

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA  
"TOULOUSE LAUTREC"



**CREACIÓN DE UNA APP PARA AYUDAR A REDUCIR EL  
HAMBRE EMOCIONAL EN PERSONAS DE 18 A 30 AÑOS QUE  
SUFREN OBESIDAD EN LIMA METROPOLITANA.**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Comunicación Audiovisual  
Multimedia

**AUTOR:**

**CARLOS ENRIQUE ORDOÑEZ OLIVARI**

<https://orcid.org/0000-0001-6693-5755>

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Gráfico

**AUTOR:**

**SERGIO ARTURO BRYSON NAVEDA**

<https://orcid.org/0000-0002-6732-1082>

Asesora

**LÍA REBAZA LÓPEZ**

<https://orcid.org/000-0003-2147-5358>

Lima-Perú

**Mayo 2022**

## ● 15% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>hdl.handle.net</b> Internet	3%
2	<b>repositorio.espe.edu.ec</b> Internet	2%
3	<b>repositorio.tls.edu.pe</b> Internet	2%
4	<b>tesis.pucp.edu.pe</b> Internet	<1%
5	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
6	<b>journalgestar.org</b> Internet	<1%
7	<b>3androides.com</b> Internet	<1%
8	<b>Universidad de San Martín de Porres on 2021-06-06</b> Submitted works	<1%

9	<b>rei.iteso.mx</b> Internet	<1%
10	<b>repository.ucatolica.edu.co</b> Internet	<1%
11	<b>nayarit.gob.mx</b> Internet	<1%
12	<b>Unviersidad de Granada on 2020-10-14</b> Submitted works	<1%
13	<b>gestion.pe</b> Internet	<1%
14	<b>ienutricion.com</b> Internet	<1%
15	<b>la-respuesta.com</b> Internet	<1%
16	<b>idoc.pub</b> Internet	<1%
17	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Internet	<1%
18	<b>worldwidescience.org</b> Internet	<1%
19	<b>Universidad Cooperativa de Colombia on 2021-11-19</b> Submitted works	<1%
20	<b>acp.org.pe</b> Internet	<1%

21	<b>peru21.pe</b> Internet	<1%
22	<b>Universidad Catolica De Cuenca on 2022-03-27</b> Submitted works	<1%
23	<b>docplayer.es</b> Internet	<1%
24	<b>apirepositorio.unh.edu.pe</b> Internet	<1%
25	<b>repositorio.ulima.edu.pe</b> Internet	<1%
26	<b>vnexplorer.net</b> Internet	<1%
27	<b>linguee.com</b> Internet	<1%
28	<b>Universidad Tecnologica del Peru on 2022-10-07</b> Submitted works	<1%
29	<b>repositorio.unfv.edu.pe</b> Internet	<1%
30	<b>researchgate.net</b> Internet	<1%
31	<b>Roldán Flores, Gladys Mariela. "El Aprendizaje Organizacional en una E..."</b> Publication	<1%
32	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2023-06-28</b> Submitted works	<1%

33	<b>alicia.concytec.gob.pe</b> Internet	<1%
34	<b>dokumen.pub</b> Internet	<1%
35	<b>eprints.ucm.es</b> Internet	<1%
36	<b>josemanuelbautista.net</b> Internet	<1%
37	<b>mipunto.com</b> Internet	<1%
38	<b>wiley.altmetric.com</b> Internet	<1%
39	<b>androidsis.com</b> Internet	<1%
40	<b>openscienceonline.com</b> Internet	<1%
41	<b>psm.edu</b> Internet	<1%
42	<b>viator.com</b> Internet	<1%
43	<b>ISM International Academy on 2021-02-19</b> Submitted works	<1%
44	<b>Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo on 2023-11-02</b> Submitted works	<1%

45	<b>agora.ya.com</b> Internet	<1%
46	<b>es-us.vida-estilo.yahoo.com</b> Internet	<1%
47	<b>inba.info</b> Internet	<1%
48	<b>repositorio.unitec.edu</b> Internet	<1%
49	<b>habacuq.com</b> Internet	<1%
50	<b>samuelaguilera.com</b> Internet	<1%
51	<b>udd.cl</b> Internet	<1%
52	<b>unicef.org</b> Internet	<1%
53	<b>"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano ...</b> Crossref	<1%
54	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2016-03-16</b> Submitted works	<1%
55	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2022-06-02</b> Submitted works	<1%
56	<b>Universidad Politécnica de Madrid on 2021-10-18</b> Submitted works	<1%

57	<b>Universidad Rey Juan Carlos on 2024-05-21</b> Submitted works	<1%
58	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2020-05-18</b> Submitted works	<1%
59	<b>Universidad TecMilenio on 2024-02-02</b> Submitted works	<1%
60	<b>consultoriadeserviciosformativos on 2024-06-27</b> Submitted works	<1%
61	<b>issuu.com</b> Internet	<1%
62	<b>repositorio.ucsm.edu.pe</b> Internet	<1%
63	<b>revistas.unife.edu.pe</b> Internet	<1%
64	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Internet	<1%
65	<b>vdocuments.com.br</b> Internet	<1%
66	<b>grafiati.com</b> Internet	<1%
67	<b>huaglad.com</b> Internet	<1%
68	<b>imfarmacias.es</b> Internet	<1%

69	<b>slideshare.net</b> Internet	<1%
70	<b>vigometropolitano.com</b> Internet	<1%
71	<b>London School of Economics and Political Science on 2021-02-03</b> Submitted works	<1%
72	<b>Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE on 2021-08-02</b> Submitted works	<1%
73	<b>ITESM: Instituto Tecnologico y de Estudios Superiores de Monterrey o...</b> Submitted works	<1%



## **Resumen del Trabajo de Investigación**

La tristeza, el estrés, la ansiedad y la depresión son producto del aislamiento durante el año 2020-21; el duelo y la pérdida de trabajo durante la pandemia por la Covid-19 han llevado a muchas personas a desarrollar hambre emocional, lo que a su vez les ha generado obesidad.

El hambre emocional es un problema muy grande que afecta a gran parte de la población mundial; puede generar graves problemas de salud desde la obesidad hasta la muerte, y a raíz de la pandemia se ha visto incrementada enormemente.

Es por esto, que el tema de investigación elegido es el de los malos hábitos alimenticios ocasionados por la ansiedad (hambre emocional) en personas de 18 a 30 años de Lima Metropolitana; una investigación que está alineada con la 3ra ODS la cual es la de Salud y Bienestar.

Y es por ello que, siguiendo la metodología de Design Thinking y Lean Startup, diseñamos “Relaxatif”, una solución en contexto de las áreas estratégicas de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y actividad económica de salud humana y asistencia social. Dicha solución tiene el objetivo de ayudar a reducir los niveles de ansiedad a través del apoyo de una comunidad y de la realización de actividades que los distraigan de aquellos pensamientos que los puedan llevar a comer en exceso; todo a través de una interfaz sencilla, amigable e intuitiva, para que puedan controlar sus impulsos de comer, así también como bajar de peso y desarrollar buenos hábitos alimenticios en adultos de entre 18 y 30 años de Lima Metropolitana.. De acuerdo a las validaciones realizadas, el proyecto tendría la acogida esperada por parte de los potenciales usuarios y contaría con el respaldo de alianzas con profesionales de la salud como psicólogos y psiquiatras.

Palabras clave: Aplicativo, Hambre emocional, Ansiedad, Comunidad, Hábitos Alimenticios.

### **Research Project Abstract**

Sadness, stress, anxiety and depression are the product of isolation during the years of 2020-21; grief and job loss during the Covid-19 pandemic have led many people to develop emotional eating, which in turn has generated obesity.

Emotional eating is a huge problem that affects a large part of the world's population; it can lead to serious health problems ranging from obesity to death, and in the context of the pandemic it has increased enormously.

That is why the topic chosen as a research project is the bad eating habits caused by anxiety (emotional eating) in people from 18 to 30 years old in Lima; a research that is aligned with the 3rd SDG which is Health and Well-being.

And that is why, following the Design Thinking and Lean Startup methodologies, we designed "Relaxatif", a solution in the context of the strategic priority development areas of health and social welfare and economic activity of human health and social assistance. This solution aims to help reduce anxiety levels through the support of a community and the realization of activities that distract them from those thoughts that may lead them to overeat; all through a simple, friendly and intuitive interface, so they can control their eating impulses, as well as lose weight and develop good eating habits in adults between 18 and 30 years of Metropolitan Lima. According to the validations carried out, the project would have the expected reception from potential users and would be supported by alliances with health professionals such as psychologists and psychiatrists.

Keywords: Application, Emotional Eating, Anxiety, Community, Eating Habits.

## ÍNDICE

1. Contextualización del problema.....	5
2. Justificación.....	7
2.1 Justificación social.....	7
2.2 Justificación práctica.....	8
2.3 Justificación metodológica.....	9
3. Reto de Innovación.....	10
3.1 Pregunta de investigación.....	10
3.2 Objetivos de investigación.....	10
4. Sustento teórico.....	11
4.1 Estudios previos.....	11
4.2 Marco teórico.....	16
5. Beneficiarios.....	21
6. Propuesta de valor.....	24
6.1 Propuesta de valor.....	24
6.2 Segmento de clientes.....	24
6.3 Canales.....	25
6.4 Relación con los clientes.....	26
6.5 Actividades clave.....	27
6.6 Recursos clave.....	28
6.7 Aliados clave.....	28
6.8 Fuentes de ingreso.....	30
6.9 Presupuesto.....	31
7. Resultados.....	33
8. Conclusiones.....	35
9. Bibliografía.....	39
10. Anexos.....	44

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Ingresos por ventas estimados en 12 meses</i> .....	31
Tabla 2. <i>Costos mensuales NECESARIOS</i> .....	32
Tabla 3. <i>Inversión mínima</i> .....	32
Tabla 4. <i>Resultados a corto plazo - Etapa de capitalización</i> .....	33

## 1. Contextualización del Problema

Se entiende como sobrepeso y obesidad a las condiciones en que el peso corporal de una persona es demasiado alto con respecto a su estatura. La obesidad es una epidemia que lleva afectando desde hace décadas al mundo entero. La OMS (2020) informa que desde mediados de los 70 se han triplicado los casos de obesidad en el mundo, a tal punto que para 2016 había aumentado en un 13% el número de personas obesas en el mundo. El Perú no se queda atrás, ya que en el año 2019 ENDES registró un 37.8% de sobrepeso y un 22.3% de obesidad en la población peruana de 15 a más años. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021):

El 24,6% de la población de 15 y más años de edad tiene obesidad, registrándose un aumento de 3,6 puntos porcentuales al compararlo con el año 2017. Según área de residencia, la incidencia fue más alta en las personas que viven en el área urbana (26,9%), que en el área rural (14,5%). (párr. 3-4)

Esto ha llevado al Perú a ser considerado el tercer país con mayor índice de obesidad en Latinoamérica, solo por detrás de México y Chile. Debido a esto, es que se le ha dado la importancia que se le da actualmente en plena pandemia, donde según el informe de Sinadef, el MINSA (2020) determinó que “en lo que va de la pandemia en nuestro país, el 85.5 % de pacientes fallecidos con comorbilidades por Covid-19 padecían obesidad.” (párr. 1). Si estas cifras continúan en aumento el Perú podría pasar a ocupar uno de los primeros puestos en el ranking de países con mayor tasa de obesidad a nivel mundial, ranking que actualmente está encabezado por Estados Unidos y en cuyo top 10 se encuentran países latinoamericanos como México y Brasil. Según el Dr. Wiegering (2021), “la obesidad también afecta al ámbito

empresarial, pues debida a esta, aumenta el ausentismo al trabajo, el costo de atención médica y disminuye la productividad de los trabajadores que la padecen”. (párr. 2)

Por otra parte, la ansiedad se describe como una sensación de preocupación, angustia y miedo intenso y continuo que puede producir distintas afecciones tanto físicas como psicológicas. Medline (2021) “Si bien la ansiedad puede ayudar a enfrentar una situación, además de darle un impulso de energía o ayudarlo a concentrarse, para las personas con trastornos de ansiedad el miedo no es temporal y puede ser abrumador”. (párr. 1).

Entre todas las afecciones y trastornos que pueden degenerar de la ansiedad, se da el conocido como *hambre emocional*, trastorno en el que aquella persona que sufre de ansiedad, siente un apetito incontrolable que lo lleva a comer en exceso y hasta darse atracones con tal de calmar ese impulso. Según el Instituto Europeo de Nutrición y Salud (2020):

El hambre emocional es un trastorno alimentario que nos provoca comer al confundir los sentimientos con el hambre sin ser conscientes de ello. Se caracteriza por sentir una gran necesidad por comer, de forma impulsiva y descontrolada. Normalmente en estas circunstancias no se tiene apetito real, pero se utiliza como anestésico de lo que sentimos. Creemos que es una forma de gestionar las emociones negativas. (párr. 1)

Si bien hay distintos factores y emociones aisladas que pueden llevar a las personas al hambre emocional, la ansiedad es la más común y puede englobar o degenerar en otras emociones negativas que contribuyan a caer en el aumento de apetito incontrolable. El Instituto Europeo de Nutrición y Salud (2020) explica:

Normalmente no se tienen en cuenta las consecuencias. La persona convierte en costumbre comer sin sentido. Eso significa que en algunos casos se acaba sufriendo sobrepeso u obesidad. Aunque también hay posibilidad de sufrir otros trastornos alimentarios como bulimia o anorexia. (párr. 6)

Es por todo lo anterior que se ha elegido como problemática a resolver los factores que causan la ansiedad que degenera en exceso de apetito o “hambre emocional” y por ende en obesidad en jóvenes de 18 a 30 años de Lima Metropolitana y para ello se abordan las principales causas que llevan a aumentar los índices de estrés y ansiedad, cómo estos son un factor del aumento de peso y su relación y aumento a raíz de la pandemia de COVID-19.

Por ello, se propone la creación de un aplicativo móvil que aplique estrategias distractoras o recreativas que ayuden a controlar la ansiedad y los impulsos de consumo que puede generar. La misma también contaría con un acceso (previo registro) a un foro o comunidad donde la gente con el mismo problema pueda relacionarse e intercambiar ideas, consejos, experiencias a la vez que proporcionan indirectamente el feedback que sirva para mejorar la app constantemente.

## **2. Justificación**

### **2.1 Justificación social**

El sobrepeso es un factor que afecta la salud ya que es un peso por encima de lo que se considera saludable, esto afecta a varias personas muchas veces sin ser conscientes de ello. Por tal motivo se ha vuelto un tema social, ya que a largo plazo puede afectar la salud influyendo en el inicio de algunas enfermedades. Según el nutricionista del INS, César Dominguez (como se citó en INS, 2019): el 69.9% de adultos padece de sobrepeso y obesidad; seguidamente estos males afectan al 42.4% de jóvenes, al 32.3% de escolares, al 33.1% de adultos mayores y finalmente al 23.9% de adolescentes”. (párr 3)

El estrés es un factor determinante que, de no ser tratado o controlado correctamente, puede llegar a convertirse en el trastorno de ansiedad. Es una reacción que pasa con relativa frecuencia y la llegada de la pandemia ha supuesto un aumento de estos casos en relación a años anteriores. Según un estudio para conocer cómo la pandemia afectó la salud mental de la

población adulta de Lima Metropolitana, realizado por el Instituto Nacional de Salud Mental (2021) se ha revelado que “El 57.2% de la población de Lima Metropolitana sufre de estrés de moderado a severo, causado principalmente por la COVID-19 y los problemas de salud, económicos o familiares que trajo consigo”. (párr. 1)

Por lo tanto, debido a este gran porcentaje de personas que padece de sobrepeso y obesidad a causa de trastornos de ansiedad es necesario ayudar a reducir y controlar la ansiedad a través de actividades distractoras y entretenidas, así como fomentar una mejor alimentación y un estilo de vida saludable.

## **2.2 Justificación práctica**

La presente investigación se realiza por la necesidad de mejorar la salud mental y física de jóvenes de 18 a 30 años que sufren sobrepeso principalmente debido a la ansiedad. Los beneficios directos son que se puedan generar hábitos a través de actividades repetitivas y beneficiosas para la salud, poco a poco se conviertan en reflejos que el usuario recrea hasta inconscientemente cuando empieza a sentir ansiedad, desembocando en nuevos hábitos saludables. Buscar e identificar los malos hábitos alimenticios causados por la ansiedad para mejorar la salud, tanto emocional como física. Ya que la desmesura de las causas provoca enfermedades perjudiciales para la salud. Según Karen Quiroz, Directora de la Escuela de Nutrición y Técnicas Alimentarias de la Universidad Le Cordon Bleu, (como se citó en El Comercio, 2020):

Es importante evitar esta condición, y tomar en cuenta que nadie incrementa su peso de un momento a otro, este se va sumando día a día, toma mucho tiempo (meses, años) y de la misma manera se debe tener paciencia para disminuir esos kilos de más. Cualquier tratamiento para la obesidad debe estar supervisado por un nutricionista y requiere atención profesional. (párr. 1)



Por lo tanto, para el control de estos efectos adversos para la salud causados por la ingesta de comida excesiva debido a la ansiedad son necesarias alternativas de solución para poder acompañar a las personas que se ven afectadas hacia hábitos más saludables y llevar un mejor estilo de vida en cuanto a lo saludable y emocional.

En concreto, esta app pretende atacar el problema real del sobrepeso ocasionado por la ansiedad; a través de métodos de relajación y distracción que reduzcan los niveles de ansiedad, se espera que aquellos que disminuyan los impulsos de comer en personas con hambre emocional.

### **2.3 Justificación metodológica**

Para lograr los objetivos de esta investigación se ha aplicado la metodología Toulouse Thinking, la cual está dividida en etapas para el proceso de pensamiento creativo, permite abordar el problema desde una manera innovadora y creativa. De igual manera, toma en cuenta al usuario, punto base y beneficiario de la investigación con relación al problema. Según el portal Identidad y Desarrollo (2019), “hay muchas maneras de investigar y utilizar las diferentes técnicas y herramientas de investigación para obtener nuevos conocimientos sobre una realidad o situación que nos den nuevas perspectivas y refuercen o descarten nuestras hipótesis”. (párr. 1).

Las herramientas de investigación son un punto clave de apoyo en el proceso investigativo, las herramientas utilizadas fueron entrevistas grabadas, encuestas online, talleres generativos y observación a personas que sufren de sobrepeso, esto con el fin de obtener información de cómo y por qué es que lograron obtener un peso más elevado de lo ideal e identificar las causas para plantear y diseñar una solución innovadora que los ayude a mejorar su calidad de vida. Finalmente para la validación se realizaron pruebas de campo y focus group. De esta manera, los resultados de la investigación que se logran encontrar están validados en estas herramientas.

### **3. Reto de innovación**

#### **3.1. Pregunta de investigación**

##### **Pregunta general**

¿De qué manera innovadora se puede ayudar a controlar el hambre emocional en personas de 18 a 30 años en Lima Metropolitana?

##### **Preguntas específicas**

- a) ¿Cuáles son los principales factores que generan ansiedad en los adultos de 18 a 30 años?
- b) ¿De qué manera se puede ayudar a reducir sus niveles de ansiedad?
- c) ¿Cómo se puede asegurar que la solución sea innovadora?
- d) ¿Cuál es el impacto del aplicativo en la reducción de la ansiedad en personas de 18 a 30 años en Lima metropolitana?

#### **3.2 Objetivos de investigación**

##### **Objetivo general**

Crear una app para ayudar a reducir el hambre emocional en personas de 18 a 30 años que sufren obesidad por hambre emocional en Lima Metropolitana.

##### **Objetivos específicos**

- a) Investigar las principales causas de la ansiedad en personas de 18 a 30 años de edad de Lima Metropolitana para proponer las estrategias adecuadas.
- b) Explorar los distintos métodos o estrategias que existen en la actualidad para reducir o controlar los niveles de ansiedad.
- c) Analizar aplicaciones que estén dirigidas a un público similar o que tengan algunas de las funciones pensadas para implementarse en el aplicativo a desarrollar.

- d) Validar que el aplicativo haya ayudado a disminuir la ansiedad en personas de 18 a 30 años de Lima Metropolitana.

#### **4. Sustento Teórico**

##### **4.1. Estudios previos**

Para el desarrollo de esta investigación se buscó y revisó artículos y tesis con temáticas relacionadas al tema.

Blandón y Criales (2018) *Diseño de aplicación para el manejo de ansiedad durante el proceso de reducción del consumo de spa*. [Trabajo de grado en la Universidad Católica de Colombia].

Los alumnos de la facultad de psicología de la Universidad Católica de Colombia, Lina Blandón Hernández y Jenerson Criales Ocampo, identificaron como problemática a resolver la ansiedad ocurrida durante los periodos de deshabituación en personas con historial de consumo de sustancias psicoactivas (SPA). El objetivo de dicho trabajo según Blandón y Criales (2018, p. 13) fue “diseñar una aplicación que permita a las personas con historial de consumo reducir la ansiedad a través del uso de estrategias psicológicas durante los períodos de deshabituación al consumo de sustancias psicoactivas”. Este diseño consta básicamente de crear una aplicación para la web, que pueda ayudar a pacientes que se encuentre en proceso de desintoxicación a manejar y sobrellevar los síntomas que conlleva la privación de SPA, proporcionándoles herramientas para que identifiquen, regulen, eviten y reduzcan el malestar que les produce la privación de la sustancia anteriormente utilizada. En palabras de Blandón y Criales (2018):

El impacto social de este diseño, radica en potenciar el conocimiento con relación a la importancia de promover actitudes positivas frente al consumo de sustancias psicoactivas, a través del uso diario de la aplicación una vez comprendida dicha importancia, puede presentarse un proceso de cambio, transformación personal y

social de la comunidad que se evidenciarán tanto en el núcleo social, como en la sociedad en general. (p. 14)

La investigación concluye identificando una relación directa con la ansiedad y el consumo de SPA, es decir, no solo se genera ansiedad al momento de la deshabituación, sino que hay una ansiedad previa que conduce a los individuos a consumir estas sustancias para calmarla. La ansiedad genera pues, el impulso de consumo, en estos casos de sustancias psicoactivas. En cuanto al estudio de mercado referente a la solución propuesta, recomiendan que es importante hacer más encuestas conforme los usuarios vayan usando el aplicativo. Es decir, el feedback constante es indispensable para la optimización de las funciones del aplicativo.

Finalmente, la importancia de este estudio previo con relación al presente, es que marca una pauta y traza una guía sobre el camino a seguir y una guía para la mejora de las características de la nueva aplicación a diseñar, utilizando la estructura implementada y dirigida a pacientes que consumían SPA como guía de todo aquello que no funciona y viendo cómo mejorar todavía más aquello que ya funciona, y enfocándose hacia aquellos usuarios que sufren ansiedad que degenera en un apetito que los lleva a comer en exceso.

Villacrés Correa (2020) *Actividades recreativas para el control de la ansiedad en las jugadoras del equipo de fútbol femenino de la Universidad Católica del Ecuador Categoría Absoluta*. [Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Magister en Recreación y Tiempo Libre].

Este estudio se realiza sobre la problemática de la ansiedad y cómo afecta física y psicológicamente a las jóvenes deportistas en general. Se plantea desde un inicio que el estudio de los síntomas de la ansiedad pueden ser los causantes del bajo rendimiento de las deportistas ante un encuentro amistoso o un campeonato y se formula la hipótesis de que

realizar actividades recreativas previas a un encuentro amistoso, permitirán manejar de mejor manera los nervios y situaciones adversas. Para esta investigación, Villacrés Correa trabajó sobre una muestra total de 36 personas (30 jugadoras y 6 miembros del equipo técnico) comprendidas entre 20 a 30 años de edad para poner a prueba su hipótesis. El objetivo de este trabajo fue el de establecer actividades recreativas para el control de la ansiedad en las jugadoras del equipo de fútbol femenino de la Universidad Católica del Ecuador categoría absoluta. Como resultado se halló que las jugadoras, en su mayoría, sienten tensión, inquietud, irritabilidad y fatiga ante la presión por debutar en el torneo de la Liga Nacional Pro Femenina, siendo una de las principales razones el no tener mayor experiencia a nivel profesional y la constante presión para mantener su categoría en la serie A.

Después de aplicar las actividades recreativas planteadas por la autora, se observa un cambio positivo como resultados y por tanto se confirma la hipótesis: Las actividades recreativas aportan positivamente para el control de la ansiedad en las jugadoras del equipo de fútbol femenino de la Universidad Católica del Ecuador categoría absoluta.

Finalmente, se concluye que en la pre competencia presentaban síntomas de ansiedad, debido a factores como falta de atención, nerviosismo, sudoración, desconfianza, falta de motivación. Razón por la cual fue necesario aplicar una serie de actividades recreativas que ayudó a disminuir los niveles de ansiedad, logrando que el objetivo general sea alcanzado de acuerdo al estudio planteado.

La relevancia de este estudio radica en que se acepta la hipótesis que se planteó en la investigación para la presente investigación: las actividades recreativas ayudan a reducir el estrés y la ansiedad, y es válido afirmar que se puede implementar al caso específico del hambre emocional.

Angie Alarcón Cárdenas (2021) *Aplicación para el manejo de estrés, ansiedad, organización del tiempo y mindfulness en docentes de colegios públicos en Bogotá*. [Trabajo de Grado, Universidad Católica de Colombia].

Trabajo de grado curso de especial interés management de la gestión humana en la Universidad Católica de Colombia. El objetivo del presente trabajo fue diseñar un servicio aplicativo (app) de manejo estrés, ansiedad, organización del tiempo y mindfulness para docentes de educación básica primaria en instituciones de educación pública de la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá. El servicio se realizó a partir de una búsqueda teórica y empírica de las variables y las necesidades de en el mercado laboral; de los criterios demográficos, comportamentales, competencia, mercados y canales de distribución. Se desarrolló y creó SENSEI como una aplicación para el manejo de situaciones con la elaboración de cuatro puntos objetivos a mejorar/manejar por medio de distintas actividades, estrategias y herramientas. Finalmente, este trabajo cuenta con una estimación del presupuesto en donde se muestran materiales y recursos que fueron necesarios para la construcción de la aplicación. Al proponer temas sobre la salud mental, se deben tener en cuenta las áreas de ajuste que poseen las personas, puesto que en el trabajo se restringe en gran medida al área laboral, fisiológico y emocional.

La importancia de este trabajo para la presente investigación, es que brinda un compendio de los requerimientos estimados para la realización de una solución similar (app) para atacar el nuevo problema que se ha identificado (hambre emocional), al tiempo que valida la hipótesis de que las actividades recreativas reducen la ansiedad en general..

García Murga, W. M. (2017) *Trastorno de ansiedad generalizada como factor asociado a obesidad en pacientes adultos del Hospital Belén de Trujillo*. [Tesis para optar el título de médico cirujano en la Universidad Privada Antenor Orrego].

García Murga lleva a cabo un estudio profundo en casos de obesidad, donde evidencia la influencia de la ansiedad generan una mayor probabilidad de aumentar de peso, observa a través de casos controlados utilizando diversos métodos de estudio a un grupo de pacientes adultos del Hospital Belén de Trujillo, con el análisis de los casos puede observar si esta condición es un factor asociado a la obesidad. Dado que la condición emocional influye en las decisiones, el no saber manejar las perturbaciones emocionales negativas nos llevan a una sobrealimentación y esto desemboca en un problema de obesidad. En el estudio se observó que la frecuencia del trastorno de ansiedad generalizada en estos pacientes con obesidad es mayor a la de los pacientes sin obesidad, sacando una clara diferencia entre los porcentajes del 16%, evidenciando su influencia, esto se obtuvo a través del análisis de datos obtenidos de los pacientes. También se concluyó en esta tesis que los pacientes con ansiedad generalizada presentaron un promedio de índice de masa corporal significativamente mayor que los pacientes sin ansiedad generalizada.

La tesis sirve como antecedente, debido a que pone en evidencia la asociación del trastorno de ansiedad generalizada con la obesidad, es por eso que servirá de gran utilidad para validar su influencia en los casos de obesidad y la mala alimentación. Al conocer esta relación se puede plantear medidas a tomar para evitar estos casos.

Doana Herrera Kalincausky (2019) *Ansiedad por la comida, regulación emocional y afectividad en universitarios*. [Tesis para optar el título profesional de licenciada en psicología con mención en psicología clínica].

El estudio se realizó para conocer los motivos de la ansiedad por comer alimentos no saludables. Se trabajó con muestras de 432 estudiantes de diferentes carreras pertenecientes a la Pontificia Universidad Católica del Perú, entre los que se encontró un alto nivel de estrés, bulimia y anorexia. Se mostraron algunos sentimientos como la ira, tristeza y miedo. Las

ansias por comer, también se presentaron frecuentemente en aquellos que intentan llevar una dieta moderada de calorías o alimentación restrictiva con el objetivo de mantener o llegar a un peso ideal.

En esta investigación se utilizó la adaptación en español del Food Craving Questionnaire Trait adaptada por Meneses (2017) con los cuatro factores identificados en su investigación, que además fue realizada en una población universitaria, la cual fué la misma población que se usó en este estudio. En el presente estudio, también se realizaron los análisis pertinentes para hallar los coeficientes de confiabilidad de la prueba.

Los resultados según los datos recolectados fueron que la ansiedad por la comida en algunos casos tiende a tener variaciones como en alimentación hedónica y alimentación descontrolada.

Para solucionar el problema se tuvo que elegir a 5 estudiantes por ciclo en el que probarían un aplicativo que sirve para llevar una mejor organización y alimentación en su etapa como estudiantes de universidad, esta app beneficia a los estudiantes en reducir sus niveles de ansiedad y su mala alimentación.

Todo lo descubierto nos ayuda a validar el hecho de la necesaria ayuda para combatir la ansiedad por comer reforzando la idea de tener profesionales como colaboradores en el foro (nutricionistas, psicólogos y coach) para dejar esta ayuda en manos de expertos o conocedores de tratamientos idóneos para las ansias de comer.

## **4.2. Marco teórico**

### **4.2.1. Aplicativo móvil**

La aplicación móvil, está diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil, este puede ser un teléfono inteligente o una tableta, existen diferentes aplicaciones que cubren distintas necesidades como por ejemplo: aplicaciones de entretenimiento, educativas, redes sociales,



etc. Las apps nos facilitan realizar diferentes actividades desde la palma de nuestra mano como: llevar a cabo gestiones, compras o procesos. Según Hurtado (2019):

Actualmente estas aplicaciones son muy significativas para la sociedad que vivimos, ya que cada persona está interconectada en un mundo de información y donde nos permite estar a todos en lugares distintos, nos conecta de lo real a lo virtual. (p. 24)

Es por ello que la implementación de la solución se estableció casi desde un inicio en forma de un aplicativo móvil, ya que la idea es que sea un acompañamiento para quienes padecen de ansiedad y hambre emocional y por lo tanto debe ser capaz de interactuar con ellos estén donde estén.

#### **4.2.1.1 Características**

Para asegurar su adecuado funcionamiento en cualquier situación una app debe contar con características básicas como las siguientes:

- Interfaz sencilla e intuitiva

Bluumi (s.f.) explica que son muchas las características de una app y los aspectos más importantes a cuidarse son el funcionamiento rápido y fluido, la experiencia del usuario, de fácil utilidad, buena organización, se permite al usuario un manejo intuitivo y fácil por la app.

- Multiplataforma

Abamobile (s.f.) postula que para obtener un mayor número de descargas y maximizar la difusión de la app, es necesario incluirla en las diferentes plataformas (como iOS y Android como principales) para que los usuarios tengan la posibilidad de descargarla. De esta manera se potenciará el alcance de la app hacia un mayor target, ayudándonos a cumplir los objetivos de crecimiento.

- Seguridad

App&Web (2020) y Bluumi (s.f.) plantean que es muy importante la seguridad y la privacidad de los usuarios hoy en día, por lo tanto las apps deben cumplir con las leyes de

protección de datos vigentes, además de incluir las tecnologías necesarias para la protección de la privacidad de los datos de los usuarios, como una buena implementación de métodos de pago seguros.

- Actualizaciones y modo offline

Abamobile (s.f.) y Bluumi (s.f.) concuerdan al afirmar que las tecnologías van avanzando, y debido a esto es necesario actualizar constantemente las aplicaciones para que estas no queden obsoletas a corto tiempo. Las constantes actualizaciones hacen que el usuario sienta una mayor confianza, también al mismo tiempo se puede ir implementando nuevas funciones o mejorarlas, a la vez de reforzar la seguridad.

Implementar un funcionamiento offline es un factor importante, ya que muchas veces puede perderse la conexión a internet, y aun así garantizar que los usuarios puedan seguir haciendo uso de la aplicación.

#### **4.2.1.2 Tipos de aplicativo**

A la hora de desarrollar una aplicación, existen cuatro grandes tipos: app nativa, app híbrida, web app y React Native.

- Apps Nativas

Herazo, L. (s.f.) y Pérez, A. (2017) aseguran que son las aplicaciones que se desarrollan en un sistema operativo específico, por eso se les llama apps nativas, los sistemas operativos más importantes son Android o IOs. La mayor ventaja de las apps nativas es que al ser desarrolladas para un sistema específico estas tienen un excelente desempeño en el equipo, ya que están optimizadas al 100% al sistema. Para este tipo de aplicaciones usualmente se suele crear una para cada sistema operativo, en este caso una para Android y otra para IOs pero que en esencia estas aplicaciones son iguales.

- Apps Híbridas

Herazo, L. (s.f.) y Pérez, A. (2017) afirman que este tipo de aplicaciones suelen ser construidas de forma parecida a las páginas web, pero en cambio se usa la combinación de elementos de aplicaciones nativas junto con elementos de aplicaciones web, de ahí su nombre de app híbrida. Su funcionamiento es similar a la de las aplicaciones web, pero éstas si se descargan dentro del dispositivo, su característica más popular es que se adaptan a múltiples plataformas con solo el desarrollo de una aplicación.

- Web App

Según Pérez, A. (2017), las Web Apps son aquellas que se cargan desde un servidor web y su estabilidad depende de ellas, este tipo de aplicación no requiere de su instalación en el equipo, son sencillas de desarrollar, ya que solo requieren la creación de una sola aplicación para su funcionamiento.

- React Native

Pérez, A. (2017) explica que se trata de lo más reciente en innovación a la hora de crear aplicaciones, React Native se basa en la programación Javascript y consiste en poder utilizar una sola base de código para las diferentes plataformas, como IOs y Android, esto optimiza y simplificado el desarrollo de la app y sus funciones.

#### **4.2.1.3 Diseño de un aplicativo**

El diseño de un aplicativo es un proceso amplio y complejo. La ideación de una app va desde definir el concepto, hacer los primeros bocetos, implementar el diseño y programación hasta definir el diseño final y la funcionalidad. (Menéndez, T. 2018).

Desde que se identifica la necesidad a cubrir mediante de las funcionalidades se debe contar con profesionales enfocados en todos los ámbitos del proceso, como por ejemplo los programadores y diseñadores, hasta profesionales desde el enfoque de cada app. Según el portal 3Androides (s.f.), “La mejor forma de garantizar que todas las fases del desarrollo de

una app se realicen de manera óptima es contar con los servicios de profesionales cualificados con experiencia en el proceso de desarrollo de aplicaciones móviles” (párr. 3).

#### **4.2.1.4 Importancia de la creación del aplicativo**

El desarrollo de este aplicativo surge por el hecho de la creciente tasa de obesidad y sobrepeso en la población joven y adulta en Perú y cuya causa es la ansiedad.

Existen muchos aplicativos, tanto web como móviles que prometen ayudar a controlar la ansiedad desde un nivel general o, como se evidenció anteriormente, enfocado a pacientes que sufren ansiedad por consumo de PSA o docentes cuya carga laboral les genera ansiedad. Sin embargo no existen aplicativos ni otras soluciones innovadoras enfocadas a aquellos pacientes que sufren del tipo de ansiedad conocida como hambre emocional. La importancia del desarrollo de esta solución radica precisamente ahí, ya que los pacientes de este trastorno necesitan apoyo constante y distractor que evite que sucumban a sus impulsos de comer a cada momento, también como el promover la actividad física.

Otro punto a resaltar con respecto a la importancia del desarrollo de este aplicativo es el de la comunidad, pues está probado que el apoyo colectivo que pueden recibir los pacientes es fundamental para el tratamiento de la ansiedad y cualquier otra afección emocional. Según la psicóloga y terapeuta Elena Blasco Luque (2020):

El apoyo emocional nos alivia, nos da seguridad y calma en los momentos de estrés donde solo vemos negatividad y caos. Compartir nuestras emociones nos ayuda también a fortalecer nuestro sistema inmunitario y a tener en cuenta puntos de vista diferentes que quizá no estamos viendo. (párr 10-11)

En ese sentido, la comunidad que se espera promover por medio del aplicativo es lo más resaltante de dicha solución. El apoyo emocional mutuo que se puede dar entre los usuarios es fundamental y es el gran atractivo, ya que la app engloba a personas de todos los

distritos de Lima Metropolitana que sufren de un mismo mal, y entre ellos pueden entender sus dolencias y generar un entorno bastante empático que poco a poco ayude a mejorar el estado anímico de todos los miembros.

#### **4.2.2. Hambre emocional:**

El hambre emocional es un problema muy grande que afecta a gran parte de la población mundial; puede generar dificultades en la salud, que van desde la obesidad hasta la muerte y que a raíz de esta pandemia se ha visto incrementada enormemente. Fernández Lucas (2018) define: “‘Comedor Emocional’ (CE) es aquel individuo que ingiere excesivas cantidades de alimentos según sus emociones, principalmente, bajo las negativas.” (p. 3).

Es así como se utiliza a la comida como un medio para sentirse mejor. Es decir, es un tipo de ansiedad que nos hace comer, aunque no se tenga apetito, para gestionar problemas personales. Suele ocurrir por diversos factores como por ejemplo: cuando se sufre de estrés, se siente triste o por mero aburrimiento.

## **5. Beneficiarios**

Los beneficiarios son adultos de entre 18 y 30 años de edad que residen en el área de Lima Metropolitana. Principalmente son personas pertenecientes a los sectores C +, C y D + cuya ansiedad incrementó a raíz de la pandemia y se ha manifestado en hambre emocional la cual les generó un aumento de peso peligroso para su salud.

Los beneficiarios han sido identificados por medio de encuestas (ver anexos A y B) y entrevistas (ver anexo C). De dichas encuestas y entrevistas saltó a la vista el factor principal del sobrepeso: La ansiedad, a raíz de la cual se eligió a 3 sujetos que padecieran de obesidad debido a la ansiedad (hambre emocional) con los cuales se realizó observaciones de campo en periodos de aproximadamente 8 horas cada uno (ver anexos D, E y F). Los resultados de estos métodos de investigación han servido para desarrollar cuatro arquetipos que engloban

las características de los entrevistados. Dichos arquetipos son: “La frustrada” (María, 23 años), “El relajado” (Tiago, 22 años), “El gamer” (Mauricio, 19 años) y “La luchadora” (Rossana, 28 años).

A continuación se detallan cada uno de los arquetipos:

#### **“La frustrada” (María, 23 años)**

María es una chica universitaria que cursa sus últimos ciclos y que además trabaja en una empresa de marketing como diseñadora gráfica. Tanto sus estudios como su trabajo la obligan a hacer home office la mayor parte del día y sus únicas actividades en sus tiempos libres son, sacar a pasear a su perro, limpiar su habitación y ver series o películas en Netflix. Le encanta y es muy buena preparando postres, sobre todo cupcakes y chocolates). A María le gusta comer y no tiene restricciones alimenticias, suele usar ropa holgada. Su mejor amigo es su perro. Sus comidas favoritas suelen ser delivery, que son bastante grasosas y cuando cocina tiende a preparar comidas más rápidas y fáciles.

#### **“El relajado” (Tiago, 22 años)**

Tiago es un joven de 22 años de edad de la ciudad de Lima, tiene un hermano mayor y vive con sus padres. Trabaja en Teleperformance y le gusta jugar videojuegos. El es un joven muy sociable y le gusta disfrutar del tiempo con sus amigos, y se molesta cuando sus tiempos libres se ven interrumpidos por su trabajo, esto ha llevado a que sus horas de comidas nunca sean las mismas lo cuál le crea malos hábitos alimenticios al pedir delivery muchas veces por salir del apuro. Cuando está en esta situación se siente frustrado y ansioso, por lo que desearía tener horarios más fijos y mejores hábitos alimenticios, aprender una forma de comer saludable pero rico a la vez.

#### **“El gamer” (Mauricio, 19 años)**

Mauricio es un chico de 19 años de edad. Trabaja medio tiempo y estudia, por lo que tiene muy poco tiempo libre en el día; esto le ha generado estrés y ansiedad, lo cual lo ha

llevado a desarrollar el hábito de comer en cada oportunidad que tiene y siempre suele ser comida rápida que por lo general es poco saludable. El único método que utiliza actualmente para desestresarse en sus tiempos libres es el jugar videojuegos y hacer streams en la plataforma de Twitch para ganar algo de dinero extra con las donaciones y suscripciones. Sin embargo, y a pesar de lo que Mauricio cree, este no es un método apropiado para él si quiere reducir sus niveles de estrés y ansiedad, pues los juegos que suele jugar (Fortnite, Warzone y GTA), por ser muy competitivos, han tenido todo el efecto contrario y el hecho de ver cada vez más a Twitch como un segundo trabajo ha hecho que su ansiedad siempre sea constante, desde que entra a trabajar en la mañana, hasta que se va a acostar después de jugar y hacer streams.

#### **“La luchadora” (Rossana, 28 años)**

Rossana es una mujer de 28 años de edad que sufre de ansiedad debido a la tarea de mantener ella sola a un niño pequeño (6 años), no tiene apoyo de familiares cercanos y sus pocas amigas no llegan a comprender su situación, por lo que no recibe mucho apoyo. Su único alivio es salir los fines de semana. Sin embargo esto supone un gasto para ella por lo que solo tiene dos opciones: O se queda en casa y no alivia esa ansiedad por el trabajo constante; o sale a divertirse y a comer, gasta y luego tiene que ajustar sus gastos para que al niño no le falte nada, generando un círculo vicioso de ansiedad.

En función de estos cuatro arquetipos se desarrolló un segundo mapa de actores más específico para poder guiar la investigación, en él se especifican los actores que están involucrados en el aumento de la ansiedad durante la pandemia (trabajo, estudios, responsabilidades del hogar, falta de apoyo de familia y/o amigos). De los cuatro arquetipos identificados, se seleccionó uno (Rossana), pues tiene más pains y necesidades que son prioritarios con respecto a los demás arquetipos y en base a ella se definió la propuesta de valor.

Finalmente, la idea es desarrollar una versión alfa de una aplicación (juego y foro) que ayude a las personas con hambre emocional (ansiedad). Será presentado a un público pre-seleccionado de entre 20 y 30 alumnos del Instituto Tecnológico Superior Toulouse Lautrec, estos deberán cumplir las características de beneficiario establecidas del arquetipo-cliente, es decir, que desarrollaran el hábito de comer bajo ansiedad sufriendo de sobrepeso debido a su hambre emocional (ansiedad) y que la causa de esta sea por distintos factores de estrés en su vida diaria en momentos determinados como el trabajo, los estudios, las responsabilidades del hogar, la falta de apoyo por parte de la familia o amigos, etc.

## **6. Propuesta de Valor**

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

### **6.1.Propuesta de valor**

Creación de un app que consiste en un juego interactivo y de Realidad Aumentada que además cuente con una comunidad unida de gente que sufre de hambre emocional donde se ayuden mutuamente y a través de la cual se pueda también ofrecer apoyo y soporte inmediato. Los usuarios son de NSE (Nivel Socioeconómico) C+ , C , D + en el que se encuentran aptos para poder descargar el aplicativo y adquirir la membresía en el que la app te brinda muchos beneficios.

### **6.2. Segmento de clientes**

Teniendo en consideración el arquetipo principal (Rossana) y juntando las características en común y las más resaltantes de los otros 3 arquetipos, se identificaron las características y necesidades de los potenciales clientes. Superficialmente se trata de personas de entre 18 y 30 años de edad que vivan en Lima Metropolitana y pertenezcan a los sectores C+, C y D+ que sufran de sobrepeso debido al hambre emocional. Se han determinado estos NSE teniendo en cuenta lo siguiente:



- Los niveles A y B por lo general ya cuentan con un seguro de salud que les incluye las consultas y asesoramientos psicológicos que ofrece la aplicación que se está desarrollando.
- El sector C fue considerado dentro del segmento de clientes ya que, si bien su nivel de ingresos si les permite acceder a atención de calidad, el tiempo no siempre es el suficiente; esta app les brinda una alternativa “on the go” para reducir su ansiedad que además es bastante entretenida, eliminando el obstáculo del tiempo para acceder a consultas, realizar actividades para bajar la ansiedad o hacer ejercicios.
- Los sectores C y D + han sido elegidos debido a que su nivel de ingresos, en la mayoría de casos solo les permite lo mínimo indispensable, y para acceder a servicios de salud tienen que hacer uso de los locales de salud pública, que no siempre es la mejor. Esta app les brinda mayor accesibilidad a consultas psicológicas y nutricionales por un menor costo que el de clínicas privadas.

Ahondando en las características del segmento de clientes, se encontró que la principal causa de su hambre emocional es la ansiedad que les causa el tener responsabilidades que les son difíciles de cumplir (como ejemplo: Rossana y la responsabilidad de mantener ella sola a un hijo pequeño). Son personas que, debido a esta responsabilidad no tienen mucho tiempo para salir, hacer ejercicio, ir a un gimnasio o incluso para asistir a un psicólogo. Tienden a comer en cada oportunidad que pueden y si no tienen algo para comer cerca su ansiedad aumenta al grado que deteriora su salud general. En su mayoría son personas solitarias o con un círculo social bastante reducido, no suelen tener con quién hablar y menos a quién hablar de sus problemas.

### **6.3. Canales**

El principal canal de comunicación con los clientes es el foro, el cual cuenta con un equipo encargado de brindar atención al cliente para resolver dudas, apoyar a los nuevos usuarios y brindar información que sea requerida. Como canales secundarios se cuenta con perfiles y páginas en las redes sociales más utilizadas por el segmento de clientes: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Tik-Tok. Podría considerarse como canales alternativos las plataformas de PlayStore y AppStore, donde los usuarios pueden dejar sus reseñas del aplicativo y que sirve como feedback y publicidad gratuita en tanto las reseñas sean positivas.

- Play Store (Google), AppStore (iOS): Son los únicos medios donde se podrá conseguir la aplicación. Esto estará bastante claro en redes sociales, además de que se brindará enlaces directos a ambas tiendas para generar confianza en los clientes, pues necesitan registrar sus datos en el aplicativo y el estar solo en tiendas de aplicativos oficiales garantiza que no contiene malware ni es una aplicación de un desarrollador cualquiera.
- Foro de la comunidad: Se utilizará el foro de la comunidad como principal medio de comunicación con los usuarios. En él los usuarios nos pueden brindar feedback indirectamente a través de sus interacciones públicas con otros usuarios o directamente contactando con los community managers que estarán activos las 24 horas del día para brindar un soporte de calidad.
- Redes convencionales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Tik-Tok son empleadas para la promoción del aplicativo, de manera tal que se podrá llegar cada vez más a nuevos clientes.

#### **6.4. Relación con los clientes**

Relación de comunidades. Como se mencionó en el punto anterior, la relación es de una constante comunicación y soporte para ayudar a los usuarios con sus dudas y de esta manera poder mejorar constantemente el app. Es importante mantener una comunicación

constante y que los usuarios sepan y tengan la confianza de que siempre habrá alguien para escucharlos. Los usuarios pueden, además, crear espacios en el foro (que tienen que ser aprobados por los moderadores) en donde puedan abrir hilos de discusión sobre temas particulares. Dependiendo de la concurrencia que tengan estos hilos, se verá de adaptarlos como un tópico oficial a tratar dentro de la app (tanto en el foro como en el juego).

### **6.5. Actividades clave**

- Creación del aplicativo

Mediante la contratación de un programador especializado en aplicativos móviles y brindándole el material necesario (animaciones, videos, modelos 3d, data, línea gráfica y demás requerimientos) se lleva a cabo el desarrollo de la versión alfa del aplicativo propuesto. Dicha versión se presenta a una muestra reducida de 20 personas, las cuales brindan un feedback para poder mejorar las funciones, visuales e interfaz del aplicativo y así poder lanzar la versión beta a una muestra mayor.

- Gestión del foro de la comunidad

Una vez lanzada la versión beta del aplicativo, se monitorea constantemente el funcionamiento del foro y el desenvolvimiento de los usuarios en este para analizar qué puede no estar funcionando, qué funciones no están siendo aprovechadas, etc. Es importante que exista un encargado de atención al cliente que esté atento la mayor parte del tiempo para resolver dudas de los usuarios o reportar fallos a los desarrolladores.

- Creación de eventos interactivos dentro del juego

Una vez lanzada una versión final, se necesita fidelizar a los usuarios, por lo que una primera estrategia de fidelización es la creación de eventos especiales dentro del juego que incentiven a los usuarios a utilizar el juego y caminar bastante para poder completar misiones que dan recompensas variadas y provocan que el usuario quiera seguir utilizando la aplicación una vez acabados los eventos.

## **6.6. Recursos clave**

- Programadores

Como principales recursos se necesita un equipo pequeño de programadores para desarrollar el aplicativo. Desde el desarrollo del juego y todas sus características, hasta el funcionamiento del foro de la comunidad y el registro de usuarios para éste es necesario de un equipo de programadores para desarrollar una versión alfa lista para ser probada por un público reducido y que sean capaces, además de realizar las mejoras indicadas por este primer público en el menor tiempo posible para poder lanzar el aplicativo o una versión beta al público en general en el menor tiempo posible.

- Community managers

Serán los encargados de dar soporte y responder las dudas de los usuarios en el foro de la comunidad. Como se ofrece un servicio de apoyo 24/7 es necesario un staff amplio de community managers que puedan atender a los usuarios encargándose cada uno de cierta cantidad de personas asignadas dentro del aplicativo. El equipo de CM 's crecerá a medida que la comunidad de usuarios aumente.

- Agencia de marketing

Es necesario tercerizar las estrategias de marketing con empresas dedicadas a ello en orden de poder enfocar al equipo creativo en la comunidad y sus necesidades y desarrollo, además al tratarse de empresas especializadas, se tiene la garantía de lograr una buena campaña de promoción del aplicativo en los distintos canales que se han elegido para dicha actividad.

## **6.7. Aliados clave**

- Asesores

Profesionales que pueden ofrecer sus servicios de consultas dentro de la app donde por medio del pago de la membresía, los usuarios pueden acceder a 3 consultas al mes con cualquiera de los 3 tipos de consultores. De estas membresías se les paga a los profesionales que hayan ofrecido consultas a los usuarios. De no estar suscritos a la membresía, los usuarios aún pueden acceder a las consultas, pero deben pagar cada una por separado, la app toma un porcentaje de estas consultas y el resto va al profesional que ofrece la consulta.

- Nutricionistas
- Entrenadores
- Psicólogos

- Municipalidades

Para el desarrollo de algunas de las actividades del juego es necesaria la utilización de elementos del espacio público, por lo que es importante contar con el apoyo y permiso de las municipalidades de los distritos de Lima Metropolitana para poder colocar señalizaciones o letreros interactivos que puedan escanearse con la app y brindar promociones, puntos entre otras recompensas a los usuarios; también como la implementación de espacios híbridos, es decir que sirvan para el público en general, pero que por medio de la app tengan un uso dentro del juego para los usuarios que se encuentren al paso. La alianza con las municipalidades permitirá también que los usuarios con membresía accedan a descuentos en actividades como las clases al aire libre de aeróbicos, meditación, yoga, etc; mismas en las que finalizada cada sesión, el instructor permitiría a quienes usen el aplicativo, escanear su código QR que les brindará recompensas en el juego y sumará puntos para acceder a más descuentos.

- Clínicas de salud mental

Su principal función para el desarrollo del aplicativo es el de consultoría. Se pedirá el apoyo de profesionales de la salud mental dentro de clínicas especializadas para poder asegurar que las actividades sugeridas en el juego realmente ayuden a los pacientes de hambre emocional y para recibir constantes actualizaciones según se hagan más descubrimientos, técnicas, etc. A cambio se ofrecerá publicidad dentro del aplicativo para dichas clínicas.

- Tiendas naturistas o de comida saludable

Al igual que con las municipalidades, la idea es generar un convenio con tiendas naturistas y de alimentos saludables, en este caso para la promoción del aplicativo en sus locales, a cambio de ser agregados en la app como puntos de interés sugeridos para los usuarios que además de controlar su hambre estén buscando mejorar su dieta.

#### **6.8. Fuentes de ingresos**

- Membresía con beneficios exclusivos

La membresía tendrá un costo de 38 nuevos soles y acreditará a los usuarios a beneficios como la eliminación de anuncios, el acceso a una consulta gratuita por mes con cualquiera de las 3 especialidades, también como un plan de alimentación saludable, rutinas de ejercicios específicos dependiendo al tipo de cuerpo que tenga la persona, charlas online que brindaran los psicólogos y acceso ilimitado a actividades dentro del juego a diferencia de los usuarios sin membresía que solo tienen posibilidad de realizar 3 actividades cada 24 horas.

- Publicidad

En el juego, cada vez que el usuario complete una actividad aparecerá un anuncio. Los usuarios sin membresía solo tienen 3 actividades disponibles, si quieren más tienen que ver un anuncio para desbloquear una actividad más con un máximo de 5 anuncios por día. En el foro la publicidad estará en los márgenes de la página y cada 30 minutos un pop-up

aparecerá en el medio de la pantalla, dicho pop-up se puede cerrar en cualquier momento. Al igual que con el juego, al pagar la membresía se eliminan todos los anuncios.

- Comisión por Consultas

Las consultas serán personalizadas para los usuarios que deseen reservar una entrevista con un asesor o profesional a un precio dependiendo las necesidades del usuario , en la que a cada asesor se le cobrará una comisión de hasta el 10%.

## 6.9. Presupuestos

### 6.9.1 Ventas

**Tabla 1**

*Ingresos por ventas estimados en 12 meses*

Rubro/Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>Producto 1:</b>												
<b>Membresia</b>								1200	1561	2029	2637	3427
<b>Premium</b>	1900	2470	3230	4218	5472	7106	9234	8	8	2	2	6
<b>Precio estimado</b>	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
<b>Cantidad estimada:</b>	50	65	85	111	144	187	243	316	411	534	694	902
<b>Producto 2:</b>												
<b>Consultas</b>	200	264	344	448	584	760	992	1288	1672	2176	2832	3680
<b>Precio estimado</b>	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
<b>Cantidad estimada:</b>	25	33	43	56	73	95	124	161	209	272	354	460
<b>Producto 3:</b>												
<b>Publicidad</b>	500	650	850	1100	1450	1900	2450	3200	4150	5400	7000	9100
<b>Precio estimado</b>	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
<b>Cantidad estimada:</b>	10	13	17	22	29	38	49	64	83	108	140	182
	<b>2,600</b>	<b>3,384</b>	<b>4,424</b>	<b>5,766</b>	<b>7,506</b>	<b>9,766</b>	<b>12,67</b>	<b>16,49</b>	<b>21,44</b>	<b>27,86</b>	<b>36,20</b>	<b>47,05</b>
<b>Ingreso total</b>	<b>.00</b>	<b>.00</b>	<b>.00</b>	<b>.00</b>	<b>.00</b>	<b>.00</b>	<b>6.00</b>	<b>6.00</b>	<b>0.00</b>	<b>8.00</b>	<b>4.00</b>	<b>6.00</b>

*Nota.* Se considera un factor de crecimiento mensual de 0.3. Tabla de elaboración propia.

### 6.9.2 Costos

**Tabla 2**

*Costos mensuales NECESARIOS*

Producto/ Servicio	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Polos estampados	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00	S/110 .00
Community Manager	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00
Desarrollado r mobile	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00	S/2,3 00.00
Atención al cliente	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00	S/1,0 25.00
Publicidad en Redes	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00	S/500 .00
<b>TOTAL</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>	<b>4,960.00</b>
<b>COSTOS</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>	<b>00</b>

Nota. Tabla de elaboración propia.

### Tabla 3

#### Inversión mínima

Publicación en Play Store	S/100.00
Membresía App Store	S/380.00
Campaña de lanzamiento (plan mype)	S/650.00
<b>TOTAL INVERSIÓN MV</b>	<b>1,130.00</b>

Nota. Tabla de elaboración propia.

## 6.9.4 Resultados

### Tabla 4

#### Resultados a corto plazo - Etapa de capitalización

Rubro/ Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Ventas	S/. 2,600.00	S/. 3,384.00	S/. 4,424.00	S/. 5,766.00	S/. 7,506.00	S/. 9,766.00	S/. 12,676.00	S/. 16,496.00	S/. 21,440.00	S/. 27,868.00	S/. 36,204.00	S/. 47,056.00
Costos	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00	S/. 4,960.00
Utilidad	S/. - 3,490.00	S/. - 1,576.00	S/. - 536.00	S/. 806.00	S/. 2,546.00	S/. 4,806.00	S/. 7,716.00	S/. 11,536.00	S/. 16,480.00	S/. 22,908.00	S/. 31,244.00	S/. 42,096.00



Inversi	S/.
ón	1,130.
inicial	00

*Nota.* Tabla de elaboración propia. Los resultados son estimados sin considerar el factor de crecimiento mensual.

## 7. Resultados

Haciendo un análisis de los procesos de investigación, ideación y desarrollo, se han identificado los resultados de la solución que se definió en la propuesta de valor.

Primero que nada, se corroboró que el principal factor de la ansiedad fue la llegada de la pandemia, y se identificó que los factores que refuerzan y ayudan a mantener la ansiedad son tanto la carga laboral como estudios en jóvenes entre 18 y 30 años. Si a esto se le suman variantes como responsabilidades como el tener que hacerse cargo de un hijo o hija, es casi un hecho que la persona va a desarrollar o ya desarrolló un cuadro de ansiedad. El 70% de los entrevistados lo demuestra y es gracias a ello que se definieron los arquetipos mencionados en el punto 5.

Durante la etapa de ideación, se consultó con profesionales de la salud mental, quienes validaron la información recabada durante la investigación de los métodos para reducir la ansiedad. De ello se consolidó la idea de implementar las actividades recreativas como una terapia rápida para reducir la ansiedad. Dichos profesionales fueron entrevistados posteriormente para. En adición, durante la misma etapa, en los talleres generativos llevados a cabo, surgió la idea del foro gracias a la lluvia de ideas hecha por los participantes (ver anexo G). Esta idea del foro de apoyo mutuo, junto con las funciones del juego tuvieron que ser evaluadas y validadas nuevamente por los profesionales de la salud que habían sido consultados con anterioridad (ver anexos H, I y J). De ello se extrajo lo más importante y se le dio forma hasta definirlo como se ha precisado páginas arriba.

Luego de tener una estructura más sólida del funcionamiento del aplicativo, se procedió a la investigación de apps similares, tanto móviles como web. De ello surgieron algunas similitudes con algunos aplicativos, por lo que se tuvo que realizar cambios en la estructura y funcionamiento. La maqueta final de la solución aún conserva elementos que se encuentran en otros aplicativos, sin embargo no hay aplicativo alguno que reúna todas las características y lo enfoque al público que padece de hambre emocional, además, la idea del foro (lo principal de la propuesta de valor) es único en el mercado, ya que es la única red social que funge como espacio seguro para todas las personas que padecen de hambre emocional y ansiedad en general para poder contar sus problemas, si lo desean, de forma anónima y que promete al usuario que, si bien no necesariamente solucionarán sus problemas, siempre habrá alguien para darles apoyo o escucharlos.

Finalmente, con todo lo planteado se estructuró un prototipo de la solución “Relaxatif” a modo de producto mínimo viable (PMV) con el cual se realizaron dos pruebas (ver anexos K y L); ambas ante muestras de nueve personas que sufren de ansiedad. La primera consta de un focus group donde se invitó a los participantes a descargar la aplicación “Amino” donde se probaría el mínimo viable de la comunidad. En dicha prueba los participantes pudieron ver el tipo de interacción y algunas de las funciones que tendrían en la propuesta de alto presupuesto. Redactaron un par de preguntas e interactuaron por medio de “likes” y comentarios. De la misma manera se les proporcionó un enlace a la web “Patreon” en donde podrían ver el formato que se manejaría como mínimo viable del juego, en el cual luego de pagar una suscripción mensual de diez dólares podrían acceder a la lista completa de actividades recreativas que se tienen planeadas para los usuarios, de las cuales mensualmente, sólo dos estarían publicadas libremente en el instagram de Relaxatif para que aquellas personas que no conocen el producto puedan tener una prueba de la experiencia que se ofrece. Sin embargo, fue en la segunda prueba, también ante una muestra de nueve personas,

que se llevaron a cabo un par de las actividades planteadas en el Patreon. Esta muestra se realizó en el Parque Kennedy alrededor de las 2pm y duró cerca de cuatro horas. Constó de dos actividades; una fue la colocación de seis globos azules en distintos puntos del parque, para la cual, los participantes debían sacar sus celulares y emprender la búsqueda tratando de encontrar y fotografiar los seis globos. La otra actividad era similar, solo que el objeto de búsqueda eran, aprovechando el hecho de estar en el parque Kennedy, 3 tipos de gatos específicos: Blanco, negro y atigrado naranja. La primera muestra arrojó únicamente valoraciones positivas, siendo lo único “negativo” la mención por parte de algunos de los participantes de que a pesar del precio de la suscripción, les llamaba tanto la atención y les parecía tan innovador que estarían dispuestos a pagarlo. La segunda muestra, a diferencia de la primera tuvo opiniones divididas, pero la mayoría (6 de 9) concordaron en que si los había hecho sentir más relajados y que en un posible escenario donde estén sufriendo de niveles altos de ansiedad, dichas actividades podrían ayudarlos a controlarse.

Finalmente, los resultados ya mencionados y el feedback dado por los 18 participantes de la validación sugieren que de desarrollarse el aplicativo, sería de bastante utilidad para los usuarios al momento de tratar su ansiedad y también para quienes además buscan bajar de peso. Esta información, nuevamente se complementa con las impresiones de los profesionales de la salud mental que revisaron el mockup realizado en base a la solución de mayor presupuesto (aplicación) y que leyeron la descripción de las funciones del foro. Por ello se infiere que se ha logrado cumplir el reto de innovación, pues la idea es viable y de lanzarse al mercado ya como un producto mínimo viable, tendría un gran impacto positivo en las personas que padecen hambre emocional.

## **8. Conclusiones**

Finalizada la investigación y llevadas a cabo las estrategias de validación, se ha llegado a las siguientes conclusiones respecto a la implementación de la propuesta de valor para ayudar a reducir la ansiedad que causa hambre emocional en personas de 18 a 30 años de Lima Metropolitana

Las principales causas del aumento de la obesidad por hambre emocional (ansiedad) en el Perú son: La pandemia: el encierro (que causó sedentarismo, ansiedad, depresión y otros males psicológicos); la excesiva carga laboral o de estudios, que hacen mella en la salud mental del estudiante trabajador; y responsabilidades económicas (mantener un hijo, pagar un seguro, pagar los servicios básicos, etc.). En base a ello, la estructura de la propuesta de innovación y sus funciones se han diseñado de forma tal que sea un producto que permita reducir el estrés sin necesariamente quitarle demasiado tiempo al usuario, con el fin de que pueda cumplir sus responsabilidades, pero sepa cómo manejar sus emociones o poder liberar algo del estrés y la ansiedad que carga a lo largo del día. Es importante resaltar el hecho de que no necesariamente deben dedicar mucho tiempo al aplicativo, pues muchas personas del rango de 18 a 30 años suelen no tener mucho tiempo libre y prefieren invertirlo en otras actividades que no necesariamente les ayudan a reducir su ansiedad.

De esta manera, el aplicativo brinda un apoyo de relajación y alivio emocional con actividades que se pueden realizar al paso; de camino al trabajo o al centro de estudios (actividades de fotografía, recolección de puntos de interés, etc.) y, si el usuario lo desea, puede dedicarle más tiempo con otras actividades sugeridas por el aplicativo que puedan tomar más tiempo como las de búsqueda, escaneo de QR's, etc.

Las validaciones tanto de potenciales usuarios como de profesionales de la salud (psiquiatra y psicólogos) han corroborado la efectividad de las funciones, tanto de la comunidad, pues sirve como terapia grupal y genera empoderamiento de los usuarios; así también como del juego y las actividades dentro de este, pues según los expertos da una

motivación a quienes no suelen salir de sus hogares por ansiedad u otros males psicológicos, y a quienes siguen ya una terapia les sirve como un complemento que podría acelerar su mejoramiento. Por otro lado, dichas validaciones han aportado puntos a considerar para cuando la solución sea lanzada al mercado; tales como la consideración de remarcar y hacer explícito el fin motivacional de las actividades, destacando que no se trata de competitividad pues en la gran mayoría de casos no hay ganadores ni perdedores, así también como el considerar que no necesariamente todas las personas con ansiedad pueden verse motivadas completamente a realizar las actividades, por lo que es importante trabajar desde la comunidad para aportar esa confianza al usuario y que finalmente pueda motivarse a probar los juegos.

Como próximos pasos, se ahondará en promover como mecánica principal del juego la caminata. Si bien está implícito, es bastante recomendable mostrar mensajes o notificaciones, así también como eventos o actividades especiales que ofrezcan recompensas que incentiven al usuario a caminar más allá de la zona donde normalmente usa el juego. Juegos como la búsqueda de globos deben ser modificados debido a que los globos representan un objetivo demasiado frágil. En diversos momentos de la segunda muestra hubo globos que se reventaron, se perdieron con el viento o fueron extraídos por niños que pasaban por ahí. Por ello, el reemplazo por banderines clavados en el grass podría ser una alternativa, claro está, con el previo permiso de las municipalidades. Además puede incluirse un modo competitivo; si bien anteriormente se resaltó que se debe hacer hincapié en que el objetivo del juego no es la competitividad, se podría implementar un modo en que los jugadores puedan realizar las actividades con amigos y hacerlas competitivas para mayor diversión. pero esto sería decisión de cada usuario; sin embargo el modo por defecto sería en solitario y no competitivo.

Se recomienda tener apoyo constante de consultores especializados en los temas de ansiedad y estrés para un constante monitoreo de la comunidad y la actualización de las actividades sugeridas en el juego a fin de que se pueda tener la garantía de que realmente ayudan a reducir los niveles de ansiedad de los usuarios. Como se conversó con el psicólogo Jonathan Purizaca, este apoyo de consultorías para el desarrollo del aplicativo se puede trabajar a modo de alianza o intercambio, en donde se le permita al psicólogo promocionar sus servicios a cambio de aportar ideas que ayuden a mejorar la propuesta de solución. Así también, se conversó el tema de los costos por consulta para los usuarios y se ha considerado el rango de costos entre los 50 y 100 nuevos soles por consulta, utilizando S/.80 como media para el presupuesto, del cual el aplicativo obtiene el 10%, es decir, 8 soles de ganancia por cada consulta realizada a través del aplicativo).

Finalmente, como se ha dejado en claro a lo largo del presente informe, lo más importante del aplicativo es la comunidad que se propone impulsar. Pues a modo de una red social, las personas que padecen de hambre emocional por ansiedad pueden sentirse seguras de compartir sus problemas, pedir consejos o brindarlos en base a sus experiencias. Es esto lo que le da la importancia para ser considerado el producto innovador y donde radica, valga la redundancia, la innovación para combatir el hambre emocional. No existe ninguna otra aplicación, ni web ni móvil, que esté enfocada a esta problemática, y mucho menos que considere la creación de una comunidad solo de gente con este padecimiento.

## 9. Bibliografía

3Androides (s.f.). *Cuáles son las fases del desarrollo de una app móvil.*

<https://www.3androides.com/actualidad/186-cuales-son-las-fases-del-desarrollo-de-una-app-movil>

Abamobile (s.f.). *Aplicaciones nativas. Te contamos lo que necesitas saber de ellas.*

<https://abamobile.com/web/que-son-aplicaciones-nativas-y-ventajas/>

Abamobile. (s.f.). *Apps multiplataforma. Qué son y sus características.*

<https://abamobile.com/web/apps-multiplataforma-que-son-y-caracteristicas/>

Alarcón, A. (2021). *Aplicación para el manejo de estrés, ansiedad, organización del tiempo y mindfulness en docentes de colegios públicos en Bogotá.* [Repositorio de la Universidad Católica de Colombia].

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/26831/1/Aplicacion%20para%20el%20manejo%20de%20estres%2c%20ansiedad%2c%20organizacion%20del%20tiempo.pdf>

App and Web. (2020, 24 de junio). *Funcionalidades que debe tener una app.*

<https://www.appandweb.es/blog/funcionalidades-debe-tener-app/>

Asociación de clínicas particulares del Perú (25 de mayo de 2021). *Obesidad, riesgos cardiovasculares y metabólicos en el contexto de la pandemia COVID 19.*

<https://acp.org.pe/salud/obesidad-riesgos-cardiovasculares-y-metabolicos-en-contexto-de-la-pandemia-covid-19/#:~:text=Es%20por%20eso%20su%20importancia,mill%C3%B3n%20de%20empleados%20con%20obesidad.>

Blandón y Criales. (mayo de 2018) *Diseño de aplicación para el manejo de ansiedad durante el proceso de reducción del consumo de SPA*. [Repositorio de la Universidad Católica de Colombia].

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15951/1/DISE%c3%91O%20DE%20APLICACI%c3%93N%20PARA%20EL%20MANEJO%20DE%20ANSIEDAD%20DURANTE%20EL%20PROCESO%20DE%20REDUCCI%c3%93N%20DEL%20CONSUMO%20DE%20SPA%20CORRECI%c3%93N%20FINAL%20%2030%20MAYO.pdf>

Blasco, E. (2020). *La importancia del apoyo emocional en situaciones de crisis*.

<https://www.psicologos-malaga.com/apoyo-emocional-situaciones-crisis/>

Bluumi. (2020). *10 características de una aplicación móvil de empresa de éxito*.

<https://bluumi.net/10-caracteristicas-una-aplicacion-movil-de-empresa-exito/>

Fernández, L. (2018). *Uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa Parque del Recuerdo*. [Repositorio de la Universidad de Piura].

[https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/684855/fernandez\\_lucas\\_lidia%20mariatfg.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/684855/fernandez_lucas_lidia%20mariatfg.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



García, W. (2017). *Trastorno de Ansiedad Generalizada Generalizada como factor asociado a obesidad en pacientes adultos del Hospital Belén de Trujillo*. [Repositorio de la Universidad Privada Antenor Orrego].

[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2711/1/REP\\_MED.HUMA\\_WINNIFER.GARCIA\\_TRASTORNO.ANSIEDAD.GENERALIZADA.FACTOR.ASOCIADO.OBESIDAD.PACIENTES.ADULTOS.HOSPITAL.BEL%20%89N.TRUJILLO.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2711/1/REP_MED.HUMA_WINNIFER.GARCIA_TRASTORNO.ANSIEDAD.GENERALIZADA.FACTOR.ASOCIADO.OBESIDAD.PACIENTES.ADULTOS.HOSPITAL.BEL%20%89N.TRUJILLO.pdf)

Herrera, D. (2019). *Ansiedad por la comida, regulación emocional y afectividad en universitarios*. [Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú].

[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14716/HERRERA\\_KALINCAUSKY\\_ANSIEDAD\\_POR\\_LA\\_COMIDA\\_REGULACION\\_EMOCIONAL\\_Y\\_AFECTIVIDAD\\_EN\\_UNIVERSITARIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14716/HERRERA_KALINCAUSKY_ANSIEDAD_POR_LA_COMIDA_REGULACION_EMOCIONAL_Y_AFECTIVIDAD_EN_UNIVERSITARIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hurtado, C. (2019). *Uso de la aplicación móvil y su influencia en el nivel de satisfacción del consumidor de la empresa Parque del Recuerdo*. [Repositorio institucional de la Universidad de Piura].

[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4208/TSP\\_AE-L\\_023.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4208/TSP_AE-L_023.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Identidad y desarrollo (2019, 25 de enero). *Técnicas y herramientas de investigación*.

<https://identidadydesarrollo.com/herramientas-de-investigacion-de-identidad-y-desarrollo/>

Instituto Europeo de Nutrición y Salud (2020, 4 de diciembre). *¿Qué es el hambre emocional y cómo superarlo?* (párr. 1-6)

<https://ienutricion.com/que-es-el-hambre-emocional-y-como-superarlo/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021, 29 de mayo). *El 39,9% de peruanos de 15 y más años de edad tiene al menos una comorbilidad*.

[https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-399-de-peruanos-de-15-y-mas-anos-de-edad-tiene-al-menos-una-comorbilidad-12903/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202020%2C%20el,rural%20\(14%2C5%25\).](https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-399-de-peruanos-de-15-y-mas-anos-de-edad-tiene-al-menos-una-comorbilidad-12903/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%202020%2C%20el,rural%20(14%2C5%25).)

Instituto Nacional de Salud (2019). *Sobrepeso y obesidad en la población peruana*.

Documento Técnico: Plan Nacional de la estrategia sanitaria nacional de alimentación y nutrición saludable, periodo 2014 - 2016.

[https://observateperu.ins.gob.pe/images/archivos/sala\\_nutricional/2019/situacion\\_sobrepeso\\_obesidad\\_peru/a\\_sobrepeso\\_obesidad\\_poblacion\\_peruana/sobrepeso\\_y\\_obesidad\\_en\\_la\\_poblacion\\_peruana.pdf](https://observateperu.ins.gob.pe/images/archivos/sala_nutricional/2019/situacion_sobrepeso_obesidad_peru/a_sobrepeso_obesidad_poblacion_peruana/sobrepeso_y_obesidad_en_la_poblacion_peruana.pdf)

Instituto Nacional de Salud (2019, 28 de marzo). *Cerca del 70% de adultos peruanos padecen de obesidad y sobrepeso*.

<https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/cerca-del-70-de-adultos-peruanos-padecen-de-obesidad-y-sobrepeso>

Instituto Nacional de Salud Mental [INSM]. (2021, 10 de junio). *Nota de Prensa N° 021*

<https://www.insm.gob.pe/oficinas/comunicaciones/notasdeprensa/2021/021.html#:~:text=%22Las%20afectaciones%20a%20la%20salud,pueda%20incluirlo%20en%20su%20plan>

Médicos y Pacientes (2022, 16 de mayo). *La OMS avisa de que los casos de obesidad se han triplicado en todo el mundo desde 1975*.

<http://www.medicosypacientes.com/articulo/la-oms-avisa-de-que-los-casos-de-obesidad-se-han-triplicado-en-todo-el-mundo-desde-1975>

Medline Plus. (2021, 12 de febrero). *Ansiedad*.

<https://medlineplus.gov/spanish/anxiety.html#:~:text=Si%20bien%20la%20ansiedad%20puede,temporal%20y%20puede%20ser%20abrumadora.>

Menéndez, T. (2018). *4 pasos para crear una App*.

<https://www.foxize.com/blog/4-pasos-para-crear-una-app/>

Ministerio de Salud [MINSA]. (2020, 3 de agosto). *El 85.5 % de pacientes fallecidos con comorbilidades por Covid-19 padecían obesidad*.

<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/286005-el-85-5-de-pacientes-fallecidos-con-comorbilidades-por-covid-19-padecian-obesidad>

Organización Mundial de la Salud (9 de junio de 2021). *Obesidad y sobrepeso*.

<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Pinedo, G. (2022). *Yana: la app mexicana para combatir la depresión durante la cuarentena por covid-19*.

<https://news.culturacolectiva.com/mexico/yana-la-app-mexicana-para-combatir-la-depresion-durante-la-cuarentena-covid-19/>

Pérez, A. (2017). *¿Cuáles son los tipos de aplicaciones móviles?*

<https://cuatroochenta.com/cuales-son-los-tipos-de-aplicaciones/>

Villacrés, M. (2020). *Actividades recreativas para el control de la ansiedad en las jugadoras del equipo de fútbol femenino de la Universidad Católica del Ecuador*. [Repositorio de la Universidad Católica del Ecuador].

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/25231/1/T-ESPE-044603.pdf>

Wiegering, A. (2021, 25 de mayo). *Obesidad, riesgos cardiovasculares y metabólicos en contexto de la pandemia covid 19*.

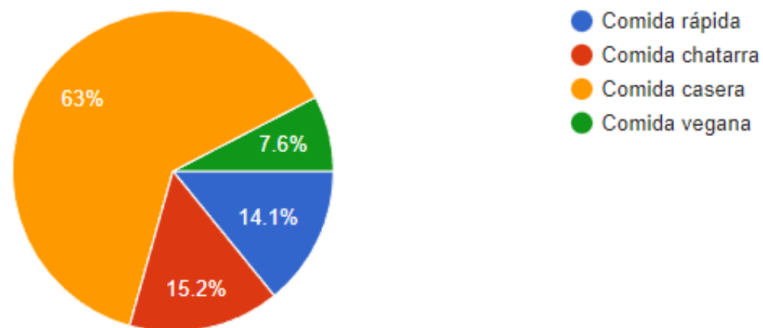
<https://acp.org.pe/salud/obesidad-riesgos-cardiovasculares-y-metabolicos-en-contexto-de-la-pandemia-covid-19/>

## 10. Anexos

**Anexo A:** Resultados de la encuesta sobre hábitos alimenticios a una muestra de 92 personas.

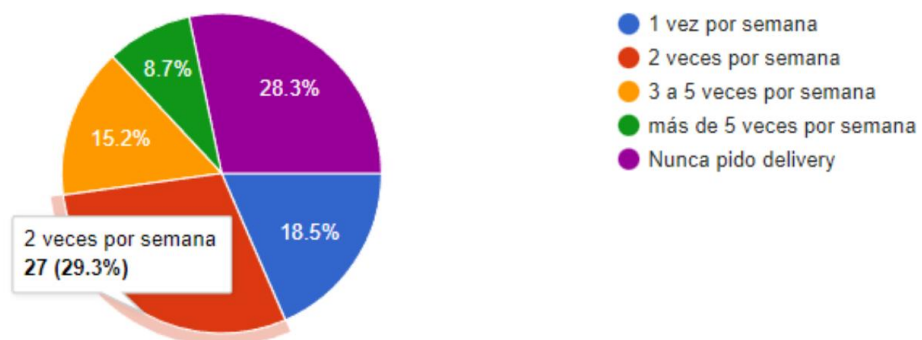
¿Qué tipo de comida sueles consumir habitualmente?

92 respuestas



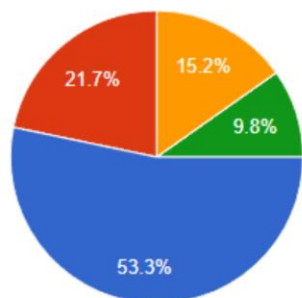
¿Cuántas veces a la semana pides delivery?

92 respuestas



¿Que sueles pedir por delivery?

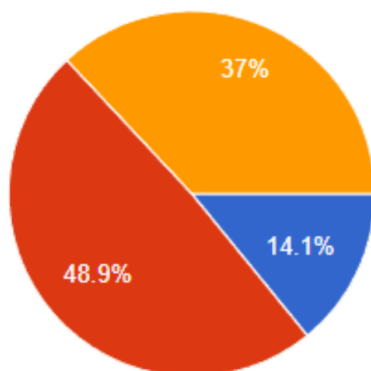
92 respuestas



- Hamburguesas, pizzas o frituras
- Platos a la carta
- Ensaladas o comida vegana
- Nunca pido delivery

¿Sueles comer frutas y verduras a diario?

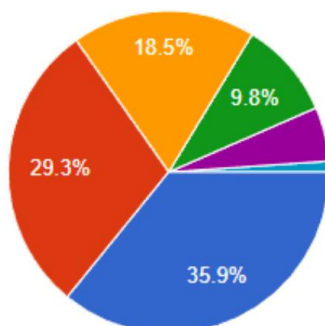
92 respuestas



- No
- Si
- A veces

¿Qué sueles comer por las noches?

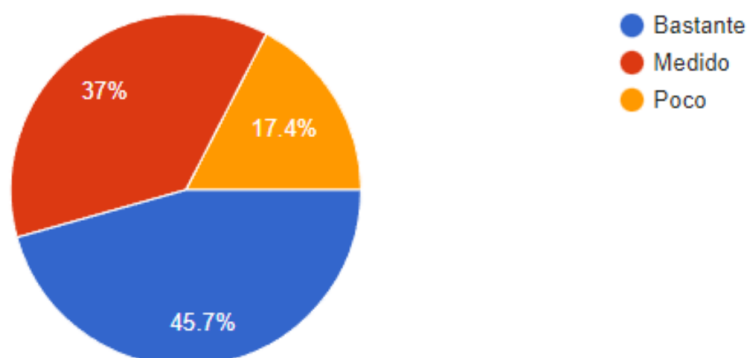
92 respuestas



- Lonche
- Cena de comida balanceada
- Frituras, comida alta en carbohidratos o grasas
- Infusiones
- No ceno
- Frituras, comida alta en carbohidratos o grasas

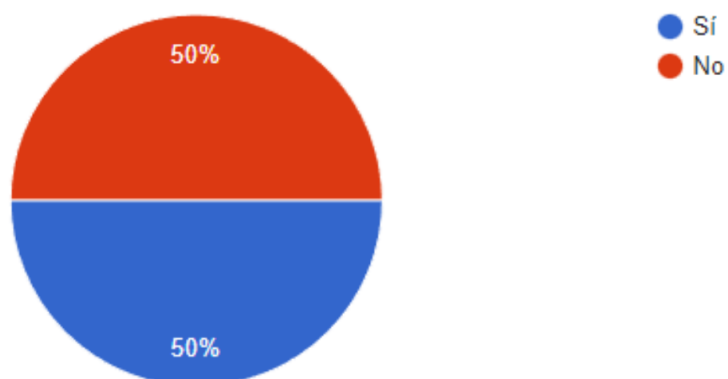
¿Eres de comer bastante o medido?

92 respuestas



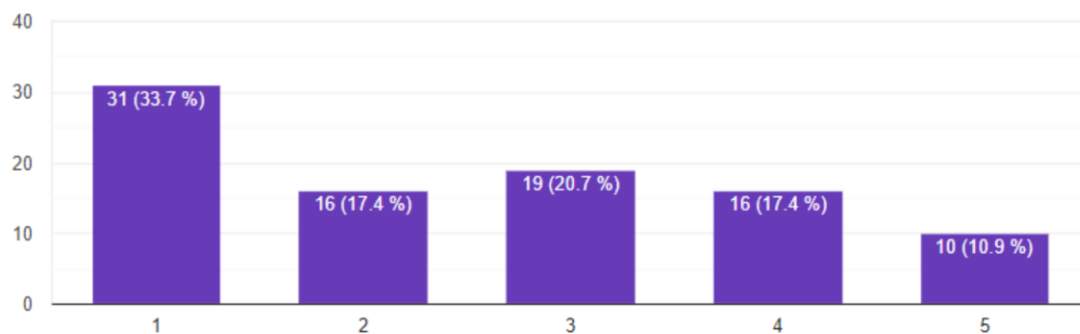
¿Has hecho dieta para bajar de peso?

92 respuestas



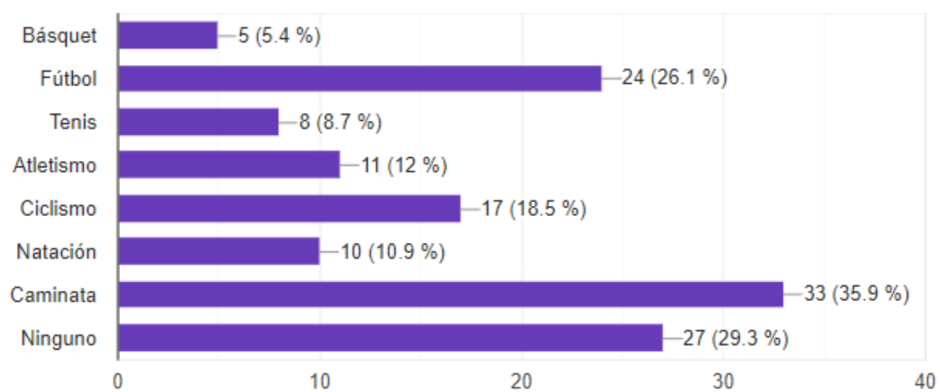
¿Cómo fue tu experiencia con la dieta?

92 respuestas



¿Realizas algún deporte?

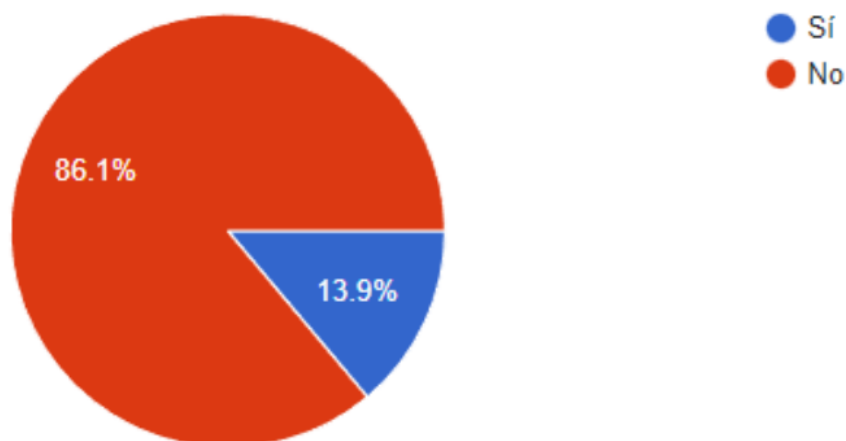
92 respuestas



**Anexo B:** Resultados de la encuesta sobre sedentarismo en jóvenes y adultos a una muestra de 72 personas.

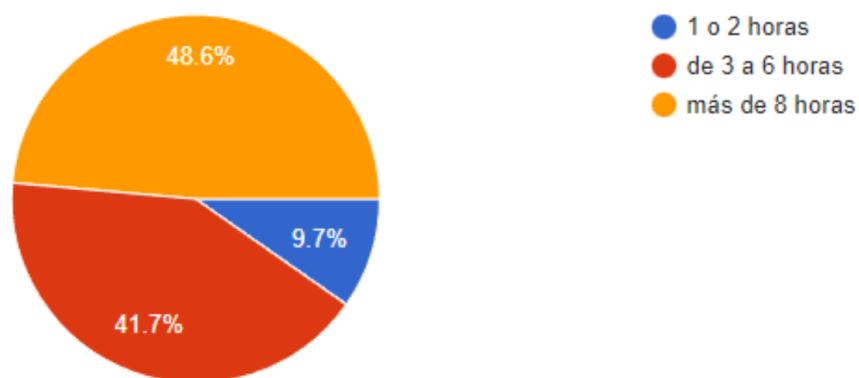
## ¿Tienes alguna discapacidad física?

72 respuestas



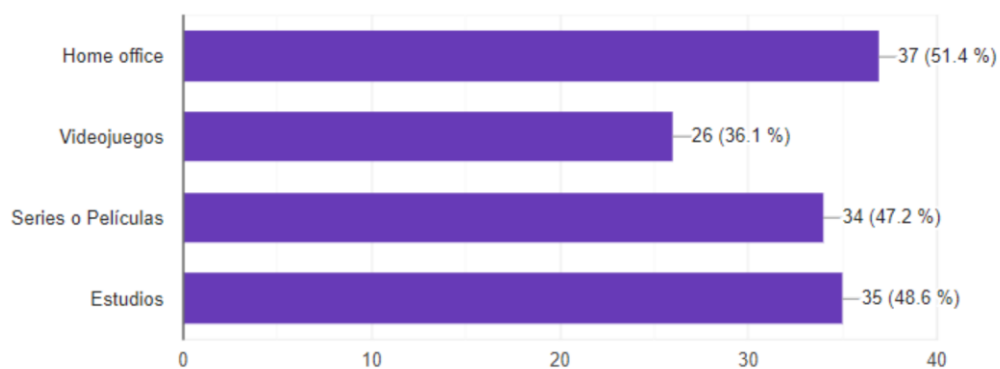
## ¿Cuántas horas al día pasas frente a la PC o TV?

72 respuestas



## ¿Qué tipo de actividad realizas en la PC?

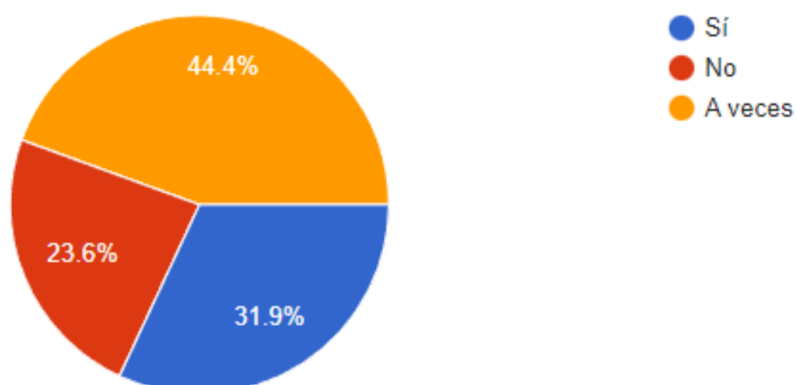
72 respuestas





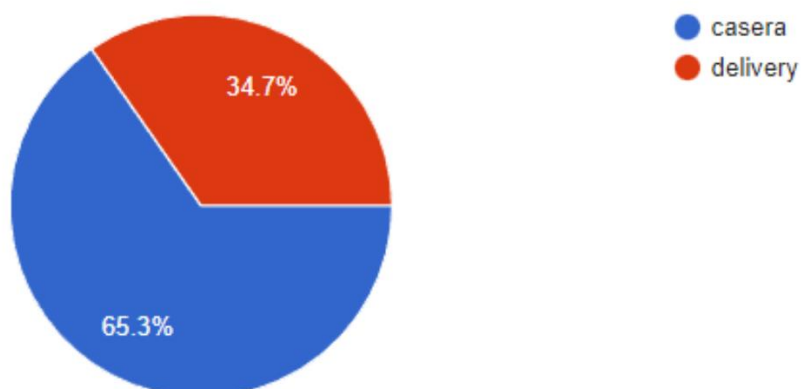
¿Sueles comer frente a la PC o el televisor?

72 respuestas



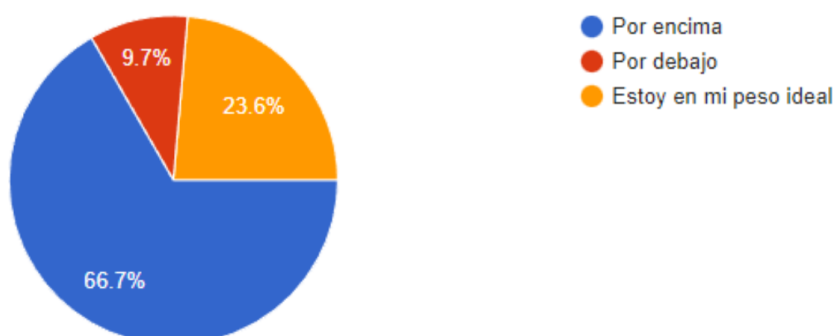
¿Sueles comer más comida casera o delivery?

72 respuestas



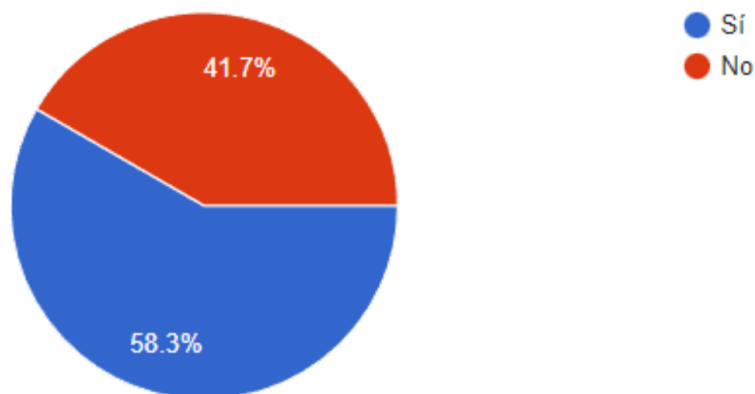
¿Te encuentras por encima o por debajo de tu peso ideal?

72 respuestas



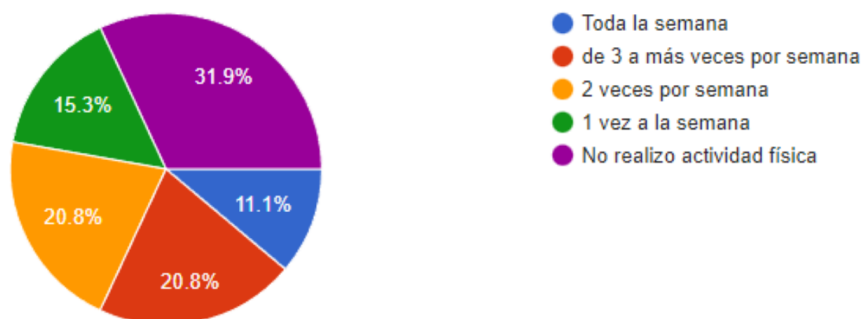
## ¿Realizas alguna actividad física?

72 respuestas



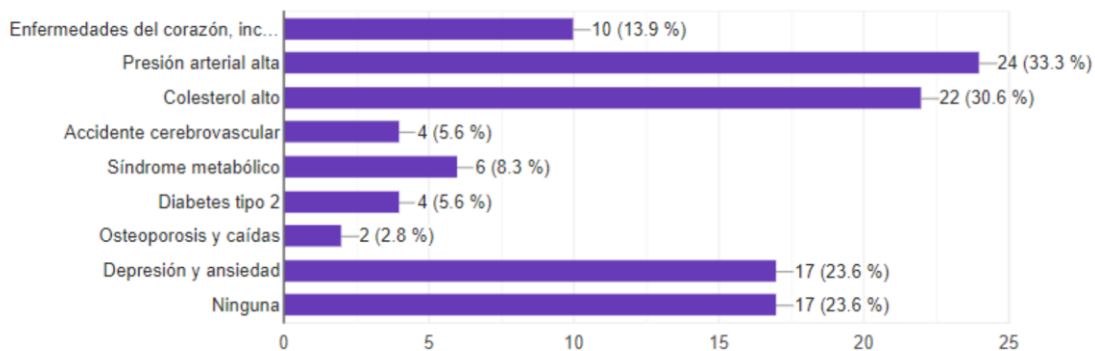
## ¿Con qué frecuencia realizas esta actividad?

72 respuestas




## ¿Has sufrido algún mal relacionado a la obesidad y el sedentarismo?

72 respuestas



## Anexo C: Guión de entrevistas para conocer los hábitos alimenticios y físicos de una muestra de 10 personas.



# GUIÓN ENTREVISTAS

**PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:**

**RESULTADOS ESPERADOS:**

<p><b>INTRODUCCIÓN:</b> Las entrevistas se deben introducir contando a la persona participante de qué se va a tratar la entrevista y cuál es el objetivo. Si se va a grabar se debe pedir la autorización</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">nombre y edad</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">que hace y a que se dedica</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">De donde proviene y donde vive actualmente</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">Descripción breve sobre el tema de la actividad en planes y/o que pretendamos analizar con las entrevistas.</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">comentarios sobre la obesidad y el sedentarismo</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">Datos básicos</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px; width: 45%;">Existencia de influencias de factores externos</div> </div>	<p><b>Sección 1:</b> Las primeras preguntas de la entrevista ayudan a generar una atmósfera de confianza. Normalmente son las preguntas más fáciles y generales.</p> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(3, 1fr); gap: 5px;"> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cuál es tu alimento favorito?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cuál es tu plato favorito?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cuentas veces comes el día en promedio?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué crees que si o si debería ir en el desayuno?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué crees que es el plato de almuerzo más consumido?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿crees que siempre se debería comer balanceado?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cuándo sueles pedir alimentos?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿En pandemia tu ingesta de alimentos aumentó o disminuyó?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Alguna vez te sentiste con sobre peso?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿sientes que tu ritmo de vida es sedentario?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Realizas alguna actividad física?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cuál es tu actividad física favorita?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Hábitos alimenticios</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Rutinas de entrenamiento / actividad física</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Autoanálisis de sus estados de salud actuales</div> </div>	<p><b>Sección 2:</b> Son preguntas más profundas y específicas.</p> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(3, 1fr); gap: 5px;"> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Sabes cuál debería ser tu peso ideal?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Estas en tu peso ideal o por encima?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué actividades sueles realizar?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cómo afectó la pandemia a tu rutina de actividad física y de alimentación?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Cómo es tu alimentación?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué sueles comer?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Tienes algún problema de salud?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Tienes algún familiar que tenga alguna restricción alimenticia que haya influido en tu alimentación?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué crees que es alguna enfermedad o malicia relacionada a la obesidad?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Tienes algún familiar que tenga alguna restricción alimenticia que haya influido en tu alimentación?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué crees que es tener los hábitos alimenticios que tienes actualmente?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿sientes que hay mas conciencia sobre hábitos alimenticios y bienestar físico? ¿Por que?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué piensas de las actuales personas mayores que no cuidan su alimentación? ¿por que crees que no la cuidan?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Autororía de sus estados de salud y hábitos</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Conocer si están conscientes de los riesgos a la salud</div> </div>	<p><b>Sección 3:</b> Se hacen preguntas que piden al participante su visión del futuro, expectativas y conclusiones</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Crees que llegara un punto en tu vida donde tu alimentación pasara a segundo plano?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">De mantener tus hábitos actuales. ¿Cómo te ves a o mismo en 10 años?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">A tu edad ¿Tienes la expectativa de llegar a tu peso ideal? ¿cuánto como estás ir o más allá?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">De tener hijos ¿Qué tanto te involucrarías en su alimentación? ¿Te asegurarías que jamás llegaran a padecer sobrepeso o llegaría cierta edad los dejarías tomar sus propias decisiones?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Proyecciones a futuro sobre su salud</div> </div>	<p><b>Cierre:</b> Se pregunta a la persona participante si tiene algo más y se cierra la entrevista contando los próximos pasos.</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; gap: 5px;"> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Qué puedes rescatar de la entrevista?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">¿Te llevas algún aprendizaje o reflexión respecto a tus respuestas?</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Despedida</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Posibles puntos de mejora</div> <div style="background-color: #4caf50; color: white; padding: 5px;">Ayudar a tomar conciencia de sus hábitos alimenticios</div> </div>
---	---	---	---	--

preguntas para reconocer el problema, el tema

**Anexo D: Observación de campo - Sujeto 1****Sujeto 1:**

- 6:30 - Se despierta gracias a la alarma programada
- 6:47 - Enciende la PC y registra su ingreso a través de la web de su centro de trabajo.
- 6:56 - Se va a lavarse los dientes
- 7:02 - Regresa a la PC y se pone a trabajar (Revisa el chat de su grupo del trabajo por si hay alguna nueva asignación)
- 7:41 - Se levanta del escritorio y camina por la habitación. (Se frota los ojos constantemente)
- 7:53 - Se dirige a la cocina
- 8:20 - Se ha servido un bowl de cereal con yogurt, un par de panes con jamon y queso.
- 8:22 - Regresa a su escritorio. Se pone a trabajar mientras come
- 8:37 - Termina de comer. Deja el bowl en el suelo
- 9:01 - Saca un paquete de galletas (dajitas) de uno de los cajones de su escritorio.
- 10:00 - Se toma un descanso para salir a comprar cerca de su casa. Sale de su casa.

- 10:30 - Regresa de comprar. Ha comprado agua mineral con gas (botella grande) y una coca-cola personal.
- 10:37 - Regresa a su escritorio. Deja la ventana de su trabajo abierta pero se dispone a jugar.
- 10:41 - Ha iniciado el juego Warzone.
- 11:30 - Comenzó tranquilo, pero a medida que avanzaba la partida: 1- Se empezó a pegar más a la pantalla. 2- Cada vez que lo derriban golpeaba levemente el escritorio (se contenía porque sabía que estaba a su lado).
- 12:16 - Cerró el juego y ha retomado su trabajo.  
NOTA: Entre cada muerte o derribo en el juego, comía un paquete de galletas. Se acabó el 6-pack.
- 12:33 - Se levanta nuevamente de su escritorio a caminar por la habitación. Se frota los ojos constantemente.
- 12:35 - Regresa a su escritorio.
- 1:20 - Su hermano menor entra a la habitación para avisarle que tiene que pedir delivery pues no hay nada para cocinar.

- 1:23 - Entra a la app "Rappi" y hace un pedido para su familia (Él, su mamá y su hermano) de una comida completa (pollo a la brasa) y, además, para él se pide una hamburguesa y otra gaseosa
- 1:31 - Regresa a trabajar.
- 2:18 - Llego el pedido
- 2:20 - La familia va a la cocina a repartir la comida
- 2:32 - Cada uno regresa su habitación
- 2:36 - Regresa a trabajar. Almuerza frente al PC.
- 2:58 - Termina de almorzar. Deja el servicio al lado del servicio del desayuno.
- 3:12 - Termina su trabajo del día en un punto donde pueda dejarlo para continuar al día siguiente con otro bloque. (Trabaja editando videos).
- 3:15 - Marca su "salida" en la web de su trabajo luego de enviar sus avances a su supervisor.
- 3:21 - Abre nuevamente Warzone. Mientras carga, va a la cocina por una bolsita de chifles y su coca-cola.
- 3:30 - Se pone a jugar. Repite los comportamientos de horas antes.

## Anexo E: Observación de campo - Sujeto 2

## Sujeto 2:

- 6:00 - Se levanta con cuidado de no despertar a su hija (2 años) y baja a la cocina a prepararse un café y a alistar los ingredientes del desayuno y almuerzo de su hija.

NOTA: No estuve presente a esa hora. Llegué a las 7 am.

- 6:12 - Se pone a ver videos en tiktok mientras calienta el agua.

- 7:15 - Termina de preparar unos panqueques, sirve en un plato pequeño lo de su hija y el resto para ella.

- 7:20 - Sube a despertar a su hija para desayunar

- 7:23 - Empieza a dar de comer a su hija. Mientras da de comer, revisa su face book y también come su desayuno.

- 8:19 - Termina de dar de comer a su hija y se pone a lavar el servicio.

- 8:24 - Sube a lavarle los dientes a su hija

- 9:12 - Deja a su hija viendo dibujos animados y rápidamente baja a cortar un par de manzanas para comer mientras ve tele.

- 10:11- Llega el hermano a ayudarla con su hija
- 10:20- Se pone a revisar unos correos mientras su hermano cuida a su hija en la sala.
- 10:48- Se mete a bañarse para alistarse para grabar unos videos (casting)
- 11:55- Termina de alistarse y se va a un cuarto silencioso para alistar todo para grabar su video

NOTA: Graba aprox. unas 12 veces la misma escena hasta que salga como ella quiere.

- 12:33 - Se sienta a pasar los videos a la laptop mientras come unos chocolates que sacó de su cartera.
  - 12:59 - Su hermano ofrece pedir delivery para los 3 pero ella le dice que tiene listo todo para preparar almuerzo para los 3 y que puede pedir solo algo de tomar o un postre.
  - 1:00 - El hermano ~~sale~~ sale a comprar.
  - 1:02 - Ella se pone a lavar unas verduras y todo lo necesario para cocinar arroz con pollo.
- NOTA: No es usual que cocine más que para su hija. Usualmente pide delivery para ella →



→ y cocina algo casero y sano para su hija.

1:20 - Reniega con su hija que no quiere quedarse quieta mientras ella cocina

1:37 - Sienta a su hija a la mesa y le pone caricaturas en el celular para tranquilizarla. Mientras cocina va conociéndose algunos ingredientes.

1:42 - El hermano regresa. Ha comprado, entre otras cosas, una gaseosa de 3 litros y dos helados (Peziduri). También venía con un bolso de una bolsa de tortees y le da lo que queda a ella.

3:25 - Termina de cocinar, se sirve para ella, su hermano y deja servido en un platito para su hija, pero espera a que se enfríe.

4:32 - Todos terminan de almorzar. El hermano se queda en la cocina. Ella sube con su hija al cuarto, se lavan los dientes y vuelven al cuarto a jugar y ver caricaturas. Entre las dos comen chocolates.

NOTA: Esto último dura hasta aprox. las 8pm. de ahí bajan a cenar/tomar lonche.

## Anexo F: Observación de campo - Sujeto 3

## Sujeto 3:

8:00 - Se levanta de su cama y se va directo a encender la computadora.

8:10 - Mientras la PC enciende, va a la cocina y se calienta algo de comida del día anterior, come una mandarina y se sirve un poco de gaseosa.

8:23 - Se sienta frente a la computadora con toda la comida que se sirvió y abre un juego (GTA)  
NOTA: Aparentemente no hace misiones ni nada específico, solo da vueltas por la ciudad sin destino fijo.

8:59. Empieza una pelea con un grupo de jugadores que atacó de la nada.

9:10. Lo superan ampliamente en número. Se ve claramente irritado a pesar de que trata de contenerse debido a mi presencia.

9:32 - Se pelea por el chat de texto. Escribe muy rápido y se ve exaltado.

9:39 - Finalmente se retira de la sesión. Pasa unos minutos más en la nueva sesión pero se aburre y cierra el juego.

9:40 - Se esha en su cama y se pone a ver Disney+.

NOTA: Esta investigación se realizó en miércoles (estreno de nuevo capítulo de algunas series)

10:31 - Su mamá entra a su cuarto y le entrega un billete para que vaya a comprar algunas cosas para el almuerzo.

10:43 - Se alista para salir y sale a pie a comprar a una tienda cercana.

10:55 - En la tienda compra lo que le pidieron pero aparte se compra una botella grande de pepsi y una bolsita de cheetos.

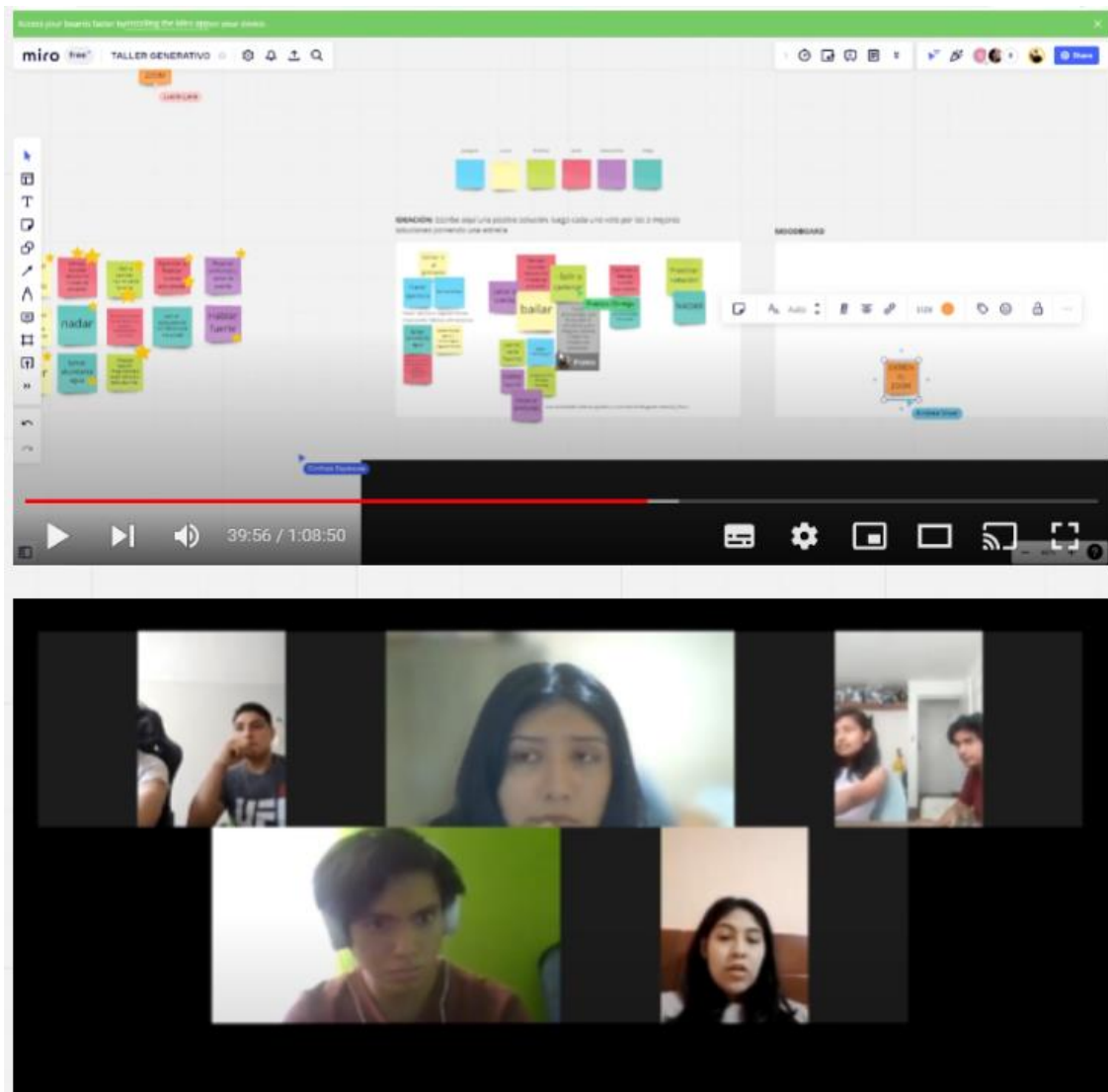
10:58 - Paga en efectivo los encargos y con tarjeta lo suyo.

11:12 - Regresa a casa y deja las cosas en la cocina.

11:15 - Regresa a su cuarto y termina de ver la serie que estaba viendo mientras come los cheetos y un vaso de gaseosa.

11:47 - Se levanta y vuelve a la computadora. Entra a discord y llama a un par de amigos para jugar GTA. Se ponen a hacer unas misiones

- 12:57 - Luego de terminar unas misiones, van a una sesión libre y se ponen a atacar jugadores. Se dispersan por todo el mapa y de a pocos se desconectan.
- 1:20 - Ya sin sus amigos en GTA, se aburre y cierra el juego.
- 1:25 - Abre fortnite y empieza una partida con un equipo al azar.
- 1:26 - Mutea los micrófonos.
- 2:12 - Luego de unas 3 partidas, lo llaman para almorzar. Baja y se sienta a la mesa con su madre.
- 2:38 - Termina de almorzar, agradece a su madre y regresa a su cuarto. Se lleva una manzana.
- 2:45 - Regresa a su escritorio y empieza otra partida de fortnite.
- 2:54 - Le llega un mensaje de marketplace sobre un producto por el que preguntó. Se frustra cuando le dicen que la entrega es en Co. Cívico.
- 3:20 - Pide una hamburguesa por delivery. Sigue jugando.
- 3:43 - Cierra el juego y se echa en cama a esperar el delivery.

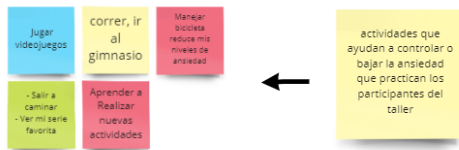
**Anexo G: Taller generativo - Lluvia de ideas para complementar la propuesta de solución.**

<https://youtu.be/tUV77ICYO3w>

<https://youtu.be/CDqfXqID4Lw>

## TALLER GENERATIVO

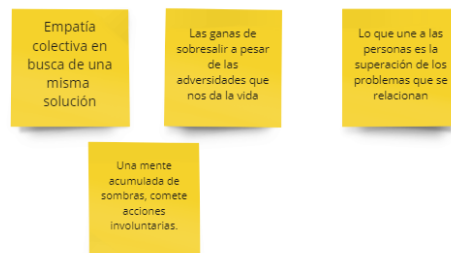
### DATOS



#### Datos rescatados por los propios entrevistados:

- Hacer ejercicio regularmente, mejorando hábitos alimenticios.
- Hacer actividades que te ayuden a distraerte para integrar hábitos y bajar los niveles de ansiedad.
- Las actividades lúdicas ayudan a controlar el desgaste mental y físico.

### INSIGHT

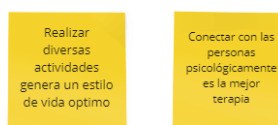


## TALLER GENERATIVO

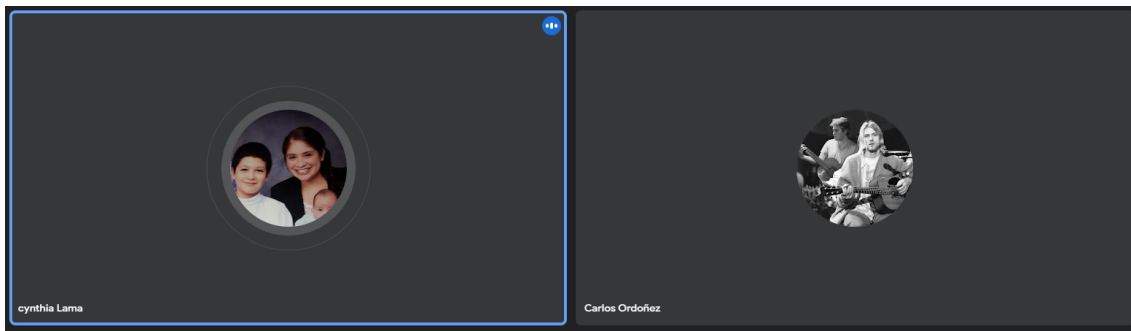
### DATOS



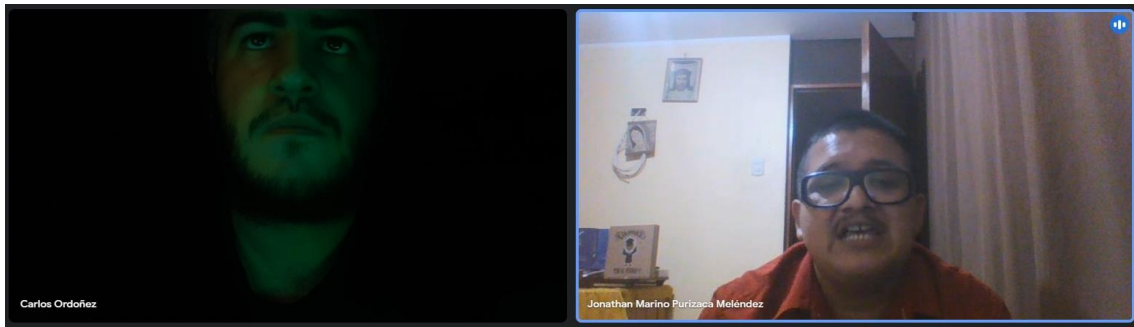
### INSIGHT



**Anexo H:** Entrevista de validación con la psicóloga organizacional Cynthia Lama Lizárraga.



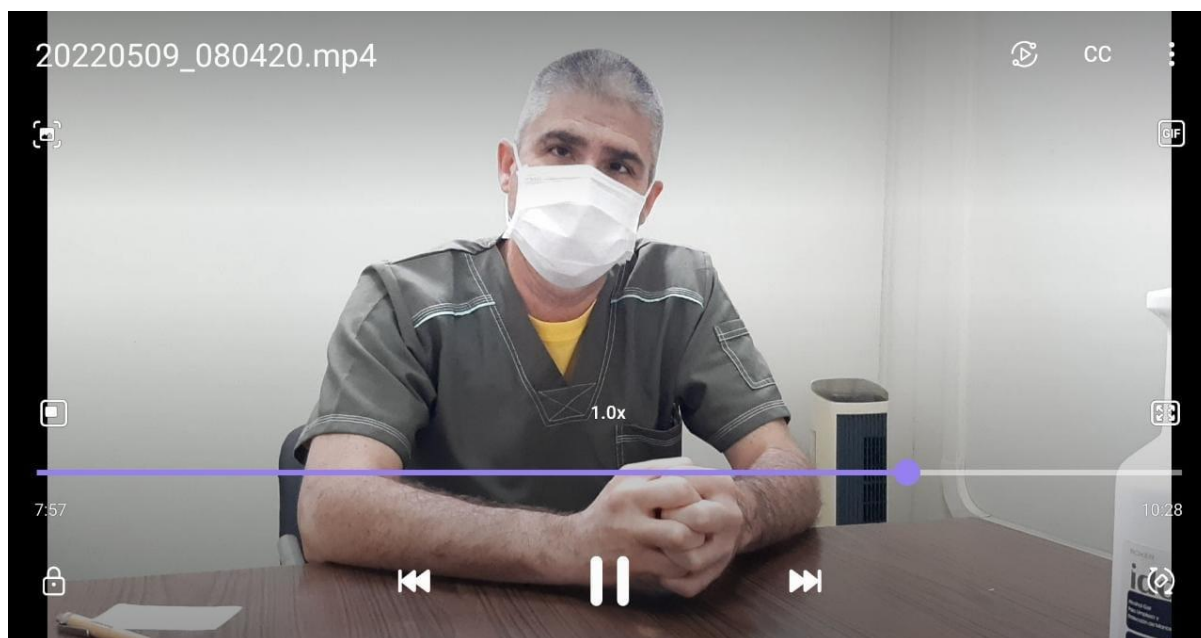
**Anexo I:** Entrevista de validación con el psicólogo Jonathan Purizaca Meléndez.



<https://youtu.be/ZMWbGUJb9PQ>

<https://youtu.be/vHVKcCjSNKM>



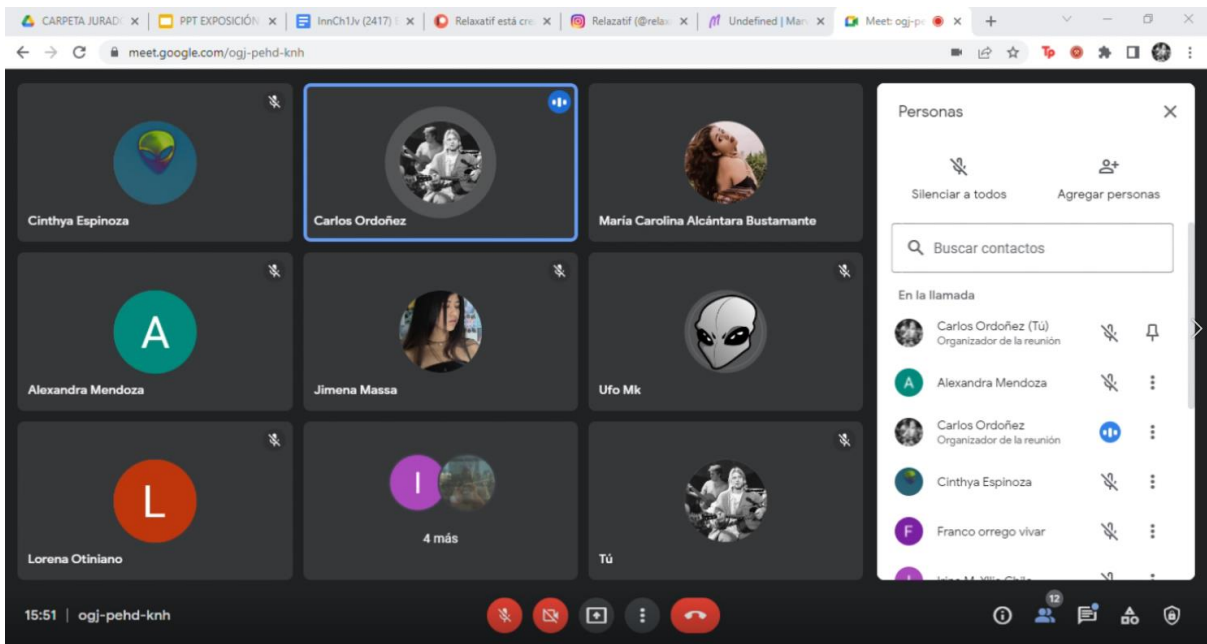
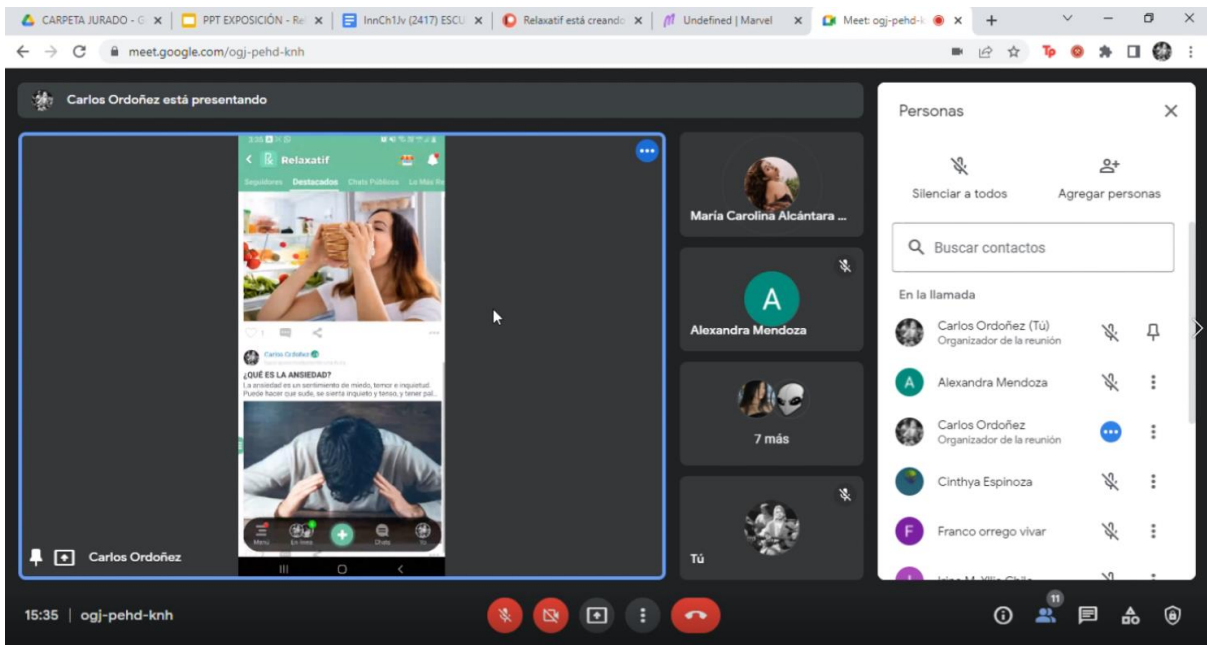
**Anexo J:** Entrevista de validación con el psiquiatra Abel Contreras.

<https://youtu.be/o4Xwe5rYprI>

[https://youtu.be/ZtUAj\\_rWfY](https://youtu.be/ZtUAj_rWfY)

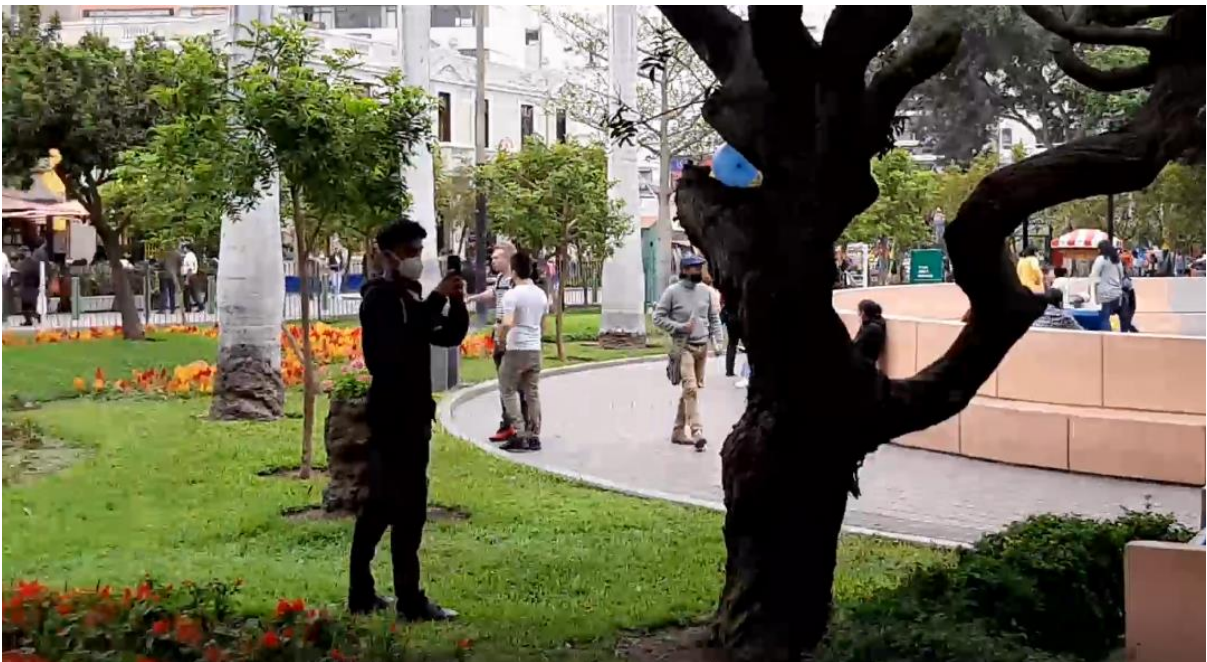
<https://youtu.be/XOFFA1g-mY0>

**Anexo K:** Focus group - RELAXATIF.



<https://youtu.be/jZ1s2NxAErA>

**Anexo L:** “Vive la experiencia” - RELAXATIF.



<https://youtu.be/hwwvnsHvDyI>