



**Universidad de Palermo**

**Magister en Dirección de Empresas**

**Trabajo Final de Maestría para optar al grado de Máster  
de la Universidad de Palermo en Dirección de  
Empresas**

***PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA  
APLICACIÓN DE SERVICIOS DE ASESORAMIENTO Y  
ORIENTACIÓN A PADRES CON HIJOS CON PROBLEMAS DE  
SALUD MENTAL, EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.***

**Tesista: Lic. Federico Mingote**

**e-mail: [fedemingote@gmail.com](mailto:fedemingote@gmail.com) - WhatsApp: +54 9 11 33 5024 12**

**Perfil de LinkedIn: [www.linkedin.com/in/federicomingote](http://www.linkedin.com/in/federicomingote)**

**Legajo: 45970**

**Director de Tesis: Mg. Roxana Celle**

**14 de agosto de 2023 - Buenos Aires, Argentina**

## AGRADECIMIENTOS

Al amor compartido de quienes transitan este lindo camino de la vida a mi lado: mi mamá, mi papá, mis abuelos y mi tío *-que me indican el camino desde arriba, iluminándome con sus luces-* mis hermanos de la vida: Diego, Maru, Sol, Santi, Debo y Jere. A Phoebe, que me hace ser una mejor persona.

Al amor de mi vida,

## RESUMEN

El objetivo principal de este proyecto consistió en evaluar la factibilidad de un Plan de Negocios para el desarrollo de una aplicación que brinda Servicios de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos -o algún otro miembro de su grupo familiar- con problemas emocionales *-ya sea que estén diagnosticados con un trastorno mental o simplemente padezcan algún tipo de malestar psíquico-* mediante el uso de una aplicación móvil con profesionales competentes en el campo de la Salud Mental, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Se utilizó una metodología con enfoque cuali-cuantitativo para la obtención de datos, con el posterior análisis riguroso de los mismos, mediante el uso de encuestas y entrevistas en profundidad. Los resultados obtenidos muestran un marcado interés de las familias en querer asesorarse con un profesional competente mediante una aplicación móvil. Las familias consideran conveniente y útil una aplicación que pueda atender sus necesidades, ya que son un segmento de la población que está desatendido. Por su parte, los profesionales de la salud mental también consideran pertinente el lanzamiento al mercado de esta aplicación y afirman que estarían dispuestos a formar parte de la misma, ya que generaría visibilidad y aumentaría su cartera de pacientes.

Complementariamente, se llevaron a cabo análisis estratégicos como FODA, PESTL y las 5 Fuerzas Competitivas de Porter para la evaluación del entorno. Los resultados de las encuestas, las entrevistas en profundidad y los análisis estratégicos pueden visualizarse en los apartados correspondientes.

Dados los análisis económicos y financieros, la investigación de mercado y el riguroso análisis del entorno, se puede inferir que la puesta en marcha de una aplicación de Servicios de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos -o *algún otro miembro del grupo familiar con problemas de salud mental-* en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, es factible y económicamente sustentable. Con esto, se da luz verde a la hipótesis que impulsó el deseo de realizar este plan de negocios para la obtención del título de Magister en Dirección de Empresas de la Universidad de Palermo.

## INDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
Justificación.....	9
Pregunta de Investigación.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivo Específico.....	10
Hipótesis.....	11
<b>Diseño Metodológico.....</b>	<b>11</b>
Entrevistas en Profundidad semi dirigida.....	12
Encuestas.....	12
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>14</b>
Plan de negocios.....	14
Matriz FODA.....	16
Las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	20
Análisis PESTEL.....	22
Business Model CANVAS.....	23
Marketing Digital.....	24
La Salud Mental en la Era Digital.....	27
<b>Análisis Estratégico.....</b>	<b>40</b>
Matriz FODA.....	40
Análisis PESTEL.....	41
Las 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	43
Canvas.....	46
<b>Investigación de Mercado.....</b>	<b>47</b>
Encuesta sobre Asesoramiento y Orientación a Familias.....	47
Encuesta a Profesionales de la Salud Mental .....	56
1° Entrevista en Profundidad a Psicólogo Clínico.....	67
2° Entrevista en Profundidad a Psicóloga Clínica.....	71
3° Entrevista en Profundidad a Familias.....	74
4° Entrevista en Profundidad a Familias.....	78
<b>Desarrollo de la Plataforma.....</b>	<b>83</b>
Misión de la Plataforma.....	83
Visión de la Plataforma.....	83

Valores.....	83
Estructura.....	83
Marco de Análisis hacia una Transformación Digital: Being Digital...	84
Going Digital: Comprensión del Cliente: CRM.....	85
Crecimiento de Ventas.....	85
Nuevos Modelos de Negocios.....	85
Freemium.....	86
Modelo de Monetización.....	86
<b>Plan Económico Financiero.....</b>	<b>88</b>
Estimación de la Demanda.....	88
Fases del Proyecto.....	88
Parámetros del Negocio.....	93
Estado de Resultados Proyectado.....	94
Free Cash Flow y Principales Indicadores Financieros.....	96
Principales KPI.....	96
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>98</b>
Conclusiones.....	98
Recomendaciones.....	99
<b>Bibliografía.....</b>	<b>101</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>105</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Prevalencia Estimada y Número de Niños, Niñas y Adolescentes de 10 a 19 años con Trastornos Mentales en América Latina y el Caribe.....	30
Tabla 2: Porcentaje estimado de la prevalencia de los trastornos mentales de niños, niñas y adolescentes entre 10 y 19 años en América Latina y el Caribe.....	32
Tabla 3: Estimaciones de los Trastornos Mentales Claves entre los Adolescentes de América Latina y el Caribe.....	33
Tabla 4: Déficit de Acceso de los Bienes y Servicios de Salud.....	36
Tabla 5: Porcentaje de Personas que necesitaron Asistencia Médica o Medicamentos en los últimos 3 Meses y no Accesieron por falta de Dinero o Transporte.....	38
Tabla 6: Set Up del Negocio.....	88
Tabla 7: Estructura Proyectada para el año 1.....	89
Tabla 8: Estructura Proyectada para el año 2.....	90
Tabla 9: Estructura Proyectada para el año 3.....	90
Tabla 10: Estructura Proyectada para el año 4.....	91
Tabla 11: Estructura Proyectada para el año 5.....	92
Tabla 12: Parámetros del Negocio.....	93
Tabla 13: Estado de Resultados Proyectado.....	94
Tabla 14: Free Cash Flow y Principales Indicadores Financieros.....	95

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género .....	48
Gráfico 2: Edad.....	48
Gráfico 3: Hijos.....	49
Gráfico 4: Hijos o Familiares con Malestar Emocional.....	49
Gráfico 5: Tipo de Malestar Emocional.....	50
Gráfico 6: Conocimiento Actual de Aplicaciones de Salud Mental.....	51
Gráfico 7: Uso de la Aplicación.....	51
Gráfico 8: Utilidad.....	52
Gráfico 9: Necesidad de una Aplicación de Asesoramiento en Salud Mental...	53
Gráfico 10: Tipo de Modalidad.....	53
Gráfico 11: Nivel de Estudio del Profesional de la Aplicación.....	54
Gráfico 12: ¿Usarías esta Aplicación?.....	55
Gráfico 13: ¿La recomendarías?.....	55
Gráfico 14: Género del Profesional de la Salud Mental.....	56
Gráfico 15: Edad del Profesional de la Salud Mental.....	57
Gráfico 16: Carrera de Grado del Profesional de la Salud Mental.....	57
Gráfico 17: Estudios de Posgrados del Profesional.....	58
Gráfico 18: Tipo de Estudio de Posgrado.....	58
Gráfico 19: Posgrados Finalizados.....	59
Gráfico 20: Título de Posgrado.....	59
Gráfico 21: Modelo Teórico.....	61
Gráfico 22: Conocimiento del Uso de la Aplicación en Salud Mental.....	61
Gráfico 23: Brindar Servicio Profesional.....	62
Gráfico 24: Practicidad.....	62
Gráfico 25: Conveniente y necesaria el lanzamiento de la Aplicación.....	63
Gráfico 26: Conocimiento actual.....	64
Gráfico 27: Brindar el Servicio mediante la Aplicación.....	64
Gráfico 28: Aspiración a futuro de ampliar portfolio de servicios.....	65
Gráfico 29: Modalidad de Atención.....	66
Gráfico 30: Psicoeducación.....	66

## 1. INTRODUCCIÓN

Se comenzará a realizar el siguiente Trabajo Final de Maestría con el objetivo de desarrollar un plan de negocios para una aplicación que brinde Servicios de Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos – o *algún otro miembro de su familia*- con Problemas de Salud Mental en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Se considera de suma importancia el lanzamiento de esta aplicación al mercado ya que no existe, hasta la fecha, una plataforma digital que dé solución a un segmento de la población que está desatendida: las familias.

En la República Argentina, cuando un niño o adolescente posee algún tipo de malestar emocional, las obras sociales o prepagas adaptan un dispositivo con distintos profesionales del campo de la salud (psicólogos, psiquiatras, fonoaudiólogos, terapistas ocupacionales, psicopedagogos, etc) para brindarles tratamiento en pos de una mejora para el niño o el adolescente. Se trabaja, de manera conjunta, también con el colegio. El problema sucede cuando los chicos vuelven a sus hogares y sus familias directas (generalmente los padres) no cuentan con las herramientas adecuadas para ayudarlos en el día a día. Hasta el día de hoy, casi ninguna cobertura médica asesora y orienta a las familias, siendo una necesidad muy demandada por parte de estas.

Uno de los objetivos principales de esta propuesta consiste en que las familias, que así lo deseen, puedan recibir orientación inmediata (*live*) con un profesional de la salud mental competente (psicólogos especialistas en infancias; médicos psiquiatras) mediante el uso de una aplicación móvil. Esta aplicación alojará a profesionales en el campo y serán las familias quienes, según sus propios gustos y preferencias, elegirán libremente al profesional para su asesoramiento en vivo. Las ventajas de esta aplicación -y lo que la resulta atractiva para el mercado- es la **inmediatez de la consulta** y el rápido **acceso** a la misma, puesto que, en muchos casos, esto suele ser un problema importante a la hora de recibir ayuda en salud mental.

Eventualmente, la aplicación aspirará a ampliar su Portafolio brindando servicios de salud mental a adultos, con la misma propuesta de valor, es decir, que los



interesados reciban ayuda psicológica con un profesional idóneo en el momento, sin recurrir a desplazarse a una clínica u hospital y esperar, durante un largo tiempo, la primera sesión. Esto suele causar malestar en la población y es una necesidad que debe replantearse para que, la mayoría de las personas que así lo deseen, reciban su asistencia psicológica en el momento, mediante el uso de una aplicación.

Esta puesta en marcha, también fomentada por los principales Organismos Internacionales de la salud, es decir, Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Panamericana de la Salud (OPS), Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) instan, cada vez más, a que los países adopten estas prácticas para que el acceso a la salud mental sea más justo e inmediato para todos. Se busca, con esto, democratizar la salud mental y todos los inconvenientes que hay en la República Argentina para recibir ayuda profesional inmediata y de calidad.

Se cree, por lo tanto, que el desarrollo de una aplicación que brinde estos servicios en salud mental mejorará la calidad de vida de las familias que estén a cargo de hijos que padezcan algún tipo de malestar psíquico.

### **1.1. Justificación**

Según estimaciones, 1 de cada 7 adolescentes sufre un trastorno mental diagnosticado en el mundo, suicidándose casi 46.000 cada año, una de las principales causas de muerte para este grupo (UNICEF, 2022). Estas cifras se estiman en personas que cuentan con un diagnóstico, pero son más quienes, sin llegar a estar diagnosticadas, sufren problemas emocionales. Sumando este grupo, las cifras aumentan considerablemente. Los problemas de salud mental no sólo afectan a las personas que lo padecen, sino también a su red. Ante esto, no todos los padres cuentan con un asesoramiento profesional competente ni tampoco con herramientas para ayudar a sus hijos. Estos inconvenientes, si no se detectan e intervienen a tiempo, es posible que se agraven en el futuro (UNICEF, 2022).

En base a esto, la presente investigación pretende diseñar una aplicación que brinde servicios de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos -o algún otro miembro familiar- con problemas de salud mental. Mediante una investigación de mercado, se busca evaluar la visión de los profesionales de la salud y de los padres, mediante entrevistas en profundidad. Es requisito excluyente que estos hayan utilizado alguna vez una aplicación de salud mental/plataforma virtual. Con esto se obtienen datos claves para el posterior diseño de las encuestas cuantitativas. Se busca identificar si hay una necesidad real en el mercado y si las partes encuentran útil y conveniente la aplicación. En función de la información, se desarrollará la aplicación que ayudará tanto a las familias como a sus hijos que padecen problemas emocionales.

**1.2. Pregunta de investigación:** ¿De qué manera el uso de una aplicación que brinda servicios de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos con problemas de Salud Mental contribuye a mejorar la calidad de vida mediante el asesoramiento de un profesional competente?

### **1.3. Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Desarrollar un plan de negocios para una aplicación de servicios de asesoramiento y orientación a Familias con hijos -o algún familiar- con problemas de salud mental en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

#### **Objetivos específicos**

- Establecer si existe oferta y demanda de mercado en relación al uso de una aplicación que ofrece servicios profesionales de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos con problemas de Salud Mental en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

- Segmentar perfiles diferenciales de profesionales de la salud mental en función del género y modelo teórico de referencia para la libre elección del consultante a la hora de usar la aplicación.
- Analizar los costos y el retorno de la inversión del plan de negocios para evaluar la viabilidad del proyecto.

#### **1.4. Hipótesis**

- La puesta en marcha de una aplicación de servicios de Asesoramiento y Orientación a familias con hijos con problemas de Salud Mental en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, es económicamente sustentable.

## **2. DISEÑO METODOLÓGICO**

La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo. En su alcance, es exploratoria y descriptiva. Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron fueron, al principio, 4 entrevistas en profundidad, dos a profesionales de la salud mental y las otras dos a padres interesados en recibir asesoramiento acerca del problema emocional que está padeciendo su hijo. Fue requisito excluyente que, tanto los profesionales de la salud como los padres, hayan utilizado, alguna vez, un servicio de salud mental mediante una aplicación/plataforma virtual. Estas entrevistas se llevaron a cabo de manera presencial, en un lugar y hora previamente acordado entre el tesista y el entrevistado. Las mismas tuvieron una duración aproximada de una hora y las preguntas fueron semidirigidas. El objetivo de estas primeras entrevistas consistió en obtener la mayor información posible, de ambas partes, para que el desarrollo de la aplicación sea útil y rentable. Se pretendió, asimismo, identificar las percepciones con respecto al uso de la plataforma, tanto de las familias como de los profesionales. Con estas entrevistas se obtuvieron la visión de ambos y se evaluó el mercado, es decir, qué puntos a favor se encontraron con este tipo de servicio digital, qué puntos

en contra, cuáles podrían mejorar, cuáles son útiles, etc. Estos primeros datos sirvieron, a su vez, para ajustar el diseño de la aplicación y tener la menor cantidad posible de errores y amenazas antes de que sea lanzada al mercado, para desarrollar un servicio profesional de excelencia.

Posteriormente, se realizaron encuestas cerradas a una muestra de familias para identificar si, en efecto, hay una necesidad real en el mercado o no y si encuentran útil y utilizarían esta aplicación. De igual manera, se encuestó a profesionales de la salud (psicólogos, psicopedagogos, psiquiatras) para analizar la oferta y evaluar si los profesionales aceptarían unirse a la aplicación para brindar sus servicios profesionales. Estas encuestas fueron auto administradas de manera online, mediante un formulario de Google Forms, con preguntas cerradas.

## **2.1. Entrevistas en Profundidad Semi Estructuradas**

El enfoque cualitativo en esta investigación se realizó mediante cuatro entrevistas semi estructuradas en profundidad que permitieron obtener información valiosa y precisa, tanto por parte de la oferta (profesionales de la salud mental) como por parte de la demanda (familias interesadas en recibir asesoramiento y orientación acerca del malestar emocional de su/s hijos). Fue requisito excluyente que hayan utilizado, alguna vez, una aplicación de salud mental, ya sea para brindar el servicio como para recibirlo. El objetivo de estas entrevistas consistió en escuchar a las dos partes para comprender mejor el mercado y desarrollar un servicio profesional de excelencia. Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 1 hora y se llevaron a cabo, de manera presencial, en sus hogares, en la Ciudad de Buenos Aires. Fue decisión del propio tesista que las entrevistas sean en el hogar de los entrevistados para generar un ambiente tranquilo y distendido, sin sentirse que estaban siendo evaluados.

## **2.2. Encuestas**

Con respecto al método cuantitativo, se llevaron a cabo preguntas cerradas y con escala de Likert. Con esto se evaluó, mediante datos empíricos, si realmente había una demanda en el mercado o no y si la oferta estaba dispuesta a brindar

sus servicios profesionales mediante la aplicación. Estas encuestas se realizaron a familias y a profesionales de la salud mental mediante un formulario online con preguntas cerradas a través de Google Forms y se obtuvo información importante acerca del mundo de las aplicaciones de salud mental y de sus beneficios.

Al realizar las encuestas de manera virtual mediante los formularios de Google Forms, se obtuvieron las estadísticas descriptivas en el momento a través de gráficos, logrando agilizar, de esta manera, los datos estadísticos para su eventual segmentación del mercado.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Plan de Negocios**

El plan de negocios es un documento que se debe elaborar para acceder al financiamiento de un proyecto y poner, de esta manera, en marcha la propuesta del negocio. Es un punto fundamental para los inversionistas (bancos, gobierno, empresas o cualquier otro tipo) antes de decidir si aportarán o no los recursos que se necesitan para su desarrollo. Pone en funcionamiento, asimismo, las herramientas para lograr los objetivos, garantizando el uso más eficiente del negocio a través de una adecuada planeación de la operación de cada una de las áreas, de manera integral, para producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos (Viniegra, 2007). Es importante destacar que el plan de negocios debe ser una idea realista y viable. Se debe, a su vez, detectar un hueco, es decir, una necesidad en el mercado que pocos hayan descubierto (Lloreda & Huarte, 2013).

El documento que se escriba tendrá que captar el interés de los inversionistas y tendrá como objetivo convencerlos del valor del negocio. Al momento de definir una empresa, es necesario especificar la industria, su mercado objetivo y el producto o servicio que se piensa vender. Es de vital importancia, por un lado, mostrar cómo esta idea de negocio beneficiará al usuario, pero también cómo será la habilidad para comercializarlo de forma eficiente y profesional (Watson Hiam & Wise Olander, 1997).

Un aspecto fundamental es si se desea pedir un préstamo o una inversión de capital. Ante esto, se deberá dar a conocer, en profundidad, todas las partes financieras del proyecto. Los potenciales inversionistas, aún si son parte de la familia o amigos cercanos, desearán saber cómo se piensa utilizar su dinero. Del mismo modo, los inversionistas van a requerir los detalles pormenores de las decisiones financieras, es decir: quiénes formarán parte del proyecto, cuánto dinero se necesitará, la inversión mínima requerida, cómo se transfiere la propiedad a acciones u otras formas, cuánto costará cada acción y el rendimiento

anual compuesto, con una proyección a futuro a cinco años o más (Watson Hiam & Wise Olander, 1997).

Según Gumpert (1994) existen ocho razones por las cuáles son importantes redactar un plan de negocios:

1. Convencerse a sí mismo de la propia idea de negocios antes de establecer la propuesta financiera a terceros.
2. Obtener un préstamo del banco
3. Obtener la atención plena de los inversionistas potenciales
4. Incentivar a otros actores sociales con quienes se desee formar alianzas y estrategias.
5. Explicarles a estos actores cómo funciona la empresa para lograr contratos a largo plazo.
6. Atraer empleados
7. Ayudar a las fusiones o a las adquisiciones
8. Asistir a los cargos superiores para establecer metas y una planificación a futuro.

Resulta útil, con esta información, crear dos planes. Un plan de uso interno (planeación y control de la empresa) y otro externo (marketing y financiación). El documento de planeación y control será el que se utilizará para convencerse a sí mismo, para atraer empleados y para ayudar a que se realicen las metas y la planificación a largo plazo. Se debe usar, a su vez, como un material de referencia para garantizar que el proyecto de negocios vaya en la dirección correcta. Cuando el negocio crezca, el plan también deberá cambiar (Gumpert, 1994, citado en Watson Hiam & Wise Olander, 1997). De igual manera, Swanson (2017) va a considerar al plan interno como el mapa de ruta para el desarrollo del negocio, el cual:

1. Define la visión de la compañía
2. Establece la estrategia del negocio
3. Describe cómo la estrategia va a ser implementada
4. Provee un marco referencial para el análisis de los problemas claves
5. Provee un plan para el desarrollo del negocio
6. Es una herramienta medible y de control

## 7. Ayuda al emprendedor a ser realista y a poner la teoría en práctica

El plan externo, por su parte, es de marketing y financiamiento y tendrá como objetivo final conseguir inversión externa, a través de inversionistas o de bancos. Debe ayudar, asimismo, a todos los actores externos a comprender el estado actual del negocio, las oportunidades y las necesidades de recursos como el capital y los empleados. Así también, el plan externo debe proveer información completa y exhaustiva para la valoración de la empresa (Swanson, 2017). En este mismo plan, también se requerirá un documento financiero cuando se consideren establecer alianzas con otras posibles compañías (Gumpert, 1994, citado en Watson Hiam & Wise Olander, 1997).

Por último, es necesario recordar que un plan de negocios debe ser conciso y sólido con respecto al detalle de todas las acciones que se van a llevar a cabo en el desarrollo del producto o servicio, como así también presentarlo mediante un atractivo formato visual. De esta manera, la información será más ágil al momento de la lectura. Esta aclaración no resulta menor ya que los inversionistas necesitarán convencerse de invertir los fondos, el tiempo y la confianza en el negocio (Watson Hiam & Wise Olander, 1997).

### 3.2. Matriz FODA

Es un instrumento estratégico para el análisis de la situación competitiva de una empresa dentro de su mercado, pero también para el análisis de sus características internas, con el propósito de determinar sus Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, de ahí deviene su nombre.

Tanto las debilidades como las fortalezas son internas a la compañía, mientras que las amenazas y oportunidades forman parte del entorno, es decir, son externas (Álvarez González, 2007).

Las partes de las cuales se compone el análisis son las cuatro variables que identifican a la matriz de referencia:



- 1- Amenazas: se pueden considerar aquellas situaciones futuras que obstaculizan el logro de los objetivos de la compañía. Estas situaciones son difíciles de controlar y pueden afectar, de manera perjudicial, al negocio. Para ello, resulta útil identificarlas según estas preguntas:
  - ¿Existe en el mercado alguna tendencia que permita que los productos o servicios que se comercialicen queden obsoletos?
  - ¿Que hace la competencia? ¿Nuestros competidores pueden anticiparse a nuestro negocio en algún aspecto clave?
  - ¿Con qué dificultades se lucha?
  - ¿Los productos o servicios que se comercializan, están cambiando sus especificaciones?
  - ¿Existen cambios tecnológicos que amenacen la posición en el mercado? Si es así, ¿son de difícil acceso?
  
- 2- Oportunidades: son los hechos potenciales que le permiten a la empresa la fijación y el posterior logro de sus objetivos estratégicos. Las oportunidades, al igual que las amenazas, son los factores externos de la matriz que se pueden utilizar para conseguir una diferencial ventaja competitiva en el mercado. La organización no puede controlarlos completamente y no dependen de ella, aunque sí puede obtener beneficios estratégicos. Para identificar las oportunidades, es necesario preguntarse:
  - ¿Qué posibilidades interesantes ofrece el mercado?
  - ¿Qué cosas necesita o van a necesitar nuestros clientes que no está pudiendo satisfacer la competencia?
  - ¿Los cambios tecnológicos son previsibles a pequeña o gran escala?
  - ¿Qué cambios legales favorables con respecto al sector en que opera la compañía pueden producirse?
  - ¿Qué sucede con los cambios de conducta social? ¿Los perfiles de la población? ¿Los estilos de vida? Todos estos, ¿favorecen el desarrollo de la labor de nuestro negocio?
  
- 3- Debilidades: es la vulnerabilidad que tiene la empresa ante movimientos de la competencia o los cambios de su entorno. Se trata, por consiguiente,

de factores internos a la organización que no están en el lugar donde deberían estar para garantizar el éxito, que provocan situaciones desfavorables. Para identificarlas, se tiene que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Nuestros competidores son mejores que nosotros en ciertas áreas? ¿Por qué? ¿En cuáles? ¿Cómo podemos imitarlos e igualarnos a ellos?
- ¿En qué parte del trabajo tenemos más limitaciones o contamos con desventajas?
- ¿Qué le hace falta al negocio para ser más fuerte? O, dicho de otro modo, ¿en qué adolece nuestro negocio? ¿Desde donde se escapa la fuerza?
- ¿Qué hace que no seamos capaces de convencer a más personas? ¿Por qué los proyectos no se aprueban?
- ¿El negocio es capaz de satisfacer las nuevas necesidades de los clientes?
- ¿Cuáles son las cosas que pueden mejorarse? ¿Que se está haciendo mal? ¿Qué cosas pueden evitarse?
- ¿Hay problemas económicos o financieros?

4- Fortalezas: se relaciona con las actividades y las acciones que lleva a cabo la compañía las cuales posibilitan una mejor actuación en función de sus competidores directos. En otras palabras, ¿en qué me diferencio de manera positiva, con respecto a la competencia? Las fortalezas, de carácter interno, permiten llegar al éxito y es lo que la distingue del resto de sus competidores, aportando ventaja competitiva. Como sucede con las debilidades, la compañía posee control sobre ellas. En ocasiones, no obstante, las fortalezas pueden convertirse en debilidades, por ejemplo, al cambiar las condiciones laborales. Acá dejan de ser competitivas, al generar alguna situación que provoque falta de motivación en sus empleados o bien si se pierde la exclusividad de un producto estratégico o si nuestro posicionamiento en el mercado se ve reducido. Al igual que las otras tres variables, para poder identificar las fortalezas, se tiene que poder responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las ventajas técnicas que tenemos nosotros que no tiene la competencia?

- ¿Qué cosas podemos hacer mejor que los demás?
- ¿Cuáles son los puntos más fuertes que tenemos? Es decir, ¿qué puntos nos aportan ventaja competitiva diferencial en el mercado?

Siguiendo los aportes de Álvarez González (2007), para que el análisis de la matriz FODA sea correcto, útil y preciso, es necesario dedicar tiempo para llevar a cabo un estudio en profundidad. Del mismo modo, es importante contar con los datos y toda la información relevante, por ejemplo, análisis del sector, estados financieros de la compañía, estudios del mercado, resultados de encuestas, etc. También se debe escoger, de manera cuidadosa e inteligente, al equipo de profesionales con el que se va a participar en el negocio, siguiendo estos criterios:

- Multidisciplinario, tanto con perfiles que tengan conocimiento del funcionamiento interno como externo.
- Equipos con capacidad para analizar, de manera rigurosa y seria, los temas que se plantean.
- Equipos que tengan la capacidad para diferenciar las cosas realmente importantes de las que no lo son.
- Personas que puedan distinguir lo que conviene y lo que no conviene.

La clave primordial del estudio FODA consiste en que sea lo mas simple y concreto posible, estableciendo un orden de jerarquización entre los elementos que se visualizan en cada una de las cuatro categorías, en virtud del impacto que puedan causar (Álvarez González, 2007). Esta herramienta de análisis resulta sencilla, aunque se sugiere no usarla de manera aislada, sino que es recomendable complementarla con otras herramientas de análisis estratégico tales como las cinco fuerzas competitivas de Porter, el análisis PESTL y el modelo de negocios de CANVAS. La sumatoria de todos estos análisis brindarán una información más exhaustiva y estratégica del mercado y de todas las condiciones actuales y futuras (Álvarez Peralta & Viltard, 2016).

### **3.3. Las cinco fuerzas competitivas de Porter**

Para llevar a cabo una sólida estrategia competitiva se debe vincular, directamente, a la empresa con el medio en el cual se desenvuelve. Las fuerzas externas a la industria son de vital importancia ya que, por lo general, afectan a todas las empresas del sector industrial. De esta manera, se entiende que la clave está en las distintas habilidades y estrategias de las compañías para enfrentarse a todas ellas. La situación de la competencia en un determinado sector depende de cinco fuerzas competitivas básicas: Amenaza de Competidores Potenciales – Competidores en el Sector Industrial – Poder Negociador de los Proveedores – Poder Negociador de los clientes/Compradores – Amenazas de Sustitución. La acción, en conjunto, de estas cinco fuerzas, son las que van a determinar la rentabilidad potencial en el sector industrial, en donde el potencial de utilidades se va a evaluar en función del rendimiento a largo plazo del capital destinado al proyecto del negocio (Porter, 1992).

A continuación, se detallará brevemente cada una de las fuerzas para ofrecerle al lector un mayor entendimiento acerca del análisis estructural de los sectores industriales:

1. Competidores Potenciales: Amenazas de Nuevos Ingresos: Dar vida a nuevas empresas en el sector industrial va a aportar capacidad extra, también el deseo de obtener una participación en el mercado y, con regularidad, recursos sustanciales. Hacerse de una posición en el mercado, probablemente, se deberá considerar como ingreso, aun cuando no se constituya un negocio del todo nuevo.

Las principales amenazas en un sector industrial van a depender, principalmente, de las barreras de entrada que estén presentes en el lugar donde se lleva a cabo el negocio, impuestas a la reacción de los competidores ya existentes, quienes deben esperar al que ingresa. Con esto se entiende que, si las barreras de entradas son muy altas o bien el nuevo producto o servicio puede esperar una represalia por parte de los competidores ya existentes, entonces la amenaza de ingreso es baja.

Tanto las economías de escala, como la diferenciación del producto o servicio, los requisitos de capital, los costos cambiantes, el acceso a los canales de distribución y las políticas gubernamentales actúan como barreras para el ingreso.

2. Rivalidad entre los Competidores ya Existentes: en esta fuerza, la rivalidad se presenta cuando la competencia se ve presionada o ven la oportunidad de hacer mejor su posición dentro del mercado. Algunas de las formas más utilizadas en competir son en precios, aunque son muy propensas a dejar al sector industrial en un escenario peor al que estaba, en términos de rentabilidad. Al rebajar los precios, los rivales los igualan y, una vez igualados, disminuyen los ingresos para todas las empresas, a menos que la elasticidad de la demanda sea lo suficientemente elevada. La publicidad, por su parte, también puede ampliar la demanda o incrementar el estado de diferenciación del producto o servicio para el beneficio de todas las compañías.
3. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos: generalmente, todas las empresas, dentro de un mismo sector industrial, compiten con empresas que comercializan productos sustitutos. Mientras mas atractivo sean los precios alternativos que ofrecen los sustitutos, mas sólida será la represión de las utilidades en el sector industrial. Aquellos productos o servicios sustitutos que requieren la mayor atención del negocio son aquellos que están sujetos a tendencias que mejoran el desempeño y el precio contra el producto que mi negocio está promocionando y, a su vez, por aquellos productos o servicios sustitutos que obtienen elevados rendimientos.
4. Poder de Negociación de los Compradores: en este caso, son los compradores quienes compiten en el sector imponiendo la baja de los precios y negociando una calidad superior del servicio o producto, haciendo que los competidores compitan entre ellos. La fuerza que tiene cada uno de los grupos de compradores va a estar relacionada con las

características de su situación de mercado y de la importancia de sus compras en comparación con el total de sus ventas.

5. Poder de Negociación de los Proveedores: en esta última fuerza, los proveedores pueden ejercer cierto poder de negociación amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios. Quienes son poderosos, pueden beneficiarse con las ventajas de un sector incapaz de repercutir los aumentos de costos con sus propios precios.

Las fuerzas competitivas de Porter, sin lugar a duda, ayudan al análisis de la rentabilidad de un negocio y ahonda en la importancia de la ventaja competitiva. Muestra, asimismo, las barreras de entrada al mercado para un sector industrial en particular y reconfigura, de este modo, la industria. Por último, pero no menos importante, el análisis estratégico del ambiente externo de Porter (1992) ayuda a identificar a la competencia y plantea distintos escenarios hipotéticos, tanto en el corto, mediano y largo plazo (Álvarez Peralta & Viltard, 2016).

### **3.4. Análisis PESTEL**

Esta herramienta permite estudiar el ambiente externo de las organizaciones y establecer, asimismo, los factores que pueden afectar al negocio, tanto en el presente como en el futuro. El acrónimo PESTEL corresponde a los factores Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal para el análisis exhaustivo de la compañía, en función del entorno en el cual se encuentra inmersa (Amador Mercado, 2022). Según Álvarez Peralta y Viltard (2016) el estudio de estas variables, de carácter socio demográficas, van a lograr satisfacer a los consumidores en la medida en que oscilen sus respectivas tendencias.

El factor político determina cómo la intervención del gobierno de turno puede afectar el correcto funcionamiento del negocio, por medio de leyes y políticas gubernamentales. El factor económico, por su parte, va a tomar todo el conjunto de las variables macroeconómicas, como el análisis del PBI, la tasa de

desempleo, los precios y la balanza comercial. Además, va a evaluar las fluctuaciones económicas, tales como los periodos de crisis o inflación que se den en el país. El factor social es muy importante, ya que considera los hábitos de consumo, las creencias, la cultura, los intereses, la religión y los estilos de vida y preferencias de las personas dentro del entorno. Es necesario recordar que estos factores pueden modificarse con el tiempo, ya sea de manera parcial o total. Por otro lado, el factor tecnológico es clave para el desarrollo del negocio, puesto que se está inmerso en la era digital. La tecnología puede acarrear enormes beneficios para quienes sepan sacarles provecho. En el extremo opuesto, las empresas que quedan obsoletas y no son capaces de modificar su infraestructura, corren el riesgo de sufrir grandes daños. Como quinto elemento se encuentra el factor ecológico, el cual supone el conocimiento de todo lo relacionado al medio ambiente, es decir, cualquier tipo de cambio en las leyes medioambientales o las tendencias sociales para el cuidado del medioambiente que puede afectar el negocio, tales como las leyes del uso de la energía, los residuos, la emisión de gases tóxicos, etc. Por último, el factor legal incluye todo el conjunto de leyes y obligaciones que la empresa debe cumplir para poder operar dentro de los marcos legales de cada país. En este apartado se pueden incluir leyes sobre la propiedad intelectual, salarios mínimos establecidos, seguridad social, licencias, entre otros tantos (Amador Mercado, 2022).

La importancia del análisis del macroentorno es fundamental para el óptimo desarrollo de un negocio ya que se opera en un terreno de fuerzas que moldean distintas oportunidades pero que, también, presentan riesgos para la empresa (Kotler & Armstrong, 2008).

### **3.5. Business Model CANVAS**

Gracias al importante auge de los emprendimientos de los últimos años, los planes de negocios se volvieron una herramienta primordial para la creación de empresas. El modelo CANVAS propone una visualización atractiva y gráfica acerca de cada uno de los componentes del negocio y de todos factores que influyen para que se tenga éxito, o no (Ferreira Herrera, 2015). Mediante un lienzo, se establecen las distintas unidades a evaluar, desde donde se detalla la

idea del negocio, hasta las distintas variables que influirán a la hora de poner en marcha el plan.

El objetivo de este modelo es probar que la idea del negocio es eficaz y que, si no se pueden completar algunas de las partes del lienzo o sustentarla fehacientemente, la idea del negocio pierde factibilidad y, es muy probable, que no tenga éxito a la hora de lanzarlo al mercado (Ferreira Herrera, 2015). Esta herramienta, asimismo, puede ser aplicada para grandes, medianas o pequeñas empresas, la cual, en definitiva, busca agregar valor a la idea del negocio (Ferreira Herrera, 2015).

### **3.6. Marketing Digital**

El marketing digital es una variante del marketing que tiene como objetivo atraer personas, vincularlas con la oferta de lo que se va a vender y transformarlas en clientes de la marca. Como se puede apreciar, esta definición no dista mucho de la definición tradicional de lo que es el marketing. Y esto es así ya que el marketing digital no es más que una actualización del marketing tradicional, por lo que, sus principios, prácticas y objetivos son prácticamente los mismos. El marketing digital, en definitiva, es el marketing que nace y vive en el mundo digital u online.

Una diferencia sustancial que tiene el marketing digital con respecto al marketing tradicional es que, en el mundo digital, se busca atraer a los clientes para que tengan la libertad de elegir por sí mismos el contenido multimedia que se les ofrece y no interrumpirlos abruptamente con los anuncios publicitarios. Con esto se pretende construir un vínculo con los consumidores, es decir, crear relaciones que puedan transformarse en acciones en el futuro inmediato (Oberlander & Shahaf, 2019). El mundo digital permite también medir los resultados en el momento, viralizar los contenidos para que lleguen a una mayor audiencia y reducir los costos de producción (Kotler, 2016).



Otra ventaja del marketing digital, por su propia naturaleza, es que les permite a los usuarios darse a conocer y emitir sus preferencias, gustos y opiniones con respecto a lo que se está promocionando. La información que se obtiene de ellos es de carácter importante ya que, al final del proceso, se pretende convertirlos en clientes que compren o consulten nuestros productos o servicios (Oberlander & Shahaf, 2019). De esto se trata, y, en definitiva, de lo que se diferencia del marketing clásico: no sólo se emite el mensaje, sino que, al ser un medio totalmente interactivo, se encuentra la posibilidad de establecer una verdadera comunicación con retroalimentación permanente. Se busca, asimismo, que los clientes sean embajadores de la marca, compartiendo entre sus contactos su experiencia positiva con el consiguiente deseo de viralizar el contenido para atraer más público (Oberlander & Shahaf, 2019).

El modelo de marketing digital propone tres objetivos: atraer, vincular y convertir. El primer objetivo es atraer y responde a las siguientes preguntas:

- ¿A quién? Público
- ¿Hacia qué? Oferta de Valor
- ¿Cómo? Promesa y Mensaje

Para atraer se debe definir, en primera instancia, qué es lo que se va a vender (producto o servicio); a qué público va dirigido y en qué consiste la promesa de la marca: qué problema resuelve lo que se ofrece y mediante qué tipos de mensajes se van a comunicar (Oberlander & Shahaf, 2019).

El segundo objetivo consiste en Vincular. Para responder a este objetivo, también es necesario plantearse estas preguntas:

- ¿Cómo? Con Contenido
- ¿Dónde? En varios Canales del Ecosistema Digital
- ¿Para qué? Para lograr objetivos.

Lo que se pretende aquí es convertir a personas lejanas (quienes no conocen la marca o no han tenido acceso a ella) en personas con voluntad de adquirir lo que se ofrece. Se llevará a cabo mediante la emisión de contenido que sea de su interés a través de los distintos canales digitales para motivarlos a que compren el producto o servicio (Oberlander & Shahaf, 2019).

El tercer y último objetivo que plantea el marketing digital es el de Convertir. El mismo, como sus antecesores, responde a estas preguntas:

- ¿Para qué? Si estas alcanzando los objetivos, mediante el uso de indicadores
- ¿Cuánto? Cuántos recursos se van a utilizar
- ¿Y después? Reestablecer el proceso para que los clientes vuelvan a elegir la marca.

Este es el final de un proceso, aunque es algo cíclico. Se utilizan métricas para evaluar si se están cumpliendo los objetivos o no. En marketing digital se habla de KPI (*Key Performance Indicators*) para medir las acciones: por ejemplo: cuantas personas dan “me gusta” a una publicación; la cantidad de personas que descargan una aplicación; la cantidad de seguidores en las redes sociales; la cantidad y calidad de los comentarios, etc. Con respecto a la pregunta: “¿Cuánto?” la misma tiene que ver con el presupuesto y en cuánto se va a invertir para alcanzar los objetivos.

Por último, el vínculo con los clientes o los consumidores no debe concluir luego de realizarse la venta, por el contrario, es el inicio para continuar el ciclo a través de distintas acciones que fomenten la recomendación, en otras palabras, el boca en boca.

El término *inbound marketing* se ha popularizado mucho dentro del mercado en los últimos años y se define como una estrategia que tiene como fin atraer a los clientes con contenido útil e importante, generando valor en las distintas etapas del viaje del comprador. En el *inbound marketing*, son los clientes quienes encuentran a la compañía a través de los canales digitales, como el blog, las redes sociales, las *landing pages*, los motores de búsqueda. Se entiende, entonces, que no hay que esforzarse en llamar la atención de manera abrupta y disruptiva, sino que, al crear contenido específico para resolver los problemas y las necesidades de las personas, ellas mismas van a venir a la compañía, generando confianza y seriedad (Oberlander & Shahaf, 2019).

De igual manera, Kotler (2016) sostiene que, para lograr los contenidos digitales con éxito, es necesario pensar para quién/es se crea ese contenido en particular y pensar aquellos problemas o baches que puede llegar a solucionar en la población de interés. En una próxima instancia, se debe identificar el formato ideal para ese público objetivo, es decir, cuáles son sus gustos y preferencias en relación a elegir un formato (por ejemplo, blogs, lives, historias, etc). De esto, a su vez, se desprende la elección del canal por el cual se va a comunicar la marca. Es fundamental, además, estudiar la frecuencia para emitir los mensajes, ya que existen horas y días con mayor recepción de las publicaciones que tendrán un mayor alcance (Kotler, 2016).

Con esto se buscará posicionar al negocio en la mente de las personas y evaluar las mejores estrategias de marketing y comunicación a implementar en aras al éxito de la compañía (Kotler, 2016).

### **3.7. La Salud Mental en la Era Digital**

La salud mental es el bienestar emocional, psíquico y social que permite llevar adelante los desafíos de la vida y de la comunidad en la que se vive. Si esto se ve alterado, las personas pueden desarrollar problemas de salud mental, que puede afectar, de manera parcial o transitorio -o bien, de manera permanente-, la vida de las personas, generando malestar psíquico (Ministerio de Salud de la República Argentina, 2022). Resulta inevitable, a su vez, que un número significativo de ellas busque ayuda a profesionales de la salud, especialmente si el entorno social del individuo no responde satisfactoriamente, como puede ser la familia, que es su núcleo más cercano (Salazar Fraile & Sempere Verdú, 2012). La salud mental no se circunscribe solamente al abordaje de pacientes que tienen una patología específica, sino al conjunto global de la población, es decir, hay personas que, sin estar diagnosticadas con un trastorno mental, sufren problemas emocionales que les genera sufrimiento, tanto mental como físico (Salazar Fraile & Sempere Verdú, 2012).

Alrededor del mundo, el aumento en la utilización de las tecnologías digitales y el uso de la telefonía móvil ha crecido significativamente, penetrando, también, en el mundo de la salud mental. Una de las principales ventajas de la digitalización es el mayor acceso a la salud y la reducción de los costos de atención presencial (Garay & Celleri, 2022). En los últimos tres años, en donde la pandemia por Covid-19 dificultó las consultas sobre los distintos temas de salud en los consultorios, se desplazó la atención en salud, de manera incremental, hacia lo virtual (Sinche Crispín, Jáuregui Sueldo, Gordillo Flores, Baldeón Tovar & Medina Pelaiza (2022). Esto facilitó, asimismo, la prevención, el tratamiento y el control de las enfermedades, incrementando las relaciones entre el profesional y el paciente vía online, llevadas a cabo mediante el uso de los teléfonos móviles o teléfonos fijos. Estudios recientes demuestran que no sólo mejoró la relación entre el profesional y el paciente, sino que también lo hicieron las relaciones entre los mismos pacientes, al formar grupos de apoyo con fuerte influencia que lograron modificar comportamientos disfuncionales (Cuesta, 2012, citado en Sinche Crispín et al, 2022).

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2016) realizó un informe en donde destacó el uso de las tecnologías móviles inalámbricas en la salud pública denominadas *mSalud* o *mHealth*, en inglés. En este informe de la Secretaría de Salud Pública, se reafirmó que las tecnologías móviles tienen el potencial de revolucionar la forma que tienen los ciudadanos de relacionarse con los servicios de salud. El informe continúa sosteniendo que las *mSalud* fomentan el acceso a la información, servicios y competencias sanitarias, como así también generan cambios saludables en los comportamientos relacionados a la salud con el fin último de prevenir enfermedades agudas y crónicas. Cada vez más las personas tienen acceso a información y a servicios sanitarios mediante el uso de los teléfonos móviles, por lo cual se han desarrollado un sin número de soluciones que van desde, un mensaje de texto (SMS) al desarrollo de una aplicación para teléfonos inteligentes, los cuales permiten mejorar el acceso a la salud en distintos grupos poblacionales y en distintos contextos (OMS, 2016).

La OMS propone que, en la agenda del 2030 para el Programa de Desarrollo Sostenible, se establezca el aumento, de manera exponencial, del acceso a las

tecnologías de la información y de la comunicación. En otras palabras, la expansión de dichas tecnologías junto a la interconexión global, presentan un gran potencial para agilizar los progresos de los estados miembros hacia la concreción de la cobertura sanitaria universal, específicamente para garantizar la llegada a los servicios de salud esenciales y de calidad. De igual manera, se pretende potenciar las tecnologías móviles en la salud (cibersalud) y, sobre todo, las mSalud. Hoy en día, 121 países cuentan con estrategias nacionales de cibersalud. En consecuencia, existe el potencial atractivo de que los distintos programas de mSalud puedan implementarse de manera sistemática y se concientice hacia una atención más rigurosa para dar a conocer todas las enseñanzas extraídas y, en consecuencia, poder adoptar políticas (OMS, 2016).

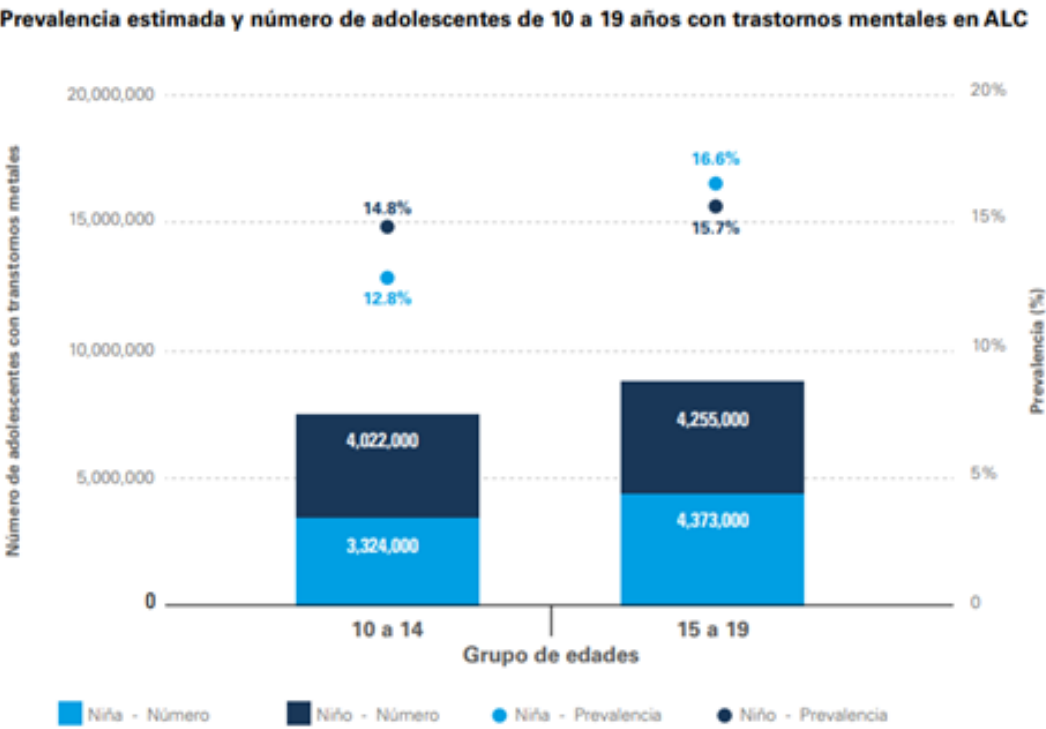
Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS) 100.000 personas se suicidan cada año en las Américas (OPS, 2023). La pandemia por COVID-19 que azotó al mundo interrumpió los servicios de salud de forma drástica. Debido a esto, la salud mental de las personas de todas las edades y grupos socioeconómicos en las Américas (Norte, Centro, Sur y la Región del Caribe) se vieron afectadas, en mayor medida, por las altas tasas de depresión y ansiedad por el aislamiento, particularmente entre mujeres, jóvenes y personas con enfermedades de salud mental preexistentes, personal de salud y personas en condiciones de vida desfavorables. Lo mismo sucedió con el aumento del uso de sustancias y sus respectivas implicancias psíquicas (OPS, 2023). Por otro lado, la situación actual de la salud mental también se vio desfavorecida debido a la falta de inversiones financieras y de recursos humanos en los servicios de salud mental. Pese a todo esto, los países de América han podido innovar en servicios de telesalud mental para hacerle frente a las gigantes brechas del área. La pandemia, por lo tanto, ha creado una oportunidad para fortalecer y mejorar la salud mental mediante la aplicación de enfoques transformadores con el objetivo final de reconstruir mejor y, de manera más justa, el acceso a la salud mental (OPS, 2023).

Si bien el virus del COVID-19 va perdiendo fuerza conforme transcurren los años, todavía existe el riesgo de que sus efectos causen graves estragos en la felicidad

y en el bienestar general de los niños, niñas, adolescentes, pero también en sus cuidadores, poniendo en riesgo las bases que dan fuerza a la salud mental (UNICEF, 2021). El estado mental de los chicos depende, en gran parte, de los lazos con sus propios padres o cuidadores, ya que ellos desempeñan un rol fundamental en la tarea de liderar el camino de la salud mental desde la primera infancia (UNICEF, 2021).

La siguiente tabla muestra la prevalencia de los trastornos mentales de niños, niñas y adolescentes entre 10 y 19 años en América Latina y el Caribe

**Tabla 1:** Prevalencia estimada y número de niños, niñas y adolescentes de 10 a 19 años con trastornos mentales en América Latina y el Caribe



**Fuente:** UNICEF (2021)

Estos datos alarmantes son extraídos de niños, niñas y adolescentes que están diagnosticados con un trastorno mental, no obstante, la cifra aumenta considerablemente cuando se incluyen también a aquellos que, sin estar diagnosticados con un trastorno mental específico, padecen malestar psíquico (UNICEF, 2021). Según la Tabla 1, existen 3.324.000 de niñas entre 10 y 14

años diagnosticadas con un trastorno mental en América Latina y el Caribe, mientras que el número de niños del mismo grupo etario aumenta a 4.022.000. Con respecto a los adolescentes entre 15 y 19 años, se ve que hay una mayor prevalencia en las niñas que están diagnosticadas con un trastorno mental: 4.373.000 en contraposición con los niños, que son 4.255.000 diagnosticados con un trastorno mental en América Latina y el Caribe.

De esto se desprende que UNICEF recomienda fuertemente brindar apoyo a las familias (las madres, los padres y los cuidadores) para construir el bienestar de sus hijos y para lograr disminuir la violencia contra ellos. El organismo da cuenta, a su vez, que el correcto asesoramiento a los padres es de vital importancia, ya que las relaciones estables en el hogar pueden ayudar a protegerlos contra el estrés permanente y garantizar la resiliencia y el bienestar general (UNICEF, 2021). Resulta necesario, además, velar por la salud mental de los cuidadores, brindándoles las herramientas para manejar el estrés y los distintos conflictos para mejorar las estrategias de acción. Poder capacitarlos para que den respuesta satisfactoria a los problemas de salud mental de sus hijos, ya que la formación de los padres puede mejorar el desarrollo y la conducta de los niños, niñas y adolescentes con problemas de salud mental. Se debe, a su vez, invertir en la ampliación de los enfoques centrados en la familia, incluidos los diseñados para que los apliquen quienes no tienen experticia en los temas vinculados a la salud mental con el objetivo de crear un ambiente familiar propicio en donde los niños puedan prosperar (UNICEF, 2021)

Por último, se debe brindar aún más apoyo a los progenitores para que ayuden a sus hijos; se debe poner el foco, asimismo, en las escuelas, ya que es ahí donde también se escuchan y se ven las necesidades sociales y emocionales de los niños y las niñas; se debe, de igual manera, correr al concepto de salud mental de “neuropsiquiátrico o manicomio” en el que está sumergida en los sistemas de salud y abordar las distintas necesidades de los niños, niñas, adolescentes y los cuidadores en una inmensa variedad de contextos, como en los modos de crianza, la educación, la atención primaria, la protección social y la respuestas humanitaria (UNICEF, 2021).

A continuación, se presenta el porcentaje estimado de la prevalencia de los trastornos mentales de niñas, niñas y adolescentes entre 10 y 19 años en América Latina y el Caribe:

**Tabla 2:** Porcentaje estimado de la prevalencia de los trastornos mentales de niños, niñas y adolescentes entre 10 y 19 años en América Latina y el Caribe:

**Fuente:** UNICEF (2021).

País	Niños y niñas de 10 a 19 años		Niñas de 10 a 19 años		Niños de 10 a 19 años	
	Prevalencia %	Número	Prevalencia %	Número	Prevalencia %	Número
Antigua y Barbuda	16.4%	2,143	14.5%	930	18.2%	1,213
Argentina	15.1%	1,064,820	14.3%	499,278	15.8%	565,542
Bahamas	16.3%	10,157	14.4%	4,527	18.2%	5,630
Barbados	16.5%	6,338	14.6%	2,740	18.3%	3,598
Belice	16.6%	14,748	14.6%	6,514	18.5%	8,234
Bolivia (Estado Plurinacional de)	15.6%	338,654	14.7%	158,197	16.4%	180,457
Brasil	17.1%	5,617,833	17.6%	2,843,045	16.7%	2,774,788
Chile	16.0%	391,622	16.6%	198,622	15.4%	193,000
Colombia	12.9%	993,977	12.6%	472,918	13.2%	521,059
Costa Rica	13.5%	97,396	13.0%	46,545	14.0%	50,851
Cuba	16.8%	214,213	14.8%	91,766	18.6%	122,447
Dominica	16.5%	1,852	14.5%	792	18.4%	1,060
Ecuador	15.4%	508,706	14.6%	237,737	16.1%	270,969
El Salvador	13.9%	158,801	13.7%	76,516	14.2%	82,284
Grenada	16.6%	2,750	14.6%	1,152	18.5%	1,598
Guatemala	13.8%	522,652	13.4%	249,374	14.1%	273,279
Guyana	17.5%	24,775	15.9%	11,120	19.0%	13,655
Haití	17.6%	450,458	15.8%	202,322	19.4%	248,136
Honduras	13.5%	287,849	12.9%	136,659	14.0%	151,190
Jamaica	16.4%	77,198	14.4%	33,214	18.3%	43,984
México	12.1%	2,664,151	11.8%	1,281,841	12.5%	1,382,310
Nicaragua	14.0%	179,984	13.6%	85,595	14.3%	94,390
Panamá	12.9%	92,399	12.2%	42,944	13.5%	49,455
Paraguay	16.5%	215,870	17.1%	109,570	15.8%	106,300
Santa Lucía	16.7%	4,249	14.7%	1,842	18.6%	2,406
San Vicente y las Granadinas	16.7%	3,010	14.6%	1,286	18.6%	1,724
Suriname	17.2%	16,660	15.5%	7,268	18.7%	9,392
Trinidad y Tobago	16.5%	30,382	14.6%	13,212	18.3%	17,169
Uruguay	15.0%	73,105	14.8%	35,178	15.3%	37,927
Venezuela (República Bolivariana de)	15.4%	716,988	13.8%	317,221	16.9%	399,768



En Argentina, por ejemplo, hay 1.064.820 niños, niñas y adolescentes diagnosticados con un trastorno mental, que representan el 15.1% de su grupo etario de referencia. En Brasil, por su parte, el número de niños diagnosticados aumenta a 5.617.833, que representan el 17.1%. Uruguay que, si bien es un país con menos habitantes, tiene un total de 73.105 chicos que tienen un diagnóstico psiquiátrico, representando el 15% del total de los niños, niñas y adolescentes del país. En Chile existen 391.622 jóvenes con algún tipo de diagnóstico de salud mental, representando el 16%.

La tabla 2 también muestra que la prevalencia más alta de niños, niñas y adolescentes diagnosticados con un trastorno mental corresponde a Haití, representando el 17,6% de ese grupo de referencia. Haití también es el país más pobre del continente, por lo que se podría establecer una relación directa entre los ingresos y la salud mental de sus habitantes. Por el contrario, el país de América Latina y la Región del Caribe con la prevalencia más baja es México, con un porcentaje del 12.1%, no obstante, y, paradójicamente, es el segundo país, después de Brasil con el número más alto de niños diagnosticados, con un total de 2.664.151. Tanto en México como en Brasil, la cantidad de habitantes es mayor que en el resto de los países de América, por lo que, es consistente con esas cifras (UNICEF, 2021).

A continuación, se presentan las estimaciones de los trastornos mentales clave entre los adolescentes en América Latina y el Caribe, según UNICEF 2019.

**Tabla 3:** Estimaciones de los trastornos mentales clave entre los adolescentes en América Latina y el Caribe, 2019.



**Fuente:** UNICEF (2021)

La tabla 3 muestra los principales trastornos mentales de niños entre 10 y 19 años en América Latina y el Caribe. El 47.7% son trastornos de ansiedad y depresión; el 26,8% corresponden a los trastornos por déficit de atención/hiperactividad; los trastornos del comportamiento son del 18,2%; por otro lado, y, en menor medida, se encuentran los trastornos de tipo bipolar, que representan un 5,3%. Por último, un 9,7% se relacionan con otros trastornos mentales sin especificar.

La tabla indica que casi la mitad de todos los trastornos emocionales diagnosticados, corresponden a aquellos vinculados a la ansiedad y a la depresión, siendo estos datos consistentes con la literatura.

Los datos emitidos en los párrafos anteriores corresponden a las diferentes estadísticas de América Latina y a los países del Caribe con respecto a la salud y, particularmente, a la salud mental de los niños, niñas y adolescentes. A partir de acá, se brindará información acerca de los datos de Argentina para dar fuerza a la necesaria creación de una aplicación para ayudar a revertir las desfavorables estadísticas del país en carácter de salud mental.

Garay y Celleri (2022) llevaron a cabo un estudio, de corte exploratorio y descriptivo, en donde estudiaron las percepciones que tenían las personas de Argentina acerca del uso de aplicaciones móviles en salud mental. En sus resultados, descubrieron que las principales ventajas que tienen las personas con respecto al uso de las aplicaciones en salud mental son: la rapidez, la accesibilidad y el acceso a la información confiable, con un 75.1% de personas que sostuvieron que las utilizaría para recibir ayuda de profesionales (Garay & Celleri, 2022).

Con respecto a la rapidez, los encuestados afirmaron que podían obtener ayuda inmediata y una rápida respuesta ante una determinada crisis. De igual manera que ponderaron la reducción en los tiempos de atención, como evitar tiempos de espera y la posibilidad de recibir ayuda profesional en el acto, como, por ejemplo, ante una crisis sin tener que esperar hasta la consulta de forma presencial (Garay & Celleri, 2022).

La accesibilidad, por su lado, respondía a que la utilización de la tecnología genera un mayor acceso a la salud, como, por ejemplo, acceso a las personas que no pueden recibir el tratamiento, por distintas causas, como la falta de obra social o la distancia, ya que muchos trastornos o problemas emocionales dificultan salir de la casa o dejar solos a quienes lo padecen. Asimismo, la posibilidad de contar con una herramienta las 24 horas, los 365 días del año, fue una ventaja que los encuestados destacaron (Garay & Celleri, 2022).

Por último, el acceso a la información confiable, que resulta de la certidumbre de que los Psicólogos o Médicos Psiquiatras que forman parte de la aplicación son profesionales idóneas en el área de la salud mental, y no la típica búsqueda por internet en donde el exceso de información, muchas veces errónea, confunde aún más a quien padece el malestar emocional o a quien se encuentra preocupado por quien lo sufre (Garay & Celleri, 2022).

En el año 2019, 459 adolescentes murieron en Argentina a causa de suicidio, que representó el 15% del total de muertes de los adolescentes, siendo que el 14% de ellas ocurre entre niñas y niños de 10 a 14 años. Durante la pandemia

por COVID-19, UNICEF Argentina llevó a cabo una encuesta que arrojó que el 33% de los adolescentes manifestó sentirse angustiado, mientras que el 25% sostuvieron estar asustados frente a la incertidumbre que causó la pandemia, produciendo malestar emocional y angustia. De igual manera, un reciente estudio empírico, también realizado por UNICEF Argentina sobre el efecto en la salud mental de niños, niñas y adolescentes por COVID-19 concluyó que en el país los adolescentes se vieron afectados psíquicamente, sobre todo en lo que respecta a la pérdida de un proyecto de vida, a la disminución de sus posibilidades de participación en la sociedad y a la construcción de lazos interpersonales, con el 72% de los adolescentes que tuvieron la necesidad de pedir ayuda en relación a su bienestar emocional (UNICEF, 2021).

Como se ha dejado en claro en los párrafos anteriores, Argentina posee grandes dificultades para acceder a los servicios de salud, a lo largo y ancho del país. Esto se debe, entre otras cosas, a los lugares geográficos y a la falta de una cobertura de salud, como una obra social/prepaga que vele por la salud de las personas.

La siguiente tabla muestra, de manera empírica, el Déficit de Acceso de los Bienes y Servicios de Salud en la República Argentina, según zona geográfica.

**Tabla 4: Déficit de acceso de los bienes y servicios de salud**

Porcentaje de hogares en los que ningún miembro tiene cobertura de salud de Obra Social, PAMI o Prepaga, Porcentaje de hogares en los que al menos un miembro tiene cobertura de salud de Obra Social, PAMI, Prepaga, Porcentaje de hogares con menores de 18 años en los que al menos un miembro tiene cobertura de salud de Obra Social, PAMI o Prepaga, Porcentaje de personas sin cobertura de salud de Obra Social, PAMI, Prepaga, Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Adolescentes: Argentina, 2019-2020

	Porcentaje de hogares en los que ningún miembro tiene cobertura de salud de Obra Social, PAMI, Prepaga)	Porcentaje de hogares en los que al menos un miembro tiene cobertura de salud de Obra Social, PAMI, Prepaga)	Total hogares	Porcentaje de hogares con menores de 18 años en los que ningún miembro tiene cobertura de seguro de salud	Porcentaje de hogares con menores de 18 años en los que al menos un miembro tiene cobertura de seguro de salud (Obra Social, PAMI, Prepaga)	Total hogares con menores de 18 años	Porcentaje de personas sin cobertura de seguro de salud (Obra Social, PAMI, Prepaga)	Total Personas	Porcentaje de personas menores de 18 años sin cobertura de seguro de salud (Obra Social, PAMI, Prepaga)	Personas menores de 18 años	Porcentaje de personas menores de 6 años sin cobertura de seguro de salud (Obra Social, PAMI, Prepaga)	Personas menores de 6 años
<b>Total</b>	22,5	77,5	14968	32,7	67,3	6338	39,2	44135	50,7	12278	55,6	3872
<b>Región</b>												
AMBA	19,1	80,9	5231	29,9	70,1	2006	34,8	14836	48,2	3810	55,0	1194
Cuyo	23,2	76,8	968	34,6	65,4	440	43,2	3128	55,3	886	53,5	286
NEA	37,6	62,4	1185	44,5	55,5	626	55,4	4012	62,6	1255	68,6	382
NOA	28,6	71,4	1497	36,3	63,7	791	45,7	5317	52,9	1612	58,2	514
Pampeana	21,0	79,0	5308	31,2	68,8	2138	36,7	14717	49,2	4130	53,7	1312
Patagonia	19,6	80,4	779	25,2	74,8	336	33,6	2126	39,4	585	42,4	183
<b>Sexo del jefe/a del hogar</b>												
Hombre	21,9	78,1	7480	28,7	71,3	3086	35,5	22467	45,5	5815	49,3	1829
Mujer	23,0	77,0	7488	36,5	63,5	3252	43,0	21669	55,4	6463	61,2	2043
<b>Educación del jefe del hogar - Arg</b>												
Hasta secundario incompleto	29,3	70,7	7699	44,6	55,4	3249	50,5	23843	65,2	6827	72,3	2106
Secundario completo / Terciario o Universitario incompleto	19,5	80,5	4641	24,2	75,8	2182	31,9	13568	39,1	3955	42,6	1278
Terciario o Universitario completo	7,3	92,7	2578	9,1	90,9	885	12,5	6544	13,5	1457	15,9	471
No responde	40,0	60,0	50	(55,8)	(44,2)	22	60,4	179	75,7	40	(70,9)	17
<b>Hogares según percepción de Asignación Universal por Hijo/a</b>												
Si	65,3	34,7	2232	65,3	34,7	2213	82,1	10628	86,2	5076	89,2	1877
No y presencia de miembros de 0 a 17 años	15,0	85,0	4100	15,0	85,0	4100	27,3	16937	25,5	7155	23,9	1989

**Fuente:** Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Adolescentes: Argentina (UNICEF 2019-2020)

Como se puede observar en la figura 4, existe un gran porcentaje de hogares que no tienen ninguna cobertura de salud, representando un 22,5% del total de los hogares encuestados, siendo la región del Noreste la que cuenta con un porcentaje más alto (37,6%) y el AMBA la que cuenta con un porcentaje más bajo (19,1%). Por otro lado, el total de hogares en los que, al menos un miembro de la familia cuenta con cobertura de salud, aumenta al 77,5%, siendo la región del AMBA quien tiene el porcentaje más alto (80,9%) y la región del Noreste con un porcentaje más bajo (62,4%). De igual manera, un 32,7% de los hogares con hijos menores de 18 años no poseen ningún tipo de cobertura de salud, en donde la región con el porcentaje más alto corresponde al Noreste argentino (44,5%) y el porcentaje más bajo se encuentra en la Patagonia (25,2%). El 67,3% de los hogares con chicos menores de 18 años, al menos un miembro tiene cobertura de salud, en donde el porcentaje mas alto se encuentra en la Patagonia (74,8%) y el porcentaje más bajo corresponde al Noreste (55,5%).

La tabla 5 muestra el Porcentaje de Personas que necesitaron Asistencia Médica o Medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero o transporte en la República Argentina, dividido por región geográfica.

**Tabla 5:** Porcentaje de personas que necesitaron asistencia médica o medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero o transporte

Porcentaje de personas que necesitaron asistencia médica o medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero o transporte , Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Adolescentes: Argentina, 2019-2020				
	Porcentaje de personas que necesitaron medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero <sup>A</sup>	Porcentaje de personas que necesitaron asistencia médica en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero o transporte <sup>B</sup>	Porcentaje de personas que necesitaron asistencia médica o medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero o transporte <sup>A,B</sup>	Personas que necesitaron asistencia médica o medicamentos en los últimos tres meses
Total	5,6	1,2	6,8	13198
Región				
AMBA	5,8	1,0	6,8	4543
Cuyo	6,0	0,9	6,9	1172
NEA	6,7	1,9	8,5	1194
NOA	9,3	2,1	11,5	1494
Pampeana	3,9	0,9	4,8	4212
Patagonia	4,4	0,6	5,0	583
Hogares según percepción de Asignación Universal por Hijo/a				
Si	7,8	1,4	9,3	2351
No y presencia de miembros de 0 a 17 años	5,5	1,0	6,4	3963
No sin presencia de miembros de 0 a 17 años	5,0	1,2	6,2	6878
No responde	(*)	(*)	(*)	6
Quintiles de índice de riqueza				
Más bajo	9,3	2,5	11,8	2356
Segundo	6,4	1,9	8,3	2465
Medio	6,5	1,1	7,6	2742
Cuarto	4,2	0,5	4,8	2842
Más alto	2,3	0,1	2,5	2794
Sexo				
Hombre	5,0	1,3	6,3	5568
Mujer	6,1	1,1	7,1	7630

**Fuente:** Encuesta Nacional de Niños, Niñas y Adolescentes: Argentina (UNICEF, 2019-2020).

El porcentaje de personas que necesitaron medicamentos en los últimos tres meses y no accedieron por falta de dinero es del 5,6%, en todo el país, siendo el Noroeste argentino (NOA) la región con el porcentaje más alto: 9.3%. En el otro extremo se encuentra la región Pampeana, con sólo un 3.9% de las personas que no pudieron acceder a los medicamentos en los últimos tres meses. La tabla

3 también da cuenta del porcentaje de personas que necesitaron asistencia médica en los últimos tres meses y no pudieron acceder por falta de dinero o transporte. De acá se desprende que el 1.2% del total del país no puede acceder a la asistencia médica, siendo también el NOA la región con el porcentaje más alto, con un 2.1%, mientras que la región de la Patagonia es la que cuenta con un porcentaje más bajo en lo que respecta al acceso a la asistencia médica, con un 0.6% (UNICEF, 2021).

En Argentina no existen, hasta el momento, aplicaciones móviles que brinden servicios de salud mental por profesionales idóneos. Las aplicaciones que ofrecen servicios de salud mental, específicamente en lo relacionado a la ansiedad y al estrés, provienen de los Estados Unidos y de España, que no son más que cinco (Celleri & Garay, 2021). En el país, se brinda ayuda en salud mental mediante el contacto con el profesional a través de una línea telefónica como es el caso de "Salud Mental Responde" que sólo emite orientación telefónica, de manera confidencial. Lo mismo sucede con "SOS un Amigo Anónimo" para personas que transitan una crisis emocional. Este servicio, a diferencia del anterior, forma parte de una asociación sin fines de lucro que ofrece la ayuda mediante Skype y también vía telefónica, todos los días, de 10 a 19 horas. Por último, la página web de la Asociación Argentina de Psiquiatras ofrece facilitar el contacto de los profesionales, a través de un número de teléfono.

Siendo consistentes con Celleri y Garay (2021) el campo de las aplicaciones para intervenir en Salud Mental en Argentina aún no está desarrollado y es una oportunidad útil, pero también necesaria, para acceder a más personas en post de una mejor calidad de vida, en términos psíquicos.

## 4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

### 4.1. MATRÍZ FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera Aplicación que brinda Asesoramiento a Familias con hijos con problemas de salud mental en el país</li> <li>- Rapidez: Obtener Ayuda inmediata los 365 días del año, las 24 horas.</li> <li>- Accesibilidad: Mayor acceso a la salud</li> <li>- Información Confiable: Grupo de Profesionales idóneos en el Área.</li> <li>- Facilita la prevención ante cualquier duda o sospecha clínica en el momento</li> <li>- Diagnóstico y Tratamiento.</li> <li>- Descentralización de la demanda.</li> <li>- Reducción de costos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de problemas emocionales en niños, niñas y adolescentes en Argentina y el resto de la región (ONU, OMS, UNICEF: 1 de cada 7 niños).</li> <li>- No existe en el Mercado Argentino otra Aplicación que brinde estos servicios, los ya existentes brindan ayuda a la persona quien padece el malestar, pero no a quien está a cargo de él.</li> <li>- Importante aumento del uso de las tecnologías digitales y de la telefonía móvil en virtud de la salud.</li> <li>- OMS estima que, para el 2030, el uso de las aplicaciones en salud tendrá un aumento exponencial, la cual garantizará los servicios de salud esenciales y de calidad para que se concrete la cobertura sanitaria universal (Msalud / Mhealth).</li> <li>- Generar alianzas con las empresas y el gobierno al tratarse de temas de salud pública (los gobiernos invierten cada día más en salud y en sus nuevas modalidades de intervención, impulsado por OMS).</li> <li>- Llevar Servicios de Salud mental a zonas remotas</li> </ul>



<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay inversores</li> <li>- No hay desarrolladores ni programadores</li> <li>- Todavía no están los profesionales para que formen parte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obras Sociales</li> <li>- Centros de Salud Mental</li> <li>- Hospitales Públicos</li> <li>- Asociaciones sin Fines de Lucro o Gobierno: Salud Mental Responde (tel) – SOS un amigo anónimo (tel; Skype)</li> <li>- Asociación Psiquiátrica Argentina</li> <li>- Puenteear</li> <li>- Profesionales de la Salud Mental que ofrecen sus servicios en redes sociales. Algunos forman redes de profesionales virtuales.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboracion propia (2023)

#### 4.2. ANÁLISIS PESTEL

<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>Políticos</b>	<p>Tanto la OMS como el resto de los Organismos que dependen de ella, están instando cada vez más a los gobiernos de todos los países a ampliar el acceso a la salud, incluida la salud mental, mediante distintos modos de intervención, como es el uso de Mhealth (OMS, 2016; OPS, 2023).</p> <p>Argentina, asimismo, invierte mucho del presupuesto nacional al desarrollo de distintas</p>	<p>En ocasiones, la burocracia de Argentina puede ser un factor a tener en cuenta para el desarrollo de una aplicación de salud mental.</p> <p>Impuestos que deben pagar las empresas al gobierno para operar.</p>

	políticas de salud, tanto en la ciudad como en la provincia y en la nación.	
<b>Económicos</b>	<p>Alta demanda del mercado</p> <p>Cubrir vacíos que las obras sociales dejan desatendidos, como la orientación al cuidador. Las obras sociales sólo cubren la consulta o el tratamiento a quien padece el malestar, pero no a su red próxima (madres, padres, cuidadores).</p> <p>Brindar nuevas oportunidades de trabajo.</p>	<p>Efectos económicos post pandemia provocados por COVID-19 (Ministerio de Salud de la República Argentina, 2022).</p> <p>Inflación permanente con la consecuente amenaza de establecer tarifas competitivas sostenidas en el tiempo.</p> <p>Disminución del poder adquisitivo</p> <p>Déficit importante en el acceso de bienes y servicios de Salud en Argentina. El 22.5% de los hogares no cuenta con ningún tipo de cobertura de salud (UNICEF, 2021).</p>
<b>Sociales y Culturales</b>	<p>En Argentina, el 15.1% de los niños, niñas y adolescentes está diagnosticado con un trastorno mental. El porcentaje aumenta en aquellos que, sin estar diagnosticados, padecen algún tipo de malestar emocional (Ministerio de Salud de la República Argentina, 2022; Unicef, 2021).</p> <p>Importante migración hacia la digitalización, especialmente luego de la pandemia por COVID-19, en toda la población (Unicef, 2021, 2022).</p>	<p>Altos niveles de desempleo y precarización laboral.</p> <p>Reordenamiento de las jerarquías, especialmente post pandemia.</p>

<b>Tecnológicos</b>	<p>El 68% de los adultos usa smartphones en Argentina.</p> <p>Fácil acceso de Internet.</p> <p>El 80% de la población argentina tiene algún tipo de acceso a Internet.</p>	<p>En ocasiones, hay fallas en la conexión a internet provista por las telefonías móviles, tanto en datos como en WI FI.</p> <p>Señal débil en lugares remotos.</p>
<b>Ecológicos</b>	-	-
<b>Legales</b>	No hay Regulación en el cobro de aranceles profesionales para el uso de particulares.	<p>Consentimiento Informado</p> <p>Acceso a la Historia Clínica</p> <p>Demandas por Mala Praxis</p>

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

### 4.3. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

#### Amenaza de nuevos ingresos

Con la era digital y, sobre todo, desde la pandemia por COVID-19, muchos profesionales de la salud mental comenzaron a ofrecer sus servicios en las redes sociales, específicamente a través de Facebook e Instagram. Los distintos médicos psiquiatras o psicólogos, en ocasiones, suelen formar redes profesionales como agrupaciones, centros virtuales o grupos de terapia online pudiendo, eventualmente, desarrollar una aplicación y formar parte de ella. Esto podría considerarse un obstáculo a futuro.

Se requiere un muy bajo nivel de inversión para tener visibilidad en las redes sociales y ofrecer los servicios de salud mental. Las barreras de entrada, por lo tanto, son relativamente bajas. Cualquier profesional de la salud puede ofrecer sus servicios en el mundo virtual.

Cuando salga al mercado esta aplicación por la cual se está trabajando, también se utilizarán las redes sociales para dar a conocer el servicio y poder penetrar en el mercado.

## **Rivalidad entre los Competidores**

El mercado de la salud mental es amplio y hay muchos psicólogos y médicos psiquiatras que ofrecen sus servicios en pos de una mejora emocional. A ellos los podemos encontrar, ya sea, mediante cartillas médicas (prepagas; obras sociales), derivaciones profesionales, redes sociales, internet, en los hospitales, en los centros de salud mental o a través del famoso "boca a boca". No obstante, como se ha tratado de dejar en claro a lo largo de este trabajo, estos profesionales brindan sus servicios a quienes padecen el trastorno o el problema emocional, pero hasta ahora no existe en el mercado el asesoramiento y la orientación a las familias con hijos -o algún otro miembro familiar- con dichos problemas.

Al ser un mercado grande, esta aplicación se podrá diferenciar de ellos ofreciendo un servicio que no se ofrece en el mercado y que es totalmente demandado por las familias. Tiene, a su vez, el atractivo de que, al ser una aplicación que funcione las 24 horas del día los 365 días año, quien lo desee, puede descargarse esta aplicación y resolver sus inquietudes en el momento, sin necesidad de ir hasta un hospital/clínica o tener que esperar mucho tiempo para la asignación del turno. Con esta aplicación, nos podremos diferenciar de los competidores a través de una nueva alternativa.

## **Amenazas de Productos Sustitutos**

En muchos colegios del país, profesionales de la salud mental, la psicopedagogía y la educación le ofrecen la orientación a las familias de los niños que poseen algún tipo de malestar emocional o que están diagnosticados con un trastorno específico. Para ello, se realiza un encuentro con las familias en el colegio y se charla sobre cómo lo ven en la escuela. En ocasiones, se brinda cierto asesoramiento para el trabajo en conjunto en la casa. Si bien la orientación a las familias funciona en muchos colegios del país, se realiza, como máximo, dos o tres veces al año. A las familias se les da herramientas, pero no se pueden sostener o hacer un seguimiento. De ahí la necesidad de los padres a recibir la ayuda de profesionales con respecto al padecimiento de sus hijos y en cómo ayudar a revertir esto en el hogar, de manera sostenida en el tiempo.

Algo similar sucede con las terapias. En las terapias de adultos, algunos profesionales les dan sugerencias a sus pacientes en cómo intervenir con sus hijos, pero el objetivo de la terapia no es trabajar sobre los hijos sino sobre los propios problemas emocionales que tienen los consultantes adultos. Son dos espacios distintos y es ahí en donde se quiere penetrar, en este segmento del mercado que está desatendido. De un tiempo a esta parte, la demanda en el uso de las aplicaciones móviles para recibir distintos tipos de servicios, como, en este caso, de salud, se incrementó sustancialmente.

### **Poder de Negociación de los Compradores/Clientes**

Los potenciales clientes que van a utilizar esta aplicación son las familias jóvenes, con hijos, que viven en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya que es el área de mayores ingresos del país. El segmento del mercado al que se apunta es a toda persona adulta (madres, padres, tutores, cuidadores) quienes tengan como interés buscar asesoramiento profesional acerca de los problemas emocionales o trastornos psiquiátricos que puedan presentar sus hijos o sus familiares más allegados.

Como la propuesta de valor de esta aplicación es totalmente diferenciadora, el poder de negociación que tendrán los potenciales clientes será relativamente bajo. Las familias no cuentan, hasta el momento, con muchas opciones en el mercado para satisfacer esta necesidad.

### **Poder de Negociación de los Proveedores**

Los activos mas importantes de esta aplicación serán, sin lugar a duda, los profesionales de la salud mental que provean sus servicios. En este caso, cada profesional establecerá sus propios honorarios para evitar una supuesta amenaza por parte de ellos hacia la aplicación. Se espera contar con un gran número de proveedores que formen parte de la compañía y establecer, asimismo, alianzas estratégicas con empresas y el gobierno, en cararas al futuro.

#### 4.4. CANVAS BUSINESS MODEL

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Inversionistas  Profesionales de la Salud Mental  Agencia de Medios  Gobierno (eventualmente)  Empresas (eventualmente).	Publicidad.	Brindar servicios de asesoramiento y orientación a familias que cuenten con hijos (o algún familiar) que padezca un problema emocional, de manera inmediata, de fácil acceso y en vivo, a través de una aplicación con un profesional competente en el tema.	Trato personalizado y confidencial  <b>Posibilidad de establecer relaciones a largo plazo.</b>	Familias con un nivel socioeconómico medio, medio alto, con un hijo o familiar que presente un problema de salud mental y que tengan acceso a un dispositivo móvil con internet y cuenta bancaria o billetera virtual.
	<b>Recursos Claves</b>  Desarrolladores.  Programadores  Agencia de Medios  Recursos Humanos	<b>Visibilidad para los profesionales de la salud mental.</b>	<b>Canales</b>  Redes Sociales (Facebook; Instagram).  Presencia en colegios  Asistencia Congresos de Salud Mental  Publicidad en Medios  Newsletters  <b>Dispositivos con acceso a internet.</b>	<b>Profesionales de la salud mental recibidos con matrícula vigente y con estudios de posgrado competentes al área, sin antecedentes penales, que cuenten con un dispositivo móvil, con acceso a internet y cuenta bancaria</b>
<b>Estructura de Costes</b>			<b>Estructura de Ingresos</b>	
Desarrollo de la Aplicación para ser lanzada al mercado: desarrolladores y programadores  Compra computadoras Campañas de marketing y publicidad en redes sociales y medios de comunicación.  Recursos Humanos – Tareas administrativas  Viajes a Congresos de Salud Mental			La aplicación ganará un 20% de comisión de la consulta.	

**Fuente:** elaboración propia (2023)

## **5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **5.1. Encuesta sobre Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro familiar) con Problemas Emocionales**

Se llevó a cabo una primera encuesta con el fin de descubrir el grado de conocimiento que las familias tienen sobre el uso de aplicaciones móviles para el asesoramiento de salud mental de sus hijos, o algún otro familiar, que necesite orientación psicológica en el momento, mediante el uso de una plataforma.

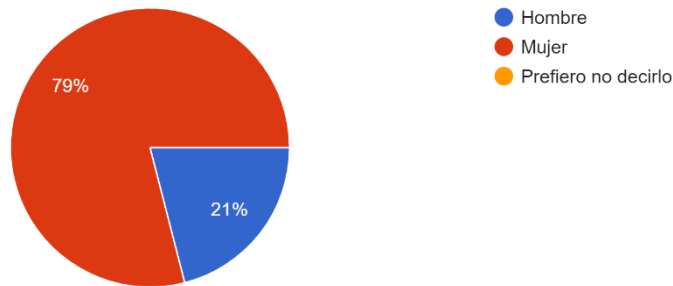
Para ello, se encuestó un total de 100 familias, mayores de edad, residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el Anexo 1 se puede ver el formulario completo.

Los datos que de aquí se desprenden permiten visualizar, no sólo el grado de conocimiento actual que tienen las familias con respecto al uso de aplicaciones móviles en el campo de la salud mental, sino que también permite proyectar a futuro un nuevo mercado, el cual, hasta la fecha, es inexistente en la República Argentina. Las familias que tienen hijos (o algún otro familiar a cargo) son un segmento de la población que está desatendido y que, según los resultados de la encuesta, consideran útil y necesaria esta aplicación.

A continuación, se presentan los estadísticos descriptivos de la encuesta de referencia:

### Gráfico 1: Género

Género  
100 respuestas

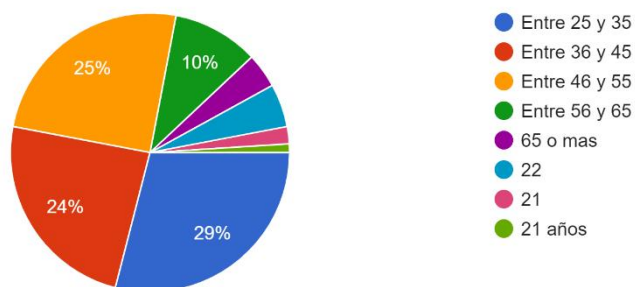


**Fuente: elaboración propia (2023)**

La muestra estuvo compuesta por un total de 100 familias, residentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El 79% de los encuestados fueron mujeres, mientras que el 21% restante fueron hombres.

### Gráfico 2: Edad

¿Qué edad tenes?  
100 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

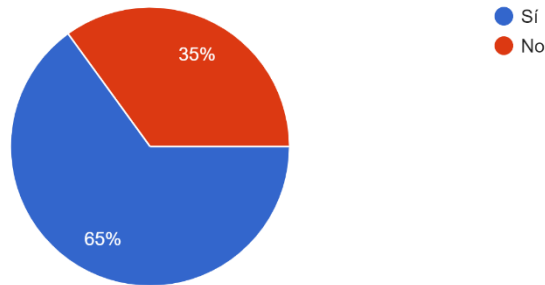
Con respecto a la edad de los encuestados, se observa que, el 29% de los mismos tienen entre 25 y 35 años, el 25% son familias con edades que oscilan entre los 46 y 55 años, el 24% de ellas, tienen entre 36 y 45 años, mientras que sólo un 10% son mayores de 56 años. El resto de los encuestados, es decir, el 12% restante, oscilan entre los 21 y 22 años.



### Gráfico 3: Hijos

Tenes Hijos?

100 respuestas



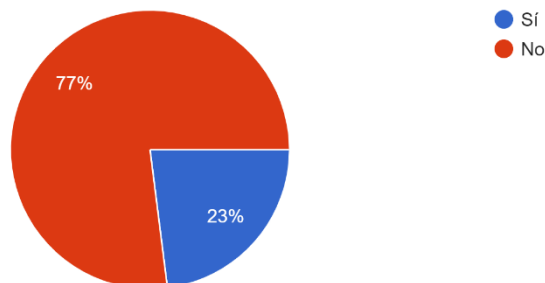
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Como se observa en el gráfico, el 65% de los encuestados tiene hijos mientras que el 35% de ellos afirmó, hasta el momento, no tener hijos.

### Gráfico 4: Hijos con malestar emocional

¿Tenes hijos que están viviendo un malestar emocional o que estén diagnosticados con algún trastorno mental?

100 respuestas



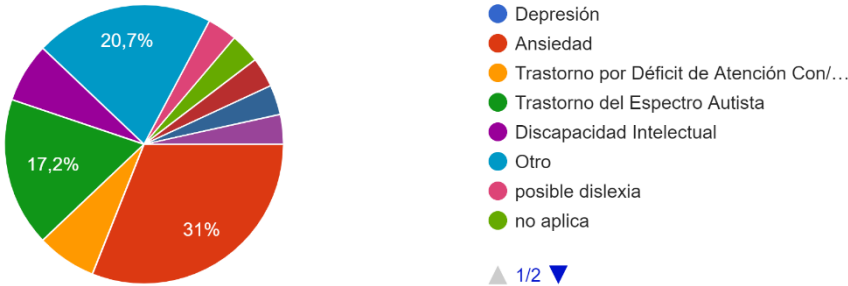
**Fuente: elaboración propia (2023)**

En relación al malestar emocional o trastorno mental diagnosticado, el 77% de los encuestados afirmaron que sus hijos no presentan ningún malestar emocional ni que tampoco están diagnosticados, mientras que el 23% sostuvieron que sus hijos cuentan con algún tipo de malestar psíquico.

**Gráfico 5: Tipo de malestar emocional - trastorno**

Si colocaste si en la respuesta anterior, por favor diga si ese trastorno se encuentra en el siguiente listado:

29 respuestas



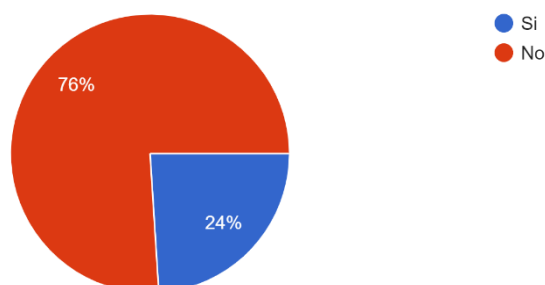
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Siendo consistentes con la literatura, el 31% de los encuestados sostuvieron que sus hijos presentan algún tipo de malestar emocional vinculado con la ansiiedad, el cual es unos de los trastornos mas frecuentes en la población infanto-juvenil (UNICEF, 2021). Por otra parte, el 20.7% presentan depresión y un 17.2% cuentan con trastornos vinculados al espectro autista.

## Gráfico 6: Conocimiento actual de aplicaciones de salud mental

¿Sabías que existen aplicaciones móviles que brindan Servicios de Salud Mental?

100 respuestas



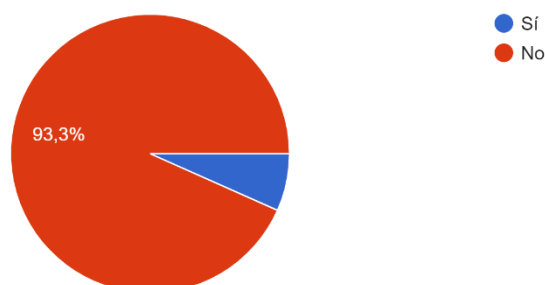
**Fuente: elaboración propia (2023).**

En lo que respecta al uso de aplicaciones móviles que brindan servicios de salud mental en el país, el 76% desconocía su existencia, mientras que el 24% de las familias sí sabían que existen este tipo de aplicaciones en Argentina.

## Gráfico 7: Uso de Aplicación

Si respondiste sí en la respuesta anterior, ¿alguna vez usaste una aplicación que ofrezca Servicios de Salud Mental para vos o bien para asesorarte acerca del malestar emocional de un familiar?

45 respuestas



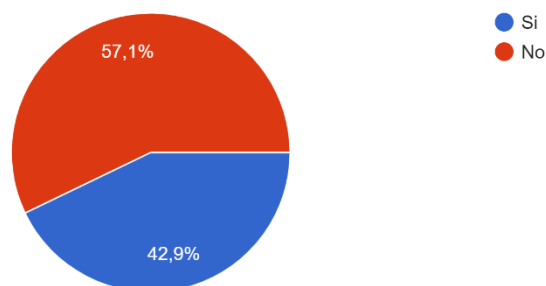
**Fuente: elaboración propia (2023)**

El 93% de los encuestados afirmó nunca haber utilizado una aplicación que ofrezca servicios de salud mental, tanto para sí mismo, como para asesorarse acerca de un familiar que cuente con un malestar emocional.

### Gráfico 8: Utilidad

Si respondiste sí en la pregunta anterior ¿te resultó útil?

14 respuestas



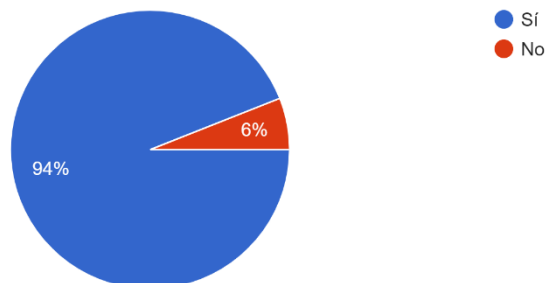
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Las personas que respondieron que sí en la pregunta 7, es decir, aquellas familias que alguna vez utilizaron una aplicación de servicios de salud mental, el 57.1% manifestaron que les resultó útil, mientras que un 42.9% afirmó que no.

### Gráfico 9: Necesidad de una aplicación de asesoramiento de salud mental

¿Consideras conveniente y necesaria una Aplicación que brinde Asesoramiento y Orientación a padres con hijos con problemas de Salud Mental o Discapacidad?

100 respuestas



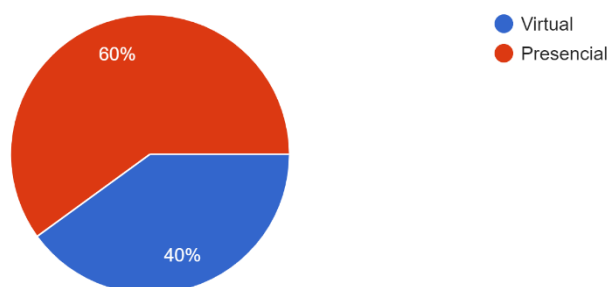
**Fuente: elaboración propia**

Según los estadísticos descriptivos, el 94% de las familias encuestadas afirmaron que consideran útil y necesaria una aplicación de asesoramiento y orientación a padres con hijos con problemas de salud mental, mientras que sólo el 6% manifestaron que no la consideran útil ni necesaria.

### Gráfico 10: Tipo de Modalidad

¿Preferirías que el servicio de asesoramiento y orientación acerca del malestar que presenta tu hijo sea de manera virtual o presencial?

100 respuestas



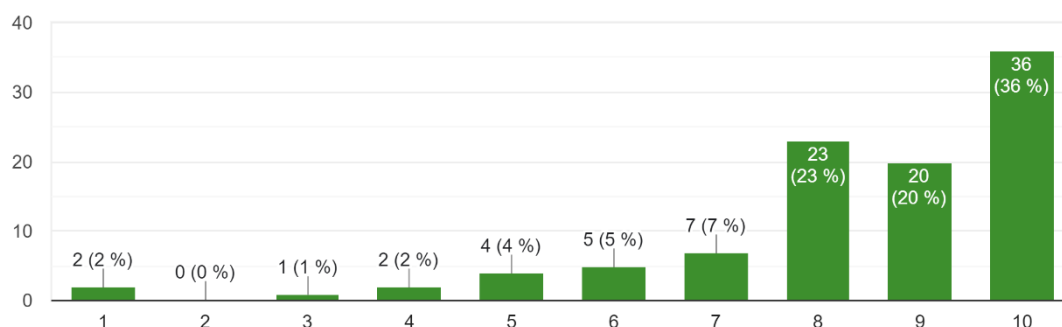
**Fuente: elaboración propia (2023).**

En relación a la modalidad de atención, el 60% de las familias prefieren ser atendidos por un profesional en el campo de la salud mental de manera presencial, mientras que un 40% de ellas prefieren que sea virtual.

### Gráfico 11: Nivel de Estudio del Profesional de la Aplicación

En una escala del 1 al 10 -en donde 1 sea NADA IMPORTANTE y 10 sea EXTREMADAMENTE IMPORTANTE- ¿Cuál es la importancia de que los p... Maestría; Doctorado- en sus áreas competentes?

100 respuestas



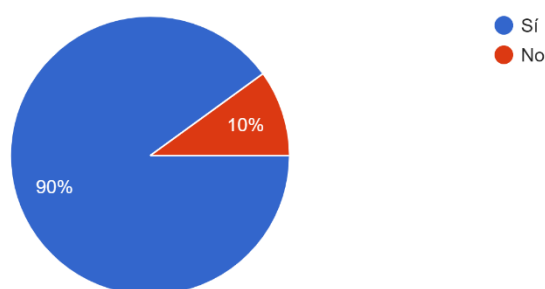
**Fuente: elaboración propia (2023).**

Según el nivel de formación académica del profesional que va a brindar el servicio de asesoramiento a las familias, el 36% de los encuestados consideran que es extremadamente importante que estos profesionales cuenten con estudios de posgrados en el área correspondiente. Un 43% encuentra muy importante el nivel de estudio de los profesionales que formen parte de la aplicación. Un 16% de ellos lo consideran “algo importante” y el resto de los encuestados consideran nada o muy poco importante los estudios de posgrado de los profesionales.

### Gráfico 12: ¿Usarías esta aplicación?

¿Usarías una Aplicación para asesorarte con un profesional competente acerca del malestar emocional que está teniendo tu hijo para que, con ...uedan esclarecer dudas y ayudar en la prevención?

100 respuestas



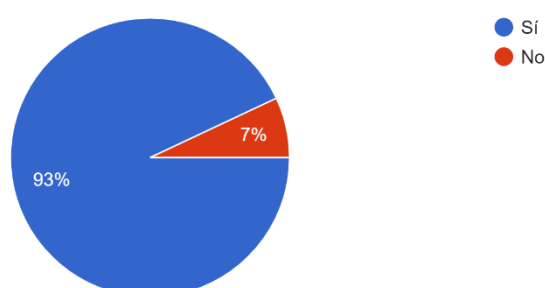
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Con respecto a si las familias utilizarían una aplicación para asesorarse con un profesional competente acerca del malestar emocional que está padeciendo su hijo, con quienes puedan esclarecer sus dudas y ayudarlos en la prevención, un 90% sostuvo que sí usaría esta aplicación, mientras que sólo un 10% sostuvo que no.

### Gráfico 13: ¿La recomendarías a otras familias?

¿Recomendarías el uso de la Aplicación a otros padres?

100 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

Por último, el 93% de las familias encuestadas sostuvo que recomendarían a otros padres el uso de esta aplicación, mientras que el 7% restante manifestaron que no la recomendarían.

## **5.2. Encuesta a Profesionales de la Salud Mental sobre Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro familiar) con Problemas Emocionales mediante una Aplicación Móvil.**

Esta segunda encuesta estuvo destinada a los profesionales del campo de la Salud Mental y se llevó a cabo con el fin de establecer si existe intención de formar parte de esta aplicación y brindar sus servicios profesionales. Asimismo, se busca identificar los distintos perfiles de profesionales para poder realizar una segmentación mas específica en función de los deseos de los consultantes.

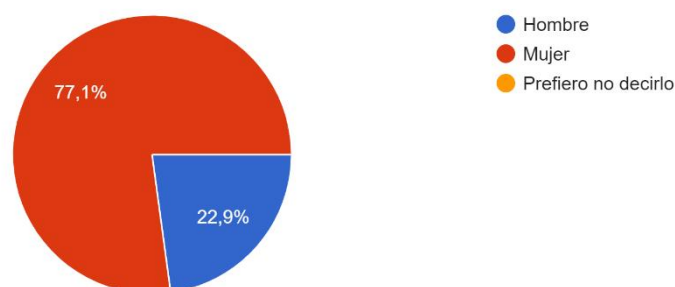
La muestra estuvo compuesta por un total de 70 profesionales del campo de la salud mental de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En el Anexo 2 se podrán visualizar las preguntas de la encuesta.

A continuación, se presentan los estadísticos descriptivos.

### **Gráfico 14: Género Profesionales de la Salud Mental**

¿Con qué género te sentís identificado?  
70 respuestas



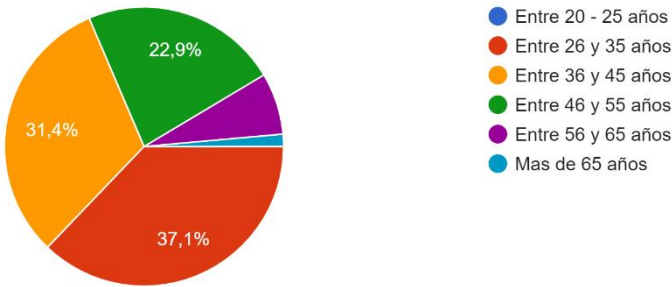
**Fuente: elaboración propia (2023)**



La ilustración 1 muestra que, del total de los profesionales de la salud mental encuestados, el 77,1% son mujeres, mientras que el 22.9% son hombres.

**Gráfico 15: Edad Profesional de la Salud Mental**

¿Qué Edad Tienes?  
70 respuestas

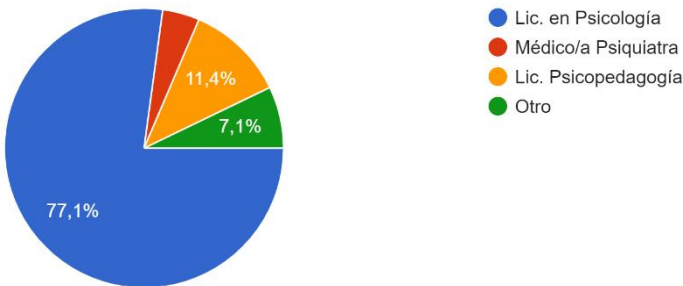


**Fuente: elaboración propia (2023)**

Con respecto a la franja etaria de los profesionales, el 37,1% tienen entre 26 y 35 años, el 31.4% entre 36 y 45 años y el 22.9% de los profesionales tienen entre 46 y 55 años. Un 7.1% tiene entre 56 y 65 años y, un 1.4% entre 20 y 25 años.

**Gráfico 16: Carrera de Grado**

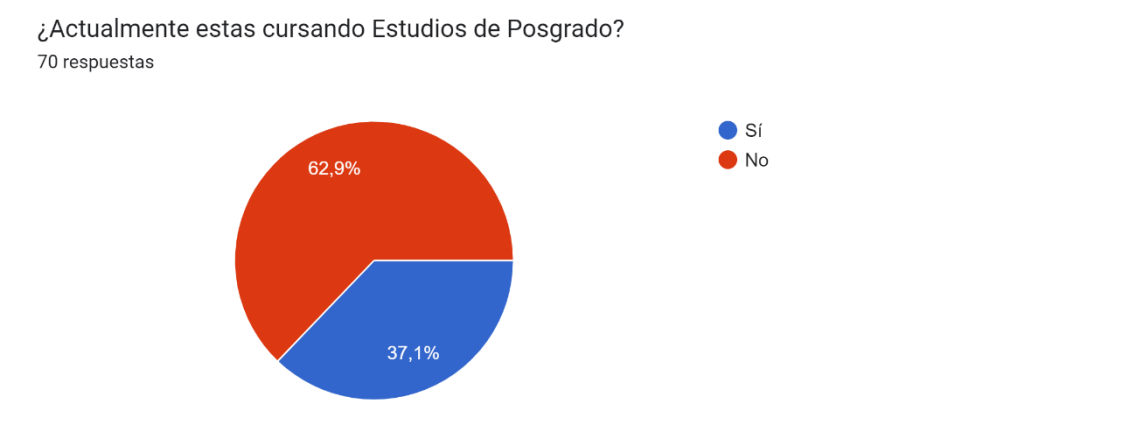
¿Cuál es tu Carrera de Grado?  
70 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

En relación a la carrera de grado de los profesionales encuestados, el 77.1% de ellos son Lic. En Psicología, el 11.4% son Lic. En Psicopedagogía, el 4.3% son Médicos Psiquiatras y un 7.1% tienen una carrera de grado afín a la salud mental, pero que no especifican.

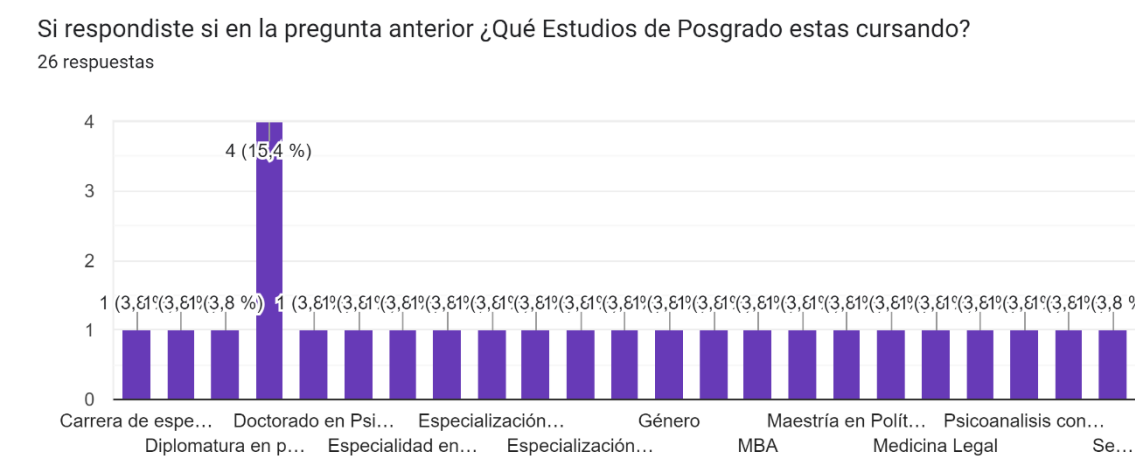
Gráfico 17: Estudios de Posgrado



Fuente: elaboración propia (2023)

Según la ilustración, un 37.1% de los profesionales de la salud mental está cursando actualmente algún tipo de posgrado, mientras que el 62.9% no está cursando actualmente ningún estudio superior.

Gráfico 18: Tipo de Estudio de Posgrado

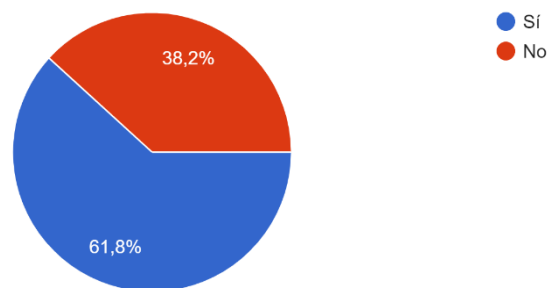


Fuente: elaboración propia (2023)

El estudio de posgrado que prima en esta encuesta es el Doctorado en Psicología, con un 15.4%, mientras que el resto de los profesionales está llevando a cabo distintos tipos de posgrados, como carreras de especialización en psicología cognitiva conductual, maestría en género, maestría en políticas sociales, maestría en psicoanálisis, psicodiagnóstico Rorschach, sexología clínica y medicina legal, que, en total, representan el resto de los encuestados, es decir, el 84.6%.

### Gráfico 19: Posgrados Finalizados

¿Contas Posgrado/s Finalizados ?  
68 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

En función de los estudios de posgrado finalizados, el 61.8% de los profesionales afirmaron que terminaron algún tipo de carrera de posgrado, mientras que el 38.2% sostuvo que no terminó -o no cuenta- con estudios de posgrado.

### Gráfico 20: Títulos de Posgrados

Si respondiste *si* en la pregunta anterior ¿Qué título de posgrado tenes?

Ciberpsicología  
Trastornos de ansiedad  
Terapia de Pareja y Familia  
Formaciones en distintas terapias  
Posgrado en dirección de sistemas de información  
Psicoterapeuta  
Especialista en Psicodiagnóstico de Rorschach, y Maestría sobre patologías del Desvalimiento.  
evaluación-discapacidad

Terapias cognitivas contemporáneas  
 Terapia sistémica/ clínica de niños y adolescentes.  
 Especialista en psiquiatría, especialista en cuidados paliativos  
 Tcc y 3° Ola  
 Especialización en el Modelo Sistémico  
 Especialización TCC  
 Pine del stress. Profesorado. Sexología clínica. Especialización en tcc  
 clínica psicoanalítica  
 Psicoterapias cognitivas contemporáneas  
 clínica de adultos  
 Pediatra  
 Psicopedagogía clínica  
 Neurodesarrollo del aprendizaje en niños y adolescentes  
 Especialista en Terapia Integrativa  
 Atención en la diversidad  
 Metodología de la Investigación/ Dirección y tutoría de tesis  
 Especialización En Currículum y Prácticas escolares en contexto, Diplomatura Superior  
 en Psicoanálisis y Prácticas Socioeducativas, Diplomatura Universitaria en ESI,  
 Diplomatura Universitaria en Pedagogía y Políticas para la Primera Infancia  
 Diplomatura en psicología Perinatal  
 Psicología clínica de niños y adolescentes  
 Integración sensorial  
 Trastornos alimenticios  
 Test de Zulliger  
 clínica de niños y adolescentes  
 Clínica, evaluación y manejo de la conducta suicida. - Psicología y terapia cognitiva. -  
 Terapias Contextuales. - Trastorno de ansiedad.  
 Doctorado  
 Posgrado en Clínica Psicoanalítica  
 Especialista en Psicoterapia Cognitivo Conductual Integrativa  
 Cursos  
 Especialización en Psicoterapia Cognitiva  
 Especialista es salud social comunitaria. Especialista en psicología clínica y terapia cct  
 Diplomatura en psicopatología infantil juvenil cognitivo conductual contextual (UAI)  
 psicología jurídica y Forense  
 Residencia en salud mental infantojuvenil

**Fuente: elaboración propia (2023)**

Se mostró el total de estudios de posgrado con los que cuentan los profesionales de la salud. El listado supra da cuenta de la necesidad de contar con estudios de posgrado para tener mayores competencias laborales en el mercado actual.

### Gráfico 21: Modelo Teórico

¿Qué Modelo Teórico se ajusta mejor al desarrollo de tu Ejercicio Profesional?

70 respuestas



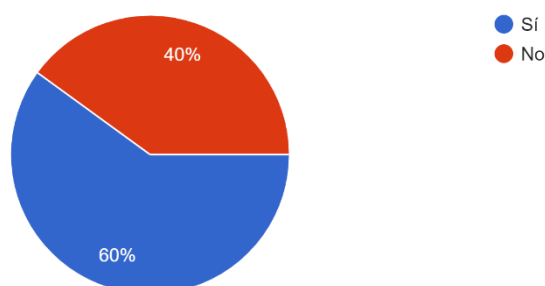
**Fuente: elaboración propia (2023)**

La ilustración muestra que el 42.9% de los profesionales de la salud mental se ajustan mejor al modelo cognitivo-conductual para el ejercicio de su profesión, el 21.4% afirma que su modelo teórico de referencia es el modelo del psicoanálisis. Por otra parte, un 18.6% se identifica con un tipo de modelo ecléctico para su ejercicio laboral, un 5.7% practica el modelo teórico sistémico, un 1.4% la psicología positiva y, por último, un 10% se acopla a otro tipo de modelo teórico en su práctico laboral.

### Gráfico 22: Conocimiento del Uso de Aplicaciones Móviles en Salud Mental

¿Sabías que existen Aplicaciones Móviles que brindan Servicios de Salud Mental?

70 respuestas



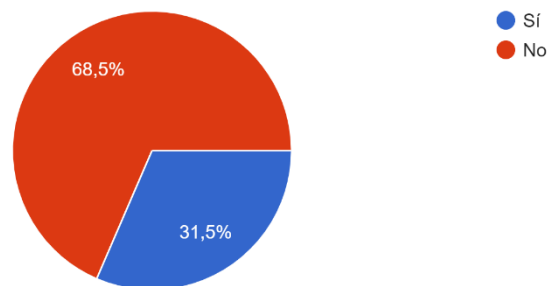
**Fuente: elaboración propia (2023)**

En función de si los profesionales del campo de la salud mental saben de la existencia del uso de aplicaciones móviles en salud mental, un 60% dijo que sabe que existen, mientras un 40% manifiesta que no.

### Gráfico 23: Brindar Servicio en Aplicación Móvil

Si respondiste sí en la pregunta anterior, ¿Alguna vez brindaste tus Servicios Profesionales a través de una Aplicación/Plataforma Digital?

54 respuestas



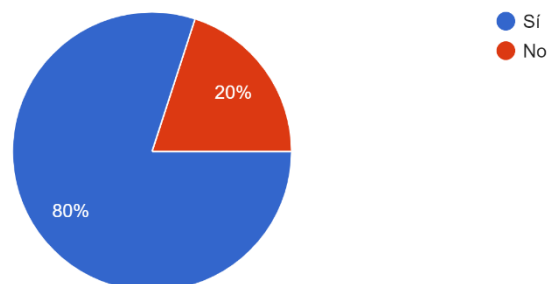
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Un 68.5% de los profesionales sostuvieron que nunca brindaron sus servicios profesionales a través de una aplicación móvil/plataforma digital, mientras que un 31.5% afirmaron que alguna vez brindaron sus servicios mediante una aplicación móvil/plataforma virtual.

### Gráfico 24: Practicidad

Si respondiste sí en la pregunta anterior ¿Te resultó práctica?

20 respuestas



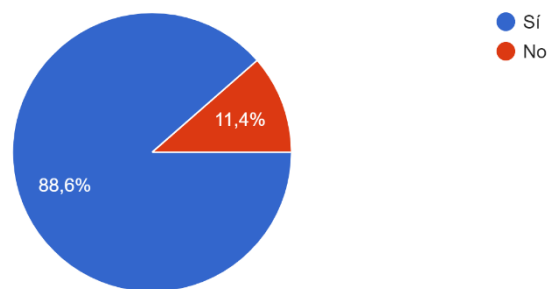
**Fuente: elaboración propia (2023)**

Según la ilustración supra, el 80% de los encuestados manifestaron que les resultó práctica el uso de una aplicación móvil para brindar sus servicios profesionales, mientras que un 20% no la encontraron práctica.

### Gráfico 25: Conveniente y necesaria la Aplicación

¿Consideras conveniente y necesaria una Aplicación que brinde Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro Miembro del Grup...) con problemas de Salud Mental o Discapacidad?

70 respuestas



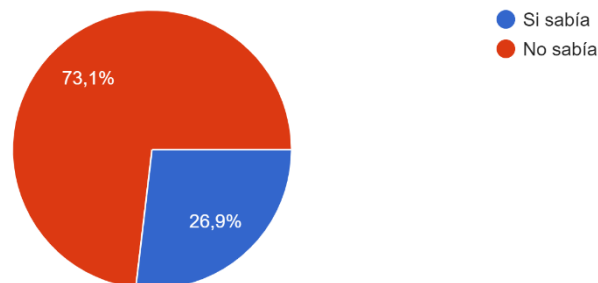
**Fuente: elaboración propia (2023)**

En función de si resultaría conveniente y necesaria una aplicación que brinde servicios de asesoramiento y orientación a familias con hijos (o algún otro miembro del grupo familiar) con problemas de salud mental o discapacidad, el 88.6% sostuvo que si, mientras el 11.4% sostuvo que no lo encuentra necesario ni conveniente.

## Gráfico 26: Conocimiento Actual

¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos? Las pocas que existen ...tratamiento de distintos problemas emocionales.

67 respuestas



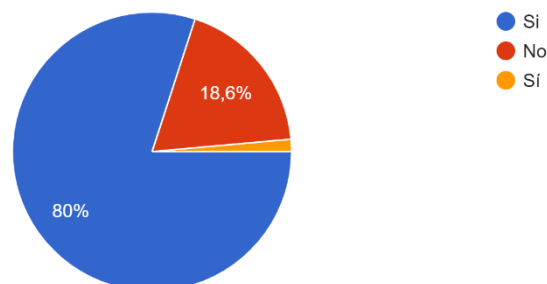
**Fuente: elaboración propia**

La ilustración muestra que el 73.1% de los profesionales no saben que en Argentina aún no existen aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos y que las pocas que existen son de España y los Estados Unidos, pese a que la ONU, OMS, UNICEF y OPS instan a los países a que los profesionales brinden sus servicios mediante el uso de aplicaciones móviles para garantizar el acceso a la salud. Por su parte, el 26.9% de los profesionales encuestados, afirmaron tener conocimiento acerca del uso de estas aplicaciones móviles.

## Gráfico 27: Brindar Servicios Profesionales mediante la Aplicación (\*)

¿Brindarías tus Servicios Profesionales de Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro miembro familiar, como puede ser abuelos...licación sería que brinde servicios confiables.

70 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

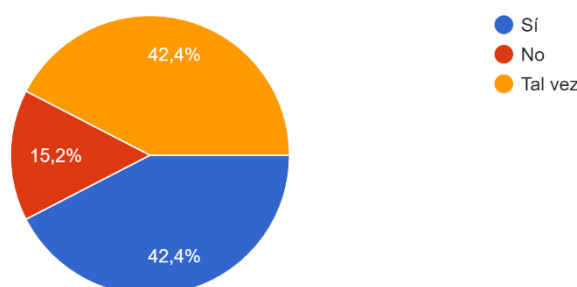


El 81.4% de los profesionales estarían de acuerdo en brindar sus servicios profesionales de asesoramiento y orientación a familias que tengan algún miembro de su grupo familiar con un malestar emocional, a horarios a convenir y estableciendo sus propios honorarios, mientras que el 18.6% de los profesionales manifestaron no querer formar parte de esta aplicación.

*\*Es menester comunicar que, a los profesionales de la salud mental se les informó, en este apartado, que la aplicación se encargará de promocionar el servicio mediante distintas estrategias de marketing y publicidad para que llegue al mayor número de personas y logre posicionarse en el mercado como una aplicación seria que brinde servicios confiables.*

### **Gráfico 28: Aspiración a futuro de Ampliar el Portfolio de Servicios**

En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: asistencia al suicida y ofrecer servicios ...l a adultos. ¿Te interesaría, también, formar parte?  
66 respuestas

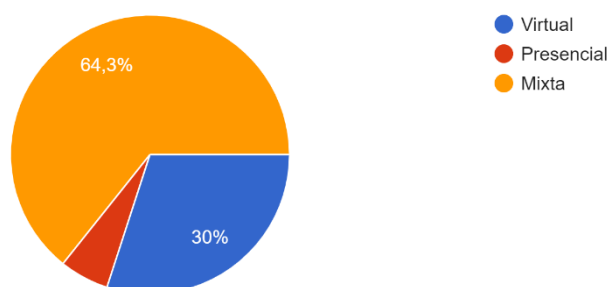


**Fuente: elaboración propia (2023)**

Con respecto a la aspiración que tiene la aplicación a ampliar sus servicios en un futuro, como, por ejemplo, asistencia al suicida, atención psicológica a adultos, evaluación de psicotécnicos, etc, un 42.4% de los profesionales estarían interesados en formar parte, un mismo porcentaje, es decir, un 42.4% sostuvo que tal vez estarían interesados y un 15.2% afirmaron que no están interesados en formar parte de la aplicación, pese a que habría mas servicios profesionales para ofrecer.

### Gráfico 29: Modalidad de Atención

Preferirías que el Servicio de Asesoramiento y Orientación a Padres sea Virtual, Presencial o Mixta?  
70 respuestas

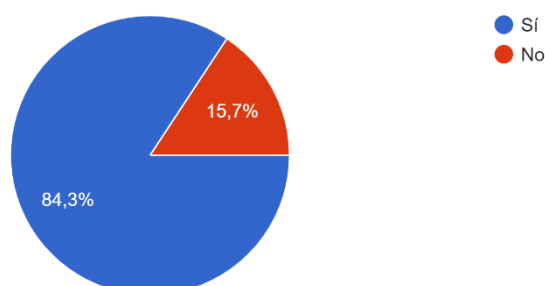


**Fuente: elaboración propia (2023)**

El 64.3% de los encuestados prefieren que el servicio de asesoramiento y orientación a los padres/familias sea de manera mixta, es decir, virtual y presencial. Por otro lado, un 30% prefiere que la modalidad sea solamente virtual y un 5.7% prefiere que sea presencial.

### Gráfico 30: Psicoeducación

¿Te gustaría fomentar la Psicoeducación a través de videos informativos de corta duración sobre un tema específico de tu formación? Por ejemplo: m... TDAH; Depresión-Ansiedad; familias; duelo; etc.  
70 respuestas



**Fuente: elaboración propia (2023)**

Por último, con respecto a que los profesionales de la salud mental quieran fomentar la psicoeducación con breves videos informativos, de corta duración, sobre un tema específico de su área de conocimiento, un 84.3% manifestaron

que les gustaría colaborar para fomentar la psicoeducación, mientras un 15.7% no está interesado.

### **5.3. 1° Entrevista en Profundidad a Andres: Psicólogo Clínico**

- **¿Cómo te llamas? ¿Qué edad tenes?** Me llamo Andrés Buschiazzo y tengo 38 años
- **¿Cuál es tu Profesión?** Psicólogo – Psicoterapeuta
- **¿Qué Modelo Teórico se ajusta mejor al desarrollo de tu Ejercicio Profesional?** Psicología Adleriana (Psiconálisis) - Psicología Positiva
- **¿Contas con estudios de posgrado? ¿Cuál/es?** Si. Postgrado en Psicoterapia Adleriana en el Centro de Estudios Adlerianos – Especialización en Psicología Aplicada al Deporte Universidad de Buenos Aires (UBA)
- **¿Cuántos años de experiencia tenes en el área de la salud mental?** 12 años
- **¿Qué te parecen las intervenciones de salud mental en el mundo digital: zoom, Facebook, Whatsapp?** Tiene eficacia como la psicoterapia presencial, ventajas y desventajas como cualquier intervención, pero es una herramienta con mucho potencial y accesibilidad para las personas.
- **Cómo profesional ¿cómo es tu experiencia con ellas? ¿Piensas que traen buenos resultados? ¿Observas cambios positivos en lo que respecta al problema con que te consultan los pacientes?** La experiencia es muy adecuada, trae buenos resultados y se observan clínicamente cambios positivos, y sobre todo, se incorpora una herramienta más que aumenta la potencia de la aplicación. Hasta la fecha

de la pandemia yo no hacía consultas online solo hacía clínica presencial en formato psicoterapia individual o grupal. Luego de estar en suspenso por un mes, elaboramos un plan de acción colectivamente con colegas sobre cómo ofrecer un servicio psicoterapéutico online de calidad y efectivo. Asimismo, fuimos adaptando las habilidades profesionales al teletrabajo y, para ello, realizamos un curso organizado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) denominado: “*Provisión remota de intervenciones de salud mental y apoyo psicosocial*”

- **¿Qué puntos encuentras a favor? ¿Cuáles en contra?**

**Ventajas:**

- Es una manera de asegurar una continuidad en la atención cuando, por ejemplo, se dan emergencias sanitarias y la gente no se puede desplazar ni puede mantener un contacto físico cercano.
- Se puede llevar a cabo con personas que cuentan con problemas de salud o discapacidades que puedan limitar su capacidad de desplazamiento a un centro de salud, por ejemplo, personas que tengan afectaciones por inmunodeficiencia, dificultades para acceder a medios de transporte adaptados para personas con discapacidad o ansiedad.
- Puede ser útil para superar barreras, como el acudir al centro de salud si se tienen dificultades económicas, si hay largas distancias que recorrer, carreteras impracticables o dificultades en el transporte.
- Reduce el tiempo y los costos asociados con el desplazamiento.
- Puede usarse para ayudar a personas sin importar dónde se encuentren.
- Puede usarse para ayudar a personas que viven en zonas donde no existen servicios de apoyo psicológico cercanos.

**Desventajas:**

- La comunicación puede ser más limitada por la falta de información no verbal.
- La gestión de situaciones de alto riesgo puede ser más complicada (como en casos de riesgo de suicidio, etc.).
- Al depender del uso de la tecnología y de las telecomunicaciones puede ser menos fiable.

- No todo el mundo cuenta con un dispositivo como un celular o un smartphone, por lo que para algunas personas podría ser imposible acceder a estos servicios.
- Las personas que reciben la atención psicológica podrían no fiarse del nivel de privacidad y seguridad de su información cuando se usa tecnología.
- Faltan estudios para saber los límites y potenciales de la aplicación

- **¿Qué cosas podrían mejorar?** Según un informe de la APA de 2022, encontró que en el 2021 el 50 % de los psicólogos habían pasado a ofrecer servicios presenciales y virtuales a sus pacientes, frente al 30 % del 2020. Además, mostraron que el 25 % de los adultos con bajos ingresos no poseen teléfonos inteligentes y el 40 % de este grupo no tiene Internet, ni computadoras en el hogar, lo que indica preocupaciones significativas sobre la equidad de la telesalud. Deberíamos contar con una plataforma accesible y amigable con una cultura más cerca a la nuestra. De esta manera seguir investigando psicología y tecnología para que nuestros pacientes tengan mejores resultados, en un menor tiempo.
- **¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos?** *Las pocas que existen provienen de otros países, como lo son los Estados Unidos y España, pese a que la OMS, UNICEF Y ONU promueven estas prácticas profesionales cada vez mas e insta a los países a que las adopten rápidamente para llegar a un acceso mayor a la salud y fomentar la prevención y el tratamiento de distintos problemas emocionales.*

No sabía, y creo firmemente que habría que regular y diseñar una plataforma que se adecua mejor a estas latitudes, de esa manera aumentará la accesibilidad a poblaciones que se encuentran por fuera de la oferta y que se beneficiaría mucho con esta modalidad.

- **Si existiese este tipo de aplicaciones en Argentina, ¿formarías parte de ella para ampliar tus pacientes?** *La aplicación se encargaría de promocionar el servicio mediante las distintas estrategias de marketing y comunicación para que llegue al mayor número de personas y logre*

*posicionarse en el mercado como una aplicación seria que brinde servicios confiables.*

Desde luego que sí. Ya que contaría con una plataforma que se adecua a mis necesidades como profesional. Eso incrementaría el servicio de psicoterapia de mi práctica profesioanal.

- **¿Brindarías servicios profesionales de orientación a familias con hijos o algún otro familiar (puede ser hermano menor, abuelos, padres) que esté padeciendo un problema emocional y necesiten de tu ayuda? ¿Qué aspectos positivos encuentras en esto? ¿Y qué aspectos negativos?** Sí. Desde que uso la herramienta he observado que los padres se incluyen mucho más en el proceso psicoterapéutico y la comunicación más fluida y precisa.
- **¿Estarías dispuesto/a que la aplicación se quede con un porcentaje del 20% de los honorarios que vos establezcas? ¿O preferirías pagar una tarifa mensual mínima para formar parte de la aplicación?** Si, siempre y cuando la plataforma me garantice la rapidez en dar soluciones a ulteriores problemas con la tecnología.
- **En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: la asistencia al suicida y los servicios de salud mental a adultos. ¿Te interesaría, también, formar parte?** Si, es una herramienta muy eficaz. Esto significa que los psicólogos debemos prepararnos para un futuro híbrido, por eso la necesidad aún más que antes de establecer cada vez más una psicoterapia integral, donde haya más colaboración entre disciplinas conexas a la psicología y áreas de interés común, con un marcado énfasis en el sentimiento de comunidad, la justicia social y el cuidado del ambiente.
- **De igual manera, para darse a conocer más, la aplicación pretende contar con distintos videos, de corta duración, en donde los**

profesionales, que así lo desean, pueden explicar algún tema relacionado con su formación profesional, como ¿"qué es el autismo"? ¿qué son las emociones? ¿Qué es la ansiedad y el estrés? ¿Cómo transitar un duelo? Con esto, se busca, además, la psicoeducación y la visibilidad de los profesionales en la aplicación. La psicoeducación, la divulgación es necesaria para llevar a todas partes la psicología.

- **Por último ¿preferirías brindar el servicio únicamente a través de la aplicación digital, o preferís que sea mixto o sólo presencial en tu consultorio?** Mixto es lo mejor
- **¿Alguna inquietud que te haya quedado? ¿Algo que quieras agregar?** Aliento a que se lleve a cabo el proyecto porque ayudará mucho a todas las personas que estamos en salud mental.
- **¿Alguna sugerencia?** Seguir investigado y llevar a práctica este gran aporte para que todos los psicólogos estén familiarizados.

#### **5.4. 2° Entrevista en profundidad a Ángeles: Psicóloga Clínica**

- **¿Cómo te llamas? ¿Qué edad tenes?** Me llamo Ángeles, tengo 30 años
- **¿Qué profesión tenes?** Soy Psicóloga Clínica
- **¿Qué Modelo Teórico se ajusta mejor al desarrollo de tu Ejercicio Profesional?** Terapia Cognitiva Conductual.
- **¿Contas con estudios de posgrado? ¿Cuál/es? Si.** Tengo una carrera de Especialización en Psicología Clínica Cognitiva Conductual

- **¿Cuántos años de experiencia tenes en el área de la salud mental?**  
Cinco años.
- **¿Qué te parecen las intervenciones de salud mental en el mundo digital: zoom, Facebook, Whatsapp?** Me parecen útiles dado que atiendo con una modalidad virtual.
- **Cómo profesional ¿cómo es tu experiencia con ellas? ¿Piensas que traen buenos resultados? ¿Observas cambios positivos en lo que respecta al problema con que te consultan los pacientes?** Mi experiencia es buena porque atiendo cuadros en los que es posible intervenir de manera virtual. Considero que el tratamiento de algunos diagnósticos debería ser abordado de manera presencial. Por ejemplo, casos de esquizofrenia o agorafobia, entre otros.
- **¿Qué puntos a favor encuentras? ¿Cuáles en contra?** Encuentro como una ventaja el poder atender a pacientes sin importar la distancia. La virtualidad facilitó ese tema. También hay una ventaja económica en términos de ahorro a la hora de pensar en consultorios. Esto hace que las sesiones sean más baratas por el hecho de que no se adiciona el porcentaje asociado a un posible alquiler del consultorio. Por otro lado, una desventaja es que la atención virtual no parecería ser la indicada para todos los pacientes. En algunas ocasiones existe un corrimiento de los límites en cuanto a los horarios de atención. La facilidad que otorga la atención virtual puede llevar a que los pacientes asuman una atención 24/7. Otra desventaja reside en los casos donde peligra la vida del paciente. En estos casos no resulta fácil abordarlos de manera virtual.
- **¿Qué cosas podrían mejorar?** No se me ocurre algo a mejorar actualmente.
- **¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos?**



*Las pocas que existen provienen de otros países, como lo son los Estados Unidos y España, pese a que la OMS, UNICEF Y ONU promueven estas prácticas profesionales cada vez más e instan a los países a que las adopten rápidamente para llegar a un acceso mayor a la salud y fomentar la prevención y el tratamiento de distintos problemas emocionales.*

Si, estaba al tanto de esto.

- **Si existiese este tipo de aplicaciones en Argentina, ¿formarías parte de ella para ampliar tus pacientes?** *La aplicación se encargaría de promocionar el servicio mediante las distintas estrategias de marketing y comunicación para que llegue al mayor número de personas y logre posicionarse en el mercado como una aplicación seria que brinde servicios confiables.*

Por el momento no la utilizaría porque ya tengo muchos pacientes lo que sería complicado tomar aún más personas y brindarles buena atención.

- **¿Brindarías servicios profesionales de orientación a familias con hijos o algún otro familiar (puede ser hermano menor, abuelos, padres) que esté padeciendo un problema emocional y necesiten de tu ayuda? ¿Qué aspectos positivos encuentras en esto? ¿Y qué aspectos negativos?** Si brindaría ese tipo de servicio. El acompañamiento a las familias es uno de los factores más importantes cuando hablamos de salud mental. También creo que aplicaría el conocimiento sobre temas de salud mental lo que resultaría en una mejor aceptación del cuadro del paciente.
- **¿Estarías dispuesto/a que la aplicación se quede con un porcentaje del 20% de los honorarios que vos establezcas? ¿O preferirías pagar una tarifa mensual mínima para formar parte de la aplicación?** Me parece mejor la tarifa mínima.

- **En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: la asistencia al suicida y los servicios de salud mental a adultos. ¿Te interesaría, también, formar parte?** Por el momento no podría formar parte dado que mi carga laboral es elevada. Ya cuento con experiencia en líneas de asistencia al suicida y por el momento no se encuentra entre mis objetivos repetir esa clase de experiencia. Si lo veo como un aspecto muy positivo dentro de la ampliación de servicios de la aplicación.
- **De igual manera, para darse a conocer más, la aplicación pretende contar con distintos videos, de corta duración, en donde los profesionales que así lo desean, pueden explicar algún tema relacionado con su formación profesional, como ¿“qué es el autismo”?, ¿qué son las emociones?, ¿Qué es la ansiedad y el estrés?, ¿Cómo transitar un duelo? Con esto, se busca, además, la psicoeducación y la visibilidad de los profesionales en la aplicación.** No participaría de campañas de psicoeducación porque me parece que no se llegaría a divulgar correctamente el tipo de información a tratar.
- **Por último, ¿preferirías brindar el servicio únicamente a través de la aplicación digital, o preferís que sea mixto o sólo presencial en tu consultorio?** Mi preferencia siempre se inclina hacia abordajes virtuales.
- **¿Alguna inquietud que te haya quedado? ¿Algo que quieras agregar?** No.
- **¿Alguna sugerencia?** No.

**5.5. 3° Entrevista en profundidad a Adriana: mamá de Santino, quien sufre ansiedad producto de una cirugía.**

- **¿Cómo te llamas? ¿Cuántos años tenes?** Mi nombre es Rosa Adriana Romano, 46 años.

- **¿Cuál es tu profesión?** Enfermera
- **¿Tenes hijos que estén viviendo algún tipo de malestar emocional?** mí hijo Santino está a la espera de una cirugía. Eso le causa mucha ansiedad. Diariamente pregunta si podrá comer o si sentirá dolor. Le cuesta dormir y lo veo disperso. No se cómo manejarlo.
- **¿En qué consiste este malestar?** Producto de la cirugía programada.
- **¿Es algo que le afecta hace tiempo y repercute en todas las áreas, incluido el hogar, podes dar un ejemplo?** Hace tiempo, desde pequeño, la doctora dijo que lo ayudará mucho a descansar por las noches. Por lo tanto, estará más atento en el colegio porque descansará bien por las noches
- **¿Qué edad tiene tu hijo?** Santino tiene 11 años
- **¿Consultaste a algún profesional? ¿Cómo fue? ¿Qué te sugirió?** Fuimos a control con la pediatra y le comenté lo que observé en mí hijo, hicimos un estudio y nos derivó a un especialista.
- **¿En dónde encontraste a este profesional?** En el instituto ISO
- **¿Te resultó difícil contactarte con el profesional?** Fue rapidísimo
- **¿Tardó mucho tiempo en asignarte un encuentro? Este encuentro ¿fue presencial o virtual? En caso de que haya sido virtual ¿me podes contar un poco más cómo fue, es decir, frecuencia, costos, mejoras?** La obra social nos derivó con un profesional del Instituto. El primer encuentro fue presencial y fue muy bueno. Los demás encuentros fueron virtuales y también fueron muy buenos.
- **¿Qué te pareció el servicio?** Muy buen servicio. La primera vez que asistimos al Instituto nos gustó mucho porque estaba diseñado para

niños. Tenía distintos juegos y televisión con dibujitos con el fin de generar un ambiente adecuado para ellos. Las otras consultas fueron virtuales.

- **¿Estuviste satisfecho/a con el servicio profesional ofrecido desde la virtualidad?** En otras ocasiones hubo servicio virtual, también excelente.
- **¿Consideras que hay algo que pudo haber sido mejor?** Para mí lo importante es lo que trasmite el profesional hacia el paciente, creo que es la base de todo. Me gusta mucho que sea virtual porque me acomodo mejor con los horarios, ya que soy enfermera y trabajo todos los días, muchas horas.
- **¿Qué te parecen las intervenciones de salud mental en el mundo digital: zoom, Facebook, Whatsapp?** Hoy el mundo es tecnología, me gustaría que los niños pudieran leer más un libro, que no estén pendientes de un celu o la computadora, aunque el mundo sea pura tecnología. Para los adultos es un recurso muy importante ya que nos ahorra tiempo de consulta cuando queremos recibir ayuda profesional y no contamos con la disponibilidad horaria porque desde el trabajo no nos la permiten, sobre todo cuando es un tratamiento que se sostiene en el tiempo.
- **¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos?** *Las pocas que existen provienen de otros países, como lo son los Estados Unidos y España, pese a que la OMS, UNICEF Y ONU promueven estas prácticas profesionales cada vez más e insta a los países a que las adopten rápidamente para llegar a un acceso mayor a la salud y fomentar la prevención y el tratamiento de distintos problemas emocionales.*

No lo sabía, pero ojalá llegara a nuestro país. Se que agilizaría muchos pasos ya que hoy la salud está en deterioro. Solicitar un turno es una agonía. Te lo dan de acá a tres meses y necesitamos muchas veces que la situación se resuelva en el momento.

- **¿Conocías el uso de estas aplicaciones en el mundo?** La verdad no
- **¿Las encuentras útiles?** Si es para mejor, lo que sea en salud, es bienvenido.
- **Como papá o mamá ¿consideras conveniente y necesaria una aplicación que brinde Asesoramiento y Orientación a familias con hijos con problemas de Salud Mental o Discapacidad para esclarecer dudas y ayudarlos en la prevención de problemas más graves? ¿Por qué? Pensas que puede ser útil para lograr una mejor calidad de vida en el ambiente familiar?** Una aplicación así ayudaría bastante. A veces, como padres no sabemos para donde ir cuando suceden cosas inesperadas y tener un profesional con estas aplicaciones sería la salvación a mucha burocracia. Cuando en la fila suceden enfermedades o algo relacionado a la salud, asustan por mas sencillas que sean, siempre necesitas el apoyo emocional.
- **Si existiese este tipo de aplicaciones en Argentina ¿Estarías dispuesto a consultar a un profesional idóneo de la Salud Mental para que te oriente en lo que respecta al problema emocional/trastorno que está padeciendo tu hijo/a?** Claro que si lo usaría, cada vez que lo necesite
- **¿Te gustaría que el servicio que te brinde el profesional de la salud mental sea de manera virtual o presencial o mixto? ¿Por qué?** Ambos mixto y virtual, porque siempre depende del tiempo de cada familia
- *Esta aplicación, además, contará con videos informativos, de corta duración, acerca de distintos tópicos de salud mental llevados a cabo por los profesionales de la aplicación. El objetivo de esto es estimular la psicoeducación y, por consiguiente, esclarecer dudas o despejar mitos acerca de la salud mental. ¿Encontrarías estos videos útiles? ¿Los verías?* Sería de mucha utilidad. Los vería las veces que sea necesario

- **Si esta aplicación finalmente se lanzara al mercado ¿qué ventajas encontrarías en ella?** Accesibilidad
- **¿Se te viene a la mente algún aspecto negativo? ¿Cuál/es?** Ninguno
- **Si la aplicación resolviera todas tus dudas con respecto al problema emocional que padece tu hijo o algún miembro del núcleo familiar ¿la recomendarías a otras personas?** Si
- **En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: la asistencia al suicida y los servicios de salud mental a adultos. ¿Los consideras, a su vez, servicios útiles que pueden ayudar a muchas personas? ¿Consultarías?** Sería de utilidad que abarque para todos los campos
- **¿Alguna inquietud que te haya quedado? ¿Algo que quieras agregar?** No, todo muy claro
- **¿Alguna sugerencia?** Que tengamos una mejor calidad en salud y que no haya tanta burocracia.

**5.6. 4° Entrevista en profundidad a Mariela: mamá de Matías, quien tiene un diagnóstico de esquizofrenia y depresión**

- **¿Cómo te llamas? ¿Cuántos años tenes?** Mi nombre es Mariela y tengo 48 años.
- **¿Cuál es tu profesión?** Me desempeño como Operadora Social en el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- **¿Tenes hijos que estén viviendo algún tipo de malestar emocional?** Sí, tengo un hijo que padece esquizofrenia y depresión crónica

- **¿En qué consiste este malestar?** Desde hace muchos años el sufre mucho. Empezó con pensamientos rígidos, luego tenía conductas raras, fuera de lo común en él,. Con el tiempo no podía dormir y pasaba muchas horas encerrado en su cuarto, llorando. A veces hablaba sólo.
- **¿Es algo que le afecta hace tiempo y repercute en todas las áreas, incluido el hogar, podes dar un ejemplo?** Es algo que lo aqueja desde los 14 años y le afecta en su vida persona, tanto en su casa como por afuera de ella. Le cuesta mucho hacer amigos y pasa mucho tiempo solo en el dormitorio.
- **¿Qué edad tiene tu hijo?** Matías tiene 24 años y está a mi cuidado.
- **¿Consultaste a algún profesional? ¿Cómo fue? ¿Qué te sugirió?** Consulté a muchos profesionales en hospitales públicos. Por sus recaídas, mi hijo tuvo varias internaciones en el transcurso de estos 10 años. Los profesionales me sugirieron que Mati inicie tratamiento psicológico y también psicofarmacológico.
- **¿En dónde encontraste a este profesional?** En un hospital público.
- **¿Te resultó difícil contactarte con el profesional?** Sí, me resultó muy difícil. Llegué al hospital sin saber que tenía atención psiquiátrica para menores de edad, luego de muchas vueltas y miedos porque lo veía mal y no podía resolver el problema en el momento.
- **¿Tardó mucho tiempo en asignarte un encuentro? Este encuentro ¿fue presencial o virtual? En caso de que haya sido virtual ¿me podes contar un poco más cómo fue, es decir, frecuencia, costos, mejoras?** No tardaron mucho en atenderme, una vez que pude encontrar el hospital acorde para él, que pasó un tiempo. Fue una experiencia muy difícil porque no tenía idea de qué se trataba lo que le pasaba a Mati. Fue presencial por la gravedad del caso.
- **¿Qué te pareció el servicio?** Hasta que pude encontrar el hospital y el profesional acorde a las necesidades de mi hijo, fue muy bueno, pero lo

que no me gustó es el tiempo que tuve que tardar en encontrar ese lugar y a un profesional.

- **¿Estuviste satisfecho/a con el servicio profesional ofrecido desde la virtualidad?** Al principio, cuando Mati tuvo su primer episodio, la atención fue presencial en el hospital. Luego pasé a consultorios externos y, ahora la terapia psicológica, la hace virtual, con su psicólogo de toda la vida, que le propuso este cambio de modalidad y tanto a Mati como a mi nos encantó.
- **¿Consideras que hay algo que pudo haber sido mejor?** Mi hijo ahora está atendido por profesionales. Ve a su médico psiquiatra una vez al mes para ajustar la medicación, cuando es necesario, y hacerle los estudios correspondientes. Con su psicólogo se encuentran por el cel todos los miércoles a las 18.30. Esta modalidad mixta es muy buena.
- **¿Qué te parecen las intervenciones de salud mental en el mundo digital: zoom, Facebook, Whatsapp?** Son muy necesarias porque ahora el mundo está emigrando hacia la virtualidad. Reducen tiempo.
- **¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos?** *Las pocas que existen provienen de otros países, como lo son los Estados Unidos y España, pese a que la OMS, UNICEF Y ONU promueven estas prácticas profesionales cada vez más e insta a los países a que las adopten rápidamente para llegar a un acceso mayor a la salud y fomentar la prevención y el tratamiento de distintos problemas emocionales.*

No sabía. Se que en otros países hay otras tecnologías que facilitan el acceso a la salud, por lo menos, en una primera instancia de consulta. Se que en Argentina no hay este tipo de aplicaciones.

- **¿Conocías el uso de estas aplicaciones en el mundo?** Si, pero no en Argentina.



- **¿Las encuentras útiles?** Si, mucho.
  
- **Como papá o mamá ¿consideras conveniente y necesaria una aplicación que brinde Asesoramiento y Orientación a familias con hijos con problemas de Salud Mental o Discapacidad para esclarecer dudas y ayudarlos en la prevención de problemas más graves? ¿Por qué? Pensas que puede ser útil para lograr una mejor calidad de vida en el ambiente familiar?** Creo que ayudaría mucho en la calidad de vida del hogar tener una aplicación como esta. Muchas veces uno no sabe dónde está parado y no sabe dónde buscar ayuda, aunque sea orientación.
  
- **Si existiese este tipo de aplicaciones en Argentina ¿Estarías dispuesto a consultar a un profesional idóneo de la Salud Mental para que te oriente en lo que respecta al problema emocional/trastorno que está padeciendo tu hijo/a?** Sí.
  
- **¿Te gustaría que el servicio que te brinde el profesional de la salud mental sea de manera virtual o presencial o mixto? ¿Por qué?** No tengo problema en que sea virtual, salvo excepciones de casos que requieran contacto físico.
  
- *Esta aplicación, además, contará con videos informativos, de corta duración, acerca de distintos tópicos de salud mental llevados a cabo por los profesionales de la aplicación. El objetivo de esto es estimular la psicoeducación y, por consiguiente, esclarecer dudas o despejar mitos acerca de la salud mental. ¿Encontrarías estos videos útiles? ¿Los verías?* Si. Por supuesto que miraría esos videos gratuitos, sobre todo en lo que respecta a la depresión y a la esquizofrenia.
  
- **Si esta aplicación finalmente se lanzara al mercado ¿qué ventajas encontrarías en ella?** Lo rápido que puede ser a la hora de buscar ayuda.

- **¿Se te viene a la mente algún aspecto negativo? ¿Cuál/es?** Quizás en casos graves, como el que padeció Mati, que tiene que verlo si o sí un equipo interdisciplinario en un hospital porque requería medicación.
- **Si la aplicación resolviera todas tus dudas con respecto al problema emocional que padece tu hijo o algún miembro del núcleo familiar ¿la recomendarías a otras personas?** Si, porque muchos papas y mamas, como me pasó a mí, no saben a dónde recurrir ni con quien asesorarse.
- **En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: la asistencia al suicida y los servicios de salud mental a adultos. ¿Los consideras, a su vez, servicios útiles que pueden ayudar a muchas personas? ¿Consultarías?** Sí, sería muy necesario.
- **¿Alguna inquietud que te haya quedado? ¿Algo que quieras agregar?** Ojalá salga.
- **¿Alguna sugerencia?** Ninguna. Me encanta la idea.

## **6. DESARROLLO DE LA PLATAFORMA**

### **6.1. Misión de la Aplicación de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos con Problemas Emocionales**

Brindar el correcto asesoramiento a familias acerca del malestar psíquico que presentan sus hijos, mediante la ayuda de un profesional competente (psicólogos especialistas en el área, médicos psiquiatras) de manera inmediata y en vivo, a través de una aplicación móvil, para lograr un mayor acceso a la salud mental.

### **6.2. Visión de la Aplicación de Asesoramiento y Orientación a Familias con hijos con Problemas Emocionales**

Democratizar la salud mental en todo el territorio argentino para ser líderes en el mercado. Asimismo, buscaremos ampliar la oferta de servicios, como tratamiento psicológico a adultos y servicios de guardia (línea suicida o situaciones agudas) para que el acceso a la salud mental tenga un alcance mayor y un menor tiempo de demora, tanto a nivel nacional como internacional.

### **6.3. Valores de la aplicación**

- Profesionalismo
- Confidencialidad
- Rapidez en la consulta
- Fácil acceso

### **6.4. Estructura**

La aplicación estará formada, principalmente, por profesionales en el campo de la salud mental, es decir, psicólogos y médicos psiquiatras, aunque también pueden formar parte de ella otros profesionales acordes a las necesidades de los consultantes. Por ejemplo, si las familias quieren consultar por cuestiones relacionadas al aprendizaje y, cómo estas dificultades afectan la salud mental de

sus hijos y la dinámica familiar, podrán elegir, si así lo prefieren, a un psicopedagogo que los oriente en los quehaceres escolares.

Los consultantes deberán descargarse la aplicación, llenar un breve formulario y, una vez hecho estos pasos, tendrán la potestad para elegir libremente al profesional. Para ello, podrán utilizar filtros de acuerdo a la edad, ocupación, experiencia y formación, género, etc, del profesional. Los profesionales, por su parte, deberán adjuntar un brief con sus principales datos académicos y de formación y una foto de perfil. Con esto, la demanda podrá elegir en función de sus preferencias para iniciar la consulta. Al elegir al profesional, le llegará a este una notificación a su celular diciéndole si desea aceptar la consulta. Si el profesional acepta, se inicia la sesión.

Al finalizar el encuentro, la aplicación pedirá a los consultantes que evalúen la atención profesional mediante una selección de estrellas, en donde 5 estrellas es excelente y 1 estrella es muy mala. De igual manera, podrán dejar una breve reseña escrita, si así lo desean.

#### **6.5. Marco de Análisis hacia una Transformación Digital: Being Digital**

Debido a que aún existen profesionales de la salud mental que tienen ciertas resistencias o están poco familiarizados con el uso de la tecnología para brindar sus servicios -ya sea por *edad, por falta de conocimiento técnico, por encuadre terapéutico, por costumbre*- lo primero que se debe hacer es capacitarlos en el uso de la plataforma para que se sientan cómodos en la nueva cultura digital. Será la aplicación quien se encargará de brindar estas breves capacitaciones mediante videos de corta duración a los profesionales de la salud que así lo deseen, con el objetivo de incentivarlos hacia una nueva forma de trabajo digital y para que, de igual manera, la aplicación crezca en cuanto al número de psicólogos y psiquiatras y en cuanto a la calidad del servicio mediante el uso de la aplicación.

### **6.6. Going Digital: Comprensión del Cliente (CRM)**

Los consultantes brindarán datos que serán de vital importancia para el futuro de la aplicación. Mediante un formulario que llenarán al inicio, se les preguntará, además de los datos sociodemográficos, como sexo, edad, localidad, ocupación; cómo nos conocieron; mail y/o número de teléfono, el motivo de consulta (el cual es fundamental para evaluar los tipos de demanda que tendremos y, en función de estas, contratar a más profesionales idóneos en esa área demandada, por ejemplo, ansiedad, autismo, depresión. Estos datos formarán parte de la base de datos de la compañía y, siempre respetando el secreto profesional, se obtendrá información valiosa para que la aplicación provea un servicio de excelencia, basado en las necesidades específicas de los clientes. Para fomentar el acceso a los contenidos de la aplicación, los clientes recibirán en su casilla de correos electrónicos temas vinculados a sus motivos de consulta y de sus propios intereses, por ejemplo, artículos científicos acerca de los nuevos descubrimientos en “ansiedad”; “formas de intervenir terapéuticamente desde el juego”; “emociones positivas”, etc. El objetivo de estas acciones consiste en personalizar la experiencia de los clientes e involucrarlos para generar un vínculo sólido con la aplicación, en donde pueden desarrollar un sentimiento de pertenencia en cuanto a sus inquietudes con respecto a la salud mental (suya o de sus familiares).

### **6.7. Crecimiento de Ventas**

Programa de Referencia (*Loyalty Program*): tanto de los consultantes como de los profesionales de la salud, en donde obtendrán descuentos.

### **6.8. Nuevos Modelos de Negocios**

Como se sostuvo a lo largo de la justificación, la Organización Mundial de la Salud (OMS), Naciones Unidas (NU) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS) instan cada vez más a los países a que utilicen distintos dispositivos digitales para lograr un mayor acceso a la salud mental. Este nuevo modelo de negocio, que ofrece servicios de salud mental mediante el uso de la tecnología, es consistente con lo que proponen estos organismos y, en su propuesta de valor, están las razones que justifican esta iniciativa: la rapidez, la accesibilidad

y la confiabilidad. Estas tres variables son las que guían el deseo a futuro de la salud mental, según los expertos.

### **6.9. Freemium**

La aplicación contará con una sección de videos introductorios, de corta duración, acerca de los principales tópicos emocionales por los cuáles las personas consultan con mayor frecuencia: ansiedad, depresión, miedos, emociones, autismo, duelo, etc. Estos videos estarán a cargo de profesionales expertos en el área y, si quieren continuar con una sesión a través de la aplicación, deberán abonar lo que cuesta la consulta.

La aplicación, a su vez, fomentará la penetración en el mercado mediante distintas estrategias para capturar clientes. Una de ellas consistirá en el Programa de Referencia en donde, al recomendar a un consultante, se obtiene un descuento para la próxima sesión. Lo mismo sucederá con los Profesionales de la Salud, quienes obtendrán un descuento en la membresía o en el porcentaje del próximo cliente.

### **6.10. Modelo de Monetización**

La aplicación contará con una inversión de capital inicial de 19.900 dólares y será a través de capital propio. Este desembolso de dinero es el que permitirá la salida al mercado. En el año 4 se espera otro desembolso de efectivo por la apertura de oficinas y equipos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por 6.300 dólares. *Se podrá visualizar en profundidad en el capítulo "Plan Económico y Financiero".*

En promedio, cada profesional de la aplicación tendrá 40 consultas al mes. La misma se estimó en función de dos consultas por día, con 20 días hábiles. Esta estadística fue en función del tipo de consulta: Asesoramiento a Familias. Caso contrario, si resultase ser por tratamiento psicológico/psiquiátrico, la cantidad de consultas diarias por profesional se elevan, en promedio, considerablemente.

Los pagos son a 30 días. Las familias consultantes le pagarán a la aplicación en el acto y luego el pago al profesional se difiere a 30 días. Los pagos pueden ser a través de billeteras virtuales o tarjetas de débito o crédito.

En función de los honorarios para los profesionales, los mismos se quedarán con un 80% del valor que establezcan por sesión, mientras que la aplicación se quedará con un 20% de cada consulta.

Con respecto al crecimiento esperado, en el año 1 no se van a ver los crecimientos porque es el *setup* del negocio y recién está saliendo al mercado. Se entregarán folletos en distintos colegios de la Ciudad de Buenos Aires para promocionar, en una primera instancia, la aplicación, como así también, se buscará generar visibilidad en las redes sociales. En el año 2, se espera un crecimiento de cantidad de profesionales en la plataforma de un 50%. Para el año 3, se va a contar con un crecimiento del 5% en la cantidad de profesionales de la salud. En el año 4 y, producto de una fuerte campaña de publicidad y marketing en las principales ciudades del Territorio Nacional: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, GBA, Rosario, Córdoba y Mendoza, se aspirará a un incremento del 100% de la cantidad de profesionales que se incorporen a la plataforma. De igual manera, como las ganancias de la plataforma se incrementará, también se decidió, en el año 4, abrir una oficina en la Ciudad de Buenos Aires, como sinónimo de progreso y para marcar un mayor posicionamiento en la mente de las personas.

En el año 5, por último, se espera sólo un crecimiento del 5%, ya que la fuerte campaña de marketing y publicidad en caras a la expansión se realizó a lo largo del año 4. Este año es de estabilización y tiene como objetivo mantener a los clientes y a los profesionales dentro de la plataforma.

Por último, se estimó una depreciación del 10%, año tras años, en relación a la inversión de computadoras para los encargados, desarrolladores y programadores.

## 7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 7.1. Estimación de la demanda

Se utilizó la Encuesta Anual de Hogares de CABA (2021) para estimar la cantidad de familias que residen en la Ciudad de Buenos Aires y que puedan aplicar para este proyecto. De la misma se desprende que hay 2.250.000 adultos que viven en la Ciudad. El 59.6% de los hogares de CABA son familias, es decir, 1.788.000 son hogares de familias. De estas familias, sin embargo, quedan por afuera 680.000 personas que son pobres y 237.000 personas que son indigentes. Del total de adultos que residen en la Ciudad, 750.000 son menores de 20 años, que tampoco aplicarían para este proyecto. El 13.1% de las familias tienen niños de 0 a 9 años y el 12.1% de 10 a 19 años.

Quedan por afuera, como se sostuvo, las familias que, por sus ingresos económicos son consideradas pobres e indigentes. El total de familias de la Ciudad de Buenos Aires que podrían considerar, alguna vez, utilizar la aplicación es de 871.000 y evaluar cuántos de ellos cuentan con familiares que tengan algún tipo de malestar psíquico y quisieran buscar asesoramiento en la aplicación.

### 7.2. Fases del Proyecto

#### 7.2.1. Inicio/Set Up de la Plataforma. Inversión Inicial

El desarrollo de la aplicación será tercerizado a una consultora de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Los honorarios del profesional que se encargará de desarrollar la aplicación serán de usd 20 la hora. Según la información obtenida del profesional, la misma estará terminada en el lapso de cuatro meses (120 días), trabajando de lunes a viernes, 8 horas por día. El costo de la aplicación será de usd 19200. A su vez, se necesitará una computadora para el encargado, la cual está valuada en usd 700.

**Tabla 6:** Set Up del Negocio

Set Up	Inversión Inicial
--------	-------------------



1 Desarrollador Aplicación	\$19200
1 Computadora	\$700
<b>TOTAL</b>	<b>\$19.900</b>

**Fuente:** elaboración propia (2023)

### 7.2.2. Go Live: Año 1

Constituye la salida al mercado de la aplicación. Durante este primer año, se hará foco en campañas de marketing y comunicación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, también tercerizado a una consultora.

**Tabla 7:** Estructura Proyectada para el año 1

<b>STAFF</b>	<b>Costo Total Anual en Dólares</b>
2 Encargados	\$24000
2 Help Desk/ Soporte	\$36000
1 Desarrollador	\$18000
Estudio Contable (*)	\$7200
Marketing y Publicidad (*)	\$7200
Estudio Jurídico (*)	\$7200
Costo por Servicio Cloud (AWS, licencias)	\$960
<b>Total</b>	<b>USD 100.560</b>

*Terciarizado (\*)*

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

La estructura proyectada para este primer año consiste en dos encargados, un help desk/soporte, dos desarrolladores, marketing, publicidad, legales y servicios Cloud (*ver información financiera*).

### 7.2.3. Año 2: Primera Expansión.

Con el objetivo de capturar nuevos profesionales y consultantes, se hará foco aún más fuerte en campañas de marketing y promoción, tanto en la Ciudad de

Buenos Aires como también en Gran Buenos Aires. El objetivo es pasar de 100 profesionales a 150.

**Tabla 8:** Estructura Proyectada para el año 2

<b>STAFF</b>	<b>Costo Total Anual en dólares</b>
Encargado de Marketing y comercial	\$24000
2 encargadas del área de Recursos Humanos y Contable	\$24000
2 Help Desk / Soporte (24/7 - Guardias).	\$48000
Desarrollador/Developer	\$36000
Estudio Contable (*)	\$7200
Marketing y Publicidad (*)	\$12000
Estudio Jurídico (*)	\$7200
Costos por Servicios Cloud (licencias, AWS)	\$960
<b>TOTAL</b>	<b>USD 159360</b>

*Terciarizado (\*)*

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

#### **7.2.4. Año 3. Primera Estabilización**

EL objetivo del tercer año consiste en la estabilización de la plataforma. Para ello, se buscará mantener a los clientes y asegurarse el funcionamiento óptimo de la plataforma.

**Tabla 9:** Estructura Proyectada para el año 3

<b>STAFF</b>	<b>Costo Total Anual en Dólares</b>

1 Encargado de área de Marketing y Comercial	\$24000
2 encargados del área de Recursos Humanos y Administrativa/Contable	\$24000
2 Help Desk / Soporte	\$48000
1 Desarrollador	\$36000
1 Desarrollador Jr.	\$12000
Estudio Contable (*)	\$7200
Marketing y Publicidad (*)	\$7200
Estudio Jurídico (*)	\$7200
Costos por Servicios Cloud (AWS, licencias)	\$960
<b>TOTAL</b>	<b>USD 166560</b>

*Terciarizado (\*)*

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

#### **7.2.5. Año 4. Segunda expansión**

El principal objetivo para el año 4 es que la plataforma se expanda a las principales ciudades de la República Argentina, con especial foco en Rosario, Córdoba y Mendoza, aumentando a 315 profesionales. De igual manera, se pretende abrir una oficina en la Ciudad de Buenos Aires.

**Tabla 10:** Estructura Proyectada para el año 4

<b>STAFF</b>	<b>Costo Total Anual en Dólares</b>
1 Encargado del área de Marketing	\$24000
1 Encargado del área Comercial	\$24000

2 Encargados del área de Recursos Humanos y Administrativa/contable	\$24000
2 Help Desk / Soporte	\$48000
1 Desarrollador	\$36000
1 Desarrollador Jr.	\$24000
Estudio Contable (*)	\$7200
Marketing y Publicidad (*)	\$12000
Estudio Jurídico (*)	\$7200
Costos de Servicios Cloud (AWS, licencias)	\$960
<b>OFICINA</b>	
Alquiler de Oficina + Expensas + Servicios	\$18000
Insumos varios	\$3600
<b>TOTAL</b>	<b>USD 228960</b>

Terciarizado (\*) **Fuente:** Elaboración propia (2023)

#### 7.2.6. Año 5. Segunda estabilización

En el año 5 se espera una segunda estabilización de la plataforma con el objetivo de mantener a los clientes y a los profesionales de la salud mental y garantizar el correcto funcionamiento de la aplicación, con un total de 331 profesionales.

**Tabla 11:** Estructura Proyectada para el año 5

<b>STAFF</b>	<b>Costo Total Anual en Dólares</b>
1 Encargado del área de Marketing	Usd 24000
1 Encargado del área Comercial	Usd 24000
2 Encargados del área de Recursos Humanos y del área Administrativa-Contable	\$24000

2 Help Desk / Soporte	\$48000
1 Desarrollador	\$36000
1 Desarrollador Jr.	\$24000
Estudio Contable (*)	\$7200
Marketing y Publicidad (*)	\$7200
Estudio Jurídico (*)	\$7200
Costos por Servicios Cloud (AWS, licencias)	\$960
<b>OFICINA</b>	
Alquiler de Oficina + Expensas + Servicios	\$18000
Insumos Varios	\$3600
<b>TOTAL</b>	<b>USD 224160</b>

*Terciarizado (\*)*

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

#### **7.2.7. Parámetros del negocio**

A continuación, se presentan los parámetros del negocio junto a las principales variables a tener en cuenta, en un lapso de cinco años.

**Tabla 12:** Parámetros del Negocio

Proyectado						
Año	0	1	2	3	4	5
Cantidad de psicólogos en plataforma		100	150	158	315	331
Cantidad de consultas por mes por psicólogo		40	40	40	40	40
Cantidad total ANUAL de consultas		48.000	72.000	75.600	151.200	158.760
Precio por consulta		10	10	10	10	10
CMV		80%	80%	80%	80%	80%
Gastos fijos		100.560	159.360	166.560	228.960	224.160
Intereses						
Impuestos		35%	35%	35%	35%	35%
Días cobranza		0	0	0	0	0
Días de inventario	-	-	-	-	-	-
Días de pago	-	30	30	30	30	30
Otros datos:						
Tasa de descuento	15%					
Inversiones de capital	19.900				6.300	
Depreciación		10%	10%	10%	10%	10%
Crecimiento		0	50%	5%	100%	5%
Deuda	-	-	-	-	-	-
Capital Propio	100%	-				
Deuda	0%	-				

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

La siguiente Tabla muestra el Estado de Resultado Proyectado, en un período de 5 años:

**Tabla 13:** Estado de Resultado Proyectado

EERR Proyectado						
		1	2	3	4	5
Ventas		480.000	720.000	756.000	1.512.000	1.587.600
CMV		384.000	576.000	604.800	1.209.600	1.270.080
Margen Bruto		96.000	144.000	151.200	302.400	317.520
Costos Fijos		100.560	159.360	166.560	228.960	224.160
Depreciación		1.990	1.990	1.990	2.620	2.620
EBIT		- 6.550	- 17.350	- 17.350	70.820	90.740
Intereses		-	-	-	-	-
EBT		- 6.550	- 17.350	- 17.350	70.820	90.740
Impuestos		- 2.293	- 6.073	- 6.073	24.787	31.759
Utilidad neta		- 4.258	- 11.278	- 11.278	46.033	58.981

**Fuente:** elaboración propia (2023).

A partir del Estado de Resultado Proyectado, que surge de la tabla Parámetros del Negocio, se puede determinar que la utilidad neta es positiva a partir del año 4, desde un punto de vista contable. Como se observa, no existen intereses ya que la inversión inicial es con capital propio.

A continuación, se presenta el Free Cash Flow y se explican sus principales indicadores financieros:

**Tabla 14:** Free Cash Flow y Principales Indicadores Financieros.

Free Cash Flow							
		1	2	3	4	5	6
EBIT		- 6.550	- 17.350	- 17.350	70.820	90.740	
Depreciación		1.990	1.990	1.990	2.620	2.620	
EBITDA		- 4.560	- 15.360	- 15.360	73.440	93.360	
Var. Cuentas a cobrar		-	-	-	-	-	
Var. Inventarios		-	-	-	-	-	
Var. Cuentas a pagar		32.000	16.000	2.400	50.400	5.040	
Inversión en Capital de Trabajo		- 32.000	- 16.000	- 2.400	- 50.400	- 5.040	
Impuestos s/EBIT		- 2.293	- 6.073	- 6.073	24.787	31.759	
Capex	19.900				6.300		
Free Cash Flow	- 19.900	- 34.268	- 25.288	- 11.688	- 8.047	56.561	
Valor residual							395.927
Free Cash Flow + VR	- 19.900	- 34.268	- 25.288	- 11.688	- 8.047	56.561	395.927
Tasa de descuento	15%						
Factor de descuentno							
Valor Actual	- 19.900	- 29.798	- 19.121	- 7.685	- 4.601	28.121	171.170
Payback	5,3	Años					
VAN	118.187	118.187					
TIR	40%						
Flujo acumulado		- 49.698	- 68.819	- 76.504	- 81.104	- 52.984	118.187
Meses		12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	3,7

**Fuente:** elaboración propia (2023)

A partir de la tabla se desprenden las siguientes conclusiones:

1. Como el VAN es positivo: usd 118.187 y la TIR (40%) es mayor que la tasa de descuento (15%) entonces se puede inferir que el proyecto es rentable.
2. Por otro lado, el repago, según la información supra, es en 5 años y 3 meses. Es decir, se tardará 5 años y 3 meses en recuperar la inversión.
3. Al año 6, la aplicación estará valuada en usd 395.927, según la información de referencia.

### 7.3. Principales KPI

1. Cantidad de “me gusta” y cantidad de seguidores en las páginas oficiales de Facebook e Instagram, en una primera instancia de penetración en el mercado. De igual manera, se tendrán en cuenta la cantidad y tipos de



comentarios a las publicaciones y la cantidad y tipos de mensajes que envíen a través del chat de las redes sociales.

2. Cantidad de profesionales de la salud interesados en recibir información para formar parte de la aplicación, contactados mediante redes sociales
3. Una vez establecida en el mercado, es decir, a partir del año 1, cantidad de profesionales en la aplicación y cantidad de consultantes por mes.

## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

En función del análisis de la propuesta, se considera que resultaría útil el desarrollo de una aplicación que brinde Servicios de Asesoramiento y Orientación en Salud Mental a Familias, como un nuevo y atractivo modelo de negocios. Siendo consistente con el marco teórico, esta aplicación propone, por naturaleza, un modelo de dos partes: por un lado, los profesionales de la salud mental, que son quienes brindarán los servicios profesionales y, por el otro, las familias que necesiten asesoramiento en vivo con profesionales idóneos de la salud mental. De esto se trata, entonces, de conectar oferta y demanda mediante el uso de la tecnología ante un problema social real. Ni las obras sociales ni las prepagas cubren la ayuda mental a las familias, sólo cubren los motivos de consulta de las personas que padecen el problema emocional. Esta alternativa, por lo tanto, satisface una necesidad demandada en la población de referencia.

Con respecto a la hipótesis propuesta, se sostiene que es factible lanzarla al mercado con un retorno de la inversión atractivo, en un lapso de 5 años y 3 meses. Al contar con inversión de capital inicial propia, para una primera instancia, no se juega con el tiempo que necesitaría el inversor en recuperar el dinero que invirtió, como sucede cuando se contrae deuda. En función de los resultados arrojados, se puede ver que el VAN es positivo, de usd 118.187 y la TIR es elevada, de un 40%. Hay que tener precaución, no obstante, porque el pago a los profesionales de la salud es a 30 días y esto puede desalentarlos.

A partir del año 5, el crecimiento es muy grande, lo que indica que el proyecto es sólido a través del tiempo, conforme vaya creciendo en el mercado y posicionándose en la mente de las personas como un servicio profesional destacado.

En función de la Investigación de Mercado, es decir, evaluando rigurosamente los datos extraídos de las encuestas y las entrevistas en profundidad, se puede deducir que existe un claro interés en el mercado para el lanzamiento de la aplicación. No solo que no existe este tipo de aplicaciones en el país, sino que

es una necesidad muy demandada, especialmente por las familias, que son un segmento de la población que están desatendidas. La investigación también arroja perfiles diferenciales de los distintos tipos de profesionales de la salud mental para que, según el tipo de preferencia que tenga el consultante, pueda elegir libremente al profesional. Podrán elegir entre una amplia variedad de profesionales según su marco teórico de referencia para el ejercicio de su profesión: los principales son: Profesionales de la Salud mental con una formación Cognitivo Conductual; Psicoanalistas, Sistémicos y aquellos que profesan un tipo de intervención Ecléctica, es decir, implementan distintas técnicas, de distintos modelos teóricos, en función de la necesidad del paciente y las características del caso.

A su vez, es necesario sostener que muchos de los profesionales van a contar con estudios de posgrado, como lo indican los gráficos de referencia, generando un valor agregado a la plataforma.

Una limitación del estudio es la muestra, ya que los datos sólo son extraídos de familias y profesionales de clase media de la Ciudad de Buenos Aires. Es posible que, con otra muestra, los resultados sean otros.

## **Recomendaciones**

Se podría incluir, a futuro, otros tipos de servicios de salud mediante el uso de una aplicación, ya que los principales Organismos Internacionales apuestan cada vez más a emigrar a la virtualidad con el fin de generar un mayor acceso a la salud, en todas sus áreas y no sólo a la salud mental.

Con respecto al modelo de negocio, sería interesante evaluar qué sucedería si los profesionales pagaran una suscripción mensual o anual y no un 20% de sus honorarios. Evaluar, asimismo, qué pasaría si se ofrece un tipo de tratamiento presencial y que la aplicación sea sólo para generar el contacto con el profesional de la salud.

Por último, sería atractivo que a la aplicación se agregue el servicio de evaluación psicológica. Con esto se podrían establecer convenios con empresas para terciarizar con nosotros el proceso de selección de personal, capacitaciones y desarrollo. Lo mismo sucedería mediante convenios con el Gobierno de la Ciudad para facilitar políticas públicas, en este caso, de salud mental, para poblaciones con bajos recursos económicos.

## BIBLIOGRAFÍA

Álvarez González, A (2007). Estrategia, planificación y control en la empresa. Madrid: RA-MA Editorial.

Álvarez Peralta, D & Viltard, L (2016). *Herramientas de análisis estratégico*. Palermo Business Review, Graduate School of Business, 45-64, (14).

Amador Mercado, C (2022). *El análisis PESTEL*. UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, (4), 8 Disponible en: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/issue/archive> consultado el 07/02/2022.

Athanasopoulou, A., De Reuver, M. How do business model tools facilitate business model exploration? Evidence from action research. *Electron Markets* 30, 495–508 (2020). <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00418-3>

Celleri, M., & Garay, C. (2021). *Aplicaciones móviles para ansiedad: una revisión en Argentina*. Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento, 13(1), 17-24

Cuello, J. & Vittone, J. (2013). *Diseñando apps para móviles*. Buenos Aires: Createspace.

Encuesta Anual de Hogares de CABA (2021). Disponible en: [https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?page\\_id=702](https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?page_id=702)

Ferreira Herrera, D. C. (2015). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo* & *Desarrollo*, 23(107). <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2020). *Encuesta Nacional de niños, niñas y adolescentes. Encuesta sobre condiciones de vida de niñez y adolescencia ECOVNA II.*

Disponible en:  
<https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2020/09/unicef-senaf-cncps-mics-2019-2020.pdf>

Fondo de las Naciones Unidad para la Infancia (UNICEF, 2021). *Resumen Regional para América Latina y el Caribe. Estado mundial de la infancia 2021, en mi mente promover, proteger y cuidar la salud mental de la infancia.*

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2021). *Los efectos nocivos del COVID-19 sobre la salud mental de los niños, niñas y adolescentes son solo la punta del iceberg.*

Disponible en: <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/Los-efectos-nocivos-del-COVID-19-sobre-la-salud-mental>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2022). *Estado Mundial de la Infancia.*

Garay, C & Celleri, M (2022). *Aplicaciones Móviles en Salud Mental: percepción y perspectivas en Argentina.* Psicodebate, 22 (1), pp. 38-48.

Doi: <http://dx.doi.org/10.18682/pd.v22i1.4869>

Kotler, P & Armstrong, G (2008). *Fundamentos de Marketing.* Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Education.

Kotler, P (2016). *Dirección de marketing.* México D.F: Pearson.

Lozano Torres, B & Toro Espinoza, M (2021). *El marketing digital: herramientas y tendencias actuales.* Revista Científica Dominio en Ciencia, 7 (6), pp. 907-921. DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i6.2371>.

Ministerio de Salud de la República Argentina (2022). *Salud mental*.

Oberlander, R & Shahaf, R (2019). *El AVC del marketing digital*. Un modelo para atraer a las personas, vincularlas con tu marca y convertirlas en clientes. Madrid: Azimut.

Porter, M (1992). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Buenos Aires: E.Rei Argentina.

Organización Mundial de la Salud. (2016). *Salud: uso de las tecnologías móviles inalámbricas en la salud pública: informe de la Secretaría (No. EB139/8)*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/250908>

Organización Panamericana de la Salud (2023): salud mental.

Disponibe en: <https://www.paho.org/es/temas/salud-mental>

Saa González, M. (2019). *Fundamentos del plan de marketing en Internet*. Madrid: IdeasPropias.

Sainz de Vicuña Ancín, J. M (2021). *El plan de marketing digital en la práctica*. Madrid: ESIC

Salazar Fraile, J. & Sempere Verdú, E. (2012). *Malestar emocional: manual práctico para una respuesta en atención primaria*. Valencia: Edita Generalitat.

Santambrosio, M. & De Andrés, P. (2014). *Tu plan de marketing digital en una semana*. Barcelona: Centro Libros PAPF.

Sinche Crispín, F, Jáuregui Sueldo, Ch, Gordillo Flores, R, Baldeón Tovar, M & Medina Pelaiza, L (2022). *Las TICS aplicadas a la Salud Mental Comunitaria y Enfermedades Endémicas*. Ministerio del Poder Popular para la Salud de Mariología y Salud Ambiental, 62 (1), pp. 90-99

Doi: <https://doi.org/10.52808/bmsa.7e5.621.012>

Swanson, L (2017). *Business Plan Development Guide*. Saskatoon, Canada: version 8.0: licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License, except where otherwise noted: Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.11785/572>.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocio. Una herramienta para entender mejor la importancia del plan de negocios en la actualidad*. Ciudad de México: Lulu.

Watson Hiam, A & Wise Olander, K (1997). *Guía del Emprendedor. El tratado más completo para el empresario independiente, ¡con las técnicas indispensables para triunfar en las pequeñas empresas!*. Juárez, Estado de México: Prentice-Hall Hispanoamérica, S.A.

Zorita E, Harte Martin, S. (2013). *Curso de emprendimiento y gestión empresarial. El plan de negocios*. Madrid: ES.



## **ANEXOS**

### **Anexo 1: Encuesta sobre Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro familiar) con Problemas Emocionales**

**1. ¿Con qué género te sentís identificado?**

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo

**2. ¿Qué edad tenes?**

- Entre 25 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Entre 46 y 55 años
- Entre 56 y 65 años
- 66 años o más

**3. ¿Tenes hijos?**

- Sí
- NO

**4. ¿Tenes hijos que están viviendo un malestar emocional o que estén diagnosticados con un trastorno mental?**

- SI
- NO

**5- Si colocaste si en la respuesta anterior, por favor, diga si ese trastorno se encuentra en el siguiente listado:**

- Depresión
- Ansiedad
- Trastorno por Déficit de Atención con/sin Hiperactividad
- Trastorno del Espectro Autista
- Discapacidad Intelectual
- Otro : ESPECIFICAR -----

**6- ¿Sabías que existen aplicaciones móviles que brindan servicios de salud mental?**

- SI
- NO

**7- Si respondiste *sí* en la pregunta anterior ¿alguna vez usaste una aplicación que ofrezca servicios de salud mental para vos o bien para asesorarte acerca del malestar emocional de tu hijo?**

- SI
- NO

**8- Si respondiste *sí* en la pregunta anterior ¿te resultó útil?**

- SI
- NO

**9- ¿Consideras conveniente y necesaria una aplicación que brinde servicios de asesoramiento y orientación a padres con hijos con problemas de salud mental o discapacidad?**

- SI
- NO

**10- ¿Preferirías que el servicio de asesoramiento y orientación acerca del malestar que presenta tu hijo sea de manera presencial o virtual?**

- Virtual
- Presencial

**11- En una escala del 1 al 10, donde 1 sea NADA IMPORTANTE y 10 sea EXTREMADAMENTE IMPORTANTE ¿cuál es la importancia de que los profesionales de la salud mental de la aplicación cuenten con títulos de posgrados: especialización, maestría, doctorado, ¿en sus áreas competentes?**

1- NADA IMPORTANTE

2-

3-

4-

5-

6-

7-

8-

9-

10-EXTREMADAMENTE IMPORTANTE

**12 - ¿Usarías una aplicación para asesorarte con un profesional competente acerca del malestar emocional que está teniendo tu hijo para que, con su orientación, puedan esclarecer dudas y ayudar en la prevención?**

- SI
- NO

**13 - ¿Recomendarías el uso de la Aplicación a otros padres?**

- SI
- NO

**Anexo 2:** Encuesta a Profesionales de la Salud Mental sobre Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro familiar) con Problemas Emocionales Mediante una Aplicación Móvil.

**1- ¿Con qué género te sentís identificado?**

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo

**2- ¿Qué edad tenes?**

- Entre 20-25 años
- Entre 26 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Entre 46 y 55 años
- Entre 56 y 65 años
- 65 años o mas

**3- ¿Cuál es tu carrera de grado?**

- Lic. En Psicología
- Médico/a Psiquiatra
- Lic. En Psicopedagogía
- Otro

**4- ¿Actualmente estas cursando estudios de posgrados?**

- SI
- NO

**5- Si respondiste *si* en la pregunta anterior ¿Qué estudios de posgrados estas cursando?**

**6- ¿Contas con posgrados finalizados?**

- SI
- NO

- 7- Si respondiste *sí* en la pregunta anterior ¿qué título de posgrado tenes?**
- 8- ¿Qué modelo teórico se ajusta mejor al desarrollo de tu ejercicio profesional?**
- 9- ¿Sabías que existen Aplicaciones Móviles que brindan Servicios de Salud Mental?**
- SI
  - NO
- 10- Si respondiste *sí* en la pregunta anterior ¿Alguna vez brindaste tus Servicios Profesionales a través de una Aplicación/Plataforma Digital?**
- SI
  - NO
- 11- Si respondiste *sí* en la pregunta anterior ¿Te resultó práctica?**
- SI
  - NO
- 12-¿Consideras conveniente y necesaria una Aplicación que brinde Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro Miembro del Grupo Familiar) con problemas de Salud Mental o Discapacidad?**
- SI
  - NO
- 13-¿Sabías que en Argentina no existen, todavía, aplicaciones que brinden servicios de salud mental con profesionales idóneos?** Las pocas que existen provienen de otros países, como lo son los Estados Unidos y España, pese a que la OMS, UNICEF Y ONU promueven estas prácticas profesionales cada vez mas e insta a los países a que las adopten rápidamente para llegar a un acceso mayor a la salud y

fomentar la prevención y el tratamiento de distintos problemas emocionales.

- Si sabía
- No sabía

**14- ¿Brindarías tus Servicios Profesionales de Asesoramiento y Orientación a Familias con Hijos (o algún otro miembro familiar, como puede ser abuelos, tíos, hermanos) con Problemas de Salud Mental a través de una Aplicación Móvil en horarios a convenir y estableciendo vos tus propios honorarios?** *La aplicación se encargaría de promocionar el servicio mediante las distintas estrategias de marketing y comunicación para que llegue al mayor número de personas y logre posicionarse en el mercado como una aplicación seria que brinde servicios confiables.*

- SI
- NO

**15- En un futuro la aplicación aspira a ampliar su gama de servicios profesionales, en los que se incluirían: asistencia al suicida y ofrecer servicios de salud mental a adultos. ¿Te interesaría, también, formar parte?**

- SI
- NO
- Tal vez

**16- ¿Preferirías que el Servicio de Asesoramiento y Orientación a Padres sea Virtual, Presencial o Mixta?**

- Virtual
- Presencial
- Mixta

**17-¿Te gustaría fomentar la Psicoeducación a través de videos informativos de corta duración sobre un tema específico de tu formación? Por ejemplo: memoria; emociones; Trastorno del**

**Espectro Autista; TDAH; Depresión-Ansiedad; familias; duelo; etc.**

- SI
- NO