



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

“Mente Sana App”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Contabilidad y Administración

Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Para optar el grado de bachiller de Administración y Marketing

AUTOR(ES)

Ayala Alvarado, Diana Carolina (0000-0003-4422-2660)

Fuyimoto Portella, Fernando Takeshi (0000-0002-6966-238)

Machuca Orbegoso, Lucas Jose Maria (0000-0002-4506-4628)

Risco Poggi, Alvaro Alonso (0000-0001-9127-5832)

ASESOR

Christian Enrique Zavala Lucar (0000-0001-5424-1334)

Lima, 05 de julio de 2021

DEDICATORIA

A nuestros familiares y amigos por su apoyo constante y acompañamiento durante el
transcurso de toda nuestra experiencia universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a nuestros familiares, amigos, compañeros y profesores de diversas asignaturas, ya que por medio de sus enseñanzas y consejos hemos llegado a ser las personas que somos actualmente. Adicionalmente, agradecer al profesor Zavala el asesoramiento constante durante el desarrollo de nuestro proyecto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación ha sido planteado y desarrollado por un grupo de cuatro estudiantes de la Facultad de Negocios de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Este plan de negocio se basa en un aplicativo móvil como una plataforma de ayuda para nuestros suscriptores habilitado para poder realizar terapias y sesiones psicológicas de forma virtual, brindar información relevante sobre actividades gratuitas y pagadas a las que pueden acudir y fomentar que la población cuide su salud mental. Este proyecto se desarrolló por el incremento de casos de ansiedad y depresión desde el 2020 al 2021 a causa de problemas sociales, políticos, económicos y educativos; que han afectado a los habitantes del Perú, provocando cambios reveladores en las acciones que desempeñan diariamente, y esto se evidencia por la ausencia de métodos para poder asistir a terapias y consultas psicológicas, debido al tiempo que toman estas. Analizando el sector y el público objetivo encontramos una alta probabilidad de crecimiento, ya que, durante los últimos años, las personas tienden a acudir a consultas de manera virtual para poder buscar solución a sus dudas o problemas físicos y psicológicos. Luego de efectuar diferentes tipos de experimentos para evaluar las necesidades de nuestro público objetivo, desarrollamos una aplicación móvil que sirve como medio de contacto entre pacientes y psicólogos, con el fin de ofrecer mayor accesibilidad y ahorro de tiempo para que los usuarios puedan mejorar su salud mental. Adicionalmente, se ejecutó una planificación financiera, para verificar la rentabilidad de nuestro proyecto y así poder invertir en Mente Sana App.

Palabras clave: Salud mental, asesoría con psicólogos, aplicativo móvil, validación.

MENTE SANA APP

ABSTRACT

This following work has been proposed and developed by a group of four students from the Business School of the Peruvian University of Applied Sciences (UPC). This business plan is based on a mobile application as a support platform for our users so they will be able to carry out therapies and psychological sessions virtually, provide important information on free and paid activities that they can attend and encourage the population to take care of their mental health. This project was developed due to the increase in cases of anxiety and depression from 2020 to 2021 because of the social, political, economic and educational problems; that have affected Peruvian people, causing significant changes in the actions they daily do, and this is evidenced by the absence of methods to attend therapies and psychological consultations, due to the time these take. Analyzing the sector and the target audience, we have found a high probability of growth, since in recent years, people tend to go to consultations virtually to be able to find a solution to their doubts of physical and psychological problems. After executing different types of experiments to evaluate the needs of our objective public, we developed a mobile application that serves as a contact between patients and psychologists, in order to offer better accessibility and save time so that users can improve their mental health. Additionally, a financial planning was realized to verify the profitability of our project so it would be able to invest in Mente Sana App.

Keywords: Mental health, counseling with psychologists, mobile application, validation.

TABLA DE CONTENIDOS

1. FUNDAMENTOS INICIALES	16
1.1. Equipo de trabajo	16
1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante	16
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	17
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver	18
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración	18
2.2.1. Cuestionario a personas del público objetivo	18
2.2.2. Cuestionario a expertos	19
2.3. Resultados obtenidos	19
2.3.1. Registro visual	19
2.3.2. Registro narrativo	20
2.4. Análisis y aprendizajes	24
2.5. Sustentación de la validación del problema	25
2.5.1. Entrevista a personas del público objetivo	25
2.5.2. Entrevista a expertos	56
3. VALUE PROPOSITION CANVAS	66
3.1. Perfil del cliente	66
3.2. Mapa de valor	67
3.3. Explicación del encaje problema - solución	68
3.4. Descripción de la propuesta de valor	69
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)	70
4. BUSINESS MODEL CANVAS	73

4.1.	BMC	73
4.2.	Desarrollo y sustento de cuadrantes	75
5.	VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN	77
5.1.	Experimento 1: Entrevista a 5 usuarios	77
5.1.1.	Objetivo	77
5.1.2.	Diseño y Desarrollo	78
5.1.3.	Resultado	79
5.1.4.	Análisis	80
5.1.5.	Aprendizajes	81
5.1.6.	Sustentación de Validación	81
5.2.	EXPERIMENTO 2: ENTREVISTA A EXPERTO - DESARROLLADOR WEB	87
5.2.1.	Objetivos	87
5.2.2.	Diseño y desarrollo	88
5.2.3.	Resultados	89
5.2.4.	Análisis	89
5.2.5.	Aprendizajes	90
5.2.6.	Sustentación de la validación	90
5.3.	Experimento 3: Focus group a 5 usuarios	92
5.3.1.	Objetivo	92
5.3.2.	Diseño y desarrollo	93
5.3.3.	Resultado	94
5.3.4.	Análisis	95
5.3.5.	Aprendizajes	96

5.3.6.	Sustentación de la validación	96
5.4.	Experimento 4: Entrevistas a 5 usuarios	97
5.4.1.	Objetivo	97
5.4.2.	Diseño y Desarrollo	97
5.4.3.	Resultados	99
5.4.4.	Análisis	99
5.4.5.	Aprendizajes	100
5.4.6.	Sustentación de la Validación	100
6.	VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	107
6.1.	Experimento 1: Entrevista a Socio Clave - Psicóloga	107
6.1.1.	Objetivos	107
6.1.2.	Diseño y Desarrollo	107
6.1.3.	Resultados	109
6.1.4.	Análisis	109
6.1.5.	Aprendizajes	110
6.1.6.	Sustentación de la Validación	111
6.2.	Experimento 2: Redes Sociales	114
6.2.1.	Objetivo	114
6.2.2.	Diseño y Desarrollo	114
6.2.3.	Resultados	116
6.2.4.	Análisis	118
6.2.5.	Aprendizajes	119
6.2.6.	Sustentación de la Validación	120

6.3.	Experimento 3: Entrevista a socio clave: Psicóloga	120
6.3.1.	Objetivo	120
6.3.2.	Diseño y Desarrollo	121
6.3.3.	Resultados	122
6.3.4.	Análisis	122
6.3.5.	Aprendizajes	123
6.3.6.	Sustentación de Validación	124
7.	PLAN CONCIERGE	125
7.1.	Experimento 1	126
7.1.1.	Objetivo	126
7.1.2.	Diseño y Desarrollo	126
7.1.3.	Resultados	128
7.1.4.	Análisis	130
7.1.5.	Aprendizajes	131
7.1.6.	Sustentación de la Validación	131
7.2.	Experimento 2	133
7.2.1.	Objetivo	133
7.2.2.	Diseño y Desarrollo	133
7.2.3.	Resultados	134
7.2.4.	Análisis	136
7.2.5.	Aprendizajes	136
7.2.6.	Sustentación de la Validación	137
7.3.	Experimento 3	138

7.3.1.	Objetivo	138
7.3.2.	Diseño y Desarrollo	138
7.3.3.	Resultados	139
7.3.4.	Análisis	141
7.3.5.	Aprendizajes	142
7.3.6.	Sustento de la Validación	142
7.4.	Experimento 4	144
7.4.1.	Objetivo	144
7.4.2.	Diseño y Desarrollo	144
7.4.3.	Resultados	145
7.4.4.	Análisis	147
7.4.5.	Aprendizajes	148
7.4.6.	Sustento de la Validación	148
7.5.	EXPERIMENTO 5	150
7.5.1.	Objetivo:	150
7.5.2.	Diseño y Desarrollo	150
7.5.3.	Resultados	151
7.5.4.	Análisis	153
7.5.5.	Aprendizajes	153
7.5.6.	Sustentación de la Validación	154
8.	PLAN DE MARKETING	155
8.1.	Objetivos SMART del Plan de Marketing	156
8.2.	Estrategias (de introducción, crecimiento y fidelización)	158

8.2.1.	Descripción de estrategias de producto	158
8.2.2.	Descripción de estrategias de precio	159
8.2.3.	Descripción de estrategias de plaza	162
8.2.4.	Descripción de estrategias de promoción	165
8.3.	Presupuesto de MARKETING (AÑO TRAS AÑO) - 3 AÑOS	172
9.	PLAN FINANCIERO	179
9.1.	Proyección de ventas (ingresos)	179
9.2.	Presupuestos (egresos)	182
9.2.1.	Presupuesto de Inversión de Proyecto	182
9.2.2.	Presupuesto de Operaciones	183
9.2.3.	Presupuesto de Recursos Humanos	184
9.2.4.	Presupuesto de Marketing	186
9.3.	Flujo de caja	186
9.3.1.	Capital de Trabajo	189
9.4.	Indicadores financieros	190
9.5.	Análisis financiero	190
9.6.	Financiamiento	192
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:	195
11.	ANEXOS	197
12.	Bibliografía	199

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Integrantes del equipo y sus funciones.....	16
Tabla 2	Entrevista a usuario N°1.....	25
Tabla 3	Entrevista a usuario N°2.....	27
Tabla 4	Entrevista a usuario N°3.....	28
Tabla 5	Entrevista a usuario N°4.....	30
Tabla 6	Entrevista a usuario N°5.....	31
Tabla 7	Entrevista a usuario N°6.....	33
Tabla 8	Entrevista a usuario N°7.....	35
Tabla 9	Entrevista a usuario N°8.....	37
Tabla 10	Entrevista a usuario N°9.....	38
Tabla 11	Entrevista a usuario N°10.....	40
Tabla 12	Entrevista a usuario N°11.....	42
Tabla 13	Entrevista a usuario N°12.....	43
Tabla 14	Entrevista a usuario N°13.....	44
Tabla 15	Entrevista a usuario N°14.....	45
Tabla 16	Entrevista a usuario N°15.....	47
Tabla 17	Entrevista a usuario N°16.....	48
Tabla 18	Entrevista a usuario N°17.....	49
Tabla 19	Entrevista a usuario N°18.....	51
Tabla 20	Entrevista a usuario N°19.....	52
Tabla 21	Entrevista a usuario N°20.....	55
Tabla 22	Entrevista a experto N°1.....	56
Tabla 23	Entrevista a experto N°2.....	58
Tabla 24	Entrevista a experto N°3.....	60
Tabla 25	Entrevista a experto N°4.....	62
Tabla 26	Entrevista a experto N°5.....	63

Tabla 27 Cuadro comparativo de apps	70
Tabla 28 Entrevista a usuario 1.....	82
Tabla 29 Entrevista a usuario 2.....	83
Tabla 30 Entrevista a usuario 3.....	84
Tabla 31 Entrevista a usuario 4.....	85
Tabla 32 Entrevista a usuario 5.....	86
Tabla 33 Entrevista a expertos.....	90
Tabla 34 Entrevista a usuario 1.....	100
Tabla 35 Entrevista a usuario 2.....	101
Tabla 36 Entrevista a usuario 3.....	103
Tabla 37 Entrevista a usuario 4.....	104
Tabla 38 Entrevista a usuario 5.....	105
Tabla 39 Entrevista a experto	111
Tabla 40 Entrevista a experto	124
Tabla 41 Objetivos SMART de 3 años	156
Tabla 42 Presupuesto plan de marketing año 1	172
Tabla 43 Presupuesto plan de marketing año 2	174
Tabla 44 Presupuesto plan de marketing año 3	176
Tabla 45 Gastos de constitución de la empresa.....	182
Tabla 46 Gastos pre operativos (Mes 0)	183
Tabla 47 Inversión Inicial Total del Proyecto	192
Tabla 48 Financiamiento mediante Aporte de Fundadores (soles).....	193

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Entrevistas de exploración	19
Figura 2 Perfil del cliente de Mente Sana.....	66
Figura 3 Mapa de valor de Mente Sana	67
Figura 4 Encaje de Mente Sana.....	69
Figura 5 BMC de Mente Sana.....	73
Figura 6 Evidencia del focus group	94
Figura 7 Sustento del focus group.....	96
Figura 8 Página principal de Mente Sana.....	115
Figura 9 Primer post de la página con el logotipo de la aplicación	115
Figura 10 Identificación con el cliente	116
Figura 11 Estadísticas de la publicación en Instagram.....	117
Figura 12 Instagram de Mente Sana.....	120
Figura 13 Determinación del mercado objetivo de Mente Sana	125
Figura 14 Anuncio en Facebook	126
Figura 15 Landing Page de Mente Sana.....	127
Figura 16 Planes de Mente Sana.....	128
Figura 17 Contacto en landing page	128
Figura 18 Alcance en redes	129
Figura 19 Interacciones en redes.....	129
Figura 20 Resultados del landing page	130
Figura 21 Publicación en Facebook.....	131
Figura 22 Resultados del landing page	132
Figura 23 Anuncio en Facebook	133
Figura 24 Estadísticas del anuncio.....	134
Figura 25 Alcance de la publicidad.....	135
Figura 26 Resultados del landing page	135

Figura 27 Anuncio en Facebook	137
Figura 28 Datos recolectados del landing page : :.....	138
Figura 29 Anuncio en Facebook	139
Figura 30 Estadísticas del anuncio.....	139
Figura 31 Rendimiento del anuncio en Facebook	140
Figura 32 Resultados del landing page	141
Figura 33 Anuncio en Facebook	143
Figura 34 Datos recolectados del landing page.....	144
Figura 35 Publicidad en Facebook	145
Figura 36 Alcance del anuncio	145
Figura 37 Rendimiento de la publicidad	146
Figura 38 Resultados del landing page	147
Figura 39 Publicación en Facebook	148
Figura 40 Datos recolectados del landing page.....	149
Figura 41 Publicidad en Facebook	151
Figura 42 Sección agregada en contacto	151
Figura 43 Resultados del landing page	152
Figura 44 Alcance de la publicidad.....	152
Figura 45 Publicidad en Facebook	154
Figura 46 Datos recolectados del landing page.....	154
Figura 47 Logo de Mente Sana.....	158
Figura 48 Producto de Mente Sana.....	159
Figura 49 Niveles del producto.....	159
Figura 50 Therapy Chat	160
Figura 51 Puramente.app	161
Figura 52 Estructura de Costos.....	161
Figura 53.....	163

Figura 54	Página web Mente Sana	163
Figura 55	Testimonios en Mente Sana.....	164
Figura 56	Mix Promoción	165
Figura 57	Marketing mix por 3 años	166
Figura 58	Plan de ventas de Mente Sana	171
Figura 59	Variaciones porcentuales	179
Figura 60	Datos obtenidos de la proyección de ventas año 1	180
Figura 61	Datos obtenidos de la proyección de ventas año 2	181
Figura 62	Datos obtenidos de la proyección de ventas año 3	181
Figura 63	Presupuesto de operaciones año 1	183
Figura 64	Presupuesto de operaciones año 2	184
Figura 65	Presupuesto de operaciones año 3	184
Figura 66	Presupuesto de Recursos Humanos año 1	185
Figura 67	Presupuesto de Recursos Humanos año 2	185
Figura 68	Presupuesto de Recursos Humanos año 3	185
Figura 69	Flujo de caja mensual del año 1, 2 y 3	188
Figura 70	Flujo de Capital de Trabajo	189
Figura 71	Indicadores financieros	190
Figura 72	Variaciones del flujo de caja.....	192
Figura 73	Distribución detallada del aporte de fundadores.....	194
Figura 74	Beneficios de formar parte de StartUPC	195



1. FUNDAMENTOS INICIALES

1.1. Equipo de trabajo

1.1.1. Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante

Tabla 1

Integrantes del equipo y sus funciones

Descripción y rol principal	Foto
<p>Ayala Alvarado, Diana Carolina</p> <p>Estudiante de décimo ciclo de la carrera Contabilidad y Administración. Actualmente, laboro en un Estudio Contable, donde puedo desempeñarme en casi todos los ámbitos que he aprendido a lo largo de la carrera. Me considero responsable y empática, en el proyecto soy la encargada de las finanzas y análisis financieros.</p>	
<p>Fuyimoto Portella, Fernando Takeshi</p> <p>Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Contabilidad y Administración. Me considero un joven leal, responsable, creativo y proactivo. Dentro de este proyecto soy el encargado de la evaluación financiera y tributaria.</p>	

Machuca Orbegoso, Lucas

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales. En la actualidad, me encuentro laborando como Freelance en una Importadora donde desarrollo mis conocimientos aprendidos durante todos los años de mi carrera. En Mente Sana App estaré encargado del área comercial para poder darle crecimiento a nuestra empresa.



Risco Poggi, Alvaro Alonso

Estudiante de Administración y Marketing, cursando décimo ciclo. Actualmente, me encuentro trabajando como Distribution Intern en Cisco, empresa del sector tecnología. Me considero una persona con capacidad para aprender rápido y adaptarme a diferentes ambientes y distintos grupos de trabajo; proactivo, creativo y dispuesto a enfrentarme a nuevos retos. En Mente Sana App estaré encargado del área de marketing y publicidad.



2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver

Con nuestra aplicación, buscamos resolver el problema de carencia de información que actualmente existe con respecto a talleres, asesorías y otras actividades de apoyo, con el objetivo de ayudar a la población con problemas de salud mental y que pueda ser aprovechada al máximo. También, solucionar la falta de cercanía de las personas con profesionales de la salud mental, ofreciendo a través de la plataforma terapias y charlas con expertos, como psicólogos y psicoanalistas, con el fin de tratar a los usuarios que manifiestan problemas de salud mental.

2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración

2.2.1. Cuestionario a personas del público objetivo

- Ante la presente coyuntura, ¿de qué manera crees que esto ha afectado a la salud mental de las personas?
- ¿Consideras que las enfermedades de salud mental son riesgosas o pueden llegar a ser? ¿Por qué?
- ¿Por qué motivo consideras que algunas personas con ansiedad/depresión no acuden a una persona profesional para buscar apoyo?
- ¿Consideras que el Estado peruano presenta acciones para afrontar estas enfermedades? ¿Por qué?
- ¿Qué acciones tomaste cuando te enteraste de que sufres de ansiedad/depresión?
- ¿Piensas que tu problema de ansiedad tiene solución? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las actividades que realizas para no pensar en tu enfermedad?
- ¿Has sentido que tu forma de pensar ha cambiado? ¿Por qué?
- ¿Consideras que los trastornos mentales son un tipo de discapacidad?
- ¿Crees que padecer de una enfermedad mental influye en la manera de relacionarte con los demás?

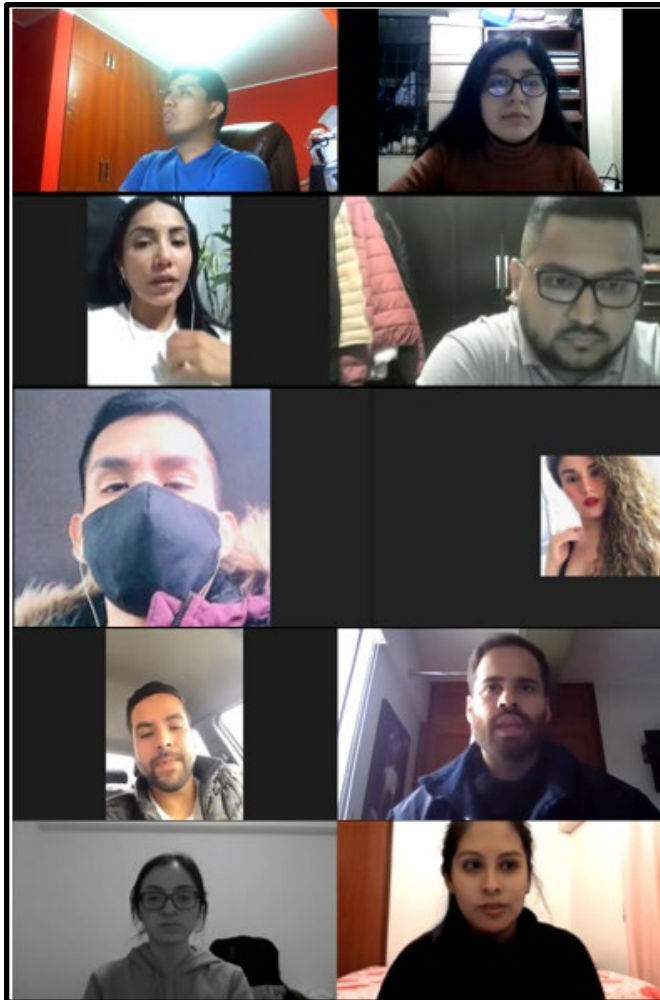
2.2.2. Cuestionario a expertos

- ¿Consideras que en este momento actual las enfermedades de carácter mental han incrementado? ¿Por qué?
- ¿Tener un trastorno mental se considera una discapacidad?
- ¿Cómo una persona puede darse cuenta si padece de alguna enfermedad mental?
¿Cuáles son los principales síntomas que se presentan?
- Como experto y profesional en el tema de salud mental, ¿qué es lo que tiene que hacer el Estado peruano para un apoyo eficiente y eficaz a largo plazo para estos trastornos mentales?
- ¿Las enfermedades mentales tienen cura?
- ¿Qué más podríamos aportar a nuestra plataforma de ayuda a personas con trastornos mentales?
- ¿Qué es lo que puede causar un trastorno mental? ¿Las personas nacen así?
- Para tener mayor información acerca de este tipo de problemas de salud, ¿cómo podemos tratar y mejorar la salud mental?
- ¿Cada cuánto tiempo deberían de ser tratadas las personas que padecen de enfermedades mentales y ser revisadas por un médico especialista?
- ¿Los trastornos mentales generalmente son genéticos? ¿O es más probable que se produzca por las experiencias que una persona puede tener a lo largo de su vida?
- ¿Cómo avizoras/pronosticas este tipo de trastorno mental o enfermedades mentales?
¿Le encuentras una especie de mejora en el corto o largo plazo?

2.3. Resultados obtenidos

2.3.1. Registro visual

Figura 1 Entrevistas de exploración



2.3.2. Registro narrativo

Los resultados obtenidos lo vamos a explicar de forma concisa, ya que elaboramos diversas entrevistas a nuestros usuarios que han pasado por estos problemas de salud mental y nuestros expertos en el tema, las conclusiones son:

- **Usuarios:**

Con respecto a lo que actualmente está pasando en el mundo por el COVID-19, los usuarios entrevistados manifiestan que sí han notado un incremento de ansiedad o depresión, puesto que al evitar el contagio del virus usando mascarillas y restringiéndose de poder tener reuniones sociales, los índices de estrés aumentan, los pensamientos negativos y síntomas en general por la situación afectan la salud mental de cada uno de ellos. Además, mencionan que las enfermedades de salud mental sí pueden llegar a ser riesgosas si no son bien

manejadas, si no hay tratamientos o control de ellas, ya que esto siempre tiene que estar supervisado por profesionales, debido a que muchas personas al no saber qué es lo que padecen podrían tomar decisiones realmente trágicas con el fin de buscar una salida rápida y terminar con los diversos síntomas que les aqueja. Asimismo, muchas personas que sufren de estos problemas de salud mental, no se prestan a recibir ayuda por el miedo “al qué dirán”, por temor a que se les juzgue y la sociedad los tilde de “locos”. También, el tema económico es un impedimento para que algunas personas puedan tratarse, puesto que las terapias o las citas con un profesional de la salud mental no son nada baratas. Del mismo modo, manifestaron que influye mucho la familia, y si esta es religiosa, aún más, porque hay familias con pensamientos muy convencionales que no creen que existan estas enfermedades mentales y que solo son pasajeras o exageración de las personas que las sufren. Muchos de los entrevistados dijeron que apenas se enteraron de que padecían de ansiedad o depresión, buscaron ayuda de profesionales para poder seguir su vida con normalidad y se enfocaron mucho en pasar tiempo con sus familias y buscar ese soporte en ellos. Por otro lado, las diversas actividades que les ayudaron a mejorar sus situaciones fueron los deportes como el fútbol, montar bicicleta, ir al gimnasio, entre otros. Por ello, la actividad física es fundamental en personas con ansiedad o depresión. La música también fue un factor bastante favorable para sus tratamientos, así como el salir con amigos a distintos lugares y poder socializar.

Por otro lado, la forma de pensar de muchos entrevistados sí ha cambiado, pues se han vuelto más empáticos, han mejorado respecto a los pensamientos negativos que podían tener y ahora ven la vida de otra manera, más calmada, real y con paz interior. Todos estos cambios se debieron a los sucesos que han pasado por sus problemas de salud mental, y cómo esto jugó un papel relevante para poder darse cuenta de que la salud mental no es un tema que puede ser tomado a la ligera. Otro hallazgo que se obtuvo fue que los usuarios no están de acuerdo con que los trastornos mentales sean una discapacidad, ya que muchos de ellos lo han tenido o tienen y pueden desenvolverse en su día a día sin ningún problema; sin embargo, han obtenido ayuda profesional, familiar y fuerza de voluntad para afrontar estos

problemas. Con respecto a las relaciones con los demás, sí se han visto afectados, puesto que varios preferían quedarse solos en casa, temían mucho socializar con los demás y, si hablaban, solo lo hacían con personas en las que realmente confiaban. Por último, con referencia al Estado peruano, los entrevistados dijeron que, si bien había líneas telefónicas o cierto apoyo de nuestro Gobierno, estos no eran tan publicitados o publicados en diversos medios de comunicación como radios, televisión o redes sociales, ya que la mayoría de adultos, a comparación de los jóvenes, no pasan tanto tiempo en redes sociales y que sería muy bueno que se difundiera más publicidad por esos medios de comunicación para lograr mayor alcance.

- **Expertos:**

Con respecto a los expertos en el tema de trastornos mentales, pudimos obtener los siguientes hallazgos:

Ellos nos dicen que sí, ha habido un incremento con respecto a enfermedades mentales, sobre todo por la coyuntura que se está viviendo a raíz del COVID-19, puesto que muchos jóvenes han tenido que cambiar esa rutina de constante actividad y tener que aislarse reduciendo el aspecto social de sus vidas. Esto generó que incrementen los trastornos obsesivos compulsivos, ansiedad generalizada y depresión. Asimismo, ha afectado mucho más en niños y jóvenes adultos, ya que ellos son los más activos a diferencia de los adultos mayores que tienen un nivel de vida más sedentario. Existe una investigación de la Universidad Cayetano Heredia y del Hospital Larco Herrera, donde se menciona que hay un aumento de estas enfermedades, porque uno de los indicadores de estos centros de salud mental son la cantidad de personas que van a atenderse cada día, y claramente está habiendo mayores registros de atención. Los expertos también nos dicen que los trastornos mentales no son una discapacidad, pues si hay un manejo profesional y un control bien llevado por las personas con problemas de salud mental, no habrá ningún problema en que hagan su vida de forma normal. Sin embargo, si llega esta enfermedad mental a discapacitarte como persona y afecta en la realización de tus actividades del día a día, ahí sí

podemos decir que es un factor discapacitante, pero solo en casos muy extremos. Además, nos manifiestan que las enfermedades mentales no tienen una cura exacta, sí un tratamiento y todo dependerá del grado de trastorno del paciente, debido a que no se puede medir a todos de la misma manera, cada uno puede reaccionar de distinta manera a pesar de que puedan padecer la misma enfermedad mental.

Con respecto a los síntomas de una enfermedad mental, los expertos nos mencionan que todo depende de cada uno, por ejemplo, en una persona con ansiedad generalizada, puede haber síntomas como agotamiento, dolor de pecho, falta de respiración y sudoración. Alguien con depresión puede alejarse de todos con el paso del tiempo, sentir tristeza todos los días y ganas de llorar sin tener un motivo concreto. De la misma manera pasa con el autismo, esquizofrenia, bipolaridad, entre otros. Por otro lado, lo que puede causar un trastorno mental también depende de la persona, puede haber sucesos que para algunas personas pueden ser muy difíciles de manejar y provocan un trastorno mental que les llega a generar una desestabilidad emocional muy grande. Muchas personas nacen genéticamente predispuestas para presentar trastornos mentales, puesto que han tenido algún familiar que ha padecido de lo mismo y eso está científicamente comprobado. Por eso, las personas con problemas de salud mental deben recibir mucho apoyo emocional para poder lograr superar y buscar una solución para un buen control de estos trastornos. Deben ir a terapia lo antes posible, ya que hay muchas personas que tienen con pocas sesiones una mejora grande y se sienten mucho mejor. Pero hay otras personas que pueden estar semanas, meses o incluso años en diversas terapias y, aun así, no pueden llegar a estar estables, por ello es necesario que vayan de acuerdo con lo que realmente se necesite.

Los expertos nos dicen que nuestra idea de hacer un App con referencia a brindar ayuda a las personas con su salud mental, es bastante beneficiosa y muy empática, ya que de este modo ayudaremos a muchas personas a conocer un poco más de estas enfermedades que muchas veces son bastante silenciosas y tratarlas. Al momento de preguntar a nuestros expertos sobre el actuar del Estado peruano, nos dijeron que el Estado

debe implementar campañas de detección y campañas informativas para que las personas sepan qué deben hacer y cómo lo tienen que hacer, y si hablamos a largo plazo, se debe invertir un poco más, instalar postas en lugares rurales para un mejor manejo de la salud mental. Si bien hay una línea telefónica para estos tipos de problemas mentales, muchas veces o está saturado o simplemente no atienden la llamada.

2.4. Análisis y aprendizajes

- Durante la pandemia, aquellas personas que sufrían de algún trastorno mental han tenido un retraso en su mejora y por la misma coyuntura, aumentaba su ansiedad o depresión.
- Es primordial tratar las enfermedades mentales con tiempo y llevar control con un especialista, ya que, a largo plazo, puede llegar a ser peligroso si no se les toma el debido interés, terminando en actos compulsivos e incluso la muerte.
- Las principales razones por las cuales algunas personas no acuden a un especialista, son el temor a los prejuicios del “qué dirán” y el factor económico.
- Si bien es cierto que el Estado brinda servicios de Salud Mental a diferentes partes del país, estos no son suficientes para abastecer a todas las personas que sufren de este tipo de enfermedades, ya sea por saturación o también por la falta de llegada a sitios rurales.
- Los trastornos mentales pueden surgir por algún trauma ocasionado, desequilibrios químicos en el cerebro o simplemente por genética.
- Según los expertos, las enfermedades mentales no son consideradas una discapacidad, siempre y cuando sea controlado; sin embargo, sí se consideraría como tal el hecho de que llegue a afectar la manera de relacionarse con los demás.
- Es de vital importancia que aquellos que padecen de este tipo de enfermedades, reciban no solo control de un especialista, sino también apoyo emocional por parte de

la familia o amigos, que busquen actividades que los distraigan y los ayude a enfocarse en ello, para así evitar la ansiedad o depresión.

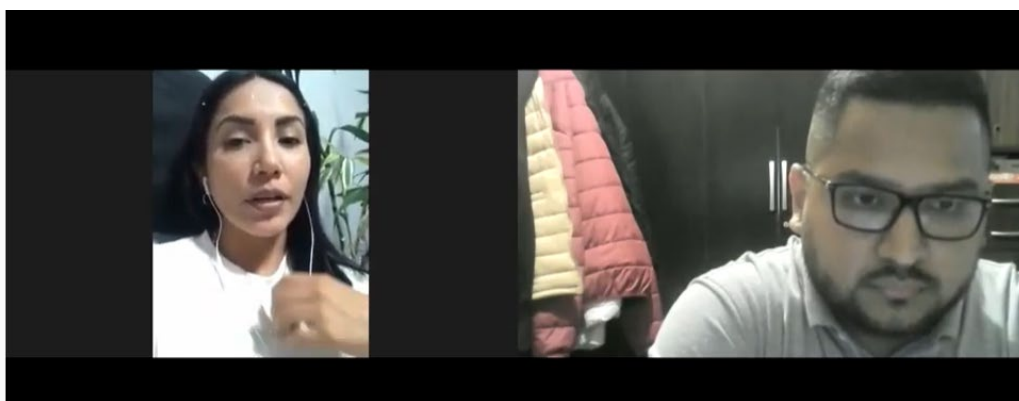
2.5. Sustentación de la validación del problema

2.5.1. Entrevista a personas del público objetivo

Tabla 2

Entrevista a usuario N°1

Entrevistada 1: Beatriz Gil Orbegoso



La entrevistada se llama Beatriz Gil Orbegoso y tiene 26 años en la actualidad. Le diagnosticaron ansiedad entre el año 2017 y 2018. Su inseguridad de no quererse a sí misma o desconfiar de todos causó que un especialista detectara que sufría de ansiedad. Al principio, lo veía normal, debido a que tenía celos por su pareja y bajó mucho de peso, lo que no era de su agrado. Es cierto que estar en una pandemia es complicado y más para las personas que sufren de esta enfermedad, ya que debían estar confinados, lo cual no es un punto a favor, pues así son más conscientes de su problema mental. Con respecto al riesgo de las enfermedades mentales, sí tienen un alto nivel, debido a que la depresión podría ocasionar que uno no quiera vivir, porque es un conjunto de emociones que influyen de forma negativa. En el caso de ella, comentó que acudió a una de sus amigas, que es psicóloga, quien la hizo dibujar un niño bajo la lluvia y la doctora le diagnosticó de ansiedad

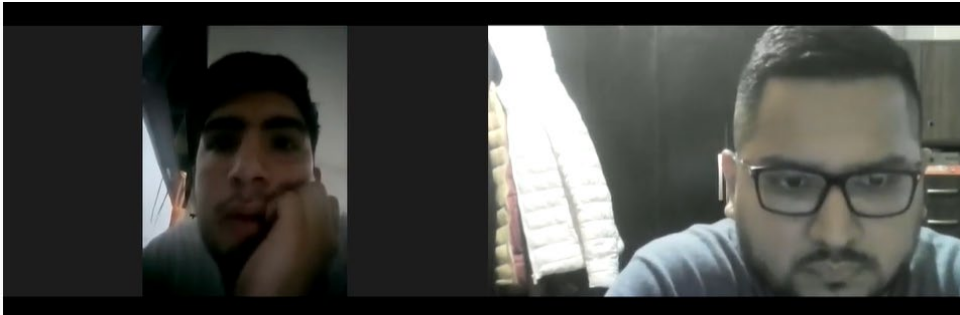
alta. Esto a causa de que Beatriz se preocupaba mucho sobre los comentarios de las personas e incluso de su enamorado, ya que consideraba que estar muy flaca le jugaba en contra. Asimismo, mencionó que hay gente que no acude a expertos, puesto que confían en la religión y no en la ciencia, lo cual no es nada lógico porque es una enfermedad mental e influye los pensamientos que tengas para superar el problema. Por otro lado, considera que el Estado peruano no hace nada para evitar el aumento de este problema en el país, lo que perjudica a las personas que sufren de ansiedad o depresión. Sin embargo, existen más páginas con información para todo el proceso de la enfermedad. Asimismo, es importante realizar actividades para no pensar en el problema; por ejemplo, ella empezó a manejar bicicleta, hacer ejercicios para relajarse y pasar tiempo con su círculo cerrado de amistades. También, comentó que cambió totalmente su forma de pensar, ya que ahora solo pensaba en lo que decían de ella, lo cual no era bueno para su salud. En el tema de las relaciones, también fueron más cerradas, dado que no le gustaba salir a reuniones sociales por el miedo anteriormente mencionado. Hoy en día, sigue en el proceso de evolución, el cual es favorable después de tres años viviendo con el trastorno todos los días, se capacita leyendo y haciendo tratamientos naturales.

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=wJVbPvsVwf0>

Tabla 3

Entrevista a usuario N°2

Entrevistado 2: Paolo Erick Calderón



A Paolo Erick Calderón le detectaron depresión cuando acababa la secundaria en el colegio. Al momento de que le tocaban algunos ataques de depresión era muy riesgoso, ya que podría pensar en hacerse daño a sí mismo o incluso a terceros. Contó que en una ocasión su papá tuvo que detenerlo para que no cometiera ninguna locura para dañar a personas de su entorno. Asimismo, estuvo en un centro psicológico de la clínica Impares por cerca de 3 años. Según él, es importante el cambio en uno mismo más que el lugar o el especialista que te pueda atender. La decisión de querer mejorar es la idea principal de este tipo de enfermedades. Para él, las principales dificultades que se le presentaron cuando empezó con la ansiedad, fueron la mordida de uñas y agarrarse la oreja al punto de hacerse daño. Le detectaron trastorno de depresión progresiva y ansiedad a nivel alto debido al estrés que tenía con la universidad y trabajo y más aún con la pandemia. Es una enfermedad que tienes que aprender a sobrellevarla, ya que la recuperación va a depender de uno mismo. Por otro lado, el distraerse es importante; por ejemplo, juega mucho fútbol y se distrae con su familia. Paolo reflexiona que no es una discapacidad el sufrir de estos problemas, debido a que a él le va bien en el trabajo y en el ámbito familiar. Sin embargo, se considera una persona con alto riesgo, ya que le puede dar un ataque de depresión muy alto, por lo que podría dañar a personas sin darse cuenta. También, piensa que no le

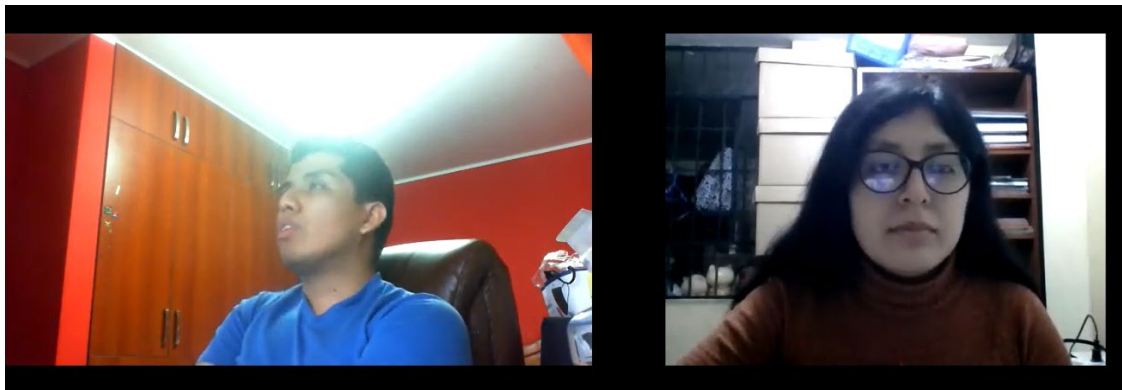
afectó al momento de conocer a personas nuevas, pero sí cuando llega a ser la amistad más fuerte debido a la confianza que uno tiene hacia la otra persona. Cree que el pensamiento de uno cambia siempre y cuando consideres cómo la otra persona puede opinar de ti a tal punto de volver a pensar en tu trastorno.

Link de la entrevista: [:https://www.youtube.com/watch?v=x-Ea_uG40](https://www.youtube.com/watch?v=x-Ea_uG40)

Tabla 4

Entrevista a usuario N°3

Entrevistado 3: José Flores de la Breña



El entrevistado José Flores de la Breña, de 24 años, menciona que la pandemia afectó más a padres de familia y a todas las personas que están trabajando. Esto es debido a que su rutina diaria cambia. Menciona que el mismo padece de ansiedad y va a comer comida rápida cuando se encuentra en esa situación. Menciona que las enfermedades mentales si afectan directamente en la vida rutinaria de la persona e incluso solo por estrés y ansiedad hacen tomar decisiones que suelen ser riesgosas al futuro. Con respecto a los profesionales de apoyo, él cree que algunas personas no acuden con ellos porque tienen amistades que lo pueden hacer y si es que tienen depresión, mayormente sí acuden a profesionales, destaca que acuden a los profesionales recomendados por sus amistades.

Menciona que no ha visto algún apoyo gratuito de parte del Estado para prevenir o manejar estos problemas, pero si afirma que si ha pagado por uno. Las acciones que toma cuando sufre ansiedad es comer alimentos nutritivos, ensaladas de frutas, entre otros. Además de ello, organiza sus deberes y los realiza para no estresarse. Suele ir al sauna para relajarse de sus rutinas diarias. Piensa que su ansiedad si tiene solución y que todo depende de la persona. Las actividades que lleva a cabo para no pensar en su ansiedad es salir a caminar. Menciona que sí ha cambiado su forma de pensar cuando ha tenido esa enfermedad, que no solo él pasa por ello, sino que todos tienen dificultades. Comenta que considerar a los trastornos mentales como discapacidad es complicado, debido a que algunas personas pueden nacer con ello y pueden adaptarse, pero no es del todo seguro que no le den ataques repentinos. Las enfermedades mentales, para él, sí afectan para poder relacionarte con los demás, debido a que mayormente entabla comunicación con las personas en las que más confía.

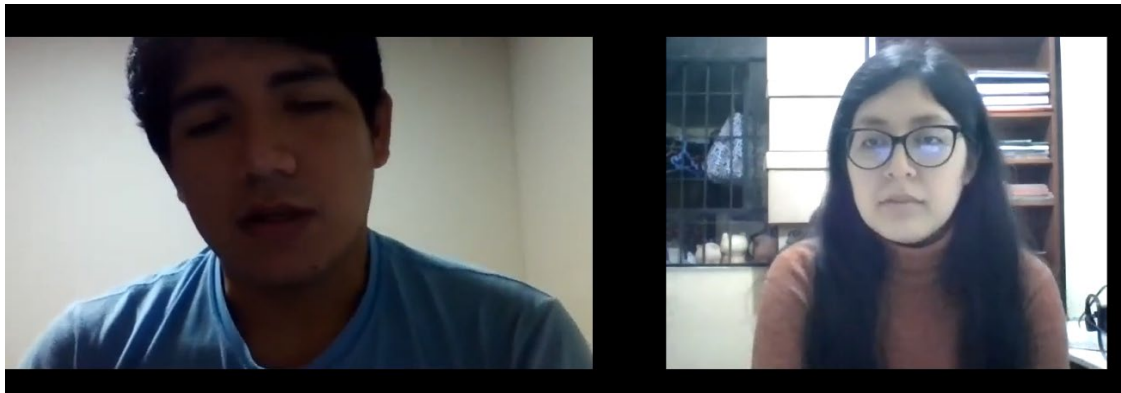
Link de la entrevista:

https://www.youtube.com/watch?v=1TA8ABtclQQ&ab_channel=YoisCorrea

Tabla 5

Entrevista a usuario N°4

Entrevistado 4: Aldo Barrientos Soto



El entrevistado Aldo Barrientos Soto de 26 años, menciona que para algunos estudiantes el tema del aislamiento social les ha facilitado en las clases en línea, sin embargo, para la gran mayoría de personas se ha complicado por el empleo, situación económica y separación de sus familiares. Las enfermedades mentales son riesgosas y depende de cada uno superar esta enfermedad. También afirma que cada persona es diferente en esa enfermedad y que es necesario el apoyo psicológico. Además, dice que algunas personas sobrellevan su enfermedad porque no lo consideran algo grave, considera que la depresión si es una enfermedad que afecta la salud mental. Comenta que el Estado no se esmera en apoyar la salud mental y él dice que, si el Estado lo hace, sería muy bueno para ayudar a muchas personas, porque esas enfermedades pueden llegar a ser mortales. Él no tomó acciones para manejar su enfermedad y pensó que es parte de la vida. Menciona que la enfermedad tiene la solución y concluye que eso es parte de la vida que la persona debe aceptar. No realizó otras actividades para evitar eso, él menciona que tuvo el valor de superarlo y aceptar ello. Pero si procedía con sus rutinas como cocinar, estar con sus amigos y otros. Su forma de pensar ha cambiado, porque le ayudó a madurar y aceptar la realidad. Él considera que los trastornos mentales son un tipo de discapacidad,

porque las personas no son las mismas y si estás con ellas debes de estar muy pendiente de lo que hacen. Asimismo, comenta que las enfermedades mentales sí influyen en la relación amical, debido a que tienen pensamientos negativos que pueden ocasionar problemas.

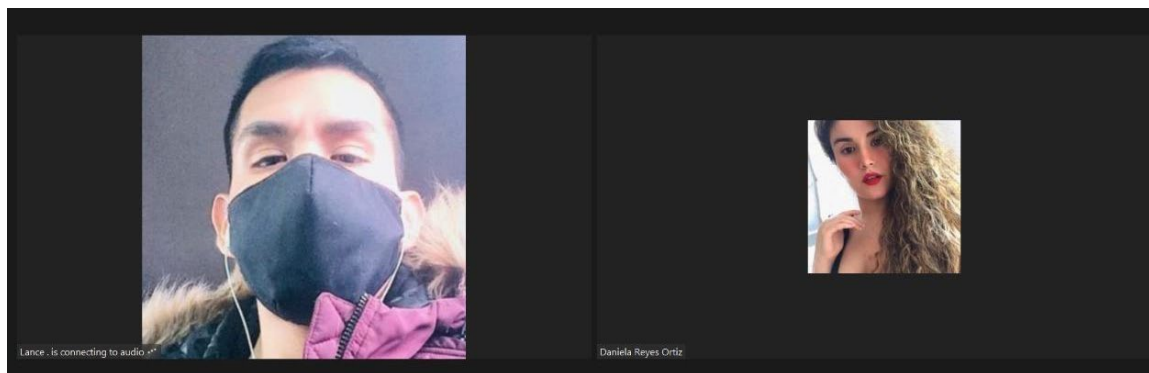
Link de la entrevista:

https://www.youtube.com/watch?v=Y4lcMriQj28&t=46s&ab_channel=YoisaCorrea

Tabla 6

Entrevista a usuario N°5

Entrevistado 5: Lance Sánchez



El entrevistado se llama Lance Sánchez, tiene 29 años. Le diagnosticaron depresión y ansiedad a los 17 años. Él nos cuenta que desde muy pequeño tenía un carácter muy fuerte, no le gustaba socializar mucho con las personas y le era muy tedioso hacerlo, ya que no encontraba cómo desarrollar ese lado social sin ser juzgado por el pensamiento que él tenía en ese momento, le importaba muy poco la vida de las personas cercanas a él, inclusive no le interesaba lo que podría ocurrir con su propia madre. Lance manifiesta que ni él mismo se soportaba, no era tolerante, no tenía mucha paciencia y todo eso con los años se llegó a acumular hasta que su propio cuerpo y mente ya no pudieron con muchas cosas negativas e incontrolables, además él destaca mucho que es hijo de una madre

soltera, lo cual también afectó de cierto modo en su formación, ya que él sentía la ausencia del lado paternal. Por otro lado, Lance manifiesta que las enfermedades mentales pueden ser riesgosas si no se tiene una información correcta o una ayuda necesaria, ya que muchas personas ni siquiera saben que están padeciendo de este trastorno y por ende a largo plazo pueden llegar a perjudicar en sus diferentes ámbitos vivenciales. Un ejemplo que él nos dio fue, que cuando le diagnosticaron depresión y ansiedad su familia externa nunca estuvo para él, todos creían que solo era un tema de pataleta o engreimiento, o que eran cosas del diablo y hasta de la misma adolescencia; esto le afectó mucho, pues originó que tenga hasta pensamientos suicidas y también actos suicidas, ya que un día se tomó demasiadas pastillas que terminó vomitando y desmayándose por tal acto. Asimismo, todo lo mencionado puede suscitar a no ir a un especialista, ya que si la propia familia no cree en estos trastornos y uno estando mal solo escucha un “esto ya pasará, tranquilo”, pues evita buscar ayuda y se mete más de lleno en este círculo de la depresión y ansiedad. Sin embargo, Lance nos manifiesta que empezó a tomar acciones cuando ya se veía en una etapa de desesperación con respecto a la depresión, no encontraba ayuda en su familia, por ende, él con ayuda de su madre empezaron a buscar ayuda profesional, se unió más con ella para no estar solo, también se controlaba él mismo con su fuerza de voluntad y su autoconocimiento. Todo esto ayudó a que su problema tenga una solución, el papel más importante que él destaca mucho fue el rol de la mamá, también los diversos deportes que practicaba, la música, el socializar más con sus amigos, los videojuegos; fueron actividades que le ayudaron muchísimo a que pueda alejarse de los pensamientos negativos y afrontar la depresión y ansiedad. Con respecto a la forma de pensar de Lance, él nos cuenta que ha cambiado muchísimo, hoy en día valora mucho más la vida, cambió el carácter que tenía, pues ahora aprendió a ser mucho más empático y no solo pensar en él mismo, ahora piensa en muchas más cosas positivas, aprendió a alejarse de las personas que no le suman a su crecimiento y estabilidad emocional. Por otro lado, con respecto a la coyuntura

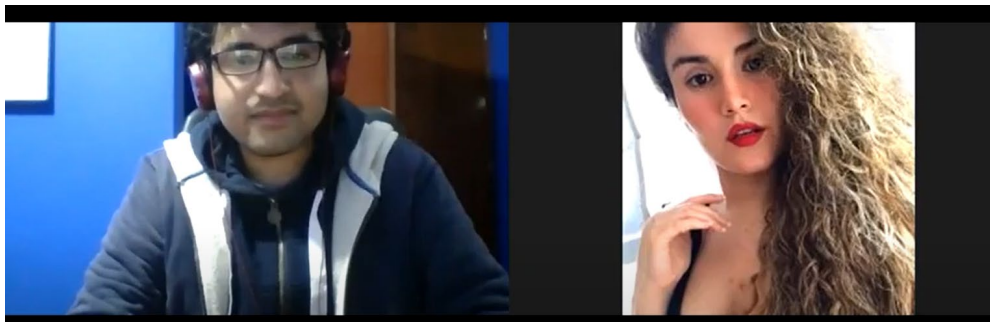
que estamos atravesando en la actualidad gracias a la pandemia, Lance nos cuenta que muchos jóvenes que están más activos en sus vidas les ha afectado mucho más el tema de estar encerrados, causando así un crecimiento de la ansiedad y depresión. Por último, él nos dice que el Estado peruano si bien han abierto líneas telefónicas para cualquier apoyo referente a la salud mental, estos no están siendo muy publicitados, ya que muchas personas ni conocen de estos formatos de ayuda, por ende, deben ser más resaltados, en radio, televisión o hasta en redes sociales que es lo mayormente consume el público joven - adulto. En conclusión, Lance sigue teniendo un estilo de vida tranquilo, controlando la ansiedad, ya que la depresión actualmente no lo aqueja.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/-0U638p9Giq>

Tabla 7

Entrevista a usuario N°6

Entrevistado 6: David Vivanco Vásquez



El entrevistado se llama David Vivanco Vásquez, tiene 23 años. Iniciando la entrevista, nos cuenta que, a la edad de 17 años, en los primeros ciclos de la universidad, fue cuando le diagnosticaron ansiedad, ya que él tenía muchos pensamientos que le llevaban a una preocupación exagerada, no podía controlar mucho el estrés causado por la universidad y de esa forma caía en la ansiedad. Al momento de estos episodios, David

tomó una medida de solución a lo que le aquejaba, es por ello que acudió a un psicólogo para que identificara qué es lo que pasaba con él, entonces la psicóloga le diagnosticó ansiedad generalizada, lo cual incentivó a él a ir por un año entero a terapias y tener un poco de autoconocimiento de lo que ocurría en su mente. A todo ello, él nos manifiesta que buscar una ayuda profesional le brindó ciertas soluciones, ya que le guiaron por un buen camino, y él puso mucho de su parte para que todas estas terapias den un resultado óptimo. Además, una de las cosas que ayudaron a que su ansiedad tenga cierto tipo de control era evitando estar solo, siempre procuraba salir con sus amigos y trataba de pasar más tiempo en la universidad para sentirse ocupado, puesto que compartía hasta con los docentes. Por otro lado, David nos dice que la situación al llegar a casa era un poco más tediosa para él, porque era la misma rutina de todos los días, es allí donde le entraba la preocupación de estar en unas cuatro paredes solo, ya que él vive únicamente con sus abuelos. Con todo ello, nos dice que la forma de pensar con respecto a lo que le ocurrió ha cambiado, ya que está más convencido que las personas que necesitan mejorar su salud mental deben ir a un psicólogo para buscar más que una solución, una guía de acuerdo al problema que les aqueja y no tener ese pensamiento de decir que “solo los locos van a terapias”, puesto que es totalmente erróneo e ignorante por parte de muchas personas. Asimismo, relata que la ansiedad no es una discapacidad, debido a que muchas personas con este trastorno pueden hacer su vida con normalidad siempre y cuando tengan un control, un apoyo emocional y mental fuerte. Además, padecer de un trastorno mental puede perjudicar el tema de relacionarse con los demás, ya que en el ámbito laboral pueden tener problemas al tratar a los demás, o comunicarse, pues el tener pensamientos excesivos y preocupantes pueden generar que sientas mucha tristeza de no saber cómo controlarlos y es allí donde se puede convertir en una depresión. Con respecto a la coyuntura que estamos atravesando en la actualidad, nos indica que está de acuerdo que la pandemia ha causado un alto grado de crecimiento con referente a las enfermedades mentales, si bien al inicio

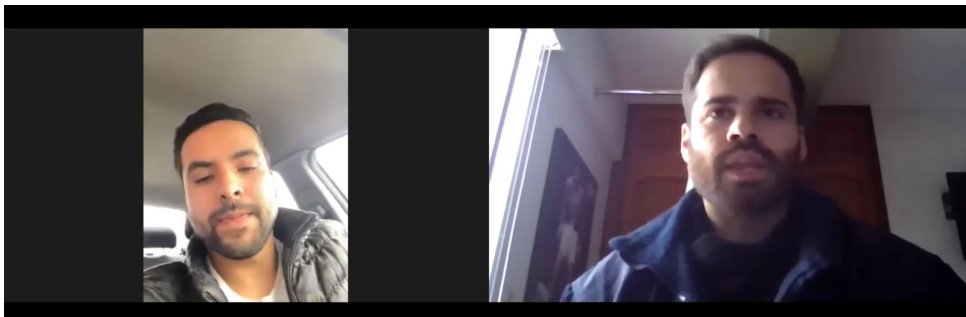
disfrutaba de estar en casa y compartir un poco más con sus familiares, puesto que más de las veces andaba fuera de casa; sin embargo, conforme pasaba el tiempo, el encierro jugó para él un papel nada agradable, puesto que se sentía en la necesidad de salir, de ver a los amigos, de ir a trabajar y estudiar de forma presencial. Por ello, a muchas personas también ha tenido que sucederles y a colaborar al aumento de la ansiedad y depresión. Asimismo, muchas personas tienen el temor de ir a buscar ayuda por el qué dirán, la tarifa y el sesgo a la información. Por último, nos dice que el Estado peruano debe aportar mucho más con temas de la salud mental, ya que este sector está muy descuidado, no hay mucha información, o no está muy vista en el Perú. Hoy en día controla de mejor manera la ansiedad, ha desarrollado técnicas que en las terapias le ayudó muchísimo y sigue laborando de modo satisfactorio.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/fMQ7Wc8iMAk>

Tabla 8

Entrevista a usuario N°7

Entrevistado 7: Luis Fernando Betalleluz

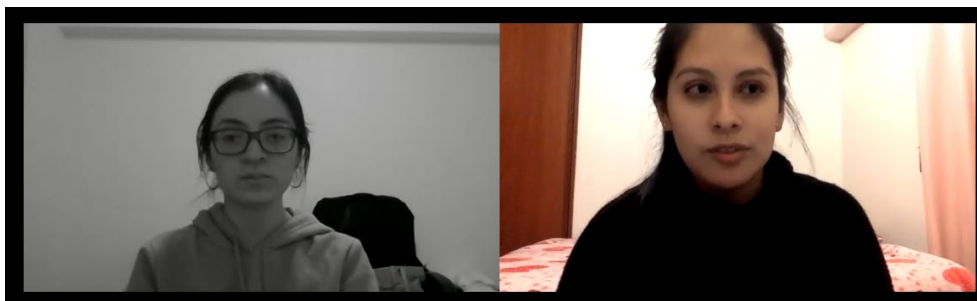


El entrevistado se llama Luis Fernando Betalleluz, tiene 27 años. Nos cuenta que a mediados del año 2019 sufrió de cuadros de ansiedad aguda sin poder tomar control sobre ellos. Iniciando la entrevista nos comenta que a través del encierro ha visto que

más personas cercanas han tenido casos de depresión, debido a que no estaban acostumbrados a estar tanto tiempo en casa y no hacer actividades como salir, hacer deporte, estar con tus amigos, etc. También, considera que los problemas de salud sí son graves, ya que hay personas y hasta deportistas que han llegado a suicidarse por depresión. Además, nos cuenta que él cree que algunas personas con ansiedad/depresión no acuden a una persona profesional para buscar apoyo por el factor económico y porque piensan que no es tan relevante, “sienten que ellos mismos pueden con el problema y al final no lo logran manejar”. En relación a si cree que el Estado peruano presenta acciones para afrontar estas enfermedades nos comenta que tal vez sí pero el estado no hace la debida campaña para que se sepa a donde recurrir y tratar estos males. No hay difusión y no llegan a tantas personas como deberían. Por otro lado, nos cuenta que él sufría de ansiedad por problemas de sueño y presión en el trabajo; actualmente, lo está manejando con gomitas de cbd que ayuda a que se relaje y, también, con un psicólogo que lo ayuda a manejar esos temas. Tiene por seguro que superará este problema, debido a que lo está manejando con un psicólogo que lo ayuda a manejar la situación y también hacer mucho deporte correr, pesas y enfocarse en su trabajo que lo ayuda a desestresarse y lo distrae de los problemas que pueda tener. También nos cuenta que su forma de pensar ha cambiado porque a veces ves la vida de alguna manera pero luego siendo orientado con ayuda profesional y realmente a conciencia te das cuenta que no es cómo lo veías y tomas las cosas de distinta manera con más tranquilidad para que no afecte en tu estado de ánimo. Luis Fernando considera que las enfermedades mentales no son una discapacidad, pero que al padecer de una de ellas sí influye en la manera de relacionarse con los demás, porque la incapacidad mental te hace cambiar de ánimo y te imposibilita relacionarte con los demás.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9xtkYqj-wAc>

Entrevistado 8: Alejandra Mendoza Pucutay - 24 años



La entrevistada considera que esta enfermedad ha generado ansiedad en las personas, ya que se cuestionan y preocupan continuamente por saber qué pasará en el futuro. Además, relacionándolo con el tema en la actualidad (COVID-19), aquellos que sufren de dicha enfermedad pueden empeorar, pues sus pensamientos los llevarán al miedo de saber si pueden contraer el virus y llegar a la depresión. Esta afirma que cualquier enfermedad que no se trata a tiempo puede empeorar y llegar a situaciones extremas. Si la persona no recibe apoyo psicológico a tiempo, puede contraer enfermedades como la depresión o ansiedad generalizada. Así como también pueden tener episodios críticos o llegar hasta la muerte. Asimismo, cree que algunas personas no buscan ayuda por el tema económico. Actualmente, se tiene la mentalidad de que acudir a un psicólogo o psiquiatra es costoso, pero en vez de verlo por ese lado, se debería hacer un esfuerzo, ya que acudir ahí es una inversión, no un gasto innecesario. Por otro lado, al Perú le falta realizar campañas o charlas acerca de la salud mental, sobre todo en lugares que no tienen acceso a dicha información. Si bien es cierto, el Estado peruano sí ejecuta algunas acciones, pero finalmente son deficientes. Es por eso que sería recomendable que se realicen campañas o charlas gratuitas donde expertos brindan ayuda en zonas rurales o fuera de Lima y pueden dar la calma necesaria que estas personas necesitan. Por ejemplo, cuando ella empezó a

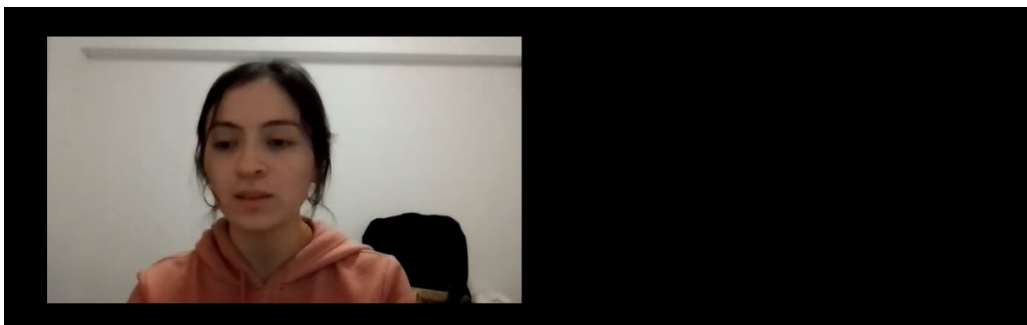
notar síntomas de ansiedad, lo primero que hizo fue pedir ayuda a sus padres y fueron ellos los que la ayudaron a acudir al psicólogo, ya que para la entrevistada no fue fácil procesar la idea y verse envuelta en una situación que anteriormente la veía muy lejana. Cuatro años después, sigue yendo al psiquiatra y sigue medicada, visto que la situación la volvió una persona ansiosa debido a la presión de aprobar los cursos de la universidad. Por ahora trata de estar enfocada en cosas que le gustan, invierte su tiempo libre pintando en acuarelas, metiéndose a talleres de su carrera, hace deporte (yoga), medita todas las noches antes de dormir, trabaja y eso la mantiene ocupada el mayor tiempo posible. Además, tiene mucha gente que está pendiente de su bienestar, lo cual también hace que la recuperación sea más rápida. Finalmente, no considera que esto sea una discapacidad intelectual, pero sí al momento de relacionarse, ya que, así sea algo leve, cualquier dificultad que implique pedir ayuda, impacta de tal manera en la que relacionarte con los demás resulta difícil.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/nzGSyL9SbGc>

Tabla 10

Entrevista a usuario N°9

Entrevistado 9: Pablo Antonio Florencio Salazar - 26 años



Según el entrevistado, a inicios de la pandemia fue algo complicado para todos. En su caso, antes de que el virus empiece a propagarse, ya sufría de ansiedad, y después de esto, el avance había empezado a tener un retraso. Para él, su salud mental es muy importante y, aunque aún haya ese estigma de que solo son pensamientos negativos, hay que tener claro que a veces es algo involuntario y se tiene que tratar con medicamentos o ayuda profesional. Algunas personas que sufren de ansiedad o depresión no acuden a un profesional para buscar apoyo, debido al desconocimiento. El usuario considera que, en el Perú, no existe esa cultura de preocuparse por la salud mental, sin embargo, estos problemas son más complicados de tratar. Por otro lado, no ha visto campañas que incentiven sobre la salud mental. Noticieros sí, pero por parte del Estado no ha notado el interés suficiente frente a estos casos. En su caso, cuando se enteró que sufría de este problema, lo primero que hizo fue ir al neurólogo, porque usualmente tenía dolores de cabeza, pero luego empezó a tener ataques de pánico. Así que, después de dar sus síntomas, acudió al psicólogo y este lo derivó al psiquiatra. Actualmente, necesita de sus pastillas para calmar cualquier problema que venga a su mente, sin embargo, espera que con el tiempo logre recuperarse completamente, con el apoyo de su familia, siendo optimista y distrayéndose con amigos, series, ejercicio o trabajo. Finalmente, opina que cualquier persona puede llegar a padecer de un trastorno mental por algo que le haya pasado en su vida o algún trauma, pero si se trata a tiempo esto no tiene por qué ser una incapacidad.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/s8IOyL5GNDc>

Tabla 11

Entrevista a usuario N°10

Entrevistado 10: Julissa Chavez - 24 años



Según la entrevistada, cree que la presente coyuntura ha afectado a la salud mental de las personas negativamente, porque no esperaban vivir una situación así, estaban acostumbradas a salir, ir a su trabajo, a la universidad y estar encerrados, en sus casos, incluso puede llevarlos a sufrir depresión. Julissa considera que las enfermedades de salud mental son riesgosas o pueden llegar a serlo, ya que si no se trata a tiempo, las personas con casos avanzados han llegado hasta el suicidio. Es importante tomarle importancia a la salud mental. Por otro lado, nos comentó que algunas personas con ansiedad/depresión no acuden a un profesional para buscar apoyo por el tema económico, “el tema de salud mental es caro y creo que el estado no lo promueve mucho. Yo llevé terapia un tiempo con un psicólogo y sí me cobraba un poco caro”. También, considera que el Estado peruano no presenta acciones para afrontar estas enfermedades, pero considera que, en Instagram, a principios de la pandemia, se incentivaba con una línea telefónica para que recurran ahí, puesto que había varios casos de depresión. Así mismo, le preguntamos qué acciones tomó cuando se enteró de que sufría de ansiedad y nos comentó que conversaba con su familia y amistades y que el mejor consejo que le dieron fue acudir con un psicólogo y llevar terapia. Le preguntamos si piensa que su problema de ansiedad tenga solución y nos dijo que sí

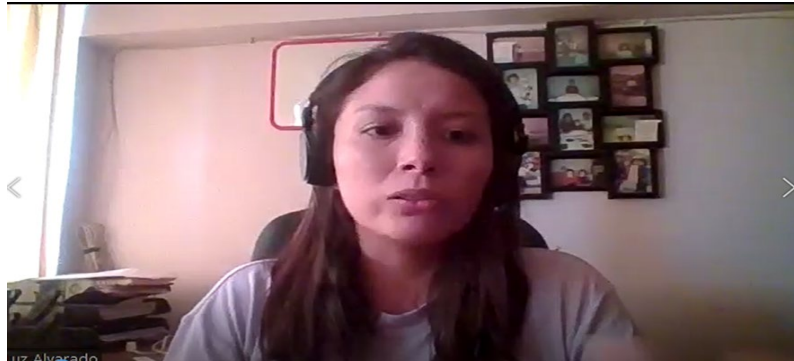
“en realidad llevando terapia y siguiendo las pautas del psicólogo sí puedes llegar a superar la enfermedad que se tenga. En casos extremos que van al psiquiatra ya es más complicado porque tienen que ingerir pastillas”. Queríamos saber también cuáles son las actividades que realizas para no pensar en su enfermedad y nos comentó que hacer ejercicio, empezó a ir al gimnasio y ayudó bastante. Por otro lado, le preguntamos si ha sentido que su forma de pensar ha cambiado y nos dijo que, de repente, en la manera en que actuaba, sí ha mejorado y, también, ha pensado más positivamente. Queríamos saber si consideraba que los trastornos mentales son un tipo de discapacidad y nos respondió “Sí, porque si no se llega a tratar perjudica a una persona y no la deja avanzar en su vida, se estanca”. Finalmente, queríamos saber su opinión acerca si padecer de una enfermedad mental influye en la manera de relacionarte con los demás y nos comentó que “sí, porque cuando padeces de salud mental es probable que no te den ganas de hacer muchas cosas y lleva a la falta de confianza que luego afecta al relacionamiento con las demás personas”.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/QkjW4BqE8zc>

Tabla 12

Entrevista a usuario N°11

Entrevistado 11: Luz Valeria Alvarado - 26 años



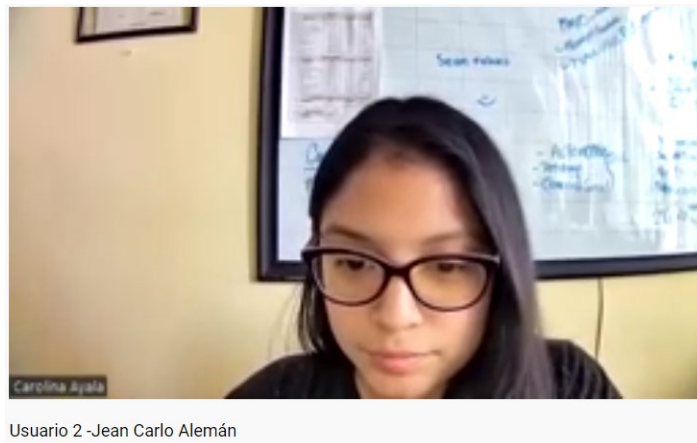
La entrevistada nos cuenta que debido a la pandemia no pudo ver a sus familiares cercanos, como su padre, ya que por cuarentena tuvo que quedarse en otro departamento del país y eso le trajo mucha ansiedad. Además, nos cuenta que no se daba cuenta de lo que tenía porque pensaba que era algo de salud, relacionado con falta de vitaminas, porque se sentía mal. Por lo que se hizo análisis y exámenes médicos y no salía nada. Asimismo, ella siempre se sentía ansiosa, debido a que creía mucho en las cosas que le podía pasar y le sudaban las manos siempre cuando se sentía así. Ella, al darse cuenta de que en sus exámenes médicos no sale nada, opta por ir a un especialista que le recomendaron en una clínica y este le diagnostica ansiedad. Ella tuvo varios meses de terapia con su psicólogo y pudo mejorar de a pocos. Igualmente, resalta que al entrar a la universidad su ansiedad también aumentó, por lo que aún sigue yendo a su psicólogo de vez en cuando. Por último, ella resalta que ha mejorado mucho desde que empezó su tratamiento y que hace deporte, sale a caminar para poder relajarse y con esto ha podido controlarlo, además que no considera que sea una discapacidad para ella tener ansiedad, ya que ha podido tener una vida social normal.

Link de la entrevista: https://youtu.be/d_waiz4MNx0

Tabla 13

Entrevista a usuario N°12

Entrevistado 12: Jean Carlo Alemán - 27 años



El usuario nos narra que sí considera que la pandemia ha afectado a las personas, ya que estuvo mucho tiempo encerrado en casa. También, considera que la salud mental puede llegar a ser peligrosa si no se trata a tiempo. Él opina que el principal motivo por el cual las personas no buscan apoyo de un profesional es que aún es un tema tabú en la sociedad. Considera que el Estado peruano no puede afrontar estas enfermedades, porque no se tiene un presupuesto debido a toda la corrupción. Asimismo, se enteró de que sufría de ansiedad en la época de colegio, ya que él se consideraba un niño muy inquieto y resalta que tenía problemas con el corazón, por lo que tuvo que ir al cardiólogo. Todo esto sumaba a su ansiedad, por lo que aumentó. Jean Carlo fue a verse con un especialista, quien le ayudó a entender que su problema con el corazón no tenía que ver con la ansiedad y fue mejorando de a pocos. Lo que le recomendó su psicólogo fue que haga actividades que le guste y fue lo que hizo, tocaba guitarra, salía a correr y leía libros. Con todo esto mejoró

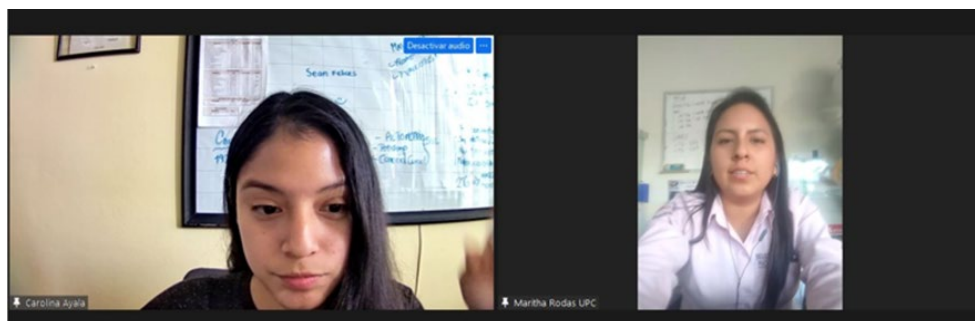
mucho, recalca. Él cree que su ansiedad sí tiene solución, ya que él se ha informado mucho del tema con libros y con las sesiones. Además, en el ámbito social no se ha sentido afectado en ningún momento.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/h-Lb8nHxySg>

Tabla 14

Entrevista a usuario N°13

Entrevistado 13: Maritha Rodas - 25 años



La entrevistada nos cuenta que la coyuntura le trajo ansiedad, puesto que no podía ver a su familia como hermanos y sobrinos el cual siempre veía los fines de semana. Además, ella opina que la salud mental puede llegar a ser riesgosa si no se detecta a tiempo o no se pide la ayuda correcta. Ella piensa que la mayoría de personas tienen vergüenza al no acudir a un especialista y prefieren hablar con amistades de sus problemas. Piensa que el Estado peruano no es eficiente en lo que trata la salud mental, ya que nunca le ha llegado o a visto anuncio sobre eso en ninguna plataforma digital o física. Maritha nos cuenta que al principio no se daba cuenta de sus manías, fue en la época cuando salió del colegio, ella comía mucho y se mordía las uñas hasta que sus padres se dieron cuenta de que ese comportamiento no era normal, por lo que fue a una psicóloga. Ella fue un periodo

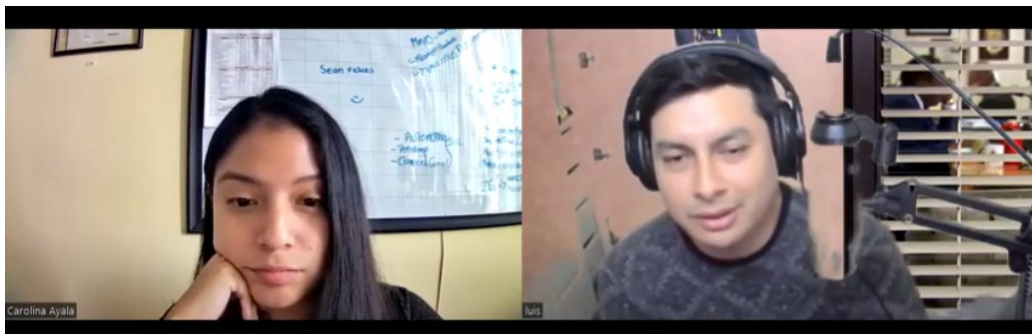
de 4 a 6 meses de tratamiento. Ella resalta que su problema fue que no tenía nadie a lado, ya que es la hija menor y sus hermanos mayores ya ni vivían con ella y su mejor amiga ya no la frecuentaba. Ella siente que ahora ha cambiado de pensamiento con respecto a cuando recién llevaba el tratamiento. Así mismo, ella no considera que su ansiedad haya interferido con sus labores en la universidad y/o trabajo haya interferido. Por último, ella considera que socialmente es tímida, pero que su problema con la ansiedad no es un factor que no deje ser sociable.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/CVv7ZeWsb9E>

Tabla 15

Entrevista a usuario N°14

Entrevistado 14: Luis Pujaco Espinoza - 28 años

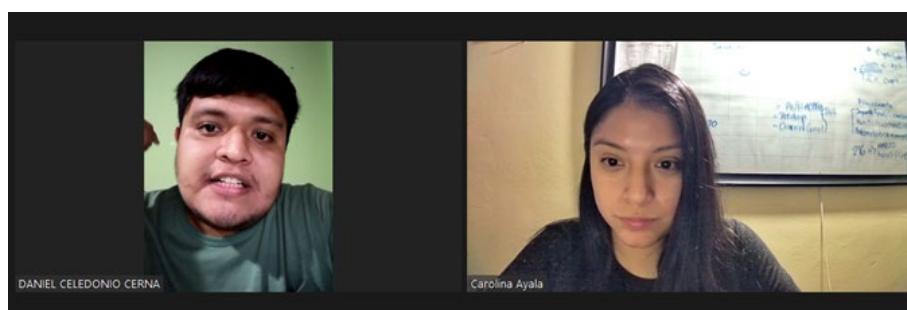


Él cree que la coyuntura le ha afectado, pues al estar encerrado sentía que no podía “salir” de sus problemas, ya que disfrutaba de ir a trabajar y no pensaba en otras cosas. Además, opina que son riesgosas las personas con depresión y que hay algunas que no saben cómo lidiar con esta enfermedad, que debe ser tratada. Asimismo, Luis supone que la gente no se trata porque es un tabú, que se ve mal ir. Él nos narra que existen varios tipos de ramas de la psicología, las cuales se deberían dar a conocer. Del mismo modo,

opina que sí ha visto que el Gobierno ha brindado ayuda, pero que no es constante. Por otro lado, él nos narra cómo es que se enteró, fue cuando estaba en la universidad y después tuvo un evento que lo marcó, por lo que le dio depresión. Entonces, sintió que no podía más y acudió a un especialista. Así mismo, cuenta que sí hay solución cuando se tiene depresión, solo que uno debe darse cuenta y ayudarse a sí mismo, ya que es todo un proceso y se tiene que ser constante. Además, siempre se tiene que batallar la depresión, pues puedes avanzar, pero también decaer por diferentes motivos. Lo que él hace para distraerse es su trabajo, yoga, caminar, montar bicicleta y cuando se siente así busca actividades para desconectarse (ver películas y/o salir a comer con amigos). Su forma de pensar después del tratamiento ha cambiado, ahora ya no piensa en cosas malas, y se enfoca en las cosas que pueda mejorar y/o reformarlas. Del mismo modo, considera que puede ser discapacidad enfermedades más severas como el borderline. Por último, reflexiona que sí impacta socialmente, ya que en su caso él salía y no disfrutaba el momento, se sentía solo así esté con amigos. Resalta que a veces no le gustaba estar con sus amigos y estaba como en modo robot, pensaba mucho en cosas fuera de la realidad y que su ansiedad lo hacía pensar de más.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/e1KhS-IGZKq>

Entrevistado 15: Daniel Celedonio Cerna - 27 años



Él piensa que la pandemia ha generado distanciamiento, y esto genera que las personas más sociables sean ahora sedentarias o tengan malas conductas alimenticias. Las enfermedades mentales sí son riesgosas, cree él, ya que pueden hacer daños a las mismas personas. Él supone que las personas no van a un especialista por vergüenza y que aún es un tabú. Por el lado del Gobierno, sabe que sí se tiene programas, pero para casos de la mujer o maltratos familiares, por lo que falta reforzar en los colegios y que sus programas no son especializados del todo. Daniel nos narra cómo es que se da cuenta, fue en la secundaria, cuando él mismo se percató que hacía todo en exceso y aparte un amigo se lo comentó, por lo cual, se fue a ver con un especialista. Asimismo, resalta que sí es consciente de su problema. Al principio, creía que era normal, pero le diagnosticaron que no, entonces llevó un tratamiento. La solución que él nos narra es que cuando estaba preparándose para la universidad lo ayudó para controlar sus tiempos y horarios. Él realiza actividades como ejercicios de respiración, sale a caminar y leer, esto hace que su mente esté tranquila y en paz. De igual manera, opina que su forma de pensar ha cambiado, ahora toma las cosas moderadamente en sus manías (repetir todo). En su caso, no considera que sea una discapacidad su ansiedad, ya que ha hecho todas sus cosas normalmente. Por

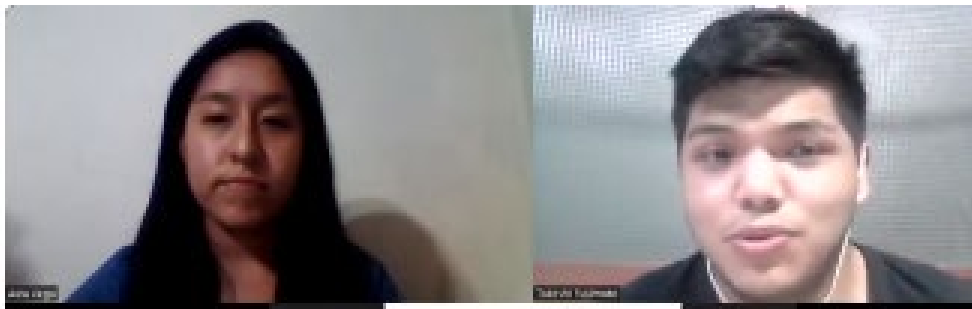
último, socialmente piensa que las personas pueden tratarlo distinto, pues al observar puede que lo vean como “loco”, por el hecho de que tiene una obsesión por el orden y la limpieza y esto puede que lo afecte a primera impresión.

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

Tabla 17

Entrevista a usuario N°16

Entrevistada 16: Aiza Vega Guzman



Según la entrevistada, considera que la coyuntura actual ha repercutido de forma negativa en su salud mental, ya que al estar encerrada en casa no puede realizar las actividades que solía hacer. Asimismo, comenta que considera riesgoso estos problemas o ataques que sufre, debido a que estos generan distracción al momento de hacer sus deberes caseros y laborales. Por un lado, la entrevistada explica que no ha contactado a ningún profesional por la razón de que no tiene la confianza para explicar sus problemas, en otras palabras, afirmó ser una persona muy reservada con sus problemas. Asimismo, comenta que las demás personas prefieren arreglar sus problemas por su cuenta y tienen miedo a compartir sus cosas personales. Por otro lado, afirma haber visto en publicidad del Gobierno, métodos de apoyo contra la ansiedad y depresión por medio de llamadas; sin embargo, no las utilizó porque no lo creyó necesario. Además, ella comenta que tomó la

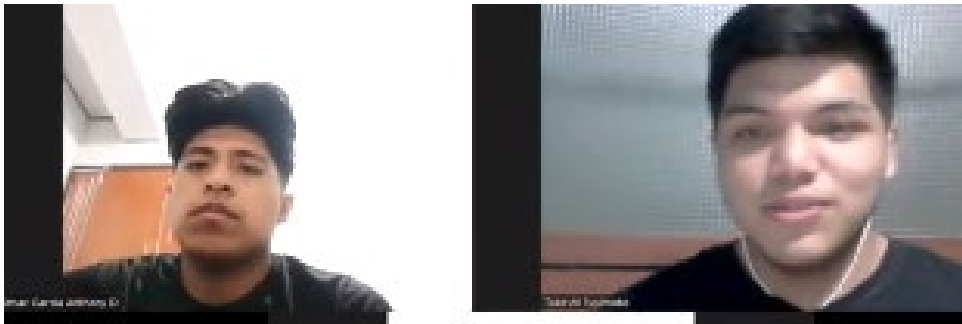
iniciativa para solucionar sus problemas de ansiedad comunicándose con su mamá, no obstante, ella no era una persona calificada para poder aclarar sus dudas. También, buscó referencias en diversas páginas y redes sociales con el fin de aliviar sus ataques de ansiedad. Encontraba situaciones similares en las que se podía identificar, sin embargo, los comentarios o sugerencias no bastaban para contrarrestar su problema. Asimismo, la entrevistada comenta que es consciente de que aún no ha solucionado sus problemas del todo, sin embargo, ella considera que sí hay solución para estos ataques que presenta. La entrevistada, nos explica que para aliviar sus problemas sale a pasear a sus mascotas o sale a comer con sus amigos. También, nos comenta que no considera una discapacidad estos problemas que repercuten en su personalidad. Finalmente, cierra su entrevista mencionando que estos problemas si afectan a su forma de relacionarse con los demás, ya que al ser una persona reservada no tiene facilidad de comunicación con personas desconocidas.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/LM-Q2WK4aCU>

Tabla 18

Entrevista a usuario N°17

Entrevistado 17: Anthony Rimac García

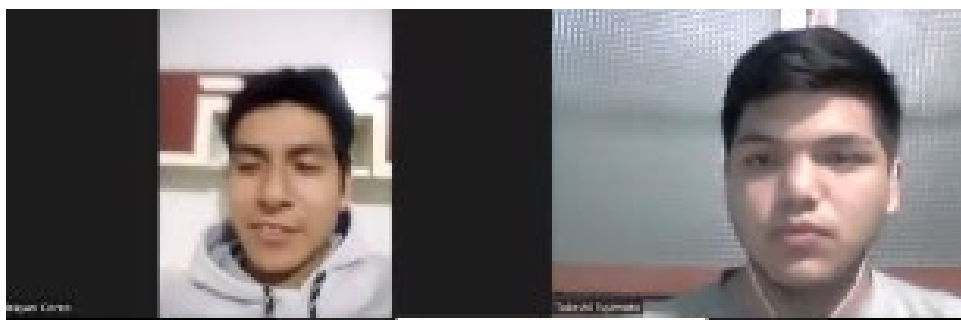


El entrevistado considera que la coyuntura actual ha repercutido de forma negativa

en su salud mental, ya que él solía salir a jugar con sus amigos para distraerse, pero por las medidas sanitarias tuvo que aislarse. Asimismo, considera peligroso estos problemas de ansiedad o depresión, debido a que provocan sentimientos negativos en su persona y ocasionan un bajo rendimiento en sus deberes caseros. Por un lado, el entrevistado explica que no ha contactado a ningún profesional por el simple hecho de que prefiere solucionar sus problemas solo y también le da vergüenza que otras personas no conocidas escuchen sus ataques, en otras palabras, tiene miedo a que se burlen de su condición, ya que tiene malas experiencias pasadas. De igual forma, comenta que las demás personas prefieren arreglar sus problemas por su cuenta y tienen miedo a compartir sus cosas personales. Por otro lado, comenta que no ha visto ninguna publicidad del Gobierno sobre métodos de apoyo contra la ansiedad y depresión. Además, Anthony comenta que para solucionar sus problemas de ansiedad comenzó a comentarlo a algunos amigos con el fin de escuchar qué pensaban sobre ello, cosa que no le aportó muchas soluciones. Asimismo, menciona que es consciente de que aún no ha solucionado sus problemas del todo; sin embargo, cree que sí hay solución para la depresión que presenta. El entrevistado nos explica que para aliviar su situación sale con sus amigos a pasear, jugar fútbol o jugar videojuegos. También, nos comenta que no considera una discapacidad estos problemas que está pasando actualmente. Finalmente, cierra su entrevista mencionando que estos sí afectan a su forma de relacionarse con los demás, siempre y cuando las personas con las que se va a relacionar sean completamente desconocidos, en el peor de los casos, prefiere estar callado y no dialogar.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/o7jZZw0HjiU>

Entrevistado 18: Brayan Corzo Lopez



El entrevistado considera que la coyuntura actual ha repercutido de forma negativa en su salud mental, física y monetaria, ya que él solía salir a distraerse, realizar ejercicios y trabajar. Posteriormente, volvió poco a poco a efectuar sus actividades, pero el ámbito educativo no fue lo mismo para él con respecto al método virtual. Asimismo, considera que es riesgoso, pues la depresión y ansiedad son temas muy delicados en los cuales hay casos en los que las personas llegan hasta el punto de quitarse la vida. Cabe resaltar que el entrevistado no ha contactado a ningún profesional por el simple hecho de que prefiere solucionar sus problemas solo, ya que no siente necesario comunicar sus problemas a otra persona para que él encuentre la solución. Él prefiere encontrar la solución mediante su esfuerzo y valor para erradicar estos problemas que presenta. Asimismo, comenta que al igual que él, otras personas prefieren arreglar sus problemas por su cuenta. Por otro lado, comenta que observó la publicidad del Gobierno sobre métodos de apoyo contra la ansiedad y depresión, la cual era mediante llamadas; sin embargo, comentó que era para mujeres y para mayores de edad. Además, Brayan comenta que para solucionar sus problemas de ansiedad comenzó a estudiar más y esforzarse cada día para mejorar sus calificaciones y no sentir esos “bajones”. Asimismo, el entrevistado comenta que es consciente de que aún no ha solucionado sus problemas, ya que aún sigue teniendo

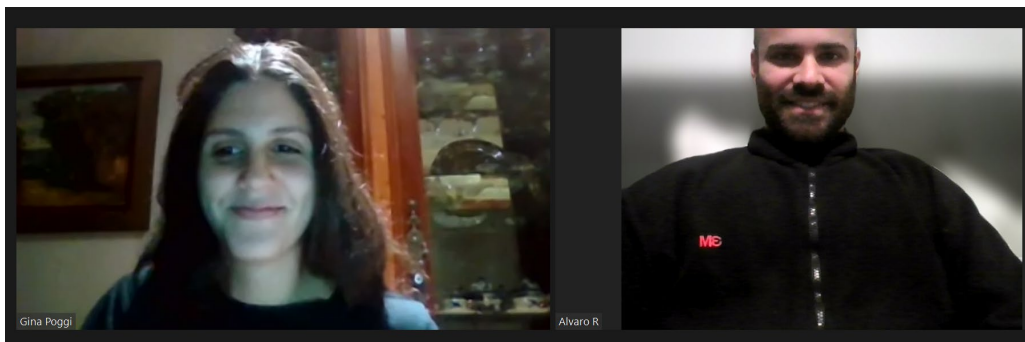
algunas malas calificaciones que afectan su autoestima, pero cree que sí hay solución para estos problemas de depresión que presenta. Igualmente, nos explica que para aliviar sus problemas sale con sus amigos o su enamorada a comer, y escucha podcasts en YouTube. También, opina que no considera una discapacidad estos problemas que presenta de vez en cuando. Finalmente, cierra su entrevista mencionando que estos problemas no afectan su forma de relacionarse con los demás, ya que su depresión es con base en sus bajas notas y él siente que capacitándose mejor puede salir adelante de estos problemas que presenta; no obstante, sí comentó que no estaría mal hablar con un psicólogo para aclarar sus dudas y sobrellevar de manera óptima su vida diaria.

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

Tabla 20

Entrevista a usuario N°19

Entrevistado 19: Gina Poggi - 25 años



La entrevistada tuvo un cuadro de depresión a los 16 años. Nos menciona, con respecto a la primera pregunta, que ella considera que hay dos bandos, el primero son las personas a las que afectó negativamente la pandemia en sus vidas, ya que te distancias de la realidad, de la rutina, estás aislado y en un mismo lugar encerrado genera sentimientos de ansiedad y estrés que afecta en tu día a día. Mientras que, el otro bando,

es el que puede haber sido afectado positivamente, permitiendo que se den cuenta de muchas cosas personales, crecimiento personal, la oportunidad de hacer nuevas cosas en cuanto a sus planes de vida, experimentar cosas nuevas, nuevas actividades que antes no las hacían por hacer otras, etc. Nos dice que “claro que las enfermedades de salud mental son riesgosas” porque muchas de estas enfermedades tienden a ser suicidas, de autoeliminación y autoherirse, entonces sí pueden llegar a ser peligrosas. Cree que algunas personas no acuden a pedir ayuda profesional por “roche” de contar su propia experiencia o quizás el miedo de no llegar a confiar en esa persona, así sea un profesional, no confían en que pueden ayudarles y consideran una pérdida de tiempo las terapias. Considera que el Estado peruano sí tiene campañas de ayuda y que están más a la mano de las personas, pues son campañas digitales y ahora se vive en un mundo más digital que se toman más en cuenta. Igualmente, ella no está tan informada, pero es de lo que ha escuchado. Gina se percató de su problema de salud mental por los síntomas que tenía, nos dice que muchas veces lo que pasa cuando una persona tiene depresión es que en esos momentos uno no recuerda mucho lo que hace, después que pasan algunos años no llegan a recordar claramente cómo se sentían o cómo reaccionaste. Ella se dio cuenta de este problema cuando estuvo en su punto más bajo y sabía lo que tenía que hacer al respecto y en ese momento lo habló con personas con las que ella se sentía cómoda, por ejemplo, no habló con psicólogos porque desde su perspectiva pasada no tuvo una buena experiencia con uno de ellos y acudió a sus papás, amigas y hermanas. No es que haya tomado en particular una acción, con el tiempo se fue dando cuenta de muchas cosas y fue madurando, lo que la llevó a poder aprender a vivir con ese problema emocional. Ella sí cree que exista solución a su problema de salud mental, menciona que estas personas que sufren estos males deben saber que no pueden juzgarse, sino decir que tienen un problema externo que las está afectando para que puedan enfrentarlo y resolverlo más adelante con fuerza de voluntad. Las actividades que ella hizo en esos momentos fueron hacer cosas

que le gustan como pintar y escuchar música, entonces trata de hacer actividades como esas cuando sabe que tiene muchos pendientes de la universidad y el trabajo para desestresarse dándose un tiempo para ella misma y para distraerse. Ella entiende los momentos que están pasando y no guarda sus emociones, hace lo que le provoca hacer en ese momento como llorar o reír. No se obliga a hacer cosas que no quiere hacer. Nos dice que sí sintió que su forma de pensar cambió con respecto a años atrás, cuando ella comenzó con el cuadro de depresión, estaba completamente en negación y se autojuzgaba, pero luego se dio cuenta de que no era la manera de poder superar estos temas y ahora toma las cosas con mejor disposición. Nos menciona que no sabría definir si un trastorno como el que sufrió es considerado una discapacidad, pero opina que no sería lo correcto considerarlo como tal porque hay situaciones que los trastornos no te permiten hacer algunas cosas de tu día a día, no es una persona discapacitada que no pueda hacerlo, sino que no quiere por su situación. Finalmente, nos dice que un trastorno de salud mental sí influye en la manera que nos relacionamos con los demás, tanto positiva como negativamente, porque cuando pasas por estos momentos te aíslas mucho de tu círculo social, debido a que simplemente no te provoca verlos y dejas de compartir con algunas personas, pero con otras creas lazos más fuertes que antes porque en esos momentos te apoyaron y ayudaron a salir adelante con un tema complicado por el que estabas pasando.

Link de la entrevista: https://youtu.be/FVAws_nGZdl

Entrevistado 20: Nicolas Cayo



Según el entrevistado, considera que las personas no han tenido muchas opciones con qué distraerse y se han generado muchos espacios en donde pueden pensar acerca de sus problemas y empeorar la situación mental en la que estaban. Con respecto a si considera que las enfermedades de salud mental son riesgosas o pueden llegar a serlas, nos menciona que, de no ser tratadas, sí pueden llegar a ser riesgosas, porque la persona puede seguir desarrollando su enfermedad mental hasta el punto de hacerse daño y también puede generar daños psicológicos a las personas que frecuenta. Por otro lado, cree que algunas personas con ansiedad/depresión no acuden a una persona profesional para buscar apoyo, pues les genera vergüenza o no consideran que su problema sea lo suficientemente serio para acudir a un especialista. También, el Estado peruano no ha tenido amplificación de noticias de este tipo, por lo que no tiene conocimiento sobre si presenta acciones contra este tipo de mal. Con respecto a su situación, cuando se enteró de que sufría de ansiedad/depresión, acudió a un especialista para recibir ayuda y acompañamiento, y también trató de conocerse lo más posible para entender sus problemas. Igualmente, menciona que su problema de ansiedad sí tiene solución, porque partió de un problema cognitivo que uno puede aprender. Las actividades que realizas para

no pensar en su enfermedad es hacer deporte y pasar tiempo con amigos. Su forma de opinar ha cambiado porque ahora se conoce más y entiende por qué piensa lo que piensa. Nicolas considera que los trastornos mentales son un tipo de discapacidad, debido a que pueden impedirte llevar a cabo actividades cotidianas. Finalmente, sí cree que padecer de una enfermedad mental influye en la manera de relacionarte con los demás, porque puedes tener una ansiedad relacionada con lo social que te impida desarrollar amistades.

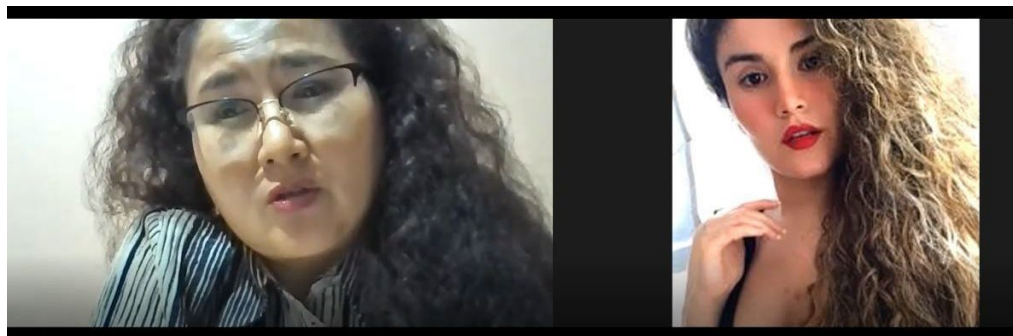
Link de la entrevista: https://youtu.be/FRAus_O0t5I

2.5.2. Entrevista a expertos

Tabla 22

Entrevista a experto N°1

Entrevistada 1: Psicóloga Carmen Rosa Hurtado Laura



La experta que ha sido entrevistada es la psicóloga Carmen Rosa Hurtado, quien tiene 48 años. Es egresada en Educación Especial en la Universidad La Cantuta y cuenta con una maestría en “problemas de aprendizaje” en la Universidad Particular Ricardo Palma. Con respecto a la entrevista, la psicóloga nos comenta que las enfermedades de trastorno mental han aumentado, sobre todo por la coyuntura que se está viviendo a raíz de la pandemia, puesto que muchos jóvenes han tenido que cambiar esa rutina de

constante actividad para quedarse en casa sin tener cierto ambiente social, y esto generó que se incremente el trastorno obsesivo-compulsivo, ansiedad generalizada y depresión. Asimismo, ha afectado mucho más a niños y jóvenes adultos. Además, hay una investigación de la Universidad Cayetano Heredia y del Hospital Larco Herrera, donde menciona que hay un aumento de estas enfermedades, ya que su indicador de estos centros de salud mental es la capacidad de personas que van a atenderse cada día, y claramente está habiendo mayores registros de estos. Por otro lado, también nos dice que estas enfermedades mentales no están consideradas como una discapacidad, puesto que muchas de las personas que padecen de esto pueden hacer su vida de la forma más normal posible; sin embargo, hay casos extremos que sí pueden considerarse una discapacidad como el tema de un autismo grave o un trastorno obsesivo extremo, pero según la ley peruana estas enfermedades mentales no son consideradas como tales discapacitantes. Las enfermedades mentales no tienen una cura exacta, y esto también va a depender mucho de la persona, hay algunas que van a necesitar tratamientos de por vida y otras que solo van a estar un tiempo determinado y estarán mucho mejor, entonces no se puede clasificar como que las enfermedades tienen una cura total, sino más bien un tratamiento o un control. También, muchas de las personas que padecen de enfermedades mentales nacen con gen que les hace más susceptibles a estas, lo cual ya ha sido comprobado científicamente. El Estado debe hacer campañas de detección, campañas de información para que las personas sepan qué deben hacer y cómo lo tienen que hacer, si hablamos a largo plazo debe invertir un poco más, instalar postas en sitios rurales para un mejor manejo de la salud mental. Si bien hay una línea telefónica 100 para estos tipos de problemas mentales, muchas veces o está saturado, o simplemente no atienden la llamada.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/Sa4luhO0t5I>

Tabla 23

Entrevista a experto N°2

Entrevistado 2: Psicólogo Rodrigo Barco - 28 años



El experto que ha sido entrevistado es el psicólogo Rodrigo Barco, quien tiene 28 años. Con respecto a la entrevista realizada, considera que en este momento las enfermedades de carácter mental han incrementado y que normalmente aumentan cada año, debido a muchas razones, una de ellas es la tecnología, por ejemplo, una persona que está en un cuadro depresivo y ve a alguien que en las redes sociales está increíble y le está yendo muy bien, las puede patologizar más. La segunda pregunta fue si las enfermedades mentales tienen cura y cómo podemos tratarlas y mejorar la salud mental, a lo que nos respondió que “sí tienen cura como la ansiedad social, depresión o fobias y algunas tienen de por vida un tratamiento como la bipolaridad y la esquizofrenia, pero al tratarlas se puede llevar mucho mejor y puedes llevar una vida casi normal”. Los mejores tratamientos son cuando combinan fármacos con terapias psicológicas, cada caso varía, pero por lo general es lo ideal. Sin embargo, la mejor forma de tratar una enfermedad es con la prevención de la misma, ya que tiene un mucho mejor pronóstico. En cuanto a si tener un trastorno mental se considera una discapacidad, nos comenta que no, que “existen diferentes tipos de trastornos que sí podrían caer dentro de esa calificación, pero la enfermedad mental como tal no se considera una discapacidad. Una persona con depresión, ansiedad o bipolaridad pueden tener una vida muy funcional, puede ser tu vecino y puedes no saberlo”. Por otro

lado, le preguntamos cómo una persona puede darse cuenta si padece de alguna enfermedad mental y cuáles son los principales síntomas que se presentan y nos dijo que depende del caso, los indicios pueden afectar en varios niveles: familiar, social, laboral y que no puedes tener una vida normal para ejercer en esos ámbitos. Puede ser un síntoma de sufrimiento no tolerable. Una enfermedad llega a ser una cuando llega a causar un grado de disfuncionalidad, cuando afecta la vida cotidiana de sobremanera y no puedes seguir tu vida con normalidad si no es con terapias o fármacos. Como experto y profesional en el tema, queríamos saber qué es lo opina que debe hacer el Estado peruano para un apoyo eficiente y eficaz a largo plazo para estos trastornos mentales y nos dijo que la inversión es fundamental, luego nos explicó que se refiere a hacer campañas de detección, campaña de información y postas de salud mental, ya que actualmente están muy lejos de las personas. También, una línea telefónica efectiva que no se demore tanto porque la que actualmente opera se demora mucho. En los colegios también, porque nadie nos enseña cómo gestionar emocionalmente cómo nos sentimos. Todas las alternativas anteriores a largo plazo son opciones muy buenas. Con respecto a nuestra app, nos dice que podríamos aportar a nuestra plataforma unas encuestas a los usuarios para tener más información y registro e información no solo de las actividades, sino de las enfermedades también. Le preguntamos cuáles eran los medicamentos más usados para la depresión para poder entregar gratuitamente a las personas que acudan en busca de ayuda y nos respondió que depende del cuadro que tenga la persona “estos fármacos tienen que ser diagnosticados por un psiquiatra que es el indicado, siempre y cuando requiera la situación, ya que hay enfermedades mentales que con terapias psicológicas pueden ser curadas. Los fármacos más utilizados son estabilizadores de la hum, antidepresivos, ansiolíticos como el clonazepam o alprazolam, antipsicóticos, entre otros”. De igual modo, en búsqueda de ayudar efectivamente a personas que padecen de enfermedades mentales, queríamos saber cada cuánto tiempo deberían de ser tratadas y revisadas por un médico especialista

y nos contestó que cada caso es único, pero el promedio es de uno a dos meses de terapia, luego seguimiento al mes, luego a los dos meses y así continuando hasta los 6 meses. En cuanto a si las enfermedades mentales generalmente son genéticas o es más probable que se produzcan por las experiencias que una persona puede tener a lo largo de su vida, nos dijo que era una muy buena pregunta y que es una combinación de ambas, “la mayoría de veces se desarrollan por una combinación de componentes genéticos, como la bipolaridad y esquizofrenia, y un cuadro situacional se da, la enfermedad puede ser más grave. Si la enfermedad es por un tema endógeno demora más para ser curada, pero si es exógena de un cuadro externo es más rápida curarla”. Finalmente, le preguntamos cómo pronosticaba la recurrencia de personas con este tipo de trastorno o enfermedades mentales en el Perú y nos dijo que cada año hay más de varios tipos. En Perú la depresión es la cuarta enfermedad que causa más discapacidad, pero varía según el país.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/XpDKfh0eCyc>

Tabla 24

Entrevista a experto N°3

Entrevistado 3: Psicólogo Raúl Carvajal

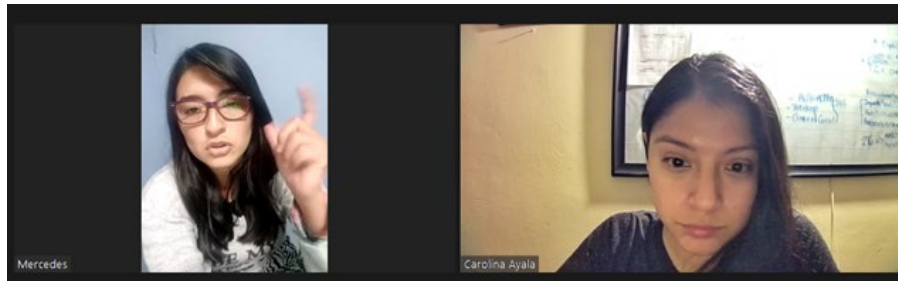


Se entrevistó al psicólogo Ral Carvajal, quien es de Colombia y es un gran

experto en estos temas de enfermedades mentales. Desde su punto de vista, en la pandemia han aumentado muchos casos que sufren de ansiedad y depresión. Esto debido a que el mismo aislamiento hace que la persona se conozca a profundidad. Asimismo, la gravedad de la enfermedad mental va a depender del tratamiento que uno lleve posterior al diagnóstico que se informa. El mayor problema para estas personas es la disfuncionalidad en diferentes aspectos, ya sea laboral, académico o familiar, esto conlleva a cómo poder sobrellevar este tipo de dificultades. Entre ellos, uno de los síntomas es el no querer conocer a personas, no solucionar por uno mismo algún problema. Es importante el seno de la familia para poder llevar esta enfermedad. Es por ello que considera que el Estado peruano debe brindar un mayor soporte a las familias con la finalidad de poder enseñar a como convivir entre sí, ya que se debe prevenir el apoyo familiar para hacer soporte a este tipo de personas que sufren de este tipo de enfermedades. Asimismo, la depresión o ansiedad no tienen cura, pues puede ser genético o que se desarrolle en un momento sin pensarlo, por ende, va a ser crucial poder tomar una gran decisión al acudir a un profesional para recibir apoyo emocional. Por otro lado, uno que conoce a este tipo de problemas es bueno crear una buena empatía hacia ellos como escucharlos, brindarle un soporte emocional para que ellos se puedan sentir tranquilos. Como ejemplo, las personas que se suicidan son los que no comentan nada y se van a la tumba con sus secretos, lo cual no es bueno para las personas que tengan depresión o ansiedad. En otro contexto, las personas que tienen este trastorno mental llegan a ser agresivos a cierto punto que dañan a cualquier persona, pero sin saber que lo están haciendo. En su mayoría de clientes ya llegan a su consultorio con una hipótesis de su problema y de ahí se realizan ciertos test psicológicos y exámenes para determinar su capacidad emocional.

Link de la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=V4_r90JKR08

Entrevistado 4: Mercedes Rivera Garibay



En la presente entrevista, Mercedes Garibay es psicóloga titulada de la UNFV. Ella nos narra que en la actualidad ya no son enfermedades mentales, sino “dificultades mentales”, se han incrementado, pues al estar aislado o no salir a trabajar o no tener objetivos específicos, a las personas les da ansiedad, sobre todo en personas mayores. Además, nos dice que las dificultades cognitivas tienen varias ramas y sí son una discapacidad, puesto que hay infinidad de trastornos. En lo que respecta al ámbito de ansiedad, son como 10 tipos, primero se tiene que conocer los criterios diagnósticos, un ejemplo claro es la depresión, como cuando una persona era muy alegre, hacía deporte o ya no contesta llamadas, esto se puede ver como primera alerta, o una persona que duerme mucho, esto puede estar empezando un cuadro depresivo. Así mismo, se tiene que ver cuánto tiempo la persona tiende a estar así para poder diagnosticar. Por otro lado, ella considera que el Estado peruano no trata al nivel preventivo, que es lo ideal. Un ejemplo son los colegios que posee apenas un psicólogo cuando tiene 1 000 alumnos, ella dice que se tiene que trabajar en prevención, ya que un niño puede convertirse en sociópata y esto sí es peligroso, por lo que el Estado debería invertir mucho más. Ella nos relata que las enfermedades mentales no se curan, pero se tratan con el tiempo y con ayuda de la medicación y bastante apoyo familiar. Se le preguntó qué implementaría en la app, y recomendó señales de alerta, como hizo el Gobierno para mujeres maltratadas, y que lo

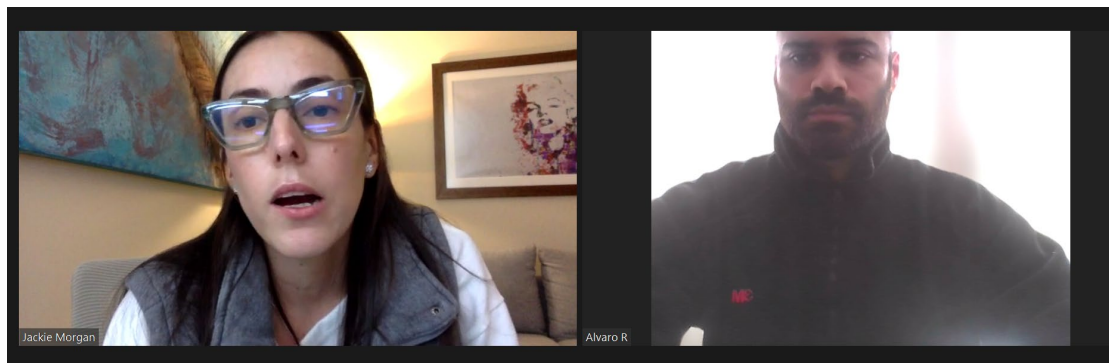
mejor es tratar la parte de la prevención. Por último, no considera que sean genéticos los problemas mentales, ya que por experiencia es que las personas tienen traumas de niños o nacen en familias conflictivas, excepto casos neuronales, por ejemplo, una mamá se golpea en el embarazo o un recién nacido se golpea. Para finalizar, resaltó que se debe tener una cultura de salud mental en la sociedad, porque mientras más personas sepan de casos, será más normal o estarán alertas, pues en la sociedad hay mucha ignorancia en el tema, y así se podrá evitar muertes o que se puedan hacer daño a sí mismos.

Link de la entrevista <https://youtu.be/LmSu7kQrRZ4>

Tabla 26

Entrevista a experto N°5

Entrevistado 5: Jackeline Morgan - 36 años



La experta que ha sido entrevistada es la psicoanalista Jackeline Morgan, quien tiene 36 años. Con respecto a la primera pregunta de la entrevista, nos dice que sí considera que las enfermedades de carácter mental han aumentado enormemente. No cuenta con información estadística, pero la demanda es más alta a raíz de la pandemia y sus condiciones que aumentaron son casos de pánico, depresión y la tasa de suicidios. También, la actualidad genera una mayor cantidad de trastornos, sobre todo a adolescentes y jóvenes, por la tecnología y el aislamiento de las personas. Nos menciona

que tener un trastorno mental no es considerado una discapacidad, pero depende del tipo de trastorno, el grado de funcionalidad de la persona. La esquizofrenia, por ejemplo, es una enfermedad que resta mucho sobre el grado de funcionalidad de la persona, pero incluso dependiendo de la gravedad del caso pueden ser medicados y la persona puede llevar una vida medianamente funcional. Con respecto a la detección de una enfermedad mental en las personas, nos dice que se pueden dar cuenta de ello a través de un malestar en cómo se siente la persona con respecto a su vida y otros trastornos más severos se expresan a través de síntomas más críticos y evidentes, por ejemplo, diagnósticos psiquiátricos que son medicados y tienen que ser acompañados de terapia. El Estado peruano, en opinión de la experta, para mejorar los problemas de salud mental en las personas tiene que tener una campaña de prevención, desde niños, tener charlas en colegios para poder empezar a cubrir las carencias y faltas que puedan tener en sus casas y prevenir desde el lado informativo a los padres para que estén alertas. Menciona que las etapas tempranas son las más importantes para que no llegue a desarrollar un problema psíquico de adulto. La cura de enfermedades mentales, para Jackeline, depende del diagnóstico, ya que hay pacientes que son crónicos y lo que se apunta en esos casos es que mejoren medianamente y aprendan a vivir con ese problema. Hay otras que son más tratables y tienen la posibilidad de ser curadas. Nos recomienda que podamos implementar un espacio para el usuario de podcasts, puesto que hoy en día se viene incrementando la audiencia de ese tipo de contenido. También, talleres y programas dirigidos a empresas y un chatbot en un rango de horarios para que las personas puedan tener respuestas instantáneas y se sienten apoyadas. Un trastorno mental puede ser causado por diversas situaciones y depende de muchos factores, pero uno de los más relevantes son los constitucionales, es decir, todos tenemos predisposición y factores que cada uno tiene que son personales, a dos personas les puede pasar lo mismo, pero a las dos personas les puede impactar de manera diferente. Ella cree que hay un factor de predisposición genética que es importante,

pero una persona no nace con algún problema o trastorno en su opinión. Uno nace bien, puede haber una predisposición y vivir experiencias traumáticas o dolorosas, obviamente puede generar algo. Podemos tratar de mejorar la salud mental de las personas con prevención, informando y con procesos terapéuticos, con personal especializado, comprometido y ético puede ayudar mucho desde edades bien tempranas de preferencia. Las personas pueden ser tratadas dependiendo del cuadro del paciente, no es lo mismo un paciente psiquiátrico con esquizofrenia que un paciente con un cuadro de ansiedad. La medicación es algo que se ve a veces muy a la ligera y los pacientes piensan que pueden administrarse la medicación con su propio criterio, pero esto no es así, es crucial, dependiendo de la etapa en la que está el diagnóstico, acudir al médico especialista y que él mismo le recete lo que necesita. Jackeline menciona que hay personas que no tienen que ser denominadas enfermas mentales, basta con que tenga un malestar psíquico para que puedan acudir a un profesional en búsqueda de mejorar su situación con un proceso terapéutico. Esto va a ir en aumento por muchas de las cosas que hoy en día estamos viviendo, los efectos del impacto de la tecnología, de cómo se construyen las familias, entre otros. Estos quizás generan más malestar psíquico que antes, por ejemplo, la sensación de vacío de las personas era algo que antes no se veía mucho en pacientes, pero ahora se ve con más frecuencia.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/9uFkvKeoWOQ>

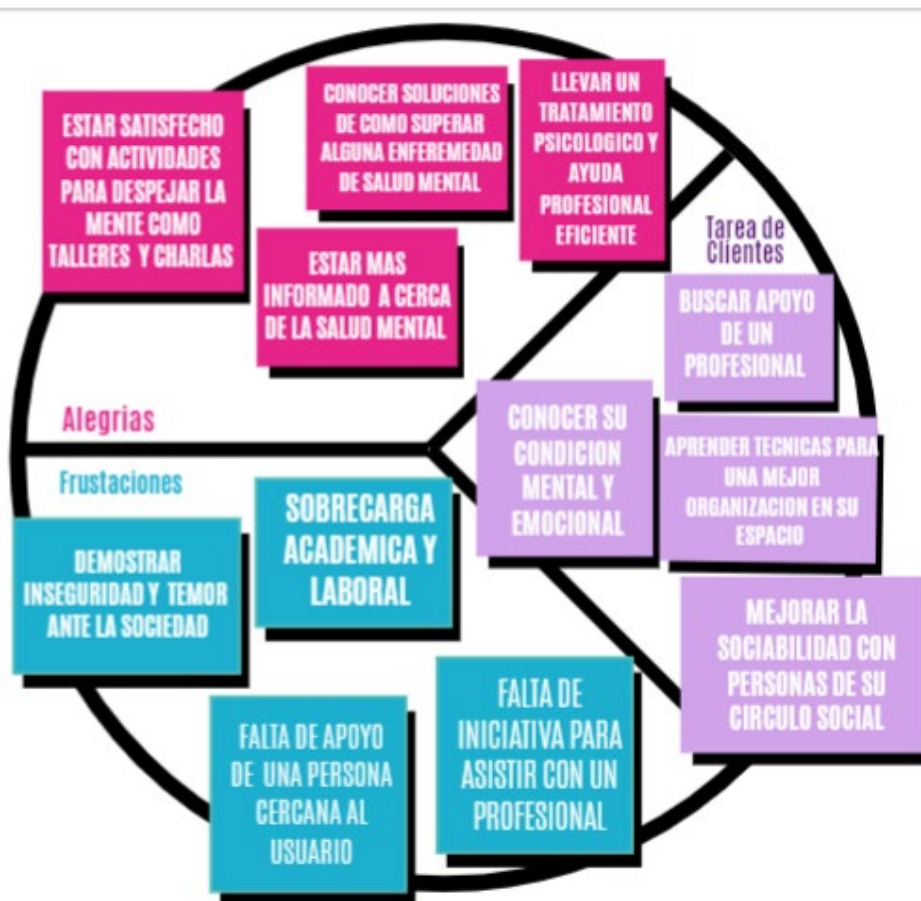
3. VALUE PROPOSITION CANVAS

3.1. Perfil del cliente

Realizar un perfil del cliente es sumamente importante para cualquier estrategia de marketing que se desea para la empresa, ya que permitirá adecuar los esfuerzos a los intereses y necesidades de las personas. Este perfil modelo está basado en datos recolectados de cada uno de los clientes, lo cual va a ser muy beneficioso para segmentar y saber más de tu público objetivo. Todo lo mencionado ha sido plasmado, desarrollado y detallado gracias a las entrevistas que efectuamos a usuarios y expertos en el tema de salud mental. En este lienzo de buyer se puede conocer un poco de los clientes con los cuales queremos mayor alcance y satisfacer sus diversas necesidades.

Figura 2

Perfil del cliente de Mente Sana



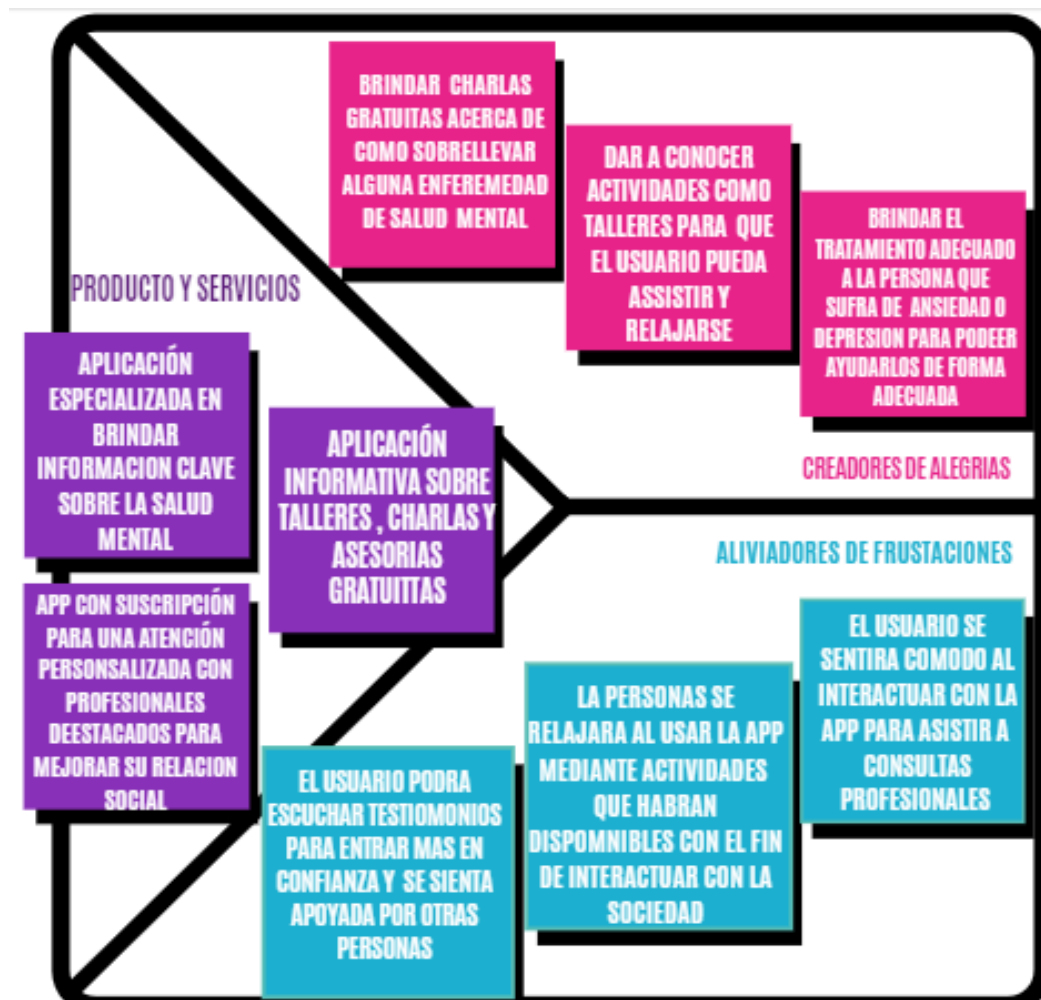
Nota. Elaboración Propia

3.2. Mapa de valor

Esto es una representación de la gestión de un proceso. El mapa tiene como finalidad mostrar las diversas etapas por las que pasa un proceso y señalar las diferentes características de cada una de ellas, también se podrá ver el valor que se va a aportar al servicio que uno requiere. En este caso, nosotros tenemos que armar un mapa de valor de nuestro proceso para ver qué es lo queremos otorgar a nuestros clientes y así brindarles soluciones satisfactorias.

Figura 3

Mapa de valor de Mente Sana



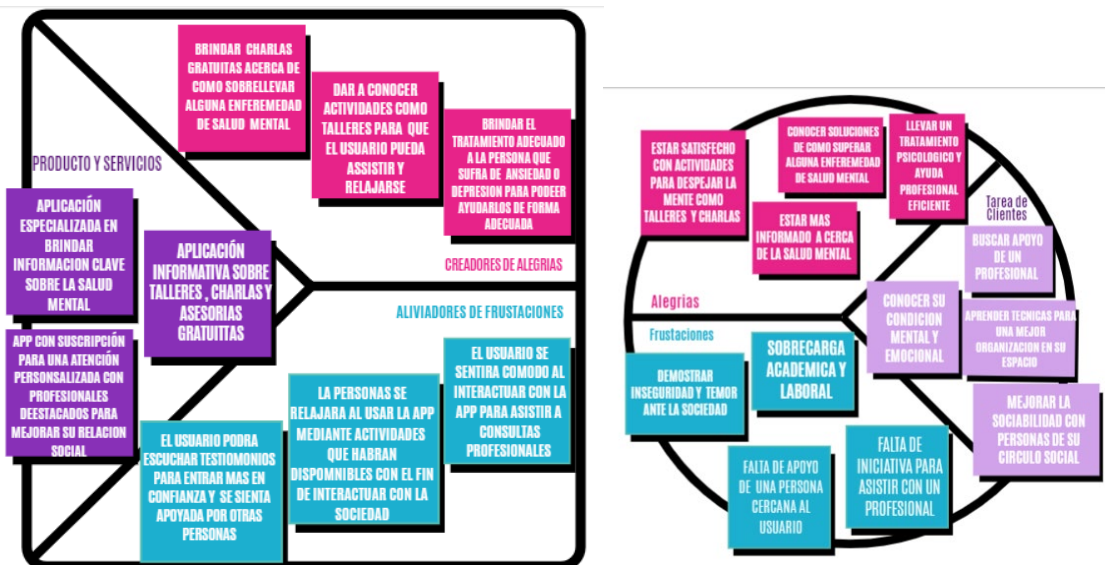
Nota. Elaboración Propia

3.3. Explicación del encaje problema - solución

Con base en la propuesta de valor que ofrece nuestro proyecto, afirmamos que logra mejorar las frustraciones, llegar a cumplir los objetivos que crean satisfacción y alegrías que presencian nuestro público objetivo. Nuestro proyecto consta en la creación de un software de aplicación móvil disponible en todo el Perú, con el objetivo de brindar información verídica sobre la salud mental de las personas sin infravalorar el padecimiento mental de las personas, así también como brindar información sobre actividades gratuitas que se presentan en el país y sesiones personalizadas que son pagadas con la finalidad de brindar asesoría profesional. Esta propuesta puede mejorar o solucionar algunos padecimientos que presenten los pacientes, ya que se brinda conocimiento sobre las enfermedades de salud mental y se proponen actividades gratuitas y remuneradas. Esto genera que las personas estén informadas y de alguna manera motivarlas a acudir a alguna actividad para mejorar su salud mental. Por otro lado, las personas al acudir a una aplicación donde encuentra personas con las mismas características que este mismo presenta, se siente identificada y puede ayudar a perder la inseguridad de acudir a un profesional o persona de apoyo. Es necesario mencionar que esto no solo ayuda en la salud mental de las personas, sino en su ámbito personal, social, laboral y familiar que día a día tiene que sobrellevar cada persona.

Figura 4

Encaje de Mente Sana



Nota. Elaboración Propia

3.4. Descripción de la propuesta de valor

La propuesta de valor es crear una aplicación que agrupe talleres gratuitos de salud mental para mejorar su bienestar a jóvenes adolescentes mediante actividades relacionadas con el problema con ayuda del Gobierno. La finalidad que se tiene al momento de fundar esta aplicación es ofrecer al usuario un espacio donde pueda compartir sus problemas de salud mental y a la vez aprender de otras personas cómo sobrellevar esta enfermedad. Hoy en día, según los hallazgos de las entrevistas realizadas, se concluyó que no hay suficiente información sobre este tipo de enfermedad mental como depresión o ansiedad, por lo cual Mente Sana pondrá su principal objetivo en dar a conocer las diferentes actividades que se pueden realizar para poder superar este tipo de enfermedades con el fin de que el usuario se sienta cómodo y feliz de entrar al aplicativo para que pueda recomendar y tener una buena posición en el mercado. Asimismo, se proporcionan diferentes talleres y charlas gratuitas por el Estado para los usuarios, ya que es un mercado el cual no es tan demandado como para


darle una importancia necesaria, lo cual Mente Sana piensa en brindarle el soporte necesario a ellos.

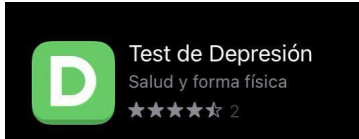
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)

En la actualidad, los competidores de nuestra app no ofrecen servicios similares a los nuestros. Estas aplicaciones competidoras cuentan con herramientas para ayudar a los usuarios con su salud mental, por ejemplo, herramientas de meditación y sueño, mindfulness, tests, salud física y creación de hábitos saludables. Nuestra app, a diferencia, va más allá de solo ser una herramienta práctica para el usuario, es una aplicación que brinda apoyo con servicios de información, iniciativas del estado, orientación profesional, talleres, música relajante, videos informativos, ayuda en línea e información de charlas gratuitas y pagadas en Perú. Buscamos formar una comunidad de colaboración en la cual los usuarios que padezcan algún tipo de desorden mental puedan apoyarse entre ellos y nuestro aplicativo, que será el más completo y líder en ayuda a personas con problemas de salud mental.

Tabla 27

Cuadro comparativo de apps

App	Tema	Descripción
	Meditación y sueño	Calm es la aplicación para meditar y dormir número uno en el mundo. Cuenta con meditaciones guiadas, historias para dormir, programas de respiración, clases magistrales y música relajante. Recomendada por los mejores psicólogos, terapeutas y expertos en salud mental.



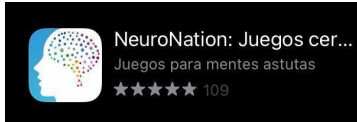
Salud y forma física

El test de depresión es una herramienta poderosa para evaluar la depresión y monitorear la respuesta al tratamiento. Las preguntas de la prueba se basan en el Cuestionario de atención médica del paciente-9 (PHQ-9), el cuestionario más utilizado y confiable entre los profesionales de la salud mental. La prueba puede autoadministrarse.



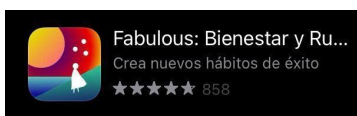
Salud y forma física

Yana es un Chatbot (Agente Conversacional Automatizado) que apoya a las personas que tienen -o creen tener- depresión o ansiedad, a través de estrategias basadas en la terapia cognitivo - conductual. Además, presenta las herramientas más útiles y prácticas de la terapia de una manera amigable, simple e inteligente para ayudar a manejar sus estados emocionales, cualquier día a cualquier hora. Si es necesario, puede canalizar con líneas de crisis o con profesionales de la salud mental para empezar un proceso terapéutico, de manera inmediata.



Juegos para mentes astutas

NeuroNation tiene una gran cantidad de ejercicios separados en cuatro áreas fundamentales: memoria, atención, razonamiento y velocidad. Estos ejercicios, además, variarán dependiendo de la franja de edad que le indiquemos.



Crea nuevos hábitos de éxito

Fabulous es una aplicación que motiva con hábitos saludables a mejorar la calidad de vida de sus usuarios. Su entrenador nos ayudará a sentirnos con más energía, a perder peso, a dormir mejor y a concentrarnos mejor.

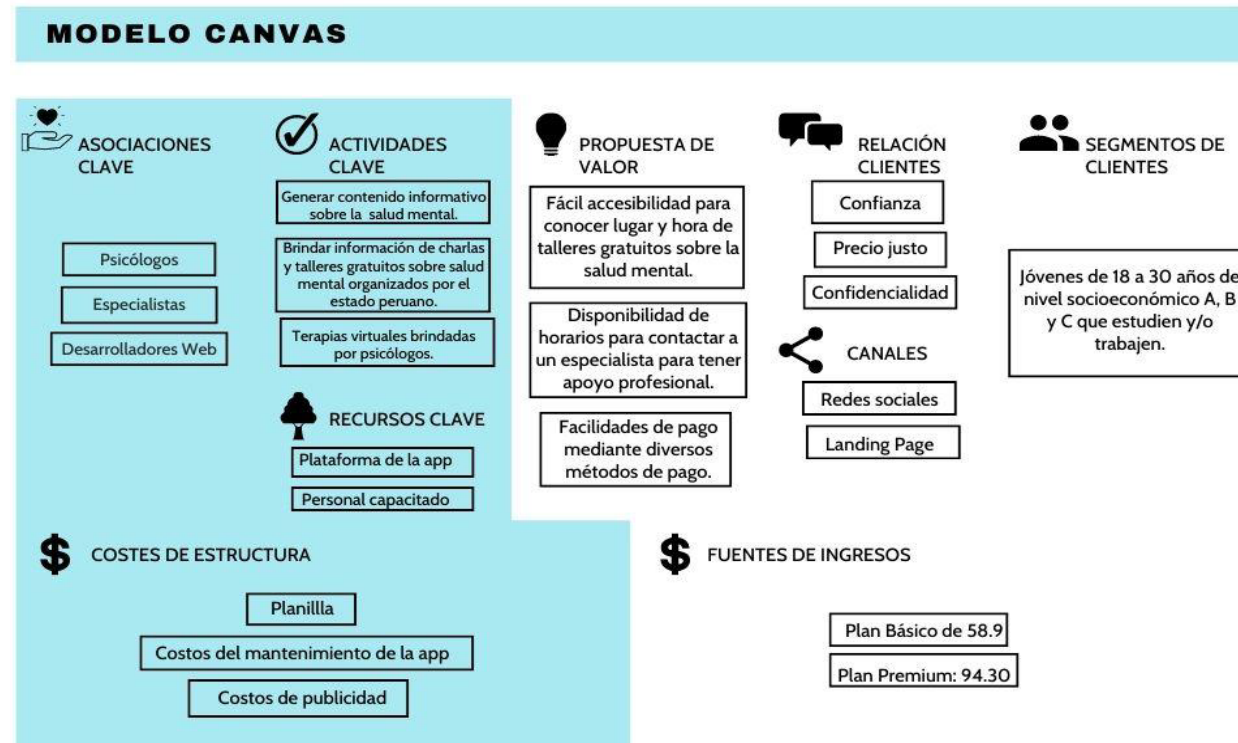
Nota. Cuadro comparativo de distintas aplicaciones que son reconocidas en el mercado

4. BUSINESS MODEL CANVAS

4.1. BMC

Figura 5

BMC de Mente Sana



Nota. Elaboración propia

4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes

- **Socios Claves:**

Los socios claves para nuestra aplicación serán los psicólogos, quienes son los encargados de brindar las charlas informativas y poder brindar asesoría personalizada hacia las personas que sufran de estos problemas. Asimismo, habrá especialistas como coaches o psicoanalistas que también podrían ayudar con el tema de salud mental. Por otro lado, contaremos como socio importante con un desarrollador web que estará encargado de la aplicación para que tenga una buena acogida para el público objetivo.

- **Principales actividades:**

La aplicación tendrá varias actividades, las cuales tienen como finalidad poder distraer y despejar la mente del usuario. Una de las principales es poder informar sobre las enfermedades de salud mental, ya sean informativas o de cómo superarlas. Asimismo, ofrecer diferentes talleres y charlas gratuitas brindados por el Gobierno para que la población pueda disfrutar de una variedad de funciones que se manejan en el aplicativo. También, ser un espacio donde profesionales de la salud mental puedan dar terapias a nuestros clientes.

- **Recursos Claves:**

El principal recurso que ofrece la empresa es el contenido informativo que se dará mediante la aplicación, ya que hoy en día existe un déficit de data actualizada sobre cómo superar este tipo de enfermedades mentales. Adicional a lo anterior, el otro recurso será que contaremos con un personal capacitado que estará bien informado sobre los objetivos que tiene Mente Sana para que puedan contribuir y todos ir en la misma dirección y cumplir con los objetivos propuestos.

- **Propuesta de Valor:**

En este caso, se le dará al usuario fácil accesibilidad para conocer hora y lugar sobre talleres y charlas gratuitas ofrecidas por el Gobierno o por alguna entidad que realiza este

tipo de actividades. Asimismo, una ventaja que se obtendrá es la disponibilidad de horario para contactar a un especialista para tener apoyo profesional. Esto conlleva a que no importe el sitio ni el tiempo para poder escribirle a un profesional del caso y pueda atender. Si en caso fuera una cita, también se tiene la opción de elegir si es presencial o vía online. Por último, existirá la opción que ayudará al usuario a pagar por un servicio o inscripción, ya que la aplicación tendrá diversos métodos de pago.

- **Relaciones con los clientes:**

Para el buen funcionamiento de la app, la relación con el cliente debe ser de confianza, aceptación e información, ya que se necesita que el cliente acepte su problema, confíe en la información que le brinda la aplicación y acuda a ingresar a alguno de los talleres. Asimismo, que puedan tener la disposición de sentirse cómodos al momento de poder usar el aplicativo para recomendar a su círculo de entorno. También, que considere que los costos de Mente Sana son justos para así poder recomendar a otras personas. Por otro lado, que todas las sesiones tengan una confidencialidad de especialista a usuario con la finalidad que la persona se sienta cómoda al momento de interactuar con el profesional.

- **Canales:**

La información acerca de los talleres será brindada principalmente a través de una aplicación que puede ser descargada en todo tipo de dispositivo electrónico, desde donde se podrá entrar directamente a estas charlas informativas y saber dónde se realizarán los talleres. Asimismo, otro recurso que se utilizarán son las redes sociales, ya que es un recurso por donde se hará promoción de la app.

- **Segmentos de Clientes:**

Esta aplicación va a ser dirigida a un nivel socioeconómico B y C, debido a que no se requiere llevarlo a un precio elevado, sino tener un monto de suscripción justo para así poder obtener más clientes. Asimismo, el público objetivo se enfoca en jóvenes de 18 a 30 años que estén cursando estudios universitarios, trabajen y hagan más actividades, ya que en su

mayoría, según los hallazgos que se obtuvieron, era por la carga que podía tener un usuario referente a las actividades que realizaban.

- **Estructura de Costos:**

Los costos del aplicativo, en su mayoría, se basarán en el mantenimiento constante que se pueda dar para que el usuario se sienta contento de poder usarlo y tenga la confianza de poder difundir la información. Asimismo, el conocer los montos de pago por planilla para nuestros especialistas y socios claves. Por último, tener en cuenta los costos de publicidad externa.

- **Corriente de Ingresos:**

La principal fuente de ingresos que se obtendrá es la opción en la que los usuarios se inscriban en un plan premium después de 1 mes de prueba gratuita, donde el plan tendrá acceso ilimitado a todas las funciones que tiene la aplicación y tendrá la opción de poder compartir con 2 amigos.

5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

5.1. Experimento 1: Entrevista a 5 usuarios

5.1.1. Objetivo

- 1) Nos ayuda a saber las necesidades de los posibles clientes y poder mejorarla. Además, nos proporciona evidencias sobre el uso del prototipo, principales funciones y posibles mejoras.
- 2) Tener más información de usuarios, sobre sus intereses, pensamientos y hábitos en el ámbito de la salud mental.
- 3) Validar los cuadrantes:

USUARIOS:

- *Propuesta de Valor: (supuestos)*

- Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga facilidades de horario para contactar a un especialista para tener apoyo profesional.
- Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga fácil accesibilidad para conocer lugar y hora de talleres gratuitos sobre la salud mental.
 - *Segmento de clientes: (supuestos)*
- Los jóvenes universitarios entre 18 a 30 años podrán usar la plataforma para obtener información sobre la salud mental.

5.1.2. Diseño y Desarrollo

Usuarios:

- Se procede a elaborar un cuestionario para ver sus puntos de vistas, usos de medios digitales, pagos en plataformas e interacción con el prototipo.
- A todos se les mostró el prototipo y sus funciones.
- Se realizaron las entrevistas entre el día domingo 24, lunes 25 y martes 26, en el horario de 5-6pm.
- Se adjunta el link del prototipo <https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario para entrevista a Usuarios:

- ¿Te parece fácil solicitar el servicio?
- ¿Usted prefiere manejar sus tiempos en vez de esperar una cita normal de una sesión de salud mental?
- ¿Usted prefiere usar una App o la web?
- ¿Le gusta la variedad de servicios de ayuda que se le ofrece?
- ¿Se sienten cómodos con que la App se pueda descargar de cualquier tienda virtual?
- ¿Usas continuamente aplicaciones o páginas webs en el día a día?
- ¿Haces pagos en plataformas digitales, te parecen confiables?

- ¿Te parece que en la actualidad es más fácil acceder a compras vía internet?
- ¿Te informas por redes sociales sobre salud mental y/o páginas en internet?
- ¿Has recibido alguna vez servicios por internet? (Clases, sesiones, talleres, charlas)
- ¿Usarías algún medio digital para servicios de salud mental?
- ¿Te parece confiable recibir charlas o sesiones de salud mental por una aplicación?
- ¿Considera usted que esta plataforma es amigable y sencilla de usar?
- ¿Considera ud. que la aplicación brinda la información necesaria para poder aliviar las enfermedades mentales como la ansiedad y depresión?
- ¿Considera que la aplicación motiva a las personas para que puedan acceder a una asesoría y a una consulta psicológica?
- ¿Crees que la aplicación descarta algunas percepciones que tienen las personas sobre la salud mental? ¿Las mantiene más informadas?
- ¿Crees que la aplicación brinda servicios y asesorías completas para que el paciente se sienta a gusto?
- ¿Consideras que la aplicación se encuentra accesible para todos?
- ¿Cuál es su opinión respecto a los especialistas que le brinda la aplicación?
- ¿Te afiliarías a la aplicación? ¿Por qué?
- ¿Crees que la aplicación ayuda a que más personas estén informadas y se preocupen por tratar su salud mental?
- ¿Consideras que la parte donde se publicita los talleres del Estado peruano es una buena información para la App?

5.1.3. Resultado

Usuarios:

El resultado que se obtuvo al entrevistar diversos tipos de usuarios fue que a la mayoría les gustó la idea de poder promover espacios de salud mental, ya que a raíz de la pandemia ha sido de mucha ayuda y que en la actualidad lo más normal es ir a sesiones o terapias con

psicólogos o profesionales en la rama de salud mental. Así mismo, los usuarios afirman que sí realizan búsquedas en diversos tipos de páginas en internet sobre temas de salud mental. Por lo cual, sí estarían interesados en la aplicación, ya que ésta reúne todo en un solo lugar. Además, afirmaron que ellos prefieren manejar sus tiempos, ya que estudian y otros trabajan y tener citas presenciales se les hace difícil. Por lo tanto, prefieren la virtualidad en las sesiones. Por otro lado, el diseño del prototipo les parece sencillo de usar, práctico y que se pueda instalar en cualquier dispositivo. Además, agregaron que los diversos tipos de profesionales, música y talleres gratuitos, les parece buena idea. Así mismo, comentaron que es un espacio para promover algo que es fundamental en la vida de toda persona y que en estos tiempos ha estado en ascenso. Por el lado de los métodos de pago, ellos prefieren que sea por canal digital, ya que no se usa efectivo y es mucho más fácil. Por último, los usuarios afirmaron que se podría mejorar el paquete premium, ya que en sesiones con psicólogos como mínimo son diez y en el paquete ofrece uno. Además, de ponerle una pequeña reseña de las profesiones que se ofrece y que se puedan puntuar, para así ellos se sientan más seguros a quienes van a escoger para sus sesiones.

5.1.4. Análisis

Usuarios:

En cada una de las entrevistas se tuvo algo en común que los jóvenes prefieren la virtualidad, servicios prácticos y sencillos de usar a cualquier hora y lugar. Por esto mismo, les parece una buena idea una aplicación donde ellos puedan entrar a la hora que deseen y requerir servicios que mejor les parezca. Nos dieron a entender que mientras todo sea más virtualizado es mejor. Además, tenerlo en el celular listo para usar es mejor que estar buscando en páginas webs. Así mismo, todos los entrevistados han requerido ayuda psicológica u otros van a sesiones, por el cual se les dificulta a veces en el pago de éstas tienen un costo elevado ,por esta razón prefieren la virtualidad y precios justos. La mayoría de usuarios son estudiantes o trabajan, por el cual no les da el tiempo de ir a sesiones

presenciales. Ellos también concuerdan en que se debería promover más espacios como éste de salud mental y que hoy en día es normal acceder a estos servicios ya sea virtual o presencial, que la mayoría de personas andan en búsqueda de servicios de esta rama. Por último, los usuarios afirmaron que sí estarían dispuestos a pagar por los servicios de Mente Sana.

5.1.5. Aprendizajes

Usuarios:

1. En la actualidad hay personas de todo tipo de edad buscando ayuda en salud mental.
2. Las sesiones virtuales ayudan a prevenir el covid-19.
3. El tiempo y dinero que se puede ahorrar en la virtualización.
4. Mejoras en el prototipo como las reseñas y puntuación.
5. Mejoras en los paquetes que se ofrecen.
6. Que los servicios se ajusten a las necesidades de cada usuario.

5.1.6. Sustentación de Validación

USUARIOS:

Tabla 28

Entrevista a usuario 1

Usuario 1: Daniel Celedonio Cerna



El primer entrevistado Daniel, está de acuerdo que la aplicación Mente Sana tenga fácil acceso a la descarga para poder obtener y poder usarla. Asimismo, le parece práctico el poder usarlo y así las funciones que se ofrece son muy interesantes para poder utilizarla y combatir alguna enfermedad de salud mental. Un punto a favor, que se mencionó es que la app te da diferentes alternativas para interactuar y poder conocer más sobre cómo tratar esta enfermedad de salud mental. Sin embargo, considera que debe ser un poco más específico ya que hay varios niveles de ansiedad y diferentes grados de depresión lo cual no está especificado en la App. También, se recalcó que no hay muchas publicaciones sobre este tipo de casos y esto porque no hay suficiente información y con Mente Sana se podrá saber más sobre cómo salir de estas enfermedades. Por otro lado, le gusto que tenga diferentes profesionales a tratar, ya que no siempre un psicólogo te puede dar una solución a un trastorno mental. Por último, un punto a favor que mencionó el entrevistado es que gracias a la App más personas podrán conocer sobre ansiedad o depresión, lo cual es favorable para que cada vez existan menos personas que sufran de esto.

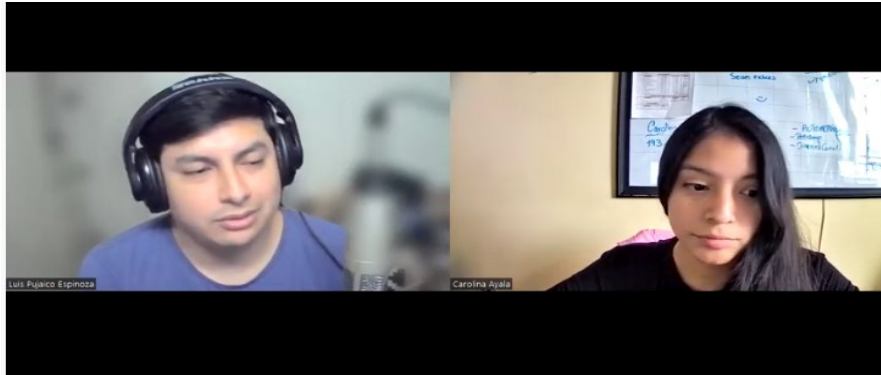
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=1RQRruoruwQ>

Nota. Entrevista 26

Tabla 29

Entrevista a usuario 2

Usuario 2: Luis Pujaco Espinoza



Para esta entrevista, Luis nos indicó que le parece fácil el acceso a la aplicación y que es muy explícito al momento de entrar a las funcionalidades. Asimismo, un punto a favor que también mencionó el entrevistado es que es súper bueno que el usuario pueda elegir la cita para conversar con el especialista. También, le parece mejor el entrar a una app, ya que todo el mundo para con su celular en la mano mientras que una web es un poco más difícil de entrar. Por otro lado, cuando se preguntó por la forma de pago considera que deben existir filtros para poder confiar en la app y que no sea tan rápido el pago. Asimismo, cree que en la actualidad hacer las citas por internet es mucho más fácil, ya que como menciono se pudo reunir con doctores o con algún curso en especial y también es mucho mejor ya que no hay mucho tiempo invertido. Por último, considera que al experimentar con el especialista se debe conocer un poco más acerca de él para que la consultoría sea más amigable y el usuario se pueda sentir cómodo al momento de interactuar entre ambos.

Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=RKWjHF5MAGg>

Nota. Entrevista 27

Tabla 30

Entrevista a usuario 3

Usuario 3: Luz Alvarado



En este caso Luz le parece muy adecuado el poder acceder de forma rápida a programar una cita con un especialista. Le parece llamativo las funciones que tiene la app. Asimismo, considera que se deben hacer buenas estrategias de marketing para poder llegar a varias personas y se puedan sentir cómodos. También el reforzar mucho en este lado para poder hacerse conocidos por redes sociales. Instagram se considera como una buena app a considerar. Asimismo, el seguir a personas que compartan contenido es muy importante. Es sumamente importante conocer al experto para poder entrar a una consultoría con ella, ya que la app le parece muy amigable. Esto conlleva, a que si la app tiene buena acogida poder conocer información acerca de la salud mental. Una recomendación importante fue sobre el plan premium, ya que se debería mejorar los costos para mejorar la app y así colocar bien lo que va a contener este tipo de plan, debido a que se entregó el link del prototipo para que lo pueda evaluar. En consideración, ella piensa que debe haber otro plan

más alto y con mejores beneficios.

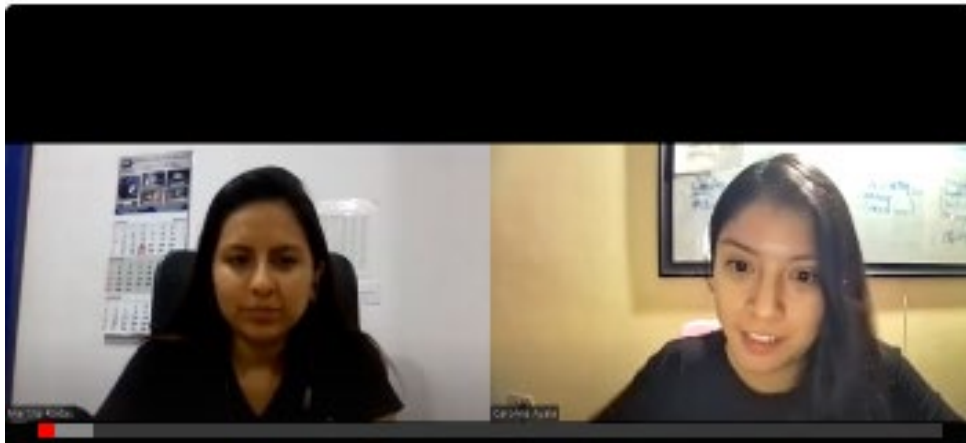
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=EUyn0m2xTT0>

Nota. Entrevista 28

Tabla 31

Entrevista a usuario 4

Usuario 4: Maritha Rodas



En la entrevista Maritha nos cuenta que prefiere la virtualidad, ya que le es complicado con el trabajo y estudios. Así mismo, que le gusta que tenga variedad de servicios y que en su día a día usa diversas plataformas digitales, como pagos en bancos y pagos a su centro de estudios. Ella afirma que sí ha recibido servicios, pero para la reprogramación es difícil, por lo que eso no le gusta. Le parece completa la aplicación con respecto a los servicios y fácil de usar. Además, piensa que esta plataforma ayuda a las personas a mejorar su salud mental, ya que se ofrece varios conceptos en ella. Le parece muy accesible, ya que reúne todo lo que se busca como talleres, charlas y sesiones y que le parece genial que se reúna información sobre charlas gratuitas del Estado, que es lo que ella justo está buscando en este tiempo. Por último, ella nos cuenta que tener una plataforma así ayuda a que todos

puedan acceder a estos servicios tanto gratuitos como pagados y que tengas a la mano a tu profesional de confianza. Cabe resaltar que ella afirma que en el futuro prácticamente todo será virtual.

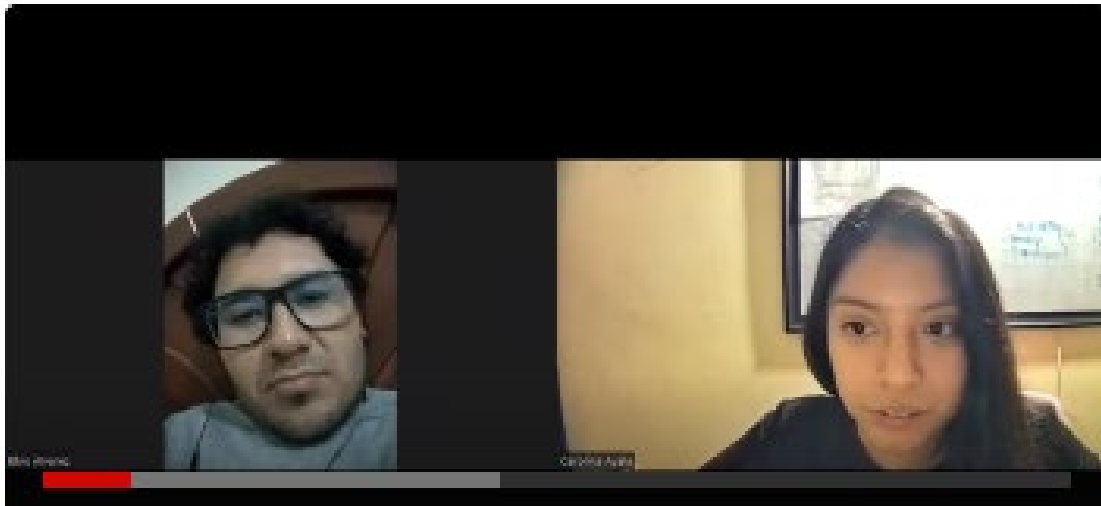
Link de la entrevista: <https://youtu.be/mQIPcWvz5es>

Nota. Entrevista 29

Tabla 32

Entrevista a usuario 5

Usuario 5: Elvis Álvarez



En la entrevista Elvis nos cuenta que después de ver el prototipo le parece algo sencillo de usar y al alcance de todos. Además, nos cuenta que él siempre hace pagos por Apps y plataformas digitales, por lo cual le parece genial que la App tenga esto. Él nos narra que siempre busca psicólogos conocidos por Instagram y se informa de todo en ese ámbito. Así mismo, le parece muy buena idea reunir todo lo que el Estado brinda gratis, ya que hay personas que no cuentan con recursos para pagar sesiones. Cabe resaltar que, le gusta que haya un espacio para música relajante, ya que él siempre la escucha al trabajar o leer

y que prefiere un aplicación , ya que ya se encuentra en el celular.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/Furw42AzCAE>

Nota. Entrevista 30

5.2. EXPERIMENTO 2: ENTREVISTA A EXPERTO - DESARROLLADOR WEB

5.2.1. Objetivos

- 1) Conocer la opinión de un socio clave como un desarrollador web para analizar el prototipo y las funciones específicas que brindaremos.
- 2) Validar los cuadrantes:
 - Socios Claves: (supuestos)
 - Contratar desarrolladores de aplicativos para dar mantenimiento al aplicativo y verificar su correcto funcionamiento.
 - Estructura de costos: (supuestos)
 - Se sabrá cuánto son los sueldos del personal.
 - Se sabrá cuál es el costo del desarrollo y mantenimiento de la aplicación.
 - Se sabrá los costos de la publicidad externa como en redes de la App.
 - Recursos claves: (supuestos)
 - Contaremos con personal capacitado como psicólogos, especialistas, programadores y diseñadores gráficos para darle soporte a la App.
 - La plataforma será una aplicación que será fácil y sencilla donde los clientes puedan usarla sin ningún problema.
 - Principales Actividades: (supuestos)
 - Contratar desarrolladores de aplicativos para dar mantenimiento al aplicativo y verificar su correcto funcionamiento.

5.2.2. Diseño y desarrollo

- Se procede a elaborar un cuestionario para la interacción con el experto.
- Se les muestra el prototipo para poder analizar lo que ofrece y su estructura.
- Luego de presentar el prototipo inicial del aplicativo, se comienza a interactuar con el experto mediante las preguntas específicas del cuestionario preparado anteriormente.
- Se realizó las entrevistas a Expertos el día Domingo 24 de abril
- En base a los comentarios de los profesionales, podremos realizar las modificaciones correspondientes para ofrecer una mejor propuesta de valor al público objetivo.
- Se adjunta el link del Prototipo con el cual se interactúa en la entrevista :
<https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario para entrevista a socio clave: Desarrollador Web

- ¿Qué necesitarías para poder ser un asesor full time trabajando para nuestra aplicación? ¿Podrías ser freelance?
- ¿El desarrollo de una aplicación es costoso? ¿Cuánto es el costo para empezar con una aplicación?
- Con respecto a nuestro segmento de clientes, jóvenes entre 20 a 30 años, ¿cómo conseguimos mayor interacción con ellos?
- ¿Qué harías para ayudarnos en el desarrollo de nuestra app en búsqueda de mejorar la salud mental?
- ¿Qué podríamos aportar con nuestra plataforma de ayuda a personas con trastornos mentales que no tengamos mapeado?
- ¿Qué podríamos aportar con nuestra plataforma de ayuda a personas con trastornos mentales?
- ¿En qué red la App puede crecer más rápido? IOS o Android?
- ¿Cuánta experiencia tienes? ¿Cuánto tiempo has estado trabajando como ingeniero?

5.2.3. Resultados

El resultado de la entrevista con Gregor fue muy enriquecedor, ya que no solo nos dio aspectos generales sobre la construcción de una aplicación y las personas involucradas, sino que también nos dio montos aproximados de la construcción y diseño de está entregándonos información valiosa para tener un mejor panorama para seguir con el desarrollo de nuestro proyecto. Asimismo, también nos dio recomendaciones para que nuestra app sea exitosa y alternativas con la de crear una página web a través de una aplicación móvil la cual sería menos costosa de crear y serviría de igual manera que lo que nos propuso.

5.2.4. Análisis

Análisis de la entrevista a experto Gregor Anaya - Desarrollador Web - 27 años:

En cuanto a la entrevista con Gregor, fue de mucha ayuda, ya que pudimos extraer información relevante para la futura construcción de nuestra app. Él mencionó que para comenzar deberíamos optar por un desarrollador web freelance y pensar en implementar una página web responsive, debido a que es menos costosa, y por las funciones básicas que tiene actualmente nuestro prototipo no necesariamente necesitamos de una aplicación mobile, ya que la página web podría funcionar de mejor manera. Por otro lado, gracias a su experiencia nos pudo hacer recomendaciones de qué personas contratar para la construcción y desarrollo de nuestra aplicación que serían el desarrollador software y desarrollador UX (Experiencia al consumidor) lo que nos dió una mejor idea para poder estructurar los costos del proyecto, ya que pensábamos que solo con un desarrollador web sería suficiente. Nos dijo que para iniciar una aplicación con las características de MenteSana e invirtiendo también en lo que es la experiencia del usuario costaría aproximadamente entre 30,000 a 50,000 soles para tener un primer prototipo lo que nos hace pensar si estamos dispuestos a invertir esa cantidad de dinero para nuestra aplicación. Finalmente, recomendaría no dejar de tomar en cuenta el feature de accesibilidad, con el fin de no impactar negativamente a los usuarios una vez que las utilicen con los colores o contrastes que pueda tener nuestra plataforma.

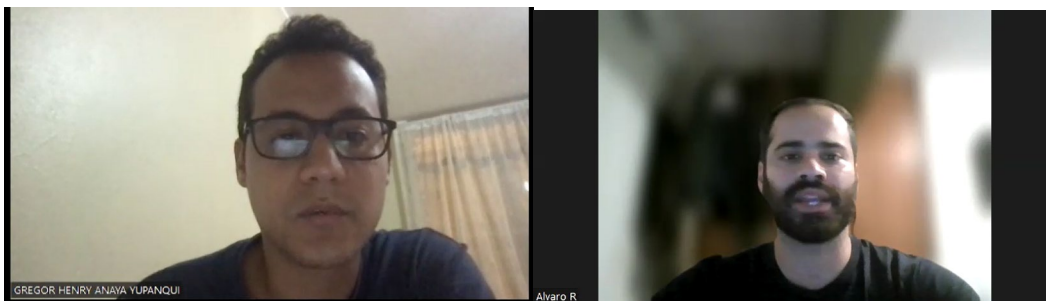
5.2.5. Aprendizajes

1. En el mundo de la tecnología hay oferta de trabajos full time como también hay oferta de trabajos freelance o part time
2. Los desarrolladores web se encargan solo de la construcción de la plataforma, la infraestructura, pero no se encargan del contenido y diseño de esta.
3. Los diseñadores UX son los encargados del desarrollo del contenido y diseño de las aplicaciones ellos, en su mayoría, cuentan con experiencia en diseño gráfico también.
4. Android es una plataforma más masiva la cual tiene aproximadamente el 80% de usuarios de teléfonos móviles y el otro 20% vendrían a ser usuarios de IOS.

5.2.6. Sustentación de la validación

Tabla 33 Entrevista a expertos

Entrevistado : Gregor Anaya - Desarrollador Web - 27 años



El experto que ha sido entrevistado es el Ingeniero de sistemas especializado en Software Gregor Anaya, tiene 27 años, tiene 8 años de experiencia en Software y 6 años en Mobile, con enfoque al rubro de banca. Ha sido parte de la construcción de 12 aplicaciones y más de 5 páginas web, la mitad de ellas con enfoque a públicos masivos con más de 3 millones

de usuarios y la otra mitad son startups. Con respecto a la entrevista realizada nos menciona que para ser un desarrollador/asesor de nuestra aplicación full time necesitaría un sueldo y estabilidad, para iniciar la idea él recomienda iniciar el proyecto con personas freelance y tenga tiempo para apoyar, lo cual es el mindset de un emprendimiento y buscar psicólogos que hagan ayuda social para que los ayude también en su proyecto. En cuanto al costo para empezar con una aplicación nos dice que la mano de obra de desarrolladores software e ingenieros ha aumentado por la globalización, no solo compites con el mercado peruano sino con todo el mundo, nos recomienda que en el proyecto haya siempre un aliado a alguien técnico que ayude a costear el costo de tus programadores y obtener los costos más bajos posibles. Para iniciar una aplicación con las características de MenteSana e invirtiendo también en lo que es la experiencia del usuario costaría aproximadamente entre 30,000 a 50,000 soles para tener un primer prototipo, independientemente de los costos de infraestructura que se puedan costear que son mensuales. En cuanto al segmento de clientes, nos menciona que nosotros tenemos dos nichos, los pacientes y los profesionales que van a brindar terapias, es por eso que tenemos que mirar al aplicativo como un canal, una herramienta más no el fin del proyecto. Hoy en día, las estrategias más usadas de marketing es no solo dar el servicio ofrecido sino darle algo más, entregar un valor adicional que hagan saber que la empresa es experta en lo que hace. En cuanto a la ayuda que nos podría brindar para el desarrollo de nuestra aplicación, él se encargaría, como desarrollador software, se encarga sólo de la construcción de la aplicación para la experiencia de usuario se contrata a un diseñador UX de experiencia al consumidor que casi siempre conocen de UI y Diseño gráfico. Los ingenieros son rígidos y tienen sus metodologías, no son tan creativos y para crear la experiencia es necesario la creatividad. Desde la perspectiva de desarrollador, el valor agregado que Gregor recomendaría sería no dejar de tomar en cuenta el feature de accesibilidad, este es un concepto tecnológico que hace que las aplicaciones mobile y web tengan componentes accesibles dentro de la experiencia del

consumidor, es decir, colores, contrastes, entre otros para no impactar negativamente a los usuarios una vez que las utilicen, ya que estas personas a veces evitan entrar a internet por miedo a que haya, por ejemplo, un banner demasiado colorido que los pueda llevar a un tipo de reacción. El estándar mundial de accesibilidad que se usa es el WCGA y sirve exactamente para esto que menciona. La red en la que sería esencial para nuestro segmento de clientes es Android sin lugar duda, para ser más masivo, pero eso no quita que una aplicación tenga que en mayor de los casos estar disponible para Android y IOS entonces como estrategia recomendaría comenzar con una web responsive, ya que las funcionalidades que tenemos son básicas que no necesariamente necesita una aplicación y, a veces, prefieren ver este tipo de contenido en una pantalla más grande como la de una laptop.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/1BVx3BRETik>

Nota. Entrevista 31

5.3. Experimento 3: Focus group a 5 usuarios

5.3.1. Objetivo

- 1) Recibir comentarios de mejora con respecto al prototipo de baja fidelidad, con el fin de optimizarlo, solucionar la problemática y poder satisfacer las necesidades del público objetivo (estudiantes universitarios entre 18 a 30 años que padezcan problemas de ansiedad y depresión) para que adquieran el servicio.
- 2) Validar los cuadrantes:
 - *Propuesta de Valor: (supuestos)*
 - Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga diversos métodos de pago.

- Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga facilidades de horario para contactar a un especialista para tener apoyo profesional.
- Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga fácil accesibilidad para conocer lugar y hora de talleres gratuitos sobre la salud mental
- *Relación con clientes: (supuestos)*
- Los clientes están interesados en que la aplicación brinde confianza, precios justos y confidencialidad.

5.3.2. Diseño y desarrollo

- Se procede a elaborar un cuestionario para la interacción con los participantes del focus group.
- Se les muestra el prototipo para poder analizar la experiencia del usuario.
- Se realizó un focus group con 5 personas el día lunes 25 de abril a las 6pm
- Luego de presentar el prototipo inicial del aplicativo, se comienza a interactuar con los participantes mediante las preguntas específicas del cuestionario preparado anteriormente.
- En base a los comentarios de los individuos, podremos realizar las modificaciones correspondientes para ofrecer una mejor propuesta de valor al público objetivo.
- Se adjunta el link del Prototipo con el cual se interactúa en el focus group :
<https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario:

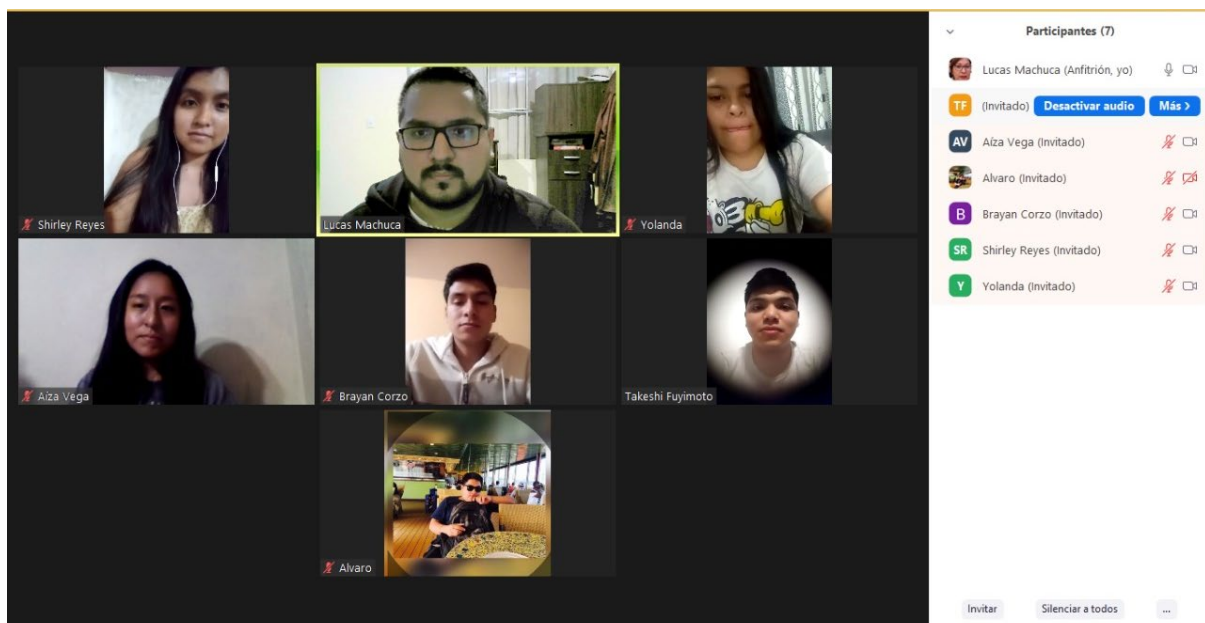
1. ¿Qué opinan del aplicativo? ¿Cómo se sintieron al interactuar con él?
2. ¿Les gustó los temas y servicios que se le ofrecen?
3. ¿Sientes qué es seguro contratar a un especialista, coach o psicólogo por medio de un aplicativo?
4. ¿Cómo sabes cuándo puedes confiar en un especialista, coach o psicólogo?

5. ¿Qué rasgos o características necesitas observar en un especialista o psicólogo para poder dialogar de forma fluida?
6. ¿Te gustaría tener a un especialista, coach o psicólogo a un solo clic de distancia? ¿Por qué?
7. ¿Cómo sabes cuando el apoyo que recibes por parte de los especialistas funciona y repercute en tu personalidad?
8. ¿Consideras que es beneficioso poder contactar a algún especialista que pueda apoyarte en tus problemas mediante un aplicativo? ¿Por qué?
9. ¿Qué opinas del sistema de diversos métodos de pago que ofrece el aplicativo?
10. Teniendo en cuenta lo anterior. ¿Contratarían este servicio ofrecido por nuestro aplicativo?

5.3.3. Resultado

Figura 6

Evidencia del focus group



En líneas generales, la experiencia de interactuar con el usuario y el prototipo tuvo una buena acogida, ya que en la mayoría les gusto parte de las funciones de la posible aplicación. Sin

embargo, también se hicieron recomendaciones por parte del usuario para poder mejorar el prototipo. Un punto que en su mayoría todos concordaron, es la facilidad de horario para poder contactar a un especialista. Asimismo, el tener una ventaja de que, si estas en otro país también lo puedas contactar por vía online, ya que no necesariamente las consultas son presenciales. Asimismo, que la aplicación tenga una opción de conocer fechas y lugares sobre talleres y charlas gratuitas informativas sobre cómo llevar una enfermedad de trastorno mental, fue nuevo para los usuarios en el focus y también fue un punto a favor de la App, ya que es algo nuevo para este tipo de personas. Por otro lado, si están de acuerdo con la confianza que tenga la aplicación con el usuario. Esto conlleva, a que la persona poco a poco empiece a confiar en Mente Sana y también que pueda tener la opción de elegir si la consulta con un especialista la pueda tener de manera presencial o vía online por zoom u otra plataforma. Por último, el tener la opción de pago de diferentes maneras ha sido de forma grata para los usuarios, ya que no todos manejan el mismo banco ni la misma forma de pago y es un beneficio, debido a que no todas las plataformas usan este tipo de función.

5.3.4. Análisis

- En primer lugar, el aplicativo recibió buenos comentarios en base a los temas, colores y demás aspectos que poseía, ya que iban acorde con el servicio que la app ofrecía. En otras palabras, les generaba confianza y credibilidad tener la opción de recibir un servicio más profesional y eficaz.
- En segundo lugar, la plataforma les pareció sencilla de usar, ya que al testear el aplicativo durante el focus group sintieron que fue accesible e intuitivo la interacción.
- En tercer lugar, apreciaron que los especialistas que van a asesorarlos mediante el aplicativo, le otorguen confianza y confidencialidad al momento de recibir el servicio.
- Finalmente, recibimos comentarios positivos con respecto a la flexibilidad que ofrecía los múltiples horarios y la facilidad de hacer los desembolsos gracias a los diversos métodos de pago que ofrece Mente Sana.

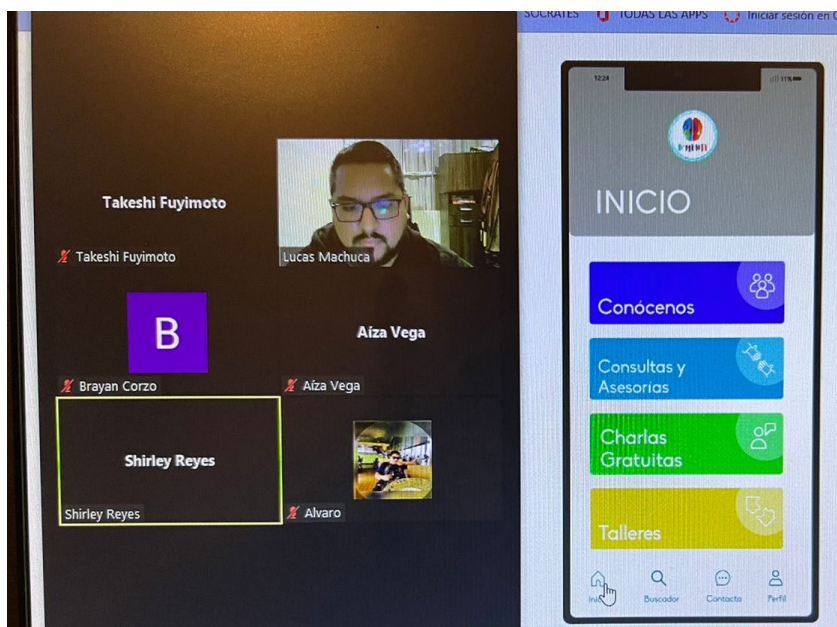
5.3.5. Aprendizajes

- Por un lado, los usuarios mencionan que la confianza es muy relevante para poder entablar una conversación con los especialistas (psicólogos, coaches y asesores); por ello, creemos necesario implementar el perfil y un historial profesional de cada especialista. De esta manera, el público objetivo podrá verificar la información de los profesionales que dispone el aplicativo.
- Por otro lado, los usuarios apoyaron la idea de añadir un sistema múltiple de pagos, ya que comentaron que en experiencias pasadas intentaban pagar por un servicio por medio de un aplicativo, sin embargo, a veces no tenían el método de pago requerido por la app; y esto generaba desinterés para seguir utilizándolo.
- Por último, los entrevistados mencionaron que podría haber un apartado en el cual subdivida la categoría de cada especialista con el fin de sentirse más relacionado con el servicio que puede recibir.

5.3.6. Sustentación de la validación

Figura 7

Sustento del focus group



Focus Group 1: <https://youtu.be/5aSNYqF4CUI>

5.4. Experimento 4: Entrevistas a 5 usuarios

5.4.1. Objetivo

- 1) Conocer las opiniones de los usuarios entrevistados con la finalidad de poder validar los cuadrantes del BMC.
- 2) Validar los cuadrantes:
 - *Propuesta de Valor: (supuestos)*
 - Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga diversos métodos de pago.
 - Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga facilidades de horario para contactar a un especialista para tener apoyo profesional.
 - Los clientes prefieren usar una aplicación que tenga fácil accesibilidad para conocer lugar y hora de talleres gratuitos sobre la salud mental
 - *Segmento de Clientes: (supuestos)*
 - Los jóvenes universitarios entre 18 a 30 años podrán usar la plataforma para obtener información sobre la salud mental.
 - *Principales Actividades: (supuestos)*
 - Ofrecer charlas y talleres gratuitos sobre salud mental
 - Brindar información a jóvenes sobre salud mental.
 - *Relación con clientes: (supuestos)*
 - Los clientes están interesados en que la aplicación brinde confianza, precios justos y confidencialidad.

5.4.2. Diseño y Desarrollo

- Se procede a elaborar un cuestionario para los entrevistados (5).

- Se interactúa con el usuario mediante el prototipo.
- Luego de presentar el prototipo inicial del aplicativo, se comienza a interactuar.
- En base a los comentarios de los individuos, podremos realizar las modificaciones correspondientes para ofrecer una mejor propuesta de valor al público objetivo.
- **Se adjunta el link del Prototipo con las modificaciones:**
<https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario:

1. ¿Qué opinan del aplicativo? ¿Cómo se sintieron al interactuar con él?
2. ¿Les gustó los temas y servicios que se le ofrecen?
3. ¿Sientes que es seguro contactar a un especialista, coach o psicólogo por medio de un aplicativo?
4. ¿Te gustaría tener a un especialista, coach o psicólogo a un solo clic de distancia?
¿Por qué?
5. ¿Consideras que es beneficioso poder contactar a algún especialista que pueda apoyarte en tus problemas mediante un aplicativo? ¿Por qué?
6. ¿Crees que en este rango de edad de 18 a 30 años es donde más se presenta este tipo de enfermedad de salud mental?
7. ¿Qué opinas del sistema de diversos métodos de pago que ofrece el aplicativo?
8. ¿Consideras que nuestra aplicación te da la confianza necesaria para poder saber más de ti? Cabe recalcar que todo lo que se dará es confidencial.
9. ¿Recomendarías nuestra App?
10. ¿Estarías interesado en asistir a talleres o charlas gratuitos para tratar este tipo de trastornos?
11. ¿Te gustaría que los talleres sean gratuitos? ¿O con algún costo?
12. ¿Qué te parece la idea de que se te pueda brindar información acerca de este tipo de enfermedades para poder tratarla? Ya que hoy en día no es tan común.

5.4.3. Resultados

En resumen, la experiencia de los entrevistados al interactuar con el aplicativo ya corregido y mejorado, dieron buenos comentarios con respecto al app de Mente Sana. Les gustó la facilidad para interactuar con el aplicativo y también les pareció agradable los colores y temas de cada apartado. Además, todos coincidieron en que, al tener un contacto para citar a especialistas que le puedan ayudar sería un gran ahorro de tiempo y sin estar yendo a un consultorio. Además, los entrevistados mencionaron que teniendo en cuenta que hay un perfil del psicólogo (experiencia académica y laboral), les garantiza una mayor confianza al momento de contratar sus servicios. Asimismo, casi todos los entrevistados concordaron en que el rango de edad en el que se desarrollan estos problemas mentales, como la depresión y la ansiedad, se presentan entre los 18 y 30 años de edad. Asimismo, comentaron que el precio otorgado tanto a las tarifas normal y Premium, son justos con respecto a lo que ofrecen según lo mencionado en los detalles de cada tarifario. Finalmente, cerraron comentando que Mente Sana les parece una app muy atractiva para ellos y que la utilizarían para afrontar los problemas de ansiedad y depresión que padecen a lo largo de su rutina diaria.

5.4.4. Análisis

- En primer lugar, el aplicativo recibió buenos comentarios en base a los temas, colores y demás aspectos que poseía, ya que iban acorde con el servicio que la app ofrecía, en otras palabras, les generaba credibilidad y confianza.
- En segundo lugar, el aplicativo fue fácil de utilizar, ya que al interactuar con el aplicativo durante las diversas entrevistas que hizo cada uno, sintieron que fue intuitivo y accesible al usarlo.
- En tercer lugar, le agradó a todos los entrevistados que se le presentara un perfil del especialista en el que se detalla todos los aspectos académicos y laborales. De esta manera, se les hace más fácil elegir al psicólogo que quiere que le atiendan.

5.4.5. Aprendizajes

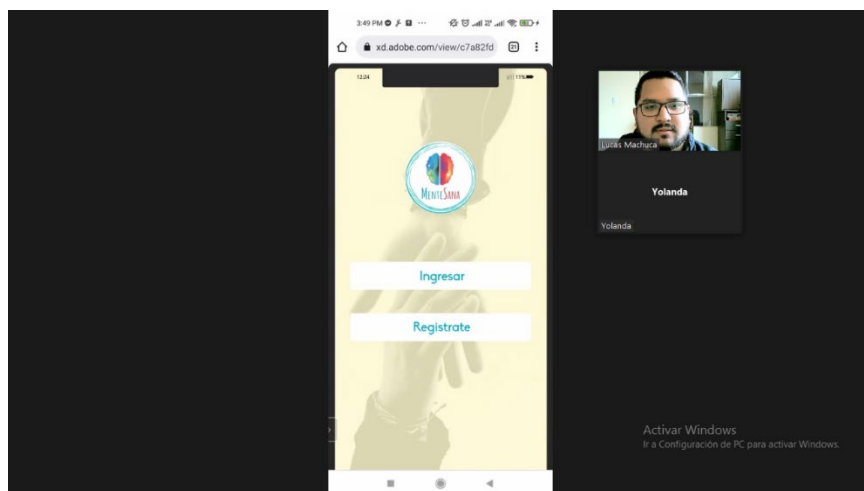
- Por un lado, los entrevistados opinaban que la confianza es lo primordial para contratar a un especialista o psicólogo, por ello les pareció satisfactorio encontrar información del especialista para que estos puedan analizar detenidamente con quién iban a realizar una cita.
- Por otro lado, entendimos que los entrevistados estaban dispuestos a pagar los montos que se les ofrecía en los tarifarios tanto normal como Premium. Entendiendo que, según los entrevistados, la salud es lo primero y se debe procurar mantenerla estable para poder desarrollar las actividades diarias de forma adecuada.
- Por último, también se recolectó que ellos se sienten identificados con las personas que padecen de problemas mentales y afirmaron que dicho conglomerado de personas mayormente que tienen depresión o ansiedad se encuentran entre los 18 a 30 años de edad.

5.4.6. Sustentación de la Validación

Tabla 34

Entrevista a usuario 1

Usuario 1 : Yolanda Ramos



La entrevista con Yolanda ha sido confortable, ya que los cambios que se añadieron después del primer experimento dieron un buen resultado para obtener una mejor acogida. Así fue el caso de la entrevistada, que nos mencionó que la aplicación es muy accesible y la información es práctica para conocer más acerca de las enfermedades de salud mental. Asimismo, le parece cómodo el poder pagar con yape o plin, ya que mediante otros métodos le parece un poco más tedioso. Me comentó que este tipo de trastornos a algunas personas se le puede manifestar de muy pequeños, pero recién en el rango de 18 a 30 años es donde uno puede conocer más sobre la ansiedad o depresión. Por otro lado, le parece muy cómodo el poder contactar a un especialista mediante una app e incluso solo dando un clic, debido a que las personas que sufren de esto son muy avergonzadas y el contactar a un especialista analizando las reseñas del profesional le parece muy cómodo y confiable para el usuario que pueda usar Mente Sana.

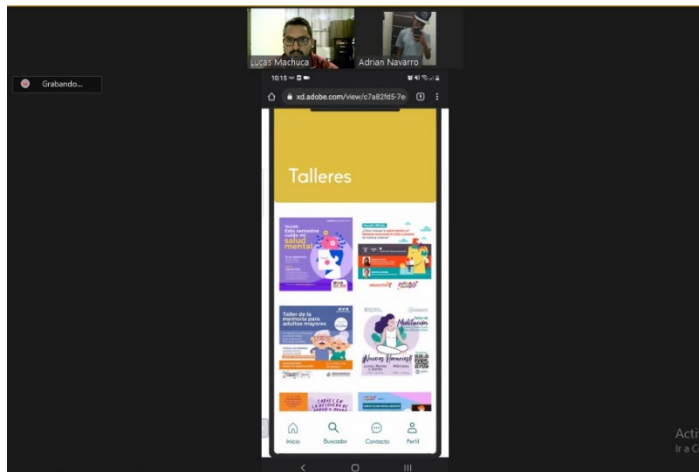
Link de la entrevista: <https://www.youtube.com/watch?v=nUFmSgibtNjQ>

Nota. Entrevista 32

Tabla 35

Entrevista a usuario 2

Usuario 2 : Adrian Chup Navarro



Desde un principio, cuando se empezó a realizar la interacción de usuario mediante el prototipo al entrevistado Adrián le parecía práctica y cómoda el poder usarlo ya que según nos comenta no lo marea para encontrar alguna información que él solicite y pueda encontrar de forma rápida lo que requiera. Le parece atractivo el poder conocer al profesional mediante las reseñas que tiene la aplicación, ya que esto genera más confianza al momento de elegir alguno para que lo pueda acompañar en toda la superación de estos trastornos. Asimismo, se manifestó que en el rango de edad de 18 a 30 años en donde más se presenta estas enfermedades, sin embargo, hay personas las cuales se le pueda dar de más niños, pero no con tantas complicaciones como la pueda tener un casi adulto y que a la vez es más fácil de superar. Respecto al contactar al especialista también es mucho más rápido poder hablar con uno mediante una app y aparte que uno mismo se pueda conocer más. Por otro lado, en los talleres y charlas si le parece buena idea poder asistir a alguno para superar su ansiedad y poder conocer a otras personas con la finalidad de escuchar testimonios de cómo han podido superar esta enfermedad. Considera que este tema de brindar información se debe inculcar desde muy niños como en los colegios, ya que si se puede presentar esto es más difícil cuando uno es más adulto. Por último, le parece muy

cómodo el tener diversos métodos de pago para que se pueda hacer más rápido.

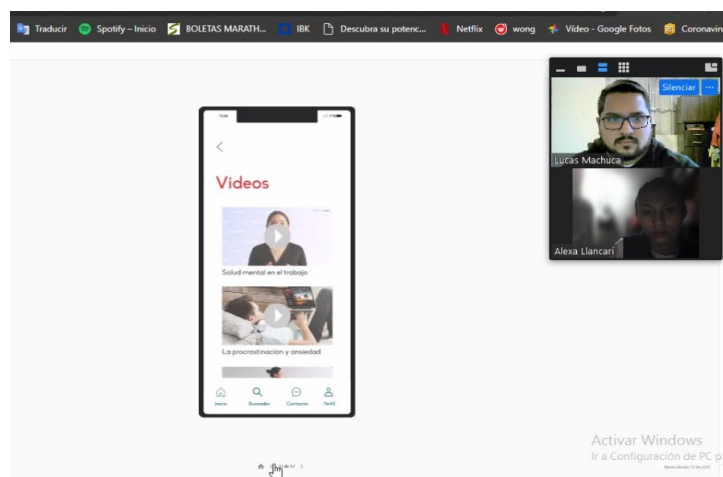
Link de la entrevista: <https://youtu.be/ijD8Xo5c2pA>

Nota. Entrevista 35

Tabla 36

Entrevista a usuario 3

Usuario 3 : Alexa Llancari Ruiz



La entrevistada Alexa Llancari desde un principio se sintió cómoda de poder interactuar con la aplicación, nos comentó que desde que abres Mente Sana los colores la hace sentir cómoda y práctica para poder ingresar, ya que da una tranquilidad y armonía. Asimismo, al momento de contactar a un profesional va a depender del usuario que pueda elegir a uno, debido a que se tiene que buscar a un especialista el cual uno se pueda sentir cómodo al momento de interactuar con él y es importante el mantener las sesiones sólo con un profesional, ya que al momento que tienes diferentes personas no es igual porque no sabes que tratamiento hacer. Respecto al rango de edad el cual es el segmento de clientes, nos cuenta que recién a sus 19 años empezó a experimentar ataques de pánico por ansiedad, lo cual en muchas veces el motivo no lo sabía, pero trataba de sentirse tranquila y más

adelante comunicarse con las personas que la tratan día a día. En base a los métodos de pago también parece mucho más práctico poder pagar con tarjetas que sólo de descuento automático. A Alexa le gustaría asistir a los talleres y charlas que se le puedan ofrecer de forma gratuita para poder conocerse a ella misma y también conocer más información acerca de este tipo de enfermedades, en caso se tuviera que pagar un taller o charla ella no tuviera problema en hacerlo, ya que es importante conocer más y ser constante para poder superar este tipo de enfermedades. Por último, la idea de brindar información le parece muy bien porque esto ayudará a que las personas interpreten mejor estos trastornos y así conocer más.

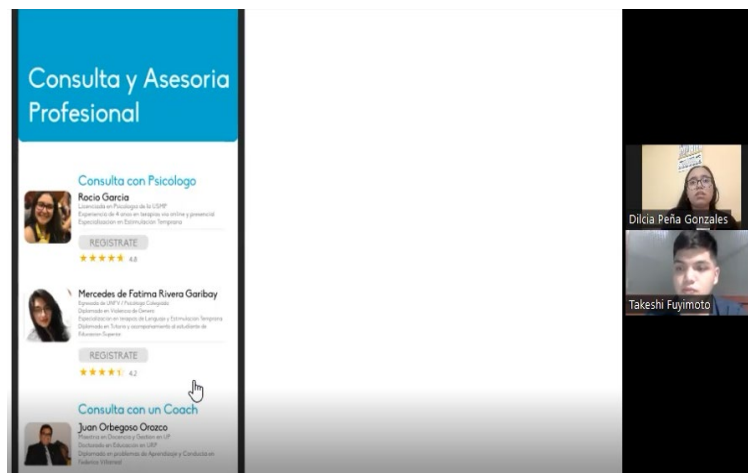
Link de la entrevista: <https://youtu.be/EEoqjkrnsI4> ; <https://youtu.be/4k6HdYfLdUw>

Nota. Entrevista 36

Tabla 37

Entrevista a usuario 4

Usuario 4 : Dilcia Peña Gonzales



Luego de la entrevista con Dilcia, se obtuvieron buenos comentarios con respecto a la aplicación de Mente Sana. Ya que, ella menciona que los temas y los servicios que ofrecen

son precisos y adecuados. Asimismo, tras interactuar con la aplicación la entrevistada mencionó que era fácil de usar y muy entretenida. Por un lado, resaltó la importancia de la opción de diversos métodos de pago que ofrece el modo premium de la aplicación, ya que ofrece al usuario una mayor facilidad para realizar los desembolsos. Por otro lado, también explicó que le gustó el apartado que detalla las capacidades de los psicólogos y especialistas que se pueden encontrar en nuestro aplicativo para poder realizar citas en base a sus problemas mentales. Además, Dilcia comenta que, si cree que un mayor porcentaje de la población sufre estas enfermedades mentales en el rango de 18 a 30 años de edad, ya que en esta etapa es cuando las personas presentan cambios y tienen una nueva visión de la realidad de la vida (empiezan a surgir problemas, responsabilidad económica, social, etc). También, opina que no tendría problema con contactar a un especialista mediante una app, porque ya existe un historial y sabrá con quién se está prestando el servicio. Además ella comentó que el monto mensual le pareció accesible y recomendaría la aplicación, ya que a primera vista se ve muy útil para las personas que sufren de esta enfermedad como ella.

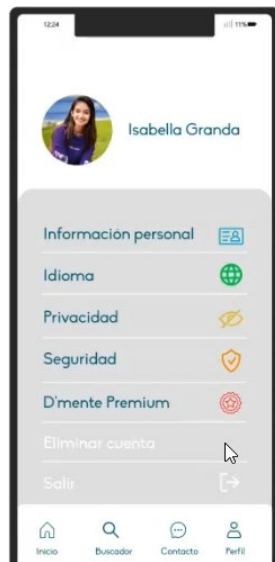
Link de la entrevista: <https://youtu.be/q10qzbxqwa>

Nota. Entrevista 37

Tabla 38

Entrevista a usuario 5

Usuario 5 : Abel Alvarez Fritas



Luego de que Abel testeó el aplicativo se procedió a realizar una entrevista, se obtuvieron comentarios positivos con respecto a nuestro aplicativo. Debido que, el menciona que los temas y el aspecto de la app eran muy llamativos a simple vista. Además, le pareció oportuno que la interacción con la app sea bien fluida y fácil al momento de interactuar. Asimismo, le gustó la presencia de unos diversos métodos de pago, ya que, este ofrece una mayor facilidad para desembolsar los pagos con diferentes tipos de tarjetas. Por un lado, mencionó que las personas que tienden a sufrir de problemas mentales se encuentran entre la adolescencia y los inicios de la adultez (mejor dicho, entre los 16 a 30 años de edad aproximadamente según el encuestado). Por otro lado, Abel siente que no se le hace problema poder pedir un servicio por el aplicativo, ya que se le hace más fácil que sea de forma virtual, porque es un poco vergonzoso hablar de esos temas de forma presencial, comenta Abel. Por último, le pareció justo el precio que se le presentó en el modo Premium, ya que si una persona necesita de ayuda psicológica debe estar dispuesto a desembolsar un monto importante con tal de recibir ayuda y estar en paz mentalmente para desarrollar sus actividades con la mayor eficacia.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/Bi2UmaDV6yA>

6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

6.1. Experimento 1: Entrevista a Socio Clave - Psicóloga

6.1.1. Objetivos

- 1) Recibir comentarios de mejora con respecto al proyecto MenteSana, con el fin de optimizarlo, tener información de primera mano por personas con experiencia en el tema de interés, ofrecer un servicio completo y de calidad, y poder satisfacer las necesidades del público objetivo (jóvenes entre 20 a 30 años que padezcan problemas de ansiedad y depresión) para que adquieran el servicio.
- 2) Validar los siguientes cuadrantes:
 - *Socios Claves: (supuestos)*
 - Los Psicólogos serán los socios que representarán nuestra organización y ayudarán a las personas con problemas de salud mental con sus terapias.
 - *Estructura de costos: (supuestos)*
 - Se sabrá cuánto son los sueldos del personal.
 - *Recursos claves: (supuestos)*
 - Contaremos con personal capacitado como psicólogos, especialistas, programadores y diseñadores gráficos para darle soporte a la App.
 - *Principales Actividades: (supuestos)*
 - Reclutar psicólogos o coaches calificados para brindar un buen servicio.

6.1.2. Diseño y Desarrollo

- Se procede a elaborar un cuestionario para la interacción con los expertos y usuarios entrevistados.
- Se les muestra el prototipo para poder analizar lo que ofrece y su estructura.

- Luego de presentar el prototipo inicial del aplicativo, se comienza a interactuar con los expertos mediante las preguntas específicas del cuestionario preparado anteriormente.

- Se realizó la entrevista el día Domingo 24 de abril a las 4pm.

En base a los comentarios del profesional, podremos realizar las modificaciones correspondientes para ofrecer una mejor propuesta de valor al público objetivo.

Se adjunta el link del Prototipo con el cual se interactúa en la entrevista :

<https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario para entrevista a Experto - Psicólogo

- ¿Alguna vez ha hecho sesiones personalizadas por internet? Si en caso fuera sí, ¿Cuánto es el costo por sesión?
- ¿Hay algún rango de edades en donde las enfermedades de salud mental sean más propensas?
- ¿Cómo podrías aportar en nuestro proyecto con tus conocimientos?
- ¿Qué harías para ayudar a las personas con problemas de salud mental?
- ¿Qué podríamos aportar con nuestra plataforma de ayuda a personas con trastornos mentales?
- ¿Tendríamos que considerar poder hacer nuestro trabajo sólo mediante canales digitales o tendríamos que tener actividades presenciales para que el proyecto tenga más relevancia para los pacientes?
- ¿Qué necesitarías para poder ser un médico full time trabajando para nuestra aplicación?
- ¿Las enfermedades mentales tienen cura?
- ¿Qué es lo que puede causar un trastorno mental? ¿Las personas nacen así?
- ¿Qué es lo que tiene que hacer el Estado peruano para un apoyo eficiente y eficaz a largo plazo para estos trastornos mentales?

6.1.3. Resultados

Como resultado al interactuar con la psicóloga, el proyecto tuvo muy buenos comentarios por el hecho que tiene un fin social. Se hicieron recomendaciones por el profesional para poder mejorar el prototipo. Se resaltó que era una aplicación que tendría mucha acogida y tendría un impacto importante en la sociedad. Asimismo, se mencionó que al ser una aplicación estará al alcance de muchas personas que es ideal para que más personas puedan ser ayudadas. En adición, la psicóloga nos comentó que a raíz de la pandemia los terapeutas comenzaron a atender a sus pacientes virtualmente lo que nos pone en una posición favorable, ya que para comenzar nuestros servicios serán brindados de manera remota. Finalmente, ofrecieron su ayuda a lo largo del proyecto, ya sea para contactar con profesionales de su rubro o para aclarar dudas que podamos tener.

6.1.4. Análisis

Análisis de la entrevista a experta Sara Oxenstein - Psicóloga - 55 años:

La entrevista con Sara, en nuestra opinión, fue la más enriquecedora con fines para nuestro trabajo. En primer lugar, nos dio a entender que actualmente la mayoría de los terapeutas tienen sus consultas de manera virtual debido a que en la Pandemia del año 2020 se adaptaron a la situación y tomaron esas medidas, saber esto hace que nuestro proyecto tenga un buen futuro, ya que a través de nuestra plataforma nosotros brindaremos este tipo de apoyo a las personas con el fin de realmente hacer un buen trabajo lo cual es factible por lo que nos dice Sara. También, nos mencionó que, si bien ella trabaja por honorarios, maneja tiempos para ayuda social que se alinea con lo que buscamos con MenteSana y para empezar nos servirá de mucha ayuda tener profesionales que quieran ayudar sin tener la necesidad de recibir un pago. Otro aspecto a resaltar fue que nos menciona que hoy por hoy, se han acentuado las problemáticas de salud mental y las patologías con mayor estadística en cuestión de edad entre los 20 y casi 50 años que favorece nuestro proyecto al nuestro público ser jóvenes en el rango de edad de 20 a 30 años. Por otro lado, también debemos de

concientizar a las personas que no está mal que busquen ayuda en terapia, este es un punto muy cierto en nuestra sociedad y hay que buscar la normalización para que las personas que quieran mejorar o cuidar su salud mental acudan a este tipo de terapias. Otro punto importante, sería poder buscar apoyo en estudiantes de psicología o psicoanálisis para que colaboren con las terapias y ayuda de nuestros clientes, ya que son personas comprometidas, que necesitan experiencia y tienen muchas ganas y entusiasmo en hacer lo que hagan. Finalmente, menciona que sería fundamental que el estado pueda tener un seguro de salud mental en lo que estamos de acuerdo porque teniendo un seguro los pacientes pueden tener atención gratuita y permitiría poder contar con remuneraciones para los médicos involucrados en la atención de los asegurados

6.1.5. Aprendizajes

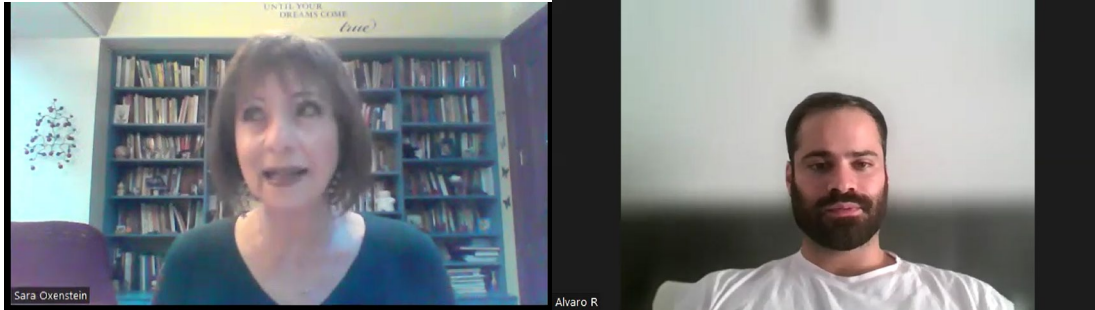
1. No es lo mismo la psiquiatría que la psicología, ya que a diferencia de los psicólogos los psiquiatras son los únicos que pueden medicar fármacos.
2. Hoy en día la mayoría de Psicólogos y Psicoanalistas hacen sus consultas vía video llamada.
3. Las terapias virtuales son efectivas, pero no reemplazan a las terapias y trabajo presencial con el paciente que da más cercanía y ensancha las relaciones.
4. Para Sara no sería factible trabajar full time para MenteSana, ya que los profesionales, como ella, que ya vienen trabajando de cierta manera, ya que hacen un trabajo muy individual y tienen pacientes que son derivados de pacientes satisfechos o colegas o médicos y ella opta por mantenerse así por más que en lo económico sea favorable trabajar para un tercero.

6.1.6. Sustentación de la Validación

Tabla 39

Entrevista a experto

Entrevistado : Sara Oxenstein - Psicóloga - 55 años



La experta que ha sido entrevistada es la Psicoterapeuta Psicoanalítica Sara Oxenstein, tiene 55 años. Con respecto a la entrevista realizada nos menciona que ella a raíz de la pandemia comenzó a atender a sus pacientes virtualmente al igual que la mayoría de sus colegas. En ese sentido ella continúa atendiendo virtualmente a sus pacientes, no ha retornado al consultorio, pero pronto lo hará de una manera adaptativa. Con respecto a los honorarios, es un tema que varía porque, si bien tiene honorarios establecidos, siempre hay excepciones dependiendo de los ingresos del paciente y la veces que requiera a la semana terapias. También, nos comenta que los rangos de personas propensas a sufrir enfermedades mentales ha variado y que ella se enfoca actualmente en atender a jóvenes, adultos y adultos mayores por lo que en ese rango no tiene estadísticas de niños y adolescentes pero de lo que tiene entendido que, hoy por hoy, se han acentuado las problemáticas de salud mental y las patologías en las diversas edades, sin embargo, la mayor estadística en cuestión de edad va entre los 20 y casi 50 años que son las décadas de más afluencia a consulta. Por otro lado, la forma en que ella podría aportar a nuestro proyecto aparte de las terapias que podría brindar sería ayudar a concientizar a las

personas acerca de su salud mental porque las personas cuando se sienten mal emocionalmente lo dejan pasar por temas económicos pero, más aún, un tema resistencia de estigmatización por tabúes antiguos como, por ejemplo, que si las personas van al psicólogo están mal de la cabeza o que son tildados de “locos” impiden que las personas acudan a este tipo de terapias. No es lo mismo la psiquiatría que la psicología y el consejo que nos da es que podamos dar esa información lo más clara posible y que implementemos la psiquiatría en nuestra aplicación porque es fundamental. Los únicos que pueden medicar fármacos son los psiquiatras. Asimismo, nos menciona que tiene un espacio reservado en su consulta privada destinado a la ayuda social. Entonces está dispuesta a percibir un salario más bajo de lo que acostumbra hasta también no recibir remuneración por fines sociales. Sara menciona que para ayudar a las personas con problemas de salud mental aparte de tener terapias sería ideal poder guiar a las personas que tengan terapias para su auto-conocimiento, ya que normalmente van a terapias por problemas que tienen puntuales y no para mejorarse a sí mismo y estar adaptados para afrontar la vida cotidiana o cualquier adversidad de la mejor manera. Las personas deben entender que la atención psicológica es un beneficio virtuoso que es inclusive una inversión vital a largo plazo para la vida. Por otro lado, nos menciona que, desde su punto de vista, la atención a través de nuestra plataforma idealmente podría ser virtual y presencial, ya que ensanchará lazos, vínculos y nuevos aprendizajes mutuos. Por más que está comprobado que se logra un buen trabajo con pacientes vía remota. Pero lo virtual jamás va a reemplazar lo presencial. Para Sara, no sería factible trabajar full time para MenteSana, ya que los profesionales, como ella que ya vienen trabajando de cierta manera, con la experiencia que tiene, no podría trabajar de esa manera. Su trabajo es muy individual y sus pacientes son derivados de pacientes satisfechos o colegas y médicos que derivan pacientes y ella opta por mantenerse así, pero, recomienda, poder buscar estudiantes que recién comienzan y necesitan experiencia porque tienen mucho entusiasmo y energía, y no hacen su trabajo nada mal. Con respecto

a la pregunta: ¿Las enfermedades mentales tienen cura? Mencionó que era una pregunta muy especial, ya que el concepto de cura es tan variable, flexible y multifactorial porque depende de “¿Qué es la cura?” Me dice que cuando ella le da de alta a un paciente considera que ha logrado resolver muchas de las dificultades y situaciones complejas de la mente con las que llegó a consulta y no solo su motivo de consulta, sino que eso solo es la punta del iceberg. Un ser humano siempre va a tener una que otra problemática en el transcurso de la vida de motivos exógenos del afuera y endógenos de su mundo psíquico. Hablar de cura es delicado, pero existe que haya muchas posibilidades de “estar mejor” en la vida. Para responder la siguiente pregunta, nos menciona las series complementarias de Freud, nos dice que hay motivos genéticos y hereditario, sucesos del área infantil (los 5 primeros años) o sucesos posteriores los que harán que la disposición psíquica de la persona y su propia personalidad pondrá las cartas sobre la mesa para que se pueda defender de una manera mucho más saludable o caer en un evento desencadenante de una patología severa como depresión, obsesiones, fobias, etc. En cuanto a la periodicidad de ayudar a personas con problemas de salud mental, nos menciona que el paciente entra a un proceso psicoterapéutico en el cual es evaluado desde un enfoque psicoanalítico a sus pacientes y determina cuántas veces requiere el paciente a la semana tener terapia. Finalmente, con respecto a ¿qué es lo que tiene que hacer el Estado peruano para un apoyo eficiente y eficaz a largo plazo para estos trastornos mentales? Menciona que sería fundamental tener un subsidio y que estos pacientes puedan estar cubiertos por un seguro de salud mental, eso es básico.

Link de la entrevista: <https://youtu.be/3ht-Kjn70uQ>

Nota. Entrevista 39

6.2. Experimento 2: Redes Sociales

6.2.1. Objetivo

- 1) El objetivo es tener mayor alcance en los usuarios y tener una mejor relación con los clientes, ya que se le aclarará cualquier duda más rápido, puesto que la mayoría de jóvenes se encuentran varias horas en esta plataforma. Además, que en las redes pueden ser un medio para describir, especificar y mostrar nuestra propuesta de valor. Por otro lado, se puede mostrar el link para que puedan descargarla directamente.
- 2) Validar los Supuestos:
 - Mente Sana podrá ofrecer sus servicios al público por Instagram, ya que los jóvenes continuamente buscan o se informan por este medio.
 - Este medio hace que se tenga mayor alcance al público objetivo.
 - Se podrá tener mayor afianza con el cliente, ya que se puede interactuar en tiempo real y mucho más rápido.

6.2.2. Diseño y Desarrollo

- Se procede a crear la página de Instagram de Mente Sana
- Se crea contenido donde se informa del servicio
- Se creó un 20 de mayo
- Link de la página :https://instagram.com/mente_sana_app?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Figura 8

Página principal de Mente Sana



Figura 9

Primer post de la página con el logotipo de la aplicación



Figura 10

Identificación con el cliente



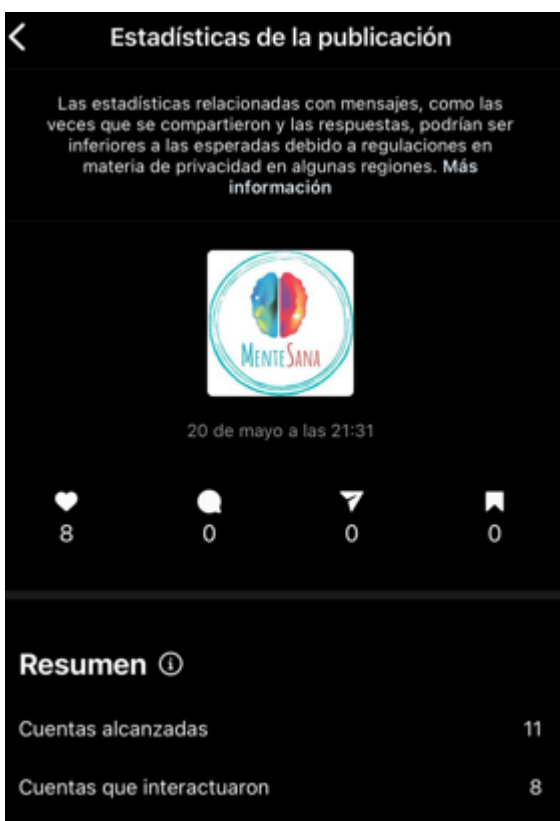
6.2.3. Resultados

- La página se creó el viernes 20 de mayo y han pasado dos semanas y ya posee 46 seguidores.
- A continuación, las estadísticas:

Figura 11

Estadísticas de la publicación en Instagram





6.2.4. Análisis

No hubo inversión en publicidad por lo que los resultados que tuvimos fueron orgánicos y se puede ver en las métricas que se alcanzaron 15 cuentas, 9 interacciones y 45 seguidores.

Así mismo, podemos ver en las imágenes mostradas los resultados. Además, según los experimentos pasados a los usuarios, se sabe que la mayoría de nuestro público objetivo, en este caso jóvenes de 18 a 30 años pasan un buen porcentaje de su tiempo libre en distintas redes sociales, pero el más usado es el Instagram, con esto tendríamos una ventaja a favor del alcance a usuarios, por lo que esta red se nos hace más accesible para MenteSana. Por el lado de la información, esta red brinda imágenes, historias, reels y transmisiones en vivo, lo cual es un plus para dar nuestro servicio a conocer y los distintos tipos de salud mental que hay ahora. Además, de ser una página user friendly, los usuarios que nos busquen se sentirán a gusto al ver el feed y toda la información. Así mismo, a la hora que encuentren información que les llame a compartir con sus contactos podríamos decir que se le estará brindando algo útil, creíble y enriquecedor. Por otro lado, también tendremos presencia en Facebook con una página oficial de MenteSana en donde replicaremos el contenido generado para Instagram para tener una mayor captación de público.

6.2.5. Aprendizajes

En este caso lo más importante es dar buena información a los clientes del servicio específico que se brindará, información sobre lo bueno que es la salud mental para todos, temas interesantes para jóvenes y dar informes, noticias, datos tan interesantes que el cliente logre compartirlos. Además, de tener un buen manejo de las redes sociales para así poder enganchar y llegar a jóvenes que sí necesiten de nuestra ayuda. Tener un filtro adecuado en cada post que se vaya a dar y de publicidad pagada tener en cuenta a quienes nos dirigimos, sitios específicos y gustos de nuestros clientes. Por otro lado, tener claro el perfil del cliente a quién apuntamos, nivel socioeconómico, gustos, tipo de contenido que sigue, etc. Por último, dar un seguimiento de cómo va evolucionando la página y sus seguidores, tener una paleta de publicaciones amigables con la vista y links con todo tipo de ayuda (aplicación) para que la experiencia del usuario sea lo más accesible y fácil posible.

6.2.6. Sustentación de la Validación

-Página de Instagram:

Figura 12

Instagram de Mente Sana



- Link de página:

https://instagram.com/mente_sana_app?igshid=YmMyMTA2M2Y=

6.3. Experimento 3: Entrevista a socio clave: Psicóloga

6.3.1. Objetivo

Validar cuadrantes y recibir del experto comentarios de mejoras para la App. Por ejemplo, tener una buena comunicación de los servicios que se brindarán que sean los más específicos para cada tipo de problema de salud mental. Además, de tener en claro los tipos de asesoría que se podrían y quienes son los profesionales a cargo, recolección de datos de estudios y/o

especializaciones, experiencias laborales del experto. Por último, tener en claro cómo se haría nuestro socio clave.

Validar los siguientes cuadrantes:

- Socios claves:
 - Modo de trabajo del experto, puede ser tiempo completo o part time.
- Estructura de costos:
 - Tipos de sesiones y los tiempos que se toma en cada uno
 - Tipos de remuneraciones
- Recursos Claves:
 - Datos de las experiencias laborales
 - Comentarios de la propuesta de valor y la aplicación
- Principales Actividades:
 - Datos de estudios realizados
 - Reclutar profesionales

6.3.2. Diseño y Desarrollo

- Se procede a realizar la entrevista al experto en este caso a la psicóloga y a realizar el cuestionario.
- Previo a la entrevista se le muestra el prototipo de la aplicación y se le explico nuestra propuesta de valor.
- Se realizó la entrevista el jueves 26 de mayo a las 9pm.
- Se adjunta el link del prototipo el cual se le enseñó al experto:

<https://xd.adobe.com/view/c7a82fd5-7ec4-4571-b8a1-d15bf1e67490-92fb/>

Cuestionario para entrevista a Experto - Psicólogo

- ¿Qué te parece nuestra propuesta de valor?, ¿Le agregarías o quitarías algo?
- ¿Te parece agradable y sencilla la app?
- ¿Modificarías o implementarías algo en la app?

- ¿Has tenido alguna experiencia en sesiones virtuales?
- ¿Qué te parece mejor tener sesiones virtuales o presenciales? ¿Depende del caso?
- ¿Cuál es tu experiencia laboral?
- ¿Podrías contarnos sobre los estudios que tienes?
- ¿Estarías dispuesto a trabajar con nosotros?
- ¿Cómo preferirías que fuera la boleta de trabajo en planilla o recibo por honorarios?
- ¿En cuánto ascienden tus servicios?
- ¿En caso sea part time, en qué horarios estarías dispuesta a trabajar con nosotros?

6.3.3. Resultados

Los resultados que se obtuvo de la entrevista fueron que la psicóloga sí estaría dispuesta laborar en la empresa, ella hizo comentarios sobre la aplicación y que mejoras se podría complementar a lo largo de los años. Además, se habló sobre casos especiales en pacientes, sesiones para los tipos de pacientes, temas laborales en el mercado peruano, estudios realizados, especializaciones y experiencias laborales de ella. Por último, ella agregó que la propuesta de valor es buena, ya que hoy en día es común por parte de los jóvenes tratarse a tiempo y buscan información continuamente. Así mismo, recalcó que la virtualidad ayuda a que esta plataforma llegue a más personas. Además, es necesario tener información veraz y profesionales a cargo para tratar todos los casos que se den y que se tiene que hacer un seguimiento especial a cada caso. Con respecto a los precios de un profesional fluctúan dependiendo del peso de cada uno y también del tipo de diagnóstico que se le dé al cliente.

6.3.4. Análisis

Se puede ver que a la entrevistada le gusta la idea de negocio y que sí estaría dispuesta a trabajar con nosotros. Además, por el lado laboral tiene experiencia en todas las edades. Para nuestro público objetivo que son los jóvenes universitarios, tiene experiencia en el rendimiento estudiantil, tests de vocación y ha llevado programas de seguimiento para que no haya deserción en las universidades nacionales. Cuenta con distintas especialidades en el ámbito

estudiantil y ya ha utilizado la herramienta de sesiones virtuales. Con la pandemia ella implementó todas sus sesiones por Zoom. Si bien ella nos dice que en pacientes especiales no es lo mismo, pero si es efectivo con un buen plan de seguimiento. Por lo que, nos conviene, ya que está familiarizada con la virtualidad y en el público objetivo al cual apuntamos. Ella nos recalca que se podrían hacer sesiones híbridas en un futuro, por ejemplo, en caso de menores de edad o para casos más graves. Además, nos cuenta que hay diversos tipos de diagnósticos y qué seamos una empresa donde brinde información útil e interesante, ya que puede haber casos donde las personas mismas no saben qué es lo que pueden tener. Por último, dar una aplicación accesible y valiosa para los clientes, ya que este servicio si requiere de varias sesiones para poder ayudar a las personas, esto quiere decir que lo más probable es que mínimo por persona serían unas 10 sesiones.

6.3.5. Aprendizajes

Los aprendizajes que podemos resaltar de la entrevista es que hay diversos tipos de problemas y/o diagnósticos. Esto se podría traer confusiones en las personas, ya que no hay mucha información a veces entre las personas, lo que se debe buscar con nuestra aplicación es dar a conocer tipos, casos, diagnósticos, cómo reconocerlos, etc. Ser una plataforma útil donde encuentren la solución a su problema. Además, ser una aplicación accesible, ya que en caso de servicios profesionales se tiene que ver los años de experiencia, tipos de estudios y grados. En estos casos no se puede tener un precio fijo del todo, ya que el problema varía y el tipo de profesional también. Se podría dar servicios específicos, es decir en algunos casos que son más frecuentes en el público objetivo como lo son ansiedad, vocación, estrés, acompañamiento del estudiante y problemas conductuales.

6.3.6. Sustentación de Validación

Tabla 40

Entrevista a experto

Entrevistado: Fátima Rivera- Psicóloga - 31 años



La psicóloga Fátima Rivera nos comenta que la aplicación es muy buena y sencilla de usar, lo que sí nos dice que podemos especificar mejor el público objetivo, porque también puede haber niños o adultos mayor. Además, de especificar los tipos de recursos que se brindan como tratamiento de TDH, depresión, ansiedad, vocacional, etc. Por otro lado, en lo laboral nos comenta que sí ha estado dando sesiones virtuales, a raíz de la pandemia. Por ejemplo, sesiones vocacionales, acompañamiento a estudiantes universitarios, soporte emocional, problemas de aprendizaje y problemas conductuales. Con respecto, a las sesiones virtual vs presencial nos cuenta que hay casos que sí se podría dar presencial, en caso de menores de edad, ya que se tiene que hablar con los padres. En el área laboral ella tiene experiencia en caso todas las edades, en el 2018 ha estado con infantes. 2019-2021 con jóvenes y en la actualidad con adultos mayores. Además, ha trabajado en el estado para poblaciones vulnerables, educación superior, sesiones independientes, como psicoterapia para problemas de estrés, ansiedad y depresión, y en una clínica. Por el lado de los estudios ella es egresada de la Universidad Nacional Federico Villarreal, con especialidad educativa, es psicóloga colegiada, diplomado en violencia de género, especialización en terapia de lenguaje y estimulación temprana y diplomado de tutoría y acompañamiento del estudiante

de educación superior. Ella, nos cuenta que sí estaría dispuesta a trabajar con nosotros a part time y nos emitirá recibo por honorarios, con respecto a los horarios, nos dice en la tarde-noche o fines de semana. Por último, ella nos dice que el cobro es por horas en las sesiones, por el cual se tiene un promedio y según sea el diagnóstico del cliente, se tiene un rango de precios de 60-100 soles.

Link de la entrevista: https://youtu.be/6QC_ip6-UWY

Nota. Entrevista 40

7. PLAN CONCIERGE

Objetivo:

El objetivo de realizar el plan Concierge es poder demostrar el interés de compra de los usuarios interesados en Mente Sana App. Para ello, se realizaron 4 experimentos diferentes para llegar a obtener buenos resultados de intención de compra, se realizaron publicaciones en diferentes redes sociales con la finalidad de mejorar con los análisis y resultados del experimento anterior con la finalidad de lograr lo que el usuario solicita.

- Determinación del Mercado Objetivo:

Figura 13

Determinación del mercado objetivo de Mente Sana

Datos	%	Resultado	Fuente
Habitantes en el Perú		33,396,698	INEI 2021
Habitantes en Lima Metropolitana	29.90%	9,985,613	INEI 2021
Jóvenes entre 18 a 30 años en Lima	25.44%	2,540,340	INEI 2021
Habitantes con depresión atendidas	12.34%	313,455	MINSA 2021
Habitantes que utilizan smartphone	88.00%	275,840	INEI 2020
Nivel socioeconómico A y B	10.00%	27,584	IPSOS 2021
Early Adopters	13.50%	3,724	CRECE 2016

Nota. **Early adopters** (porcentaje de habitantes que utilizan la tecnología para resolver los problemas que lo aquejan)

7.1. Experimento 1

7.1.1. Objetivo

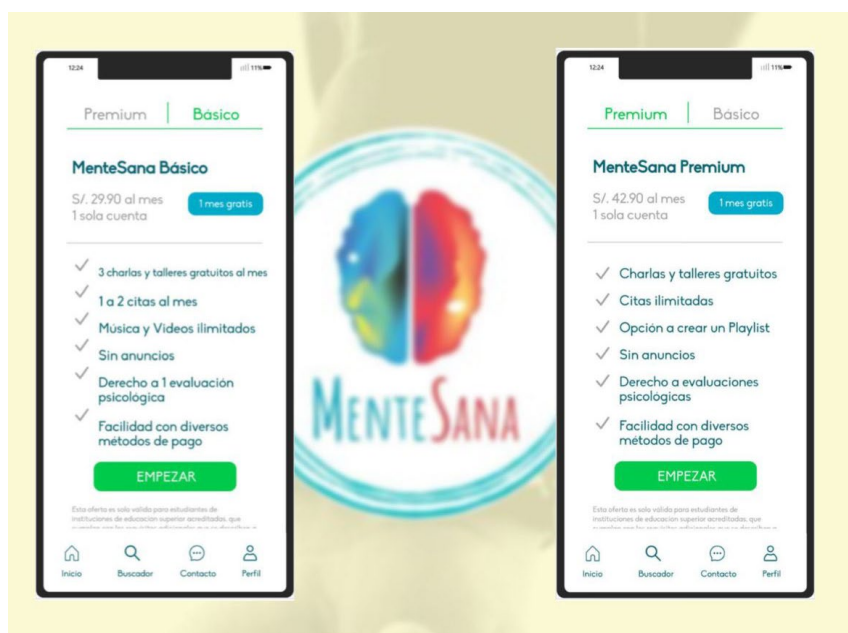
Dar a conocer los planes de Mente Sana App al usuario nuevo mediante la página de Facebook, donde en el anuncio se ha adjuntado nuestro link del landing page para que el usuario se pueda registrar y conocer información acerca del plan Básico y Premium con la finalidad de poder identificar a los clientes interesados en adquirir alguno de los planes.

7.1.2. Diseño y Desarrollo

- Fecha: 31 de mayo al 5 de Junio del 2021
- Duración: 6 días
- Se realizó un anuncio en Facebook que costó 20 soles por el tiempo solicitado. Donde se diseñó una imagen publicitaria que llame la atención del usuario.
- El anuncio se publicó para jóvenes de 18 a 30 años en el Perú.
- Diseño del anuncio en Facebook:

Figura 14

Anuncio en Facebook



- Diseño de Landing Page

Figura 15

Landing Page de Mente Sana



Figura 16

Planes de Mente Sana

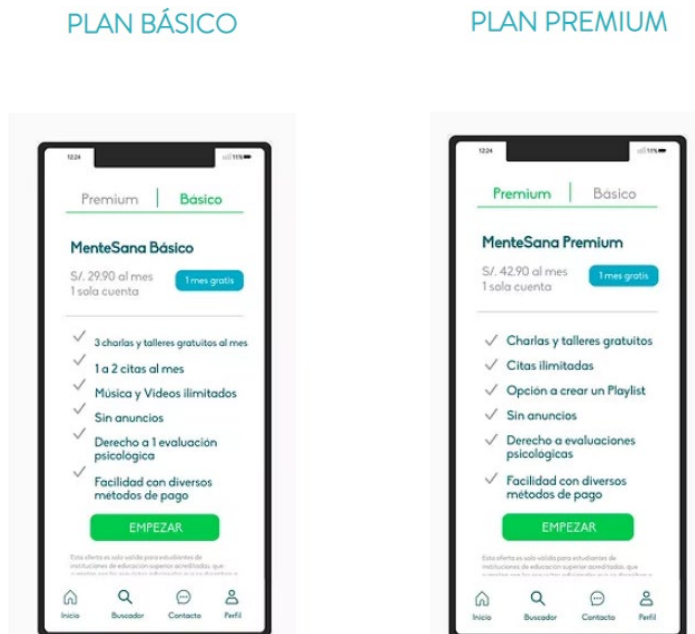
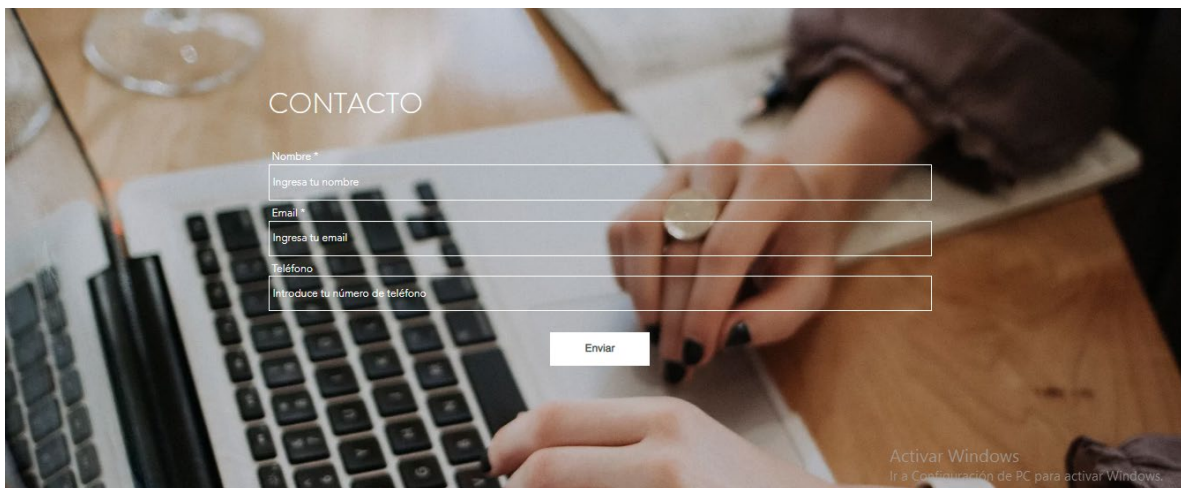


Figura 17

Contacto en landing page



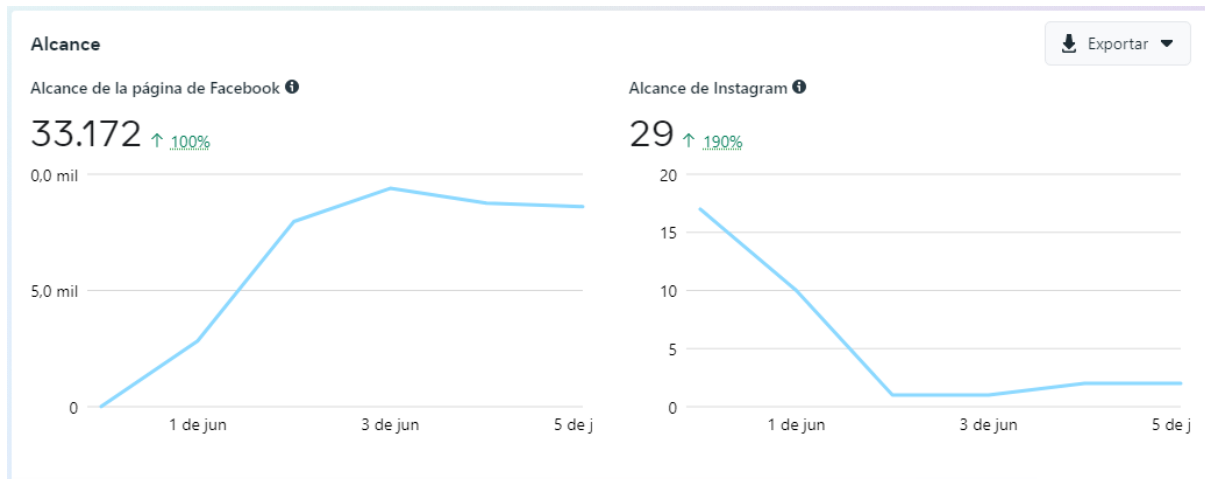
7.1.3. Resultados

Para poder conocer la intención de compra de nuestro segmento de clientes se crearon las redes sociales: Facebook, Instagram y Landing page. Para esto se creó un anuncio informativo donde se mostraba los planes en un principio de Mente Sana App para ello se

enlace con el landing page para conocer la intención del usuario en inscribirse en alguno de los planes que se mencionó.

Figura 18

Alcance en redes



Este alcance es sacado por Meta Business Suite una herramienta de Facebook, como resultado principal es que entre Facebook e Instagram los usuarios han ingresado con mayor frecuencia a Facebook, es por ende que como primer resultado es que Mente Sana se enfocará en trabajar más con Facebook.

Figura 19

Interacciones en redes

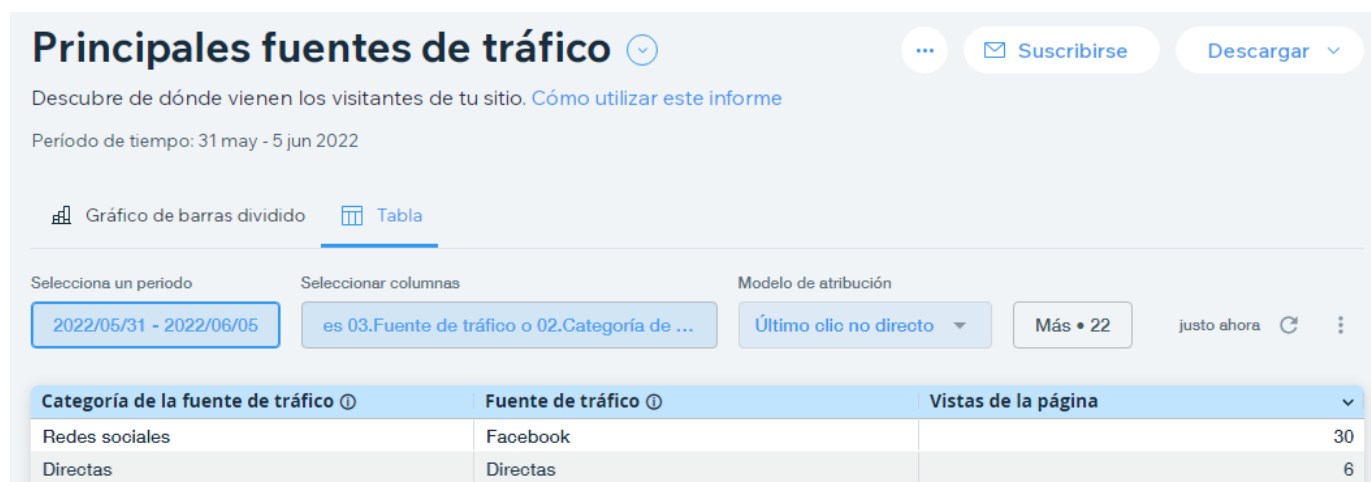


Asimismo, en otro dato estadístico se aprecia que en Facebook hubo 26 interacciones de seguir a la página en Facebook, mientras que en Instagram no hubo seguidores.

Como último resultado, se da a notar que de las 33,172 personas del público objetivo sólo 204 le dieron clic para conocer más información acerca de los planes de la Aplicación. Esto conlleva a tener un 0.62% de atención de público objetivo.

Figura 20

Resultados del landing page



En nuestro landing page, se puede notar que fueron 36 personas que navegaron durante el sitio. Asimismo, 30 clientes potenciales ingresaron de forma directa por el anuncio de Facebook y 6 personas ingresaron dando click en el enlace del landing page. Esto da como resultado que un 17.65% tiene un mayor interés de compra.

7.1.4. Análisis

- El alcance obtenido en Facebook fue de 33,172 personas de los cuales 36 mostraron interés de compra, ya que siguieron dando clic en el enlace para conocer más información acerca de MenteSana App.
- De un total de 204 que dieron clic en el enlace de Facebook a través de un anuncio publicitario fueron 36 personas las que siguieron con el enlace en el landing page, lo cual da un 17.65% de clientes potenciales. Esto da un resultado óptimo para nuestro objetivo ya que no es un mal porcentaje de interés de compra.

- Según los alcances que se tuvo con Instagram, será una red social la cual no se usará, ya que los clientes prefieren ver información en la página de Facebook, ya que es ahí donde tuvo un mayor alcance.

7.1.5. Aprendizajes

- Se necesita aumentar la capacidad de interés de compra para que MenteSana App tenga una mayor acogida, para ello se necesita estar en constante comunicación con los usuarios mediante anuncios publicitarios.
- Asimismo, se necesitar hacer anuncios más informativos para que el cliente potencial tenga un mayor interés, ya que como la aplicación aún es nueva en el mercado se necesita poder adaptarse a las necesidades de ellos con la finalidad de poder tener una mejor aceptación por parte del público potencial y así incrementar las inscripciones del plan de su preferencia.
- Seguir evaluando cuál es el mejor canal para que el usuario se sienta cómodo al momento de conocer más de MenteSana App.

7.1.6. Sustentación de la Validación

- Link de landing page : <https://mentesanapp123.wixsite.com/website>
- Link de Facebook: https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504/?ref=pages_you_manage
- Publicación del anuncio en Facebook:
- Evidencia del landing page:

Figura 21

Publicación en Facebook

Estas listo para conocer los planes de Mente Sana App e inscribirte ?

Acá te detallamos nuestras funciones:

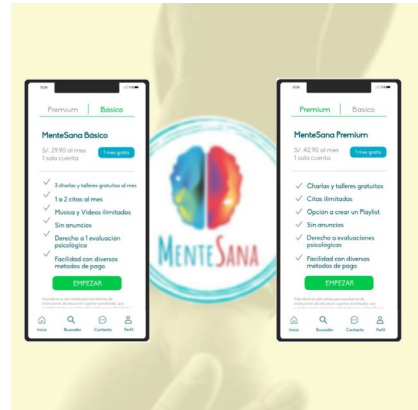
- Citas con Profesionales Capacitados
- Talleres y Charlas gratuitas
- Derecho a evaluaciones psicológicas
- Crea tu playlist con musicas y videos relajantes
- Facilidad con métodos de pago

Si quieres más información dale click acá en nuestra Landing Page:

<https://mentesanapp123.wixsite.com/website>

Facebook: https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504/?ref=pages_you_manage

Los esperamos MenteSanaLovers 🍷❤️



- [https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns to show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F05%2F31%20to%202022%2F06%2F06&session_user_aq=LastNotDirrectSession](https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns%20to%20show%20=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F05%2F31%20to%202022%2F06%2F06&session_user_aq=LastNotDirrectSession)

Figura 22

Resultados del landing page

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Fuente de Tráfico					
2	Ariana reto	2022-05-31	retogonzalesariana@gmail.com	924853898	Wix Forms	Facebook					
3	Fiorella Machuca	2022-05-31	fiomachuca17@gmail.com	986972691	Wix Forms	Facebook					
4	Max Medina	2022-05-31	max.medina.solis@gmail.com	972153770	Wix Forms	Facebook					
5	Milagros Vilchez	2022-05-31	mvilchez2210@gmail.com	998175387	Wix Forms	Facebook					
6	Shirley Mallma	2022-05-31	katherine.mallma@gmail.com	967615651	Wix Forms	Directa					
7	Noelia Escarlet	2022-06-01	noeliaescarlet16@gmail.com	982848069	Wix Forms	Facebook					
8	Leslie Varillas	2022-06-01	leslie03arianna31@hotmail.com	994856210	Wix Forms	Facebook					
9	Giancarlo Santiago	2022-06-01	giansanti2215@hotmail.com	933179888	Wix Forms	Facebook					
10	Alex Villegas	2022-06-01	alexville221@gmail.com	933180004	Wix Forms	Facebook					
11	Silvana Deza	2022-06-01	silvana-fabbri@gmail.com	994907948	Wix Forms	Directa					
12	Javier Feria	2022-06-02	javierferia33@hotmail.com	937270983	Wix Forms	Facebook					
13	Rocio Lima	2022-06-02	rociolima@hotmail.com	977432009	Wix Forms	Facebook					
14	Adhemir Humberto	2022-06-02	adhemir68@hotmail.com	981637600	Wix Forms	Facebook					
15	Maria Andres	2022-06-03	lennard@hotmail.it	956171965	Wix Forms	Facebook					
16	Jazmin Huertas	2022-06-03	jazmin26_94@hotmail.com	997751271	Wix Forms	Facebook					
17	Jesus Zuñiga	2022-06-03	Arkaal77@gmail.com	948547069	Wix Forms	Facebook					
18	Daniela Castro	2022-06-03	daniela.243193@gmail.com	985140942	Wix Forms	Facebook					
19	Lucero Pereyra	2022-06-03	lucero.belen.pereyra@gmail.com	962037854	Wix Forms	Facebook					

20	Miguel Saavedra	2022-06-03	miguelangelsm2000@gmail.com	987864776	Wix Forms	Directa						
21	Brenda Quispe	2022-06-03	brendaquispe97@gmail.com	949145905	Wix Forms	Directa						
22	Claudia Bonilla	2022-06-04	claubonpor96@gmail.com	948158717	Wix Forms	Facebook						
23	Iliana Medina	2022-06-04	ili87medina@gmail.com	997902305	Wix Forms	Facebook						
24	Luccia Velásquez Soto	2022-06-04	lucciavs04@gmail.com	992863149	Wix Forms	Facebook						
25	Marian Santillán	2022-06-04	mariansantillan8@gmail.com	944433095	Wix Forms	Facebook						
26	Elvis Alvarez Huerta	2022-06-04	ejalvarezh354@hotmail.com	966311965	Wix Forms	Facebook						
27	Mercedes Fatima	2022-06-04	mercefati@gmail.com	924707810	Wix Forms	Directa						
28	Andrea Trisollini	2022-06-04	andrea.trisollini07@gmail.com	984125634	Wix Forms	Facebook						
29	Stefano Farias	2022-06-04	sfariasmedina@gmail.com	992637883	Wix Forms	Facebook						
30	Sergio David	2022-06-04	david02-di@hotmail.com	994079802	Wix Forms	Facebook						
31	Benji Beltrán Faiffer	2022-06-04	benji1292@gmail.com	937352215	Wix Forms	Facebook						
32	Jean Vega	2022-06-04	jeanvega03@gmail.com	959311839	Wix Forms	Facebook						
33	Alexa Llancary	2022-06-04	alexastecy_mia@gmail.com	966409526	Wix Forms	Directa						
34	Alex Alfaro	2022-06-05	zea_mario@hotmail.com	912244258	Wix Forms	Facebook						
35	Stefany Andrade	2022-06-05	stefany_puma@gmail.com	977759753	Wix Forms	Facebook						
36	Anthony Laguna	2022-06-05	anthony.laguna.cieza13@gmail.com	960463970	Wix Forms	Facebook						
37	Rosario Vera	2022-06-05	vera.roro@gmail.com	948521096	Wix Forms	Facebook						

Activar Windows

7.2. Experimento 2

7.2.1. Objetivo

Brindar un descuento especial por un anuncio publicitario en nuestra red más potencial que es Facebook de un 30% OFF para las personas interesadas en adquirir alguno de nuestros planes con la finalidad de aumentar el interés de compra.

7.2.2. Diseño y Desarrollo

- Fechas: 07 de junio al 09 de junio del 2021
- Duración: 2 días
- Se realizó un anuncio publicitario en Facebook donde se ofrecía el 30% OFF en nuestros planes para toda persona interesada en adquirir alguno de ellos.
- La segmentación fue la misma se denomina “clientes potenciales” a los jóvenes entre 18 a 30 años que vivan en Lima y tengan algún problema de ayuda emocional o psicológica. Se pagó 8 soles por el anuncio por los días de publicación.
- Diseño del anuncio en Facebook:

Figura 23

Anuncio en Facebook

MENTE SANA

**Por primera semana
De apertura
30% OFF en
Tu plan favorito**

Premium | Básico

MenteSana Premium

S/. 42.90 al mes
1 sola cuenta

1 mes gratis

30% off

Nuevo precio:

s/. 30.00

30% off

Nuevo precio:

s/. 21.00

Premium | **Básico**

MenteSana Básico

S/. 29.90 al mes
1 sola cuenta

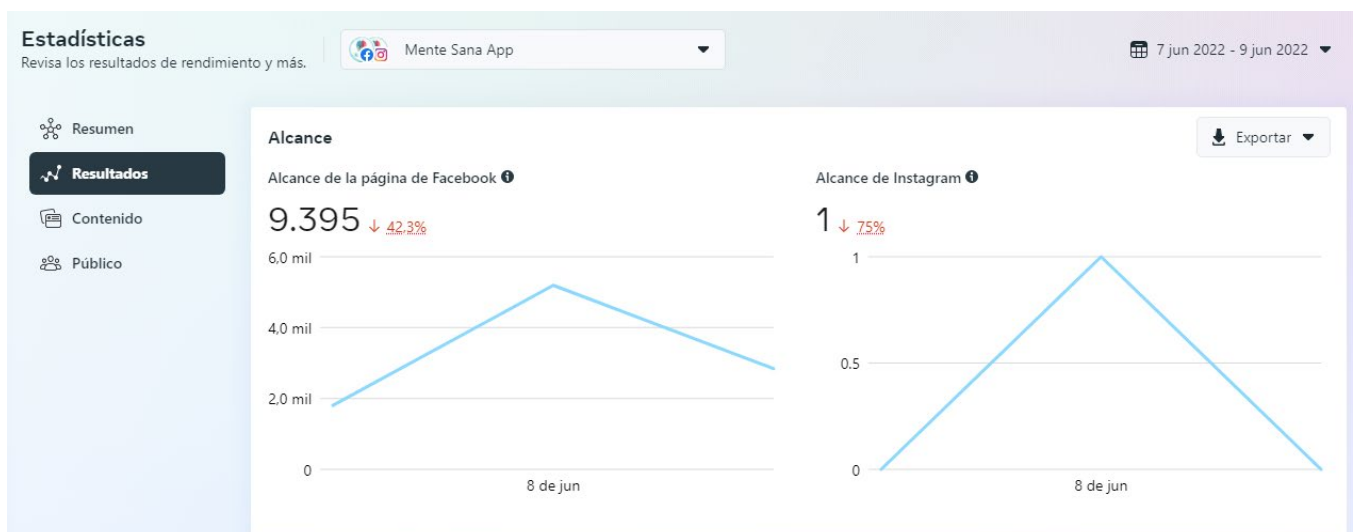
1 mes gratis

7.2.3. Resultados

Lo que se quiere conseguir como resultados es el aumento de interés de compra y es por ello que se está dando un porcentaje del 30% para poder llamar la atención de los usuarios.

Figura 24

Estadísticas del anuncio



El alcance de Facebook sigue siendo favorable y es por donde se mostrará mayores

resultados para seguir mostrando anuncios publicitarios con la finalidad de poder incrementar las ventas para MenteSana App.

Figura 25

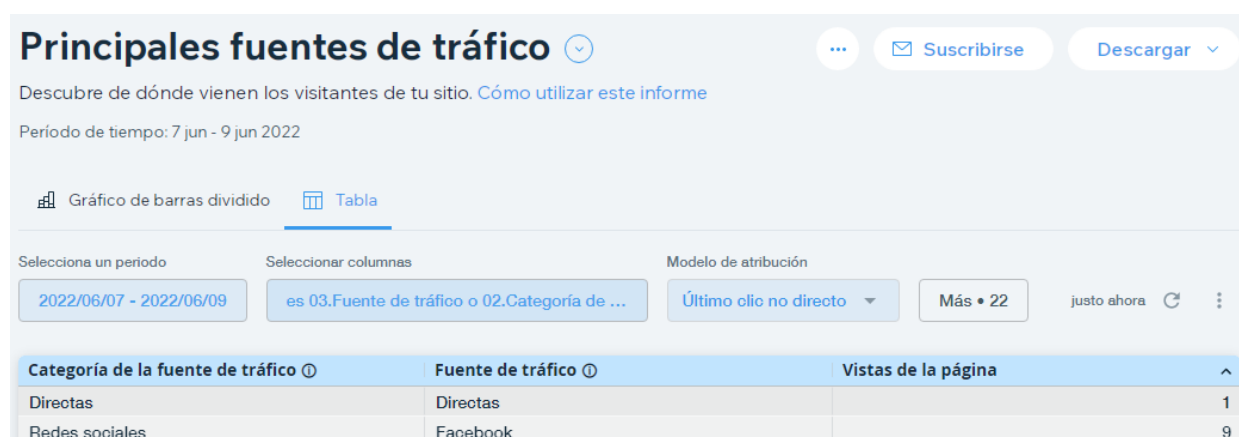
Alcance de la publicidad



Asimismo, de las 9,242 personas llegaron a hacer 36 personas las que continuaron dando el click en el enlace de la landing page. Lo cual es 0.40% de las personas en mostrar un interés de comprar en el plan básico o plan premium.

Figura 26

Resultados del landing page



A través de la landing page nos da un resultado no tan favorable como se quería dar, esto también es debido a que son menos días de publicación y se bajó el costo de publicación.

Por ende, son menos las visitas, pero fueron 10 personas las interesadas en adquirir un plan de Mente Sana App con el descuento que se otorgaba. Lo cual se direcciona que de las 36 personas solo 10 personas si quieren comprar algún plan lo cual da como resultado un 27.77% lo cual es bueno para seguir con los anuncios en Facebook.

7.2.4. Análisis

- Una vez publicado el nuevo anuncio en Facebook lo que se quiere lograr es aumentar los clientes potenciales en adquirir alguno de nuestros planes. Para ello, se compara el 0.67% del primer experimento con el segundo que da un 0.40% de interés de compra en clientes potenciales que ven el anuncio esto también es reflejado ya que los anuncios tienen duración de días diferentes.
- También a través del landing page se dio como resultado en el primer experimento que un 17.65% de los clientes potenciales dieron clic en el landing page para poder comprar unos de los planes, mientras que en el segundo experimento con el 30% OFF se dio un 27.77% de clientes, lo cual es óptimo para el objetivo, ya que se quiere ganar clientes interesados para poder aumentar las ventas de MenteSana.
- Sin embargo, aún no es el resultado que se quiere obtener. ya que los números de aceptación aún son bajos para ello se seguirá viendo y analizando que tipo de anuncios aceptan más los clientes potenciales.

7.2.5. Aprendizajes

- Con este segundo experimento se tienen dos puntos de vista distintos que al público le atrae la idea de adquirir algún plan con descuento ya que la intención de compra aumentó, pero aún falta la interacción del público mediante la misma publicación.
- Sigue siendo Facebook la red social más acogida y más aún es amigable con los precios que se muestran de los planes que tenemos. Sin embargo, aún falta más información acerca de los planes y fue ahí el error ya que solo se colocó precios. Se

espera que en el siguiente experimento se detallen más a fondo los planes y no solo mostrar cuánto cuesta cada plan.

7.2.6. Sustentación de la Validación

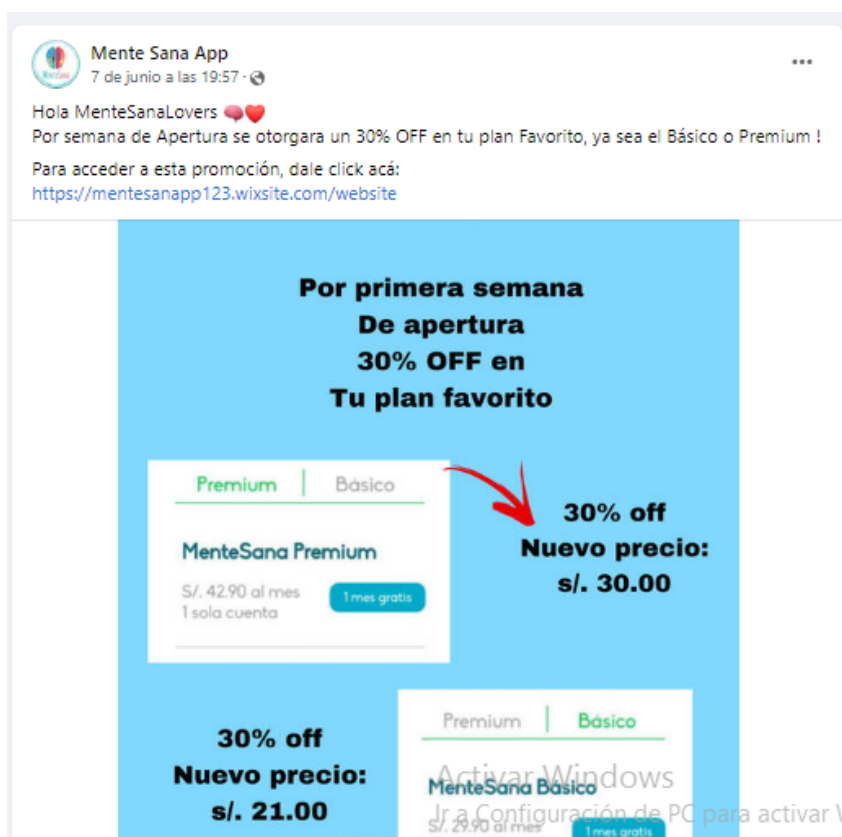
Link de landing page: <https://mentesanapp123.wixsite.com/website>

Link de Facebook: https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504/?ref=pages_you_manage

Publicación del anuncio en Facebook:

Figura 27

Anuncio en Facebook



Evidencia Landing Page: https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns_to_show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%2

[Otr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F07%20to%202022%2F06%2F10&session_user_aq=Las+NotDirrectSession](https://www.google.com/search?q=Otr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F07%20to%202022%2F06%2F10&session_user_aq=Las+NotDirrectSession)

Figura 28

Datos recolectados del landing page :

Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Fuente de Tráfico
Adrian Navarro	2022-06-08	navarro2001@gmail.com	952764277	Wix Forms	Facebook
Aarón Pezo	2022-06-08	aaronduardopezo11@gmail.com	960558997	Wix Forms	Facebook
Jennifer Morales	2022-06-08	jenmorales50@gmail.com	940014792	Wix Forms	Facebook
Aldana Rodriguez	2022-06-08	aldanavaleria@gmail.com	996988839	Wix Forms	Facebook
Alessandra Maldonado	2022-06-08	alessamal@hotmail.com	982287906	Wix Forms	Facebook
Alexa Gutiérrez	2022-06-08	AleGutiérrez200@gmail.com	959567471	Wix Forms	Facebook
Brisa Guzman	2022-06-08	guzmanbrisa@hotmail.com	922270242	Wix Forms	Facebook
Adrian Flores	2022-06-09	adrianflores@hotmail.com	982746195	Wix Forms	Directa
Luis santos	2022-06-09	luisantoschavez17@gmail.com	933669909	Wix Forms	Facebook
Aldair Bayona	2022-06-09	bayona99@outlook.com	924877711	Wix Forms	Facebook

7.3. Experimento 3

7.3.1. Objetivo

Incrementar el interés de comprar mostrando las características de la Aplicación más detalladas junto a los planes con la finalidad de que los clientes potenciales estén más interesados e informados en cuál es su favorito.

7.3.2. Diseño y Desarrollo

- Fecha: 10 de Junio al 12 de Junio del 2022
- Duración: 2 días.
- Se diseñó un anuncio más detallado sobre las características de los dos planes que ofrecemos con la finalidad de poder brindar más información a los clientes potenciales

y ellos puedan mostrar un mayor interés de compra, para ponerlo en circulación mediante Facebook se pagó 12 soles.

- La segmentación fue la misma para jóvenes entre 18 a 30 años que vivan en Lima y padezcan de problemas de salud mental.
- Diseño del anuncio:

Figura 29

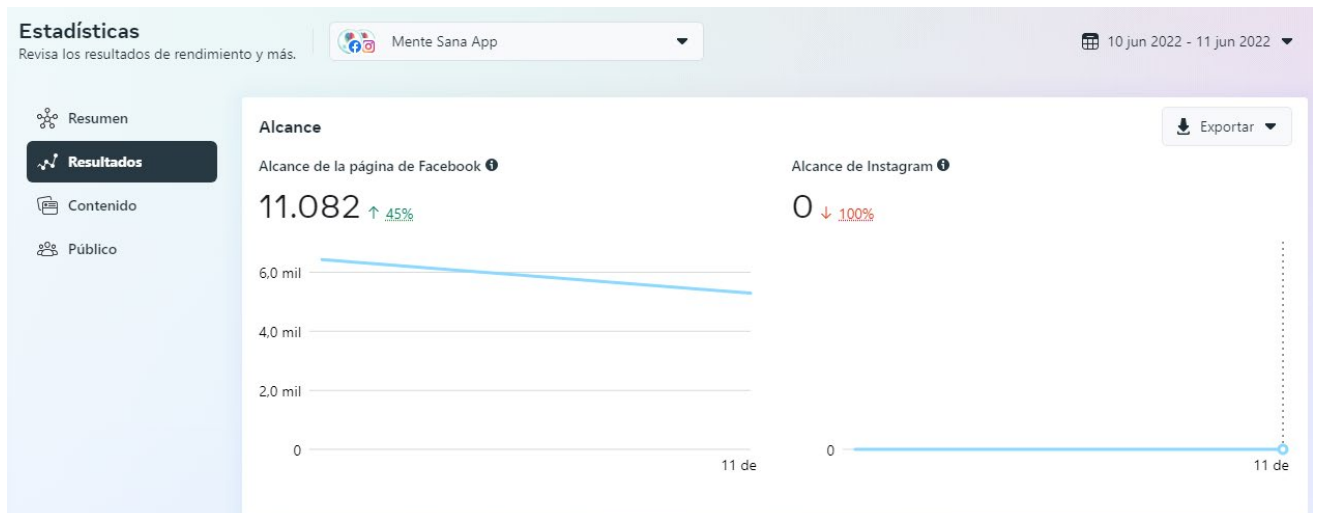
Anuncio en Facebook

The advertisement features the MenteSana logo at the top left, which consists of a stylized brain with blue and red halves inside a circular frame. Below the logo is the text "MENTE SANA". To the right, a large grey box contains the headline: "CONOCE MÁS DE NUESTROS PLANES Y ELIGE TU FAVORITO". Below this, a smartphone screen displays the app's user profile for "Isabella Granda" with a list of menu items: "Información personal", "Idioma", "Privacidad", "Seguridad", "MenteSana Planes", "Eliminar cuenta", and "Salir". To the right of the phone, two pricing plans are detailed: "PLAN BÁSICO" (1 session with a professional, 3 talks/workshops, access to videos/music, 1 psychological evaluation) and "PLAN PREMIUM" (unlimited sessions, unlimited talks/workshops, access to create a playlist, unlimited evaluations).

7.3.3. Resultados

Figura 30

Estadísticas del anuncio



El alcance de esta publicación fue mayor y mejor al del experimento 2, ya que en solo se alcanzaron 9,403, mientras que esta publicación fue superior por 11,082 personas que lograron ver nuestro anuncio.

Figura 31

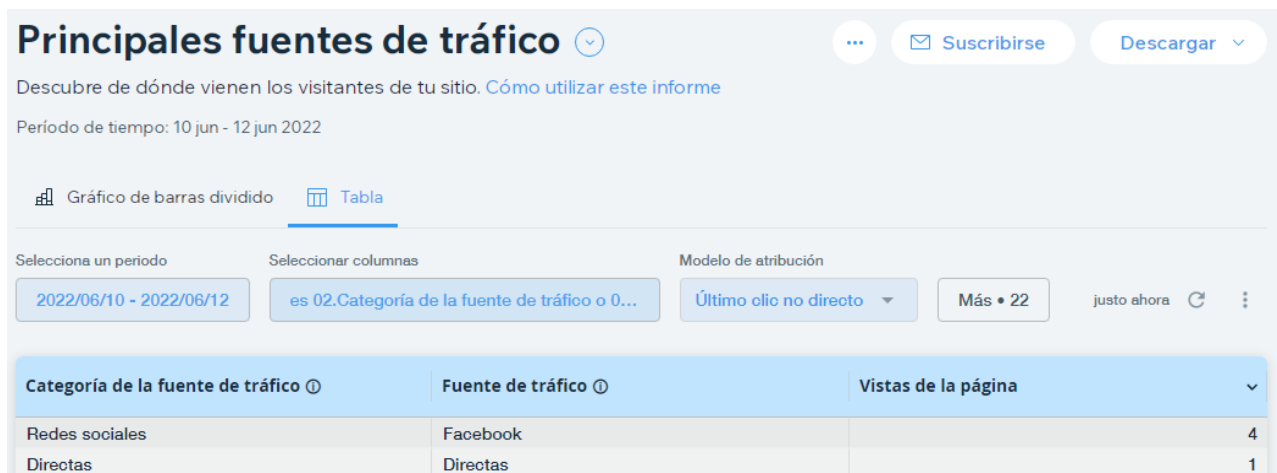
Rendimiento del anuncio en Facebook



Asimismo, de los 10,704 clientes potenciales que llegaron a ver nuestro anuncio solo 42 personas mostraron un interés de compra más elevado, ya que siguieron dando clic en el enlace para conseguir más información acerca de los planes de MenteSana App. Esto quiere decir que igual que el experimento 2 se consiguió el 0.40% de público.

Figura 32

Resultados del landing page



Por el lado del Landing page de las 42 personas que siguieron dando click para saber más información, solo 5 personas se inscribieron para conocer de nuestros planes. Lo cual no fue un buen resultado, ya que en comparación al anterior experimento se disminuyó, consiguiendo una proporción sólo el 12% se inscribió para adquirir algún plan cuando en el experimento dos se logró aumentar a 27.77% de interesados.

7.3.4. Análisis

- Para este nuevo experimento, se decidió bajar el costo de publicidad para analizar si es conveniente hacerlo. Sin embargo, en cuestiones de alcance fue superior al anterior experimento, lo cual es bueno, pero no es lo que se requiere para obtener un mejor interés de compra de nuestros clientes potenciales.
- Por el lado de las personas interesadas cuando siguieron dando clic en el enlace se mantuvo en el 0.40% de personas, aún se mantiene constante al momento de conocer las personas que están interesadas en adquirir o ser un suscriptor de Mente Sana App.
- Por otro lado, y no tan positivo a través del landing page los resultados disminuyeron del 27.77% al 12% de interés de compra lo cual no nos favorece porque no son los resultados que esperamos. Asimismo, se sigue manteniendo como única red social

Facebook para seguir realizando publicidad informativa hacia nuestros clientes potenciales con el objetivo de brindar información acerca de la salud mental.

7.3.5. Aprendizajes

- Aún se requiere poder realizar publicaciones más efectivas con la única finalidad de obtener más clientes con un interés de compra que sea favorable para Mente Sana App, para ello se debe hacer buenos diseños del anuncio publicitario para que el cliente le llame la atención el poder seguir dando clic para conocer más información de Mente Sana.
- Si bien es cierto, en este experimento no se tuvo un buen porcentaje de clientes interesados y tampoco aumentó, no solo se trata de pagar más por una publicidad sino de poder brindar una información adecuada para el usuario.
- Para el siguiente experimento, junto al equipo se va a requerir de un mayor alcance para poder tener mejores resultados y poder aumentar el volumen de usuarios interesados en adquirir alguno de nuestros planes.

7.3.6. Sustento de la Validación

- Link del post de Facebook : <https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504>
- Link del Landing page: https://mentesanapp123.wixsite.com/website?fbclid=IwAR1i1w65aukHcd9_SbZffjOai_zTcFLLaF39zZquZnLXeyOSIK4tMzIZWJ58
- Publicación de Facebook

Figura 33

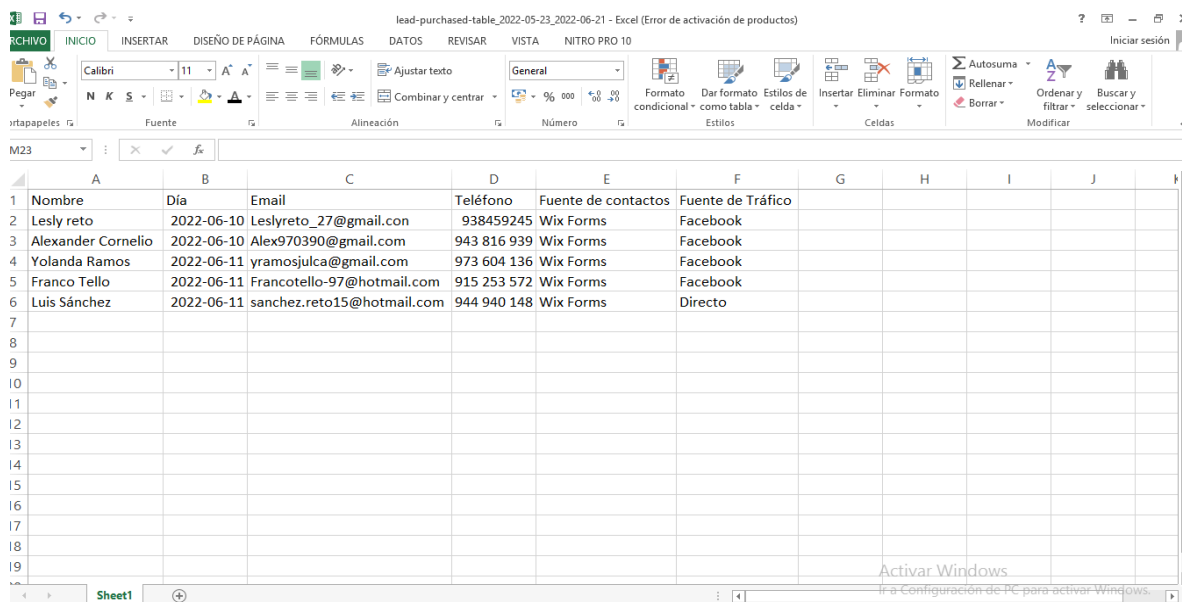
Anuncio en Facebook



Evidencia landing page: [https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns to show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F10%20to%202022%2F06%2F13&session user aq=Las tNotDirrectSession](https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns%20to%20show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F10%20to%202022%2F06%2F13&session%20user%20aq=Las%20tNotDirrectSession)

Figura 34

Datos recolectados del landing page



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Fuente de Tráfico					
2	Lesly reto	2022-06-10	Leslyreto_27@gmail.com	938459245	Wix Forms	Facebook					
3	Alexander Cornelio	2022-06-10	Alex970390@gmail.com	943 816 939	Wix Forms	Facebook					
4	Yolanda Ramos	2022-06-11	yramosjulca@gmail.com	973 604 136	Wix Forms	Facebook					
5	Franco Tello	2022-06-11	Francotello-97@hotmail.com	915 253 572	Wix Forms	Facebook					
6	Luis Sánchez	2022-06-11	sanchez.reto15@hotmail.com	944 940 148	Wix Forms	Directo					
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											

7.4. Experimento 4

7.4.1. Objetivo

Demostrar los beneficios principales de Mente Sana App con la finalidad de potenciar el interés de compra del usuario objetivo. Con ello, se dará a conocer si los usuarios prefieren conocer los beneficios o solo quieren saber los precios de poder tener una suscripción de algún plan de Mente Sana.

7.4.2. Diseño y Desarrollo

- Fechas: Del 13 al 15 de Junio del 2022
- Duración: 2 días
- Se publicó un anuncio publicitario con los beneficios principales de la aplicación para ello se pagó solo 8 soles con el objetivo de analizar si se tiene un mayor alcance a través de la publicación.
- Diseño del anuncio de Facebook:

Figura 35

Publicidad en Facebook

MENTE SANA



1. ¿ Te gustaría tener una aplicación donde puedas contactar a un especialista con tan solo un click ?
2. ¿ Quisieras recibir información acerca de la ansiedad/depresión ?
3. ¿ Te gustaría hacer una playlist con Música y videos a tu gusto para relajarte ?



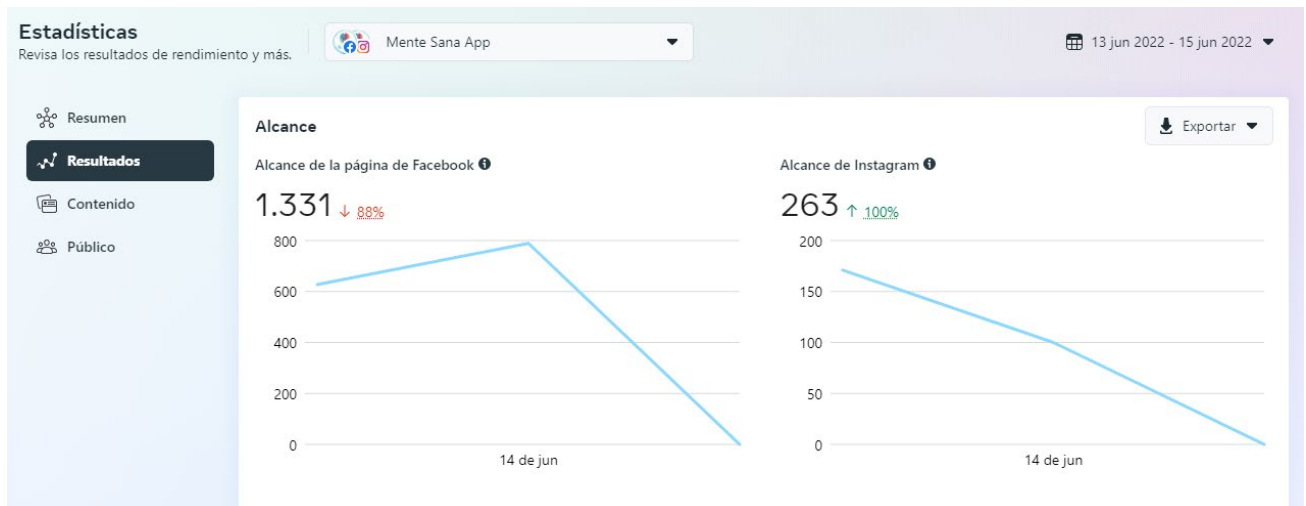
DESCARGA
MENTE SANA



7.4.3. Resultados

Figura 36

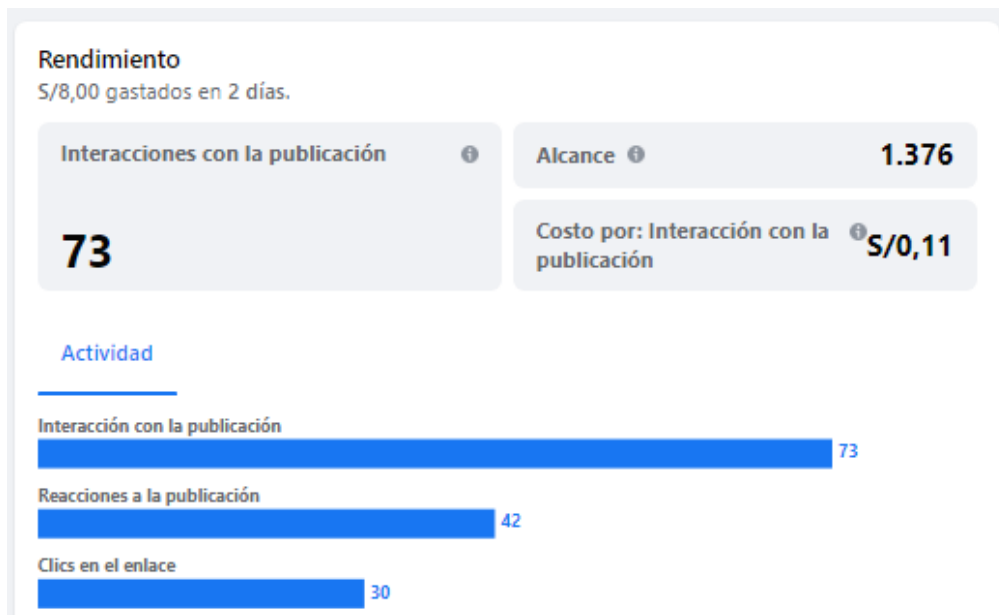
Alcance del anuncio



Para este experimento lo que se requiere como resultado es mejorar el interés de compra en los usuarios, es por ende que para la página no se ha requerido un gran alcance, sino que tenga un alcance más certero no de tantas personas, pero sí de clientes potenciales los cuales estén interesados en adquirir algún plan.

Figura 37

Rendimiento de la publicidad



Como se muestra en la imagen estadística, de las 1,376 personas que pudieron ver la publicación, fueron 30 personas las interesadas en adquirir algún plan de Mente Sana App

dando una proporción de 2.18% un porcentaje mayor al 0.40% que se vio reflejado en los dos experimentos anteriores. Esto significa que no solo importa que se envíe a mucha gente sino a las personas que realmente estén interesadas en conocer sobre la salud mental.

Figura 38

Resultados del landing page



Mediante la landing page, arrojó como resultado que fueron 6 personas las que se registraron para poder adquirir uno de nuestros planes, lo cual de 30 personas sería el 20% de personas interesadas. Lo cual es favorable ya que de un 12% del experimento anterior se aumentó al 20% de personas interesadas que es lo que se quiere lograr como resultado óptimo para Mente Sana.

7.4.4. Análisis

- Después de analizar el anuncio con los beneficios bien mencionados para los usuarios, se da a conocer que se tienen un mejor porcentaje de interés a las personas que tuvieron un alcance con la publicación. Así como paso del 0.40% al 2.18% lo cual es favorable, ya que se tiene un resultado más optimista.
- Asimismo, con los resultados del landing page se recupera la proporción del experimento 2, lo cual en el experimento 3 disminuyó. Con esto se refleja un mejor resultado a los cuales se quiere llegar poco a poco con el único objetivo de poder

brindar información a todas las personas interesadas en conocer más sobre la salud mental y sobre conllevar este tipo de enfermedades.

- Esto conlleva a deducir que en los diferentes anuncios publicitarios, no solo es necesario la cantidad de personas por las cual se paga, sino que también es importante como llegar al cliente potencial con la información que el requiera así como se da en este experimento.

7.4.5. Aprendizajes

- A pesar de que se publicó sólo dos días, se tuvo un buen resultado y más aún cuando fue fin de semana como se dio este experimento.
- Se sigue considerando que el canal más efectivo para Mente Sana App es el Facebook, ya que es donde se tiene una mejor aceptación por parte del público objetivo donde les llega el anuncio publicitario.
- Se observa que el mostrar los beneficios de la app es más receptivo que mostrar los precios de los planes o hasta incluso las características detalladas de cada uno.

7.4.6. Sustento de la Validación

- Link de post de Facebook : <https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504>
- Link del Landing Page: <https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504>
- Publicación de Facebook:

Figura 39

Publicación en Facebook

Mente Sana App
 13 de junio a las 00:32 · 🌐

MENTESANA es una plataforma con la finalidad de apoyar a muchas personas desde un punto emocional y psicológico 🧡❤️

Te brindamos las siguientes funciones:

- ✓ Citas personalizadas con expertos
- ✓ Evaluaciones psicológicas
- ✓ Acceso a la plataforma
- ✓ Diversos métodos de Pago
- ✓ Apoyo personalizados 24/7



1. ¿ Te gustaría tener una aplicación donde puedas contactar a un especialista con tan solo un click ?
2. ¿ Quisieras recibir información acerca de la ansiedad/depresión ?
3. ¿ Te gustaría hacer una playlist con Música y videos a tu gusto para relajarte ?



Evidencia de Landing Page: [https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns to show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F13%20to%202022%2F06%2F16&session user aq=Las tNotDirrectSession](https://manage.wix.com/dashboard/5618f40a-51e8-42f3-8b95-ad85566b9450/analytics/reports/40c99aac-70ce-4de6-9dc8-8c45ccc2d29e?columns%20to%20show=02.Categor%C3%ADa%20de%20la%20fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C03.Fuente%20de%20tr%C3%A1fico%2C25.Vistas%20de%20la%20p%C3%A1gina&date=2022%2F06%2F13%20to%202022%2F06%2F16&session%20user%20aq=Las%20tNotDirrectSession)

Figura 40

Datos recolectados del landing page

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Fuente de Tráfico					
2	Clerida Dahua	2022-06-14	cleridad@hotmail.com	932694151	Wix Forms	Facebook					
3	Jorge Flores	2022-06-14	jflores2124@hotmail.com	949264961	Wix Forms	Facebook					
4	Maribel Rojas	2022-06-14	maribelrc@gmail.com	924838366	Wix Forms	Facebook					
5	Violeta Alarcon	2022-06-14	violeta22@hotmail.com	958847175	Wix Forms	Facebook					
6	Cinthia Luyo	2022-06-15	cluyo22@hotmail.com	958066683	Wix Forms	Facebook					
7	Juana Ordoñez	2022-06-15	jordoñez_20@hotmail.com	974937405	Wix Forms	Facebook					
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											

7.5. EXPERIMENTO 5

7.5.1. Objetivo:

Conocer las proporciones de las personas interesadas, tanto en el plan premium como en el plan básico con la finalidad de diversificar esos porcentajes en los demás experimentos.

7.5.2. Diseño y Desarrollo

- Fecha: 19 y 20 de Junio del 2022
- Duración: 2 días
- Se publicó en Facebook un anuncio para conocer las proporciones de ambos planes, se pagó solo 8 soles para ponerlo en circulación y diversificar cada porcentaje en los otros experimentos.
- La segmentación fue la misma que se denomina “clientes potenciales” los cuales son jóvenes de 18 a 30 años con problemas de salud mental.
- Diseño del anuncio de Facebook:

Figura 41

Publicidad en Facebook



MENTE SANA



**¿YA SABES
CUÁLES TU
PLAN FAVORITO?**

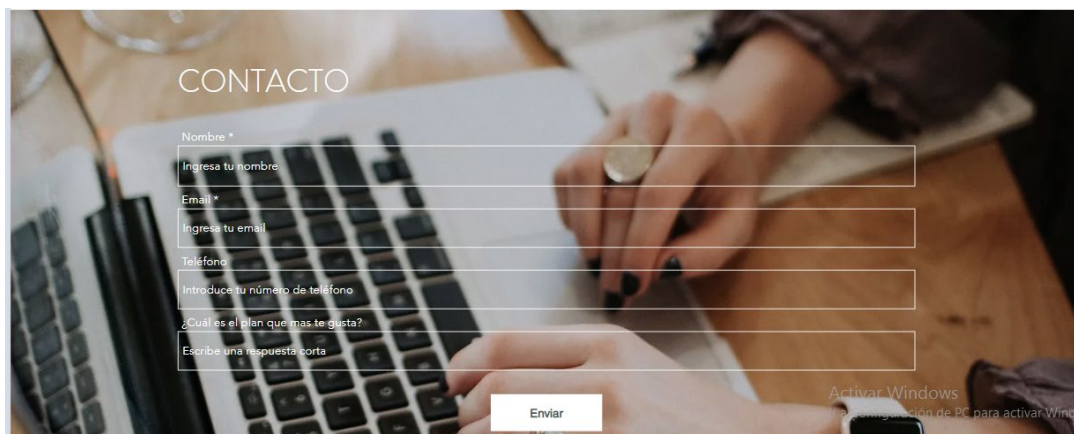
Plan básico:
S/. 29.90

Plan premium
S/. 42.9

7.5.3. Resultados

Figura 42

Sección agregada en contacto



CONTACTO

Nombre *

Ingresar tu nombre

Email *

Ingresar tu email

Teléfono

Introduce tu número de teléfono

¿Cuál es el plan que mas te gusta?

Escribe una respuesta corta

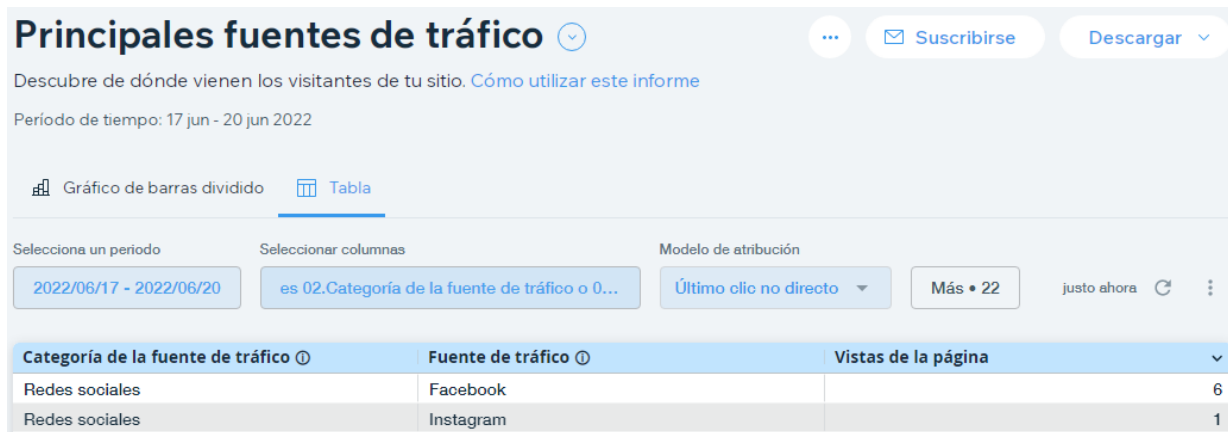
Enviar

Activar Windows
Se requiere conexión de PC para activar Windows

Se puso la sección qué plan es el más te gusta con el único objetivo de poder conocer cuántas personas están interesadas en adquirir el plan básico y cuantas personas van por el plan Premium.

Figura 43

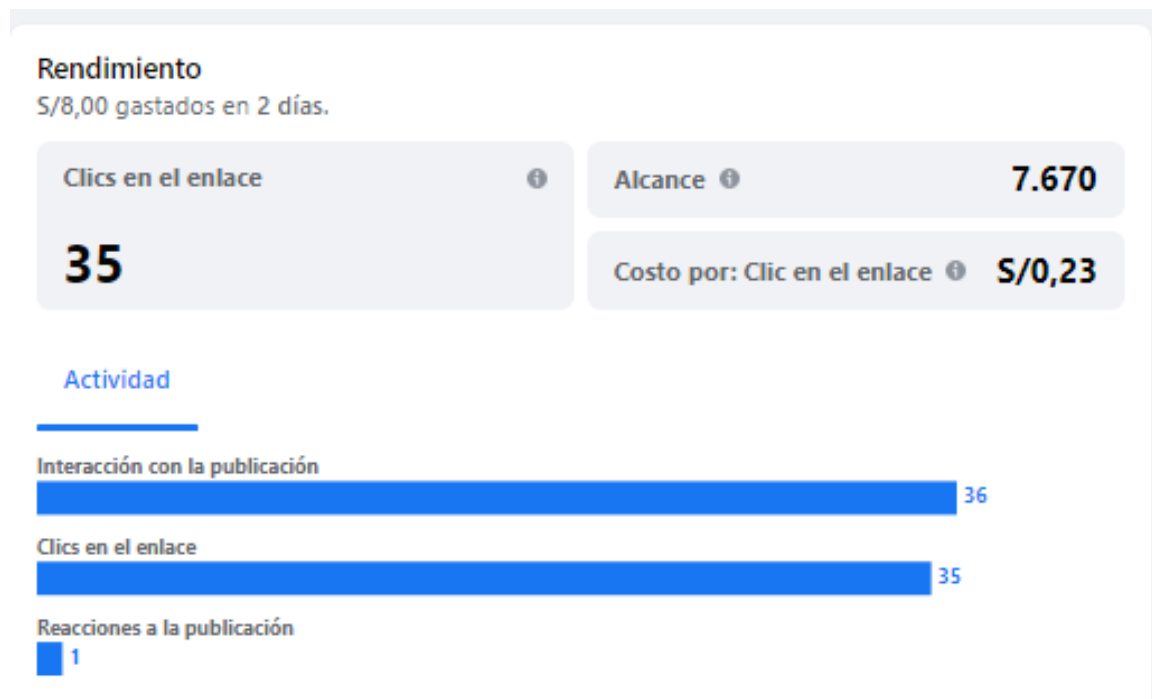
Resultados del landing page



Con estos resultados una vez elegido el plan que mayor le gusta el usuario, se tuvo una buena acogida por parte del plan premium. Por un lado, en el plan básico fueron 2 personas de 7 las interesadas en adquirir un plan básico, lo que resultó un 28.57% del total, mientras que fueron 5 personas las potenciales para adquirir un plan premium que sería un 71.43%. Con estas proporciones se pasará relacionar con los otros experimentos. Así también se evalúa que son 7 de 35 personas las interesadas en adquirir uno de los planes lo cual da un 20% de interés de compra.

Figura 44

Alcance de la publicidad



Asimismo, mediante Meta Business Suite dio este resultado como alcance de 7,670 personas y fueron 35 personas las que dieron click en el enlace. Lo cual da un porcentaje de los experimentos 2 y 3 del 0.40% de interés de compra entre todos los usuarios.

7.5.4. Análisis

- Con estos resultados, se analiza de forma positiva un 20% de interés de compra de los usuarios, el cual va en buen camino de un experimento a otro, ya que seguimos aumentando en clientes potenciales sin importar el alcance que se pueda dar a través de las publicaciones en Facebook.
- Asimismo, con este experimento se halló los porcentajes adecuados para poder aplicarlos en los demás experimentos con el objetivo de poder realizar una proyección de ventas adecuada.

7.5.5. Aprendizajes

- Se puede conocer las proporciones adecuadas para poder diversificarse con los alcances de los experimentos.

- A través de esta publicación que fue más intensa, se requirió conocer de forma más directa en qué tipo de plan está interesado el usuario.
- Por otro lado, ha sido adecuado añadir una sección sobre el plan que más te gusta el landing page para conocer de una forma más detallada el interés de cada uno.

7.5.6. Sustentación de la Validación

- Link del landing page : https://mentesanapp123.wixsite.com/website?fbclid=IwAR1i1w65aukHcd9_SbZffjOai_zTcFLLaF39zZquZnLXeyOSIK4tMzIZWJ58
- Link de Facebook : <https://www.facebook.com/Mente-Sana-App-107482841983504>
- Diseño de la Publicación:

Figura 45

Publicidad en Facebook



Evidencia del Landing page:

Figura 46

Datos recolectados del landing page

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Fuente de Tráfico	Cual es plan que mas te gusto?			
2	Jose Ramos Guil	2022-06-19	joseramos@gmail.com	925322567	Wix Forms	Facebook	Premium			
3	Fiorella Ruedas	2022-06-19	fiorellaro76@hotmail.com	938786684	Wix Forms	Facebook	Premium			
4	Liz Vera	2022-06-19	lizvera@gmail.com	978410056	Wix Forms	Facebook	Premium			
5	Francesca More	2022-06-19	franmoreno@hotmail.com	981579214	Wix Forms	Facebook	Basico			
6	Jose Luciano	2022-06-19	joseluci98@hotmail.com	984156324	Wix Forms	Facebook	Basico			
7	Hugo Sanchez	2022-06-20	hugo.limaya@hotmail.com	91587463	Wix Forms	Instagram	Premium			
8	Silvana Wagers	2022-06-20	silvanapant89@gmail.com	948513674	Wix Forms	Facebook	Premium			
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										

8. PLAN DE MARKETING

Introducción

Consideraremos las 4P's con el fin de desarrollar nuestro plan de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Mente Sana ofrecerá un servicio completo con el fin de ayudar, informar y mejorar la salud mental de los peruanos. Brindará los siguientes servicios: Consultas y asesorías, charlas gratuitas, talleres, música y videos y testimonios que poco a poco vayamos recopilando de personas que hayan usado nuestra aplicación. La primera variable, el producto, nos basamos en crear una aplicación que cuente con siete sub-servicios los cuales están enfocados en abarcar la mayor cantidad de áreas para ser un soporte y un espacio relevante en las vidas de las personas que tengan problemas de salud mental. Con respecto a la segunda variable, el precio, fue determinado luego de analizar los diferentes experimentos realizados y enfocado en cuánto estarían dispuestos a pagar nuestros potenciales clientes. En cuanto a la variable plaza, ofreceremos servicios 100% online, por lo que contaremos con plataformas digitales (Instagram y Facebook) para la venta y publicidad de nuestra aplicación. Finalmente, para la variable promoción, tendremos en Instagram una página oficial que será el nexo entre nuestros usuarios y nuestra landing page. En ambas

plataformas tendremos información de los servicios que brindamos, los planes de suscripción y, también, publicaciones informativas acerca de temas relacionados a la salud mental.

8.1. Objetivos SMART del Plan de Marketing

Se van a considerar los objetivos Smart para poder lograr nuestro plan de marketing de manera eficaz y eficiente. Además, estos objetivos nos ayudarán a tener un orden al planear, anticipar y verificar los avances que tengamos. Por este medio se identificará clientes potenciales y a nuestro mercado objetivo. Por ello, nuestro plan estará estructurado para 3 años relacionado con las etapas de introducción, crecimiento y fidelización. Se espera con que con los objetivos Smart tener un mejor posicionamiento en las distintas etapas del proyecto y así poder lograr una rentabilidad sostenible en el tiempo y con clientes fidelizados.

Tabla 41

Objetivos SMART de 3 años

Objetivos	Tácticas	Estrategia
<p>Objetivo SMART para posicionamiento de marca: Generar al mes 20 piezas de contenido informativo claro y preciso con respecto a los servicios que brindamos los primeros 3 meses.</p>	<p>Se manejará la cuenta de Instagram y Facebook promocionando el aplicativo e informando los servicios que se brinden.</p>	<p>Generar contenido mediante historias, en vivo, videos e imágenes informativas.</p>
<p>Objetivo SMART para aumentar seguidores en Instagram: Tener 10k</p>	<p>Se pagará publicidad para que el contenido publicado llegue en formato de</p>	<p>Contactar a experto en marketing digital y redes para una correcta</p>

seguidores para el sexto mes de haber abierto la página oficial.	historias y posts al público objetivo.	segmentación para las publicaciones.
<p>Objetivo SMART para aumentar la llegada de usuarios al landing page:</p> <p>Recibir el tercer mes 50 a más solicitudes de contacto a través de nuestro formulario en la landing page.</p>	Llevar a los usuarios que visiten o vean publicidad de nuestras redes sociales a nuestra landing page.	A través de copys atractivos y publicidad relevante captaremos usuarios para que llenen el formulario del landing page y puedan ser contactados por personal de nuestra App.
<p>Objetivo SMART para aumentar las suscripciones en la aplicación: Aumentar anualmente las suscripciones en un 20% hasta el tercer año.</p>	Identificar clientes potenciales que quieran adquirir nuestra aplicación móvil.	Realizar llamadas personalizadas a usuarios potenciales para brindarle información acerca de los servicios que brindamos.
<p>Objetivo SMART para fidelizar a los clientes suscritos: Retener al 80% de usuarios suscritos hasta el tercer año de operación</p>	Fidelizar a los usuarios brindando un excelente servicio y atención personalizada en caso tengan alguna consulta, duda o problema.	Contactarlos vía telefónica una vez cada 15 días para monitorear su progreso con respecto a su salud y con respecto al uso de la aplicación.

8.2. Estrategias (de introducción, crecimiento y fidelización)

8.2.1. Descripción de estrategias de producto

Figura 47

Logo de Mente Sana



Mente Sana es una aplicación móvil que busca innovar en base a la tecnología para realizar consultorías psicológicas virtuales, y su objetivo es brindar apoyo y solución a las personas que padecen de trastornos mentales como la depresión, ansiedad o estrés que son causados por diversos factores de la coyuntura actual (covid 19, crisis política, crisis económica, etc), las cuales afectan de forma física y psicológica a nuestra población. Asimismo, Mente Sana ofrece la oportunidad a las personas de interactuar con psicólogos profesionales; y sin la necesidad de ser presencial, este proceso se desarrollará mediante su plataforma virtual, con el fin de ayudar al control de trastornos psicológicos que las personas hayan podido desarrollar, garantizando el bienestar de la salud mental de los peruanos.

Por otro lado, este servicio es nuevo en el mercado, por ello para la etapa de introducción, básicamente se debe dar a conocer el producto y la propuesta de valor a través de estrategias promocionales y publicitarias.

Además, se realizó una estrategia de penetración de mercado, en la cual se va a ejecutar campañas estratégicas de publicidad que ayude a posicionar la marca y así diferenciar nuestra propuesta de valor para sobresalir frente a la competencia. De esta manera, se logrará captar un mayor número de público y abarcar un mayor porcentaje del mercado.

Figura 48 Producto de Mente Sana

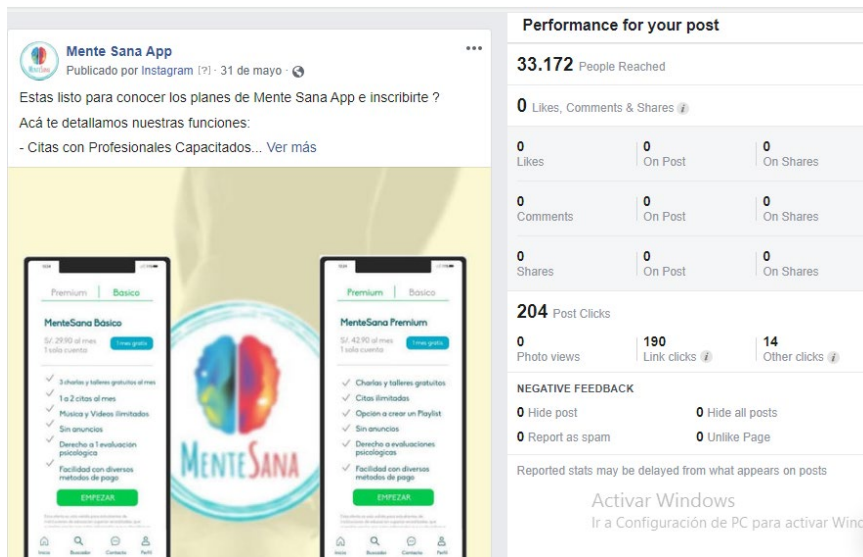
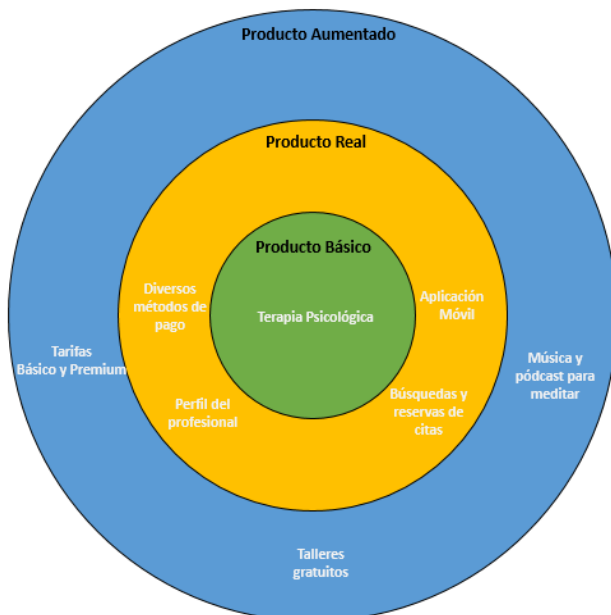


Figura 49

Niveles del producto



8.2.2. Descripción de estrategias de precio

PRECIO DE MERCADO

Para determinar un precio adecuado, Mente Sana realizó un análisis de sus competidores directos, aplicaciones que realicen el mismo modelo de negocio y, un análisis de competidores indirectos que serían las consultas que brinda los psicólogos independientes.

Competencia Directa: Se seleccionó un par de aplicaciones, las cuales abarcan el mercado internacional y brindan sus servicios virtuales a usuarios que se encuentran dentro de la población peruana

- **TherapyChat:** Es una plataforma virtual que permite contactar con psicólogos calificados para interactuar mediante sesiones y consultas de asistencia psicológica a distancia. Su servicio se desarrolla mediante video llamadas y son confidenciales. Al ser asistencia psicológica a distancia tiene un precio menor a la consulta psicológica presencial promedio, y además ofrece una primera sesión gratuita.

Asimismo, la inscripción de esta plataforma es gratuita, ya que el desembolso se da al momento de reservar las sesiones de la terapia. El rango de precios de los psicólogos se encuentra entre los 15 dólares hasta los 20 dólares; sin embargo, realizando el conteo promedio de los precios de las sesiones, el precio promedio general es de 15 dólares, en otras palabras 55.5 soles.

Figura 50

Therapy Chat

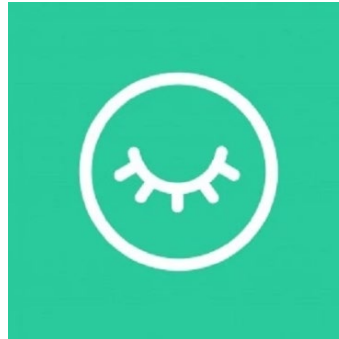


- **Pura Mente:** La app está especializada en meditación y bienestar emocional, y en ella encontrarás diversos tipos de meditación, distribuidas en cursos y sesiones adaptadas a cada cliente. Además, con este servicio buscan mejorar nuestros problemas de ansiedad o estrés. Sus precios se promedian entre los 20 soles a

30 soles las sesiones de 20 minutos. Además, la suscripción al aplicativo es totalmente gratuita y los precios son variables, dependiendo de la calificación y especialización del psicólogo.

Figura 51

Puramente.app



Competencia Indirecta: Como competidores indirectos, tomamos en cuenta a profesionales que brindan consultas psicológicas independientes, teniendo en cuenta que tras la cuarentena se comenzó a expandir el mercado de servicios virtuales, de esta manera se presentó una alta interacción de publicidad en redes sociales mediante publicaciones informativas sobre salud mental y servicio de terapias. Para determinar un precio promedio de estas consultas independientes, se comparó diversos perfiles de psicólogos en redes sociales. El resultado se encuentra en el rango de S/ 40 a S/ 50 por sesión de 30 a 40 minutos de sesión.

Costos de la Aplicación

Figura 52

Estructura de Costos

COSTOS DE VENTAS (VARIABLES)	
Descripción	Por sesión
Sueldo de psicólogo	S/40.00

Margen de Ganancia

El margen de ganancia esperado para este proyecto es del 30%. Teniendo en cuenta que, los precios que vayan a imponer los psicólogos es dependiendo de su propio criterio, no obstante, con respecto a los costos de la aplicación de Mente Sana y del margen esperado, se definirá un precio base que el profesional va a ofertar, de esta manera se puede cubrir los costos y asegura el margen de ganancia.

Estrategia del Precio

Se establecerá un precio descremado, en otras palabras, se fijará un precio alto para el aplicativo, el cual irá gradualmente rebajado a través de descuento. Por un lado, esta estrategia se realizará porque el costo promedio de las consultas de los psicólogos está en un rango medio-alto. Por otro lado, se debe mantener un nivel de posicionamiento en base a un servicio exclusivo y de buena calidad.

Percepción del valor del cliente

El cliente tendrá en cuenta que los precios de nuestro aplicativo no serán baratos, ya que así asumirán que el precio alto estará ligado a la alta calidad de los psicólogos que podrá elegir y recibirá una experiencia exclusiva a lo largo de la consulta. Asimismo, el precio alto está relacionado con un vasto nivel académico y laboral de los psicólogos (esto causa mayor interés a los usuarios). Además, al ser un servicio que está enfocado en la salud mental de las personas, las personas que realmente necesiten la ayuda necesaria de las terapias, dejarán en segundo plano el aspecto económico porque la salud mental va de la mano con la física. De esta manera, al ser un precio alto tomará en cuenta que el servicio que va a recibir será de carácter altamente profesional y exclusivo.

8.2.3. Descripción de estrategias de plaza

La estrategia de plaza que se utilizará son los medios digitales, como la página web y las redes sociales. Así mismo, en los experimentos realizados se pudo corroborar que la mayoría de nuestro público objetivo se encuentra en las redes sociales. Además, usaremos las

plataformas de App Store y Play Store para descarga de la aplicación. A continuación, se mostrará las estrategias a utilizar:

→ Creación de la página web:

Figura 53

Página Web de Mente Sana



[HOME](#) [Contacto](#) [Trabajo](#) mentesanapp123@gmail.com [989385150](tel:989385150) [@](#) [Contactanos](#)

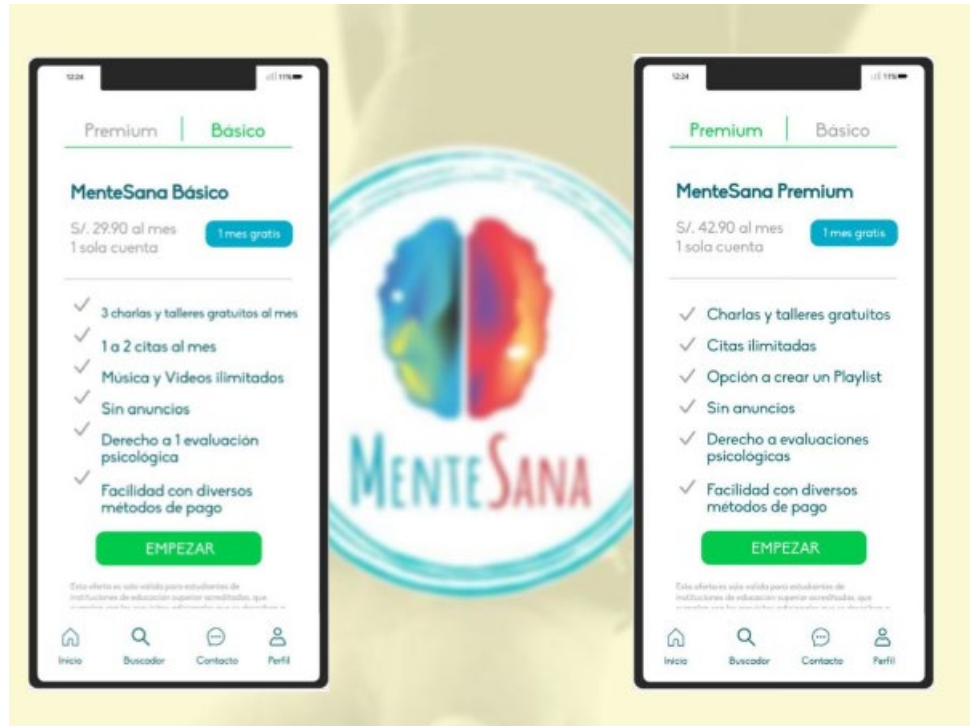
MENTE SANA

Bienvenidos a Mente Sana. Somos una Aplicación nueva con ganas de apoyar a miles de personas desde un diferente punto de vista, como puede ser psicológico o emocional.

→ Ofrecer información actualizada:

Figura 54

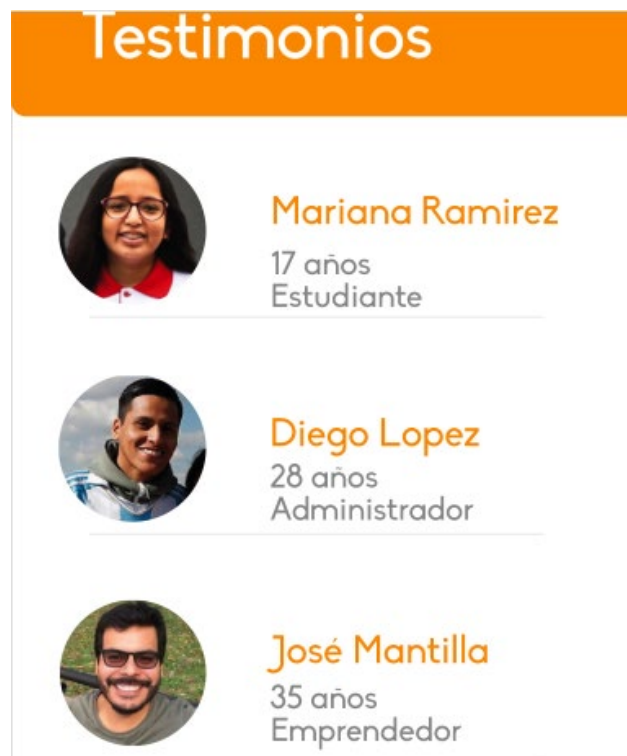
Página web Mente Sana



→ Agregar Testimonios:

Figura 55

Testimonios en Mente Sana



En resumen, la página web nos ayudará a tener una buena impresión, y seriedad. Además, un buen porcentaje de usuarios se encuentran siempre en los buscadores. Por otro lado, se tiene que tener la información actualizada, ya que si el usuario se encuentra con precios o planes desactualizados podría pensar que la empresa no es cuidadosa. Por último, se tienen los testimonios, éstos nos ayudan, ya que el 80% de personas se ve influenciado por los comentarios que las personas puedan emitir sobre el servicio.

8.2.4. Descripción de estrategias de promoción

Lo que se desea con Mente Sana es poder llegar a más clientes y las estrategias son distintas para cada etapa. En el primer año, nos enfocaremos en el posicionamiento de la red social, buena administración de ella y dar a conocer nuestro servicio. En el segundo año al mejoramiento si la hubiera de la aplicación, publicidad pagada, tratar de quedarnos en la mente del consumidor. Por último, en el tercer año se buscará ampliar los servicios, brindar mejoras para clientes recurrentes y tener ya un buen posicionamiento de redes.

Figura 56

Mix Promoción



→ **Publicidad:** Esta es la herramienta que más se va a usar, ya que tiene un presupuesto bajo y bastante alcance a nuestro público objetivo. Se hará publicaciones que logren

enganchan con los usuarios, como imágenes con textos interesantes para el que lo va a leer e información clave para atraer más lectores. En los buscadores de google donde hay un buen porcentaje de personas que buscando información y los influencers que ayudan a promocionar, recomendar e informar el servicio.

- **Atracción:** En esta estrategia talla el consumidor donde se impulsará las promociones y/o descuentos a clientes recurrentes. Además, de dar a conocer temas interesantes en charlas que se puedan transmitir en vivo y tener un sitio web de alto desempeño.
- **Destacar las ventajas:** Es muy importante destacar el servicio que se brindará y valor agregado que se tiene. También, demostrar que se ha resuelto problemas, esto nos ayudará que el negocio se vea confiable y tenga mayor impacto a la hora de influir en los clientes, como evidencia se mostrará los testimonios.

Figura 57

Marketing mix por 3 años

Marketing mix/año	Año 1 - Introducción	Año 2 - Crecimiento	Año 3 - Fidelización
Producto	Estrategia: Tener un correcto posicionamiento en las mentes de las personas brindándole al público información clara y precisa de todos los servicios que brindamos.	Estrategia: Mejorar y desarrollar la interfaz y funcionalidad del aplicativo para ofrecer una propuesta de valor y así diferenciarnos de la competencia.	Estrategia: Ampliar las opciones de membresías, ya sea el básico o premium, para los clientes recurrentes.
Precio	Estrategia:	Estrategia:	Estrategia:

	<p>Penetración de mercado para captar la mayoría cantidad de clientes de nuestro público objetivo</p>	<p>Se ejecutará un precio descremado. Se mantendrá un precio ligeramente alto y gradualmente este será rebajado gradualmente con descuentos.</p>	<p>Se pondrá precios especiales a clientes usuales con la aplicación.</p>
Plaza	<p>Estrategia: Contaremos con página de Instagram y estaremos disponibles en App Store (Apple) y Play Store (Android)</p>	<p>Estrategia: Difundir enlaces publicitarios para que los posibles usuarios lleguen a nuestro landing page. También posicionar nuestra marca en redes sociales, mediante publicaciones informativas.</p>	<p>Estrategia: Un buen posicionamiento en la red social y un buen manejo de ella para fortalecer la relación con los clientes. Además , de implementar email-marketing para los clientes usuales.</p>
Promoción	<p>Estrategia: Pago de publicidad en Instagram</p>	<p>Estrategia: Contratar a influencers que su contenido sea similar a los</p>	<p>Estrategia: Promociones exclusivas para antiguos clientes y nuevos. Asimismo,</p>

		servicios que ofrece Mente Sana (apoyen la salud mental), con el fin de que estos promocionen nuestro aplicativo y servicios en sus redes.	charlas en vivo gratuitas para captar nuevos clientes.
--	--	--	--

Nota. Marketing Mix. Elaboración propia

Estrategias en la etapa de introducción (año 1):

- **Producto:**

- Posicionar nuestros servicios a favor de la salud mental de manera clara y precisa para que el público pueda acudir en busca de los servicios que la aplicación brindará y podamos captar la mayor cantidad de usuarios satisfaciendo su demanda.

- **Precio:**

- En cuanto al precio de la suscripción de nuestra app la penetración de mercado sería la estrategia a elegir, ya que los beneficios de entrar al mercado con precios atractivos son de generar mayor volumen de ventas y captar la mayor cantidad de personas. Asimismo, los precios se volverían más atractivos para los consumidores en comparación con la competencia.

- **Plaza:**

- A través de nuestra página oficial de Instagram y Facebook pagaremos para publicitar las piezas gráficas que realicemos con el fin de llegar a más personas, que nos conozcan y satisfacer la demanda que buscamos cubrir en búsqueda de mejorar la salud mental de nuestros usuarios.

- **Promoción:**

- En el primer año contaremos con nuestra página oficial de Instagram y Facebook que será nuestro medio principal de comunicaciones hacia el público. También contaremos con un landing page para que los usuarios puedan registrarse de manera correcta, ya que los usuarios que nos contacten por Instagram serán enviados a nuestra landing page.

Estrategias en la etapa de crecimiento (año 2):

- **Producto:**

- Teniendo en cuenta que todo aplicativo puede tener fallos o bugs leves con respecto a la interfaz y la funcionalidad, Mente Sana no será la excepción. Por ello, seguiremos desarrollando y mejorando el aplicativo en base a los comentarios de los usuarios y de esta forma innovar y ofrecer una propuesta de valor que nos diferencie de la competencia.

- **Precio:**

- Luego de la ejecución de penetración de mercado en el primer año, se mantendrá un precio ligeramente alto para el segundo año. Teniendo en cuenta que se aplicará un precio descremado, el cual consta de precios altos considerando la calidad y el costo del servicio que se ofrecerá a los usuarios, posteriormente este precio se irá reduciendo gradualmente con diversos tipos de descuentos.

- **Plaza:**

- Ya que nos encontramos en el segundo año, nosotros precisamos fortalecer y posicionar nuestra marca, mediante publicidad informativa en nuestra página de instagram para que nuestros seguidores vean nuevo contenido de las novedades que vamos a ofrecer en nuestro aplicativo con el fin de captar una mayor participación del mercado. Asimismo, difundir el enlace de nuestro

landing page en otras redes sociales, en plataformas de videos e incluso juegos con el fin de recibir mayores visitas en nuestra página web.

- **Promoción:**

- Contrataremos influencers para aprovechar el gran poder de influencia que tienen sobre sus seguidores que en su mayor porcentaje son jóvenes que se encuentran entre los 18 a 30 años de edad, el cual sería una gran opción de publicidad, ya que coincide aproximadamente con el rango de edad de nuestro público objetivo. Asimismo, estos influencers deben dedicarse a publicar contenido con respecto a la salud mental y aspectos de la psicología, de esta manera será una difusión de publicidad con mayor sinergia.

Estrategias en la etapa de fidelización (año 3):

- **Producto:**

- Se ampliará las opciones de membresías que ofrece Mente Sana, ya sea por la mejora del producto o por petición de los clientes recurrentes.

- **Precio:**

- Se podrá poner precios especiales para usuarios antiguos, ya que con esto nos quedaremos con ellos. Podrán tener mayores beneficios al estar más tiempo con Mente Sana.

- **Plaza:**

- Para el año 3 Mente Sana ya tendrá un buen posicionamiento y manejo de la red social. Además de implementar el email-marketing para la fidelización de los clientes, con esto podemos tener un trato personalizado, ya que se le manda un correo personalizado y con información respecto a sus beneficios que poseen por tener tiempo con nosotros, sorteos e información de salud mental actualizado.

- **Promoción:**

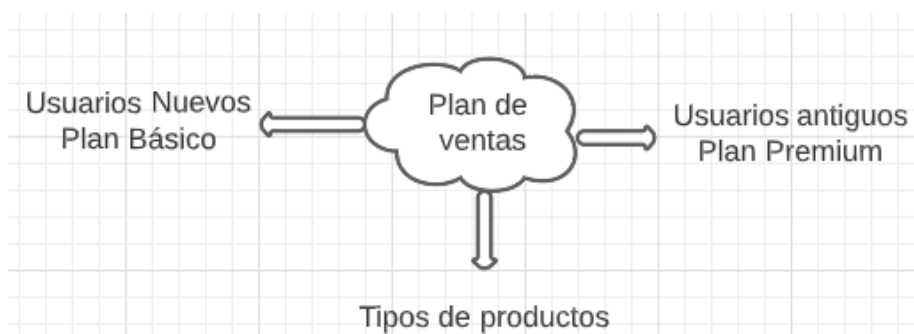
- En este caso se hará promociones y sorteos con clientes recurrentes para que puedan acceder a una membresía con un descuento considerable. Además, para tener contacto con los clientes tanto antiguos como nuevos, se harán charlas en vivo (virtualmente) para que las personas estén informadas de lo importante de la salud mental. Por ejemplo, de temas como: ¿De cómo alcanzar sus metas?, o ¿Si se sienten estancados?, éstas charlas ayudarán tanto a fidelizar como a captar nuevos usuarios.

→ Monitoreo continuo de clientes:

Para poder saber qué es lo que los clientes quieren o que se puede mejorar para tener un mejor plan para cada tipo es monitorearlo cada mes y se podría hacer por medio de encuestas dirigidas a los planes y tipos de servicios brindados.

Figura 58

Plan de ventas de Mente Sana



→ Brindar una vivencia mejor:

Buscar continuamente la mejora de la aplicación, atención personalizada en redes, WhatsApp y página web. Además, tener un medio de contacto eficiente que sientan los clientes que han sido acogidos por Mente Sana.

→ Identificación de la marca:

Tener un logotipo que nos sirva de imagen para que transmita y resuma la marca. Además, de un eslogan que puede ser una frase corta, pero que promueva el espíritu de la marca.

Logotipo:



→ Obsequios:

Para tener un recuerdo prolongado en nuestros clientes se obsequiará sesiones y merchandising como tazas, lapiceros y posavasos.

8.3. Presupuesto de MARKETING (AÑO TRAS AÑO) - 3 AÑOS

Tabla 42

Presupuesto plan de marketing año 1

Actividades de marketing	Estrategia	Actividad/Táctica	Tipo (ATL/BTL)	Requerimiento para actividad	Frecuencia al mes	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Marketing Digital	Estrategia de contenido	Historias	ATL	Pago a diseñador gráfico	20	S/.30	S/. 600	S/. 7200
		Publicaciones	ATL	Pago a diseñador gráfico	20	S/.30	S/. 600	S/. 7200

		Publicidad	ATL	Pago promoción Facebook	8	S/.20	S/.160	S/. 1920
Marketing tradicional	Posicionamiento de marca	Activaciones en ferias	BTL	Pago Stand	1	S/.500	S/. 500	S/. 6000
				Decoración	1	S/.200	S/. 200	S/. 2400
				Transporte	1	S/.100	S/. 100	S/. 1200
		Merchandising	BTL	Fabricación merchandising	1	S/.250	S/. 250	S/. 3000
		Sorteos	ATL	Pago promoción en Facebook	2	S/.20	S/. 40	S/. 480
						Total	S/.1810	S/. 29,400

Tabla 43

Presupuesto plan de marketing año 2

Actividades de marketing	Estrategia	Actividad/Táctica	Tipo (ATL/BTL)	Requerimiento para actividad	Frecuencia al mes	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Marketing Digital	Estrategia de contenido	Historias	ATL	Pago a diseñador gráfico	15	S/.25	S/. 375	S/. 4,500
		Publicaciones	ATL	Pago a diseñador gráfico	15	S/.25	S/. 375	S/. 4,500
		Publicidad	ATL	Pago promoción Facebook	8	S/.20	S/.160	S/. 1,920
		Micro influencers	ATL	Pago a micro influencers	2	S/ 150	S/ 300	S/. 3,600
		Mejora	ATL	Pago a	2	S/.	S/. 200	S/.

		en la platafor ma		diseñador		100		2,400
Marketing tradicional	Posiciona miento de marca	Activaci ones en ferias	BTL	Pago Stand	1	S/.500	S/. 500	S/. 6,000
				Decoración	1	S/.200	S/. 200	S/ 2,400
				Transporte	1	S/.100	S/. 100	S/. 1,200
		Mercha ndising	BTL	Fabricación merchandis ing	1	S/.250	S/. 250	S/. 3,000
		Sorteos	ATL	Pago promoción en Facebook	2	S/.20	S/. 40	S/. 480
						Total	S/.2,500	S/ 30,000

Tabla 44

Presupuesto plan de marketing año 3

Actividades de marketing	Estrategia	Actividad/Táctica	Tipo (ATL/BTL)	Requerimiento para actividad	Frecuencia al mes	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Marketing Digital	Estrategia de contenido	Historias	ATL	Pago a diseñador gráfico	10	S/.25	S/ 250	S/. 3,000
		Publicaciones	ATL	Pago a diseñador gráfico	10	S/.25	S/ 250	S/. 3,000
		Publicidad	ATL	Pago promoción Facebook	8	S/.20	S/160	S/. 1,920
		Micro influencers	ATL	Pago a micro influencers	1	S/ 250	S/ 250	S/. 3,000
		Mejora en la	ATL	Pago a diseñador	2	S/. 150	S/ 300	S/. 3,600

		platafor ma						
Marketing tradicional	Posiciona miento de marca	Mercha ndising	BTL	Fabricación merchandis ing	1		S/. 250	S/. 3,000
		Sorteos	ATL	Sorteo en Facebook	2	S/.70	S/. 140	S/1,680
						Total	1,600	S/19,200

SUSTENTO DEL PLAN DE MARKETING DE LOS 3 AÑOS

AÑO 1

En el primer año de operación nos enfocaremos en utilizar las plataformas digitales como medio de comunicación principal para dar a conocer nuestra aplicación con contenido en formato de video e imágenes para abarcar las historias y publicaciones en el feed de Instagram y Facebook. Para lograr nuestra estrategia de introducción contrataremos los servicios de un diseñador freelance al cual se le pagará 1200 soles mensuales para la elaboración de 40 piezas gráficas siendo 10 vídeos y 30 imágenes de las cuales las 8 más importantes serán promocionadas con 20 soles con una duración de 5 días para que se consuman 4 soles diarios por publicación. Por otro lado, realizaremos activaciones en ferias en las que nuestro público objetivo esté presente, alquilando un espacio en el cual brindaremos demostraciones del uso de nuestra app, charlas informativas acerca la salud mental y asesoramiento de cualquier duda o consulta que puedan tener los clientes potenciales, utilizando una inversión de 800 soles para la activación presencial. Asimismo, nos encargaremos de hacer merchandising para el posicionamiento y recordación de marca para el que destinaremos 250 soles mensuales. Finalmente, realizaremos 2 sorteos

mensuales de membresías estándar y Premium a través de Instagram y Facebook con el fin de conseguir seguidores y tener amplificación en nuestras redes sociales.

AÑO 2

Para el segundo año, se sigue priorizando como medio de publicidad las redes sociales como Facebook e Instagram. Asimismo, se mantiene la difusión de contenido mediante historias, publicaciones y la publicidad de Facebook dirigida por la IA. Por un lado, gracias a la correcta relación con el diseñador de gráficos, se llega a un acuerdo estratégico para disminuir levemente los costos de publicidad. Por otro lado, para el segundo año, se va a disminuir gradualmente la frecuencia de actividades, ya que se incurrirá en otros métodos de publicidad y gastos de mantenimiento para preservar y mejorar nuestra propuesta de valor. Como se mencionó anteriormente, se añadirá un nuevo método de publicidad, el cual será contratar a dos micro influencers que publiquen contenido similar al de nosotros, para hacer llegar a sus seguidores nuestro producto y sea correctamente recibido por un público que busca ayuda psicológica. Por último, un aplicativo puede tener ciertos aspectos que cambiar o mejorar, por ello se contrata a un experto en diseño de aplicativos para seguir innovando nuestra app y de esta manera hacer notar a nuestros clientes que nuestra propuesta de valor sigue diferenciándose.

AÑO 3

Para el tercer año nos enfocaremos en la fidelización del cliente por lo que se tendrá en cuenta lo que son las promociones a clientes recurrentes, en éstas promociones se ha abarcado lo que son sesiones gratuitas que serán sorteadas vía redes sociales. Además, usaremos el merchandising para poder crear un vínculo con el usuario y poder quedarnos en sus mentes. Por otro lado, se usará un micro influencer que esté en el mercado de la salud mental para que genere publicidad entre la comunidad y el pago al soporte que da la aplicación. Si bien en este tercer año ya no se va a generar tanto contenido en redes, ya que se tiene una cantidad de clientes fidelizados, lo que sí se tiene que ver es la atención en redes, posicionamiento y fallas si las hubiera en la aplicación. Por último, si bien aún hay que

hacer contenido tanto en historias como en publicaciones, ya no serán tandas como en el año 1 y 2.

9. PLAN FINANCIERO

9.1. Proyección de ventas (ingresos)

	EXP 1 A	EXP 1 B	EXP 1 C	EXP2	EXP3	EXP4	EXP5	TOTAL
Plan Basico	2	3	5	3	1	2	2	18
Plan Premium	5	9	12	7	4	4	5	46
Totales	7	12	17	10	5	6	7	64
								MES 1

Para poder hacer la proyección de ventas durante los próximos tres años. En primer lugar, se identificó los cinco experimentos del Plan Concierge con la finalidad de poder hallar las ventas del primer mes y posterior a esto poder conseguir la tasa de crecimiento mensual de los planes, tanto del básico como del Premium. En segundo lugar, se hizo un experimento extra, el cual es el 5 donde se realizó con el único objetivo de poder hallar las proporciones de interés de compra de todos los experimentos. Finalmente, se tomaron los totales de los experimentos para diversificar proporcionalmente los valores de cada plan.

AÑO 1

Para el primer año de proyección de Ventas de Mente Sana, se ha tomado la decisión de poner los cinco experimentos con una duración de dos días. Es el caso del experimento 1, donde fue de 6 días, por ende, se decidió ponerlo en tres experimentos para que al momento de dar el análisis no sean números tan exorbitantes. Asimismo, para hallar la tasa de crecimiento mensual se tomó la variación porcentual de cada experimento con la finalidad de poder hallar una tasa promedio y tomarla en cuenta para el crecimiento de cada mes en base a los interesados en adquirir el plan básico y Premium.

Figura 59

Variaciones porcentuales

Plan Basico	2	3	5	3	1	2	2
Variaciones Porcentuales		50,00%	66,67%	-40,00%	-66,67%	100,00%	0,00%
BASICO	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO						18,33%
Plan Premium	5	9	12	7	4	4	5
Variaciones Porcentuales		80%	33%	-42%	-43%	0%	25%
PREMIUM	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO						8,97%

Con la tasa de crecimiento promedio para el plan básico que es 18.33% y el plan Premium 8.97% se procederá a realizar la proyección de ventas del año 1. Asimismo, se tomará en cuenta la tasa de abandono que es del 10%.

Figura 60

Datos obtenidos de la proyección de ventas año 1

Tasa de Crecimiento Mensual Basico	18.33%							
Tasa de Crecimiento Mensual Premium	8.97%							
Tasa de Abandono	10%							
Proyeccion de Ventas Año 1 - Unidades								
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8
Plan Basico	18	21	25	30	35	42	49	58
Plan Premium	46	50	55	60	65	71	77	84
Tasa de Abandono Básico	-2	-2	-3	-3	-4	-4	-5	-6
Tasa de Abandono Premium	-5	-5	-5	-6	-6	-7	-8	-8
TOTAL	58	64	72	80	90	101	114	128
Proyeccion de Ventas Año 1 - Precio del Plan								
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8
Plan Basico	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90
Plan Premium	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90
Proyeccion de Ventas Año 1 - Ingresos								
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8
Plan Basico	S/. 808	S/. 957	S/. 1,132	S/. 1,339	S/. 1,585	S/. 1,875	S/. 2,219	S/. 2,626
Plan Premium	S/. 3,308	S/. 3,605	S/. 3,928	S/. 4,280	S/. 4,664	S/. 5,083	S/. 5,538	S/. 6,035
TOTAL	S/. 4,116	S/. 4,561	S/. 5,060	S/. 5,620	S/. 6,249	S/. 6,958	S/. 7,758	S/. 8,661

MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
69	82	97	115
91	100	109	118
-7	-8	-10	-11
-9	-10	-11	-12
145	163	185	210

MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90
S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90

MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
S/. 3,107	S/. 3,677	S/. 4,351	S/. 5,148
S/. 6,576.6	S/. 7,167	S/. 7,809	S/. 8,510
S/. 9,684	S/. 10,843	S/. 12,160	S/. 13,658

AÑO 2

Para el año 2 y año 3 se procedió a utilizar una fuente del Minsa que según datos estadísticos del año 2020 al 2021 aumentaron los casos de ansiedad y depresión en un 12%. Por ende, se decidió tomar el 12% como tasa de crecimiento mensual de ambos planes, ya que es nuestro público objetivo los que más van a recurrir a poder unirse a Mente Sana App.

Figura 61

Datos obtenidos de la proyección de ventas año 2

Tasa de Crecimiento Mensual Basico	12%
Tasa de Crecimiento Mensual Premium	12%
Tasa de Abandono	10%

Proyeccion de Ventas Año 2 - Unidades												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	130	146	164	183	205	230	257	288	323	362	405	454
Plan Premium	132	148	165	185	207	232	260	291	326	365	409	458
Tasa de Abandono Básico	-13	-15	-16	-18	-21	-23	-26	-29	-32	-36	-41	-45
Tasa de Abandono Premium	-13	-15	-17	-19	-21	-23	-26	-29	-33	-37	-41	-46
TOTAL	236	264	296	331	371	416	466	522	584	654	733	821

Proyeccion de Ventas Año 2 - Precio del Plan												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90
Plan Premium	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90

Proyeccion de Ventas Año 2 - Ingresos												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	S/. 5,858	S/. 6,560	S/. 7,348	S/. 8,229	S/. 9,217	S/. 10,323	S/. 11,562	S/. 12,949	S/. 14,503	S/. 16,243	S/. 18,193	S/. 20,376
Plan Premium	S/. 9,472	S/. 10,608	S/. 11,882	S/. 13,307	S/. 14,904	S/. 16,693	S/. 18,696	S/. 20,939	S/. 23,452.0	S/. 26,266	S/. 29,418	S/. 32,948
TOTAL	S/. 15,329	S/. 17,169	S/. 19,229	S/. 21,537	S/. 24,121	S/. 27,016	S/. 30,258	S/. 33,888	S/. 37,955	S/. 42,510	S/. 47,611	S/. 53,324

AÑO 3

Para el año 3, también se utiliza el dato secundario del minsa del 12% para la tasa de crecimiento mensual. Asimismo, se visualiza que los resultados son mejores. Esto debido a que, después de plantear estrategias de crecimiento se ven favorecidas a lo largo del tiempo. Asimismo, en el flujo de caja anual se observa que en el año 3 es donde ya se dejó de tener pérdidas.

Figura 62

Datos obtenidos de la proyección de ventas año 3

Tasa de Crecimiento Mensual Basico	12%
Tasa de Crecimiento Mensual Premium	12%
Tasa de Abandono	10%

Proyeccion de Ventas Año 3 - Unidades												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	508	569	637	714	800	896	1003	1123	1258	1409	1578	1768
Plan Premium	513	575	644	721	807	904	1013	1134	1271	1423	1594	1785
Tasa de Abandono Básico	-51	-57	-64	-71	-80	-90	-100	-112	-126	-141	-158	-177
Tasa de Abandono Premium	-51	-57	-64	-72	-81	-90	-101	-113	-127	-142	-159	-179
TOTAL	919	1029	1153	1291	1446	1620	1814	2032	2276	2549	2855	3197

Proyeccion de Ventas Año 3 - Precio del Plan												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90	S/. 49.90
Plan Premium	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90	S/. 79.90

Proyeccion de Ventas Año 3 - Ingresos												
Tipo de Plan	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Plan Basico	S/. 22,821	S/. 25,559	S/. 28,627	S/. 32,062	S/. 35,909	S/. 40,218	S/. 45,044	S/. 50,450	S/. 56,504	S/. 63,284	S/. 70,878	S/. 79,384
Plan Premium	S/. 36,902	S/. 41,330	S/. 46,290	S/. 51,845	S/. 58,066	S/. 65,034	S/. 72,838	S/. 81,579	#####	S/. 102,333	S/. 114,613	S/. 128,366
TOTAL	S/. 59,723	S/. 66,890	S/. 74,917	S/. 83,907	S/. 93,975	S/. 105,252	S/. 117,883	S/. 132,029	S/. 147,872	S/. 165,617	S/. 185,491	S/. 207,750

9.2. Presupuestos (egresos)

9.2.1. Presupuesto de Inversión de Proyecto

Por un lado, con respecto a la inversión inicial del proyecto Mente Sana, se comenzó por los gastos antes de operaciones (pre operativos), los cuales abarcan la constitución de nuestro producto y la empresa, a pesar de ser de forma virtual, debe estar registrada ante organismos como la SUNARP. Además, todas las mejoras y desarrollos que sufra la aplicación, la publicidad en redes sociales, los permisos para poder subir nuestra app a las plataformas de PLAY STORE y APP STORE. Teniendo en cuenta todos estos gastos pre operativos obtuvimos un importe total aproximado de S/. 39.398,72.

Tabla 45

Gastos de constitución de la empresa

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Detalle	Costo (Soles)
Tasa Registral Disponible	S/ 5,00
Reserva del nombre de empresas	S/ 22,00
Escritura Pública	S/ 450,00

Inscripción en la SUNARP	S/ 0,00
Inscripción al RUC en SUNAT	S/ 0,00
Registro de Marca	S/ 535,00
TOTAL	S/ 1.012,00

Nota. Datos de fuentes secundarias. Elaboración propia

Tabla 46

Gastos pre operativos (Mes 0)

GASTOS PRE-OPERATIVOS TANGIBLES E INTANGIBLES

Detalle	Costo (Soles)
Constitución de la Empresa	S/ 1.012,00
Desarrollo de la aplicación (software)	S/ 30.000,00
Publicidad preoperativa	S/ 1.920,00
Permisos Play Store	S/ 94,50
Permisos App Store	S/ 374,22
Equipos Tecnológicos	S/ 6.000,00
TOTAL	S/ 39.400,00

Nota. Datos de fuentes secundarias. Elaboración propia

9.2.2. Presupuesto de Operaciones

Figura 63

Presupuesto de operaciones año 1

Año 1													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Internet	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 1.452,00
Dominio	S/ 224,63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 224,63
Hosting	S/ 220,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 220,00
Mantenimiento (Actualización de la app, mantenimiento por obsolescencia, mantenimiento por seguridad, mantenimiento por actualización de productos e información)	0	0	0	0	0	S/ 500,00	0	0	0	0	0	0	S/ 500,00
Total	S/ 565,63	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 621,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 2.396,63

Nota. Ver anexo 1, 2 y 3 para los tres primeros gastos.

Figura 64

Presupuesto de operaciones año 2

Año 2													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Internet	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 1.452,00
Dominio	S/ 224,63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 224,63
Hosting	S/ 220,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 220,00
Mantenimiento (Actualización de la app, mantenimiento por obsolescencia, mantenimiento por seguridad, mantenimiento por actualización de productos e información)	0	0	0	0	0	S/ 500,00	0	0	0	0	0	0	S/ 500,00
Total	S/ 565,63	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 621,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 2.396,63

Nota. Ver anexo 1, 2 y 3 para los tres primeros gastos.

Figura 65

Presupuesto de operaciones año 3

Año 3													
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Internet	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 1.452,00
Dominio	S/ 224,63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 224,63
Hosting	S/ 220,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	S/ 220,00
Mantenimiento (Actualización de la app, mantenimiento por obsolescencia, mantenimiento por seguridad, mantenimiento por actualización de productos e información)	0	0	0	0	0	S/ 500,00	0	0	0	0	0	0	S/ 500,00
Total	S/ 565,63	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 621,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 121,00	S/ 2.396,63

Anexo 1
Anexo 2
Anexo 3

Nota. Ver anexo 1, 2 y 3 para los tres primeros gastos.

Sustentación del presupuesto de operaciones

Para la elaboración de este presupuesto se tuvo en cuenta los costos necesarios para poder habilitar y mantener en el tiempo nuestra aplicación y landing page. En el primer año los gastos ascendieron a 2396,63 soles. Sin embargo, al ser pago fijo de los conceptos señalados en los cuadros anteriores no incurriríamos en más gastos operacionales.

9.2.3. Presupuesto de Recursos Humanos

Año 1:

Figura 66

Presupuesto de Recursos Humanos año 1

AÑO 1													
Puesto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Desarrolladores web -Soporte	2.000,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	8.000,00
Community Mgr	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	14.400,00
Auxiliar Administrativo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	12.000,00
Servicio Contable	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	3.600,00	1.600,00	1.600,00	3.600,00	1.600,00	1.600,00	3.600,00	5.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	39.200,00

Año 2:

Figura 67

Presupuesto de Recursos Humanos año 2

Año 2													
Puesto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Desarrolladores web-Soporte t	2.000,00				2.000,00				2.000,00			2.000,00	8.000,00
Community Mgr	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	14.400,00
Auxiliar Administrativo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Servicio Contable	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	5.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	51.200,00

Año 3:

Figura 68

Presupuesto de Recursos Humanos año 3

Año 3													
Puesto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Desarrolladores web-Soporte t	2.000,00			2.000,00				2.000,00				2.000,00	8.000,00
Community Mgr	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	14.400,00
Auxiliar Administrativo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Servicio Contable	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Total	5.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	5.600,00	51.200,00

Sustentación del presupuesto de Recursos Humanos:

Para el presupuesto de recursos humanos se ha determinado 4 trabajadores fijos en los 3 primeros años. El primero es el soporte técnico que ayudará con todo lo relacionado con la aplicación, en el caso haya ajustes o actualizaciones, por eso no es necesario tenerlo todos los meses, solo trimestralmente. El segundo es el Community Manager que se encargará de administrar, crear y dirigir las redes sociales. El tercero es el auxiliar administrativo que para los primeros meses del año 1 serán los mismos socios, por eso tiene ceros en los respectivos meses. Así mismo, al décimo mes se proyecta mayores ventas y se contratará un auxiliar administrativo externo que se encargará de dirigir, ver cuentas, pagos, atenciones a clientes o problemas que surjan en el negocio y los reportará. El cuarto son los servicios contables que se encargará de las declaraciones y pagos relacionados con la Sunat. Cabe resaltar que para este presupuesto los trabajadores nos girarán recibos por honorarios, esto evitará tener altos gastos por planillas como son los seguros de ley, Cts o gratificaciones dos veces al año. Por último, los gastos se mantienen en los 3 años, excepto por el auxiliar en los 6 primeros meses que no existe.

9.2.4. Presupuesto de Marketing

De acuerdo con la Tabla 42, el desembolso del año 1 para el marketing es S/ 29,400, para el año 2 es S/ 30,000 según la Tabla 43 y S/ 19,200 de acuerdo con la Tabla 44.

9.3. Flujo de caja

Para elaborar el flujo de caja se tomó en cuenta los ingresos y egresos que se presentarán a lo largo del desarrollo del proyecto durante los tres años. Por ejemplo, las ventas netas, el costo de ventas, inversión inicial (tangibles e intangibles), gastos de recursos humanos, gastos de operaciones, gastos de marketing y el capital de trabajo. Cabe resaltar, que el presente flujo no se presentarán ingresos y egresos financieros, ya que Mente Sana será financiada por métodos no tradicionales como aporte de fundadores y una incubadora de negocios como es la StarpUPC. Además, el costo de ventas está en base a S/ 40.00 por

sesión de terapia, dicho monto corresponde a cada psicólogo. Asimismo, también se aplicará la tasa del 29.5% correspondiente al impuesto a la renta.

Ya en la medición final de los cálculos de todos los ingresos y egresos mencionados anteriormente, se obtuvo pérdidas netas hasta el noveno mes del primer año. A partir del décimo tercer cuarto *Mente Sana* comienza a incrementar su cartera de clientes y consigue realizar nuevos acuerdos con sus colaboradores para disminuir gradualmente sus gastos de marketing y publicidad, obteniendo una utilidad neta de S/ 266,62. Posteriormente, en los meses siguientes comienza a incrementar porcentualmente sus ganancias mensuales.

Figura 69

Flujo de caja mensual del año 1, 2 y 3

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
AÑO 1													
Cantidad		58	64	72	81	90	101	114	129	145	164	186	211
Ingreso		S/4,108.53	S/4,553.93	S/5,053.37	S/5,614.28	S/6,245.24	S/6,956.13	S/7,758.42	S/8,665.36	S/9,692.33	S/10,857.19	S/12,180.69	S/13,686.99
Costo de Venta		-S/2,304.00	-S/2,572.28	-S/2,875.93	-S/3,220.17	-S/3,611.11	-S/4,055.83	-S/4,562.58	-S/5,140.99	-S/5,802.28	-S/6,559.58	-S/7,428.23	-S/8,426.16
Utilidad Bruta		S/1,804.53	S/1,981.64	S/2,177.44	S/2,394.11	S/2,634.13	S/2,900.31	S/3,195.84	S/3,524.37	S/3,890.05	S/4,297.60	S/4,752.46	S/5,260.83
Gastos operativos		-S/565.63	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/621.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00
Gastos Administrativos		-S/3,600.00	-S/1,600.00	-S/1,600.00	-S/3,600.00	-S/1,600.00	-S/1,600.00	-S/3,600.00	-S/5,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/5,600.00
Gastos de Marketing y publicidad		-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00	-S/2,790.00
Utilidad operativa		-S/5,151.10	-S/2,529.36	-S/2,333.56	-S/4,116.89	-S/1,876.87	-S/2,110.69	-S/3,315.16	-S/4,986.63	-S/2,620.95	-S/2,213.40	-S/1,758.54	-S/3,250.17
Gastos financieros		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
U.A.I		-S/5,151.10	-S/2,529.36	-S/2,333.56	-S/4,116.89	-S/1,876.87	-S/2,110.69	-S/3,315.16	-S/4,986.63	-S/2,620.95	-S/2,213.40	-S/1,758.54	-S/3,250.17
I.R 29.5%											S/652.95	S/518.77	S/958.80
U.N		-S/5,151.10	-S/2,529.36	-S/2,333.56	-S/4,116.89	-S/1,876.87	-S/2,110.69	-S/3,315.16	-S/4,986.63	-S/2,620.95	-S/1,560.45	-S/1,239.77	-S/2,291.37
Inversion Inicial	-S/39,400.72												
Inversion CTN	-S/39,036.82												
Flujo	-S/78,437.54	-S/5,151.10	-S/2,529.36	-S/2,333.56	-S/4,116.89	-S/1,876.87	-S/2,110.69	-S/3,315.16	-S/4,986.63	-S/2,620.95	-S/1,560.45	-S/1,239.77	-S/2,291.37
Flujo de Caja Acumulado	-S/83,588.64	-S/86,118.00	-S/88,451.56	-S/92,568.45	-S/94,445.32	-S/96,556.02	-S/99,871.17	-S/104,857.80	-S/107,478.75	-S/109,039.20	-S/110,278.97	-S/112,570.34	

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
AÑO 2													
Cantidad		236	264	296	331	371	416	466	522	584	654	733	821
Ingreso		S/15,329.43	S/17,168.96	S/19,229.23	S/21,536.74	S/24,121.15	S/27,015.69	S/30,257.57	S/33,888.48	S/37,955.10	S/42,509.71	S/47,610.87	S/53,324.18
Costo de Venta		-S/9,437.30	-S/10,569.77	-S/11,838.15	-S/13,258.72	-S/14,849.77	-S/16,631.74	-S/18,627.55	-S/20,862.86	-S/23,366.40	-S/26,170.37	-S/29,310.82	-S/32,828.11
Utilidad Bruta		S/5,892.13	S/6,599.18	S/7,391.09	S/8,278.02	S/9,271.38	S/10,383.94	S/11,630.02	S/13,025.62	S/14,588.69	S/16,339.33	S/18,300.06	S/20,496.06
Gastos operativos		-S/565.63	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/621.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00	-S/121.00
Gastos Administrativos		-S/5,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/5,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/5,600.00	-S/3,600.00	-S/3,600.00	-S/5,600.00
Gastos de Marketing y publicidad		-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00	-S/2,500.00
Utilidad operativa		-S/2,773.50	S/378.18	S/1,170.09	S/2,057.02	S/1,050.38	S/3,662.94	S/5,409.02	S/6,804.62	S/6,367.69	S/10,118.33	S/12,079.06	S/12,275.06
Gastos financieros		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
U.A.I		-S/2,773.50	S/378.18	S/1,170.09	S/2,057.02	S/1,050.38	S/3,662.94	S/5,409.02	S/6,804.62	S/6,367.69	S/10,118.33	S/12,079.06	S/12,275.06
I.R 29.5%		S/818.18	-S/111.56	-S/345.18	-S/606.82	-S/309.86	-S/1,080.57	-S/1,595.66	-S/2,007.36	-S/1,878.47	-S/2,984.91	-S/3,563.32	-S/3,621.14
U.N		-S/1,955.32	S/266.62	S/824.91	S/1,450.20	S/740.52	S/2,582.37	S/3,813.36	S/4,797.26	S/4,489.22	S/7,133.43	S/8,515.73	S/8,653.92
Inversion Inicial													
Inversion CTN													
Flujo		-S/1,955.32	S/266.62	S/824.91	S/1,450.20	S/740.52	S/2,582.37	S/3,813.36	S/4,797.26	S/4,489.22	S/7,133.43	S/8,515.73	S/8,653.92
Flujo de Caja Acumulado		-S/114,525.66	-S/114,259.04	-S/113,434.13	-S/111,983.93	-S/111,243.42	-S/108,661.04	-S/104,847.69	-S/100,050.43	-S/95,561.21	-S/88,427.78	-S/79,912.05	-S/71,258.13

	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
AÑO 3													
Cantidad		919	1029	1153	1291	1446	1620	1814	2032	2276	2549	2855	3197
Ingreso		S/.59,723.08	S/.66,889.85	S/.74,916.63	S/.83,906.62	S/.93,975.42	S/.105,252.47	S/.117,882.77	S/.132,028.70	S/.147,872.14	S/.165,616.80	S/.185,490.81	S/.207,749.71
Costo de Venta		-S/.36,767.49	-S/.41,179.59	-S/.46,121.14	-S/.51,655.67	-S/.57,854.35	-S/.64,796.88	-S/.72,572.50	-S/.81,281.20	-S/.91,034.95	-S/.101,959.14	-S/.114,194.24	-S/.127,897.55
Utilidad Bruta		S/.22,955.59	S/.25,710.26	S/.28,795.49	S/.32,250.95	S/.36,121.06	S/.40,455.59	S/.45,310.26	S/.50,747.49	S/.56,837.19	S/.63,657.66	S/.71,296.58	S/.79,852.16
Gastos operativos		-S/.565.63	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.621.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00	-S/.121.00
Gastos Administrativos		-S/.5,600.00	-S/.3,600.00	-S/.3,600.00	-S/.5,600.00	-S/.3,600.00	-S/.3,600.00	-S/.3,600.00	-S/.5,600.00	-S/.3,600.00	-S/.3,600.00	-S/.3,600.00	-S/.5,600.00
Gastos de Marketing y publicidad		-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00	-S/.1,600.00
Utilidad operativa		S/.15,189.96	S/.20,389.26	S/.23,474.49	S/.24,929.95	S/.30,800.06	S/.34,634.59	S/.39,989.26	S/.43,426.49	S/.51,516.19	S/.58,336.66	S/.65,975.58	S/.72,531.16
Gastos financieros		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
U.A.I		S/.15,189.96	S/.20,389.26	S/.23,474.49	S/.24,929.95	S/.30,800.06	S/.34,634.59	S/.39,989.26	S/.43,426.49	S/.51,516.19	S/.58,336.66	S/.65,975.58	S/.72,531.16
I.R 29.5%		-S/.4,481.04	-S/.6,014.83	-S/.6,924.97	-S/.7,354.34	-S/.9,086.02	-S/.10,217.20	-S/.11,796.83	-S/.12,810.82	-S/.15,197.28	-S/.17,209.31	-S/.19,462.79	-S/.21,396.69
U.N		S/.10,708.92	S/.14,374.43	S/.16,549.52	S/.17,575.61	S/.21,714.05	S/.24,417.39	S/.28,192.43	S/.30,615.68	S/.36,318.92	S/.41,127.34	S/.46,512.78	S/.51,134.47
Inversion Inicial													
Inversion CTN													
Flujo		S/.10,708.92	S/.14,374.43	S/.16,549.52	S/.17,575.61	S/.21,714.05	S/.24,417.39	S/.28,192.43	S/.30,615.68	S/.36,318.92	S/.41,127.34	S/.46,512.78	S/.51,134.47
Flujo de Caja Acumulado		-S/.60,549.20	-S/.46,174.78	-S/.29,625.26	-S/.12,049.64	S/.9,664.40	S/.34,081.79	S/.62,274.22	S/.92,889.90	S/.129,208.81	S/.170,336.16	S/.216,848.94	S/.267,983.41

9.3.1. Capital de Trabajo

Para empezar con el proyecto, también se necesitará del capital de trabajo neto. Ya que, durante los primeros nueve meses Mente Sana tendrá pérdidas netas. De esta manera, se halló el CTN requerido para poder seguir operando durante este periodo de déficit, por el cual se va a desembolsar un monto total de S/ 39.036,82. Posteriormente, Mente Sana comenzará a generar utilidades, reduciendo sus flujos acumulados porcentualmente cada mes.

Figura 70

Flujo de Capital de Trabajo

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13
Ingresos	S/.4,108.53	S/.4,553.93	S/.5,053.37	S/.5,614.28	S/.6,245.24	S/.6,956.13	S/.7,758.42	S/.8,665.36	S/.9,692.33	S/.10,857.19	S/.12,180.69	S/.13,686.99	S/.15,329.43
Egresos	-S/.2,304.00	-S/.2,572.28	-S/.2,875.93	-S/.3,220.17	-S/.3,611.11	-S/.4,055.83	-S/.4,562.58	-S/.5,140.99	-S/.5,802.28	-S/.6,559.58	-S/.7,428.23	-S/.8,426.16	-S/.9,437.30
CTN	-S/.5,151.10	-S/.2,529.36	-S/.2,333.56	-S/.4,116.89	-S/.1,876.87	-S/.2,110.69	-S/.3,315.16	-S/.4,986.63	-S/.2,620.95	-S/.2,213.40	-S/.1,758.54	-S/.3,250.17	-S/.2,773.50
CTN TOTAL	-S/.39,036.82												

9.4. Indicadores financieros

Figura 71

Indicadores financieros

	0	1	2	3
VAN		-26.027,84	25.820,47	232.313,25
PUNTO DE EQUILIBRO		S/.14.962,22	S/.174.154,89	S/.833.718,06
EBITDA		-S/.36.263,32	S/.58.598,88	S/.481.193,67
UTILIDAD NETA			S/.41.312,21	S/.339.241,54

El VAN nos ayudará a determinar si nuestro proyecto es viable, ya que medirá todos los flujos futuros. El punto de equilibrio nos brindará en qué momento nuestros ingresos cubrirán todos los gastos de la empresa, donde no se gane ni se pierda. El EBITDA nos muestra el beneficio bruto de la empresa, sin incluir impuestos, depreciaciones o gastos financieros. Por último, la Utilidad Neta nos muestra la rentabilidad del negocio, ya que en ella ya se incluyen todos los gastos financieros y fiscales.

9.5. Análisis financiero

En primer lugar, tenemos nuestro indicador el VAN el cual se utilizó una tasa del 5%, que es un promedio de lo que ofrecen los bancos comunes en el Perú para empresas medianas. El VAN nos indica que el primer año está destruyendo valor debido a que la empresa es nueva en el mercado y se tendrá que hacer una inversión fuerte para poder crear e implementar la aplicación. Además, de todos los costos y gastos que generarán los psicólogos, la publicidad y el plan de marketing, factores muy importantes para poder sacar a flote una empresa netamente digital. Al segundo año y tercer año nos generará ganancias, ya que el van es mayor a 0. Por otro lado, se tiene el indicador con más importancia el de la utilidad neta, ya que nos arrojará las ganancias netas, en el primer año no sale utilidad. Sin embargo, para el segundo año y tercero sí, teniendo un alto crecimiento en ventas y disminuyendo de a pocos los gastos de marketing y publicidad. Por último, se tiene buenos indicadores en general, si

bien para el primer año no se tiene números positivos, se proyecta ya tener ganancias en el segundo año y segundo mes.

VAN:

En este caso para el primer año nos sale negativo, debido a todos los gastos que se requiere al inicio del negocio. Sin embargo, en el año 2 nuestro es de VAN >0, esto quiere decir que nuestro proyecto ha generado beneficios para los accionistas. Para el primer año tenemos un VAN negativo de -26.027,84; para el segundo de 25.820,47 y para el tercero de 232.313,25

Punto de Equilibrio:

El punto de equilibrio nos brindará en qué momento nuestros ingresos cubrirán todos los gastos de la empresa, donde no se gane ni se pierda. Para el primer año es de S/.14.962,22; el segundo es de S/.174.154,89 y para el tercero es de S/.833.718,06

EBITDA:

El EBITDA nos muestra que la explotación neta del negocio para el primer año es una pérdida de S/ -36.263,32; ya para el segundo año es S/.58.598,88; ya para el tercer año de S/.481.193,67. En las variaciones se puede ver que tiene un margen de pérdida del 38,02% para el primer año, un margen de ganancia del 15,84% para el segundo y para el tercero 33,99%. Así mismo, el EBITDA ha aumentado en 721% ya para el último año. Esto demuestra que sí es viable, ya que se tienen ganancias a partir del segundo año. Sin embargo, el costo de venta aumenta considerablemente con la misma proporción de sus ingresos, esto se debe a que al tener más ingresos tendré que necesitar más sesiones con los psicólogos cada año.

Utilidad Neta:

La utilidad neta nos muestra el resultado después de descontar todos los costos, gastos e impuestos, para el primer año no tenemos utilidad, lo que se obtiene es una pérdida de - S/.36.263,32 esto es un 38% de nuestros ingresos netos. Esto se debe a que el primer año

la proyección de ventas no es alta, ya que no es fijo el comportamiento del mercado y los gastos representan más del 70% de mis ingresos, puesto que se tiene muchos gastos operativos y de publicidad. Para el segundo año se tiene una utilidad de S/.41.312,21 y para el tercer año de S/.339.241,54; esto quiere decir que con respecto al año anterior ha aumentado en más 700%. Esto debido a que los ingresos aumentan considerablemente del año 2 al año 3 en 290% y los gastos de marketing y publicidad se reducen para el segundo año en 10% y en el tercer año en un 36%, ya que para el año 3 se espera tener un público fijo y por lo tanto tener menos gastos.

Sustento de las variaciones:

Figura 72

Variaciones del flujo de caja

	Año 1	AV	Año 2	AV	Año 3	AV	AH(1-2)	AH(2-3)
Ingreso	95.372,45	100,00%	369.947,09	100,00%	1.441.304,99	100,00%	287,90%	290%
Costo de Venta	-56.559,15	-59,30%	-227.751,58	-61,56%	-887.314,70	-61,56%	302,68%	290%
Utilidad Bruta	38.813,30	40,70%	142.195,51	38,44%	553.990,29	38,44%	266,36%	290%
Gastos operativos	-2.396,63	-2,51%	-2.396,63	-0,65%	-2.396,63	-0,17%	0,00%	0%
Gastos Administrativos	-39.200,00	-41,10%	-51.200,00	-13,84%	-51.200,00	-3,55%	30,61%	No hay var
Gastos de Marketing y publicidad	-33.480,00	-35,10%	-30.000,00	-8,11%	-19.200,00	-1,33%	-10,39%	-36%
Utilidad operativa	-36.263,32	-38,02%	58.598,88	15,84%	481.193,67	33,39%	-261,59%	721,17%
Gastos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%		0%
U.A.I		0,00%	58.598,88	15,84%	481.193,67	33,39%		0%
I.R 29,5%	0,00	0,00%	-17.286,67	-4,67%	-141.952,13	-9,85%		0%
U.N		0,00%	41.312,21	11,17%	339.241,54	23,54%		721,17%

9.6. Financiamiento

Tabla 47

Inversión Inicial Total del Proyecto

GASTOS PRE OPERATIVOS (T&I)	S/ 39.400,72
CAPITAL DE TRABAJO NETO	S/ 39.036,82
TOTAL	S/ 78.437,54

Nota. Los datos se obtuvieron del presupuesto de inversión inicial y del capital de trabajo neto.

- **Aporte de Fundadores**

Una parte de la inversión inicial total será financiada por cada uno de los cuatro socios fundadores del proyecto *Mente Sana*. Todos los socios estuvieron dispuestos a desembolsar en conjunto un total de S/ 40.000,00. Dicho aporte, serviría para cubrir los gastos pre operativos (tangibles e intangibles) y una mínima parte del capital de trabajo neto. Este importe, cubrirá el 51,59% de la inversión inicial total del proyecto.

Tabla 48

Financiamiento mediante Aporte de Fundadores (soles)

Fundadores	Aporte	%
Fuyimoto Portella, Fernando Takeshi	S/10.000,00	25%
Machuca Orbegoso, Lucas	S/10.000,00	25%
Ayala Alvarado, Diana Carolina	S/10.000,00	25%
Risco Poggi, Alvaro Alonso	S/10.000,00	25%
Total	S/40.000,00	100%

Nota. Los datos se obtuvieron del flujo de financiamiento.

Además, todos los fundadores aportarán importes equitativos. De esta manera, cada uno desembolsó S/ 10.000,00 soles para cubrir más del 50% de la inversión inicial total. Asimismo, se informa que cada socio tiene diversas fuentes de ingresos (remuneraciones por trabajo, ahorros, apoyo familiar monetario). Por ello, tienen la disponibilidad para poder aportar y financiar su emprendimiento. A continuación, se muestran los detalles de cada aporte de cada fundador:

Figura 73

Distribución detallada del aporte de fundadores

Fundadores	Aporte				
	Apoyo Monetario Familiar	%	Ahorros	%	Total
Fuyimoto Portella, Takeshi	S/. 5.400,00	54%	S/. 4.600,00	46%	S/. 10.000,00
Machuca Orbegoso, Lucas	S/. 6.500,00	65%	S/. 3.500,00	35%	S/. 10.000,00
Ayala Alvarado, Diana	S/. 5.800,00	58%	S/. 4.200,00	42%	S/. 10.000,00
Risco Poggi, Alvaro	S/. 6.200,00	62%	S/. 3.800,00	38%	S/. 10.000,00
Total	S/. 23.900,00	60%	S/. 16.100,00	40%	S/. 40.000,00

- **Capital Semilla**

StartUPC: Es una aceleradora de negocios perteneciente a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Además, forma parte de la Red de incubadoras Innovate Perú, asimismo son miembros de la Red de Aceleradoras de la Alianza del Pacífico (AceleRAP) y recientemente fue acreditada como una de las 6 incubadoras peruanas autorizadas para formar parte del programa de StartUP Perú Plug que lanzará próximamente el estado. Asimismo, el primer paso para participar y obtener el financiamiento del 49% restante de nuestra inversión inicial total será inscribirnos en la convocatoria del programa de aceleración el 15 de julio del 2022.

Llegado el momento, todos los fundadores expondremos nuestras hipótesis sobre nuestras estrategias de negocio, nuestros flujos y ratios para demostrar que tenemos un proyecto viable, y demostraremos porque nuestro modelo de negocio es una idea válida. Sin embargo, navegando y buscando información en la página de StartUPC encontramos ciertos requisitos para poder participar y recibir los S/ 38.437,54 que aún no han sido financiados.

Requisitos:

- ❖ Contar con un equipo conformado entre dos a cinco integrantes
- ❖ Tener identificado un problema retador a resolver.
- ❖ Contar con una idea o producto mínimo viable que use tecnología, sea innovador y demuestre tener un mercado potencial.

- ❖ Disposición de tiempo y compromiso con el proyecto.

Teniendo en cuenta que nuestro proyecto cumple con los requisitos para poder participar en el programa, procedemos a contactarnos con la incubadora mediante correo electrónico y le comentamos nuestra idea de negocio. Posteriormente, nos registramos mediante LinkedIn en la página de StartUPC.

Beneficios:

Figura 74

Beneficios de formar parte de StartUPC



Conversa 1 a 1 con expertos



Networking



Speakers de Silicon Valley



Descuentos en cursos de Postgrado UPC

Asimismo, también se analizó cuánto sería el beneficio económico que recibiría nuestro proyecto. Por ello, comenzamos a indagar sobre otras startups que han logrado formar parte de StartUPC. De esta manera, encontramos el caso de la iniciativa peruana “Pagadespués”, quienes buscaban mujeres líderes de toda Latinoamérica para que creen prototipos funcionales a base de ideas innovadoras. El artículo menciona que, cada startup aceptada en el programa recibió alrededor de USD 18.000,00 o S/ 68.040,00 aproximadamente, una visa de trabajo que dura un año y un proceso de pre aceleración para potenciar las ideas de negocio por cuatro meses. Ya que, el importe que falta de la inversión total inicial, podemos afirmar que StartUPC tiene los recursos para financiar nuestro importe restante a invertir, porque, es menor a S/ 68.040,00

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

- Se puede concluir que en la actualidad los jóvenes prefieren medios digitales como webs o aplicaciones, ya que están a alcance en su celular, laptop o tablet. Además, su uso es diario de diversas plataformas, se informan por redes sociales y hacen diversos pagos en canales digitales, lo cual hace que MenteSana tenga un gran potencial de clientes, ya que este estará al alcance de todos en cualquier lugar y hora.
- En las diversas entrevistas se puede concluir que siempre las personas andan buscando como tener una mejor salud mental, ya que andan en constante búsqueda de información, y al tenerla toda en una aplicación se les hace más fácil tener acceso a ella.
- Se puede concluir que el avance tecnológico facilita muchas cosas, en este caso poder recibir ayuda de especialistas para poder sobrellevar los problemas que tienen las personas, en este caso nuestro público objetivo.
- Las personas andan en constante búsqueda de charlas o talleres gratuitos, el cual brinda la aplicación y que éste sería un gancho principal para poder bajarse la aplicación.
- Como recomendación, sería promover y motivar a los jóvenes a recibir apoyo de especialistas, ya que nos mencionaron que tienen miedo o vergüenza de lo que pueden opinar de ellos. De esta manera, pueden ser más expresivos y abiertos a la sociedad, y podrán generar mejores vínculos con los demás.
- Las entrevistas hechas a expertos nos permitieron tener una visión más amplia de nuestro proyecto. Asimismo, pudimos obtener información relevante para el desarrollo del mismo.
- Se recomienda evaluar añadir terapias con psiquiatras, que por el momento no están contempladas, pues se trata de una aplicación nueva en el mercado.

11. ANEXOS

Anexo 1:

40 Mbps
Plan Personal
OFERTA Dcto de S/20 x 3 meses*
S/121.00/mes
Luego: S/141.00

Lo quiero

- 105 canales SD + 18 canales HD
- Incluye Módem WiFi Plus 2.4GHz y 5GHz
- Descarga 40 Mbps
Subida Fibra 15 Mbps
Subida HFC 15 Mbps
- Instalación Gratis

[Ver más detalles](#)

Nota: Extraído de <https://movistarofertas.pe/>

Anexo 2:

A1 Entrar Registrarse Ver Carrito

Área de Clientes Tienda Anuncios Preguntas Frecuentes - FAQ Estado de la Red Afiliaciones Contáctenos Cuenta

Revisar & Pagar

Producto/Opciones	Precio/Ciclo
Hosting Profesional Editar Hosting Económico mentesanaapp.com.pe	\$59.90 USD Anual

[Vaciar Carro](#)

Código de Promoción

Introduzca un código promocional, si dispone de uno.

[Validar Código >>](#)

Sumario de Pedido

Subtotal \$59.90 USD
Total \$59.90 USD Anual

\$59.90 USD
Importe a la Fecha

[Comprar](#)

Seguir Comprando

Nota: Extraído de <https://a1hosting.com.pe/dominios-peru>

Anexo 3:

Planes hosting Perú

Impulsa su proyecto web y alcanza el máximo nivel de **rendimiento, tecnología y velocidad**. Cada uno de nuestros **planes hosting** son especialmente diseñados para ofrecer soluciones y transformar los negocios y proyectos en el mundo digital. ¡Seleccione el plan ideal según sus necesidades y presupuesto!

H1 Panel de control cPanel	H2 Panel de control cPanel	H3 Panel de control cPanel	H4 Panel de control cPanel
S/. 70/año	S/. 150/año	S/. 220/año	S/. 300/año
<ul style="list-style-type: none">10 GB Espacio SSD NVMe200 GB de Tráfico / mes10 Cuentas E-mail1 Base de datos1 Dominio permitidoWordPress / Joomla / OtrosLiteSpeed + LSCacheSeguridad Immunity360Constructor de sitios ProCopias de seguridadSSL gratis (https://)	<ul style="list-style-type: none">30 GB Espacio SSD NVMe300 GB de Tráfico / mes20 Cuentas E-mail5 Bases de datos2 Dominio permitidosWordPress / Joomla / OtrosLiteSpeed + LSCacheSeguridad Immunity360Constructor de sitios ProCopias de seguridadSSL gratis (https://)	<ul style="list-style-type: none">50 GB Espacio SSD NVMe500 GB de Tráfico / mes50 Cuentas E-mail10 Bases de datos3 Dominio permitidosWordPress / Joomla / OtrosLiteSpeed + LSCacheSeguridad Immunity360Constructor de sitios ProCopias de seguridadSSL gratis (https://)	<ul style="list-style-type: none">70 GB Espacio SSD NVMe700 GB de Tráfico / mes150 Cuentas E-mail25 Bases de datos5 Dominio permitidosWordPress / Joomla / OtrosLiteSpeed + LSCacheSeguridad Immunity360Constructor de sitios ProCopias de seguridadSSL gratis (https://)
Comprar	Comprar	Comprar	Comprar

Nota: <https://www.latinohosting.com.pe/>

Anexo 4

Hazlo en 4 pasos:

1 Busca un nombre disponible

Acércate a la [oficina registral de Sunarp más cercana](#) o, [previa cita](#), a los centros [MAC Piura](#), [MAC Lima Norte](#) y [MAC Callao](#) y solicita un formato de búsqueda de índice. La búsqueda sirve para saber si el nombre que se quiere adoptar se encuentra disponible. La tasa registral es de **S/ 5.00**. El resultado se entrega en un promedio de 20 a 30 minutos.

4 Realiza el pago

El pago por la reserva del nombre es de **S/ 22.00**.

Nota. Gobierno del Perú.

Anexo 5

<https://elcomercio.pe> » Economía » Perú

[Tarifas y servicios de notarios en el centro de la controversia](#)

16 mar. 2020 — Mientras que una **escritura pública** de compra-venta de un inmueble cuesta S/ 400 en una notaría, en otra alcanza los S/ 1.270.

Nota. El Comercio.

Anexo 6

El **costo** del trámite es de S/ 534.99 **para** una sola clase (arancel 201000562). Si deseas registrar tu **marca** en más de una clase, deberás pagar S/ 533.30 por cada clase adicional (arancel 2010599). Puedes pagar a través de la plataforma Págallo.pe o en cualquier agencia del Banco de la Nación. 5 oct. 2021

[https://www.gob.pe/333-registrar-marca-del-producto-y...](https://www.gob.pe/333-registrar-marca-del-producto-y-...)

Anexo 7

¿Cuánto cuesta poner una app en Play Store 2022? ^

Para publicar su aplicación en **Play Store**, es obligatorio crear una "Cuenta Desarrollador **Google Play**". La cuota de inscripción es un pago único de \$ 25. Parte de la información **que** proporcione al registrarse se verá en la Tienda más adelante. 31 may. 2019

¿Cuánto cuesta subir una app a la App Store? ^

Una membresía básica, la más común, como desarrollador iOS, que consta de una tasa de 99 dólares al año que cobra **Apple**, para registrarse como desarrollador y poder **subir** un número ilimitado de **apps**. 21 feb. 2022

Nota. GoogleApps

Anexo 8

Publicidad	ATL	Pago promoción Facebook	8	S/ 20	S/ 160	S/ 1920
------------	-----	-------------------------	---	-------	--------	---------

Nota. Presupuesto de Marketing Año 1

12. Bibliografía

El Comercio.(2018). Tarifas y servicios de notarios en el centro de la controversia

<https://elcomercio.pe/economia/peru/tarifas-servicios-notarios-centro-controversia-185336-noticia/>

Encuentra el dominio perfecto para tu empresa. <https://a1hosting.com.pe/dominios-peru>

Encuentra el dominio perfecto para tu empresa. <https://a1hosting.com.pe/dominios-peru>

Gobierno Nacional del Perú. Registrar marca de producto o servicio. [https://www.gob.pe/333-](https://www.gob.pe/333-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio)

[registrar-marca-del-producto-y-o-servicio](https://www.gob.pe/333-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio)

Movistar. Planes de telefonía e internet móvil. <https://movistarofertas.pe/>

Perú Latinoamérica Hosting. Planos Hosting Perú Máximo rendimiento.

<https://www.latinoamericahosting.com.pe/>