ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

CONECTA+: UNA PLATAFORMA DIGITAL DE ACOMPAÑAMIENTO EMOCIONAL PARA JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL MULTIMEDIA

PRESENTADA POR

Jazmine Andrea Atauqui Soto
DNI: 73267379, Perú
Marycielo Stefany Balbin Luca
DNI: 73085009, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín

DNI: 43685292, Perú
ORCID: 0009-0001-6908-7277

JURADO

Elizabeth Fabiola Palomino Nolasco
Kelly Doris Sanchez Villanueva
Carol Bustamante Tello

Lima, Enero 2026

Informe-0000027813-0000027845-ATAUQUI-BALBIN.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:546323640

Fecha de entrega
14 ene 2026, 10:50 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
15 ene 2026, 2:42 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000027813-0000027845-ATAUQUI-BALBIN.pdf

Tamaño del archivo
4.8 MB

91 páginas

11.887 palabras

69.598 caracteres

turnitin Página 1 de 103 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::11391:546323640

17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

8%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
16%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico este logro a mis padres y a mis hermanas, por su apoyo constante, su amor y por ser mi principal sostén a lo largo de todo este proceso académico.

A mi abuelita Victoria, por su confianza en mí y por creer siempre en mis capacidades, incluso en los momentos más difíciles; sé que estaría muy orgullosa de mí.

Y a mi perrita Ginger, por acompañarme silenciosamente en cada noche de estudio, brindándome compañía y calma cuando más lo necesitaba.

Jazmine Andrea Atauqui Soto

Dedico este logro, a mi mamá, por su apoyo constante, por acompañarme incondicionalmente durante todo este proceso académico.

A mi papá, porque sé que estaría muy feliz de verme cumplir esta meta y alcanzar aquello que tanto me apasiona.

A mis hermanos, por estar presentes en cada momento, por su comprensión, su aliento y por acompañarme en los momentos de mayor exigencia y crecimiento personal.

Marycielo Stefany Balbin Luca

Agradecimiento

Agradezco a todas las personas que hicieron posible el desarrollo de este proyecto. En especial, a los jóvenes que participaron en las encuestas y procesos de validación, por su disposición a compartir sus experiencias y aportar información valiosa para esta investigación.

A mi dupla de trabajo, Marycielo, amiga desde el primer ciclo, por su compromiso, apoyo constante y por acompañarme a lo largo de todo este proceso académico.

A los docentes de mi carrera, quienes a lo largo de mi formación me enseñaron, guiaron y supieron ver potencial en mí, motivándome a seguir desarrollándome profesional y académicamente.

Finalmente, agradezco a la institución educativa por brindar el espacio y las herramientas necesarias para el desarrollo de este estudio.

Jazmine Andrea Atauqui Soto

En primer lugar agradezco a Dios y a diversas personas especiales que formaron parte de mi proceso académico y personal.

Quiero agradecer de manera especial a Jazmine, por caminar conmigo desde los primeros ciclos de la carrera, por el esfuerzo compartido, la constancia y por llegar juntas al cierre de esta etapa tan importante.

A los docentes de la carrera, por su enseñanza y orientación a lo largo de mi formación profesional. Finalmente agradezco a la institución educativa por brindar los recursos y facilidades necesarias para la realización de este trabajo.

Marycielo Stefany Balbin Luca

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **11**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 11

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 11

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 12

II. Descripción de la innovación **14**

2.1 Planteamiento del Problema 14

2.2 Población beneficiaria 17

2.3 Objetivo(s) del proyecto 20

2.4 Marco referencial 21

2.5 Proceso creativo y experimentos 25

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 25

2.5.2 Información sobre el Mercado 30

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 31

2.5.4 Diseño de producto/servicio 42

2.5.5 Modelo de Negocio 43

2.5.6 Resultados esperados 48

2.5.7 Prototipos desarrollados 48

2.5.8 Experimentos 63

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 72

III. Estimación de costos **75**

3.1 Presupuesto 75

IV. Conclusiones y recomendaciones **79**

4.1 Conclusiones 79

4.2 Recomendaciones 80

V. Referencias Bibliográficas **81**

VI. Anexos **84**

6.1 Encuestas **84**

6.2 Tabla de presupuesto **90**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis foda del proyecto **30**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol del Problema **16**

Figura 2: Mapa de Actores **19**

Figura 3: Arquetipo de usuario **27**

Figura 4: Mapa de empatía **29**

Figura 5: ¿Cómo podríamos? **33**

Figura 6: Brainstorming y matriz de filtración **35**

Figura 7: Scamper **37**

Figura 8: Ruta para conceptualizar **39**

Figura 9: Propuesta de valor **41**

Figura 10: Business Model Canvas **47**

Figura 11: Prototipo baja definición **50**

Figura 12: Prototipo alta definición - Logo **52**

Figura 13: Prototipo alta definición - Bienvenida con registro **54**

Figura 14: Prototipo alta definición - Interfaz Inicio **56**

Figura 15: Prototipo alta definición - Interfaz chats **58**

Figura 16: Checklist del prototipado **60**

Figura 17: Tablero de creación de prototipo **62**

Figura 18: Resultados de encuesta **64**

Figura 19 Resultados de encuesta **64**

Figura 20: Resultados de encuesta **65**

Figura 21: Tablero UX **67**

Figura 22: Tabla receptora **69**

Figura 23: Esquema de experimentación ágil **71**

Figura 24: Lienzo de gastos de lanzamiento e inversión inicial **78**

I. Información general

1.1. Título del Proyecto de Innovación

"Conecta+: Una plataforma digital de acompañamiento emocional para jóvenes de Lima Metropolitana"

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación CONECTA+: Una plataforma digital de acompañamiento emocional para jóvenes de Lima Metropolitana se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y bienestar social y la actividad económica de Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas. Busca resolver la falta de espacios accesibles, creativos y culturalmente cercanos para acompañar y orientar emocionalmente a los jóvenes, teniendo como población beneficiaria a jóvenes de Lima Metropolitana de 16 a 24 años.
Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados. Estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor para consolidar el concepto innovador, y el canvas de modelo de negocio que permite observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una aplicación móvil con chatbot que ofrece acompañamiento emocional personalizado mediante personajes con distintas personalidades y estilos comunicativos, permitiendo al usuario elegir con quién conversar según su estado emocional o tipo de problema. Se trata de un servicio digital enfocado en el bienestar emocional (impacto social), con baja huella ambiental

(impacto ambiental) y potencial de escalabilidad económica a través de alianzas con instituciones educativas o de salud mental (impacto económico).

Para la experimentación se diseñó un prototipo funcional del chatbot, que incluye la pantalla de selección de personajes y simulaciones de conversación empática. Este prototipo permitió evaluar la claridad del flujo de interacción, la respuesta emocional de los usuarios y la efectividad del tono conversacional, a partir de la observación directa y retroalimentación cualitativa durante las pruebas en entorno móvil.

Se concluye que la solución propuesta es pertinente, comprensible y valorada por los usuarios jóvenes, demostrando que un chatbot con tono empático y personajes diferenciados facilita la expresión emocional y genera sensación de acompañamiento. Se recomienda continuar con el desarrollo del MVP, ampliar las pruebas con una muestra más diversa y fortalecer las alianzas institucionales para su implementación y escalamiento.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

La salud mental juvenil se ha convertido en uno de los principales retos sociales en el Perú contemporáneo. Según el Ministerio de Salud (MINSA, 2023), cerca del 30% de adolescentes y jóvenes entre 16 y 24 años presentan síntomas de ansiedad, depresión o estrés, muchas veces asociados a entornos familiares o sociales conflictivos. A pesar de ello, persiste un fuerte estigma hacia la búsqueda de ayuda psicológica, lo que agrava el silencio emocional y la falta de espacios de contención. Este contexto afecta directamente la construcción de relaciones saludables entre pares, donde la envidia, la manipulación y la falta de comunicación son comportamientos cada vez más normalizados en la cultura juvenil (Defensoría del Pueblo, 2024).

En los últimos años, estudios de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) advierten que la etapa comprendida entre la adolescencia y la juventud temprana es una de las

más vulnerables en términos emocionales, debido a los procesos de formación de identidad, búsqueda de pertenencia y validación social. En este periodo, las relaciones de amistad cumplen un papel decisivo en el desarrollo psicológico y social, pero también pueden convertirse en espacios donde se reproducen dinámicas de dependencia emocional, competencia y manipulación, especialmente cuando no existen herramientas de comunicación asertiva o educación emocional.

A nivel mediático, las redes sociales influyen significativamente en la forma en que los jóvenes se perciben y se relacionan. La exposición constante a ideales de éxito, felicidad y aceptación puede generar frustración, comparación y miedo al rechazo, reforzando la necesidad de mantener una "imagen perfecta" incluso cuando se atraviesan dificultades emocionales. Esta tendencia ha sido identificada por la UNESCO (2023) como uno de los factores que agravan la desconexión emocional y la baja autoestima entre los jóvenes usuarios de plataformas digitales.

En el ámbito cultural, la producción audiovisual peruana ha mostrado avances en representación social, pero aún es limitada la inclusión de temáticas relacionadas con la salud mental y el bienestar emocional juvenil (Ministerio de Cultura, 2023). La ficción sigue siendo una herramienta poderosa para generar empatía y reflexión, especialmente cuando se combina con formatos transmedia que dialogan con las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes, como TikTok, Instagram y YouTube.

El ámbito geográfico de implementación es el Perú, con un enfoque inicial en jóvenes urbanos de Lima Metropolitana, pero con potencial de expansión nacional a través de plataformas digitales. Asimismo, el proyecto puede articularse con instituciones educativas, centros culturales, ONGs y programas de salud mental del MINSA, como "Habla Franco" o la Línea 113, para fomentar espacios de diálogo y acompañamiento.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Como se muestra en el árbol de problemas **(ver Figura 1)**, la problemática central gira en torno a la afectación de la salud mental en jóvenes de 16 a 24 años en el Perú. Según el Ministerio de Salud (Minsa, 2024), la ansiedad, la depresión y la baja autoestima se encuentran entre los principales motivos de consulta psicológica en esta población, evidenciando un incremento sostenido de casos en los últimos años (Minsa, 2024). Asimismo, de acuerdo con la Secretaría Nacional de la Juventud (Senaju, 2023), el 32,3 % de los jóvenes peruanos declaró haber enfrentado algún problema emocional en el último año, lo que refleja una preocupante tendencia de malestar psicológico no atendido (Senaju, 2023).

Entre los efectos más comunes de esta problemática se encuentran la ansiedad y la depresión, la soledad, las relaciones interpersonales dañadas y los conflictos dentro del entorno social. A ello se suma un impacto significativo en el rendimiento académico y un mayor riesgo de conductas autodestructivas o de aislamiento (OPS, 2024). Esta situación afecta directamente la estabilidad emocional y el desarrollo integral de los jóvenes, generando un círculo vicioso entre el malestar interno y las relaciones sociales disfuncionales.

Por otra parte, las causas identificadas en el diagnóstico evidencian un entorno poco favorable para el bienestar mental juvenil. Factores como el estigma hacia la vulnerabilidad emocional, la falta de espacios de apoyo y orientación psicológica accesibles, la normalización de relaciones tóxicas y la presión académica y social contribuyen al deterioro de la salud mental. Asimismo, la influencia negativa de las redes sociales, caracterizadas por

la comparación constante y el consumo de contenidos idealizados, agrava la inseguridad y la sensación de insuficiencia entre los jóvenes (ResearchGate, 2024).

Finalmente, la escasez de educación emocional en instituciones educativas y el acceso limitado a recursos psicológicos públicos profundizan el problema, generando una brecha entre la necesidad de atención y la disponibilidad real de servicios especializados (Minsa, 2023). De no abordarse, esta situación podría continuar afectando la calidad de vida de los jóvenes, su desempeño académico y sus relaciones interpersonales, incrementando el riesgo de crisis emocionales severas.

Figura 1

Árbol de problemas



2.2 Población beneficiaria

La población beneficiaria del proyecto *Conecta* + está conformada por distintos grupos que se relacionan entre sí en diferentes niveles de influencia y participación, tal como se observa en la Figura 2: Mapa de actores. Esta herramienta permite identificar con claridad a los públicos implicados en el desarrollo, implementación y alcance del proyecto, especialmente en torno a su propuesta transmedia y su enfoque en la salud mental juvenil.

En el núcleo central se encuentran los **jóvenes de 16 a 24 años**, grupo etario que constituye la población principal del proyecto. De acuerdo con el Ministerio de Salud (MINSA, 2023), este segmento representa uno de los más vulnerables frente a problemáticas de salud mental como la ansiedad, la depresión o el estrés social, muchas veces asociadas a la presión académica, las redes sociales y las relaciones interpersonales. Asimismo, según la Defensoría del Pueblo (2024), los jóvenes peruanos demandan espacios más empáticos y seguros donde puedan expresar sus emociones y hablar de sus experiencias sin miedo al juicio social. En este contexto, *Conecta* + busca atender esa necesidad mediante una **narrativa audiovisual cercana a su realidad**, que promueve la reflexión y el reconocimiento emocional desde la ficción.

El segundo nivel está conformado por los **actores directos**, entre los que se incluyen docentes, consejeros, instituciones educativas y organizaciones juveniles. Estos actores son clave para la sostenibilidad del proyecto, ya que cumplen una función de acompañamiento y multiplicación. Su participación permite que el mensaje del proyecto se incorpore en contextos educativos y comunitarios diversos. Tal como señala la UNESCO (2022), los docentes y orientadores cumplen un rol fundamental en la formación integral de los estudiantes, especialmente cuando se promueven competencias socioemocionales que fortalecen la convivencia y la empatía. Por ello, la colaboración con instituciones y colectivos

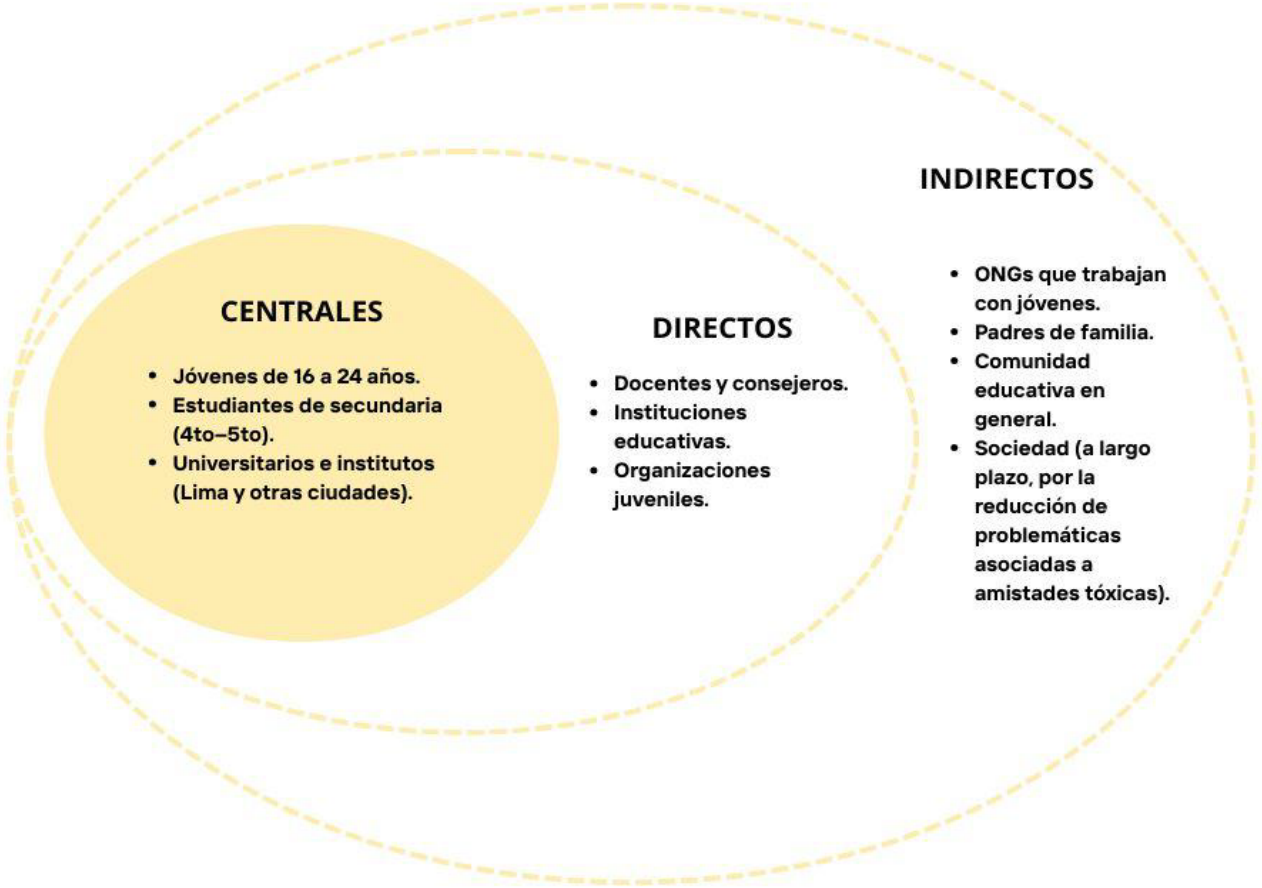
juveniles refuerza el impacto social del proyecto y amplía su alcance dentro de entornos formativos.

Finalmente, en el nivel más amplio del mapa se ubican los **actores indirectos**, entre los que se encuentran las ONGs que trabajan con jóvenes, los padres de familia, la comunidad educativa en general y la sociedad. Aunque su participación no es directa, se benefician de manera indirecta a través de los efectos sociales y emocionales del proyecto. A largo plazo, la sensibilización juvenil sobre las relaciones sanas y la salud mental puede contribuir a disminuir conflictos interpersonales y fortalecer la convivencia social. Este impacto responde a lo señalado por la **Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022)**, que reconoce la promoción de la salud mental como un eje esencial para el desarrollo sostenible y la cohesión comunitaria.

De esta forma, el **Mapa de actores (Figura 2)** evidencia que *Conecta* + no solo está dirigido a una audiencia específica, sino que se proyecta como un esfuerzo colaborativo y multiactor, donde cada grupo central, directo o indirecto cumple un rol estratégico en la difusión, implementación y sostenibilidad del proyecto. En conjunto, estas interacciones fortalecen el deseo de **promover el bienestar emocional juvenil mediante el arte, la comunicación y la educación emocional**, articulando la innovación audiovisual con la transformación social.

Figura 2

Mapa de actores: Población Beneficiaria



2.3 Objetivo(s) del proyecto

- **Objetivo general del proyecto:**

Sensibilizar a jóvenes de 16 a 24 años sobre los efectos de la falta de educación emocional y la dificultad para gestionar sus emociones mediante **una plataforma digital de acompañamiento emocional**, promoviendo conciencia personal, autocuidado y herramientas para afrontar situaciones cotidianas de estrés y otros.

Objetivos específicos:

- Diseñar un espacio digital seguro e interactivo a través de **CONECTA+**, donde los jóvenes puedan conversar con un chatbot emocional, identificar sus estados afectivos y acceder a recursos breves de regulación emocional.
- Producir contenido complementario adaptado a las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes, como TikTok, Instagram y YouTube, para ampliar el alcance de la propuesta y fortalecer la conexión emocional con la audiencia.
- Fomentar la participación activa de los jóvenes mediante interacciones digitales, comentarios, encuestas y experiencias conversacionales que promuevan la expresión emocional sin juicios ni estigmas.
- Medir el impacto del proyecto a través de indicadores de interacción, uso del chatbot, descargas, retención y percepción emocional, con el fin de evaluar la efectividad, pertinencia y sostenibilidad de CONECTA+.

2.4 Marco referencial

- **Antecedentes de innovación similares**

En América Latina y el Perú se han desarrollado diversas iniciativas orientadas a promover el bienestar emocional y la salud mental de adolescentes y jóvenes, principalmente desde enfoques comunitarios y educativos. Un ejemplo relevante es el kit de talleres “La salud mental es cosa de todas y todos”, desarrollado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS), el Ministerio de Salud de la Nación de Argentina y el Instituto Nacional de Juventudes (INJUVE). Esta propuesta se compone de dinámicas participativas, juegos y herramientas pedagógicas diseñadas para abordar de manera integral problemáticas emocionales frecuentes en la juventud, tales como ansiedad, depresión, violencias y dificultades en las relaciones interpersonales, bajo un enfoque de derechos, escucha activa y participación juvenil (OPS/OMS, 2023).

De manera similar, en el contexto peruano existen organizaciones que realizan talleres presenciales de autoestima y expresión emocional dirigidos a adolescentes y jóvenes. Estas iniciativas buscan fortalecer el autoconocimiento, la confianza personal y la gestión de emociones a través de actividades grupales, reflexivas y vivenciales, promoviendo espacios seguros de diálogo y acompañamiento emocional (Zalmar, 2023). Ambos enfoques coinciden en reconocer la importancia de generar entornos de escucha y contención emocional para una población que, en muchos casos, presenta dificultades para expresar lo que siente y acceder a apoyo psicológico formal.

Si bien estas propuestas poseen un alto valor social y educativo, presentan limitaciones asociadas a su carácter presencial, como la dependencia de la disponibilidad de tiempo, la ubicación geográfica y la continuidad de las sesiones. En este sentido, el proyecto Conecta+ se relaciona directamente con estos antecedentes al compartir el mismo propósito

de acompañamiento emocional juvenil, pero se diferencia al trasladar dicho enfoque al entorno digital. La aplicación permite ofrecer un espacio accesible, inmediato y continuo, adaptado a las dinámicas cotidianas y tecnológicas de los jóvenes de Lima Metropolitana, ampliando el alcance y la sostenibilidad del acompañamiento emocional preventivo.

En los últimos años, diversas plataformas digitales han surgido como respuesta al incremento de problemáticas relacionadas con la salud mental, especialmente en jóvenes, evidenciando el potencial de la tecnología como herramienta de acompañamiento emocional preventivo.

Chatbots como Woebot, Wysa y Replika han sido diseñados para interactuar con los usuarios a través de interfaces conversacionales, brindando intervenciones que reflejan los enfoques terapéuticos tradicionales (Kettle & Lee, 2024)

- Wysa es una aplicación móvil de salud mental, disponible en la App Store de Apple y Google Play Store, diseñada para abordar diversos problemas de salud mental mediante intervenciones autoguiadas. La aplicación utiliza IA basada en reglas mediante un chatbot conversacional. Esto facilita la interacción con los usuarios, ofreciendo apoyo e intervenciones personalizadas al comprender sus respuestas y dirigirlos a los recursos pertinentes. Los modelos de IA de Wysa operan dentro de un marco basado en reglas, lo que garantiza la seguridad clínica y el cumplimiento de los guiones predefinidos. También existe la opción de conectar con un coach humano, lo que complementa las funciones totalmente automatizadas de la aplicación (Chang CL , Sinha C , Roy M , Wong JCM, 2024)
- Woebot es una aplicación chatbot basada en terapia cognitivo conductual (TCC) desarrollada por el psicólogo de investigación de la Universidad de Stanford, Alison Darcy. Mediante el seguimiento y el análisis del estado de ánimo de los usuarios

durante los chats, la aplicación ayuda a los usuarios a aprender sobre sí mismos con el objetivo de capacitar a los usuarios para autogestionar su propio bienestar emocional

- Habla Franco es la respuesta frente al incremento del consumo de drogas en jóvenes y adolescentes, cuenta con 12 años al servicio de los peruanos y forma parte de las acciones de la Política Nacional contra las Drogas al 2030. A través de esta estrategia se beneficiaron un total de 9 896 personas. Se realizaron un total de 371 charlas virtuales preventivas (focalizadas y dirigidas a padres de familias, adolescentes, docentes, profesionales de la salud y agentes de cambio) y 4 ferias informativas.

  La modalidad telefónica cuenta con la línea gratuita 1815, que es atendida por psicólogos especialistas que brindan información, orientación y consejería psicológica a nivel nacional de forma gratuita, anónima y confidencial. Durante el año 2021 han sido atendidas un total de 1907 personas. Cabe destacar que las drogas más consumidas por los consultantes son la marihuana y el alcohol.

  Por otra parte, la modalidad ambulatoria atiende a adolescentes y jóvenes, de manera remota que se encuentran en fases iniciales de consumo de drogas, atiende a padres y madres de los mismos con la finalidad de actuar tempranamente y prevenir el consumo problemático de drogas. A través de la atención ambulatoria remota, han sido atendidos un total de 798 personas.

  Finalmente, la modalidad online atendió un total de 114 personas, divididas en 66% de atenciones por correo electrónico y un 34% a través de los chats en su página web (DEVIDA, 2022).

- Narrativa Transmedia

  Jauregui Caballero y Ortega Ponce (2020) señalan que la narrativa transmedia se origina a partir del análisis del ecosistema mediático y de la comprensión de las demandas digitales de los usuarios. Este enfoque permite examinar las prácticas sociales que se generan a partir de las dinámicas de interacción durante la construcción de los contenidos, así como comprender el papel activo que asumen los usuarios en su relación con las plataformas y con la historia.

  Asimismo, Saíz (2016) sostiene que en la narrativa transmedia el relato funciona como un eje central que se desarrolla y amplía a través de diversos formatos y soportes multimedia. El uso de múltiples canales favorece una mayor participación del público y una comprensión más profunda del mensaje, apoyándose en herramientas digitales como medios audiovisuales, redes sociales, dispositivos móviles, juegos de realidad alternativa y otras plataformas en constante evolución.

- Bienestar emocional

  De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2013), citada por Guillam, Garc y Jos (2018), el bienestar se entiende como una condición emocional en la que la persona reconoce sus propias capacidades y logra afrontar de manera adecuada las exigencias de la vida diaria. Asimismo, implica la posibilidad de desenvolverse de forma productiva y eficiente, contribuyendo activamente a la sociedad. Desde una perspectiva más amplia, el bienestar emocional también se vincula con la capacidad de adaptación frente a los cambios, la disposición para adquirir nuevos aprendizajes, el desarrollo del sentido del humor y la adopción de un estilo de vida saludable y activo.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

El arquetipo de usuario elaborado busca representar el perfil tipo de una joven universitaria que enfrenta desafíos emocionales comunes en su etapa de desarrollo personal y social. A través de este perfil se identifican sus características sociodemográficas, hábitos, entorno y principales motivaciones, lo que permite comprender mejor sus necesidades y el contexto en el que se desenvuelve.

Valeria Salazar es una joven de 20 años, estudiante de Comunicación Audiovisual que reside en Lima Metropolitana y pertenece al nivel socioeconómico B. Participa en actividades académicas relacionadas con la creatividad y el bienestar juvenil, mostrando un interés constante por el autoconocimiento y la expresión emocional.

Vive con sus padres y una hermana menor. Aunque su entorno familiar es estable y afectuoso, no siempre encuentra espacios donde hablar abiertamente sobre sus emociones, lo que la lleva a procesarlas de manera interna. En el ámbito social, mantiene amistades significativas, pero con dinámicas inestables que a veces refuerzan su temor a ser malinterpretada o juzgada.

Entre sus dolores y molestias, se encuentra la presión por proyectar una imagen "perfecta" en redes sociales, el miedo al rechazo y la dificultad para mostrarse vulnerable. Esta tendencia a evitar conflictos la hace reprimir emociones y sentirse sola en algunos momentos.

Por otro lado, sus necesidades giran en torno a encontrar espacios donde pueda expresarse con libertad, sin comparaciones ni juicios. Busca conexiones auténticas, contenido con propósito y experiencias que mezclen reflexión, arte y emocionalidad.

Los intereses culturales y de consumo de Valeria, como el cine independiente, los podcasts sobre bienestar, las marcas tecnológicas y de estilo juvenil, reflejan una identidad

moderna, sensible y digitalmente activa. Este arquetipo permite entender los comportamientos y expectativas del público joven que busca equilibrar su mundo emocional con la exigencia de la vida cotidiana.

Figura 3.

Arquetipo de usuario



Como se observa en la **Figura 4**, el Mapa de Empatía del proyecto **Conecta+** permite comprender de manera integral las emociones, pensamientos y comportamientos del público objetivo: jóvenes de entre 16 y 24 años que enfrentan dificultades para expresar y gestionar sus emociones cotidianas. Esta herramienta facilita identificar los factores que influyen en su bienestar emocional y las oportunidades de intervención que el proyecto puede aprovechar.

El análisis evidencia que los jóvenes se encuentran inmersos en un entorno donde la comparación social y la búsqueda de aprobación son constantes, especialmente en redes digitales. Suelen experimentar inseguridad, miedo al juicio y presión por mantener una imagen emocionalmente estable. Estas dinámicas generan una brecha entre lo que sienten y lo que comunican, lo que los lleva a evitar hablar de sus emociones o a refugiarse en el entretenimiento digital para sobrellevar el estrés.

Asimismo, el mapa revela que estos usuarios buscan espacios de escucha y acompañamiento emocional donde puedan expresarse sin ser etiquetados. Sus esfuerzos se centran en mantener el equilibrio emocional y resolver conflictos interpersonales sin exponerse a la crítica, aunque muchas veces esto implica ocultar su vulnerabilidad.

En cuanto a los resultados esperados, los jóvenes valoran experiencias que los hagan sentir comprendidos y apoyados, que les brinden orientación práctica para manejar situaciones reales y fortalezcan sus relaciones personales desde la empatía.

De este modo, el Mapa de Empatía respalda la pertinencia del enfoque de Conecta+ como una plataforma digital que acompaña la gestión de emociones del día a día, ofreciendo un espacio seguro, empático y preventivo, sin reemplazar la ayuda terapéutica profesional, pero contribuyendo significativamente al bienestar emocional juvenil.

Figura 4.

Mapa de empatía



2.5.2 Información sobre el Mercado

Tabla 1

Análisis Foda del proyecto

FORTALEZAS ● Uso de WhatsApp, una plataforma con más del 90% de penetración en usuarios de internet móvil en Perú (OSIPTEL, 2024) ● Propuesta diferenciada mediante personajes humanizados y enfoque narrativo emocional ● Accesibilidad inmediata, gratuita y anónima, lo que fomenta confianza y participación ● Enfoque preventivo que complementa, pero no reemplaza, la atención profesional	DEBILIDADES ● Requiere constante actualización y supervisión psicológica para validar los contenidos ● Limitada visibilidad inicial frente a programas estatales consolidados ● Dependencia de la tecnología y conexión a internet ● Posible dificultad para medir resultados emocionales a corto plazo
OPORTUNIDADES ● Incremento de problemas de salud mental en jóvenes peruanos: 32,3% reporta dificultades emocionales (SENAJU, 2023) ● Más de 900,000 atenciones en salud mental reportadas por el MINSA (2024), lo que evidencia una alta demanda de apoyo ● Amplio uso de WhatsApp como canal de comunicación directa y cotidiana ● Mayor interés social e institucional por el bienestar emocional juvenil	AMENAZAS ● Desconfianza inicial en servicios digitales de apoyo emocional ● Competencia de líneas gratuitas como Línea 113 o apps internacionales (Wysa, Replika) ● Posibles barreras legales o éticas en torno a la privacidad de datos emocionales ● Saturación de contenidos digitales que podría reducir la atención del público

La oportunidad de mercado para Conecta+ surge ante el incremento de problemas de salud mental entre los jóvenes peruanos y la necesidad de espacios accesibles y libres de estigma para hablar de las emociones. De acuerdo con la Secretaría Nacional de la Juventud, 32,3% de los jóvenes de 15 a 29 años declaró haber enfrentado algún problema emocional durante el 2023 (SENAJU, 2023). A su vez, el Ministerio de Salud (MINSA, 2024) reportó

más de 900 000 atenciones en salud mental, siendo la ansiedad y depresión los principales motivos de consulta (Infobae, 2024).

En cuanto a la competencia, existen iniciativas como **Habla Franco**, **Línea 113 Salud Mental**, y algunas aplicaciones internacionales como **Wysa** o **Replika**, pero ninguna ofrece un chatbot con personajes humanizados y enfoque narrativo emocional, pensado específicamente para la juventud peruana. Esto genera un espacio de innovación y diferenciación clara para Conecta+.

Las barreras de entrada se relacionan principalmente con la necesidad de generar confianza emocional, proteger la privacidad de los usuarios, y mantener la validación psicológica del contenido.

El mercado objetivo se compone de jóvenes de 16 a 24 años de Lima Metropolitana y principales ciudades del Perú, estudiantes o jóvenes profesionales que buscan gestionar sus emociones en un entorno cercano, confidencial y libre de juicios. El alcance esperado contempla una primera etapa con difusión universitaria y en redes sociales, ampliando progresivamente a comunidades educativas y espacios juveniles.

Dada la alta prevalencia de problemas emocionales y la penetración casi total de apps móviles en la población joven, se estima una demanda potencial sostenida, con posibilidades de escalamiento hacia un servicio nacional de acompañamiento digital preventivo.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

El proceso de conceptualización del proyecto *Conecta+* se desarrolló a partir de la metodología Toulouse Thinking, la cual permitió transformar una problemática social vinculada a la salud mental juvenil en una propuesta digital innovadora. A través de las diferentes herramientas aplicadas, se buscó comprender el comportamiento emocional de los jóvenes y diseñar una solución empática, accesible y adaptada a su contexto cotidiano.

Como se observa en la **Figura 5**, la herramienta **¿Cómo podríamos...?** permitió definir con claridad al usuario, su necesidad principal y el insight que guió el proceso creativo.

- **Usuario:** jóvenes de entre 16 y 24 años que enfrentan ansiedad, problemas de autoestima o dificultades en sus relaciones de amistad.
- **Necesidad:** encontrar un espacio seguro, empático y cercano donde puedan expresar sus emociones y reflexionar sobre ellas sin miedo al juicio.
- **Insight:** "A veces quiero hablar de lo que siento, pero no sé con quién ni cómo hacerlo."

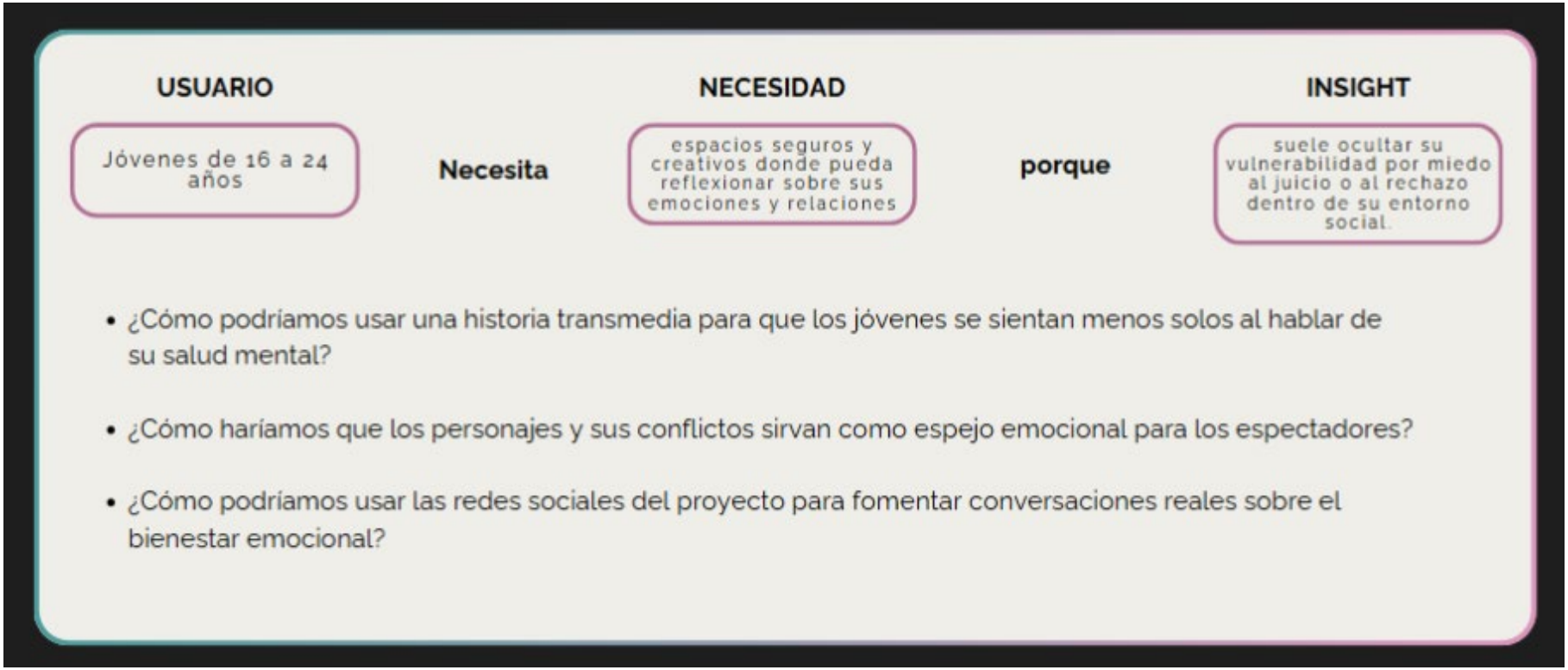
A partir de esta base, se formularon las siguientes preguntas orientadoras que impulsaron la ideación del proyecto:

2. ¿Cómo podríamos usar una historia transmedia para que los jóvenes se sientan menos solos al hablar de su salud mental?
3. ¿Cómo haríamos que los personajes y sus conflictos sirvan como espejo emocional para los espectadores?
4. ¿Cómo podríamos usar las redes sociales del proyecto para fomentar conversaciones reales sobre el bienestar emocional?

Estas preguntas guiaron la búsqueda de soluciones innovadoras que combinan comunicación, narrativa emocional y tecnología digital, orientadas a generar identificación y acompañamiento entre pares.

Figura 5

¿Cómo podríamos?



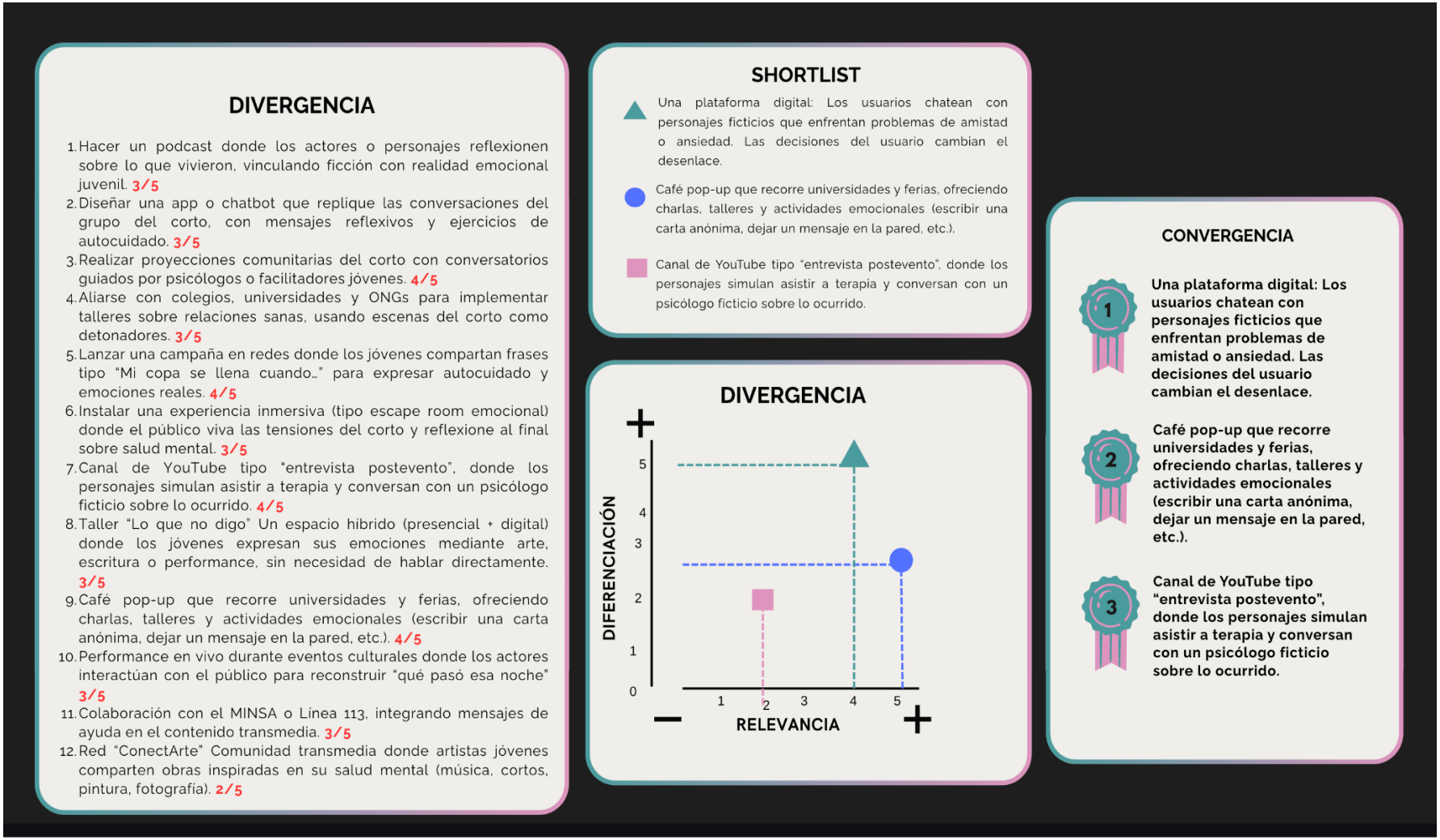
Como se muestra en la **Figura 6**, la aplicación de las herramientas **Brainstorming y Matriz de filtración** permitió ampliar las posibilidades creativas y definir la propuesta con mayor potencial. En la fase de *Brainstorming*, se generaron diversas ideas relacionadas con el bienestar digital, la empatía en redes sociales y las experiencias narrativas interactivas.

Luego, mediante la *Matriz de filtración*, las ideas fueron evaluadas bajo criterios de **viabilidad técnica, impacto social, innovación comunicacional y conexión con el público juvenil**, lo que permitió identificar su **diferenciación y relevancia** frente a otras propuestas del mismo ámbito.

El resultado fue la elección de **una plataforma digital de acompañamiento emocional en formato chatbot**, reconocida por su accesibilidad, facilidad de uso y su capacidad para crear vínculos reales y empáticos entre los usuarios y los personajes virtuales.

Figura 6

Brainstorming y matriz de filtración



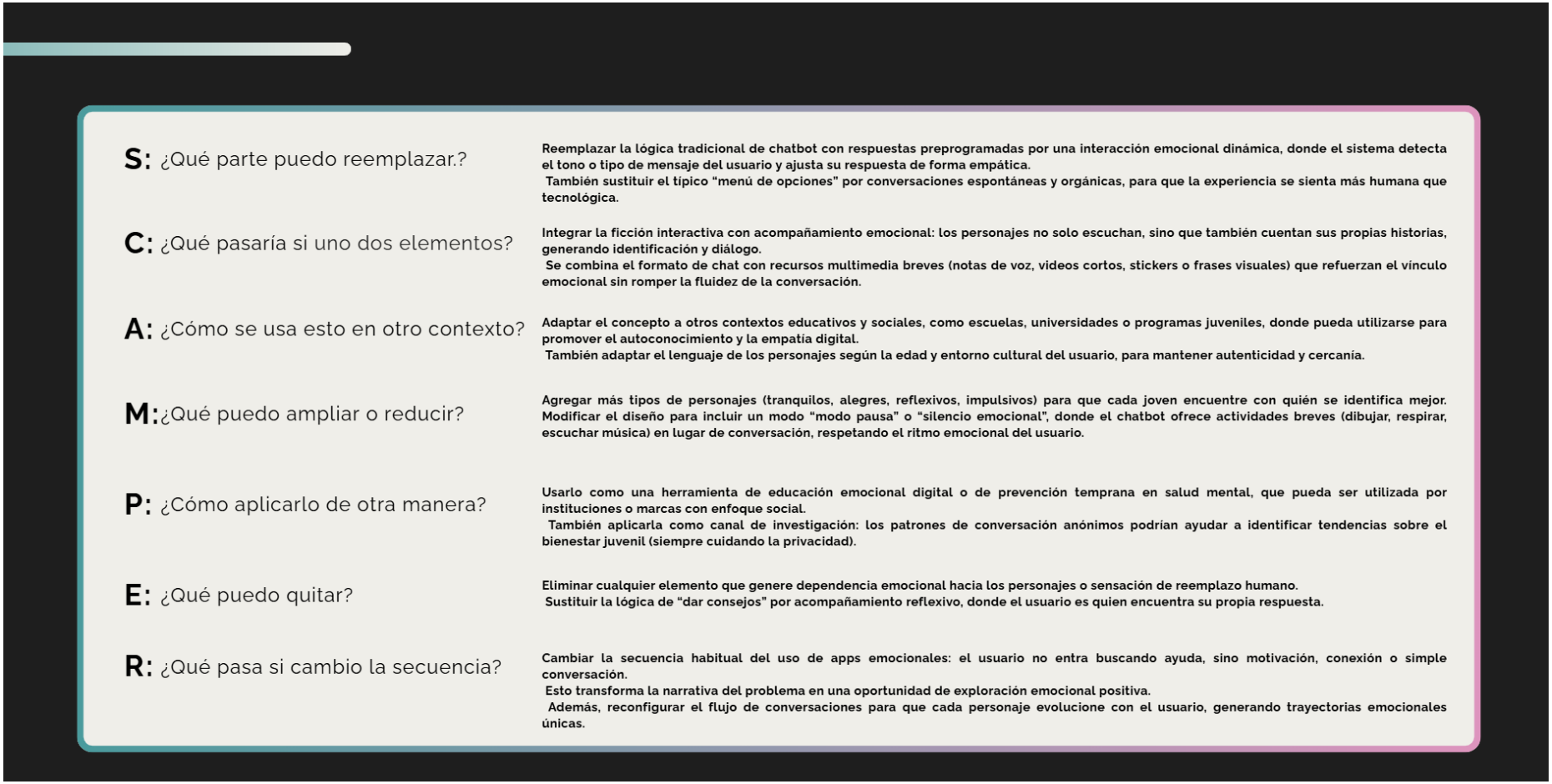
En la **Figura 7**, la herramienta **SCAMPER** permitió perfeccionar la propuesta seleccionada y fortalecer su carácter innovador. Entre las principales acciones se destacan:

- Sustituir las respuestas automáticas por interacciones empáticas y naturales.
- Combinar la ficción conversacional con la reflexión emocional.
- Adaptar el lenguaje al contexto juvenil y las emociones del usuario.
- Modificar el flujo conversacional para hacerlo más flexible y humano, y agregar más tipos de personajes para que cada joven encuentre con quién se identifica mejor.
- Poner en otros usos la herramienta como apoyo educativo o emocional.
- Eliminar cualquier elemento que genere dependencia emocional hacia los personajes o sensación de reemplazo humano.
- Reordenar la narrativa para incentivar la curiosidad y la exploración emocional.

De esta forma, Conecta+ se consolidó como una experiencia interactiva que une empatía digital, storytelling y autoconocimiento.

Figura 7

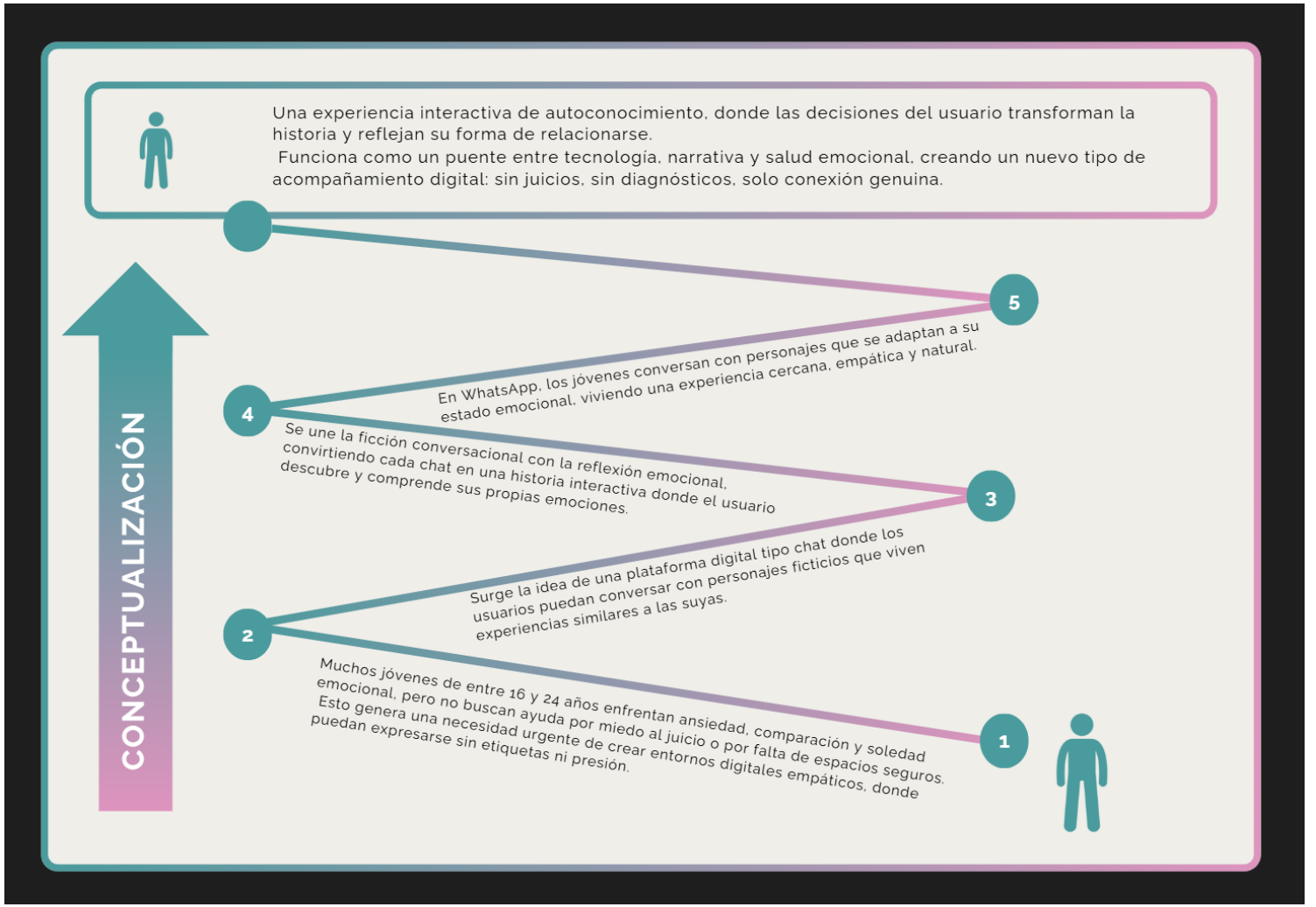
Scamper



En la **Figura 8**, la **Ruta para conceptualizar** muestra el proceso evolutivo de la idea. A partir de la problemática inicial —la falta de espacios digitales seguros donde los jóvenes puedan hablar de sus emociones sin miedo al juicio—, se definió una propuesta concreta: **una aplicación con un chatbot narrativo** que ofrece acompañamiento emocional mediante personajes virtuales con diferentes personalidades. Cada conversación se adapta al estado emocional del usuario, ofreciendo una experiencia fluida, empática y reflexiva.

Figura 8

Ruta para conceptualizar



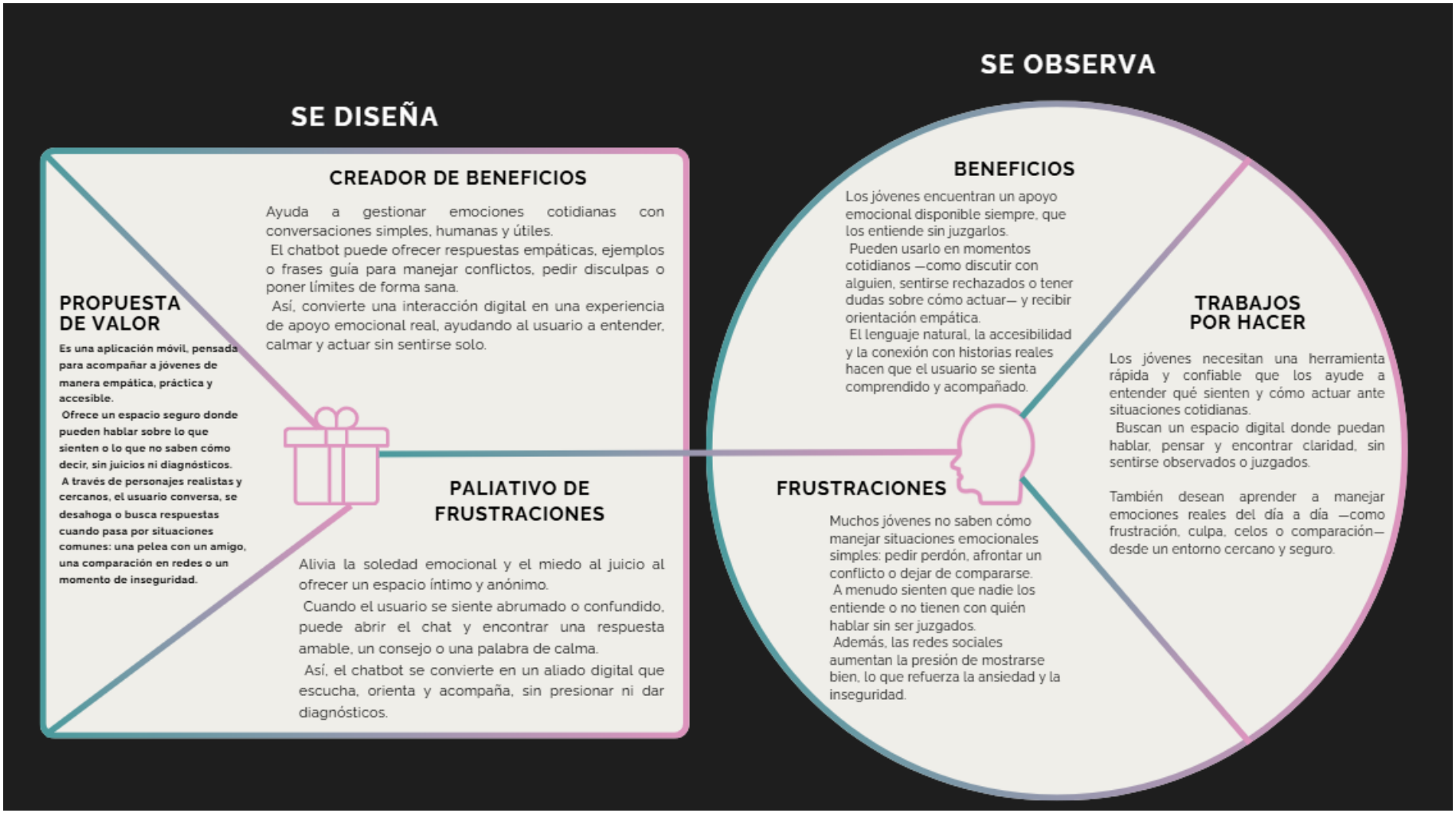
Finalmente, como se presenta en la **Figura 9**, representa la propuesta de valor del proyecto *Conecta+*, ordenada en dos dimensiones clave: lo que se diseña y lo que se observa en los usuarios. En la sección "Se diseña", se plantea *Conecta+* como una plataforma digital de acompañamiento emocional en formato chatbot, pensada para jóvenes que buscan un espacio seguro para expresar lo que sienten sin presiones ni diagnósticos. Allí, el chatbot actúa como **creador de beneficios**, ofreciendo conversaciones empáticas y útiles que ayudan a gestionar emociones cotidianas: saber cómo responder tras un conflicto, cómo disculparse o cómo manejar la comparación social. Se promueve una interacción humana y comprensiva que acompaña, calma y permite tomar decisiones más conscientes.

Asimismo, *Conecta+* funciona como **paliativo de frustraciones**, respondiendo a la soledad emocional y al miedo constante a ser juzgado que viven muchos jóvenes. Cuando se sienten confundidos o inseguros, pueden encontrar una respuesta amable que los oriente y les recuerde que no están solos. De este modo, se transforma el uso digital en una experiencia emocional positiva.

Por otro lado, en la sección "Se observa" se visibilizan los **beneficios**, las **frustraciones** y los **trabajos por hacer** del usuario. Los jóvenes encuentran comprensión, apoyo inmediato y claridad ante emociones reales del día a día, como la culpa, la ansiedad o los problemas de amistad. Al mismo tiempo, se atienden frustraciones asociadas a la falta de apoyo emocional y al impacto de las redes sociales en su bienestar. Finalmente, el proyecto responde a sus necesidades actuales: aprender a manejar emociones, fortalecer autoestima y contar con un espacio sin juicios donde puedan sentirse acompañados.

Figura 9

Propuesta de Valor



En conjunto, las herramientas del **Toulouse Thinking** permitieron estructurar *Conecta+* como una propuesta comunicacional innovadora, empática y socialmente relevante. El proyecto integra tecnología, narrativa y sensibilidad emocional para generar un impacto positivo en el bienestar juvenil, consolidándose como un ejemplo de innovación digital orientada al desarrollo humano.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Conecta+ es una aplicación, diseñado con el propósito de ofrecer acompañamiento emocional personalizado a jóvenes que enfrentan ansiedad, problemas de autoestima o dificultades en sus relaciones interpersonales. El servicio busca generar un entorno de conversación empático, seguro y accesible, en el cual los usuarios puedan expresar sus emociones y recibir orientación básica para el manejo cotidiano de las mismas.

En cuanto a sus características digitales, el chatbot presenta una interfaz sencilla e intuitiva, compatible con dispositivos móviles y de fácil acceso mediante la descarga de la aplicación. Una vez iniciado el chat, el usuario puede seleccionar entre diferentes personajes virtuales, cada uno con una personalidad, tono comunicativo y enfoque emocional particular. Estos personajes están diseñados para representar diversas formas de afrontar los retos emocionales, permitiendo al usuario elegir aquel con el que se identifique más.

La mecánica del servicio se desarrolla en cinco etapas principales:

1. Acceso inicial: el usuario ingresa a la aplicación y recibe un mensaje de bienvenida.
2. Selección de personaje: el sistema presenta una breve descripción de los personajes disponibles, y el usuario elige con cuál desea interactuar.

3. Interacción conversacional: el chatbot emplea mensajes automatizados con enfoque de inteligencia emocional, promoviendo la reflexión, la validación emocional y el autocuidado.
4. Recomendaciones personalizadas: según la conversación, el sistema puede ofrecer frases de apoyo, ejercicios de respiración, recordatorios positivos o sugerencias de manejo emocional.
5. Derivación responsable: en caso de detectar señales de riesgo o crisis emocional, el chatbot proporciona información sobre líneas de apoyo psicológico gratuito y recursos profesionales.

Desde la perspectiva del triple balance, Conecta+ integra tres dimensiones de sostenibilidad:

- Social: Contribuye al bienestar emocional juvenil al brindar un espacio digital accesible y libre de juicios, fomentando la prevención y la educación emocional.
- Económica: se plantea un modelo sostenible a través de colaboraciones con instituciones educativas, organizaciones sin fines de lucro y marcas con responsabilidad social, que pueden financiar o auspiciar la continuidad del servicio.
- Ambiental: al ser una herramienta completamente digital, reduce el consumo de materiales físicos y promueve prácticas sostenibles mediante campañas de bienestar digital y autocuidado emocional.

2.5.5 Modelo de Negocio

Como se observa en la **Figura 11**, el modelo de negocio de Conecta+ se desarrolla bajo la metodología del **Business Model Canvas**, que permite organizar de forma estratégica los componentes esenciales del proyecto y comprender su propuesta de valor dentro del

mercado digital de bienestar emocional juvenil. Este modelo integra los aspectos sociales, tecnológicos y económicos que garantizan su sostenibilidad.

La **proposición de valor única** de Conecta+ consiste en brindar acompañamiento emocional personalizado a jóvenes entre 16 y 24 años mediante una **aplicación móvil** con personajes humanizados que representan distintas formas de gestionar las emociones cotidianas. Esta herramienta busca prevenir que las experiencias emocionales deriven en situaciones más graves, ofreciendo un espacio seguro, empático y accesible para conversar sobre ansiedad, autoestima y relaciones personales sin juicios ni estigmas.

El **segmento de clientes** está conformado por jóvenes de entre 16 y 24 años que presentan ansiedad, baja autoestima o dificultades en sus vínculos sociales, especialmente estudiantes universitarios y preuniversitarios que buscan espacios de bienestar emocional. También incluye a usuarios activos de redes sociales y plataformas digitales interesados en herramientas de acompañamiento emocional.

En relación con los **canales**, la aplicación móvil constituye el principal medio de interacción con los usuarios, al concentrar el funcionamiento del chatbot y la experiencia personalizada. Este canal se complementa con redes sociales como Instagram y TikTok, utilizadas para la difusión del proyecto, la generación de contenido emocional y la conexión con el público objetivo. Asimismo, se contemplan colaboraciones con instituciones educativas y proyectos vinculados al bienestar juvenil, que permiten ampliar el alcance del servicio y facilitar su adopción.

La **relación con los clientes** se basa en una comunicación empática y personalizada, mediada por los personajes del chatbot, los cuales promueven la confianza, la confidencialidad y el acompañamiento continuo. Adicionalmente, se implementa un sistema

de retroalimentación constante que permite recoger opiniones de los usuarios y realizar mejoras progresivas en la experiencia y en la calidad de las respuestas del servicio.

Entre los **aliados clave** del proyecto se encuentran las instituciones educativas, que contribuyen a la validación y difusión del servicio; las organizaciones dedicadas al bienestar juvenil; los programadores o startups tecnológicas especializadas en el desarrollo de chatbots; y los psicólogos asesores externos, quienes cumplen un rol fundamental en la validación profesional del contenido emocional, fortaleciendo la credibilidad del proyecto tanto frente a los usuarios como ante posibles alianzas institucionales.

Los **recursos clave** comprenden un equipo multidisciplinario conformado por profesionales de comunicación, diseño y desarrollo tecnológico, con el acompañamiento de psicólogos asesores; una infraestructura tecnológica basada en herramientas de inteligencia artificial o automatización; una base de datos segura que garantiza la confidencialidad de las conversaciones; una identidad de marca empática y visualmente atractiva; así como una etapa de beta cerrada que permite trabajar con usuarios reales, generar métricas de uso y obtener feedback temprano. Asimismo, el modelo freemium y las alianzas piloto institucionales se consideran recursos estratégicos para el crecimiento del proyecto.

Las **actividades clave** incluyen el diseño y la programación de los flujos conversacionales del chatbot, la creación y validación de contenido educativo y emocional, el monitoreo del uso de la plataforma y el análisis de datos, así como la implementación y gestión del beta cerrado del servicio. A ello se suman las estrategias de difusión digital y la gestión progresiva de alianzas con universidades e instituciones vinculadas al bienestar juvenil.

La **estructura de costos** está compuesta por los gastos asociados al desarrollo y mantenimiento de la aplicación, incluyendo servicios tecnológicos como hosting y uso de

APIs; la producción audiovisual y de contenido; las estrategias de marketing digital; los honorarios del equipo interdisciplinario; y los costos legales y administrativos necesarios para la formalización del proyecto.

Finalmente, el **flujo de ingresos** de Conecta+ se sustenta en un **modelo freemium**, que ofrece acceso gratuito a funciones básicas y una suscripción premium con un costo de **S/ 15 mensuales por usuario**, constituyendo esta la principal fuente de ingresos del proyecto. Las suscripciones premium se activan desde el primer mes de operación, inicialmente con una base reducida de usuarios correspondiente a la fase de validación temprana, y crecen de manera progresiva conforme el servicio se consolida y aumenta su adopción.

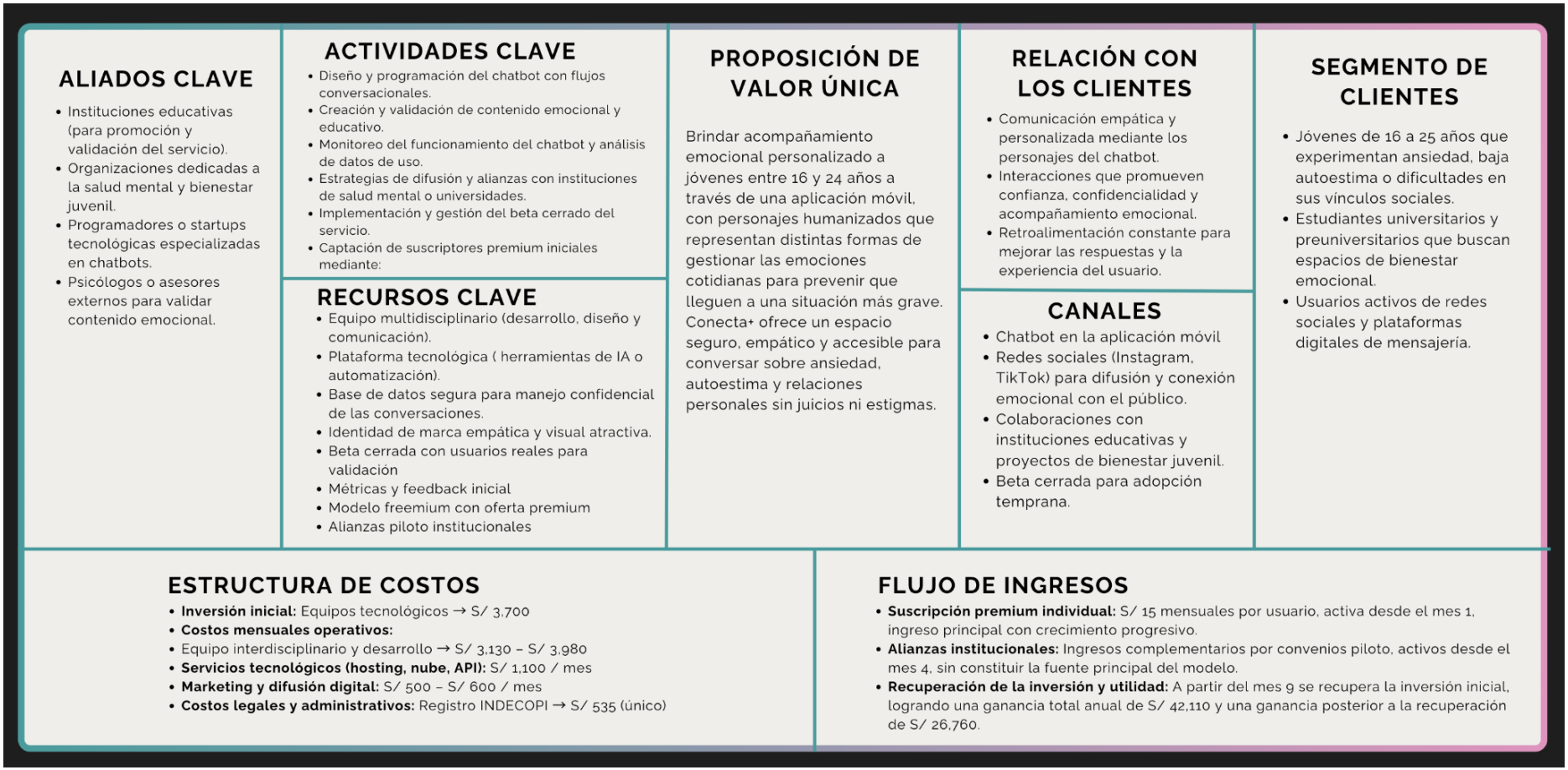
Como ingreso complementario, se proyectan **alianzas institucionales** bajo la modalidad de convenios piloto pagados, activos a partir del **cuarto mes**, una vez validado el funcionamiento del servicio mediante usuarios reales y métricas básicas. Estas alianzas generan ingresos por acuerdo, sin representar la fuente principal del modelo, lo que permite que Conecta+ no dependa exclusivamente de terceros para su sostenibilidad.

Debido a la inversión inicial requerida para el desarrollo tecnológico y la implementación del servicio, los primeros meses presentan pérdidas previstas. No obstante, de acuerdo con la proyección financiera, a partir del mes 9 se recupera la inversión inicial, alcanzando una ganancia total anual estimada de S/ 42,110, de los cuales S/ 26,760 corresponden al periodo posterior a la recuperación de la inversión, evidenciando la viabilidad económica y el potencial de sostenibilidad del proyecto.

En conjunto, este modelo de negocio demuestra cómo Conecta+ integra innovación tecnológica y sensibilidad social, permitiendo posicionarse como una aplicación móvil sostenible orientada a la promoción del bienestar emocional y la educación emocional de los jóvenes peruanos.

Figura 10

Business Model Canvas



2.5.6 Resultados esperados

Conecta+ busca consolidarse como una propuesta pionera en el contexto peruano de acompañamiento emocional preventivo y digital, dirigida a jóvenes de 16 a 24 años. A diferencia de las iniciativas existentes, que son principalmente presenciales, institucionales o de atención reactiva, la plataforma propone un espacio accesible y continuo donde los usuarios pueden gestionar emociones cotidianas vinculadas a la amistad, la autoexigencia y la comparación social mediante conversaciones empáticas con personajes ficticios.

En ese sentido, Conecta+ se posiciona como una alternativa innovadora dentro del ecosistema digital local, ya que responde a una problemática ampliamente documentada por el Ministerio de Salud (MINSA, 2023), pero aún insuficientemente abordada desde enfoques preventivos, personalizados y culturalmente cercanos a la experiencia juvenil.

2.5.7 Prototipos desarrollados

El desarrollo de prototipos fue una etapa clave dentro del proceso de diseño de Conecta+, ya que permitió materializar la idea conceptual del proyecto y validar, de manera temprana, su funcionamiento, estética y nivel de empatía con los usuarios. Estos prototipos se elaboraron en diferentes niveles de fidelidad con el objetivo de avanzar progresivamente desde la exploración visual hasta la simulación del uso real de la aplicación.

En un primer momento se elaboró el prototipo de baja fidelidad, mostrado en la **Figura 11**. Este prototipo consistió en bocetos simples que permitieron definir la estructura general de la aplicación, la distribución de los elementos principales y el recorrido básico que

seguiría el usuario. Su finalidad fue explorar cómo se organizarían las pantallas, cómo se presentaría la selección de personajes y cuál sería el flujo inicial del chatbot. Al tratarse de una etapa preliminar, facilitó realizar cambios rápidos y ajustar ideas sin necesidad de trabajar aún sobre aspectos visuales detallados.

Figura 11

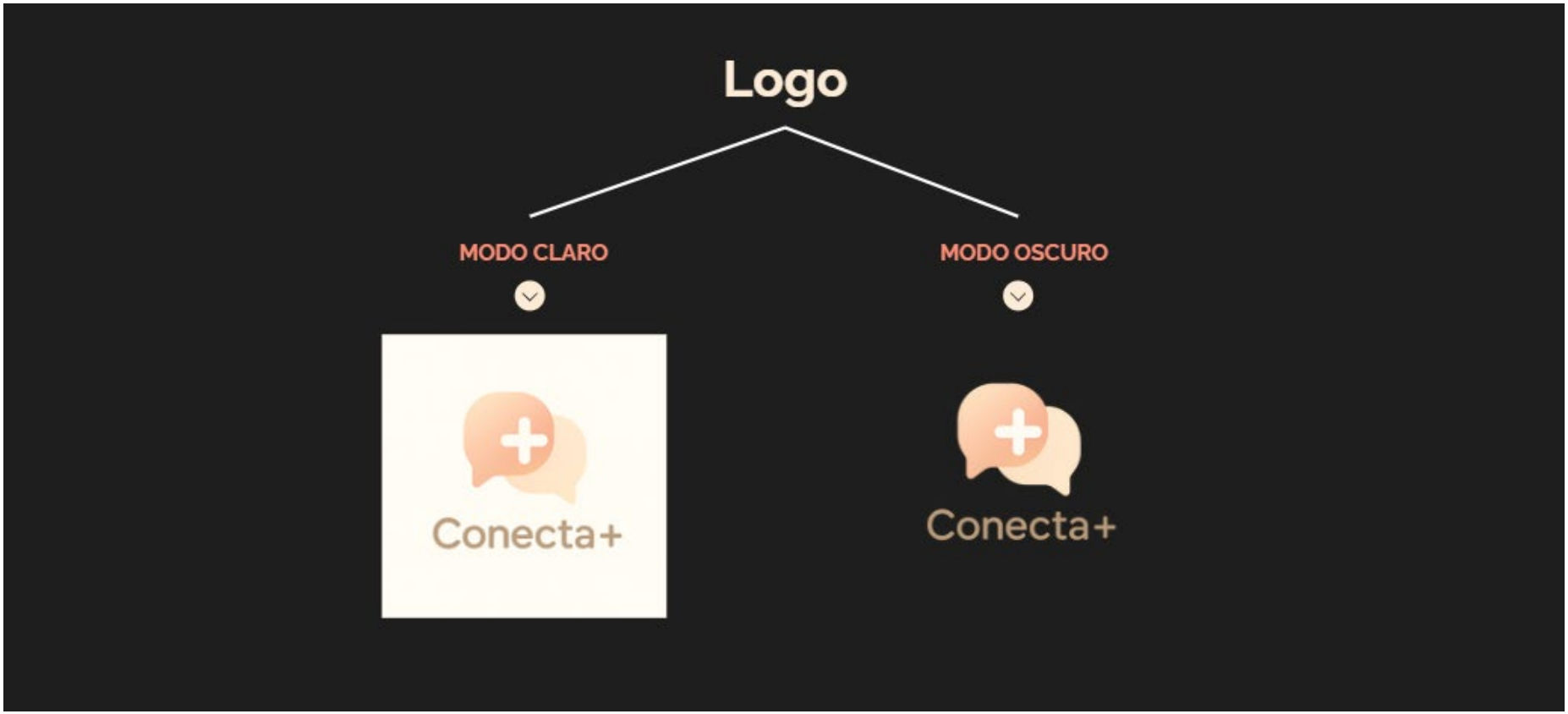
Prototipo baja definición



Luego se pasó a los prototipos de alta fidelidad, que representan de forma más precisa el aspecto final de la aplicación. En este conjunto destaca la **Figura 12**, donde se presenta el logotipo oficial de Conecta+. El diseño del logo se caracteriza por una forma redondeada y elementos suaves, lo que transmite cercanía y amabilidad, cualidades clave para una plataforma de apoyo emocional. El uso de colores cálidos, como tonos rosados y naranjas suaves, refuerza esta sensación de bienestar, ya que estos tonos suelen asociarse con calma, tranquilidad y confianza. Además, el ligero degradado presente en la imagen aporta dinamismo y modernidad, conectando con la estética digital que resulta familiar para el público juvenil. La combinación final crea una identidad visual accesible, empática y coherente con el propósito del proyecto.

Figura 12

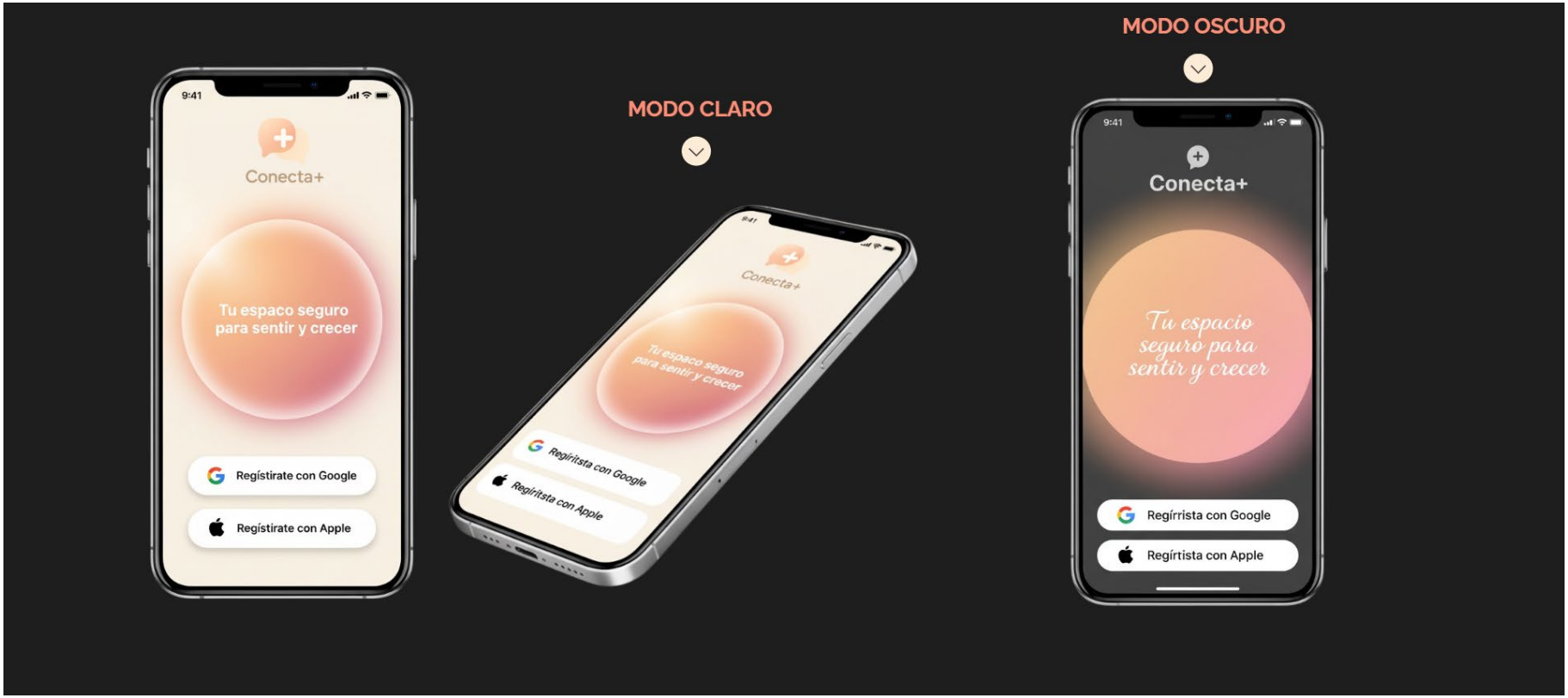
Prototipo alta definición - Logo



La **Figura 13** muestra la pantalla de bienvenida y registro. Esta interfaz utiliza la misma paleta de colores cálidos del logo para generar una continuidad visual y ofrecer al usuario una primera impresión agradable. La composición mantiene un estilo claro, minimalista y organizado, lo que facilita la comprensión inmediata del propósito de la aplicación. La intención es que, desde el primer contacto, el usuario perciba un entorno seguro y sin juicios, coherente con la naturaleza emocional del proyecto.

Figura 13

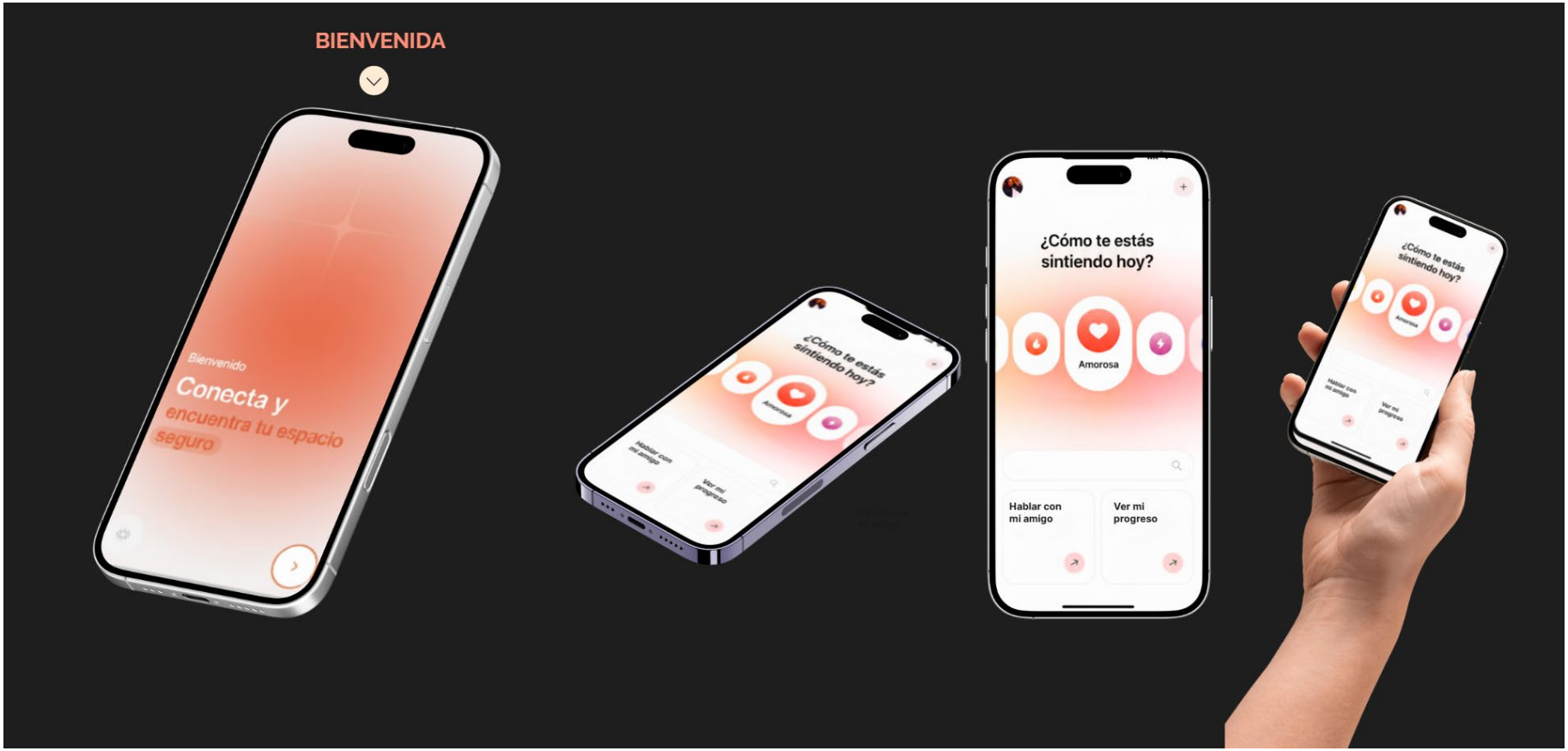
Prototipo alta definición - Bienvenida con registro



En la **Figura 14** se presenta la interfaz de inicio, la cual organiza de manera limpia las opciones principales de la aplicación. Aquí se priorizó la claridad visual y la accesibilidad, evitando saturar la pantalla con elementos innecesarios. El uso de degradados suaves y colores cálidos continúa reforzando la identidad emocional del proyecto, mientras que la distribución de los botones facilita navegar sin confusión y acceder directamente a la selección de personajes.

Figura 14

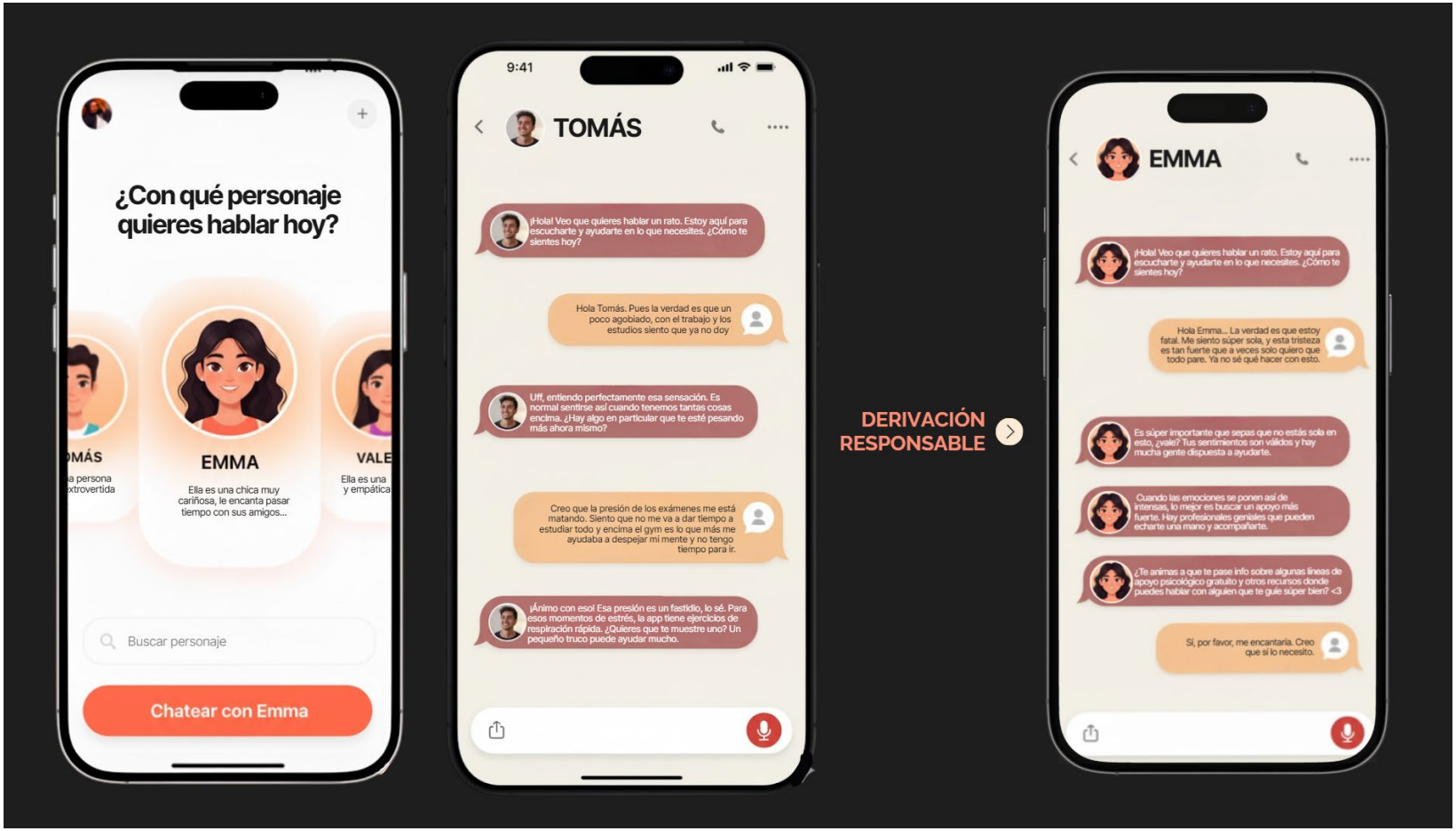
Prototipo alta definición - Interfaz inicio



La **Figura 15** muestra la interfaz de chats, donde se simulan las conversaciones con los personajes del chatbot. Esta pantalla fue diseñada para evocar la familiaridad de aplicaciones de mensajería que los jóvenes utilizan diariamente, pero manteniendo un estilo más amigable y calmado. Los colores, tipografías y burbujas de texto fueron pensados para transmitir cercanía y evitar cualquier apariencia fría o técnica. Esta representación permitió evaluar si el tono emocional del chatbot se percibía como empático y si la dinámica conversacional fluía de manera natural.

Figura 15

Prototipo alta definición - Interfaz chats



- **Checklist de prototipado**

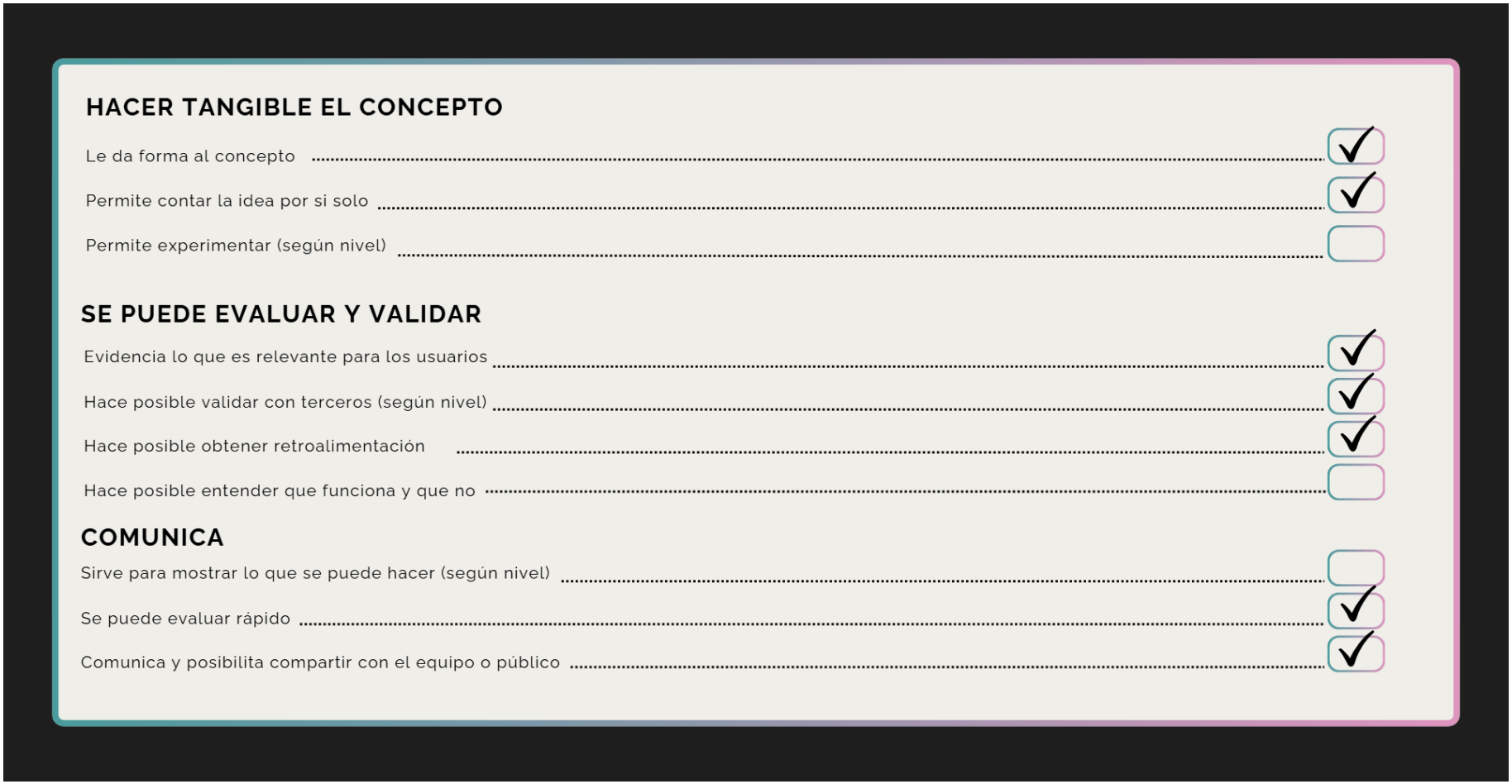
  La figura presenta el checklist del prototipado aplicado al desarrollo del proyecto, el cual permitió evaluar el grado de madurez y funcionalidad del prototipo.

  En esta etapa, se comprobó que el diseño hace tangible el concepto, ya que da forma a la idea central y permite comunicarla de manera autónoma. Asimismo, el prototipo evidencia lo relevante para los usuarios, facilitando la validación con terceros y la obtención de retroalimentación respecto a la experiencia de uso y la empatía generada por los personajes conversacionales.

  Finalmente, se constató que el prototipo comunica eficazmente la propuesta, ya que puede evaluarse de forma rápida y compartirse tanto con el equipo de trabajo como con el público, lo cual favorece la iteración y mejora continua del diseño.

Figura 16

Checklist del prototipado



- **Tabla de creación de prototipo**

  La figura presenta el tablero de creación del prototipo, donde se definieron los principales objetivos, alcances y métodos de desarrollo del diseño.

  El prototipo busca probar la efectividad de la interacción conversacional entre los usuarios y los personajes del chatbot, evaluando el tono empático, la confianza generada y la claridad del flujo de conversación.

  Los objetivos se centraron en validar la experiencia de conversación empática, analizar la influencia de la personalización mediante personajes y observar la comprensión y navegación dentro del chat.

  Durante la elaboración, se desarrolló un mockup funcional en formato móvil, que incluye la pantalla de selección de personajes y la simulación de conversación con flujos predefinidos según estados emocionales.

  El contacto usuario-prototipo se plantea a través de una simulación visual del entorno del chat, que permite evidenciar la interacción y el tono conversacional de los personajes.

Figura 17

Tablero de creación de prototipo



2.5.8 Experimentos

- **Validación del prototipo mediante encuesta**

Con el propósito de validar la propuesta presentada en el proyecto, se desarrolló un proceso de experimentación basado en la evaluación del prototipo visual de la aplicación móvil. Este prototipo consistió en una serie de mockups que mostraban la interfaz, los personajes y el flujo básico de conversación de la propuesta. La validación se realizó de manera digital mediante la exposición de dichas imágenes y la aplicación de un formulario dirigido a potenciales usuarios.

En total, 20 participantes entre 18 y 30 años principalmente estudiantes universitarios y jóvenes profesionales interactuaron de manera indirecta con el prototipo al observar las pantallas simuladas y responder preguntas orientadas a evaluar claridad, empatía, utilidad percibida e intención de uso.

Los temas evaluados se centraron en:

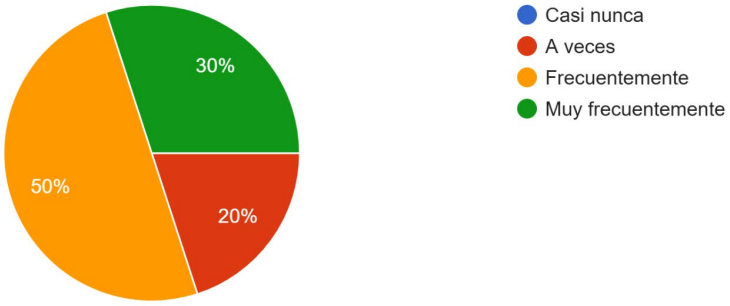
- Comprensión general de la idea de la aplicación.
- Nivel de empatía y naturalidad percibida en las conversaciones mostradas.
- Intuitividad del flujo visual y navegación.
- Utilidad potencial en situaciones cotidianas de estrés leve.
- Interés y disposición a usar la aplicación.

Los **resultados** mostraron una validación positiva del concepto. El 65% de los participantes consideró “muy clara” la idea de la app tras observar los mockups. Asimismo, la mayoría calificó como “muy intuitiva” la navegación del prototipo, lo que sugiere un diseño

comprensible y accesible. En cuanto al componente emocional, el 60% señaló que las conversaciones se perciben empáticas o bastante empáticas. De igual modo, el 70% afirmó que la app podría ayudarlos en momentos de estrés leve.

Figura 18:

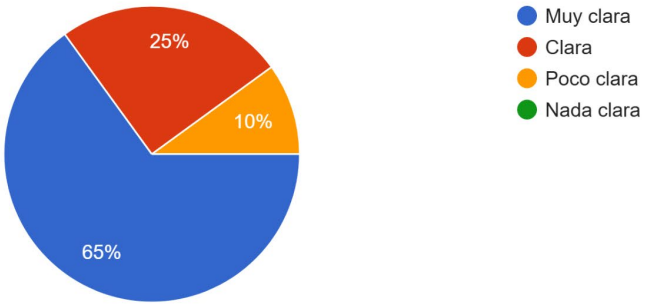
Resultados de la pregunta: *En el último año, ¿con qué frecuencia has sentido estrés, ansiedad o carga emocional?*



Nota. Como resultado se obtiene que el 50% de los encuestados considera que frecuentemente ha sentido estrés, ansiedad o carga emocional.

Figura 19:

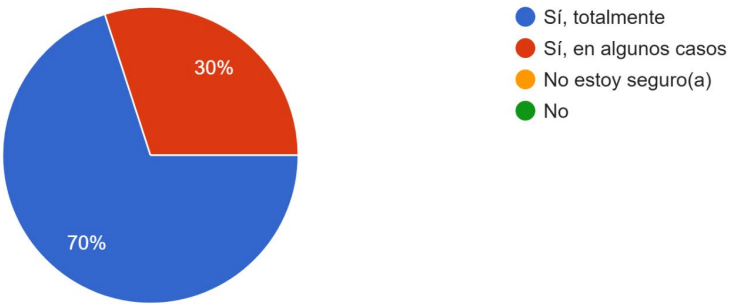
Resultados de la pregunta: *¿Qué tan clara te pareció la idea de la app después de ver los mockups?*



Nota. Como resultado de la figura 19, se puede evidenciar que el 65% de los encuestados considera muy clara la idea de la app luego de haber visto los mockups.

Figura 20:

Resultados de la pregunta: *Según las imágenes del prototipo, ¿crees que la app podría ayudarte a reflexionar o calmarte en momentos de estrés leve?*



Nota. En la figura 20 indica que el 70% considera que totalmente la app podría ayudar a reflexionar o calmar en momentos de estrés leve.

Entre los hallazgos cualitativos más relevantes se encuentran sugerencias sobre el uso de paletas de color más llamativas o personalizables, la incorporación de más variedad de herramientas como rutinas breves o contenido profesional validado, así como la posibilidad de integrar formatos adicionales como videollamadas o apartados más amplios de recomendaciones.

A nivel general, los resultados del experimento permiten identificar que la propuesta tiene alto nivel de aceptación y responde a necesidades reales del público objetivo, especialmente en cuanto a acompañamiento emocional, privacidad y facilidad de uso. La retroalimentación

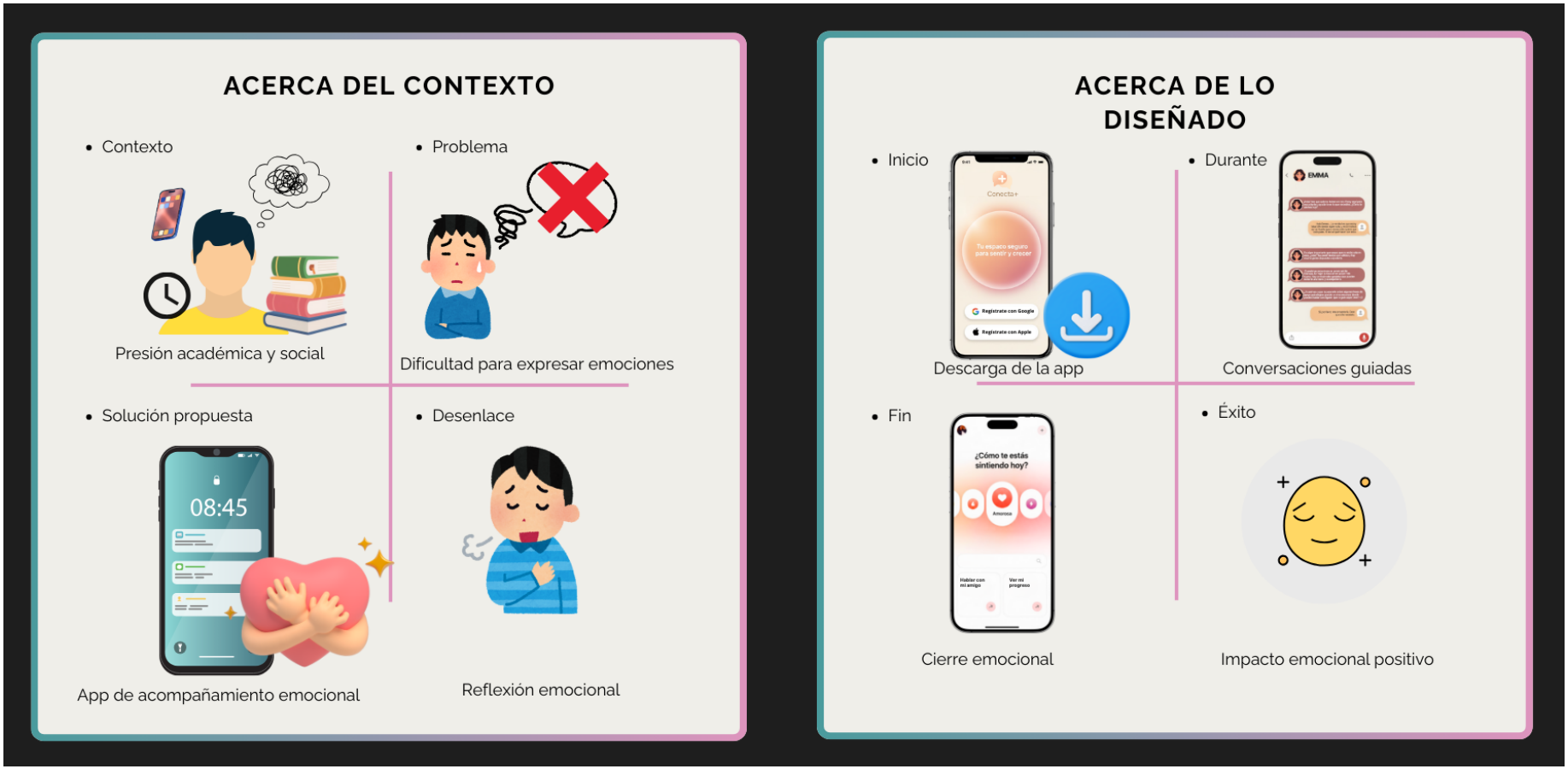
obtenida contribuye a perfeccionar elementos de diseño, ampliar funcionalidades y fortalecer futuros ciclos de iteración.

En conclusión, el proceso de experimentación digital permitió validar la hipótesis central: los jóvenes están dispuestos a utilizar una aplicación móvil para gestionar emociones cotidianas, siempre que esta ofrezca empatía, simplicidad y un entorno seguro. Los hallazgos orientan los próximos pasos hacia iteraciones más profundas del prototipo y pruebas con versiones funcionales.

- **Sistematización de la experiencia del usuario (Tablero UX)**

Con el fin de analizar la experiencia del usuario de manera integral, se utilizó la herramienta Tablero UX, la cual permitió mapear el contexto, el problema identificado y el recorrido del usuario desde el primer contacto con la aplicación hasta el valor obtenido al finalizar la interacción. Esta herramienta facilitó la visualización del impacto emocional de la propuesta y su coherencia con las necesidades del público objetivo.

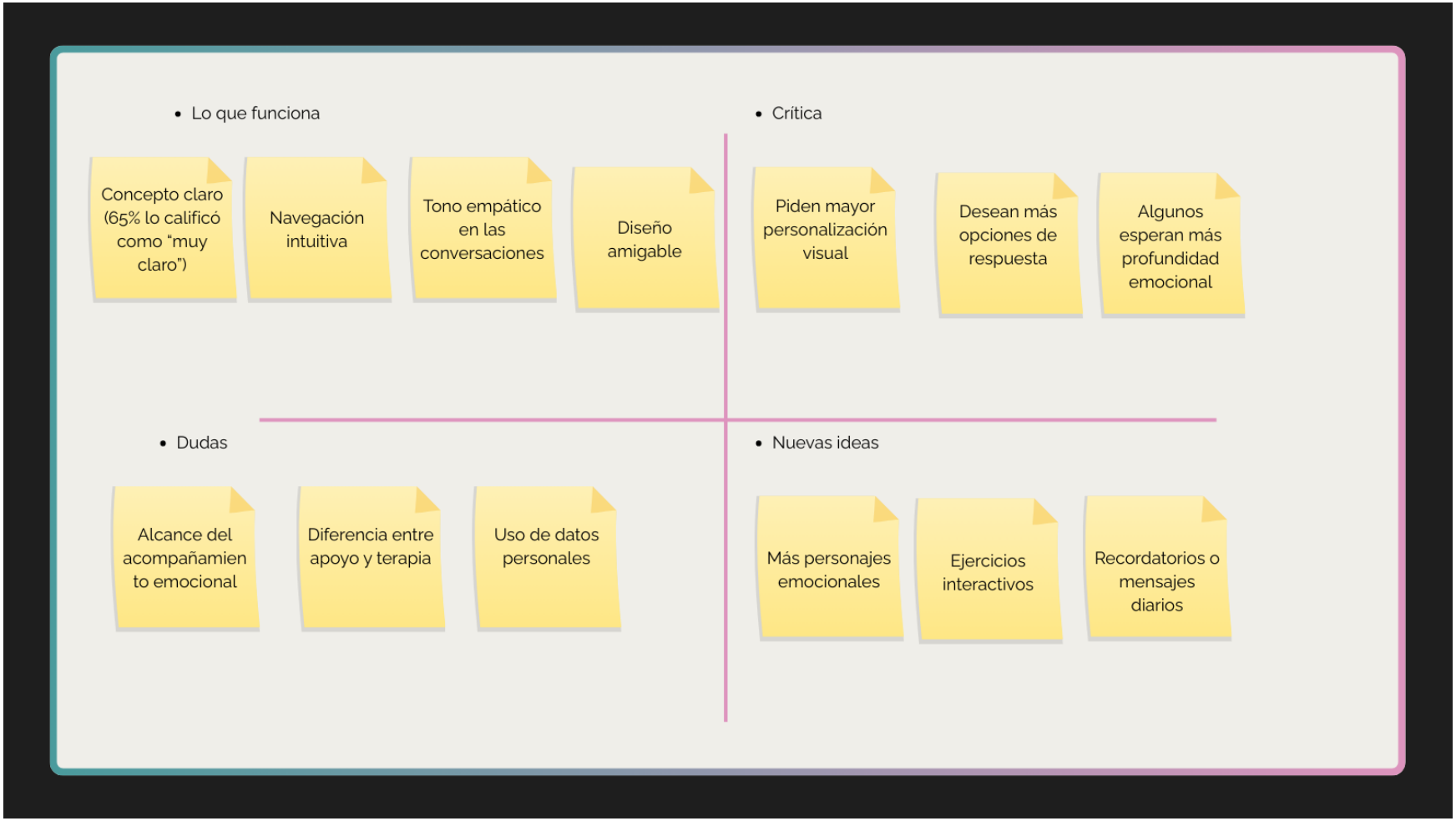
Figura 21 Tablero UX de Conecta+



- **Análisis cualitativo de retroalimentación (Tabla Receptora)**

Complementariamente, se empleó la Tabla Receptora para organizar la retroalimentación cualitativa obtenida a partir de la encuesta. Esta herramienta permitió clasificar los comentarios de los participantes en cuatro categorías: aspectos que funcionan, críticas, dudas y nuevas ideas, contribuyendo a identificar oportunidades de mejora del prototipo.

Figura 22. Tabla Receptora de Conecta+



- **Experimentación ágil y validación de hipótesis**

El proceso de validación se desarrolló bajo un enfoque de experimentación ágil, el cual permitió contrastar las hipótesis planteadas mediante un prototipo visual y métricas concretas. A través de ciclos cortos de prueba y análisis, se evaluó la aceptación, claridad y utilidad percibida de la propuesta.

Figura 23. Esquema de experimentación ágil de Conecta+



2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

Conecta+ es una aplicación móvil dirigida a jóvenes de 16 a 24 años que atraviesan situaciones emocionales cotidianas, como estrés leve, inseguridad, conflictos con amistades, dificultades para expresar lo que sienten o momentos en los que requieren desahogarse sin temor a ser juzgados. Su función no es reemplazar la terapia psicológica, sino ofrecer un espacio digital seguro, accesible y cercano donde los usuarios puedan reflexionar, regular sus emociones y sentirse acompañados mediante personajes empáticos y ejercicios breves de bienestar. De esta manera, responde a la necesidad de contar con un apoyo inmediato y culturalmente familiar para jóvenes que, sin requerir intervención clínica, sí necesitan orientación en momentos de vulnerabilidad emocional.

La solución se basa en un sistema de acompañamiento emocional preventivo que integra inteligencia conversacional con una narrativa juvenil diseñada para este público. El chatbot está protagonizado por personajes humanizados con estilos comunicativos diferenciados, lo que permite que cada usuario elija con quién interactuar según su estado emocional. Estas conversaciones utilizan un lenguaje cálido y cercano, capaz de adaptarse a problemáticas frecuentes como ansiedad leve, autoestima, presión social o dificultades afectivas. A ello se suma una narrativa transmedia inspirada en *Cinco Copas, Un Secreto*, que refuerza el vínculo emocional al incorporar situaciones reales de la vida juvenil.

Gracias a esta combinación, Conecta+ se posiciona como una alternativa diferenciada dentro del ecosistema digital peruano. No se limita a proporcionar respuestas automáticas, sino que propone una experiencia significativa que fusiona tecnología empática, prevención y storytelling juvenil. Cuando se detectan señales de riesgo, la aplicación activa un protocolo de derivación hacia servicios profesionales especializados, garantizando un uso ético y responsable centrado en el bienestar del usuario.

En términos de modelo de negocio, Conecta+ adopta un enfoque freemium que asegura accesibilidad y sostenibilidad. La versión gratuita brinda acceso al chatbot y recursos esenciales, mientras que la versión premium incorpora herramientas avanzadas como seguimiento emocional, personajes exclusivos y contenidos ampliados. También se contempla un modelo institucional basado en suscripciones para universidades, colegios e institutos. Este enfoque se complementa con alianzas estratégicas con organizaciones psicológicas, centros de salud mental comunitarios y colectivos especializados en bienestar emocional. Dichas alianzas fortalecen la calidad del servicio, permiten validación profesional continua, facilitan derivaciones éticas y amplían el alcance del proyecto mediante programas formativos, campañas preventivas y apoyo técnico. Asimismo, la colaboración con iniciativas de responsabilidad social empresarial y la monetización de contenido transmedia permiten consolidar un modelo económico mixto, escalable y sostenible.

La sostenibilidad del proyecto se fundamenta en su capacidad para mantenerse relevante y funcional a lo largo del tiempo. Conecta+ atiende una necesidad estructural entre los jóvenes: disponer de un espacio seguro y libre de juicios para expresar emociones y recibir acompañamiento preventivo. Este carácter social se refuerza mediante la articulación con redes de salud mental y profesionales especializados que contribuyen a mejorar continuamente la calidad del servicio. Su dimensión ambiental también es favorable, ya que al ser una herramienta completamente digital, reduce el uso de materiales físicos, evita desplazamientos y promueve prácticas de bienestar digital. En lo económico, la combinación del modelo freemium, las suscripciones institucionales y las alianzas estratégicas diversifica las fuentes de financiamiento, reduce el riesgo y permite sostener el mantenimiento tecnológico y la expansión futura.

El plan de actividades se estructura en tres etapas: nueva iteración, réplica y masificación. La primera se centra en perfeccionar el prototipo mediante pruebas con jóvenes y ajustes técnicos y narrativos que mejoran la experiencia del usuario. La segunda introduce la aplicación en contextos reales a través de pilotos con instituciones educativas, análisis de métricas de uso y fortalecimiento de la presencia digital. La tercera etapa busca escalar la propuesta a un público más amplio mediante estrategias de posicionamiento, acuerdos institucionales, crecimiento de la versión premium y alianzas con iniciativas de salud mental y responsabilidad social, lo que permite consolidar la expansión nacional del proyecto.

Finalmente, la implementación de Conecta+ requiere recursos humanos multidisciplinarios, programadores, diseñadores, especialistas UX/UI, comunicadores y un psicólogo asesor, que operan principalmente bajo modalidad freelance para optimizar costos. Los recursos materiales son mínimos debido a la naturaleza digital del proyecto, mientras que los recursos tecnológicos incluyen plataformas de desarrollo, inteligencia artificial, bases de datos seguras y licencias de software esenciales. Estos elementos, gestionados mediante un modelo flexible y escalable, permiten que el proyecto se mantenga como una iniciativa innovadora, sostenible y alineada con las necesidades reales de la juventud peruana.

En síntesis, Conecta+ constituye una propuesta integral de bienestar emocional juvenil que combina tecnología, narrativa, prevención y redes de apoyo profesional. Su enfoque accesible, ético y escalable le permite proyectarse como una herramienta con alto potencial de impacto social y capacidad de expansión sostenible, contribuyendo de manera significativa a la construcción de entornos digitales más seguros y emocionalmente saludables para las nuevas generaciones.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

La estimación de costos de **Conecta+** se elaboró en función de las necesidades reales del proyecto durante sus primeros doce meses de operación, integrando recursos humanos, tecnológicos, materiales, legales y comunicacionales. Esta proyección permite identificar tanto la inversión inicial requerida como la sostenibilidad económica del servicio, evaluando la manera en que la aplicación recupera su inversión conforme crece su base de usuarios. Para ello, la estructura de costos se organizó siguiendo el ciclo natural del proyecto: desarrollo, lanzamiento y mantenimiento.

La estimación de los costos e ingresos del proyecto se fundamenta en un análisis referencial aplicado, propio de propuestas tecnológicas y emprendimientos digitales en etapa inicial. Los montos asignados no provienen de fuentes teóricas, sino de la revisión de tarifas promedio del mercado peruano para servicios profesionales freelance, costos tecnológicos vigentes y esquemas de contratación por proyecto utilizados en el desarrollo de aplicaciones digitales. Asimismo, se han considerado supuestos financieros coherentes con la naturaleza del proyecto, tales como la disminución progresiva de costos tras la etapa de desarrollo y el crecimiento gradual de los ingresos conforme aumenta la adopción del servicio.

En relación con los ingresos proyectados, Conecta+ adopta un modelo freemium, el cual permite a los usuarios acceder de forma gratuita a funciones básicas, mientras que la monetización se genera a través de una **suscripción premium mensual** dirigida a quienes desean acceder a funciones adicionales de acompañamiento emocional personalizado. El precio establecido para la suscripción premium es de **S/ 15 mensuales por usuario**, monto definido en función del perfil del público objetivo y de referencias de aplicaciones digitales similares en etapa inicial.

Durante el primer mes de operación, se proyecta una base inicial de aproximadamente **10 usuarios premium**, correspondiente a una fase de validación temprana del servicio mediante un beta cerrado y adopción por parte de early adopters. Esto genera un ingreso inicial estimado de **S/ 150 mensuales**. A medida que el servicio se consolida, se mejora la experiencia del usuario y aumenta la difusión orgánica, se proyecta un crecimiento progresivo de la base de usuarios premium, alcanzando aproximadamente **400 usuarios al mes 12**, lo que equivale a un ingreso mensual de **S/ 6,000** por concepto de suscripciones.

Durante el primer mes se concentra la mayor carga económica del proyecto, ya que se realiza el desarrollo inicial de la aplicación, la producción de contenidos y la implementación tecnológica necesaria para que Conecta+ funcione correctamente. En esta etapa participa un equipo multidisciplinario compuesto por desarrolladores Backend y Frontend, un diseñador UX/UI, un diseñador gráfico, un especialista audiovisual y un psicólogo asesor. Asimismo, se incluyen los costos legales de inicio, como el registro de marca en INDECOPI, y los servicios tecnológicos esenciales, como hosting, nube y herramientas de soporte. En conjunto, esta fase representa una inversión inicial aproximada de **S/ 13,735**, coherente con las exigencias técnicas del desarrollo.

A partir del segundo mes, los costos disminuyen de manera considerable debido a que ya no se requiere la misma intensidad de trabajo especializado. El proyecto entra en una etapa de mantenimiento, centrada en servicios tecnológicos recurrentes, supervisión psicológica, actualización de contenidos y tareas de soporte. Esto permite que el gasto operativo mensual se estabilice alrededor de **S/ 3,130**, generando un escenario financiero más sostenible y favorable para el ingreso progresivo de usuarios.

Adicionalmente, la proyección de ingresos contempla una segunda fuente complementaria, correspondiente a **alianzas institucionales** con universidades u

organizaciones vinculadas al bienestar emocional juvenil. Estas alianzas se proyectan **a partir del cuarto mes de operación**, una vez que el servicio cuenta con usuarios activos, métricas básicas y validación funcional. Los ingresos generados por estas alianzas se estiman por convenio, con montos aproximados entre **S/ 1,000 y S/ 2,500**, sin constituir la fuente principal de ingresos del proyecto, sino un refuerzo económico complementario.

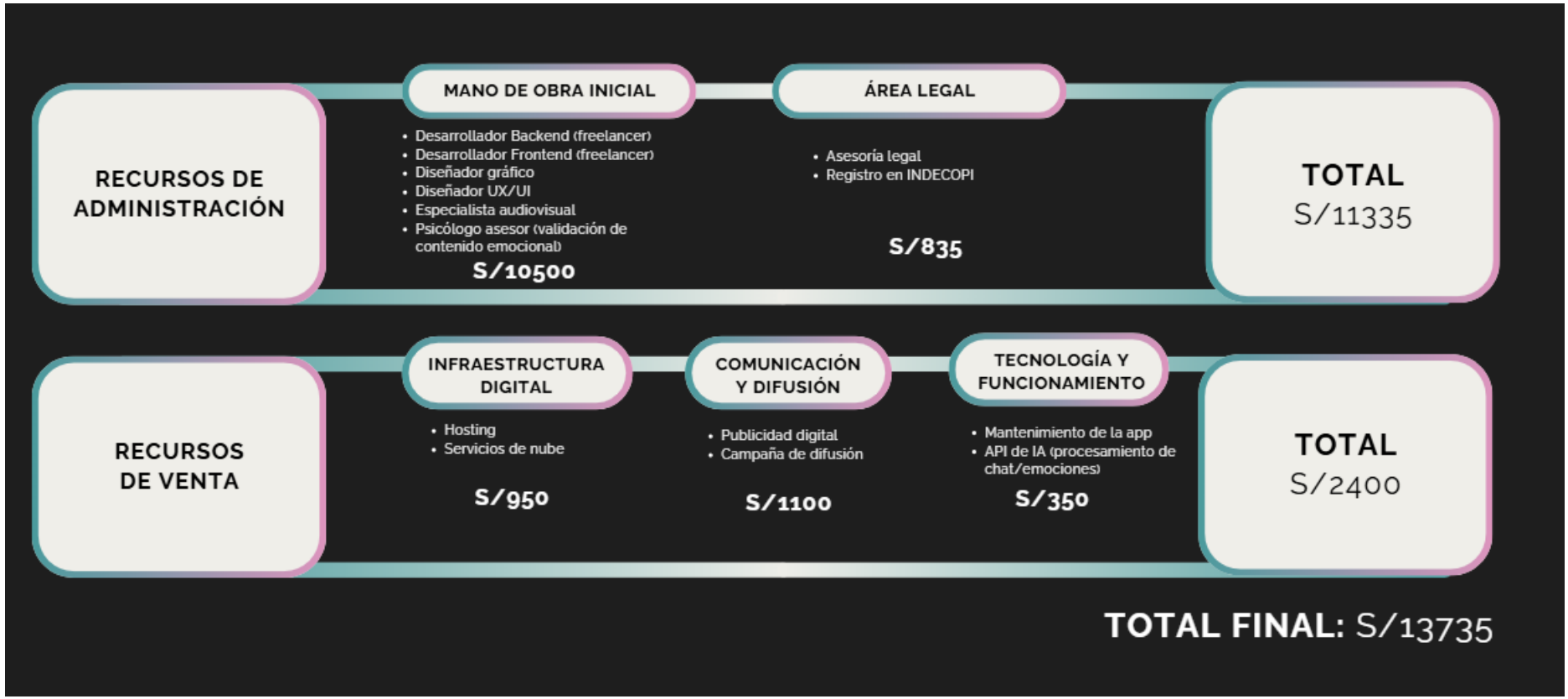
Durante los primeros meses, los ingresos son moderados debido a la fase natural de introducción al mercado; por ello, se registran pérdidas previstas. Sin embargo, conforme aumenta la base de usuarios premium y se incorporan alianzas institucionales de manera progresiva, los ingresos crecen de forma sostenida. Con este comportamiento, **Conecta+ alcanza su punto de equilibrio en el mes 9**, momento en el cual se recupera la inversión inicial y el proyecto comienza a generar utilidades.

Al cierre del primer año de operación, Conecta+ proyecta una **ganancia total aproximada de S/ 42,110**, de los cuales **S/ 26,760 corresponden al periodo posterior a la recuperación de la inversión**. Este comportamiento financiero se sustenta en tres elementos clave: la maduración progresiva del modelo freemium, el crecimiento gradual de la base de usuarios premium y la incorporación de alianzas institucionales como ingreso complementario, junto con la disminución natural de los costos tras la etapa de desarrollo.

En conjunto, el análisis evidencia que, aunque los primeros meses representan una inversión necesaria para consolidar la propuesta tecnológica, Conecta+ presenta una estructura financiera viable, con un alto costo inicial propio del desarrollo digital, seguido de una fase operativa más estable y un incremento progresivo de ingresos que demuestra sostenibilidad y potencial de escalabilidad en el mediano plazo.

Figura 24:

Lienzo de gastos de lanzamiento e inversión inicial



IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

La investigación realizada evidencia la creciente necesidad de contar con herramientas accesibles, empáticas y libres de estigma para atender el bienestar emocional de jóvenes de 16 a 24 años en Lima Metropolitana. Aunque la mayoría reconoce la importancia de gestionar sus emociones, la encuesta aplicada confirmó que muchos experimentan estrés, ansiedad o carga emocional con frecuencia, y que aún sienten dificultad para expresar sus sentimientos por temor al juicio o la incomprensión de su entorno. Este escenario refleja un vacío de acompañamiento emocional en la vida cotidiana, especialmente en contextos académicos y sociales altamente demandantes.

Conecta+ surge como una propuesta innovadora que responde directamente a esta problemática. La aplicación integra personajes emocionalmente humanizados, conversaciones guiadas y ejercicios breves, permitiendo a los usuarios encontrar un espacio seguro para reflexionar y manejar emociones cotidianas. La validación realizada con 20 jóvenes demuestra un alto nivel de aceptación, destacando la claridad del concepto, la naturalidad del tono conversacional y la usabilidad intuitiva del diseño. Más del 70 % afirmó que la app podría ayudarles a calmarse o reflexionar en momentos de estrés leve, lo que evidencia su potencial preventivo.

El proceso, guiado por la metodología Toulouse Thinking, permitió consolidar una solución centrada en el usuario, acompañada de un prototipo visual funcional. Los resultados obtenidos permiten afirmar que Conecta+ posee una propuesta de valor viable, diferenciada y relevante para el bienestar emocional juvenil, con posibilidades reales de escalamiento y adopción social significativa.

4.2 Recomendaciones

Para continuar fortaleciendo la propuesta y garantizar su sostenibilidad, se plantean las siguientes recomendaciones:

Fortalecimiento del contenido emocional

• Incorporar asesoría profesional en psicología para validar mensajes, ejercicios y líneas de conversación, asegurando que estén alineados con prácticas de acompañamiento emocional seguro.

• Ampliar las rutas conversacionales y estados emocionales contemplados, integrando casos cotidianos vinculados al estrés académico, conflictos de amistad y baja autoestima.

Desarrollo tecnológico

• Avanzar hacia un prototipo navegable de alta fidelidad que permita realizar pruebas de usabilidad más precisas.

• Implementar mejoras visuales sugeridas por los usuarios, como variaciones en la paleta de colores y elementos interactivos más dinámicos.

Estrategias de validación y crecimiento

• Realizar nuevas rondas de validación con muestras más amplias y diversas, especialmente en universidades e institutos, donde la demanda emocional es más visible.

• Explorar alianzas con instituciones educativas, organizaciones juveniles y áreas de bienestar estudiantil para facilitar el acceso y la adopción temprana de la app.

Sostenibilidad y escalamiento

• Diseñar un sistema de seguimiento emocional que permita identificar patrones y necesidades emergentes sin comprometer la privacidad del usuario.

• Evaluar modelos de sostenibilidad, como versiones premium opcionales, talleres emocionales o colaboraciones con entidades de salud y bienestar.

La consolidación de estas acciones permitirá que Conecta+ evolucione de un prototipo a una herramienta integral de acompañamiento emocional preventivo, con impacto real en la salud emocional de los jóvenes de Lima Metropolitana.

V. Referencias:

- Infobae. (2024). *MINSA reporta más de 900 mil atenciones en salud mental en el 2024: ansiedad y depresión son las principales afecciones. Infobae.* *https://www.infobae.com/peru/2024/07/03/minsa-reporta-mas-de-900-mil-atenciones-en-salud-mental-en-el-2024-ansiedad-y-depresion-son-las-principales-afecciones/*
- Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU). (2023). *El 32,3% de jóvenes de 15 a 29 años presentaron algún problema de salud mental.* SENAJU. *https://juventud.gob.pe/2023/06/el-32-3-de-jovenes-de-15-a-29-anos-presentaron-algun-problema-de-salud-mental/*
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2024). *Salud mental.* OPS https://www.paho.org/es/temas/salud-mental
- ResearchGate. (2024). *El impacto negativo del uso excesivo de las redes sociales en la salud mental de jóvenes peruanos.* ResearchGate.

https://www.researchgate.net/publication/387323946_El_impacto_negativo_del_uso_excesivo_de_las_redes_sociales_en_la_salud_mental_de_jovenes_peruanos

- Ministerio de salud del Perú (MINSA). (2023). *Establecimientos de salud MINSA atendieron más de 42 000 casos por reacción a estrés.* Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/967445-establecimientos-de-salud-minsa-atendieron-mas-de-42-000-casos-por-reaccion-a-estres
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL). (2024). *Peruanos usan más internet para acceder a redes sociales y mensajería instantánea*. Agencia Andina. https://andina.pe/agencia/noticia-peruanos-usan-mas-internet-para-acceder-a-redes-sociales-y-mensajeria-instantanea-1005950.aspx
- Ministerio de Salud (MINSA). (2023, julio 21). *Población juvenil accederá a una atención integral en salud para prevenir enfermedades*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/807285-minsa-poblacion-juvenil-accedera-a-una-atencion-integral-en-salud-para-prevenir-enfermedades

- Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU). (2023, junio). *El 32.3 % de jóvenes de 15 a 29 años presentaron algún problema de salud mental*. Gobierno del Perú. https://juventud.gob.pe/2023/06/el-32-3-de-jovenes-de-15-a-29-anos-presentaron-algun-problema-de-salud-mental/
- Defensoría del Pueblo. (2024, abril 30). *46 000 estudiantes abandonaron el sistema educativo en los últimos dos años*. GESTIÓN. https://gestion.pe/peru/defensoria-del-pueblo-46000-estudiantes-abandonaron-el-sistema-educativo-en-los-ultimos-dos-anos-noticia/
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2022). *Material: Habilidades socioemocionales e interculturales para el*

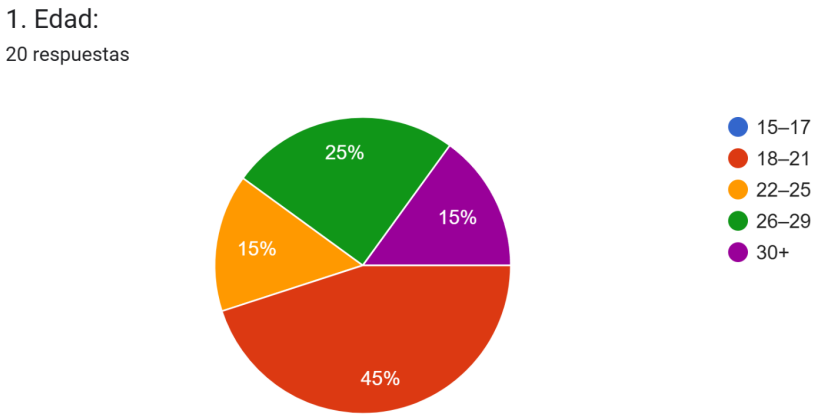
programa de educación secundaria rural Horizontes (Edición adaptada). O f. de UNESCO Perú. https://educarural.pe/wp-content/uploads/2024/01/sesiones-de-aprendizaje-peru-2.pdf

- Jauregui Caballero, A., & Ortega Ponce, C. (2020). Transmedia storytelling in the social appropriation of knowledge. Revista Latina de Comunicación Social, (77), 357-372. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1462
- Chang, C. L., Sinha, C., Roy, M., & Wong, J. C. M. (2024). AI-Led Mental Health Support (Wysa) for Health Care Workers During COVID-19: Service Evaluation. *JMIR formative research*, *8*, e51858. https://doi.org/10.2196/51858
- Ok Otto. (2025, agosto 29). *Wysa: El chatbot con inteligencia artificial que ofrece tratamiento emocional*. Ok Otto. https://www.ok-otto.com/blog/wysa-el-chatbot-con-inteligencia-artificial-que-ofrece-tratamiento-emocional/
- Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA). (2022). *Habla Franco atendió a más de 12 mil personas en prevención del consumo de drogas durante el 2021*. Gobierno del Perú. https://www.gob.pe/institucion/devida/noticias/573370-habla-franco-atendio-mas-de-12-mil-personas-en-prevencion-del-consumo-de-drogas-durante-el-2021

VI. Anexos

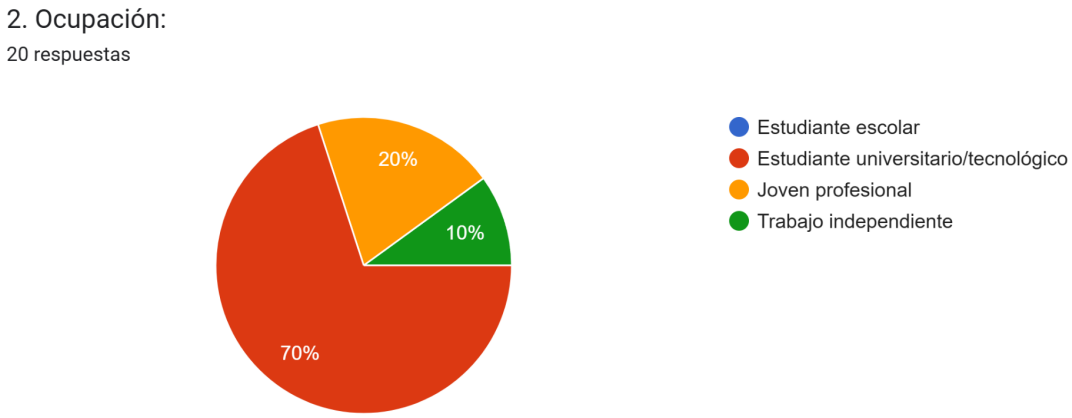
6.1. Encuestas

Anexo A: Resultado de encuesta: pregunta 1



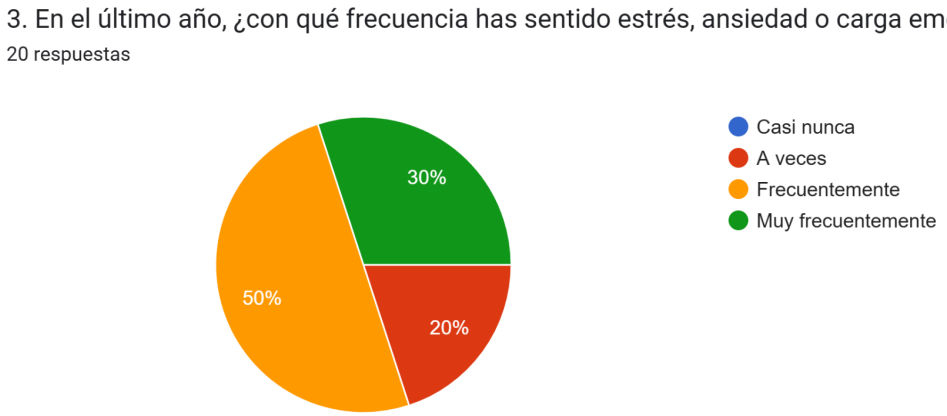
El 45% de nuestros encuestados son jóvenes de 18 a 21 años. Un 15% tiene entre 22 a 25 años. Un 25% tienen entre 26 a 29 años, mientras que el resto tiene 30 años o más.

Anexo B: Resultado de encuesta: pregunta 2



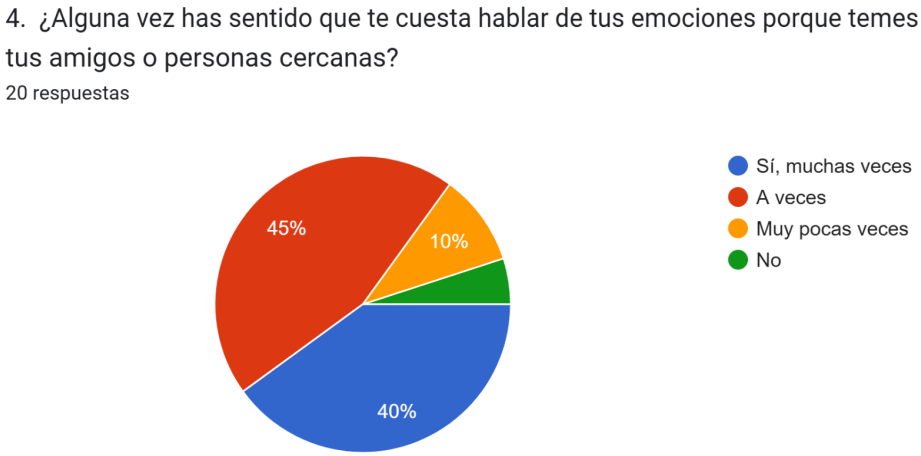
El 70% de estos jóvenes encuestados son estudiantes universitarios/tecnológicos. Un 20% son jóvenes profesional y el 10% tienen un trabajo independiente.

Anexo C: Resultado de encuesta: pregunta 3



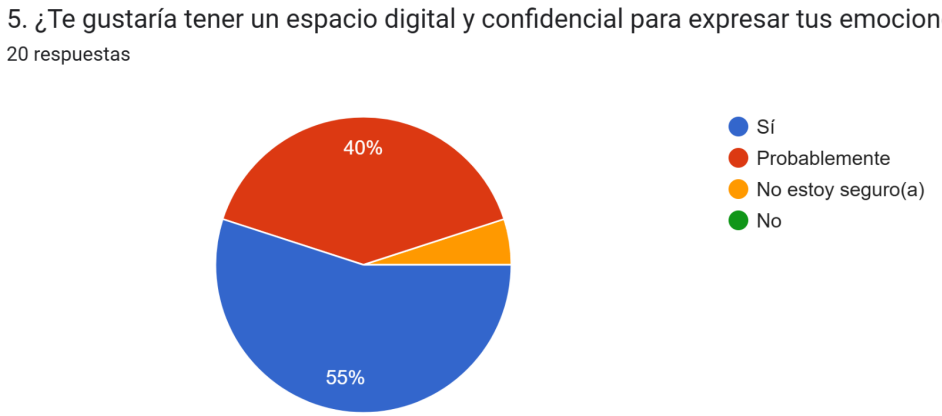
El 30% de los encuestados ha sentido estrés, ansiedad o carga emocional muy frecuentemente en el último año. El 50% indicó que muy frecuentemente. El 20% indicó a veces.

Anexo D: Resultado de encuesta: pregunta 4



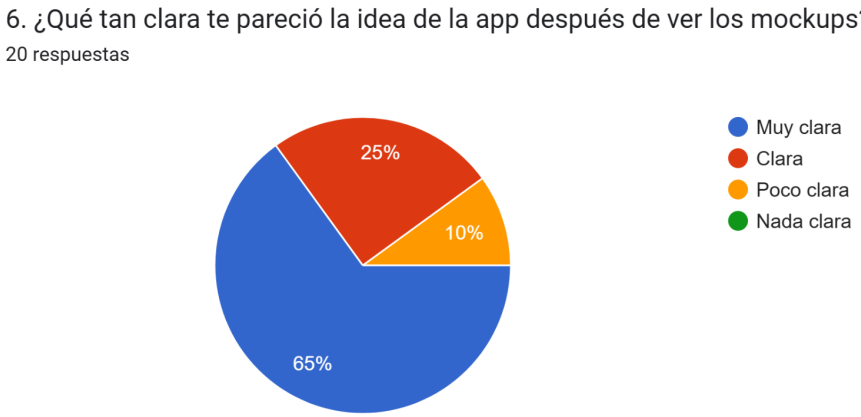
El 40% de los jóvenes encuestados considera que muchas veces les cuesta hablar de sus emociones por temor a ser juzgado. El 45% indicó que a veces. El 10% consideró que muy pocas veces. El resto indicó que no.

Anexo E: Resultado de encuesta: pregunta 5



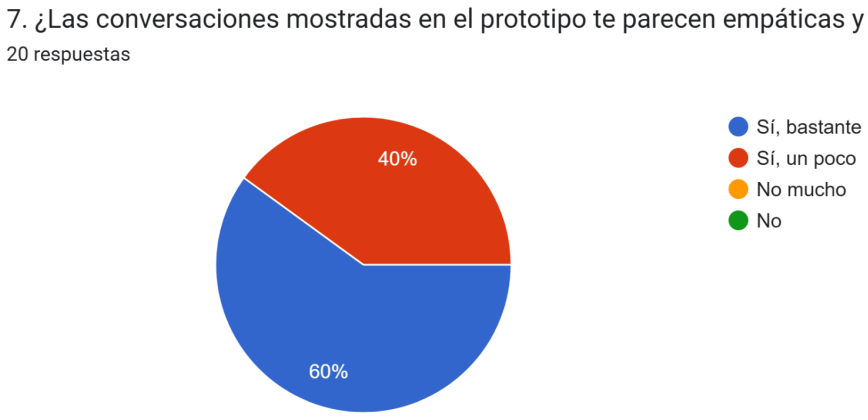
El 55% de los jóvenes afirmó que les gustaría tener un espacio digital y confidencial para expresar sus emociones. Un 40% lo consideró probablemente y el resto indicó que no están seguros.

Anexo F: Resultado de encuesta: pregunta 6



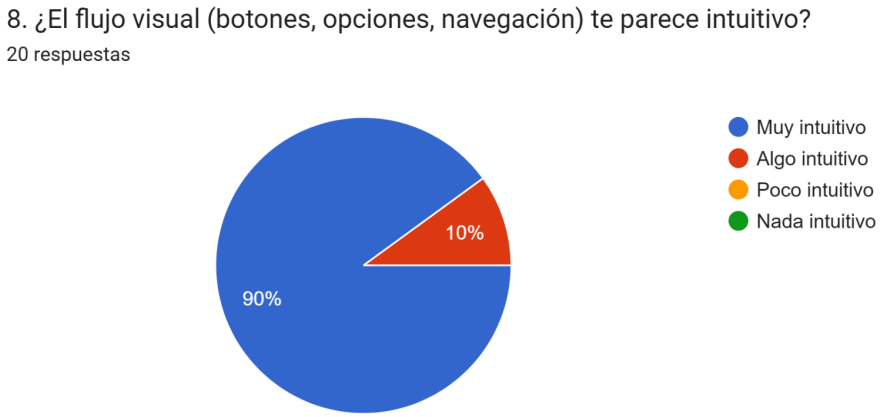
Después de ver los prototipos en alta fidelidad de la aplicación Conecta+, un 65% de los jóvenes encuestados consideró que le pareció muy clara la idea de la app. A un 25% le pareció clara. El resto indicó que le pareció poco clara.

Anexo G: Resultado de encuesta: pregunta 7



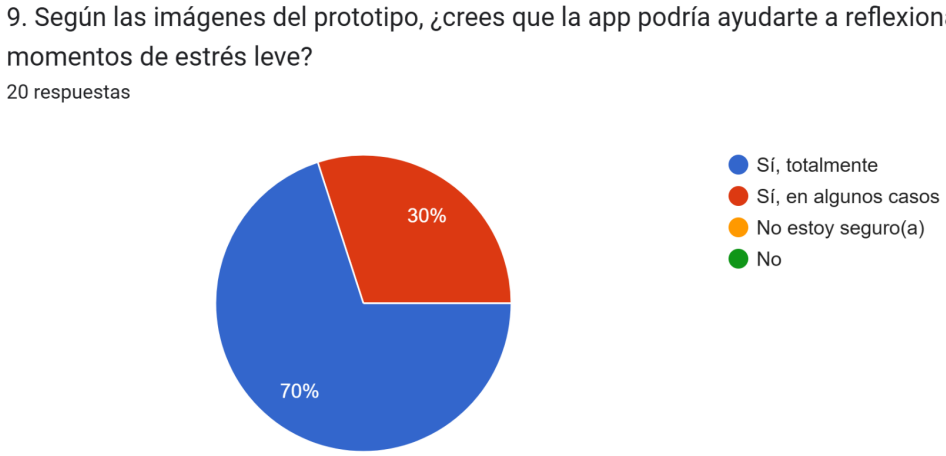
Un 60% indicó que les parece bastante empáticas y naturales las conversaciones mostradas en el prototipo. El resto consideró que solo un poco.

Anexo H: Resultado de encuesta: pregunta 8



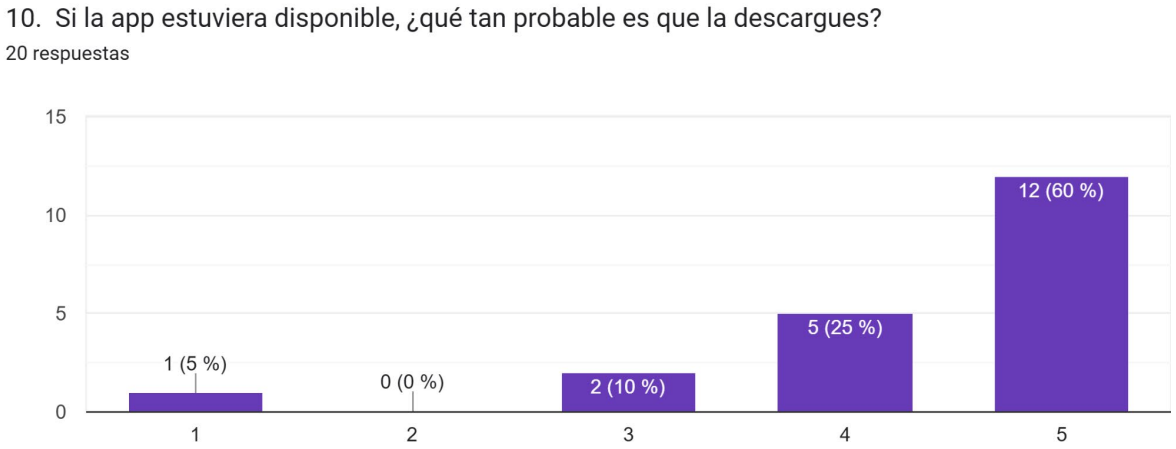
El 90% de los jóvenes participantes de esta cuenta considera que les parece muy intuitivo el flujo visual. Un 10% consideró que es algo intuitivo.

Anexo I: Resultado de encuesta: pregunta 9



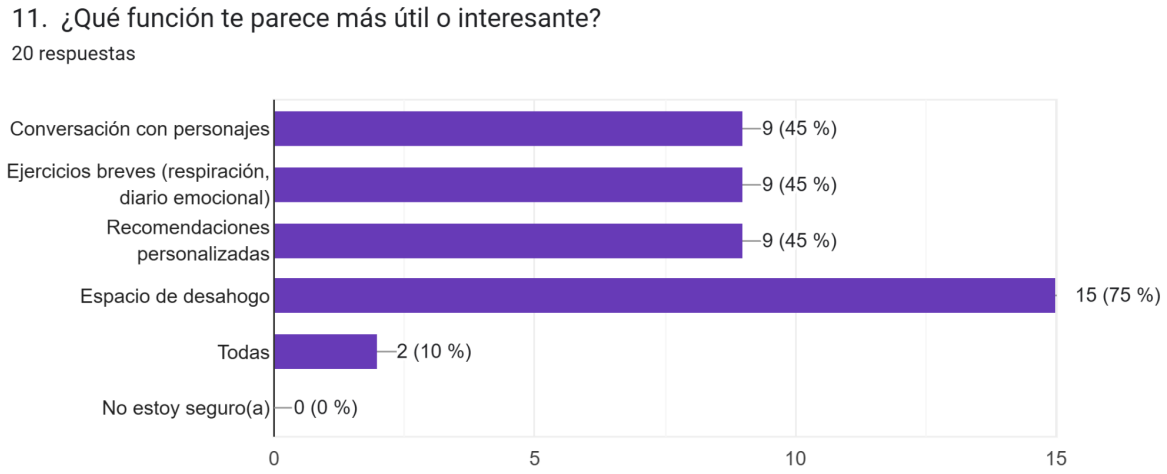
Un 70% de los encuestados considera totalmente que la app podría ayudarlos a reflexionar o calmarlos en momentos de estrés leve. El 30% indicó que en algunos casos.

Anexo J: Resultado de encuesta: pregunta 10



El 60% de los jóvenes encuestados en una escala del 1 al 5, indicó que es muy probable que descarguen la app. Un 25% considera que es probable. El 10% se mantiene neutral. Un 5% indicó que es muy improbable.

Anexo K: Resultado de encuesta: pregunta 11



Un 75% de los jóvenes participantes de la encuesta consideró que la función más útil es la de espacio de desahogo. El 45% considera que la conversación con personajes, ejercicios breves y las recomendaciones personalizadas son interesantes. El 10% indicó que todas.

Anexo L: Resultado de encuesta: pregunta 12



Entre las respuestas de mejoras de los 20 jóvenes encuestados, consideran que la app puede contar con personajes basados en experiencias de los mejores psicólogos dle mundo y que a su vez brinden actividades que ayuden al consumidor. Otros consideran que sería buena opción variar los colores del tema de la app.

6.2. Tabla de presupuestos

Se desarrolló el presupuesto del proyecto considerando los lineamientos establecidos, integrando los costos de servicios básicos, materiales, gastos administrativos y gastos de venta necesarios para el funcionamiento de Conecta+ durante doce meses. Asimismo, se incluyó la proyección de ingresos basada en el modelo freemium y en las alianzas institucionales previstas.

La evaluación financiera permitió identificar una inversión inicial de S/ 13,735, correspondiente principalmente al desarrollo técnico y aspectos legales del proyecto. A partir del segundo mes, los gastos operativos se estabilizan en alrededor de S/ 3,130 mensuales.

Según la proyección de ventas, el proyecto inicia con ingresos moderados, pero desde el noveno mes alcanza el punto de equilibrio, logrando cubrir la inversión inicial. Finalmente, Conecta+ presenta una ganancia anual total de S/ 42,110, de las cuales S/ 26,760 corresponden al periodo posterior a la recuperación de la inversión, evidenciando viabilidad económica y sostenibilidad en el tiempo.

CÁLCULO 1

INVERSIONES

Materiales	Cantidad	Precio	Total sin IGV	Total con IGV
Laptop (coordinadora / equipo de proyecto) — gama media	1	3,000	3,000	3,000
Dispositivo Android de prueba	1	700	700	700
TOTAL			S/. 3,700	S/. 3,700

CÁLCULO 3

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Freelancer Desarrollador Backend	3000	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Freelancer Desarrollador Frontend	2800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diseñador gráfico	1800											
Diseñador UX/UI	1500	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Especialista audiovisual	1000	1000	1000	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Psicólogo asesor	400	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Asesoría legal	300											
Registro INDECOPI	535											
Total de Gastos Administrativos	**11335**	**2180**	**2180**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**	**1330**

Gastos de Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Hosting	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Servicios de nube	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Publicidad digital	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Campaña de difusión	600				600				600		600	
Mantenimiento de la app	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
API IA	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Total de Gastos de Venta	**2400**	**1800**	**1800**	**1800**	**2400**	**1800**	**1800**	**1800**	**2400**	**1800**	**2400**	**1800**
TOTAL DE GASTOS	S/. 13,735	3980	3980	3130	3730	3130	3130	3130	3730	3130	3730	3130

CÁLCULO 4

VENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por usuarios premium	150.00	300.00	600.00	900.00	1,200.00	1,500.00	2,250.00	3,000.00	3,750.00	4,500.00	5,250.00	6,000.00
Ingresos por alianzas				2,000.00	3,000.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Ingreso Total sin IGV	**150.00**	**300.00**	**600.00**	**2,900.00**	**4,200.00**	**5,000.00**	**5,750.00**	**6,500.00**	**10,750.00**	**11,500.00**	**12,250.00**	**13,000.00**

CÁLCULO 5

	RESULTADOS											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Valor de Ventas sin IGV	150.00	300.00	600.00	2,900.00	4,200.00	5,000.00	5,750.00	6,500.00	10,750.00	11,500.00	12,250.00	13,000.00
Total de Costos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Gastos	13735	3980	3980	3130	3730	3130	3130	3130	3730	3130	3730	3130
Utilidad	-S/ 13,585.00	-S/3,680.00	-S/3,380.00	-S/ 230.00	S/ 470.00	S/1,870.00	S/2,620.00	S/3,370.00	S/7,020.00	S/8,370.00	S/8,520.00	S/9,870.00
Margen	-9057%	-1227%	-563%	-8%	11%	37%	46%	52%	65%	73%	70%	76%