y testeó del concierge. Se procederá a explicar a detalle cada una de las variables mencionadas.

Resultados Concierge

Experimento 1: Analizado del 20 al 25 de octubre, se obtuvo un alcance de 70 personas, de los cuales 2 personas estuvieron interesadas y realizaron el pago para suscribirse a la aplicación gracias a la publicidad orgánica realizada en facebook.

Experimento 2: Analizado del 28 al 30 de octubre, con un alcance de 550 personas se logró obtener 5 personas interesadas, las cuales realizaron el pago de suscripción gracias a la inversión en publicidad pagada de Facebook por S/.15 en total por el periodo de 3 días.

Experimento 3: Analizado el día 3 de noviembre, se efectuó el envío de correos electrónicos para 191 personas, de los cuales solamente fue recibido por 171 personas habiendo un rebote de 20 correos electrónicos. Para lo cual durante las primeras 24 horas se obtuvieron 38 correos abiertos y además 13 personas interesadas que lograron hacer click en el link de acceso para ser redireccionados a la página de facebook.

Experimento 4: Analizado del 10 al 12 de noviembre se realizó la publicación de un banner publicitario en la página de la Universidad San Juan Bautista donde se obtuvieron 2 nuevos usuarios que estuvieron interesados y realizaron el pago para suscribirse a la aplicación.

Durante el plazo mencionado, se pudo evidenciar la existencia de 9 ventas reales en base a las tarifas establecidas con anterioridad para la suscripción.

Es importante mencionar que los experimentos en los cuales se obtuvo las ventas reales fueron los experimentos 1, 2 y 4 mediante Facebook y a través del banner publicitario colocado en la página web de la universidad.

Debido a la poca fidelidad de estos datos para la realización de una proyección de ventas se utilizó la tasa de crecimiento promedio para startups digitales propuesta por Paul Graham

(2017) el cual menciona que es de un 8% mensual para emprendimientos pequeños. Gracias a este dato podemos estimar un crecimiento promedio del 20% anual.

Figura 42. Proyección 1

PRECIO DE VENTA UNITARIO (INCLUYE IGV)						
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Suscripciones	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90	29,90
Citas con Psicólogos	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90

Fuente: Elaboración propia

Figura 43. Proyección 2

UNIDADES VENDIDAS						
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Suscripciones	60	65	70	76	82	88
Citas con Psicólogos	240	245	250	255	260	265
TOTAL	300	310	320	330	341	353

Fuente: Elaboración propia

Figura 44. Proyección 3

VENTAS CON IGV						
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Suscripciones	1.794	1.938	2.093	2.260	2.441	2.636
Citas con Psicólogos	23.976	24.456	24.945	25.444	25.952	26.471
TOTAL	25.770	26.393	27.037	27.703	28.393	29.107

Fuente: Elaboración propia

8.2 Inversión inicial y presupuesto (egresos)

Para la realización del proyecto, se incurrieron en diferentes tipos de gasto los cuales se detallan a continuación en los siguientes cuadros:

Figura 45. Inversión 1

TANGIBLES					
Descripción	Precio Unitario (sin IGV)	Cantidad	Subtotal (sin IGV)	IGV Soles	Total pagado
Laptop	3.898	2	7.796	1.403	9.199
Total Tangibles			7.796	1.403	9.199

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de materiales tangibles se limitan a la adquisición de 2 laptops con un precio unitario sin igv de S/. 3,898 como resultado de la decisión de trabajar bajo la modalidad de espacios compartidos de co - working. Dando un total considerando igv de S/. 9,199.

Figura 46. Inversión 2

INTANGIBLES					
Descripción	Precio Unitario (sin IGV)	Cantidad	Subtotal (sin IGV)	IGV Soles	Total pagado
Diseño e implementación del aplicativo	7.203	1	7.203	1.297	8.500
Total Intangibles			7.203	1.297	8.500
TOTAL ACTIVOS FIJOS			14.999	2.700	17.699

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los intangibles, entra en consideración lo relacionado a los requerimientos de diseño e implementación del aplicativo, tarea la cual será asumida inicialmente por especialistas y cuyos servicios equivalen a S/8,500. Por lo cual, el total de activos fijos considerando tanto la adquisición de laptops y el desarrollo del aplicativo, da como resultado un total de S/17,699.

Figura 47. Inversión 3

GASTOS PREOPERATIVOS			
Descripción	Subtotal (sin IGV)	Afecto a IGV	IGV Soles
Preoperativos personal administración y ventas	4.905	SI	883
Preoperativos Adm. Ventas afectos con IGV	1.568	SI	282
Preoperativos Adm. Ventas NO afectos con IGV	0	NO	0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	6.473		1.165

Fuente: Elaboración propia

En relación con los gastos preoperativos, se tomó en cuenta desde el personal de administración y ventas considerando igv se obtuvo como resultante un total de S/. 883. Además, se toma en consideración aquellos gastos administrativos de ventas afectos al igv con un total de S/. 282 incluido igv. Finalmente, no se toma en consideración gastos administrativos de ventas no afectos al igv. Por lo que el total sale como resultante la suma de S/. 1,165.

Figura 48. Inversión 4

GASTOS AFECTOS AL IGV (ya incluyen dicho impuesto)						
	mes 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO4	AÑO 5
Comisiones a Psicologos		213.859	243.316	267.648	294.413	323.854
Publicidad en Redes sociales	700	22.773	27.327	32.792	39.351	47.221
Honorarios Desarrollador de App	14.400	16.200	16.605	17.020	17.446	17.882
Comision de pasarela de pago		11.230	12.456	13.824	15.353	17.065
Honorarios de contador		12.000	12.300	12.608	12.923	13.246
Coworking		14.400	14.760	15.129	15.507	15.895
Tot. Gastos afectos a IGV	15.100	290.462	326.764	359.021	394.993	435.163
IGV	2.303	44.308	49.845	54.766	60.253	66.381
Total gastos sin IGV	12.797	246.154	276.919	304.255	334.740	368.782

Fuente: Elaboración propia

Tomando en consideración aquellos gastos afectos al impuesto, se trazó un horizonte temporal de 5 años en donde se incluyeron, comenzando por el mes 0 la inversión realizada para mejorar el alcance del contenido generado en redes sociales. Por otro lado, a partir de año 1 empiezan las fluctuaciones de gastos por las comisiones que reciben los psicólogos por la prestación de cada una de las consultas atendidas, además se le suma las comisiones de la pasarela de pagos, honorarios de los servicios de contabilidad y el pago de los espacios compartidos coworking. Finalmente, la suma de los gastos anteriormente mencionados nos brinda una estimación para el año 5 de S/. 368,782.

Figura 49. Inversión 5

PERSONAL ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	Preoperativo Nro de Trabajadores	AÑO 1	Total Planilla			
		Total Planilla	Total Planilla			
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Coordinador de Marketing	1	19.620	20.601	21.631	22.713	23.848
Gerente General	1	39.240	41.202	43.262	45.425	47.696
TOTAL	2	58.860	61.803	64.893	68.138	71.545

Fuente: Elaboración propia

8.3 Flujo de caja

El flujo de cada es un documento financiero que permite realizar una revisión a detalle del total de las fluctuaciones de entradas y salidas de dinero en la empresa durante un horizonte temporal específico. Este alcance permite identificar la viabilidad de la empresa para hacer frente a sus deudas con otras entidades.

En el desarrollo de flujo de caja se totalizaron las entradas y salidas de dinero por un periodo de 5 años, comenzando desde el mes 0. El flujo de caja anual del proyecto es el mostrado a continuación:

Figura 50. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Concepto	Mes 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO4	AÑOS
Ventas		317.244	351.853	390.501	433.706	482.062
Utilidad Bruta		317.244	351.853	390.501	433.706	482.062
Personal de Administración y Ventas		58.860	61.803	64.893	68.138	71.545
Gastos de administración y ventas		246.154	276.919	304.255	334.740	368.782
Depreciación y amortización de intangibles		5.159	5.159	5.159	5.159	5.159
Utilidad Operativa (EBIT)		7.070	7.972	16.194	25.669	36.576
-Impuesto a la renta		4.944	-506	4.777	7.572	10.790
+ depreciación y amortización de intangibles		5.159	5.159	5.159	5.159	5.159
Flujo de Caja Operativo		7.286	13.638	16.576	23.256	30.945
- Activo fijo	-26.191					
- Gastos preoperativos	-20.888					
- Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0
Ingreso por crédito fiscal IGV de Activos Fijos		7.182	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA LIBRE DISPONIBILIDAD (FCLD)	-47.079	14.467	13.638	16.576	23.256	30.945
+ Préstamos obtenido	23.540					
-Amortización de la deuda		23.540	0	0	0	0
- Interés de la deuda		628	0	0	0	0
+ Escudo fiscal de los intereses (EFI)		185	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA (FCNI)	-23.540	-9.515	13.638	16.576	23.256	30.945

Fuente: Elaboración propia

8.4 Indicadores financieros

Para la elaboración del COK del proyecto en soles se calculó previamente la beta del proyecto la cual dio un resultado de 2,00. A partir de esto, se indaga las variables tasa libre de riesgo, prima riesgo de mercado y el riesgo país. Gracias a estas pudimos calcular el COK del proyecto en dólares el cual arrojó un resultado de 14.90%.

Una vez teniendo conocimiento de este dato, se investigaron las tasas de inflación respectivas para Perú y Estados Unidos con las cuales haciendo uso de la fórmula mostrada a continuación, se pudo calcular el COK del proyecto en soles con un resultado de 15,46%.

Figura 51. Imagen de fórmula

$$\text{COK proy soles} = (1 + \text{COK US\$}) \frac{(1 + \text{Inflación anual Perú Soles})}{(1 + \text{inflación anual USA US\$})} - 1$$

Fuente: Excel del trabajo de implementación 2021-2

Asimismo, para el WACC se calculó la participación proporcional del financiamiento al cual se les asignaron las respectivas tasas. El WACC de la inversión total arrojó un resultado de 9,49%.

Figura 52. Cálculo de WACC

Cálculo del WACC	S/.	%	%	
	Participación	Participación	Costo	WACC
Financiamiento Terceros	23.540	50,00%	3,53%	1,76%
Financiamiento Accionistas	23.540	50,00%	15,46%	7,73%
Inversión Total	47.079	100,00%		9,49%

Fuente: Elaboración propia

8.5 Análisis financiero y viabilidad del proyecto

Respecto a los escenarios posibles para el proyecto se calcularon en base a proyecciones estimadas por el Instituto Nacional de Salud Mental el cual manifestó una reducción en la accesibilidad de las personas hacia programas de salud mental de calidad (17% a 12%). Además, se dio un importante incremento en el interés de las personas pasando de 3% a 20%. Por un lado, se consideró un horizonte optimista que favoreció las ventas en un 17% debido a esta alza en el interés de las personas generando un VAN de S/. 172,047 por el proyecto. Por otro lado, el escenario pesimista muestra solo un incremento del 5% con lo cual el valor actual del proyecto disminuye a - S/.17,233. Por último, el avance del proyecto en un escenario base no dio un resultado de S/. 36,360. Para este proyecto se calculó una probabilidad de ganar del 76,21% con lo que se considera un proyecto bastante rentable. Esto se evidencia en cómo incluso en el escenario pesimista el horizonte no es tan malo, esto puede deberse a los bajos costos del proyecto y su gran alcance gracias a la tecnología.

Figura 53. Viabilidad del proyecto

ESCENARIO	Probabilidad	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	20%	-S/.47.079	S/.67.590	S/.45.111	S/.63.377	S/.75.236	S/.88.720
Base	50%	-S/.25.337	S/.14.467	S/.13.638	S/.16.576	S/.23.256	S/.30.945
Pesimista	30%	-S/.25.337	-S/.413	-S/.7.836	S/.3.466	S/.8.696	S/.14.762

Fuente: Elaboración propia

Figura 54. VAN 1

VAN
S/.172.047
S/.36.360
-S/.17.233

Fuente: Elaboración del proyecto

Figura 55. VAN 2

E(VAN)	S/.47.419
s(VAN)	S/.66.495
Z	-0,71
Prob Perder	23,79%
Prob Ganar	76,21%

Fuente: Elaboración del proyecto

8.6 Financiamiento Distintas Etapas del Proyecto

Con el objetivo de efectuar el financiamiento propuesto para llevar a cabo el proyecto, se tomó en cuenta dos tipos de fuentes de capital. Para poder hacer énfasis en cada una de ellas, se analizó a detalle las características de cada una de ellas así como los intereses de los actores involucrados.

Figura 56. Préstamo

PRESTAMO	
Monto	23.540
TEA	5,00%
TEM	0,41%
Seguro desgravamen anual	0,00%
Seguro desgravamen mensual	0,00%
TCEA	5,00%
TCEM	0,41%
Plazo (meses)	12
Cuota	2.014

Fuente: Elaboración del proyecto

Para el caso de Deep Breath se optó por pedir un préstamo familiar a una persona de confianza, esto debido a la accesibilidad que tenemos frente a una entidad bancaria dadas las características de nuestro proyecto. A continuación, vemos el cronograma de pago el cual se trabajó con una TEA acordada del 5% por el período de 1 año.

Figura 57. Cronograma de pagos 1

CRONOGRAMA DE PAGOS						
MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
SALDO	23.540	21.622	19.696	17.762	15.820	13.871
AMORT.	1.918	1.926	1.934	1.942	1.950	1.957
INTERES	96	88	80	72	64	57
CUOTA	2.014	2.014	2.014	2.014	2.014	2.014
EFI	28	26	24	21	19	17

Fuente: Elaboración del proyecto

Figura 58. Cronograma de pagos 2

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
11.913	9.948	7.974	5.993	4.003	2.006
1.965	1.973	1.981	1.990	1.998	2.006
49	41	32	24	16	8
2.014	2.014	2.014	2.014	2.014	2.014
14	12	10	7	5	2

Fuente: Elaboración del proyecto

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Es posible evidenciar que existe un alto potencial con respecto a la implementación del aplicativo ya que diversos entrevistados quienes contribuyeron en ambos procesos de experimentación demostraron aceptación e interés por hacer uso de los servicios previamente explicados.
- Las plataformas presentadas para el desarrollo del aplicativo son funcionales, prácticas y logran enganchar a los usuarios para su uso diario. Asimismo, las mejoras constantes de la app promueven la constancia de los usuarios así como la intención de compra en el mismo.
- Después de realizar los experimentos y entrevistas concluimos que nuestro prototipo sería una solución viable y rápida para la atención de nuestro público objetivo.
- Como conclusión, se puede mencionar que es importante el cuidado de la salud mental; por lo cual, es importante que para este proyecto se cuente con profesionales calificados para tratar las enfermedades de salud mental.
- Se recomienda que para posterior se cuente con un desarrollador de aplicativos constantemente para que pueda actualizar y corregir errores del aplicativo.
- Se recomienda que se verifique constantemente la seguridad del aplicativo para no tener problemas a futuro.
- Tras realizar el experimento de desarrollo de una Fanpage de Facebook y publicar anuncios en ella, se pudo observar un alto interés por parte de los usuarios, lo que refleja que la propuesta de valor presentada es ideal para atender las necesidades de nuestro público objetivo. Sin embargo, es importante complementar estos canales con otros, como una landing page en una página web del aplicativo u otra red social como instagram para brindar un servicio integral completo y analizar la respuesta ante nuestra propuesta.
- En la etapa del planteamiento del Método Concierge, se realizaron 4 experimentos. En los primeros dos canales (Anuncios orgánicos y pagados), se obtuvo interés de compra y ventas; sin embargo, se pudo observar que en el tercer experimento (Mailing) , solo se mostró y evidenció interés. Por ello, se recomienda analizar los canales donde se presentan mayores oportunidades de venta, de esta manera aseguramos una correcta optimización del presupuesto del negocio.

- Como consecuencia de haber realizado los experimentos durante todas las etapas del proyecto, es posible inferir que existe evidencia de interés por parte del segmento escogido relacionado al modelo de negocio ofertado, el valor de cada uno de los servicios y los canales para realizar las transacciones monetarias. Finalmente, el público objetivo permite establecer primeros alcances de evidencia comercial en esta primera etapa validando el interés de su parte.
- Luego de realizar el análisis financiero se puede determinar que en el primer año se obtendrá pérdidas en las ventas.

10 BIOBLOGRAFIA

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (s. f.). En 30% disminuyó en Lima el acceso a servicios de salud mental a causa de la pandemia. Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina. <https://andina.pe/agencia/noticia-en-30-disminuyo-lima-acceso-a-servicios-salud-mental-a-causa-de-pandemia-865029.aspx>

Gestión, R. (2021, 13 noviembre). Riesgo país de Perú subió tres puntos básicos y cerró en 1.43 puntos porcentuales. Gestión. <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-subio-tres-puntos-basicos-y-cerro-en-143-puntos-porcentuales-peru-economia-noticia/>

Bonos del Tesoro EE.UU. - 10 años (%). (2021). BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04719XD/html>

Lima Coworking :: Servicio de Oficina Virtual, Espacios de trabajo Coworking, Sala de Reuniones y Oficinas Privadas. (2021). Lima Coworking. <https://www.limacoworking.com/coworking.html>

Llorens, G. (2016, 13 junio). Cuál es la tasa de crecimiento de una startup. Entrepreneur. Recuperado 1 de noviembre de 2021, de <https://www.entrepreneur.com/article/277416>

11 ANEXOS

Figura 59. Coworking

#	Tarifas	Precio	Horas de Sala al mes	Horario de Atención
1	Día completo	S/ 50.00 inc. I.G.V.	0	De: 9:00 a.m. a 6:00 p.m.
2	Plan mensual	S/ 600.00 inc. I.G.V.	0	De: 9:00 a.m. a 6:00 p.m.

Fuente: Elaboración propia

