

UNIVERSIDAD ESAN



Plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de un sistema de citas médicas para el segmento de salud mental que tenga la capacidad de almacenar y presentar la historia clínica del paciente

Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

por:

Francisco Javier Alvarez Amarillo Lopez

.....

Alejandro Carbajal Diaz

.....

Mario Joaquin Fuentes Zevallos

.....

Kenny Josue Reyes Alburqueque

.....

Programa de la Maestría en Dirección de Tecnologías de Información

Lima, 20 de setiembre de 2023

INFORME TURNITIN

Plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de un sistema de citas médicas para el segmento de salud mental que tenga la capacidad de almacenar y presentar la histori

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 % <small>EN</small>	1 %	0 %	0 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
2	Submitted to University of Sussex Trabajo del estudiante	<1 %
3	edoc.tips Fuente de Internet	<1 %
4	researchonline.lshtm.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
5	Dostoevsky, Fyodor. "Crime and Punishment (First Edition) (Norton Critical Editions)", W. W. Norton & Company Publicación	<1 %
6	etd.aau.edu.et Fuente de Internet	<1 %
7	d-nb.info Fuente de Internet	<1 %

8	24newsrecorder.com Fuente de Internet	<1 %
9	Submitted to International Business School Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to The University of Manchester Trabajo del estudiante	<1 %
11	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
12	japan.franchising.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Westminster International College - Kuala Lumpur Trabajo del estudiante	<1 %
14	files.eric.ed.gov Fuente de Internet	<1 %
15	mediumghettopodcast.buzzsprout.com Fuente de Internet	<1 %
16	www.esd-conference.com Fuente de Internet	<1 %
17	ro.ecu.edu.au Fuente de Internet	<1 %
18	totallydublin.ie Fuente de Internet	<1 %

19	VNUA Publicación	<1 %
20	medicine.tcd.ie Fuente de Internet	<1 %
21	Knapp, Martin, McDaid, David, Mossialos, Elias. "Mental Health Policy and Practice Across Europe", Mental Health Policy and Practice Across Europe, 2006 Publicación	<1 %
22	sro.sussex.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
23	pure.tue.nl Fuente de Internet	<1 %
24	qa.ola.org Fuente de Internet	<1 %
25	Henry Mauricio Puerto Pedraza. "Soporte social percibido en cuidadores familiares de personas en tratamiento contra el cáncer", Revista CUIDARTE, 2017 Publicación	<1 %
26	d-scholarship.pitt.edu Fuente de Internet	<1 %
27	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to University of Queensland Trabajo del estudiante	<1 %

<1 %

29

baadalsg.inflibnet.ac.in

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

Este trabajo de investigación

Plan de negocio para determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de un sistema de citas médicas para el segmento de salud mental que tenga la capacidad de almacenar y presentar la historia clínica del paciente

Ha sido aprobado.



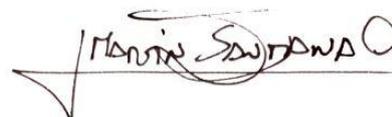
.....
Ramón Batalla Font (Jurado)



.....
José Luis Iglesias Martínez (Jurado)



.....
Esteban Rafael Estrada Hora (Jurado)



.....
Jorge Martín Santana Ormeño (Asesor)

Universidad ESAN

2023

DEDICATORIA

A mi esposa por brindarme todo el soporte para cursar satisfactoriamente esta maestría y con mucho amor a mi pequeña hija, gracias por su apoyo y motivación para seguir creciendo profesionalmente.

A mi madre por ser ejemplo de lucha y entrega a la familia.

Francisco Javier Alvarez Amarillo Lopez

A mi esposa Anyella y mi hijo Felipe Armando, quienes me apoyaron generosamente a lo largo de la maestría, sobre todo renunciando al valioso tiempo en familia juntos.

Alejandro Carbajal Diaz

Agradezco a mis padres y hermana por apoyarme de forma incondicional y motivarme para que siga creciendo personal y profesionalmente.

Mario Joaquin Fuentes Zevallos

A mis dos hijas quienes son lo más valioso que tengo en la vida, por todo su apoyo y amor, a mi esposa por motivarme a lograr esta meta.

A mis padres y hermana por todos sus consejos y por haberme apoyado en este nuevo proyecto profesional.

Kenny Josue Reyes Alburqueque

INDICE

CAPITULO I. INTRODUCCION	1
1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	1
1.2. OBJETIVOS	4
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.3. JUSTIFICACIÓN	5
1.4. ALCANCES Y EXCLUSIONES	7
CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL	8
2.1. SISTEMA DE ASEGURAMIENTO DE SALUD	8
2.2. ANTECEDENTES DE CASOS DE ESTUDIO EN GESTIÓN DE CITAS E HISTORIAS CLÍNICAS	8
2.3. OPORTUNIDADES DE INTEGRACIÓN DE LA SALUD MENTAL EN SERVICIOS DE ATENCIÓN PRIMARIA EN EL PERÚ	11
2.4. APLICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN AL SECTOR SALUD	12
2.4.1. <i>Aplicación al rubro de salud</i>	13
2.4.2. <i>Aporte de la tecnología en la solución del presente problema</i>	14
2.4.3. <i>Mecanismo de funcionamiento</i>	14
CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL	16
3.1. LA SITUACIÓN DEL SECTOR SALUD MENTAL EN NÚMEROS	16
3.2. LA SITUACIÓN DE LOS PROFESIONALES EN SALUD MENTAL EN NÚMEROS	17
3.3. ATENCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL PERÚ	18
3.4. SISTEMA DE SEGUROS PRIVADOS EN EL PERÚ	21
3.5. EXPERIENCIAS RECIENTES RELACIONADAS A HISTORIAS CLÍNICAS ELECTRÓNICAS	22
3.6. SITUACIÓN ACTUAL DE LA HISTORIA CLÍNICA ELECTRÓNICAS EN EL PERÚ	23
3.7. SITUACIÓN LEGAL EN EL PERÚ	24
3.8. ALCANCE DE LOS SERVICIOS DE SALUD SEGÚN LEY	25
3.9. ANÁLISIS PESTEL	26
3.10. FUERZAS DE PORTER	29
3.11. BENCHMARKING	29
CAPITULO IV. SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO	31
4.1. CONCEPTO DE NEGOCIO	31
4.1.1. <i>Características de la plataforma</i>	32
4.2. MODELO VALUE PROPOSITION CANVAS Y LEAN CANVAS	33
4.2.1. <i>Segmento de clientes</i>	35
4.2.2. <i>Problema</i>	36
4.2.3. <i>Solución</i>	38
4.2.4. <i>Métricas clave</i>	39
4.2.5. <i>Propuesta de valor</i>	40
4.2.6. <i>Ventaja Especial</i>	41
4.2.7. <i>Canales</i>	42
4.2.8. <i>Estructura de costos</i>	42
4.2.9. <i>Fuentes de ingreso</i>	43
CAPITULO V. METODOLOGÍA DE INVESTIGACION	45
5.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	45
5.2. FUENTES SECUNDARIAS	45
5.3. FUENTES PRIMARIAS	45
5.4. CRITERIOS DE SELECCIÓN	45
5.5. ANÁLISIS CUALITATIVO	46
5.5.1. <i>Objetivos de la investigación cualitativa</i>	46

5.5.2. Metodología del análisis cualitativo.....	47
5.5.3. Tamaño de la muestra.....	47
5.6. ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	48
5.6.1. Objetivos de la investigación cuantitativa.....	48
5.6.2. Metodología del análisis cuantitativo.....	48
5.6.3. Tamaño de la muestra.....	49
CAPITULO VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	50
6.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA – ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD	50
6.1.1. Público.....	50
6.1.2. Periodo de evaluación	50
6.1.3. Resultados de las entrevistas de profundidad	51
6.2. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA – FOCUS GROUP	54
6.2.1. Público.....	54
6.2.2. Periodo de evaluación	55
6.2.3. Resultados de los focus group.....	55
6.3. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	59
6.3.1. Público objetivo y técnica de muestreo.....	59
6.3.2. Periodo de evaluación	59
6.3.3. Resultados de las encuestas	59
CAPITULO VII. PLAN DE MARKETING.....	66
7.1. MISIÓN Y VISIÓN.....	66
7.1.1. Misión:.....	66
7.1.2. Visión:.....	66
7.2. OBJETIVOS	66
7.2.1. Objetivos cuantitativos	67
7.2.2. Objetivos cualitativos	67
7.3. MERCADO OBJETIVO.....	68
7.3.1. Tamaño del mercado total.....	68
7.3.2. Tamaño del mercado disponible	69
7.3.3. Tamaño del mercado objetivo	69
7.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	70
7.5. PÚBLICO OBJETIVO.....	71
7.6. ETAPA PREOPERATIVA.....	72
7.7. PROPUESTA DE VALOR	72
7.8. NOMBRE Y LOGO	73
7.9. MARKETING MIX	74
7.9.1. Estrategia de producto.....	74
7.9.2. Estrategia de plaza (colocación en el mercado).....	74
7.9.3. Estrategia de promoción.....	75
7.9.4. Estrategia de precio.....	77
7.9.5. Personas	78
7.9.6. Procesos.....	78
7.9.7. Evidencia física.....	78
7.10. PRESUPUESTO ESTIMADO PARA MARKETING.....	79
7.11. CONCLUSIONES	81
CAPITULO VIII. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	82
8.1. CONFORMACIÓN SOCIETARIA PARA LA EMPRESA	82
8.1.1. Elementos tributarios.....	83
8.2. DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	83
8.2.1. Gerente General	84
8.2.2. Coordinador de Operaciones.....	84

8.2.3. <i>Asistente comercial</i>	85
8.2.4. <i>Asistente técnico</i>	86
8.3. SALARIO DEL PERSONAL CLAVE.....	86
8.4. SELECCIÓN DEL PERSONAL CLAVE	87
8.4.1. <i>Plan de reclutamiento</i>	87
8.4.2. <i>Proceso de reclutamiento</i>	88
8.5. MÉTRICAS DE DESEMPEÑO	88
8.6. CONCLUSIONES	89
CAPITULO IX. PLAN DE OPERACIONES	90
9.1. OBJETIVOS	90
9.2. ESTRATEGIA DE OPERACIONES	90
9.3. MAPA DE PROCESOS	90
9.4. FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LOS PROCESOS OPERATIVOS	91
9.4.1. <i>Captación de profesionales de la salud</i>	91
9.4.2. <i>Validación de profesionales de la salud</i>	92
9.4.3. <i>Recertificación de profesionales de la salud</i>	94
9.4.4. <i>Capacitación de profesionales de la salud</i>	94
9.4.5. <i>Atención de reclamos</i>	95
9.4.6. <i>Cobranza</i>	96
9.4.7. <i>Pago a profesionales de la salud</i>	97
9.4.8. <i>Homologación de entidades aliadas</i>	98
9.5. INDICADORES DE DESEMPEÑO	99
9.6. PRESUPUESTO	100
9.7. CONCLUSIONES	101
CAPITULO X. PLAN DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION.....	102
10.1. OBJETIVO	102
10.2. LINEAMIENTOS DEL SISTEMA	102
10.3. PROVEEDOR DEL SISTEMA	103
10.4. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	104
10.5. ARQUITECTURA Y TECNOLOGÍA DEL SISTEMA	104
10.6. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN:	106
10.7. SERVICIOS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA	108
10.8. SERVICIOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA PLATAFORMA	109
10.9. PRESUPUESTO	110
10.10. CONCLUSIONES	110
CAPITULO XI. PLAN FINANCIERO	112
11.1. OBJETIVOS	112
11.2. CONSIDERACIONES PARA EL MODELAMIENTO.....	112
11.3. METODOLOGÍA.....	113
11.4. HORIZONTE DE LA EVALUACIÓN	113
11.5. ETAPA PRE-OPERATIVA.....	114
11.6. ETAPA OPERATIVA	116
11.6.1. <i>Análisis de ingresos</i>	116
11.6.2. <i>Análisis de egresos</i>	117
11.6.3. <i>Análisis de los tributos</i>	121
11.7. FLUJO DE CAJA Y ANÁLISIS FINANCIERO	123
11.8. ANÁLISIS DE ESCENARIOS	125
11.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	127
11.10. CONCLUSIONES	128
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130

ANEXOS	135
ANEXO 1. SONDEO PRELIMINAR.....	135
ANEXO 2. GUÍA DE PAUTAS - ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD.....	137
ANEXO 3. GUÍA DE PAUTAS – FOCUS GROUP.....	139
ANEXO 4. GUÍA TÉCNICA – FOCUS GROUP	142
ANEXO 5. GUÍA TÉCNICA – ENCUESTA	143
ANEXO 6. AGENDA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD A EXPERTOS.....	144
ANEXO 7. TRANSCRIPCIONES DE LAS ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD.....	145
ANEXO 8. PRUEBA PILOTO ENCUESTAS (20 ENCUESTAS)	183
ANEXO 9. ENCUESTA FINAL	187
ANEXO 10. FÓRMULA ESTADÍSTICA EMPLEADA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA...	191
ANEXO 11. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS PILOTO.....	192
ANEXO 12. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	200
ANEXO 13. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DE LA ARQUITECTURA BASE.....	213
BIBLIOGRAFIA	215

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Cuadros de comparación entre aseguradoras. (Comparativa de pólizas de seguros de compañías aseguradoras a nivel nacional).....	22
Tabla 2.	Coberturas pasadas y presentes según el PEAS	22
Tabla 3.	Análisis PESTEL	26
Tabla 4.	Benchmarking de características de competidores	29
Tabla 5.	Detalles de las especialidades de los profesionales	50
Tabla 6.	Concepto de negocio de Doctor Cita	61
Tabla 7.	Ticket promedio de compra	62
Tabla 8.	Frecuencia de compra: Cita Psicólogo / año.....	63
Tabla 9.	Ticket promedio Sesión Psiquiatría	63
Tabla 10.	Frecuencia de compra: Cita Psiquiatría/ año.....	63
Tabla 11.	Ticket promedio Sesión Neurología.....	64
Tabla 12.	Frecuencia de compra: Cita Neurología/ año.....	64
Tabla 13.	Crecimiento de citas por año.....	67
Tabla 14.	Crecimiento de profesionales de la salud.....	67
Tabla 15.	Tamaño total del mercado de consumidores del servicio	68
Tabla 16.	Mercado disponible en Lima Metropolitana	69
Tabla 17.	Mercado disponible de profesionales de la salud.....	69
Tabla 18.	Estimación de crecimiento de pacientes y citas	70
Tabla 19.	Estimación de crecimiento de profesionales de la salud.....	71
Tabla 20.	Precios que estima pagar el paciente por cita	77
Tabla 21.	Precios por especialidad.....	78
Tabla 22.	Presupuesto de marketing	80
Tabla 23.	Detalle del salario del personal clave.....	87
Tabla 24.	Costo operativos.....	100
Tabla 25.	Costos de Tecnología e Información.....	110
Tabla 26.	Costos de pasarela de pagos.....	110
Tabla 27.	Costos de etapa pre-operativa	115
Tabla 28.	Depreciación y amortización	116
Tabla 29.	Ingreso proveniente del pago de citas	117
Tabla 30.	Proyección de citas disponibles por año	117
Tabla 31.	Costos laborales	118

Tabla 32.	Costos de marketing.....	118
Tabla 33.	Costos de operaciones.....	119
Tabla 34.	Costos de tecnología.....	120
Tabla 35.	Consolidado de egresos durante la operación (año 1 a año 5).....	120
Tabla 36.	Análisis de capital de trabajo.....	121
Tabla 37.	Cálculo de impuesto a la renta.....	122
Tabla 38.	Cálculo de impuesto general a las ventas.....	122
Tabla 39.	Flujo de inversiones.....	123
Tabla 40.	Flujo de operaciones.....	124
Tabla 41.	Flujo económico.....	124
Tabla 42.	Criterios financieros.....	125
Tabla 43.	Análisis de escenarios.....	127
Tabla 44.	Análisis de sensibilidad. Suscripción del profesional vs. Tipo de cambio	127
Tabla 45.	Análisis de sensibilidad: Comisión de pasarela de pago vs. Tipo de cambio	128
Tabla 46.	Concepto de negocio de Doctor Cita.....	207
Tabla 47.	Ticket promedio de compra.....	210
Tabla 48.	Frecuencia de compra: Cita Psicólogo / año.....	210
Tabla 49.	Ticket promedio Sesión Psiquiatría.....	210
Tabla 50.	Frecuencia de compra: Cita Psiquiatría/ año.....	210
Tabla 51.	Ticket promedio Sesión Neurología.....	211
Tabla 52.	Frecuencia de compra: Cita Neurología/ año.....	211

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Proceso de funcionamiento Blockchain.....	14
Figura 2.	Brecha de Tratamiento en América Latina y el Caribe.....	17
Figura 3.	Porcentaje de población adulta con al menos una discapacidad o inhabilidad ²⁰	
Figura 4.	Actitudes frente a personas con trastorno mental	20
Figura 5.	Fuerzas de Porter	29
Figura 6.	Perspectiva del paciente.....	33
Figura 7.	Perspectiva del Profesional de la salud.....	33
Figura 8.	Modelo Lean Canvas	34
Figura 9.	Demanda por profesionales en salud mental	60
Figura 10.	Lugares de atención en salud mental	60
Figura 11.	Nivel de agrado de Doctor Cita.....	62
Figura 12.	Logo para Doctor Cita	73
Figura 13.	Estructura organizacional de la empresa.....	83
Figura 14.	Mapa de procesos.....	91
Figura 15.	Proceso operativo: Validación de profesionales de la salud	92
Figura 16.	Proceso operativo: Validación de profesionales de la salud	93
Figura 17.	Proceso operativo: Recertificación de profesionales de la salud	94
Figura 18.	Proceso operativo: Capacitación a profesionales de la salud.....	95
Figura 19.	Proceso operativo: Atención de reclamos	96
Figura 20.	Proceso operativo: Cobranza	97
Figura 21.	Proceso operativo: Pago a profesionales de la salud.....	98
Figura 22.	Proceso operativo: Homologación de entidades aliadas	99
Figura 23.	Arquitectura de alto nivel.....	105
Figura 24.	Registro de llamadas	200
Figura 25.	Collage de Fotos	200
Figura 26.	Características demográficas de los encuestados.....	201
Figura 27.	Zonas de residencia de los encuestados	202
Figura 28.	Estado civil de los encuestados.....	202
Figura 29.	Ocupación de los encuestados.....	203
Figura 30.	Nivel de ingresos de los encuestados.....	203
Figura 31.	Trastornos comunes de los encuestados.....	204

Figura 32.	Tratamientos que ha llevado los encuestados	204
Figura 33.	Demanda por profesionales en salud mental.....	205
Figura 34.	Lugares de atención en salud mental	205
Figura 35.	Criterios de selección para un profesional de salud mental.....	206
Figura 36.	Nivel de agrado de Doctor Cita.....	207
Figura 37.	Atributos valorados de Doctor Cita	208
Figura 38.	Intención de Compra en Doctor Cita	209
Figura 39.	Especialidades en Doctor Cita	209
Figura 40.	Intención de compra con publicidad de Banners	212

Francisco Javier Alvarez Amarillo Lopez

Ingeniero de Sistemas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas e instrucción técnica en la especialidad de Redes y Comunicaciones de Datos, con capacidad para dirección de personal, manejo de situaciones críticas y dirección de equipos al cumplimiento de objetivos. Amplios conocimientos de diseño, implementación, migración y administración de infraestructura tecnológica.

FORMACIÓN

05/2021 – 09/2023 ESAN | Graduate School of Business

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

09/2015 – 01/2016 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

Ingeniero de Sistemas

01/2008 – 12/2012 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC

Bachiller en Ingeniería de Sistemas

EXPERIENCIA

Mar. 2020 – Actualidad	Vivir Seguros Compañía De Seguros De Vida - Subgerente de TI <ul style="list-style-type: none">• Dirigir los esfuerzos del área de Tecnologías de la Información al cumplimiento de los objetivos estratégicos, alineado con la misión y visión de la compañía.• Encargado de asegurar el buen funcionamiento de la plataforma tecnológica.• Gestionar proyectos de mejora de forma eficiente y automatizada para los procesos de negocio de la compañía.• Gestionar eficientemente a los proveedores de servicios tanto de Software y Hardware• Incorporar nuevas tecnologías al negocio, haciendo que todas las áreas conversen entre si con los nuevos sistemas de información.
Set. 2015 – Feb. 2020	Vivir Seguros Compañía De Seguros De Vida – Jefe de Sistemas <ul style="list-style-type: none">• Encargado de asegurar el buen funcionamiento de los sistemas informáticos de acuerdo con los objetivos, la misión y visión de la compañía.• Administrar y mantener la infraestructura tecnológica en la red local y los centros de cómputo principal y alterno.• Proponer, planear, liderar y ejecutar los procesos de mejora e implementación de servicios y sistemas tecnológicos.
Feb. 2014 – Ago. 2014	NETSOL INTERNATIONAL – IT Consultant <ul style="list-style-type: none">• Consultor en Soluciones Infrastructure Management.• Implementación de soluciones CA Nimsoft Monitor, CA Spectrum, CA eHealth bajo plataforma Microsoft y Linux para los clientes Telefónica del Perú y Grupo Romero.
Ago. 2012 – Ene. 2014	GMD - Supervisor de Operaciones <ul style="list-style-type: none">• Encargado de monitorear la disponibilidad y continuidad del Datacenter, garantizando la productividad de la empresa según los niveles de servicios solicitados.• Programación, ejecución y supervisión de todas las tareas en el centro de cómputo (4200 jobs mensuales) asegurando los niveles de servicio solicitados por el cliente.• Manejo y supervisión del grupo de operadores de Datacenter.
Nov. 2008 – Jul. 2012	CENTRO DE SERVICIOS COMPARTIDOS INNOVACION - Ingeniero de Infraestructura <ul style="list-style-type: none">• Dirección de proyectos de innovación de la infraestructura tecnología para Empresas del Grupo ACP, dentro de las cuales destacan Mibanco, Protecta, Conecta.

	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño de labores de administración de la red, principalmente de los servicios de Active Directory, Correo (Exchange y Lotus), Firewall, Files Server, Colas de Impresión, Telefonía IP y gestión de la telefonía IP para la Red Corporativa del Grupo ACP.
May. 2003 – Mar. 2008	HGM SOPORTE Y SOLUCIONES DE SISTEMAS. - Técnico de Soporte <ul style="list-style-type: none"> • Soporte a los servidores del centro de cómputo del BCP a nivel nacional y al área de Producción de Sistemas, implementación de nuevas agencias. • Soporte y mantenimiento a servidores Proliant para Telefónica Del Perú, CPD Lince y CPD Monterrico. • Soporte a garantías de Servidores, PCs, Laptops de diversas marcas para varias empresas. • Soporte de Segundo Nivel (Help Desk) a usuarios para el Banco de Crédito del Perú.

IDIOMAS

Inglés – Básico (2014 - Idiomas Católica)

Portugués – Intermedio (2022 - Centro de Idiomas USMP)

Alejandro Carbajal Diaz

Especialista con 17 años de experiencia en el rubro de Tecnologías de la Información, diseñando y brindando soluciones creativas para Centros de Datos, involucrando tecnologías de última generación. Cuento con profundo conocimiento técnico, habilidades comunicativas maduras y estrategias comerciales, respaldadas por numerosas certificaciones de la industria, que me brindan un perfil enfocado en brindar soluciones de valor para el negocio corporativo. Soy un pensador crítico, persistente, versátil y capaz de enfrentar eventos no planificados.

FORMACIÓN

05/2021 – 09/2023 ESAN | Graduate School of Business

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

04/2012 – 10/2012 UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

Ingeniero de Telecomunicaciones

03/2001 – 08/2006 UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

Bachiller en Ingeniería de Telecomunicaciones

EXPERIENCIA

Abr. 2023 - Actualidad	IT Solutions - Solution Manager <ul style="list-style-type: none">• Consultor certificado, experto en soluciones de Tecnologías de la Información con enfoque en soluciones de virtualización para centros de datos y tecnologías de nube.• Enfoque específico en análisis de la situación actual del negocio desde la perspectiva alineamiento de TI con los objetivos de negocio, con el fin de desarrollar proyectos alineados específicamente en maximizar el valor de TI como potenciador de estos objetivos.• Responsable de la relación técnica a nivel de Gerencia o Dirección de TI con clientes del segmento corporativo.
Abr. 2018 – Mar. 2023	Zenware E.I.R.L. – Presales Manager <ul style="list-style-type: none">• Arquitecto de soluciones para infraestructura de centros de datos y servicios cloud.• Especialista certificado en múltiples tecnologías vigentes de la industria.• Consultor Senior en proyectos de tecnología del sector privado y gobierno. Líder de la relación técnica con clientes del segmento empresarial.• Líder técnico del área de preventa y de servicios profesionales.
Ago 2011 – Mar. 2018	DELL EMC (EMC DEL PERU S.A.) – Senior Systems Engineer <ul style="list-style-type: none">• Consultor Senior, responsable del diseño de soluciones para centros de datos basadas en el portafolio de DELL EMC.• Comunicador efectivo, alineado a las necesidades de cada área funcional del negocio.• Cobertura regional: Perú y Bolivia.
Abr. 2011 – Ago. 2011	Neosecure S.A.C. - Security Engineer <ul style="list-style-type: none">• Especialista en ventas consultivas en seguridad informática para clientes corporativos.• Responsable del diseño y presentación de propuestas para clientes privados y de gobierno.
Feb. 2009 – Mar. 2011	Cosapi Data S.A. - Product Manager – EMC y Vmware <ul style="list-style-type: none">• Responsable del área de preventas y servicios profesionales de las soluciones EMC y VMware.

	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de contacto para el relacionamiento comercial con las marcas indicadas. • Diseño y validación de las soluciones ofrecidas.
Abr. 2007 – Ene. 2009	Cosapi Data S.A. - Team Leader – IT Security <ul style="list-style-type: none"> • Líder del equipo de seguridad informática (Área de servicios profesionales) • Especialista de campo en el despliegue de soluciones de Seguridad Informática para la protección del usuario final, la red y el perímetro de clientes corporativos.
May. 2006 – Mar. 2007	Infoductos y Telecomunicaciones del Perú (RCP) - Soporte Nivel 3 <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de soporte técnico general para el usuario final. • Soporte de servicios corporativos: Líneas dedicadas, servicios de correo electrónico, conectividad de red.

DIPLOMADOS

Diplomado en Marketing (2013 - Instituto San Ignacio de Loyola)

Diplomado en ventas (2014 - Cámara de Comercio de Lima)

Diplomado en Administración de Empresas (2019 - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas)

IDIOMAS

Inglés (2006 – PUCP)

Mario Joaquin Fuentes Zevallos

Ejecutivo de desarrollo de negocios de TI, con 9 años de experiencia atendiendo a clientes diferentes verticales del sector privado y gobierno. Soy una persona que trabaja en base a objetivos planteados, es así como a través de la venta consultiva logro comprender las necesidades de negocio de los clientes, genero confianza en ellos y encuentro la manera que mediante soluciones tecnológicas consigan sus objetivos.

FORMACIÓN

05/2021 – 09/2023 ESAN | Graduate School of Business

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

03/2009 – 12/2013 UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

Bachiller en Ingeniería de Telecomunicaciones

EXPERIENCIA

Abr. 2022 – Ago. 2023	HEWLETT PACKARD ENTERPRISE - Enterprise Solutions Architect – Presales Consultant <ul style="list-style-type: none">• Diseño de soluciones de infraestructura tecnológica para Proveedores de Servicio, clientes del sector financiero y minería.• Posicionamiento de soluciones customizadas en base a los requerimientos de negocio y necesidades tecnológicas.
Nov. 2017 – Mar. 2022	DELL EMC - Technical Sales Representative <ul style="list-style-type: none">• Relacionamiento con clientes finales de diferentes segmentos: cuentas de gobierno [2019 - actualmente] / mid market y cuentas globales [2017 - 2019].• Participación en llamadas de forecast semanal para asegurar el ingreso de órdenes.• Apoyo a canales en diferentes etapas del negocio: Presentación de portafolio, levantamiento de información, dimensionamiento de solución, armado de cotización, presentación formal de la solución a ofertar, negociación y cierre.• Desarrollo de casos de precios para el cierre efectivo de negociaciones.
Ago. 2016 – Jul. 2017	CORPORACIÓN SAPIA (COSAPI DATA) - Ejecutivo de Desarrollo de Negocios <ul style="list-style-type: none">• Relacionamiento con clientes finales de diferentes verticales como Educación, Banca, Telcos, entre otros.• Levantamiento de información técnica de los clientes (base instalada, próximas renovaciones tecnológicas, topologías de interconexión de infraestructura de centro de datos).• Revisión de factibilidad técnica para los proyectos de infraestructura Dell EMC, de acuerdo con los requerimientos de los clientes.• Desarrollo de cuadros de costos para asegurar la factibilidad económica de los proyectos.• Elaboración de propuestas para infraestructuras de TI. Integración con diferentes unidades de negocio de SAPIA en los casos que la propuesta requería la oferta de más de una marca.• Gestión de oportunidades (actualización, aseguramiento de calidad de la información y evolución de las oportunidades).
Feb. 2015 – Ago. 2016	CISCO SYSTEMS - Network Consulting Engineer – Ingeniero Consultor de Redes <ul style="list-style-type: none">• Ingeniero del equipo de Implementación del proyecto de la red IP NGN para la cuenta de Entel Perú.• Implementación de solución de Unified Computing System (Cisco UCS) con servidores blade y rack, además del manejo de UCS Manager.

	<ul style="list-style-type: none"> • Despliegue de soluciones de virtualización de VMware. • Configuración de equipos de las familias Catalyst, ISR G2, ASR900, ASR9k y Nexus. • Desarrollo y actualización de documentación propia del proyecto (High Level Design, Low Level Design)
Ene. 2014 – Ene. 2015	CISCO SYSTEMS - Support Engineer – Ingeniero de Laboratorio <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al equipo de Pre Venta en la identificación de las necesidades de los operadores en cuanto a terminales residenciales y en la elaboración de pilotos para la validación de requerimientos. • Apoyo en el levantamiento de información técnica del cliente. • Validación del cumplimiento de Request for Proposals (RFP) en el plazo de tiempo determinado por el cliente.
May. 2013 – Dic. 2013	CISCO SYSTEMS - Lab Engineer – Practicante de Ingeniería <ul style="list-style-type: none"> • Practicante de laboratorio encargado de la arquitectura de Service Provider con conocimientos en tecnologías de Cable, Routing y Switching. • Asistencia al equipo de Pre Venta en el desarrollo de demostraciones de las soluciones a Partners y clientes.

IDIOMAS

- Inglés – Idiomas Católica (Avanzado) – IELTS Band 7
- Francés – Alianza Francesa (Intermedio)

Kenny Josue Reyes Alburqueque

Ingeniero de Sistemas con más de 15 años de experiencia y sólidos conocimientos en implementación de proyectos de Tecnologías de Información. Con habilidades en el desarrollo de estrategias para mejorar los procesos de negocio. Capacidad para las relaciones interpersonales, trabajo en equipo y actitud de compromiso con las labores encargadas.

FORMACIÓN:

05/2021 – 09/2023 ESAN | Graduate School of Business

Magíster en Dirección de Tecnologías de Información

10/2011 – 03/2012 Universidad César Vallejo – Piura

Ingeniero de Sistemas

03/2002 – 12/2006 Universidad César Vallejo – Piura

Bachiller en Ingeniería de Sistemas

EXPERIENCIA:

Nov. 2016 - Actualidad	<p>SUNAT – Arquitecto de Infraestructura Tecnológica y Virtualización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir y elaborar el diseño de la infraestructura tecnológica, de acuerdo con las necesidades del negocio, que incluya servidores, almacenamiento, virtualización y servicios de red. • Realizar el seguimiento de despliegue de nuevos proyectos de TI. • Evaluar la capacidad y la demanda de la Arquitectura Tecnológica, así como proponer las mejoras y renovaciones que correspondan a la plataforma, virtualización, licenciamiento y servicios de red. • Realizar las actividades de investigación, análisis y difusión de las tecnologías de la información en el ámbito de la plataforma tecnológica, cloud, licenciamiento, virtualización y servicios de red. • Proponer y exponer a la Gerencia y miembros de la Alta Dirección propuestas de nuevos proyectos de TI considerando los beneficios técnicos y económicos con la finalidad de satisfacer las necesidades del negocio. • Elaborar las especificaciones técnicas o términos de referencia para la adquisición de bienes y servicios referidos a la plataforma tecnológica, tales como servidores, servicios cloud, licenciamiento, virtualización y servicios de red; así como, atender las consultas técnicas de los postores y gestionar los aspectos técnicos en el proceso de contrataciones. • Elaborar y mantener actualizados los diagramas de arquitectura y despliegue de la plataforma tecnológica. • Elaborar propuestas de mejora e informes sobre desempeño de los sistemas y procedimientos aplicados. • Evaluar y proponer la incorporación de nuevas tecnologías, así como su estrategia de implementación sobre plataforma tecnológica, virtualización y servicios de red. • Apoyo en las pruebas y despliegue de la infraestructura tecnológica, atendiendo los problemas técnicos asociados al diseño de la plataforma tecnológica. • Participación como miembro de comité en los procesos de contrataciones de tecnología en el ámbito de la competencia técnica.
Nov. 2013 – Oct. 2016	<p>SUNAT – Especialista en Servicios de Redes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de todos los servidores Microsoft a nivel nacional (DNS, Active Directory Domain Services, DHCP, File Servers, Active Directory Certificate

	<p>Services, Hyper-V, WSUS, FTP, SMTP, Terminal Server, Windows Server Backup, Print Server, Microsoft Deployment Toolkit, etc).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de servidores de correo con Exchange Server 2010 (aproximadamente 15000 usuarios a nivel nacional). • Administración de plataforma de virtualización de aplicaciones con Citrix Xen App and Xen Desktop. • Administración de solución Pure Flex Systems Enterprise con plataforma de virtualización VMware vSphere with Operations Management, VMware vRealize Operations y VMware Site Recovery Manager. • Administración de solución de nube privada con plataforma de virtualización Hitachi Unified Compute Platform, VMware vCloud Director, VMware vCloud Automation Center, VMware vRealize Operations, VMware vRealize Hyperic, VMware Site Recovery Manager. • Administración de Sistema de Almacenamiento IBM Storwize V7000. • Administración del Sistema de Colas para todos los Centros de Servicio al Contribuyente a nivel nacional (TV Media). • Gestión de Soporte Premier Microsoft. • Administración de solución de respaldo Netbackup. • Administración de Servidores de bases de datos con SQL Server. • Administración de Servidores con plataforma Linux Red Hat Enterprise. • Implementación de scripts con Windows Powershell para automatización de procesos y despliegue masivo de aplicaciones. • Último nivel de soporte (ProactivaNet Service Desk – Tercer Nivel) • Elaboración de Especificaciones Técnicas y/o Términos de Referencia para proyectos de Tecnologías de Información. • Gestión de aspectos técnicos en procesos de contrataciones. • Apoyo en el diseño de Arquitectura para proyectos TI. • Gestión de proyectos de Tecnologías de Información (Líder Técnico de Proyectos).
<p>Set. 2008 – Nov. 2013</p>	<p>UNIVERSIDAD RICARDO PALMA – Analista de Sistemas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Servidor de Correo Administrativo, aproximadamente 1000 usuarios (Exchange Server Enterprise). • Administración de Servidor de Correo Académico Alumnos y Docentes, aproximadamente 20000 usuarios (MDaemon Messaging Server Pro / BlackBerry Edition con Security Plus y SQL Server). • Administración de Servidor Antispam (GFI MailEssentials). • Administración de Servicio de correo con la plataforma Office 365 para Alumnos, egresados y docentes. • Administración de Consolas de Antivirus (NOD 32, Kaspersky, Avira y Bit Defender). • Administración de Servidores Controladores de Dominio, DNS (Windows Server Enterprise 2003 - 2008). • Administración de Servidores FTP, File Server (Windows Server 2003 - 2008). • Administración de Servidores Virtuales con VMware ESXi. • Supervisión de Proyectos de Mantenimiento Preventivo de Computadoras HP realizado por los técnicos de la empresa ATSAC en el campus de la Universidad Ricardo Palma (2000 PC's). • Supervisión de Proyectos de Mantenimiento Preventivo de Computadoras DELL realizado por los técnicos de la Empresa High Service en el campus de la Universidad Ricardo Palma (500 PC's).

IDIOMAS

Inglés Intermedio (2023 – Idiomas PUCP)

RESUMEN EJECUTIVO

El sector de la salud mental encuentra varios desafíos para cubrirse de forma adecuada en el Perú. El Estado Peruano brinda la cobertura a través de seguros públicos, pero existen distintas limitaciones, entre las que resalta la falta de disponibilidad de citas para los pacientes. Las entidades privadas proporcionan coberturas de salud a través de empresas aseguradoras u otros mecanismos, sin embargo, los tratamientos de pacientes en el segmento de salud mental suelen ser limitados. Otro elemento que complica la atención de los pacientes de este sector reside en las limitaciones para gestionar los registros electrónicos de éstos, hecho que es reconocido por el Ministerio de Salud, siendo que lo adolece todo el sector. Muchas entidades de salud han implementado sus propios sistemas de historia clínica, pero aún abundan los procedimientos manuales de registro, y los mecanismos de integración son muy limitados, lo que genera dificultades para el seguimiento del historial médico del paciente, o de la gestión centralizada de la información de la historia clínica cuando éste continúa su tratamiento con otros profesionales de la salud.

En respuesta a todo lo anterior, el presente trabajo de investigación plantea la elaboración de un plan de negocio que determine la viabilidad técnica, económica y financiera de un sistema de citas médicas para el segmento de salud mental que tenga la capacidad de almacenar y presentar la historia clínica del paciente. Para ello, se plantearon los siguientes objetivos:

- Identificar el mercado objetivo (tanto del lado del paciente como de los profesionales de la salud).
- Elaborar un modelo de negocio que permita intermediar pacientes, con profesionales de la salud que respondan sus necesidades, ofreciendo al mismo tiempo conservar la historia clínica de las atenciones.
- Elaborar los planes de: marketing, organizacional, operaciones, tecnología de la información y financiero, que sostengan el proyecto de negocio y lo justifiquen.

En ese sentido, se efectuó una investigación de mercado enfocada en determinar la viabilidad del plan de negocio, realizándose el análisis cualitativo mediante entrevistas de profundidad a especialistas en psicología, psiquiatría y neurología, así como Focus

Group enfocados en pacientes del sector entre los 25 y 44 años; y por otro lado el análisis cuantitativo mediante encuestas a pacientes del mismo rango de edad. Cabe mencionar que los pacientes considerados para los estudios efectuados padecen trastornos de salud mental como la ansiedad, la depresión, las fobias, el trastorno obsesivo-compulsivo (TOC) o los ataques de pánico; con el fin de evaluar la factibilidad del plan propuesto.

En base a las evaluaciones y análisis realizados, se concluye que el plan de negocios es viable, lo que se sustenta en lo siguiente:

- La investigación de mercado concluyó con un nivel de aceptación de la plataforma (denominada Doctor Cita) del 73%, rescatando como atributos más valiosos, el que los pacientes puedan tener acceso a su historia clínica y a que se tenga disponibilidad de una amplia diversidad de especialistas médicos, con una intención de concretar citas vía la plataforma por un 60% de los usuarios.
- Se elaboró el plan de marketing, el plan organizacional, el plan de operaciones, el plan de TI y el plan financiero, en ellos se propuso que el sistema esté desarrollado e implementado durante un periodo preliminar de 6 meses, luego de los cuales se propone el inicio de operaciones, evaluándose su desempeño en un horizonte de 5 años. El sistema propuesto utiliza servicios de nube pública e integración con tecnología blockchain, que permite que el tratamiento y almacenamiento de la información se encuentre alineado a las exigencias del sector. Asimismo, y entre otras funciones, considera también la integración con pasarelas de pagos para poder realizar las transacciones en línea.
- Como parte del análisis financiero se estimó que, en un plazo de evaluación de 5 años, con una tasa de retorno de inversión del 26.89% se obtendrá un valor actual neto (VAN) de S/. 157,094.42 soles, por consiguiente, el plan de negocio planteado es rentable.

Resumen elaborado por los autores.

CAPITULO I. INTRODUCCION

El presente capítulo explicó y justificó la motivación del equipo respecto del tema de estudio.

1.1. Identificación de la problemática

Durante las últimas décadas, el Perú ha experimentado un notable desarrollo económico y social, lo que ha resultado en una mejora en la calidad de vida de sus ciudadanos. Sin embargo, ello no se ha reflejado en varios sectores claves de la sociedad, especialmente en el ámbito de la salud, donde se han identificado importantes desafíos que deben abordarse para garantizar el bienestar de la población.

El presente trabajo se enfocó en el sector salud mental. Siendo que éste adolece de varias deficiencias, entre las que podemos listar: Un sistema público de salud colapsado, donde el rubro específico de salud mental cuenta con inversiones muy por debajo de otros sectores, al mismo tiempo, con alternativas de aseguramiento privado con considerables restricciones, y una alta densidad poblacional que adolece de profesionales de la salud para cubrir sus necesidades, lo que obliga a sus pacientes a buscar soluciones particulares por cuenta propia. Esta situación, comparte un problema que es común a todo el sector, que es la ausencia de historias clínicas digitales, hecho que es reconocido como un problema por el Ministerio de Salud e impacta directamente en la calidad del servicio que se brinda a los pacientes.

En el Perú, el Estado asegura la disponibilidad de cobertura en salud mental por ley, la que es provista principalmente a través de seguros públicos como el SIS (siendo éste el principal). Desde el año 2019, las instituciones privadas también participan en la mencionada cobertura de salud. Conseguir atención adecuada en el sector, es complicado. A manera de ejemplo, según Franciskovic B. (2019), encontramos un antecedente judicial, respecto a la permanencia de la cobertura en salud mental, correspondiente al año 2005, y que describe el caso de una paciente con esquizofrenia paranoide (representada legalmente por su madre), a fin que la misma pueda recibir atención médica permanente e indefinida por parte de ESSALUD, esto, ante la orden del alta médica emitida por dicha institución de salud, que obligaba a la paciente a dejar el centro de salud para ir a casa. La paciente recibió al final tratamiento permanente, pero tras una orden del Tribunal Constitucional, instancia a la que se tuvo que recurrir a fin de conseguir que se rescinda la orden de alta médica emitida por ESSALUD y garantizarle cobertura.

Según una nota de prensa del diario La República, en entrevista con Eduardo Morón, presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (ApeSeg) en el mes de mayo de 2022, afirma que los seguros privados incluyen coberturas para casos de depresión, ansiedad, psicosis y adicciones. Sin embargo, asegura que para otras condiciones aún falta el desarrollo de la guía práctica clínica, que está a cargo del Ministerio de Salud. Sobre este aspecto, hace dos años informaron que solo requerían la actualización del Plan de Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS), efectuado en el año 2021. En contraste a lo indicado, basta efectuar una inspección a las coberturas de salud de empresas como Rímac, Mapfre, La Positiva y Pacífico Seguros (integradas al ApeSeg), donde se observa que los tratamientos de pacientes del segmento salud mental, no están incluidos o son limitados, (pese a que este apartado es parte del plan de salud mental del Ministerio de Salud). Otro elemento importante, son las hospitalizaciones, medicamentos y tratamientos por emergencia, que suelen no cubrirse o de hacerlo, con notorias limitaciones.

Por otro lado, las cifras reportadas por entidades como el INEI, el Ministerio de Salud o el Colegio Médico del Perú, hablan de números muy bajos de profesionales para el segmento salud mental, para atender a una creciente masa poblacional de pacientes, situación que además se ha visto agudizada como resultado de la pandemia del COVID-19, que disparó la necesidad de atención específica en este rubro. Con sistemas de salud público o privado incapaces de satisfacer la necesidad del paciente, éste con mucha frecuencia busca su atención de forma particular, y encontrar a un profesional acorde a su necesidad es un serio desafío.

En adición a lo anterior, el Ministerio de Salud reconoce que la ausencia de registros electrónicos es un problema del cual adolece el sector. En entrevista con la Lic. Liliana La Rosa, coordinadora general del Programa de Creación de Redes Integradas de Salud (PCRIS) del Minsa (El Comercio, enero 2022), manifiesta que algunos hospitales ya han desplegado sus propios sistemas de historia clínica, sin embargo, muchos de ellos continúan con procedimientos manuales, con anotaciones hechas a mano. Esto genera problemas, ya que es común no entender las anotaciones del médico tratante o de las enfermeras, al mismo tiempo que dificulta el posterior seguimiento del caso. Siendo que la población tiene derecho a que su información sea resguardada adecuadamente para que pueda ser compartida de acuerdo con sus necesidades. Por otro lado, las clínicas o establecimientos de salud particulares más

reconocidos, gestionan internamente las historias clínicas de sus pacientes, manteniéndolas de forma privada. Esto fuerza al paciente a atenderse sólo en dicho lugar, e impide que disponga de su historia clínica para llevarla a otro centro donde pueda continuar de forma más adecuada su tratamiento.

Pese a que han existido iniciativas y esfuerzos anteriores por consolidar los historiales clínicos por parte del MINSA (por ejemplo, se plantearon objetivos de integración de los sistemas de sanidad de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional), no se han llegado a resultados óptimos al respecto. El MINSA afirma contar con 498 IPRESS (Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud) con historia clínica electrónica. El objetivo es permitir que el historial clínico del paciente se encuentre disponible indistintamente del punto de atención, a fin de que el caso pueda atenderse rápidamente y se pueda reportar lo que ha pasado.

Al mismo tiempo, se reconoce que los centros de salud del país no cuentan con la capacidad técnica y logística para implementar la historia clínica. La visión es que su implementación demandará esfuerzos, asignación presupuestaria, capacitación, formación y mucho compromiso de los profesionales de la salud responsables de los reportes clínicos. De acuerdo con la funcionaria entrevistada, “Se va a requerir tener los equipos de cómputo en cada punto donde se genera información del ciudadano y que esos equipos estén interconectados”.

En resumen, el problema es complejo, y puede resumirse como sigue:

- Insuficiente oferta para atender a los pacientes del sector de salud mental, con sistemas públicos colapsados y sistemas privados con considerables limitaciones para ellos, considerando que muchos necesitarán tratamiento de por vida.
- Escasos profesionales de la salud mental disponibles, y pacientes que enfrentan serias dificultades para acceder a ellos. Cabe resaltar que el paciente buscará recomendaciones para dar con un profesional acorde a su caso, sea por referencias de terceros, búsquedas online u otros medios, lo que hace que sea difícil acceder a un servicio que responda a sus necesidades.
- Complejidad para la gestión de las historias clínicas, siendo que ellas son fundamentales especialmente para aquellos pacientes que siguen tratamientos de larga data. Ello reduce considerablemente la calidad del servicio que reciben

cuando son tratados, viéndose obligados a cargar ellos mismos con sus registros para poder acceder a un servicio más acorde o rápido.

A fin de empatizar con la situación, Franciskovic B. (2019), reflexiona sobre las consecuencias de las enfermedades mentales, siendo estas causantes de sufrimiento a quienes las padecen y las personas de su entorno. Con los servicios de salud pública colapsados, y seguros privados con coberturas limitadas, “la enfermedad mental empobrece rápidamente a la familia”. Finalmente, los pacientes con afecciones graves deben vivir en sus casas, resultando ello en rechazo familiar, discriminación y rechazo social al paciente y a los cuidadores.

Existen muchas oportunidades para mejorar el servicio en el sector salud mental, siendo que a la fecha existen distintas herramientas tecnológicas disponibles que facilitan la atención de los pacientes, habilitando canales digitales que intermedian pacientes con profesionales de la salud. El presente trabajo de investigación abordará la problemática, procurando resolver los desafíos que enfrentan los pacientes para conseguir una cita médica con profesionales acorde a su necesidad, en tiempo y forma adecuados, buscando al mismo tiempo proveer una alternativa que habilite una historia clínica para dichas atenciones.

A fin de entender mejor la situación y establecer una línea base, el grupo elaboró un sondeo preliminar entre pacientes del segmento salud mental. Sus resultados se presentan en el **ANEXO 1**, y sirvieron de línea base para estructurar otros elementos, tales como las entrevistas, focus group y encuestas.

1.2. Objetivos

A continuación, el detalle de los objetivos definidos para la presente investigación.

1.2.1. Objetivo General

El presente trabajo de investigación plantea la elaboración de un plan de negocio que determine la viabilidad técnica, económica y financiera de un sistema de citas médicas para el segmento de salud mental que tenga la capacidad de almacenar y presentar la historia clínica del paciente.

1.2.2. *Objetivos Específicos*

Como objetivos específicos, se propusieron los siguientes:

- Identificar el mercado objetivo (tanto del lado del paciente como de los profesionales de la salud), enfocándonos en pacientes que reciben tratamiento en las especialidades de salud mental (específicamente en las incidencias más frecuentemente atendidas en el rubro de psicología, psiquiatría o neurología), cuyas necesidades de consumir servicios en dicho rubro, se encuentren limitadas por la saturación del sistema público, cobertura privada inadecuada a sus necesidades, o no se encuentren en cobertura privada alguna.
- Elaborar un modelo de negocio que permita intermediar pacientes, con profesionales de la salud que respondan sus necesidades, ofreciendo al mismo tiempo conservar la historia clínica de las atenciones.
- Elaborar el plan organizacional de la empresa.
- Elaborar el plan de marketing basado en estrategias de crecimiento y posicionamiento.
- Elaborar el plan de operaciones que soporte los procedimientos de las áreas de trabajo.
- Elaborar el plan de tecnología de información que soporte el desarrollo de la plataforma tecnológica de intermediación que se oferta como servicio a pacientes y profesionales de la salud.
- Elaborar el plan financiero que permita determinar la viabilidad económica del modelo de negocio.

1.3. Justificación

En base a los elementos previamente identificados, evidenciamos una serie de desafíos que deben superar los pacientes que necesitan consumir servicios relacionados a la salud mental.

- Existe una parte importante de la población que necesita consumir servicios de salud mental.
- Las instituciones donde se brindan estos servicios son principalmente las provistas por el Estado Peruano, y éstas, en general, ofrecen servicios insuficientes en capacidad y prestaciones a los pacientes.

- Aunque desde el año 2019, las instituciones privadas también deben ofrecer estos servicios dentro de sus pólizas según ley, en la práctica esto se ha implementado de forma mínima.
- Ante estos elementos previamente mencionados, es muy frecuente que los pacientes recurran a atenciones de salud de tipo particular.
- Es complicado hacerse con una cita con un profesional de la salud adecuado para las necesidades del paciente. Las recomendaciones de boca a boca son la principal referencia.
- Al mismo tiempo, no hay un responsable identificable en cuanto al aseguramiento de la continuidad de las historias clínicas del paciente. El historial clínico para este tipo de tratamientos es relevante para asegurar una adecuada provisión del servicio de salud.

Nuestra propuesta propuso facilitar la intermediación entre estos pacientes y los profesionales especializados en la salud mental, disponiendo de los mecanismos que permitan contar con un registro clínico del tratamiento a medida que el paciente vaya consumiendo otros servicios de salud asociados, como interconsultas, terapias o citas adicionales. Se propuso que la plataforma permita lo siguiente:

- La plataforma debe ser accesible desde distintos dispositivos, fijos o móviles.
- Debe permitir acceder a los pacientes a una base de datos de especialistas de salud mental, junto con sus referencias profesionales que los respalden.
- Ofrecer las facilidades que aseguren el almacenamiento y disponibilidad de las historias clínicas, alineadas a las normativas de ley provistas por el Estado Peruano.
- La interacción debe asegurar el acceso a citas, tratamientos y continuidad del servicio desde una plataforma que además permita el acceso a sistemas de pago, referencias geográficas de la ubicación de los usuarios que interactúan con el servicio.
- Desde la perspectiva del proveedor de servicios de salud, la plataforma debe habilitar un nuevo canal de ventas.
- Brindar facilidades de acceso, búsqueda de profesionales de la salud, gestión de citas médicas, pasarela de pagos y almacenamiento de historias clínicas.

1.4. Alcances y Exclusiones

- Se limitó el alcance a las “personas con problemas de salud mental”, según indica el Plan Esencial de Aseguramiento en Salud - PEAS del Ministerio de Salud, con foco en las incidencias de salud más comunes que se determinaron en base a la investigación de mercado.
- El alcance del trabajo de investigación estuvo focalizado en Lima Metropolitana, donde reside la mayor cantidad de profesionales de la salud según reportes del Ministerio de Salud.
- Se propuso que el estudio apunte a pacientes con capacidad de pago, es decir, que pertenezcan a sectores socioeconómicos del tipo A, B y C cuyo rango de edades se encuentren dentro de la Población Económicamente Activa (PEA) y correspondan a las más adecuadas conforme al estudio de mercado efectuado.
- Se planteó la provisión de una plataforma tecnológica que entregue valor a especialistas de salud independientes que no cuenten con la infraestructura tecnológica para garantizar la gestión adecuada de pacientes, ni el tratamiento seguro de información sensible como las historias clínicas electrónicas.
- Los ingresos por publicidad fueron mencionados como parte del estudio debido al potencial que representan para incrementar los márgenes en el modelo de negocio propuesto. Sin embargo, su aporte económico no fue parte del presente trabajo de investigación.
- En el presente trabajo de investigación no se desarrolló la plataforma. Sin embargo, la aplicación por desarrollar, consolida los elementos que son parte del presente trabajo de investigación, y corresponden a un producto mínimo viable.
- No se llevó a cabo el negocio.

CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL

El sistema de salud en el Perú se compone de una serie de entidades públicas, establecimientos privados y especialistas de salud particulares que trabajan en conjunto para proporcionar atención médica a la población. Asimismo, el Ministerio de Salud es responsable de la coordinación y regulación del sistema de salud en el país.

2.1. Sistema de aseguramiento de salud

- El Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS), es el plan mínimo de beneficios que recibe el asegurado cuando se afilia a un seguro de salud público, privado o mixto. En él se especifican los procedimientos médicos básicos que se pueden recibir para que el paciente mantenga su estado de salud (si es una persona sin antecedentes o condiciones médicas) o se recupere (si es una persona con alguna enfermedad).
- Según lo anterior, la definición de la persona con problema de salud mental es como sigue: “son los trastornos mentales y del comportamiento, y los problemas psicosociales. Los trastornos mentales y del comportamiento son condiciones mórbidas que sobrevienen en una determinada persona, afectando en intensidades variables el funcionamiento de la mente y del comportamiento, el organismo, la personalidad y la interacción social, en forma transitoria o permanente. Los problemas psicosociales son dificultades generadas por la alteración de la estructura y dinámica de las relaciones entre las personas o entre éstas y su ambiente.”

2.2. Antecedentes de casos de estudio en gestión de citas e historias clínicas

Según Rueda-Clausen Pinzón CE. (2006), los registros médicos datan de épocas milenarias, habiendo ejemplos documentados de registros en culturas egipcias o griegas. La historia clínica hoy ya no se limita a la exposición de hechos, sino que contienen elementos como documentos, imágenes, información de procedimientos, consentimientos del paciente, que se forma con el tiempo, documentando la relación médico-paciente. Está sujeta a distintas condiciones de privacidad dependiendo de la jurisdicción de cada nación. De forma explícita, se obliga que se lleve el registro médico en países como Colombia, España, Perú, Argentina, Estados Unidos, Reino Unido o Francia.

Con referencia a los casos de Colombia y España, la historia clínica presenta algunas características, tales como su individualidad, integridad, secuencialidad, racionalidad científica, disponibilidad, oportunidad y privacidad.

Respecto a la historia clínica, es fundamental que se cuente con un único expediente, que registre las novedades médicas, sea accesible y portátil geográficamente, o consultada a distancia, asegurando la intimidad del paciente. La historia clínica manuscrita presenta problemas como la caligrafía o la legibilidad de esta.

El acceso a citas médicas también puede valorarse desde la perspectiva de los tiempos de espera para una cita. Según un estudio efectuado por Ballesteros MS. (2016), los tiempos de espera constituyen una barrera para el acceso a los servicios de salud en Argentina. Las dependencias imponen factores como la ubicación de las dependencias de salud, las fuertes diferencias de recursos entre ellas, diferencias monetarias de la población (siendo principalmente los jóvenes quienes consumen servicios de salud de forma privada), entre otros. Un punto por resaltar es que las demoras en la asignación de turnos pueden agravar el motivo original de la consulta, que se busquen otras alternativas o que se abandone el tratamiento.

Según Aleixandre-Benavent, R., Ferrer Sapena, A. y Peset F., respecto a la situación del sistema de historias clínicas en España, observan que, pese a que las tecnologías de la información han avanzado acelerando agresivamente en otras verticales de negocio, el sector salud está más atrasado que otros campos, pues el escenario es muy grande para que el sistema nacional de salud pueda acometer completamente. Asimismo, la mayoría de los recursos invertidos se han enfocado en la gestión de las citas, perdiendo foco en la gestión de la información clínica, a la integración de elementos relevantes como servicios de facturación, o la determinación de la necesidad del acceso del paciente a las historias clínicas.

Los autores también concuerdan en el hecho que la historia clínica tiene una visión más amplia, refiriéndose a la misma como el registro cronológico de todos los acontecimientos de salud de una persona, desde su nacimiento hasta su fallecimiento.

Entre las características que debe contar un sistema de historia clínica, podemos enumerar:

- Permitir la integración de la información de niveles asistenciales (centros de salud públicos y/o privados), departamentales (laboratorio o farmacia entre otros), y complementos como recetarios o salud laboral.
- Definición de los accesos que tendrán los profesionales de la salud (médicos, enfermeros, otros), así como otros roles como administradores de la plataforma, auditores, y por supuesto, también los ciudadanos.
- Es fundamental definir cuál es la información que requiere cada grupo de usuario y en qué formatos, pues no todos ellos deben disponer de los mismos datos.
- Un elemento fundamental es la capacidad de almacenamiento, que debe permitir almacenar miles de documentos en alta resolución, así como el acceso independiente del lugar, finalmente, la portabilidad de esta.

Además de los elementos de valor que provee una historia clínica (como presentar la información en formatos uniformes entre instituciones, orden de esta, correcta lectura de la información, reducción de errores o accesibilidad, riesgos de modificación de la información, deterioro o pérdida de información), podemos resaltar algunos elementos de valor exclusivos de la historia clínica electrónica:

- Permite automatizar una cantidad de tareas que generan retrasos, tales como las solicitudes de pedidos clínicos adicionales (pruebas, imágenes, laboratorio, interconsultas, otros)
- Permite automatizar procesos como la dispensación de medicamentos a pacientes.
- Permite integrar la captura de dispositivos médicos digitales que se encuentren conectados directamente a red, o integraciones con sistemas PACs (Picture Archiving and Communication Systems), que mapean imágenes médicas de los pacientes y pueden complementarlas con informes médicos.
- Complementan la información disponible en vademécums o guías clínicas.
- Incrementan la seguridad, detectando duplicidad de información en prescripciones médicas, incompatibilidades o interacciones medicamentosas, errores de dosis o dosis inadecuadas.
- Habilitan directorios médicos y de centros sanitarios, conectando instituciones como laboratorios de análisis clínicos, o facilitando las interconsultas.

Aunque los elementos anteriores describen algunos de los elementos que idealmente se conseguirían mediante la integración de una historia clínica, su implementación a nivel integral presenta una serie de desafíos. Estudiando el caso de España (Aleixandre-Benavent, R., Ferrer Sapena, A. y Peset F.), al año 2010, la adopción se ha llevado de a pocos, pero de forma desagregada. Con ello se tienen sistemas aislados, con proveedores y tecnologías distintas, inconsistente o parcialmente inaccesible desde unidades tan focalizadas como un hospital, o tan amplias como una comunidad o el país, siendo este escenario común para el sistema de salud público como privado.

Entre los retos pendientes en la adopción, podemos listar:

- La percepción negativa de la digitalización de la información sanitaria (asociada principalmente a la falta de conocimientos tecnológicos o de capacitación).
- En el caso español, se planificó que el usuario pueda acceder a un grupo limitado de información desde internet, pero siendo él quien autorice y controle quién más puede consultarlos.
- Una visión más amplia asociada a una adopción universal de la historia clínica, presenta barreras semánticas, es decir, aquellas asociadas a la diferencia de idiomas que habilitaría su potencial para ser accedidas desde cualquier parte del mundo.

2.3. Oportunidades de integración de la salud mental en servicios de atención primaria en el Perú

Según la OMS, los recursos destinados a la atención de los trastornos neuropsiquiátricos son insuficientes, y son distribuidos de forma inadecuada, incrementando la brecha de salud para el acceso al tratamiento en este campo en países de ingresos medios o bajos. La integración de los servicios de salud mental en la atención primaria, o APS, “es un enfoque de la salud que incluye a toda la sociedad y que tiene por objeto garantizar el mayor nivel posible de salud y bienestar y su distribución equitativa mediante la atención centrada en las necesidades de la gente tan pronto como sea posible a lo largo del proceso continuo que va desde la promoción de la salud y la prevención de enfermedades hasta el tratamiento, la rehabilitación y los cuidados paliativos, y tan próximo como sea posible del entorno cotidiano de las

personas” es el esfuerzo más viable que permitiría conseguir reducir la mencionada brecha, resultando especialmente importante en países con problemas de inequidad económica y social como el Perú.

Otro elemento clave, es repartir la carga con proveedores de salud no especializados de atención primaria, asumiendo funciones de evaluación, diagnóstico, referencia y tratamiento de pacientes con desórdenes en salud mental.

2.4. Aplicación de la Tecnología blockchain al sector Salud

El fundamento de la tecnología blockchain se basa en el registro de transacciones de forma distribuida. Estos registros son realizados en unidades denominadas bloques, las mismas que pertenecen de forma lógica a una cadena.

La tecnología blockchain tiene sus raíces en la década de 1970 y desde entonces ha evolucionado en los últimos años a través de las denominadas generaciones:

- Primera generación: Bitcoin y otras monedas digitales. En 2008 un grupo anónimo de individuos conocidos por el nombre de Satoshi Nakamoto desarrollan bitcoin usando bloques de 1MB de información.
- Segunda generación: Contratos inteligentes. La aplicación de blockchain a otras áreas se propagó, como por ejemplo a la transferencia de activos digitales.
- Tercera generación: Aplicaciones descentralizadas
- Nuevos usos han emergido mediante nuevas aplicaciones de la tecnología para diversos sectores como automotriz, servicios financieros, salud, entre otros.

De acuerdo con Deloitte (2016), la diversidad de blockchain comparten elementos en común, como, por ejemplo:

- Registros distribuidos entre nodos descentralizados en tiempo real.
- Cada transacción se almacena con una marca de tiempo, permitiendo contar con una trazabilidad de cada registro.
- Se utilizan múltiples participantes para llegar a un consenso y así evitar que se alteren registros.
- Las blockchain son programables, por lo que los bloques pueden contener instrucciones que se ejecutan cuando ciertas condiciones se den.

Entre las principales ventajas, podemos listar las siguientes:

- **Descentralización:** Los bloques son almacenados por nodos descentralizados, en los que no existe una autoridad central que controle las transacciones. Esto permite que la red sea tolerante a fallos y a la modificación de registros de forma malintencionada.
- **Integridad:** Una vez registrada una transacción ésta no se puede eliminar.
- **Transparencia:** Todas las transacciones quedan registradas y visibles para todos los nodos que forman la red.
- **Seguridad:** Cada bloque generado en la cadena contiene una huella digital (basada en un algoritmo criptográfico) del bloque anterior, lo que permite que la información se mantenga segura

2.4.1. Aplicación al rubro de salud

La tecnología blockchain se ha convertido en una nueva herramienta en diferentes sectores, incluyendo el de salud. De acuerdo con Ghosh et al. (2023), existen áreas de la vertical de salud que se benefician de los sistemas basados en blockchain. Entre estas áreas se encuentran:

Gestión de la información de salud

- La gestión de la información tiene un impacto directo sobre la manera en que se proveerá el servicio de salud al paciente. La recolección de información permitirá reducir tiempos de atención al agilizar los diagnósticos y mejorar la toma de decisiones.
- La opción de poder compartir el acceso a imágenes médicas también permite tener un mejor diagnóstico en caso el tratamiento lo requiera.
- Mantener un registro de actividades permite tener una visibilidad segura, transparente e íntegra de los registros que se guardan. De esta forma se puede auditar el nivel de acceso de los usuarios.
- Blockchain a través de sus mecanismos de consenso para mantener la información íntegra, permite que el monitoreo de pacientes a través de sensores IoT supere el reto de poder tratar información confiable, eficiente y consistente.

Gestión de cadena de suministro

- Al ser blockchain una tecnología que conserva cada transacción de forma consistente a lo largo de la cadena de bloques, se puede emplear para garantizar

la trazabilidad de los suministros de medicina y así evitar que sean manipulados a lo largo de la cadena logística.

Investigación

- Blockchain permite a los pacientes poder dar seguridad sobre el uso de sus datos para análisis clínicos, permitiendo garantizar el anonimato de estos.

Seguros de salud

- Dado que la tecnología blockchain permite garantizar la inmutabilidad de la información, los seguros pueden emplear la información a fin de garantizar coberturas y el desarrollo de nuevos productos.

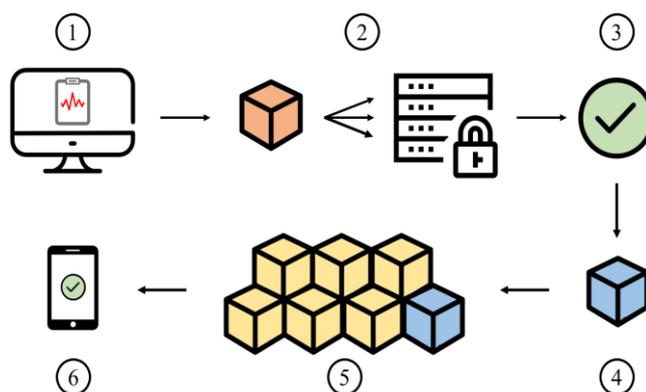
2.4.2. Aporte de la tecnología en la solución del presente problema

De acuerdo con Fernández y Huarac (2021), la tecnología blockchain permite ser aplicada al registro de historias clínicas electrónicas por los beneficios de: seguridad, integridad y privacidad que se obtienen al implementar.

2.4.3. Mecanismo de funcionamiento

La firma de consultoría PricewaterhouseCoopers explica cómo cada transacción (criptomoneda, Smart Contract, registro u otra información) completa los siguientes procesos antes de poder ser almacenada para su posterior consulta.

Figura 1. Proceso de funcionamiento Blockchain



Elaboración: Autores de este trabajo de investigación

En el gráfico se puede apreciar los siguientes procesos, en secuencia:

- Se realiza una transacción.

- La información fluye a múltiples nodos de forma simultánea.
- La red de nodos verifica la transacción mediante diversos algoritmos.
- Cuando la verificación se ha completado, se crea un nuevo bloque de datos que se combina con otras transacciones.
- El nuevo bloque se agrega a la cadena de forma permanente.
- Se registra la transacción.

En el caso particular de un contrato inteligente (Smart Contract) en el que intervienen 2 o más entidades, blockchain permite resguardar las transacciones en la cadena. De esta manera, los términos del contrato son codificados y la ejecución es automática cuando se da alguna condición previamente establecida en el contrato.

Es a través de estos mecanismos que se consigue conservar transacciones de forma segura e íntegra.

CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL

3.1. La situación del sector salud mental en números

Aunque la Ley N° 30947 (Ley de salud mental), aprobó que las aseguradoras privadas consideren tratamientos para trastornos mentales en sus pólizas, en la práctica, las aseguradoras no brindan coberturas que sean adecuadas para el asegurado, al mismo tiempo que las instituciones públicas no se dan abasto con todos los pacientes que requieren una pronta atención.

Por ello, pese a contar con coberturas privadas, la mayoría de los pacientes recurren al Estado o a pagos externos para contar con tratamientos en este sector. (Morales M., mayo 2022).

Al mismo tiempo, en el “Plan de fortalecimiento de servicios de salud mental comunitario 2018-2021” del Ministerio de Salud, podemos encontrar información relevante. La Entidad reconoce en base a las cifras disponibles, que las capacidades para poder atender a la población con las coberturas públicas son insuficientes.

- Es necesario contar con 315 Centros de Salud Mental Comunitario, (Esto es, 1 por cada 100,000 habitantes), y como mínimo, 281 de estos centros para poder atender a la población sin ninguna clase de seguro, es decir, serían cubiertos por el SIS, considerando también variables como la dispersión geográfica de la población.
- Para el caso de personas con trastorno mental grave, se estima que se necesitan 241 Hogares Protegidos (que podrían cubrir a 1 de cada 1000 personas con este tipo de trastorno), pero solamente existen 6 (seis), que atienden pacientes con trastorno mental grave en situación de abandono social, sea que estén institucionalizadas o en situación de calle.
- Salvo los servicios de rehabilitación en los hospitales psiquiátricos, no se cuenta con Centros de Rehabilitación Psicosocial (CRPS) y Centros de Rehabilitación Laboral (CRL).

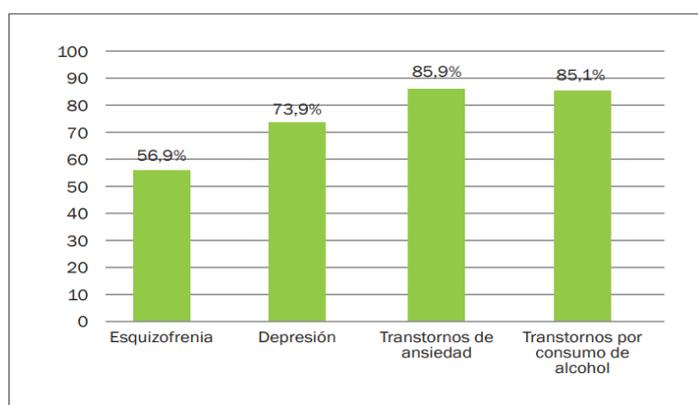
En nota de prensa del diario La República, María Isabel León, especialista de la Defensoría del Pueblo, recalca que los presupuestos destinados a salud mental no superan el 2% del presupuesto para todo el sector. El año 2022, se estimó en 1.95% del total.

Según el mencionado plan, el acceso a los servicios de salud mental se mide a través de “cuantificar las personas que necesitan atención de salud, las que ingresan al sistema y las que no ingresan”. Para abordar el acceso suelen tenerse en cuenta cuatro dimensiones de los servicios:

- Disponibilidad
- Capacidad para ser utilizados
- Barreras para su utilización
- Resultados en materia de salud.

Muchas personas que sufren trastornos mentales no reciben tratamiento alguno pese a que existen intervenciones eficaces. En América Latina y el Caribe esta brecha terapéutica es del 85,9% de las personas con ansiedad generalizada, al 85,1% de las afectadas por trastornos por consumo de alcohol, al 73,9% de las personas con depresión y al 56,9% de aquellas que padecen esquizofrenia.

Figura 2. Brecha de Tratamiento en América Latina y el Caribe



Fuente: INSM HD-HN Estudio Epidemiológico de Salud Mental en Niños y Adolescentes en Lima y Callao 2007

Fuente: “Plan de fortalecimiento de servicios de salud mental comunitario 2018-2021” del Ministerio de Salud”

3.2. La situación de los profesionales en salud mental en números

Con respecto a la cantidad de profesionales de la salud que están disponibles para poder atender estos casos, antes de la pandemia del Covid 19 ya se presentaba un déficit de profesionales para la salud mental (psicólogos, psiquiatras, neurólogos), el mismo que se ha agudizado, al haberse incrementado las ocurrencias de casos de ansiedad y depresión.

De acuerdo con el plan de fortalecimiento de la salud comunitaria 2018-2021, de 294 psiquiatras existentes en establecimientos (MINSA, DIRESAS/GERESAS), el 72,3% está concentrado en los hospitales psiquiátricos de Lima Metropolitana. Solo el 19% labora en las regiones. Arequipa registra el mayor número alcanzando el 6,1% del total general. Para la población asignada a establecimientos de salud del MINSA se estima que existen 1,4 psiquiatras por 100,000 habitantes a nivel país y 3,2 por 100,000 habitantes en Lima.

En el mismo plan, encontramos que los psicólogos para población asignada a establecimientos de salud públicos están en una relación de 10 por 100,000 habitantes. Moquegua es la región con mayor disponibilidad de este recurso (41 por 100,000 habitantes (1 x 2440)), Madre de Dios, Apurímac, Huancavelica, tienen entre 21 y 25 (1 x 350). Piura, Loreto, Puno, Cajamarca, Áncash, La Libertad y Junín son las regiones que disponen menos del promedio nacional, 7 por 100,000 habitantes (1 x 14 285 hab.).

Según información disponible en el Colegio Médico del Perú, en el año 2020, se registraron 700 neurólogos colegiados en el país, con 350 de ellos afiliados a la Sociedad Peruana de Neurología.

3.3. Atención de la salud mental en el Perú

Según la Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública (Rev. Perú. med. exp. salud publica vol.31 no.1 Lima ene./dic. 2014), un problema común en países de renta media y baja es el subdiagnóstico y posterior tratamiento de problemas de salud mental. Reportes de la Organización Mundial de la Salud evidencian una enorme brecha en el acceso al tratamiento en condiciones de salud mental. Como ejemplo, en el año 2004, el porcentaje de personas con algún trastorno mental severo que recibió tratamiento en los 12 meses previos estuvo entre el 10 y 25%, lo que se contrasta con el 50% reportado en economías de mayores ingresos.

De acuerdo con estudios efectuados por el Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado - Hideyo Noguchi en distintas regiones del país, entre un 75 y 85% de la población que indicó necesitar de atención en salud mental, no recibió ninguna.

En el año 2008, en un estudio conjunto del MINSA y la OMS, se identificaron elementos intrínsecos al sistema de salud que impedían una adecuada provisión de los servicios, entre ellos podemos listar:

- Pobres presupuestos asignados a la salud mental. El año 2005 fue del 3% del presupuesto de todo el sector.
- El 98% de todo ese presupuesto, fueron asignados solamente a 3 instituciones psiquiátricas dentro de Lima Metropolitana.

Un problema relevante al caso de estudio efectuado en el presente trabajo de investigación es la falta de recursos humanos especializados en salud mental en el país y su concentración en la ciudad de Lima.

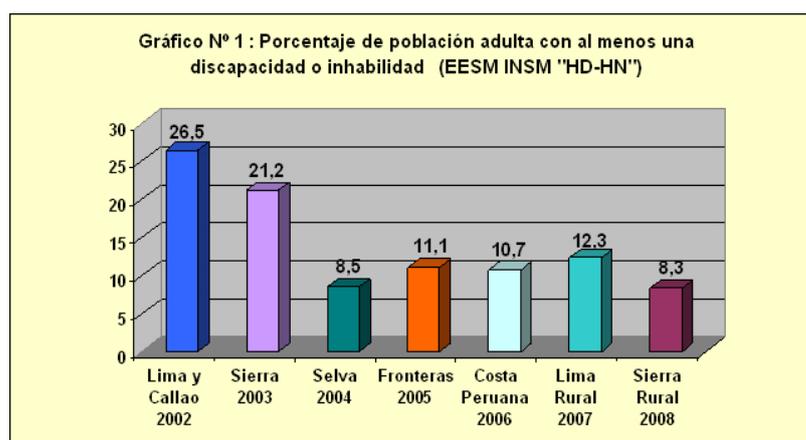
De acuerdo con la Defensoría del Pueblo, según información del año 2009, 82% de los 187 psiquiatras del Ministerio de Salud trabajaban en Lima y Callao (25). Mientras que el año 2010, el 70% de los 96 psiquiatras y cerca del 50% de los 213 psicólogos contratados por el Seguro Social de Salud (EsSalud) laboraban en la ciudad de Lima.

Otro elemento clave, es que alrededor del 47% de la población que no vio resuelta su necesidad de atención en salud mental, indicó que el motivo principal es la falta de dinero. Lo anterior infiere que la salud mental se busca de forma particular, beneficiando principalmente a quienes tienen las capacidades adquisitivas para ello.

Otro componente importante del problema reside en la pobre integración de la atención en salud mental en el sistema de salud peruano, existiendo pocos centros de salud con disponibilidad de servicios de salud mental, y menos incluso son los que ofrecen servicios como internamiento por salud mental, encontrándose disponible solamente en hospitales de tercer nivel, es decir, ubicados en Lima Metropolitana.

Según el Instituto Nacional de Salud Mental, en un artículo reciente de investigación de junio de 2023, determinan que la presencia de alguna discapacidad o inhabilidad va entre el 8.3% y el 14%. En suma, el estudio indica que al menos 1 de cada 7 peruanos tendría alguna clase de discapacidad que dificulte su desempeño personal, académico, laboral y/o social. Específicamente en cuanto a la discapacidad por trastornos mentales, la prevalencia de vida de estos a nivel nacional es del 33.7%, esto es, al menos 1 de cada 3 peruanos en alguna etapa de su vida presentará algún problema de salud mental.

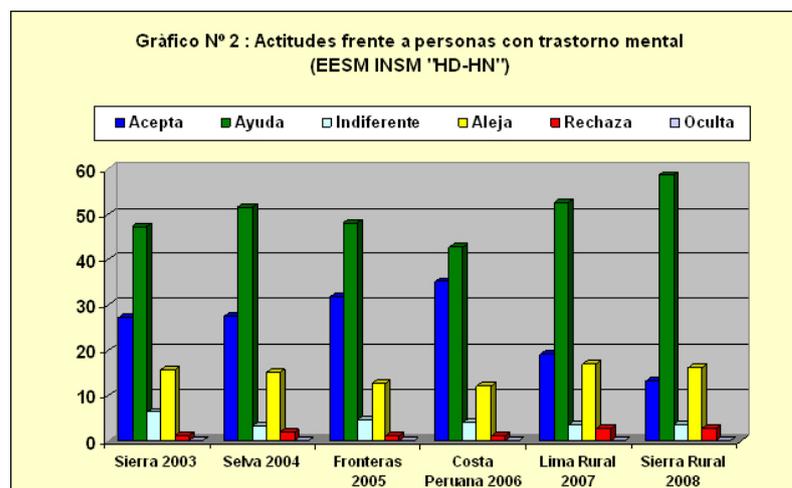
Figura 3. Porcentaje de población adulta con al menos una discapacidad o inhabilidad



Fuente: Instituto Nacional de Salud Mental del Perú

Otro elemento es la actitud que en general presenta la población hacia aquellos con padecimientos en salud mental. Ello evidencia una reducción en las capacidades para las relaciones interpersonales (discapacidad psicosocial), pudiendo manifestarse de forma leve y momentánea, intercurrente, o permanente como es el caso de los trastornos mentales graves. El siguiente gráfico nos muestra las cifras de estos elementos indicados:

Figura 4. Actitudes frente a personas con trastorno mental



Fuente: Instituto Nacional de Salud Mental del Perú

Según la Nota de Prensa N° 380/OCII/DP/2018 de la Defensoría del Pueblo, ocho (08) de cada diez (10) personas, no reciben salud mental a pesar de que la necesitan. En

el informe en mención, explica que una de las principales razones es el limitado presupuesto invertido en el sector salud mental y física.

Todo lo previamente mencionado nos permite plasmar las evidencias que explican las brechas en la atención de la salud mental en el Perú, tales como la evidente falta de financiamiento, capacidades pobres en la oferta de servicios, y acceso a recursos de salud y personal profesional que no es equitativo, concentrándose ésta principalmente en Lima Metropolitana.

3.4. Sistema de seguros privados en el Perú

En líneas generales, las aseguradoras privadas, cumplen con ofrecer coberturas en salud mental, sin embargo, podemos notar que las coberturas y deducibles son básicas, e incluso no ofrecen al paciente una diferencia en este rubro en particular, incluso si el cliente adquiere un plan con mayores beneficios.

A abril 2023, se ha tomado como referencia las coberturas que se ofrecen en los planes EPS (Entidades Prestadoras de Salud) de 3 empresas aseguradoras del país, en donde se puede concluir que las pólizas contemplan diferentes niveles de cobertura para la atención de Enfermedades Mentales, teniendo un nivel de cobertura inferior al resto de condiciones de salud como atención ambulatoria, emergencias y maternidad, en donde se puede encontrar coberturas hasta del 100% en comparación al 60% para enfermedades mentales.

También se puede concluir que la red de clínica es bastante reducida para este tipo de atenciones, la cual no muestra incrementos a pesar de optar por planes superiores como el “Plan Adicional 1” y “Plan Adicional 2”.

Tabla 1. Cuadros de comparación entre aseguradoras. (Comparativa de pólizas de seguros de compañías aseguradoras a nivel nacional)

PLANES DE SALUD	REDES DE CLÍNICAS		Rimac		Pacífico		Sanitas			
			DEDUCIBLE	CUBIERTO AL%	DEDUCIBLE	CUBIERTO AL%	DEDUCIBLE	CUBIERTO AL%		
Atención Ambulatoria (Psicología)										
PLAN ADICIONAL 2	PLAN ADICIONAL 1	PLAN BASE	RED 1	Clinica Good Hope, Clínica Internacional Sede Lima, Clínica Arequipa, Clínica Señor De Luren De Ica, Centro Ambulatorio Clínica, Internacional Sede Surco, Clínica Internacional Centro Médico San Isidro, Clínica Médica Cayetano Heredia Sede San Martín De Porres, Complejo Sanitario San Juan De Dios (Piura), Felizmente Seguros, Clínica Internacional Sede San Borja, Ina Scan, Plenamente, Centro Médico San Isidro (La Libertad)	70.00	60%	70.00	50%	50.00	60%
		REEMBOLSO 1	Reembolso en Ciudades en donde no existan Clínicas Afiliadas. El copago fijo y variable (coaseguro) aplican en todos los casos de reembolsos.	70.00	60%	70.00	50%	50.00	60%	
	No incluye locales adicionales									
	No incluye locales adicionales									
Atención Ambulatoria (Psiquiatría)										
PLAN ADICIONAL 2	PLAN ADICIONAL 1	PLAN BASE	RED 1	Clinica Good Hope, Clínica Internacional Sede Lima, Felizmente Seguros, Clínica Médica Cayetano Heredia Sede San Martín De Porres, Complejo Sanitario San Juan De Dios (Piura), Centro Ambulatorio Clínica Internacional Sede Surco, Clínica Internacional Centro Médico San Isidro, Clínica Internacional Sede San Borja, Ina Scan Plenamente	70.00	60%	70.00	50%	50.00	60%
		REEMBOLSO 1	Reembolso en Ciudades en donde no existan Clínicas Afiliadas. El copago fijo y variable (coaseguro) aplican en todos los casos de reembolsos.	70.00	60%	70.00	50%	50.00	60%	
	No incluye locales adicionales									
	No incluye locales adicionales									

Fuente: Pólizas de seguros años 2022-2023

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 2. Coberturas pasadas y presentes según el PEAS

Antes	Ahora
<ul style="list-style-type: none"> • Esquizofrenia • Depresión • Ansiedad • Alcoholismo agudo 	<p>Condiciones y diagnósticos que se encuentren comprendidas en el Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS)</p>

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

3.5. Experiencias recientes relacionadas a historias clínicas electrónicas

Sobre los antecedentes de los esfuerzos que el Ministerio de Salud ha estado efectuando sobre esta situación, podemos mencionar a E-Qhali, solución de historia clínica electrónica provista por el Ministerio de Salud para la sede Lima Norte, y cuya carga de información se hace mediante la plataforma SIHCE (Sistema de Información de Historias Clínicas Electrónicas) del MINSA.

E-Qhali, permite gestionar y mantener el registro de información referente al cuidado de la salud de las personas en los diferentes establecimientos de salud pertenecientes al Ministerio de Salud. Además, cuenta con componentes administrativos que sirven como una herramienta de gestión de una Institución Prestadora de Servicios de Salud - IPRESS.

Asimismo, se constituye como el SIHCE, en el marco de la Ley N° 30024, Ley que crea el RENHICE y su reglamento.” (Sihce, 2023)

La información provista al respecto muestra el avance en la implementación de la solución de historia clínica electrónica a nivel de la DIRIS Lima Norte, habiéndose desplegado en 103 de los 105 establecimientos registrados en esta parte de la ciudad.

3.6. Situación actual de la historia clínica electrónicas en el Perú

En Perú, la implementación de historias clínicas electrónicas (HCE) se inició en el año 2009, con la creación del Programa Nacional de Telesalud y Telemedicina. Desde entonces, se ha trabajado en la implementación de HCE en diferentes hospitales y clínicas del país.

El Ministerio de Salud de Perú ha establecido un plan estratégico para la implementación de HCE en todo el país, con el objetivo de mejorar la calidad de atención médica y la gestión de la información de los pacientes, esta misma entidad ha establecido un conjunto de normas y estándares para la implementación de HCE, con el objetivo de garantizar la seguridad y confidencialidad de la información del paciente, y mejorar la calidad de atención médica.

El Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas (RENHICE) en Perú es una iniciativa del Ministerio de Salud para centralizar y gestionar la información de pacientes en un registro nacional de historias clínicas electrónicas.

El RENHICE permite la interoperabilidad entre diferentes sistemas de historias clínicas electrónicas (HCE) y la integración de la información de pacientes de diferentes establecimientos de salud en una sola plataforma. Esto facilita el acceso a la información de pacientes por parte de los profesionales de la salud autorizados, lo que mejora la calidad de atención médica y reduce la duplicación de información y registros.

El RENHICE también tiene como objetivo garantizar la seguridad y confidencialidad de la información de pacientes, mediante la implementación de medidas de seguridad y privacidad de la información.

Entre los avances más destacados en la implementación del RENHICE en Perú se encuentran:

- Tomar como referencia las experiencias de sistemas existentes para la gestión de HCE que vienen realizando el INEN y EsSalud que tiene 498 IPRESS con historia clínica electrónica.
- La adopción de estándares y normas para la interoperabilidad entre diferentes sistemas de HCE, lo que permite el intercambio seguro y eficiente de información de pacientes entre diferentes proveedores de atención médica.

Sin embargo, también hay desafíos asociados con la implementación de HCE en Perú, como la falta de infraestructura y recursos tecnológicos adecuados en algunos lugares del país, la resistencia al cambio por parte de algunos profesionales de la salud y la necesidad de garantizar la seguridad y confidencialidad de la información del paciente.

En conclusión, la implementación de HCE en Perú es un proceso en evolución que busca mejorar la atención médica y la gestión de información de los pacientes. A medida que se superen los desafíos y se mejoren las infraestructuras y recursos tecnológicos, se espera que la implementación de HCE se expanda y beneficie a más pacientes y profesionales de la salud en todo el país.

3.7. Situación legal en el Perú

Actualmente, el Perú cuenta con la Ley N°26842, “Ley General de Salud”, aprobada en el año 1997. Esta ley indica que la protección de la salud es de interés público.

En la práctica la salud mental de la población ha quedado desprotegida. En los últimos años la necesidad de contar con mayores lineamientos sobre salud mental en el Perú para garantizar el bienestar individual y colectivo, se promulgó la Ley N° 30947, “Ley de Salud Mental” en el año 2109.

Esta ley dispuso la provisión de servicios de salud mental para la población, a través de suficientes centros de salud provistos por el Estado, en conjunto con alianzas estratégicas con capacidades provistas por el sector privado perteneciente al sector salud. Cabe mencionar que antes de su emisión, el sector privado no estaba obligado a brindar servicios de salud mental.

Asimismo, la ley recientemente ha sido modificada mediante ley N° 31627, e incorpora modificaciones y precisiones a la Ley N° 30947, orientado al fortalecimiento y prevención de la salud mental en menores de edad y otras poblaciones vulnerables, que fueron afectados por la pandemia de la COVID-19.

3.8. Alcance de los servicios de salud según ley

En el artículo 10 de la actual Ley de Salud Mental (Ley 30947), encontramos que la responsabilidad de brindar los servicios de atención ambulatoria, internamiento u hospitalización, como el acceso a medicamentos y productos sanitarios adecuados y de calidad (exceptuando los seguros con póliza de naturaleza específica) es responsabilidad del Estado.

Para aquellas personas que gocen de un seguro privado, las compañías que cubren los rubros de salud mental deben brindar asistencia para el diagnóstico, tratamiento y rehabilitación en salud mental, de acuerdo a las necesidades de las personas con los problemas de salud mental registrados en el Capítulo de Trastornos Mentales y del Comportamiento de la Clasificación Internacional de Enfermedades de la Organización Mundial de la Salud, que, en base a ello, considera los siguientes:

- Trastornos del neurodesarrollo
- Esquizofrenia u otros trastornos psicóticos primarios
- Catatonia
- Trastornos del estado de ánimo
- Trastornos de ansiedad o relacionados con el miedo
- Trastornos obsesivos-compulsivos y otros trastornos relacionados
- Trastornos específicamente asociados con el estrés
- Trastornos disociativos
- Trastornos del comportamiento alimentario
- Trastornos de eliminación (orina o heces)
- Trastornos de distrés corporal o de la experiencia corporal
- Trastornos debido al uso de sustancias o a comportamientos adictivos
- Trastornos del control de los impulsos
- Trastornos del comportamiento disruptivo y disocial
- Trastornos de la personalidad y rasgos relacionados
- Trastornos parafilicos

- Trastornos facticios
- Trastornos neurocognitivos
- Trastornos mentales o del comportamiento asociados con el embarazo, el parto o el puerperio
- Factores psicológicos o del comportamiento que afectan a enfermedades o trastornos clasificados en otra parte
- Síndromes secundarios mentales o del comportamiento asociados con enfermedades o trastornos clasificados en otra parte
- Trastornos del sueño y la vigilia
- Disfunciones sexuales
- Discordancia de género

El resto de la población cae en manos del Seguro Integral de Salud, o SIS, para efectos de cobertura en salud mental.

3.9. Análisis PESTEL

A fin de entender mejor el contexto en el que se desempeña la propuesta de negocio, efectuamos el siguiente análisis PESTEL:

Tabla 3. Análisis PESTEL

<p>P: Factores políticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe el interés del Ministerio de Salud en fortalecer la salud mental, habiendo actualizado recientemente la ley de Salud para que refuerce los elementos asociados a Salud Mental. • El Estado tiene interés en promover las historias clínicas electrónicas (HCE), habiendo hecho varios esfuerzos a la fecha en cuanto a la adopción de estas tecnologías a través de diversos lineamientos y/o normativas. • El Estado Peruano está promoviendo el consumo de historias clínicas electrónicas, reconociendo que ésta es fundamental como herramienta que le permita al paciente continuar sus tratamientos, indistintamente del médico o institución tratante, o su ubicación en el territorio nacional. En dicho sentido, nuestra propuesta se alinea con los esfuerzos gubernamentales que pretenden mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
-------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>E: Factores económicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto que el Estado asigna en cuanto a la salud mental sigue siendo bajo, contabilizado en menos del 3% del presupuesto total en salud. Esto también justifica las razones por las cuales un individuo con necesidad de consumir estos servicios, lo hace de forma particular. • Los centros de atención en salud provistos por el Estado Peruano no cuentan con todas las prestaciones para asegurar un servicio de calidad. • En cuanto al sector privado, acceder a servicios de salud mental de forma particular es costoso. En la práctica, las aseguradoras en salud no entregan coberturas adecuadas que se acomoden a las necesidades de los pacientes. • La inversión en un sistema de Historia Clínica Electrónica puede ser costoso, por lo que no le hace sentido a un especialista en salud que atiende de forma particular.
<p>S: Factores sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una mayor demanda de servicios de salud mental, lo cual se ha visto potenciado por la pandemia del COVID 19, no habiendo disminuido esta tendencia pese a la notable disminución de casos. • Los padecimientos en salud mental son permanentes en muchos casos, es decir, muchos de los pacientes deberán recibir tratamientos de por vida, haciendo que ellos, sus familiares o sus representantes legales se vean necesitados de consumir ellos de forma continua a lo largo de sus vidas.

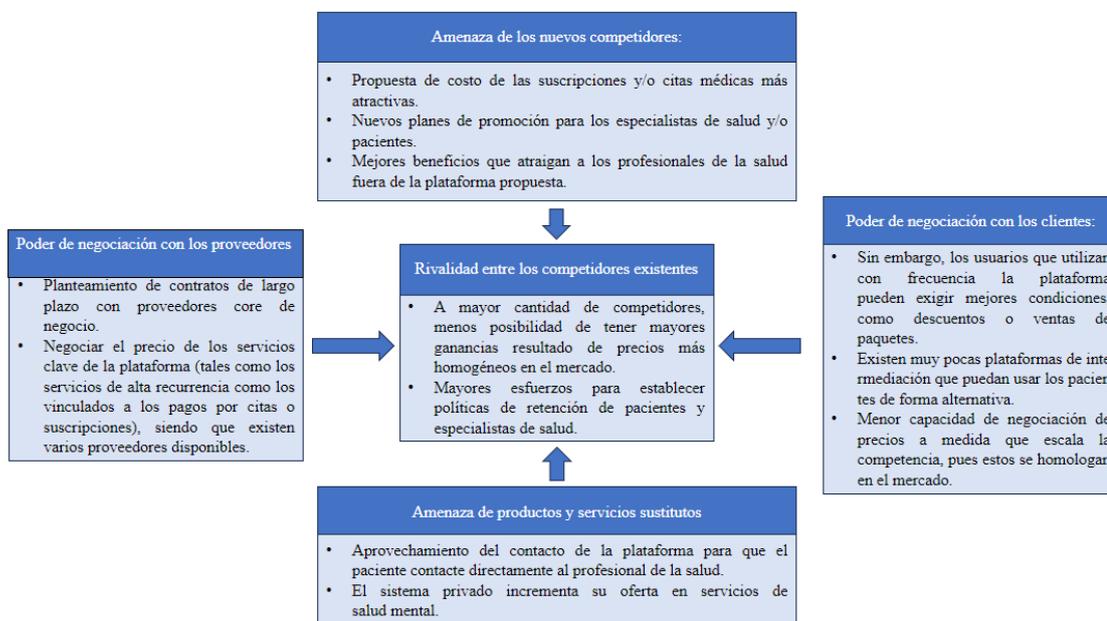
<p>T: Factores tecnológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desde la perspectiva del paciente, es complicado acceder a un especialista de salud que se acomode a sus necesidades, primando la adecuada especialidad del tratante para garantizar la correcta atención. Aunque es común encontrar a un paciente por referencias en línea, la referencia de boca a boca es común al momento de contactar a un profesional, especialmente porque considera la recomendación de una persona de confianza. • En general, existen muy pocos medios tecnológicos disponibles que aseguren la ubicación de especialistas de salud o sus referencias acreditadas por otros pacientes, de modo que los que requieren consumir los servicios de salud cuentan con pocas opciones para ubicar a los profesionales adecuados. • Lo mismo es cierto para las historias clínicas, no habiendo una adopción masiva de entornos digitales para su uso, derivando la responsabilidad de forma exclusiva al paciente o al responsable de éste, de conservar los registros para que la atención sea más efectiva.
<p>E: Factores ecológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En general observamos que este elemento no es fundamental para mejorar la calidad en la atención al paciente.
<p>L: Factores legales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La ley vigente que cubre los elementos de salud mental, demanda que las instituciones privadas y públicas participen de la provisión adecuada de estos servicios a los pacientes. Existe, por tanto, el interés del Gobierno por garantizar la adecuada provisión de estos puntos. • Asimismo, el RENHICE, dependencia del Ministerio de Salud, es quien norma los elementos asociados a la Historia Clínica Electrónica, a fin de establecer los elementos de tecnología y de cumplimiento normativo que son necesarios para asegurar que un paciente pueda autorizar el acceso a su información clínica en base a los permisos que otorgue. Los elementos de historia clínica que se propongan deberán estar alineados con los requisitos gubernamentales correspondientes.

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

3.10. Fuerzas de Porter

Complementando lo anterior, también se estudiaron las fuerzas de Porter en el contexto de la investigación:

Figura 5. Fuerzas de Porter



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

3.11. Benchmarking

Con el fin de determinar las características diferenciadoras de la plataforma, se realizó un análisis sobre los posibles competidores en el mercado nacional e internacional.

A continuación, se muestra una tabla comparativa sobre las características de cada plataforma en base a la información recopilada de cada portal.

Tabla 4. Benchmarking de características de competidores

Característica	Doctoralia	Buenavida	Top Doctors
Presencia en Perú	Sí	Sí	No
Aplicación Web	Sí	Sí	Sí
Aplicación Móvil	Sí	Limitado	Limitado
Búsqueda de especialista en mapa	Sí	No	Limitado
Permite agregar calificación	Sí	Sí	Sí

Característica	Doctoralia	Buenavida	Top Doctors
Permite agregar comentarios	Sí	No	No
Verificación de especialistas	Sí	No	Sí
Agendar Cita	Sí	Sí	Sí
Notificaciones de Cita	Sí	No	No
Chat médico - paciente	Sí	No	Sí
Registro de Historia Clínica	Limitado	Limitado	Limitado
Disponibilidad de la información	Limitado	Limitado	Limitado
Seguridad de la información	Limitado	Baja	Limitado
Configuración de los diferentes niveles de atención	No	No	No
Soporte al paciente	Sí	Limitado	Sí
Permanencia	Mínimo 12 meses	Pago por consulta	Pago por consulta
Incluye: Neurología, Psiquiatría y Psicología	Sí	Sí	Sí

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

CAPITULO IV. SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO

4.1. Concepto de negocio

Las tecnologías de la información permiten resolver problemas de negocio como antes no era posible. Las facilidades que tienen hoy los individuos para acceder a la red de datos mediante dispositivos y redes móviles de alta velocidad, así como la disponibilidad de servicios de tecnología a demanda, como los provistos por diversos proveedores de nube pública, sumado a que la oferta del mercado ahora cuenta también con soluciones especializadas para industrias específicas (en este caso, el sector salud), hace que sea viable hacer una propuesta basada en dichos elementos. Gartner (2022), indica que una plataforma en nube está diseñada para responder a las necesidades de una industria vertical específica que es servida de forma inadecuada mediante una solución genérica. Proveedores de clase mundial, como Google Cloud o Amazon Web Services, cuentan con este tipo de soluciones verticales en su portafolio de servicios.

La plataforma propuesta permite la intermediación entre profesionales de la salud y pacientes, y como tal cuenta con dos vías. Esta constituye también una comunidad donde pacientes y profesionales de la salud pueden interactuar, recibir recomendaciones y aportar positivamente a la comunidad mediante su participación objetiva y autorada. Para el paciente, es el punto de acceso a la red de profesionales adecuados para sus necesidades de salud mental, ubicados geográficamente en el mapa y con recomendaciones de la comunidad que ayuden a complementar la decisión de cita. Para el profesional de la salud, constituye un nuevo canal de ventas, que le permite gestionar adecuadamente su agenda, así como gestionar el historial del paciente a medida que el mismo es atendido entre interconsultas, análisis u otros.

La plataforma está basada en una aplicación para equipos móviles, pero también puede ser accedida desde un computador y un navegador con soporte de protocolos estándares actuales de la industria, como HTML5. Al mismo tiempo, ofrece capacidades de almacenamiento a demanda para servicios de historia clínica, y permisos de acceso a dicha información en base a las autorizaciones que brinde el paciente.

Al contar el servicio con dos tipos distintos de usuarios, los identificamos como sigue:

- **El paciente** (Se entiende, es el paciente, familiar responsable del mismo o su representante legal autorizado)

- El otro, **El profesional de la salud**.

4.1.1. Características de la plataforma

De cara al paciente:

- Plataforma que brinda el acceso para poder agendar citas con profesionales de la salud que se adecúen a sus necesidades particulares.
- Brinda una pasarela de pagos para la cancelación de las citas, interconsultas o posibles procedimientos en instituciones aliadas, como pueden ser laboratorios, centros de imágenes, entre otros, desde un mismo punto, y en coordinación con el profesional de la salud que atiende originalmente al paciente. Un solo punto para la coordinación de las atenciones que necesite el paciente.
- Permite localizar profesionales de la salud o centros de salud geográficamente.
- Muestra, en una escala de 1 a 5 estrellas, la reputación o competencias del profesional de la salud con comentarios limitados a información contextual, de modo que se restrinjan o eliminen aquellos comentarios que no cumplan con los requisitos mínimos de conducta de la plataforma.
- Cuenta con un historial clínico en línea a fin de que puedan salvaguardar la información que se genere como resultado de la interacción con los especialistas en salud, aliviando al paciente o sus familiares o representantes legales de la responsabilidad de contar con los históricos, para que la atención recibida sea la óptima.

De cara al profesional de la salud:

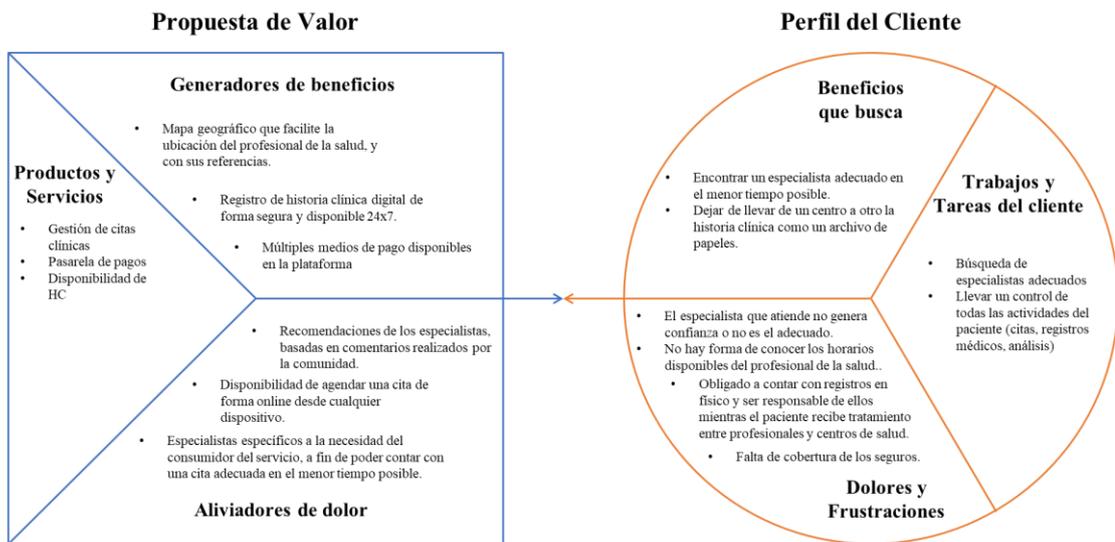
- Permite que el profesional cuente con un calendario digital que mapee automáticamente su agenda de atención diaria, semanal o mensual. Al mismo tiempo, le permite definir los días y horas en los que se encuentra disponible para atender al público, según su conveniencia.
- Le brinda acceso al calendario de otros profesionales de la salud o instituciones aliadas para efectos de interconsultas u otros, y la información relevante del paciente estará disponible en el servicio de Historia Clínica que es provisto como parte de los beneficios que dispone el profesional de la salud (con la autorización de su paciente).

- Brinda una pasarela de pagos para la suscripción al sistema de citas y un registro de ingresos provenientes de las citas, el que luego puede utilizarse para efectos contables.

4.2. Modelo Value Proposition Canvas y Lean Canvas

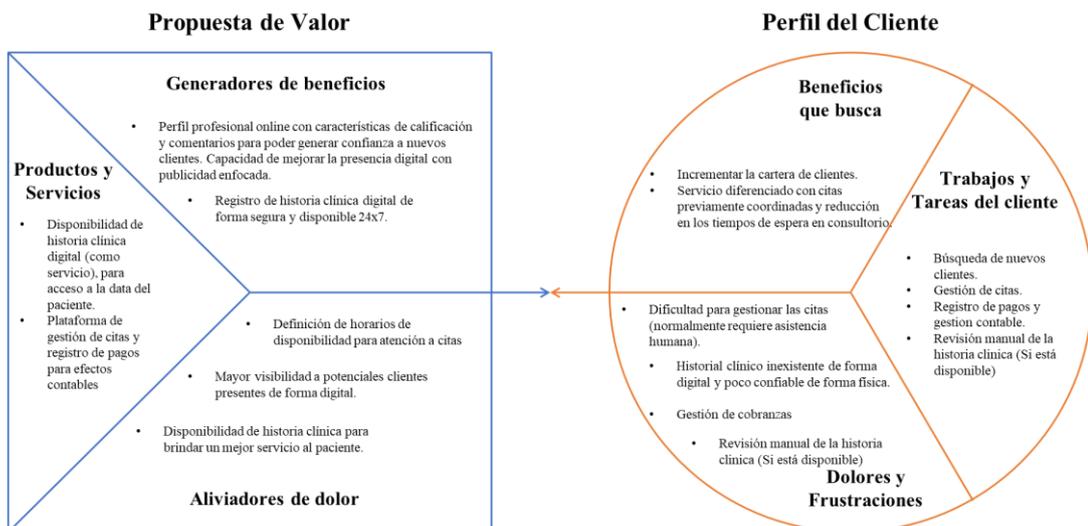
La propuesta de solución se definió mediante el uso del Value Proposition Canvas que permite mediante una representación visual analizar y diseñar una propuesta de valor que se ajuste a las necesidades de los clientes identificados.

Figura 6. Perspectiva del paciente



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

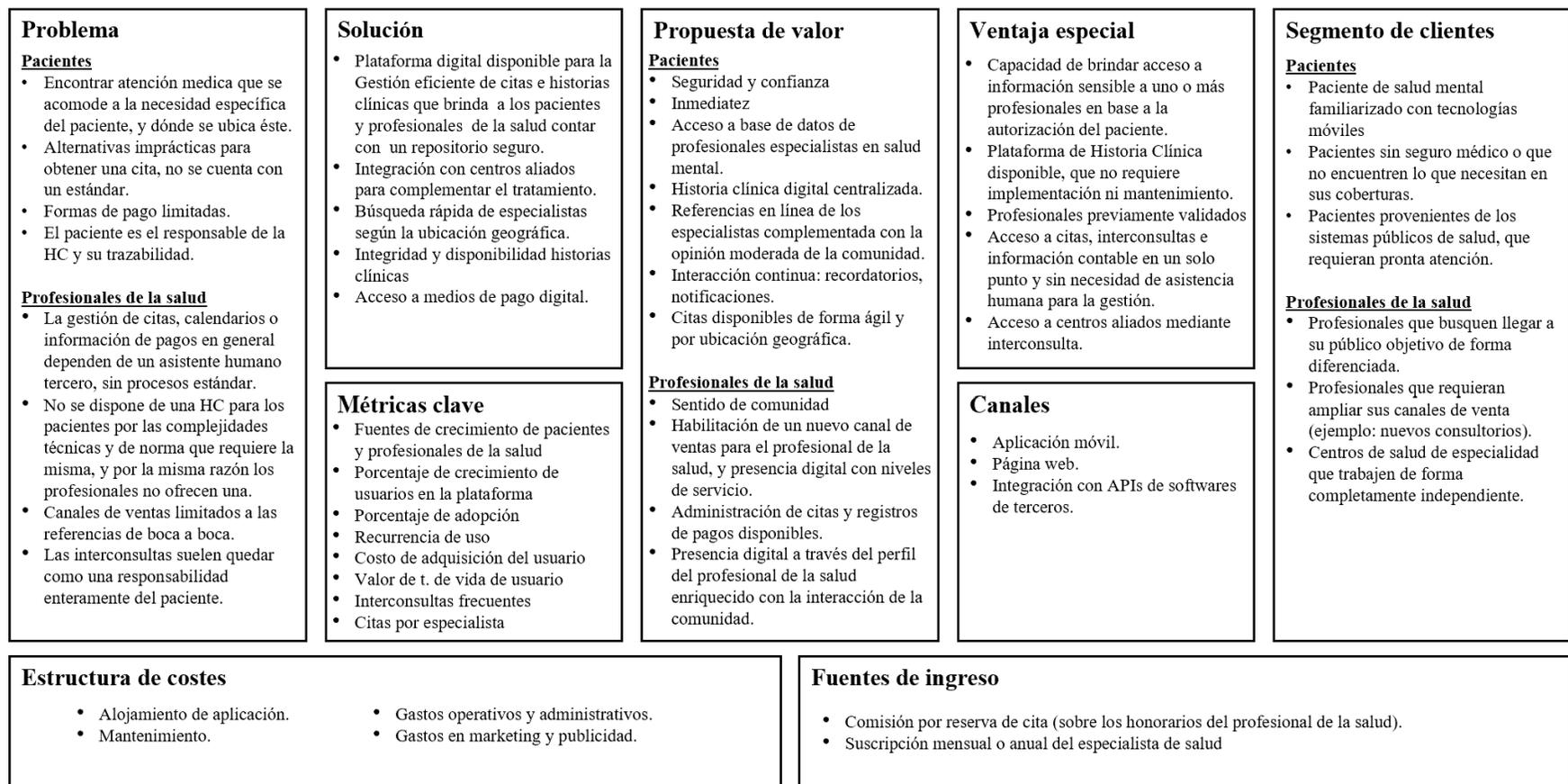
Figura 7. Perspectiva del Profesional de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tomando en cuenta que el modelo de negocio corresponde a una empresa en su etapa inicial, se consideró presentar el Modelo Lean Canvas que muestra cada componente que conforma el modelo de negocio para ambos segmentos de clientes.

Figura 8. Modelo Lean Canvas



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

4.2.1. Segmento de clientes

De cara al paciente

- Según fue evidenciado en capítulos anteriores, el paciente termina buscando atención de forma particular, al no encontrar espacio o condiciones adecuadas en el sistema privado o público. Por lo tanto, nos referimos a pacientes que puedan costear su propio tratamiento, o de un familiar o representante legal que se hace responsable por éstos, y deben contar con recursos para poder hacer el pago de los servicios ofrecidos. Con ello, nos referiremos a un público que es parte del segmento A, B y C, y que sea parte de la Población Económicamente Activa Ocupada (es decir, que se encuentre generando ingresos).
- El foco inicialmente es dentro de Lima Metropolitana, debido a que en ella se encuentra la mayor densidad de profesionales de la salud, en base a los elementos estudiados en el marco contextual.
- Asimismo, se busca que el consumidor del servicio se sienta familiarizado con la tecnología móvil, a fin de poder agilizar la adopción de la plataforma.

De cara al profesional de la salud

- Profesionales de las especialidades de psiquiatría, psicología y neurología, quienes cubren la mayoría de los casos de salud mental y que estén buscando llegar a su público objetivo mediante una entrega de un servicio diferenciado.
- Los casos principales de atención serán enfocados en aquellos con mayor incidencia, como pueden ser: Ansiedad, Depresión, Ataques de pánico, Fobias o Trastornos Obsesivos Compulsivos (TOC), u otros que determine y confirme el estudio de mercado.
- También se busca llegar a los profesionales de la salud que estén buscando ampliar su canal de ventas para llegar a nuevos pacientes.
- El enfoque es en especialistas en salud mental particulares o independientes o centros de atención independiente, como pueden ser: puestos de salud, consultorio con profesionales de salud, consultorios médicos, centros médicos especializados no afiliados a seguros particulares o públicos. Como se viera en capítulos anteriores, un grupo importante de pacientes buscan atención de forma particular, fuera de las coberturas públicas o privadas que no responden a sus necesidades económicas y de servicio.

4.2.2. Problema

Como fuese evidenciado en el marco contextual, los principales desafíos del sector salud mental, están relacionados con la falta de asignación de presupuesto para el mismo, un sistema de aseguramiento público saturado como consecuencia de lo anterior, al mismo que los sistemas particulares cuentan con esquemas de cobertura que no responden a las necesidades de los pacientes. Lo anterior también se suma a la baja densidad de profesionales de la salud en este sector, lo cual dificulta su ubicación y acceso. Todo esto hace que exista un porcentaje importante de la población, que no puede acceder a los servicios de salud mental, o hacerlo de forma adecuada, considerando además que lo anterior afecta considerablemente las habilidades de interacción en sociedad de estos individuos.

Asimismo, según Fernández L., Huarac Y. (2021), respecto de las historias clínicas, concluyen que el registro de estas en papel ocasiona que no se ubiquen correctamente debido a: pérdida, deterioro, adulteración, sustracción o traspapelado, debiéndose repetir el registro de datos una y otra vez. Se entiende, que esta situación es notable en aquellos pacientes que buscan atenciones médicas de forma particular, dado que los profesionales que los atienden no están obligados a implementar sistemas de registros de historia clínica o servicios equivalentes que les aseguren una continuidad y salvaguarda de la información durante el tiempo de padecimiento del paciente (el mismo, que puede ser de por vida).

En base a lo anterior, y según revisado en el Lean Canvas, podemos hacer un listado de los desafíos sobre este particular:

De cara al paciente

Los pacientes que busquen asistencia de forma particular, impulsados por la situación del sector, enfrentarán los siguientes desafíos:

- Dificultad para ubicar especialistas disponibles, esto es, el centro de salud o la ubicación geográfica donde es posible ubicarlos (consultorios, o atenciones particulares).
- Encontrar al especialista adecuado es también complicado, sea en la primera cita o en las posteriores que se necesiten por interconsulta. La ausencia de referencias u otros elementos que ayuden a determinar que se visita al

especialista correcto, termina por obligar al paciente a buscar nuevamente a otro profesional para poder iniciar sus tratamientos.

- La logística de la cita puede ser complicada. Puede tener que hacer una llamada telefónica, acercarse al mismo sitio a reservar una consulta (o interconsulta), o utilizar algún medio digital por cada centro o profesional que visite. Es de esperarse que, en muchos casos, no se tenga ninguna clase de sistema para conseguir la cita. Al mismo tiempo, no se tienen medios de pagos uniformes. En muchos casos se maneja solamente efectivo.
- El manejo de las historias clínicas de los pacientes suele estar disperso, haciendo muy complejo mantener el orden y con ello, gestionar el diagnóstico y seguimiento posterior, lo cual también reduce la calidad de la atención.

De cara al profesional de la salud

Hemos visto que los profesionales de la salud, en términos poblacionales, tienen una baja densidad comparada con la población que precisa de sus servicios. Esta tendencia la observamos a nivel nacional, pero es mayor en Lima Metropolitana, donde también se concentra la mayor cantidad de ellos. La alternativa de acceder a ellos de forma particular también requiere que se le brinde al paciente con las facilidades del caso. Así, podemos listar las siguientes:

- No cuentan con herramientas que faciliten la gestión de las citas de sus pacientes, la logística asociada debe ser provista por el profesional de la salud para cumplir con estos objetivos. El control de citas, horarios disponibles, cancelaciones, reprogramaciones u horarios fuera de servicio, entre otros que también alcanzan efectos contables, (el registro de los pagos efectuados por los pacientes) se listan entre ellos.
- En relación con la gestión de la historia clínica del paciente, el especialista por lo general no tiene acceso a registros previos de sus pacientes. Es común que el paciente traiga un historial en físico (si lo tiene), siendo también común que sus estudios deban repetirse por la falta de ellos. Los profesionales de la salud no cuentan con las facilidades para ofrecer a sus pacientes un servicio de gestión de la historia clínica, que claramente beneficiaría a ambas partes, pero cuyos requerimientos de implementación (técnicos, legales, otros), impiden ofrecer este servicio de forma práctica.

- Los profesionales particulares necesitan habilitar los canales de venta adecuados para garantizar que su oferta llegue a sus clientes. El boca a boca tiene deficiencias, pese a ser el método más utilizado.
- Cuando un profesional requiere derivar a un paciente con un centro o un especialista, es posible que ambas partes no cuenten con una referencia para continuar con el procedimiento. Así, el paciente es responsable de asegurar que lo solicitado por el profesional tratante se cumpla. En muchos casos, se devuelven análisis incorrectos o no solicitados, retrasando o dificultando el tratamiento.

4.2.3. Solución

De cara al paciente

- Una plataforma que le permita acceder al interesado a una base de datos de profesionales de la salud, con facilidad de ubicarlos geográficamente y de disponer de citas con ellos, al mismo que cuente con referencias que brindan a éste un mejor contexto sobre sus expectativas de servicio.
- Los centros de diagnóstico y terapias pueden estar integrados a los profesionales y centros independientes, permitiendo derivar a los pacientes para interconsultas de forma ágil y sencilla.
- Los datos de las historias clínicas se alojan de forma centralizada y en formato digital, facilitando el acceso a la información a los diferentes especialistas disponibles en el catálogo de profesionales. (En base a la autorización que brinde explícitamente el paciente)

De cara al profesional de la salud

- Permitir el acceso a una plataforma tecnológica intermediaria que le permita gestionar eficientemente sus citas, atendiendo los efectos logísticos y de ingresos monetarios, reduciendo o eliminando la necesidad de asistencia humana para poder atender ellos.
- La disponibilidad del repositorio para historia clínica se ofrece como servicio, el mismo asegura los elementos técnicos y legales requeridos según norma, y este se consume por los profesionales de salud para efectos de diagnóstico y

consulta a demanda, sin que ello represente para ellos la implementación de una plataforma propia.

4.2.4. Métricas clave

De cara al paciente

Se han considerado las siguientes métricas clave para evaluar la eficacia y el rendimiento del servicio:

- Fuentes de crecimiento de usuarios: Los que provienen de captación por publicidad digital, o por recomendación de los mismos usuarios. Enfocado a incrementar la captura de usuarios con campañas digitales específicas.
- Porcentaje de crecimiento de usuarios de la plataforma: Para poder planificar la capacidad de recursos necesarios para soportar la demanda.
- Recurrencia de uso: Es fundamental entender la conducta de reutilización de la plataforma, la que puede verse contra un paciente o sus interconsultas o análisis dependientes.
- Costo de adquisición del usuario: mide cuánto nos ha costado atraer de media a un nuevo usuario. Para ello, se divide el coste total de campañas de marketing y citas concretadas en un determinado periodo entre el número de usuarios adquiridos en esa etapa.
- Valor de tiempo de vida del usuario: el valor que genera un usuario mientras lo es. Se obtiene al multiplicar el ticket medio (el resultado de dividir la facturación neta entre el número de usuarios) por el margen de ganancia y la repetición promedio.
- Funcionalidades más utilizadas: Ello ayuda a entender qué funciones son más atractivas para el usuario y con ellas ofrecer potenciales propuestas de mejora.

De cara al profesional de la salud

Se tomaron en cuenta las siguientes métricas clave:

- Interconsultas frecuentes: Estadísticas empleadas para comprender la relación de interconsultas que existen entre profesionales y/o instituciones aliadas, a fin de mejorar la experiencia del usuario en dichos elementos.
- Citas por especialista: Con el fin de entender la efectividad de uso de la plataforma.

- Fuentes de crecimiento de profesionales en la plataforma: Similar a la métrica de pacientes, enfocadas a entender los elementos que atraen a los profesionales de la salud y las estrategias digitales más adecuadas para conseguir ello.
- Porcentaje de adopción: mide cuánto nos ha costado atraer de media a un nuevo profesional de la salud. Para ello, se divide el coste total de campañas de marketing entre el número de profesionales de la salud adquiridos en esa etapa a través de una suscripción.

4.2.5. Propuesta de valor

De cara al paciente

- Los pacientes de forma rápida podrán buscar a los más adecuados especialistas en la salud mental de acuerdo con su necesidad particular, conociendo su ubicación, y contando con una ponderación referencial de la calidad del servicio para mejor contexto.
- Los pacientes obtienen acceso inmediato a la disponibilidad horaria de los profesionales de la salud mental calificados y su ubicación.
- La gestión de la historia clínica de los pacientes se manejará de forma digital y centralizada, la cual se mantendrá disponible en línea a lo largo de las interconsultas que tenga el paciente, y sólo tendrá acceso el profesional especialista de la salud tratante en base a la autorización que brinde el paciente.
- El paciente obtiene seguridad y confianza al saber que su información solo puede ser vista por su médico tratante.
- El servicio brindara acceso a referencias en línea de todos los profesionales de la salud registrados en la aplicación, las cuales serán complementadas con la opinión moderada de la comunidad de usuarios.
- La aplicación propone funcionalidades útiles, como pueden ser alertas y notificaciones de los servicios o citas que ha reservado el paciente, así como una pasarela de pago para que el servicio se concrete de forma integral desde un sólo punto.

De cara al profesional de la salud

- La plataforma establece una comunidad de profesionales que permite reforzar las capacidades de relacionamiento de especialistas de la salud mental, pudiendo

contar con interacciones moderadas por la plataforma, y enfocadas específicamente en brindar un mejor servicio a los pacientes.

- La plataforma propuesta se presenta como un nuevo canal de ventas para el profesional, permitiendo una cobertura de clientes, que les permitirá a los especialistas poder dar a conocer a ellos los servicios que ofrecen mediante las facilidades disponibles en la plataforma (como referencias o publicidad de interés a los mismos), y a la vez provee una alternativa para la gestión de los clientes en línea.
- Los profesionales especialistas podrán acceder a la historia clínica del paciente previa autorización de este, de manera que su atención pueda tener acceso a los antecedentes del paciente, independientemente del lugar de atención.
- La aplicación brindará presencia digital a los profesionales de la salud por medio de una sección donde se describa su perfil, brindando detalle de su formación, experiencia y en caso amerite conocer algunos casos destacados la cual podrá estar enriquecida con la interacción de la comunidad de usuarios.
- Otro elemento valioso es la interacción con una pasarela de pagos en línea que permitirá a los especialistas gestionar los pagos de las citas efectuadas por sus pacientes, así como los registros del caso para efectos contables.

4.2.6. Ventaja Especial

De cara al paciente

- El usuario de la aplicación tendrá la capacidad de gestionar el acceso al contenido de su historia clínica de forma completa o parcial a uno o más profesionales de la salud mental con los cuales ha pasado o pasará consulta, esto lo podrá procesar desde una opción que permita la autorización y denegación del acceso.
- Las historias clínicas estarán disponibles en la aplicación y podrán ser consultadas de forma digital de modo que el paciente no se vea en la necesidad de realizar alguna actualización en físico.
- La base de datos de profesionales de la salud estará previamente validada para garantizar la calidad de especialistas que se pondrán a disposición y se anexarán las referencias disponibles en la red.

De cara al profesional de la salud

- La plataforma propuesta permitirá la gestión de citas, interconsultas e información contable en un solo punto, sin tener necesidad de contar con asistencia humana para la gestión de citas.
- El acceso a las historias clínicas estará siempre disponible para cualquier validación posterior al tiempo de atención, esta no incurrirá en ningún costo de implementación ni mantenimiento.
- Los profesionales de la salud tendrán la posibilidad para derivar a los pacientes a centros aliados mediante interconsulta los cuales no necesariamente se encuentran dentro de su mismo establecimiento de salud, lo cual brinda un mayor espectro de especialistas disponibles.

4.2.7. Canales

De cara al paciente

Los canales de acceso considerados para el acceso de los pacientes son los siguientes:

- **Aplicativo Móvil:** permite a los pacientes buscar médicos o especialistas según su ubicación y necesidades, ver la disponibilidad de citas y reservar directamente a través de la aplicación.
- **Página Web:** permiten a los pacientes reservar citas médicas de manera fácil y conveniente

De cara al profesional de la salud

- La plataforma contará con diferentes canales de acceso para los especialistas desde cualquier lugar, los cuales son: aplicativo móvil, página web y la integración con software de terceros (APIs) en caso de que el profesional de la salud cuente con algún otro sistema interno con el que necesite interactuar (por ejemplo, sistemas contables).

4.2.8. Estructura de costos

Para la estructura de costos del modelo de negocio planteado se ha considerado lo siguiente:

Costo inicial

- Diseño y experiencia de usuario: este coste se refiere a los servicios de consultoría para obtener el diseño de la aplicación móvil y sitio web, incluyendo además las mejores prácticas en relación con la experiencia de usuario.
- Desarrollo e implementación de la aplicación móvil y sitio web: este coste está asociado al desarrollo e implementación de todos los componentes que van a formar parte del servicio (servicios profesionales), incluyendo además los costes asociados a la infraestructura tecnológica y/o servicios cloud que garantizarán la implementación de la aplicación móvil y sitio web.

Costo operativo

- Infraestructura y alojamiento: este coste se refiere a la suscripción de los componentes cloud que permitirán la continuidad operativa del servicio, así como las licencias requeridas para el buen funcionamiento.
- Integración de servicios con terceros: este coste está asociado a la integración con la API de pasarela de pagos, API de servicios google (Google Maps), componentes de seguridad de la plataforma, entre otros.
- Mantenimiento de la aplicación: servicios profesionales para dar mantenimiento y soporte a todos los componentes que forman parte del servicio. Aquí se plantea un costo de tipo bolsa de horas, las cuales se irán consumiendo y pagando de acuerdo con la programación de mantenimientos o apertura de casos de soporte.
- Marketing y publicidad: estos costos están relacionados a la publicidad y marketing de la plataforma, el cual el objetivo es dar a conocer la plataforma a través de redes sociales como facebook, instagram, twitter, entre otros y de esta manera captar nuevos clientes potenciales.

4.2.9. Fuentes de ingreso

De cara al paciente

La primera aproximación es que el uso de la plataforma sea completamente gratuito. Dentro de ello, el paciente puede:

- Buscar profesionales de la salud y ver las referencias que otros usuarios han brindado respecto de sus servicios.

- Permitir ubicar al profesional de la salud o institución aliada en un mapa digital, el mismo que luego puede utilizarse para llegar con una aplicación de GPS.
- Reservar una cita y utilizar la pasarela de pago para la reserva.
- Tener acceso al calendario de centros aliados u otros profesionales de la salud en el caso de que el paciente sea derivado a alguno de ellos.
- El pago asegura que el paciente también mantenga la historia clínica.
- La forma de monetización se efectúa al momento de pagar por la cita. El cargo corresponde a una comisión en cada pago por reserva de cita e incluiría:
 - Un porcentaje requerido para el mantenimiento de toda la plataforma, que incluye también la plataforma de historia clínica.
 - El margen para la monetización de la plataforma.

De cara al profesional de la salud

Debido a que la plataforma constituye un nuevo canal de ventas para el profesional de la salud, se plantea el cobro de una suscripción mensual. El mismo incluiría lo siguiente:

- El derecho de uso del sistema de citas
- La agenda con todas las programaciones de citas
- El acceso a la agenda de otros profesionales de la salud o centros de salud afiliados, a fin de que pueda programar en línea la nueva cita del paciente.
- El registro de pagos de los pacientes, con todos los detalles que luego el profesional puede utilizar para sus efectos contables. El profesional de la salud recibe el monto asociado a sus honorarios.
- El derecho de acceso a la plataforma de historia clínica, siempre que el paciente haya autorizado su ingreso a la misma.

CAPITULO V. METODOLOGIA DE INVESTIGACION

5.1. Objetivos de la investigación

El objetivo de la investigación fue la de evaluar la viabilidad del plan de negocio. Para la elaboración del presente trabajo se consideraron las siguientes fuentes de información:

5.2. Fuentes secundarias

En las fuentes secundarias, se empleó información web de instituciones de gobierno como las del Ministerio de Salud o el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) a fin de entender en cifras y contexto la situación del sector, así como diversos enlaces académicos relacionados al estudio de historias clínicas y gestión de citas médicas, y notas de prensa para poder brindar contexto a la información previamente identificada.

5.3. Fuentes primarias

Con relación a las fuentes primarias, se desarrollaron dos tipos de análisis.

Análisis cualitativo:

- Basados en entrevistas de profundidad a especialistas
- Basado en focus group enfocados a pacientes

Estos inputs finalmente permitieron refinar los cuestionarios de las encuestas.

Análisis cuantitativo:

- Basado en encuestas a pacientes

5.4. Criterios de selección

Para las entrevistas de profundidad se realizó una guía de pautas con preguntas abiertas referentes al conocimiento del mercado en estudio, el uso de plataformas digitales y evaluación del concepto de negocio propuesto (**Ver ANEXO 2**). Los criterios de selección empleados para las entrevistas de profundidad a profesionales de la salud fueron:

- Profesionales enfocados en la atención de pacientes del sector salud mental.
- Experiencia profesional en instituciones públicas y/o privadas.

- Brindan o han brindado consultas médicas de forma particular, de forma individual o en un consultorio o una institución de salud privada que opere de manera independiente.
- Rubros: Profesionales con al menos una de las siguientes especialidades: Psicología, psiquiatría, neurología.
- Profesionales de la salud de menos de 50 años.
- Familiarizados con el uso de tecnologías de la información de uso común, como smartphones, aplicaciones web o redes sociales.

Para los focus group, se realizó una guía de pautas con preguntas abiertas referentes a los hábitos en el proceso de consumo de estos servicios, los gustos y preferencias particulares, y una presentación amplia del concepto de negocio propuesto, a fin de recabar las apreciaciones del potencial consumidor. (**Ver ANEXO 3 y ANEXO 4**). Los criterios de selección empleados son:

- Pacientes (varones y mujeres) entre 25 y 44 años que han llevado o llevan tratamientos.
- Cuentan con trastornos de salud mental más recurrentes, como la ansiedad, la depresión, las fobias, el trastorno obsesivo-compulsivo (TOC) y los ataques de pánico.
- Residentes en los distritos de Lima Metropolitana. Preferentemente personas en el NSE A, B, C (Según APEIM 2020)
- Se hacen cargo de su tratamiento y son independientes económicamente.
- Familiarizados con el uso de tecnologías de la información de uso común, como smartphones, aplicaciones web o redes sociales.

Finalmente, para las encuestas, el público objetivo es similar al de los participantes de los focus group (**VER ANEXO 5**).

5.5. Análisis cualitativo

5.5.1. Objetivos de la investigación cualitativa

Las entrevistas de profundidad permitieron cumplir con los siguientes objetivos:

- Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del sector de enfermedades mentales. Identificar las enfermedades mentales más recurrentes.

- Conocer la gestión administrativa de los doctores con sus pacientes
- Identificar las plataformas digitales que usan los doctores en la gestión administrativa con sus pacientes.
- Conocer la intención de compra del concepto de negocio por parte de los doctores en el sector de enfermedades mentales. También conocer sus beneficios y riesgos.
- Identificar los factores de éxito para la implementación del concepto de negocio.
- Identificación de los atributos valorados que tiene el concepto frente a competidores directos.
- Conocer el precio mensual que estarían dispuestos a pagar los doctores por el uso de esta plataforma de intermediación.

Para los focus group permitieron cumplir los siguientes objetivos:

- Conocer los gustos y preferencias de compra de citas médicas por aplicación del público objetivo.
- Conocer los hábitos de compra de citas médicas, cómo conocieron a sus médicos, obstáculos encontrados, formas de pago.
- Identificar los factores que escoge el público objetivo para escoger a su médico.
- Evaluar el concepto de negocio de una plataforma de intermediación.

5.5.2. Metodología del análisis cualitativo

Para el análisis se utilizó el programa Microsoft Word. Se consolidaron todas las entrevistas de profundidad en un solo archivo y se comenzó a extraer las ideas principales de la opinión de cada experto; con el fin de elaborar las conclusiones por cada objetivo.

5.5.3. Tamaño de la muestra

Para la elaboración de las entrevistas y focus group se consideró la siguiente muestra:

- Entrevistas de profundidad: 10
- Focus Group: 02

5.6. Análisis cuantitativo

5.6.1. Objetivos de la investigación cuantitativa

Los objetivos que se persiguieron fueron los siguientes:

- Conocer los datos demográficos del público objetivo, con relación a su género, edad, zona de residencia, estado civil y ocupación.
- Conocer el perfil del público objetivo, identificando los trastornos más frecuentes que presentan, las especialidades médicas en las que han recibido tratamiento y los lugares donde han recibido o están recibiendo tratamiento.
- Conocer los principales atributos que valora el público objetivo al momento de seleccionar a un profesional de salud.
- Evaluar el concepto de negocio “Doctor Cita”, con relación a su nivel de agrado.
- Identificar cuáles son los atributos más importantes para “Doctor Cita”.
- Conocer la intención de contratar los servicios en “Doctor Cita” y con que especialidades se atenderían.
- Evaluar el precio que estaría dispuesta a pagar el público objetivo por cada especialidad psicología, psiquiatría y neurología, así como su frecuencia de compra en un año.
- Identificar la intención de contratar los servicios en “Doctor Cita” si es que la plataforma contara con publicidad tipo Banner
- Conocer que promociones estaría dispuesto a incentivar al público objetivo para su mayor uso de “Doctor Cita” y los servicios adicionales que tendría.

5.6.2. Metodología del análisis cuantitativo

La recopilación de la encuesta fue online, para ello se realizó una prueba piloto de 20 encuestas (ver **ANEXO 8**) que sirvió para pulir la encuesta final que se encuentra en el **ANEXO 9**.

Para el análisis cuantitativo se utilizó la herramienta Microsoft Excel, tablas dinámicas y de frecuencia; así como análisis de datos con estadística descriptiva.

5.6.3. *Tamaño de la muestra*

Se presentó la ficha técnica del cálculo del tamaño de la muestra. La técnica del muestreo fue no probabilística, se utilizó el muestreo por conveniencia; estuvo distribuida en 380 encuestas. Estas encuestas se realizaron por medios digitales en línea.

Las encuestas estuvieron compuestas por 24 preguntas, con un nivel de confianza del 95% y tolerando un margen de error del 5%. En el **ANEXO 9** se muestra el cuestionario final y en el **ANEXO 10** la fórmula estadística empleada.

CAPITULO VI. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

6.1. Investigación cualitativa – Entrevistas de profundidad

6.1.1. Público

La aplicación de las entrevistas de profundidad estuvo orientada a expertos en la salud mental.

Los expertos entrevistados cuentan con especialidades del área de Psicología, Psiquiatría y Neurología. Algunos de ellos con una especialización en terapia integral de pareja y formación en terapia racional emotiva conductual y terapia alérgica conductual; con experiencia en trastornos de ansiedad, incluyendo fobias, ansiedad social, trastorno de ansiedad generalizada, trastorno obsesivo-compulsivo, ataques de pánico y agorafobia. Y otros en oncología y neuropsicología.

Su experiencia en el sector de salud mental va desde 4 a 10 años. La gran mayoría de los expertos trabajan de manera dependiente ya sea en una institución privada o pública; y en menor proporción de manera independiente, brindando consultas privadas.

En la Tabla 5, se muestra la cantidad de participantes y los detalles específicos de su especialidad. En el **ANEXO 7** se encuentran las transcripciones de las entrevistas.

Tabla 5. Detalles de las especialidades de los profesionales

Especialidad	Especialidad específica del profesional	Cantidad
Psiquiatría	Psiquiatra	4
Neurología	Neuropsiquiatra	1
	Neurólogo	1
Psicología	Psicólogo Infantil	1
	Psicólogo Clínico	2
	Psicólogo psicoterapeuta	1
<ul style="list-style-type: none">• Profesionales varones: 2• Profesionales mujeres: 8		

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

6.1.2. Periodo de evaluación

Las entrevistas de profundidad se realizaron de manera virtual, del 27 de junio al 14 de julio del 2023. En el **ANEXO 6** se presenta el cronograma y los expertos entrevistados. Y en el **ANEXO 7** las transcripciones de cada entrevista.

6.1.3. Resultados de las entrevistas de profundidad

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las 10 entrevistas de profundidad a profesionales de la salud:

6.1.3.1. Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del sector de enfermedades mentales. Identificar las enfermedades mentales más recurrentes.

Los expertos indicaron que los trastornos más comunes que atienden son (i) trastornos de ansiedad; ansiedad generalizada (TAG), pánico, fobia, trastorno de pánico, trastorno de estrés postraumático y obsesivo – compulsivo (TOC) y el (ii) trastorno de estado de ánimo: depresión mayor, trastorno bipolar, trastorno depresivo persistente (distimia).

Además, comentaron que los trastornos de ansiedad y depresión son más frecuentes en los adultos jóvenes de 25 a 44 años; además que ellos pueden tener la capacidad para gestionar sus citas médicas y acudir a las consultas por sí mismos.

6.1.3.2. Conocer la gestión administrativa de los doctores con sus pacientes

Los expertos que atienden de forma privada mencionaron que sus pacientes llegan a ellos principalmente por referencia, ya sea a través de colegas (interconsultas) o recomendaciones de familiares; lo consideran valioso pero ineficiente debido a la cantidad limitada de pacientes que pueden conseguir.

Son pocos los expertos que hacen publicidad en las redes sociales para promocionarse. Algunas limitantes son: tiempo limitado, falta de conocimiento de publicidad digital y redes sociales, intereses personales que demandan su atención, su empleo en empresas privadas y la dedicación a maestrías o especialidades que están llevando a cabo.

Pocos expertos indicaron que otra forma de cómo sus pacientes los conocen son por medio de suscripciones mensuales en plataformas en línea como Doctoralia y Psicologos.pe.

6.1.3.3. Identificar las plataformas digitales que usan los doctores en la gestión administrativa con sus pacientes.

Nueve de Diez expertos comentaron que no usan alguna plataforma digital para gestionar sus citas, historial clínico e interconsultas; normalmente ellos son sus propios

gestores de citas, y crean sus propias HC. Una experta comentó que utiliza: Doctoralia y Psicologos.pe.

6.1.3.4. Conocer la intención de compra del concepto de negocio por parte de los doctores en el sector de enfermedades mentales. También conocer sus beneficios y obstáculos.

Seis de diez expertos comentaron que tienen la intención de ser parte del staff médico de la aplicación de intermediación. Mientras que dos de ellos pensaron que tal vez podrían participar, y los otros dos no muestran interés.

Los expertos mencionaron varios atributos importantes que la plataforma necesita incluir. En primer lugar, destacan la importancia de tener una gestión eficiente de citas y disponibilidad a través de un calendario digital. Esto les permite ahorrar tiempo y planificarlo de manera efectiva. Además, consideran valioso que los testimonios de los pacientes sean monitoreados por un moderador para evitar expresiones subjetivas y mejorar la calidad de la atención.

También valoraron que la plataforma proporcione un historial de pagos o abonos para efectos contables, lo cual les facilita una administración eficiente de sus finanzas. Asimismo, consideraron muy importante que el historial clínico muestre los tratamientos previos del paciente, ya que esto les brinda información valiosa para tomar decisiones informadas en el presente. Por último, respecto a ser premiados por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas, las opiniones varían, algunos consideran que puede ser beneficioso para su ranking, mientras que otros opinan que no es ético y que su enfoque debe estar en el beneficio del paciente en lugar de beneficios personales.

Algunos expertos han señalado posibles obstáculos para unirse a una plataforma de intermediación médica. Estos obstáculos incluyen la falta de disponibilidad de horarios debido a agendas ocupadas de los médicos, el desconocimiento sobre el costo de suscripción, los intereses personales y responsabilidades familiares, las tarifas bajas ofrecidas por plataformas similares al concepto de negocio, preocupaciones sobre el rendimiento de la plataforma en la generación de pacientes, la preferencia por consultas virtuales en lugar de consultas físicas, la falta de oferta de especialistas médicos, la preocupación por la visibilidad en buscadores, la falta de acceso digital en el momento necesario, limitaciones geográficas, y posibles fallas tecnológicas en la plataforma.

Los expertos comentaron que la plataforma de intermediación les brinda los siguientes beneficios: gestión ágil y automatizada de citas y cobros; liberación de la carga de almacenar la información del paciente; beneficios económicos; ahorro de tiempo en la programación de citas; acceso a historias clínicas en cualquier momento; claridad en los horarios de atención; mayor visibilidad y posicionamiento de marca personal; facilitación de la organización, y recordatorios de citas agendadas.

Los expertos mencionaron beneficios que la plataforma de intermediación brinda a los pacientes. Entre ellos se encuentran la practicidad de conseguir citas rápidamente; información actualizada sobre los perfiles y experiencia de los médicos; evaluaciones y testimonios de otros pacientes; disponibilidad de médicos especialistas; libertad de elección del médico; seguridad en la información del perfil médico, recordatorios de citas agendadas y acceso a la información médica y medicamentos recetados.

Seis de cada diez expertos consideraron importante que los pacientes puedan dar testimonios en texto libre y utilizar un sistema de calificación con estrellas, ya que esto es más visible comercialmente. Por otro lado, cuatro expertos preferirían un sistema de elementos preexistentes para asignar puntajes.

6.1.3.5. Identificar los factores de éxito para la implementación del concepto de negocio.

Los expertos mencionaron los siguientes factores de éxito en la implementación una plataforma de intermediación: precio mensual de suscripción del staff médico; plataforma de fácil uso y amigable; estrategias de publicidad para posicionar la marca; atención de calidad a los pacientes; oferta variada de profesionales de salud mental; tarifas accesibles para las consultas; ubicación de consultorios céntricos; reconocimiento por tener buenos profesionales en el sector de salud mental; promociones por adquirir sesiones de paquetes; gestión de historias clínicas y citas; capacidad de almacenar historias clínicas de forma segura; información verídica del staff médico; presencia de un moderador para gestionar testimonios de pacientes; servicios extras para los pacientes; estrategias de marketing efectivas; estrategia de comunicación clara; calidad de los profesionales contratados; plataforma utilizable en el extranjero; control de staff para selección de médicos y sostenibilidad empresarial a largo plazo.

6.1.3.6. Identificación de los atributos valorados que tiene el concepto frente a competidores directos.

Los expertos mencionaron atributos que consideran importantes para que la plataforma de intermediación los tenga. Entre ellos están: la gestión de un calendario digital para reflejar la disponibilidad del médico; la sistematización y fácil acceso a la historia clínica; testimonios de pacientes monitoreados por un moderador; historial de abonos para fines contables; opción de interconsultas; capacidad de almacenamiento de historias clínicas en el servidor de la aplicación y la interconectividad que permite tener todo en un sistema.

6.1.3.7. Conocer el precio mensual que estarían dispuestos a pagar los doctores por el uso de esta plataforma de intermediación.

Siete de cada diez expertos indicaron que están dispuestos a pagar un precio mensual por suscripción a la plataforma entre 80 y 144 soles, siendo el precio ideal de 106 soles. Y en promedio ellos atenderían 9 veces a la semana a pacientes por medio de la aplicación.

6.1.3.8. Conocer el tipo de paciente que haría uso de la plataforma de intermediación.

Siete de diez expertos comentaron que el perfil del paciente quien haría uso de la plataforma de intermediación son varones y mujeres entre los 23 años y 48 años en promedio; con trastornos de ansiedad, depresión, fobias, TOC, y ataques de pánico.

6.2. Investigación cualitativa – Focus Group

6.2.1. Público

Con respecto a los focus group, se seleccionaron hombres y mujeres de edades comprendidas entre 25 y 44 años, quienes han recibido o están recibiendo tratamiento para los trastornos más recurrentes, como la ansiedad, la depresión, las fobias, el trastorno obsesivo-compulsivo (TOC) y los ataques de pánico.

El primer grupo estuvo integrado por ocho participantes que en su mayoría eran padres de familia con empleos dependientes. En tanto que el segundo grupo se conformó de siete participantes que en su mayoría eran trabajadores dependientes.

6.2.2. Periodo de evaluación

Los focus group se realizaron de manera presencial los días 14 y 15 de julio del 2023. En Calle Verrocchio 180 D, Distrito de San Borja. El primer Focus Group a las 4:00pm, el segundo Focus Group a las 10:00. El tiempo de duración aproximado de cada uno fue de 90 minutos.

6.2.3. Resultados de los focus group

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los dos focus group realizados.

6.2.3.1. Perfil de los participantes del focus

Los participantes se caracterizaron por tener trastornos mentales, como ansiedad y depresión. Fueron en su mayoría trabajadores dependientes y padres de familia. Ellos experimentaron síntomas similares como falta de aire y taquicardia, pensamientos obsesivos; debido a situaciones que activaron dichos síntomas, como la pandemia, dificultades personales en la familia, estrés laboral y enfermedades. Los participantes reciben o han recibido tratamiento con psicólogos y psiquiatras, incluyendo medicación cuando es necesario. Se destacó la importancia de la terapia constante y el aprendizaje de técnicas de manejo de los síntomas para mejorar su calidad de vida.

6.2.3.2. Conocer los gustos y preferencias de compra de citas médicas por aplicación del público objetivo.

La gran mayoría de los participantes sacaron su cita presencialmente o por llamada telefónica, ya sea en clínicas particulares, hospitales o de manera particular con su doctor.

Algunos pacientes han optado por sacar citas a través de plataformas en línea como Clínica Ricardo Palma, AUNA y Clínica Internacional. Valorando la practicidad y conveniencia, estos pacientes encontraron que este método les permitió ahorrar tiempo y acceder rápidamente a la disponibilidad de médicos. Apreciaron la flexibilidad de horarios, la seguridad de los pagos en línea y la variedad de opciones de pago ofrecidas.

La gran mayoría de los participantes prefirió que su atención sea presencial, porque tienen más cercanía con su profesional de salud; aunque consideraron que, para citas con psiquiatras, pueden considerarse citas virtuales.

6.2.3.3. Conocer los hábitos de compra de citas médicas, cómo conocieron a sus médicos, obstáculos encontrados, formas de pago.

La gran mayoría de los participantes conocieron a sus médicos por referencias de otros especialistas médicos, familiares o amistades.

Muchos de ellos fueron referidos por interconsultas, como por ejemplo de gastroenterología al psicólogo o psiquiatra; de ginecología a psicología y de psiquiatría a neurología.

Los participantes comentaron que encontraron más obstáculos para sacar citas en clínicas privadas y públicas como falta de disponibilidad de los horarios de los médicos; las demoras y altos costos asociados al acceso a la historia clínica; largas esperas para ser atendidos y la limitación de algunos seguros médicos que no cubren psiquiatría. Mientras que, cuando se atendieron de manera particular con sus médicos no encontraron algún tipo de obstáculo.

La mayoría de los participantes no han compartido su historial clínico en el campo de la salud mental con otros médicos. Sin embargo, reconocieron la importancia de tener acceso a su historial cuando cambian de médico, para que este pueda revisar los medicamentos y tratamientos previos del paciente.

Los participantes que se atienden en clínicas realizaron el pago de su consulta en el consultorio mismo, utilizando también efectivo o transferencia bancaria. Mientras que los que se atienden por consulta privada realizaron su pago al finalizar la misma, utilizando métodos como efectivo, transferencia bancaria o Yape

6.2.3.4. Identificar los factores que escoge el público objetivo para escoger a su médico.

Los participantes comentaron que los tres factores más importantes que evaluaron para escoger a un médico son: (i) la empatía y habilidad de escucha del médico y (ii) referencias de especialistas o familiares y (iii) trayectoria profesional del médico. Y los otros factores fueron: la imagen y presencia del médico reflejado en su comunicación a través de las redes sociales; comentarios u opiniones en páginas web y maestrías y especialidades del médico.

6.2.3.5. *Agrado de concepto*

Todos los participantes indicaron que sí les agradó el concepto de negocio. Lo que más les gustó fue la posibilidad de encontrar a diferentes especialistas médicos, la geolocalización para ubicar al profesional y la posibilidad de acceder a la historia clínica. Asimismo, se les indicó 3 opciones de posible nombre a la plataforma, y como resultado de los focus group se determinó que el mejor nombre sería “Doctor Cita”.

6.2.3.6. *Ajuste de necesidades*

Todos los participantes coincidieron en que la idea de tener una aplicación de intermediación se adapta a sus necesidades y destacaron varias ventajas: (i) ahorro de tiempo al tener todo en un solo lugar; (ii) acceso a su historia clínica para ver su evolución; (iii) disponibilidad de una amplia diversidad de especialistas y (iv) facilidad de uso y acceso a la plataforma, lo que les permitió navegar de manera intuitiva.

Sin embargo, también mencionaron algunas desventajas como: que el especialista médico no genere empatía con el paciente; la cartera de especialistas puede ser limitada en ciertas áreas; que los médicos disponibles atiendan muy lejos a la zona de residencia del paciente; que la evaluación que se haga a los médicos no sea libre o con muchas restricciones; que la aplicación consuma mucha memoria en los dispositivos móviles.

6.2.3.7. *Atributos del concepto*

Los participantes comentaron que los atributos más importantes para el concepto de negocio son: (i) acceso a su historia clínica; seguido por (ii) la geolocalización para indicar la ubicación del profesional; (iii) acceso sencillo desde cualquier dispositivo; (iv) posibilidad de continuar el tratamiento con interconsulta y (v) evaluaciones a los médicos. Y con menos importancia la pasarela de pagos.

6.2.3.8. *Percepción de valor*

La gran mayoría de participantes de ambos focus group expresaron dudas sobre si la plataforma cubriría sus necesidades para encontrar a los profesionales de salud que están buscando. Ellos mencionaron que sí es importante que tengan acceso a la historia clínica, pero de manera resumida mostrando puntos importantes, como la medicación,

tratamiento y evolución. Y consideraron que el evaluar o leer testimonios de otros pacientes les ayude a seleccionar a un médico especialista adecuado.

6.2.3.9. Precio para los compradores

Todos los participantes de ambos focus group indicaron que el precio final de las consultas no incluya cargos adicionales en forma de comisiones, ya sea un porcentaje o un monto fijo.

Establecieron que las tarifas ideales para sesiones individuales con profesionales de la salud se encuentran entre 79 y 172 soles, con un precio óptimo de 130 soles por consulta. Además, en el caso de paquetes de 4 sesiones mensuales, consideraron que el precio adecuado oscila entre 325 y 560 soles, con un precio ideal de 440 soles por el paquete.

6.2.3.10. Frecuencia de compra

Los pacientes mencionaron que, en promedio, asistirían a consultas de psicología aproximadamente 31 veces al año, mientras que a consultas de psiquiatría acudirían alrededor de 12 veces al año.

6.2.3.11. Nivel de interés con publicidad Banner

La gran mayoría de los participantes de ambos focus comentaron su interés en utilizar la plataforma si esta incluyese publicidad en forma de banners, siempre y cuando esté relacionada con el sector de salud mental.

Además, sugirieron que se brinde la opción de una suscripción o descuento en las citas para aquellos que no deseen ver publicidad.

6.2.3.12. Competidores

Ninguno de los participantes manifestó conocer alguna aplicación similar a lo que se menciona en el concepto de negocio.

6.3. Investigación cuantitativa

6.3.1. Público objetivo y técnica de muestreo

El público objetivo estuvo compuesto por varones y mujeres mayores de 25 a 44 años, que tienen los trastornos de ansiedad, depresión, ataque de pánico y TOC. Que viven en Lima Metropolitana de los NSE A, B y C.

La técnica del muestreo fue no probabilística, utilizando el muestreo por conveniencia; la cual estuvo distribuida en 380 encuestas efectivas por llamadas telefónicas, cada encuesta duro entre 4.20 minutos y 7 minutos; se optó por este medio para la rapidez de la ejecución de la encuesta. Para que las personas pudieran acceder a las llamadas se les mencionó el objetivo del trabajo de investigación.

6.3.2. Periodo de evaluación

Se realizaron encuestas piloto para verificar que las encuestas tuviesen las opciones que los encuestados están buscando; estas se realizaron los días 18 y 19 de julio de 2023; los resultados se encuentran en el **ANEXO 11**.

Las encuestas finales fueron aplicadas entre el 20 y 27 de julio de 2023. Posteriormente, una vez concluida la recopilación de datos, se procedió a realizar el análisis utilizando tanto Excel como Google Docs.

6.3.3. Resultados de las encuestas

El detalle de los resultados que se mencionan a continuación, han sido registrados en el **ANEXO 12**. A continuación, detallamos los resultados de las encuestas.

6.3.3.1. Datos demográficos de los encuestados

El 72% de los encuestados estuvo conformado por mujeres y el 28% por varones; la edad media fue de 34 con una desviación estándar de 5 años.

El 27% de ellos viven en la Zona 6 que conforman los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel; el 19% viven en la Zona 7 que conforman los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja y La Molina; entre otros.

El 55% de los encuestados son solteros, el 37% casados y el 8% divorciados.

El 61% de los encuestados son trabajadores dependientes, el 38% trabajadores independientes.

El 37% de los encuestados tienen ingresos entre S/3,001 y S/4,000; el 36% entre S/2,001 y S/3,000.

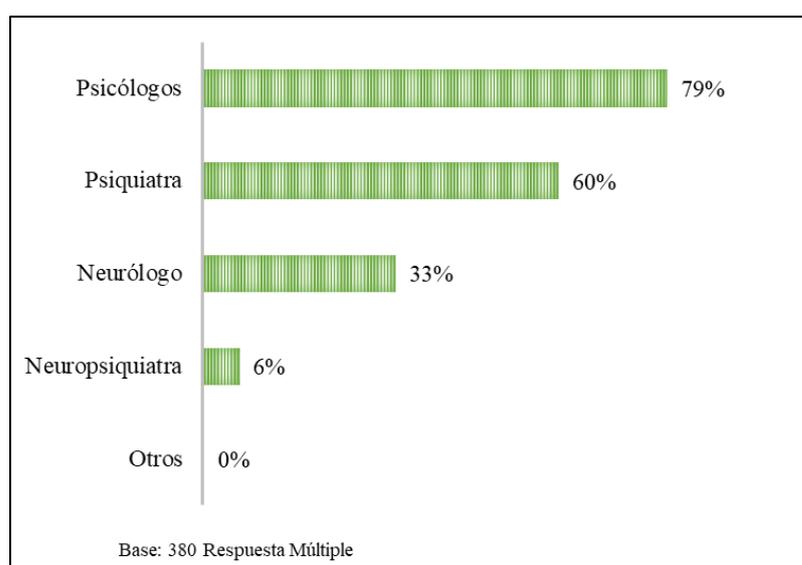
6.3.3.2. Perfil de los encuestados

Los trastornos que presentaron los encuestados son: (i) depresión (68%); (ii) ansiedad (51%); (iii) ataque de pánico (32%); (iv) fobia (25%) y (v) TOC (5%).

El 58% de los encuestados llevan tratamiento, 41% ha llevado tratamiento mientras que el 1% no ha llevado tratamiento.

Los encuestados indicaron que han llevado tratamientos con: (i) psicólogos (79%); (ii) psiquiatra (60%); (iii) neurólogo (33%) y (iv) neuropsiquiatra (6%), tal y como se muestra en la siguiente figura.

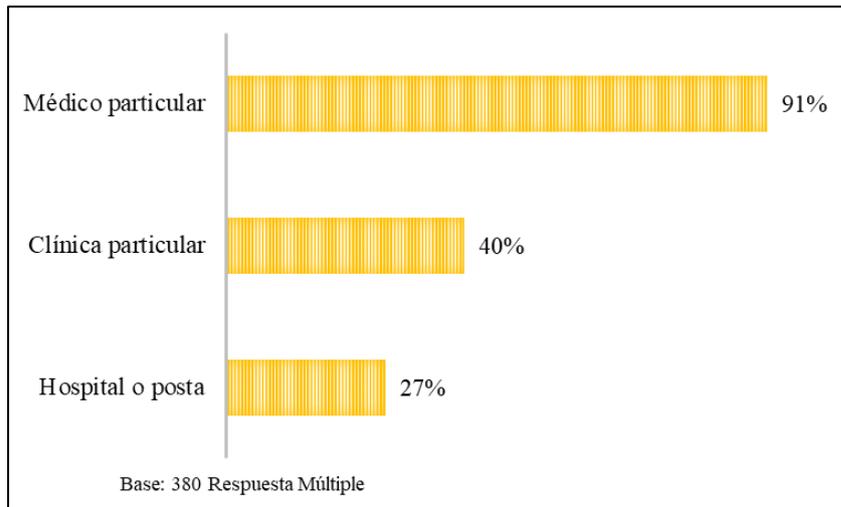
Figura 9. Demanda por profesionales en salud mental



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Asimismo, los encuestados han llevado o llevan tratamiento con médico particular (91%); en clínica particular (40%) y hospital o postal (27%).

Figura 10. Lugares de atención en salud mental



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

6.3.3.3. Atributos valorados para seleccionar a un profesional de la salud

El 25% de los encuestados al momento de seleccionar a un profesional de salud valoraron en primer lugar su empatía y habilidad de escucha; el 21% de ellos valoraron como segundo lugar a la recomendación y el 20% valoraron como tercer motivo a la atención presencial.

6.3.3.4. Evaluación de concepto Doctor Cita

Se presentó el concepto de negocio de Doctor Cita, como se visualiza en la Tabla 6.

Tabla 6. Concepto de negocio de Doctor Cita

CONCEPTO
<p>Ahora le voy a leer un concepto acerca de una plataforma</p> <p>¿Estás buscando profesionales de la salud que comprendan tu necesidad con empatía, te escuchen y cuenten con una sólida trayectoria respaldada por recomendaciones de especialistas y familiares? Permíteme presentarte "DoctorCita", una plataforma basada en web/app móvil innovadora que te permitirá gestionar citas presenciales con psicólogos, psiquiatras y neurólogos.</p> <p>En "DoctorCita", podrás acceder a una amplia lista de profesionales de la salud, y podrás llegar a ellos utilizando la geolocalización en tu dispositivo. Además, tendrás la oportunidad de explorar los testimonios de otros pacientes y acceder a tu historial clínico cuando lo necesites.</p>

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

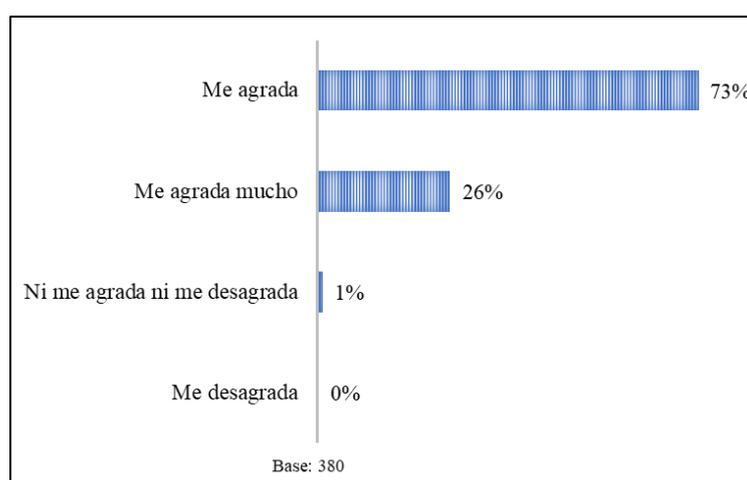
Posteriormente se preguntó al público objetivo el nivel de agrado que tenían acerca del concepto de negocio de Doctor Cita. El 73% de ellos les agradó y el 26% les agradó mucho.

Los encuestados comentaron que los atributos valorados del concepto de negocio de Doctor Cita fueron según su nivel de importancia: (i) que pueda tener acceso a su historia clínica (25%); (ii) disponibilidad de una amplia diversidad de especialistas médicos (24%); (iii) posibilidad de continuar el tratamiento con interconsulta (20%); (iv) evaluar a los médicos por medio de testimonios y sistema de estrellas (17%).

6.3.3.5. Intención de compra en Doctor Cita

El 73% de los encuestados indicaron que probablemente sí compraría citas por medio de Doctor Cita y el 26% definitivamente sí lo haría.

Figura 11. Nivel de agrado de Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

El 79% de los encuestados indicaron que solicitarían su cita con la especialidad de psicología, el 61% con psiquiatría y 38% con neurología.

Del total de los encuestados, 302 encuestados indicaron que sacarían cita con psicología; ellos pagarían en promedio S/97.75 por cada cita (ver Tabla 7) y estarían dispuestos a ir veintitrés veces en un año (ver Tabla 8).

Tabla 7. Ticket promedio de compra

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/80 = S/80	50.33%	S/ 40.26
S/81 a S/120 = S/100	32.45%	S/ 32.45

S/121 a S/160 = S/140	14.90%	S/ 20.86
S/161 a S/200 = S/180	2.32%	S/ 4.17
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 97.75

Base: 302 psicólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 8. Frecuencia de compra: Cita Psicólogo / año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Semanal	48	17.54%	8.42
Quincenal	24	43.71%	10.49
Mensual	12	34.08%	4.09
Bimestral	6	3.33%	0.2
Trimestral	4	0.75%	0.03
Semestral	2	0.50%	0.01
Total cita/año			23

Base: 302 psicólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Del total de los encuestados, 233 encuestados indicaron que sacarían cita con psiquiatría; ellos pagarían en promedio S/161.70 por cada cita (ver Tabla 9) y estarían dispuestos a ir once veces en un año (ver Tabla 10).

Tabla 9. Ticket promedio Sesión Psiquiatría

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/150 = S/150	62.66%	S/ 93.99
S/150 a S/200 = S/175	33.05%	S/ 57.84
S/201 a S/250 = S/225	3.86%	S/ 8.69
S/251 a S/300 = S/275	0.43%	S/ 1.18
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 161.70

Base: 233 psiquiatras
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 10. Frecuencia de compra: Cita Psiquiatría/ año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Quincenal	24	16.29%	3.91
Mensual	12	45.08%	5.41
Bimestral	6	22.33%	1.34
Trimestral	4	8.79%	0.35
Semestral	2	7.50%	0.15
Total cita/año			11.16

Base: 233 psiquiatras
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Del total de los encuestados, 145 encuestados indicaron que sacarían cita con neurología; ellos pagarían en promedio S/164.83 por cada cita (ver Tabla 11) y estarían dispuestos a ir diez veces en un año (ver Tabla 12).

Tabla 11. Ticket promedio Sesión Neurología

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/150 = S/150	71.03%	S/ 106.55
S/150 a S/200 = S/175	17.24%	S/ 30.17
S/201 a S/250 = S/225	8.28%	S/ 18.63
S/251 a S/300 = S/275	3.45%	S/ 9.49
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 164.83

Base: 145 neurólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 12. Frecuencia de compra: Cita Neurología/año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Quincenal	24	15.88%	3.81
Mensual	12	31.75%	3.81
Bimestral	6	34.50%	2.07
Trimestral	4	10.25%	0.41
Cuatrimestral	3	0.62%	0.02
Semestral	2	6.00%	0.12
Anual	1	1.00%	0.01
Total cita/año			10.24

Base: 145 neurólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Se preguntó a los encuestados si estarían dispuestos a utilizar la plataforma Doctor Cita en caso de que hubiera publicidad relacionada con el sector de salud mental, en forma de Banners no invasivos. El 79% de los encuestados respondió que probablemente sí considerarían obtener su cita a través de Doctor Cita, mientras que el 18% afirmó que definitivamente sí lo haría.

6.3.3.6. Promoción

El 41% de los encuestados expresó que se sentiría incentivado a utilizar más Doctor Cita si recibieran cuatro sesiones y una sesión adicional de forma gratuita. Además, el 34% mencionó que cupones de descuento serían un incentivo atractivo, mientras que el 24% valoró la posibilidad de obtener citas de prueba gratuitas.

Entre los servicios que los encuestados desearían tener de forma gratuita en Doctor Cita, el 55% mencionó su interés en charlas con psicólogos reconocidos, mientras que otro 55% expresó su preferencia por clases de meditación. Asimismo, el 39% manifestó su deseo de contar con servicios de masajes y faciales, mientras que el 33% valoró la posibilidad de acceder a clases de yoga.

CAPITULO VII. PLAN DE MARKETING

Este capítulo estableció las metas y estrategias necesarias para promover el posicionamiento y atraer los potenciales clientes tanto del lado de los consumidores del servicio como de los profesionales de la salud, con el fin de lograr el éxito comercial de la plataforma “Doctor Cita”, este plan ha sido elaborado teniendo presente el resultado del estudio de mercado, al tratarse de una plataforma de servicios se ha empleado modelo de análisis de marketing Mix de las 7P.

7.1. Misión y Visión

Teniendo en cuenta que se trata de una nueva empresa se han definido la misión y visión de la organización.

7.1.1. Misión:

"Nuestra misión es mejorar y facilitar el acceso a la atención médica de la salud mental al ofrecer una plataforma de citas médicas innovadora y eficiente. Nos comprometemos a conectar a los pacientes con profesionales de la salud altamente calificados, brindando una experiencia de reserva de citas fácil y conveniente. Nuestra plataforma tiene como objetivo promover una atención médica de calidad y mejorando la vida de las personas a través de la tecnología".

7.1.2. Visión:

"Nuestra visión es convertirnos en la principal plataforma de citas médicas de la salud mental en Lima Metropolitana, siendo reconocidos como el referente digital de excelencia para gestionar citas. Aspiramos a ser la opción preferida de los pacientes de salud mental para acceder a servicios médicos confiables y personalizados. ofreciendo un impacto positivo en la salud y bienestar de las comunidades a las que servimos".

7.2. Objetivos

Se han definido objetivos para los dos frentes que gestionará la plataforma, los cuales han sido clasificados en objetivos cuantitativos y cualitativos, siendo los siguientes:

7.2.1. *Objetivos cuantitativos*

Pacientes: Habiendo determinado el tamaño de pacientes del mercado objetivo (que es presentado en este numeral), se propuso el siguiente plan de adopción:

- Al cierre del primer año el objetivo es contar con el 3%.
- A partir del segundo año y en adelante, lograr un incremento anual de 5% con respecto al año anterior.
- Al cierre del primer año el objetivo planteado fue de 36,480 citas.
- A partir del segundo año el crecimiento se propuso como sigue:

Tabla 13. Crecimiento de citas por año

Crecimiento de citas por año	
2do año	56,640
3er año	76,800
4to año	99,840
5to año	120,000

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Profesionales de la salud: Habiendo determinado el tamaño de profesionales del mercado objetivo (que es presentado en este numeral), se propuso el siguiente plan de adopción:

- Al cierre del primer año el objetivo es contar con el 7.5% del mercado objetivo.
- A partir del segundo año y en adelante, se propuso el siguiente plan, donde los crecimientos son ahora contra el año anterior.

Tabla 14. Crecimiento de profesionales de la salud

Crecimiento de profesionales de la salud	
2do año	55%
3er año	35%
4to año	30%
5to año	20%

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.2.2. *Objetivos cualitativos*

Pacientes:

- Aumentar la visibilidad de la plataforma “Doctor Cita”, orientando las campañas al público objetivo que se identificó en el estudio de mercado, creando conciencia y reconocimiento de la marca.
- Establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes existentes, con el objetivo de fidelizarlos y convertirlos en clientes leales a largo plazo.

Profesionales de la salud:

- Ser una plataforma que represente garantía de transparencia (contando con mediación en los comentarios, sistema de cobros seguros, profesionales validados, entre otros).
- Ser considerada como una opción moderna y digital que les permita ampliar la visibilidad y por ende conseguir mayor cantidad de citas.

7.3. Mercado Objetivo

7.3.1. Tamaño del mercado total

Pacientes: Según propuesto en el capítulo de Metodología, el público objetivo investigado correspondió a la Población Económicamente Activa de Lima Metropolitana, al mismo tiempo, con edades entre 24 y 45 años y de los NSE A, B y C. Asimismo, en el marco conceptual, ya se había determinado que al menos 1 de cada 3 peruanos en alguna etapa de su vida presentará algún problema de salud mental, lo que se tomará en cuenta para el cálculo del volumen, esto representa el 33.7% de la población.

Tabla 15. Tamaño total del mercado de consumidores del servicio

Tamaño total de mercado	
Tamaño universo según PEA (fuente INEI 2022)	5,019,400 (A)
PEA entre 24 y 45 (Fuente INEI 2022)	2,700,100 (B)
Probabilidad de padecer alguna enfermedad de salud mental (33.7%)	(B) x 33.7% = 909,934 (C)
39% de la población pertenece al NSE A, B y C (Fuente IPSOS 2019)	(C) x 39% = 354,874 (D)
Mercado total	354,874 personas

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Profesionales de la salud: En base a lo indicado en el marco contextual, existen 3.2 psiquiatras, 10 psicólogos y 2.1 neurólogos por cada 100,000 habitantes en el Perú.

Considerando que la población de Lima Metropolitana es de 10.8 millones, se estima que se cuentan con al menos 348 psiquiatras, 1080 psicólogos y 247 neurólogos, resultando un total de 1663 profesionales de la salud como tamaño total del mercado de profesionales de la salud.

7.3.2. Tamaño del mercado disponible

Pacientes: Asimismo, durante el estudio de mercado se consultó la intención de compra en “Doctor Cita”, dando como resultado que el 22 % definitivamente si lo haría y el 76% indicó que probablemente si compraría citas por medio de la plataforma, de este segundo bloque se consideró la mitad como parte del mercado disponible.

Tabla 16. Mercado disponible en Lima Metropolitana

Tamaño disponible de mercado (personas)	
Mercado total	354,874 (A)
Intención de compra	Definitivamente si lo haría: 22% (B) Probablemente si lo haría: 76% / 2 = 38% (C) (B) + (C) = 60% (D)
Mercado disponible	(A) x (D) = 212,925

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Profesionales de la salud: Tomando como referencia las entrevistas de profundidad, se determinó que al menos 6 de 10 de ellos estuvieron interesados en participar en la plataforma, lo que nos dio un potencial de 998 profesionales según la siguiente distribución.

Tabla 17. Mercado disponible de profesionales de la salud

Tamaño disponible de mercado		
Especialidad	Mercado total	Interesados en la aplicación (6 de 10)
Psiquiatras	346	208
Psicólogos	1,080	648
Neurólogos	237	142
Mercado disponible		998

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.3.3. Tamaño del mercado objetivo

Pacientes: Como propuesta de inicio de operaciones, se ha considerado alcanzar el 3% del mercado disponible en el primer año, lo cual representa 6,388 consumidores del servicio registrados.

Profesionales de la salud: Basándonos en el interés mostrado durante las entrevistas de profundidad y considerando la proporción de profesionales en la población, se ha determinado que para el inicio de operaciones se requiere incorporar

16 psiquiatras, 49 psicólogos y 11 neurólogos; siendo un total de 76 profesionales de la salud lo cual representa el 7.5% del mercado disponible.

7.4. Estimación de la demanda

En el desarrollo del plan propuesto, se determinó que la variable relevante para definir la monetización de la plataforma es la capacidad de citas que se puede ofrecer (es decir, no se puede ofrecer más citas de las que pueden atender los profesionales disponibles). En base a ello, se desarrolló lo siguiente:

Pacientes: Con el fin de realizar una estimación de la demanda se consideraron los valores de tamaño de mercado calculados en los puntos anteriores, esto con el objetivo de calcular la cantidad de citas que gestionará la plataforma por año.

Basándonos en el estudio de mercado se pudo proponer la siguiente distribución de citas por profesional:

- Pacientes de psiquiatría: 1 cita mensual
- Paciente de psicología: 1 cita cada 15 días
- Pacientes de neurología: 1 cita mensual

Para el siguiente plan, se propuso una aproximación más conservadora para la estimación de citas debido a que se pueden presentar cancelaciones o debido a que no se encuentren citas disponibles.

- Pacientes de psiquiatría: 1 cita cada 2 meses
- Paciente de psicología: 1 cita mensual
- Pacientes de neurología: 1 cita cada 3 meses

Considerando que se estima un crecimiento de usuarios en la plataforma del 5% anual a partir del segundo año, se propuso la siguiente proyección:

Tabla 18. Estimación de crecimiento de pacientes y citas

	Psiquiatras		Psicólogos		Neurólogos		Totales	
	Pacientes	Citas	Pacientes	Citas	Pacientes	Citas	Pacientes	Citas
Año 1	1,328	7,968	4,151	49,812	909	2,727	6,388	60,507
Año 2	1,394	8,364	4,359	52,308	954	2,862	6,707	63,534
Año 3	1,464	8,784	4,577	54,924	1,002	3,006	7,043	66,714
Año 4	1,537	9,222	4,806	57,672	1,052	3,156	7,395	70,050
Año 5	1,614	9,684	5,046	60,552	1,105	3,315	7,765	73,551
							35,298	334,356

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Profesionales de la salud: Del mismo modo se realizó una estimación del crecimiento de la cantidad de profesionales de la salud que tendrá disponible la plataforma con el objetivo de presentar un portafolio más amplio de reserva de citas, para esta estimación se ha considerado los valores de tamaño de mercado calculados en los puntos anteriores.

Basándonos en el objetivo inicial de 76 profesionales de la salud para el primer año y considerando un crecimiento como el propuesto a partir del segundo año, se estimó siguiente proyección:

Tabla 19. Estimación de crecimiento de profesionales de la salud

Año	% de crecimiento	Psiquiatras	Psicólogos	Neurólogos	Total
1	objetivo inicial	16	49	11	76
2	55%	25	76	17	118
3	35%	34	103	23	160
4	30%	44	134	30	208
5	20%	53	161	36	250

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.5. Público objetivo

Pacientes: En complemento a lo indicado en los puntos anteriores, se propuso el siguiente perfil del paciente, utilizando la información de la investigación de mercado:

- Están familiarizados con los medios digitales.
- Cuentan con internet en móvil o wifi en casa.
- Por lo general buscan personas recomendadas, luego investigan por redes sociales.
- La mayoría ha tenido problemas para ubicar profesionales especialistas en salud mental con disponibilidad.
- La mayoría prefiere interactuar en el móvil.
- Los atributos que más valoran son la seguridad y la calidad del servicio.

Profesionales de la salud: En complemento a lo indicado en los puntos anteriores, se propuso el siguiente perfil del profesional, utilizando la información de la investigación de mercado:

- El medio principal para usar es el móvil, donde más interaccionan con medios digitales.
- Los socios ven como un gran atributo la oportunidad de tener nuevos clientes mediante la plataforma.

7.6. Etapa preoperativa

Durante la etapa preoperativa se tiene definido un presupuesto de S/ 10,000.00 con el fin de reclutar el staff inicial de profesionales de la salud mental (76 profesionales), cabe indicar que esto se realizará en un periodo de 6 meses y será ejecutado por el Asistente Comercial con la venia del Coordinador de Operaciones.

Para ello se pondrá en contacto con los profesionales de la salud de forma virtual o presencial ofreciendo membresías gratuitas por un año. Es importante mencionar que todos los profesionales pasarán por un proceso de verificación de credenciales, licencias y filtros de antecedentes.

Para el éxito de la plataforma Doctor Cita, esta etapa es fundamental para garantizar que se ofrezca un servicio de alta calidad a los pacientes.

7.7. Propuesta de valor

Se propuso que la plataforma propuesta, esté diseñada para proporcionar una experiencia ágil y sencilla para todos los consumidores del servicio y los profesionales de la salud mental, con los siguientes beneficios:

- Acceso rápido a citas médicas: permite a los usuarios la posibilidad de reservar una cita de forma rápida y sencilla por medio de la plataforma, evitando realizar llamadas telefónicas o largas búsquedas de disponibilidad de citas.
- Amplia red de profesionales de la salud mental: cuenta con un portafolio de especialistas asociados de gran variedad, los cuales serán mostrados según disponibilidad y ubicación.
- Recordatorios y notificaciones: la plataforma cuenta con envío de recordatorios automáticos para que no se pierda ninguna programación. Además, se envían notificaciones de seguimiento, como resultados de pruebas o recomendaciones de tratamiento, para mantener a los usuarios informados y comprometidos con su atención médica.

- **Historial médico digital:** La plataforma almacena de forma segura el historial médico de los usuarios, lo que les permite acceder a él en cualquier momento y compartirlo fácilmente con los profesionales de la salud. Esto facilita la coordinación de la atención y evita la necesidad de repetir pruebas o proporcionar información médica repetidamente.
- **Gestión de pagos de citas y procedimientos:** La gestión de cobros es amigable y cuenta con varios medios de pago disponibles con el fin de facilitar esta parte de proceso.
- **Atención al cliente y soporte:** Brinda un servicio de atención al cliente receptivo y amigable para garantizar que los usuarios obtengan la asistencia que necesitan en caso de preguntas o problemas técnicos. Valora la satisfacción del usuario y busca brindar una experiencia excepcional.

En resumen, la plataforma “Doctor Cita” ofrece un acceso rápido y fácil a servicios de atención médica de calidad, con una amplia red de profesionales, recordatorios automáticos, almacenamiento seguro de historiales médicos y características adicionales. El planteamiento se enfoca en mejorar la experiencia de los usuarios y a facilitar el cuidado de su salud.

7.8. Nombre y logo

El nombre comercial que se propuso para la empresa es “**Doctor Cita**” y se creó el logo con la siguiente línea gráfica. Este nombre se seleccionó como parte de la investigación de mercado, consultando por las preferencias al público en el Focus Group.

Figura 12. Logo para Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.9. Marketing Mix

7.9.1. Estrategia de producto

Siendo que se propuso una herramienta fácil de utilizar para la intermediación entre profesionales de salud mental y pacientes que requieran sus servicios, se enunció siguiente:

- Desarrollo de una aplicación intuitiva y fácil de usar con una interfaz amigable para los usuarios.
- Funcionalidades que permitan la reserva y gestión de citas médicas, acceso a historiales médicos, recordatorios de citas y notificaciones de seguimiento.
- Ofrecer valor agregado, como información detallada sobre servicios médicos, perfiles de médicos, calificaciones y reseñas de otros pacientes, consejos de salud, entre otros.

7.9.2. Estrategia de plaza (colocación en el mercado)

Para el planteamiento inicial, “Doctor Cita” centra su oferta de servicio en Lima Metropolitana. Sin embargo, al ser una plataforma totalmente digital las posibilidades de expansión de sus servicios a otros territorios son viables.

Para lograr que el servicio y la marca esté dentro de los canales de distribución adecuados, se consideró la estrategia digital y estrategia presencial.

- **Estrategia digital:**

Con respecto a la distribución de la plataforma se ha considerado la disponibilidad de la app en las principales plataformas móviles, como iOS y Android, para llegar a un público amplio, así como también el acceso web mediante HTML5.

- **Estrategia presencial:**

Esta estrategia propone contar con visitas presenciales a centros médicos de profesionales independientes que puedan estar interesados en la plataforma para captación de clientes.

- Posterior a la fase preoperativa el asistente comercial realizara visitas periódicas al staff de profesionales de la salud mental como parte de los procesos de retención y fidelización, para ello contara con un presupuesto de S/ 2,000.00.

- Considera también (en etapas posteriores) establecer alianzas estratégicas con centros de diagnósticos para ampliar la red de servicio y ofrecer una variedad de opciones de atención médica.

7.9.3. Estrategia de promoción

La estrategia que se propuso para “Doctor Cita” se ha elaborado considerando acciones diferenciadas para los dos frentes de la plataforma:

- **Profesionales de la salud:**

Debido a que los profesionales de la salud son el principal elemento del negocio, siendo que su número y capacidad de atención de citas definen el tamaño de la oferta de la plataforma, es fundamental conseguir el interés de los mismos en participar en la plataforma, al mismo tiempo, promoverla activamente entre sus pares a fin de que se consigan las capacidades de citas proyectadas para el inicio de operaciones. Siendo así, podemos listar sus estrategias como sigue:

- **Actividades para la inscripción de los doctores:** Durante la etapa Pre-Operativa del proyecto (estimada en 6 meses previos al inicio de operaciones), la principal misión de marketing es la promoción activa de Doctor Cita entre los profesionales de la salud en el sector en estudio, a fin de que se suban a la plataforma. El objetivo, además, es impulsar el uso de la plataforma, y conseguir el compromiso de los profesionales de proveer un número mínimo de citas (o mayores de forma ideal), a fin de poder cumplir con lo planificado en los objetivos financieros del proyecto. En esta actividad se buscará llegar a los profesionales de la salud de forma directa, con el objetivo de promocionar la plataforma y todos sus beneficios, asimismo, durante los seis primeros preliminares (esto es, durante la etapa pre-operativa), la plataforma no representará costo alguno para el profesional de la salud. Al mismo tiempo, permitirá probar y familiarizarse con la interfaz de la plataforma a medida que esta se va desarrollando.
- **Eventos médicos:** Como parte de los esfuerzos de conseguir profesionales de la salud inscritos en la plataforma, y a fin de promocionar a Doctor Cita como un nuevo canal de ventas para los profesionales de la salud, se propone la participación en eventos donde participan profesionales del medio, a fin de

comunicar los beneficios de esta y buscar fidelizar a la base instalada. Se estima una participación de al menos 4 eventos al año. En estos eventos se hará un uso más intensivo del merchandising, buscando ofrecer a los médicos un accesorio que le permita mantener la recordación de la marca en el tiempo, asimismo información que los lleve a descargar la plataforma en sus dispositivos móviles o les permita un acceso rápido desde cualquier navegador web.

- **Pacientes:**

Los pacientes son los consumidores del servicio. Es fundamental conseguir el objetivo de captar a la mayor cantidad de base instalada en el menor tiempo posible, a fin de cubrir la oferta de citas disponible en la plataforma. Siendo que Doctor Cita es una plataforma digital, una parte importante de nuestro público objetivo se encontrará buscando información en internet, y éste se debe constituir en el principal medio de publicidad.

- **Anuncios en Google Ads:** El medio más popular de búsquedas online está en Google.com, donde es necesario invertir a fin de que las palabras clave más relevantes, posicionen a Doctor Cita en las primeras opciones de búsqueda. El cobro es por clic, y las AdWords clave deben incluir: “citas médicas”, “psicólogo”, “psiquiatra”, “neurólogo”, “médico particular”, entre otras y sus combinaciones, que aseguren que Doctor Cita aparezca rápidamente entre las opciones de los pacientes. El objetivo es atraer a los interesados al landing page de Doctor Cita, para que comiencen a consumir sus servicios, tanto vía Web, como vía App. AdWords brinda estadísticas adecuadas para medir la efectividad de la campaña, y esto también debe ser tomado en cuenta cuando se haga la evaluación de desempeño.
- **Publicidad en redes sociales:** En las redes sociales encontraremos a parte de nuestro público objetivo. Es común que las personas inviertan una parte importante de su tiempo en redes sociales como Facebook e Instagram (redes sociales de mayor relevancia, dado que el rango de edades determinado para el estudio se acomoda mejor a esta plataforma), así como Tik Tok a partir del segundo año, aunque las inversiones en esta plataforma no serán comparables a la planificada para Facebook e Instagram, debido que el público que consume

esas plataformas suele ser más joven. No deja de tenerse en cuenta, puesto que dicha plataforma ha ganado un importante posicionamiento de mercado.

- **Material de marketing:** Para poder generar consumibles digitales a emplear en redes sociales y la página web de la plataforma, se propone un presupuesto en desarrollo de material digital, que se consuma en la publicidad disponible en redes sociales, y permita recibir a los visitantes a la web de Doctor Cita con un entorno amigable que los dirija rápidamente hacia el acceso al servicio, recorriendo la web con información que resalte el valor de la plataforma.
- **SEO (Posicionamiento orgánico):** También se propone el uso de estrategias de SEO y marketing de contenidos para aumentar la visibilidad de la app y atraer a nuevos usuarios.
- **Volantes Impresos:** Consiste en la coordinación con los profesionales de la salud registrados en nuestra plataforma para colocar folletos en los diferentes consultorios y centros médicos.
- También se considera la realización de actividades de relaciones públicas para generar cobertura mediática y aumentar el conocimiento de la marca.

7.9.4. Estrategia de precio

Estuvo enfocada en reducir el impacto de precio hacia el consumidor considerando una estructura de precios atractiva, que consiste en aplicar un porcentaje del costo de la consulta a los profesionales de la salud por la gestión, del 12.5%.

Inicialmente, se consideró suscripciones por pagos mensuales. Otros elementos como paquetes de citas prepagadas o una combinación de ambos han sido tomadas en cuenta como recomendaciones en una primera etapa.

Como parte del estudio de mercado se pudo recolectar los siguientes rangos de precios por consulta.

Tabla 20. Precios que estima pagar el paciente por cita

Especialidad	Entrevistas de profundidad	1er Focus Group	2do Focus Group
Mínimo	80	66	92
Máximo	144	137.5	208
Ideal promedio	-	100	160

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

También se pudo conocer los siguientes valores por especialidad dentro del proceso de encuestas.

Tabla 21. Precios por especialidad

Investigación Cuantitativa	
Costo promedio de sesión psicológica	S/ 97.75
Costo promedio de sesión psiquiátrica	S/ 161.70
Costo promedio de sesión neurológica	S/ 164.83

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.9.5. Personas

La estructura de personal a cargo se detalló en el capítulo VII “Organización propuesta de la Empresa”. En base a ello, se plantearon los siguientes enunciados:

- Se planea monitorear la reputación de la empresa y mejorar continuamente.
- Proporcionar un servicio al cliente excepcional, con personal capacitado y amigable que pueda brindar asistencia y resolver dudas o problemas de manera eficiente.
- Establecer relaciones sólidas con los profesionales de la salud y garantizar que estén comprometidos con brindar una atención de calidad a través de la plataforma.

7.9.6. Procesos

Para el servicio de la plataforma se enunció lo siguiente:

- Se debe asegurar que el proceso de reserva de citas y el flujo de información entre consumidores del servicio y profesionales de la salud mental sea eficiente y sin problemas.
- Implementar medidas de seguridad para proteger la privacidad y confidencialidad de la información médica de los usuarios.
- Contar con una integración moderna y segura para los procesos de pago la cual contemple los diferentes medios de recaudación como tarjeta de crédito, débito y billeteras electrónicas.

7.9.7. Evidencia física

La estrategia de negocio solo consideró la presencia digital por medio de la plataforma, ofreciendo un diseño visual atractivo y coherente, transmitiendo confianza y profesionalismo. Lo que se refleja en las valoraciones, testimonios y reseñas de usuarios satisfechos para respaldar la calidad y confiabilidad.

7.10. Presupuesto estimado para marketing

Estando la empresa en su fase inicial, se consideró tercerizar las actividades del plan de marketing, recayendo la responsabilidad de la supervisión en su ejecución en el Asistente Comercial como parte de sus funciones, a continuación se detalla el presupuesto estimado para los primeros 5 años, se ha considerado un año cero donde se propuso realizar las alianzas y suscripciones iniciales para contar con un catálogo de especialistas disponibles, para el primer año existen costos diferenciados como parte de la campaña de lanzamiento.

Tabla 22. Presupuesto de marketing

		Total por año					
Concepto	Detalle del concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inscripción de Profesionales	Campañas de inscripción inicial de pool de doctores	S/ 10,000.00					
Gestión de Profesionales	Procesos adicionales de inscripción, retención y fidelización		S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Eventos médicos	Participación en ferias médicas (4 ferias al año)		S/ 9,600.00	S/ 9,600.00	S/ 7,200.00	S/ 7,200.00	S/ 7,200.00
Merchandising	Brochure, Afiches, folletos, artículos publicitarios (4 veces al año)		S/ 7,200.00	S/ 6,000.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00	S/ 4,800.00
Anuncio en Google Ads	Campaña anual ads.google.com		S/ 18,000.00	S/ 18,000.00	S/ 13,200.00	S/ 9,600.00	S/ 9,600.00
Publicidad en Facebook	Campaña anual facebook.business.com		S/ 18,000.00	S/ 18,000.00	S/ 13,200.00	S/ 7,200.00	S/ 7,200.00
Publicidad en Instagram	Campaña anual business.instagram.com		S/ 18,000.00	S/ 15,600.00	S/ 12,000.00	S/ 7,200.00	S/ 7,200.00
Publicidad en Tiktok	Campaña anual tiktok.com		S/ 0.00	S/ 6,000.00	S/ 4,800.00	S/ 3,600.00	S/ 3,600.00
Material de Marketing	Elaboración de material audiovisual (imágenes, fotos, videos)		S/ 35,400.00	S/ 21,200.00	S/ 18,000.00	S/ 13,800.00	S/ 13,800.00
Total estimado		S/ 10,000.00	S/ 108,200.00	S/ 96,400.00	S/ 75,200.00	S/ 55,400.00	S/ 55,400.00

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

7.11. Conclusiones

- En el presente plan se han considerado las estrategias que se deben contemplar para lograr un correcto lanzamiento y posicionamiento de la marca y de los servicios brindados por la plataforma, todos los costos considerados como parte del presupuesto del plan de marketing fueron utilizados en el plan financiero.
- Se definió claramente el mercado objetivo al que está dirigido la plataforma “Doctor Cita”, se ha realizado una estimación de la demanda en base a los objetivos cuantitativos.
- La propuesta de valor consideró las necesidades y preferencias de los consumidores del servicio, detallando una oferta innovadora y digital para el sector de atenciones médicas para la salud mental.
- El plan de marketing ha establecido estrategias efectivas para promocionar la plataforma y atraer a nuevos consumidores del servicio. Se han utilizado diversas tácticas de marketing digital y tradicional, como publicidad en línea, SEO, marketing de contenidos, relaciones públicas y programas de referidos, para aumentar la visibilidad y generar interés en la solución.
- Se ha recalcado la importancia en la experiencia de usuario, considerando para ello funcionalidades como recordatorios de citas, acceso la historia clínica y un servicio al cliente de calidad.

CAPITULO VIII. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

En el presente capítulo se definió la organización que se acomoda a las necesidades del presente Plan de Negocios. Se detallaron los aspectos relacionados con:

- Definir la estructura organizacional
- Ampliar los detalles de los perfiles y sus roles
- Detallar las remuneraciones, planes de capacitación

Lo anterior se planteó con el fin de llevar adecuadamente las operaciones del negocio y alcanzar las metas planteadas en el presente Plan.

8.1. Conformación societaria para la empresa

Se planteó la conformación de una Sociedad Anónima Cerrada, conformada por 4 socios inversionistas. En el plan diseñado, éstos cuentan con una participación societaria (entiéndase la asignación de acciones) proporcionales a su aporte monetario.

Con el fin de conseguir su apertura en el corto plazo, se siguieron las pautas propuestas por SUNARP para la constitución de una nueva empresa, las mismas que se listan a continuación:

- Búsqueda y reserva de nombre
- Elaboración de la Minuta de Constitución
- Aporte de capital
- Elaboración de Escritura pública ante notario.
- Inscripción de la empresa en el Registro de Personas Jurídicas de SUNARP
- Inscripción al RUC para la Persona jurídica.

Debido a la naturaleza digital del planteamiento propuesto, no se propuso el uso de instalaciones comerciales para atender directamente al público, ello fue tomado en mente para la definición del domicilio legal ante SUNAT y SUNARP. Sin embargo, se consideró el uso de una oficina virtual para la recepción de documentos.

El nombre propuesto para la empresa fue: **Doctor Cita S.A.C.** (En base a los resultados del Focus Group).

La inversión requerida para conseguir la inscripción de la empresa se estimó en el orden de los S/. 3,200.00, incluyendo los gastos notariales y registrales.

8.1.1. Elementos tributarios

Para asegurar que la empresa cumpla con sus obligaciones tributarias, se propuso registrar la misma como una Micro y Pequeña Empresa (MYPE), declarándose específicamente como una Pequeña Empresa. De acuerdo con la información disponible en el portal gubernamental de SUNAT, este régimen es provisto a fin de promover el crecimiento de la empresa, siendo que el Régimen MYPE Tributario (MPE) impone condiciones más simples para poder cumplir sus obligaciones tributarias, tales como:

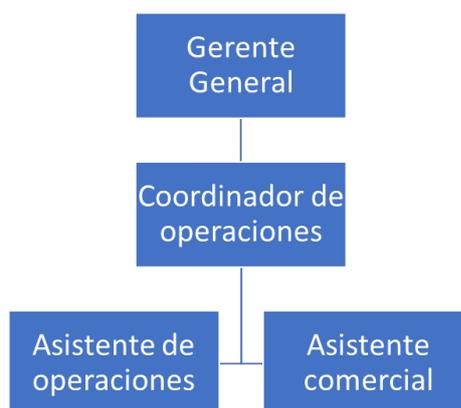
- Los tributos por pagar serán conformes a la ganancia que genere el negocio.
- La emisión de los comprobantes de pago, estarán alineados a la actividad o rubro de la empresa.
- Los libros contables se llevarán acorde a los ingresos obtenidos.

El régimen MYPE Tributario aplicó para la presente propuesta, siendo que los ingresos durante las primeras etapas del proyecto se proyectaron por debajo de las 1700 UIT, esto es, por debajo de los S/. 8'145,000.00. (En base al valor de la UIT vigente a la fecha de la presentación del presente trabajo, que es de S/4,950.00 según el Decreto Supremo N° 309-2022-EF).

8.2. Definición de la organización

Para asegurar el correcto desempeño de la empresa, se propuso el siguiente diagrama organizacional:

Figura 13. Estructura organizacional de la empresa



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

8.2.1. Gerente General

Designado como el principal responsable de asegurar el éxito del negocio, siendo la cara visible del mismo.

Propuesto para ser quien brinde las aprobaciones estratégicas, asegurando su alineamiento con los objetivos de la empresa, y con acceso a asesoría legal y financiera tercerizada.

Sus funciones se detallan a continuación:

- Asegurar que las relaciones con los aliados estratégicos se mantengan saludables, facilitando el cumplimiento de los acuerdos mutuos.
- Garantizar el cumplimiento del plan financiero de la empresa, asegurando que los flujos de caja se mantengan en condiciones saludables durante el desempeño del proyecto.
- Representar legalmente a la compañía.
- Liderar la estrategia de negocio, aprobando los planes estratégicos clave: Marketing, Operaciones y Tecnologías de la Información.
- Garantizar el cumplimiento de las obligaciones que asume la compañía, soportándose en los recursos clave para ello.
- Aprobar los contratos con los proveedores.

8.2.2. Coordinador de Operaciones

Designado como el responsable de velar por la correcta estructuración y posterior ejecución de todas las funciones operativas del negocio, tales como finanzas, marketing y Tecnologías de la Información

Dentro de sus funciones, se listan:

- Presentar los planes a la Gerencia General para su aprobación.
- Asegurar al personal clave para la consecución de los objetivos del área, así como de la definición de los procesos que no son Core, a fin de que los mismos se manejen a través de terceros.
- Definir los procesos operativos de la empresa y su correcta ejecución.
- Buscar la eficiencia operativa para las actividades Core, asociados a los procesos de captación de profesionales, su retención en la plataforma, la calidad del servicio y la integración con alianzas terceras.

- Identificar actividades No Core, a fin de que sean tercerizadas. Como ejemplos, encontramos los elementos de contabilidad y finanzas, legal o servicios administrativos.
- Gestionar los contratos con los proveedores.
- Gestionar la calidad con el cliente, para asegurar la provisión de nuevos servicios que respondan a necesidades actualizadas, así como también la atención de reclamos para efectos de mejora continua.
- Asegurar los medios para que el personal se encuentre capacitado.
- Aprobar y asegurar los indicadores de desempeño (KPIs).

8.2.3. Asistente comercial

Personal a cargo del Coordinador de Operaciones. Responsable de liderar la ejecución las actividades asociadas a servicios de marketing, contabilidad y finanzas, y contará con soporte de la Gerencia General para la ejecución de los planes comerciales aprobados.

Dentro de sus funciones se listan:

- Definir los planes de comunicaciones a lo largo de las unidades de negocio de la compañía
- Supervisar, mantener el seguimiento y ejecutar las actividades de marketing, servicios contables, financieros, y legal, asegurando el cumplimiento de los contratos aprobados a nivel gerencial.
- Durante la etapa pre-operativa, es el responsable del seguimiento y ejecución del proceso de captación de profesionales de la salud, siendo responsable por el equipo de captación, asegurando que sus actividades se mantengan alineadas a las necesidades del proyecto. Durante la etapa operativa, ejecuta las actividades asociadas a la calidad, entre las que se incluyen las requeridas para la retención de profesionales.
- Cumplir con las métricas de negocio definidas por el Coordinador de Operaciones.

8.2.4. Asistente técnico

Personal a cargo del Coordinador de Operaciones. Responsable de velar por la operación de los servicios de TI, supervisando a los recursos terceros que ejecutan la operación tecnológica de la compañía. Sus funciones son:

- Supervisar, mantener el seguimiento y ejecutar las actividades de tecnologías de la información, asegurando el cumplimiento de los contratos aprobados a nivel gerencial.
- Participar en la definición de las tareas de desarrollo, mantenimiento, soporte y crecimiento de la plataforma.
- Monitorear los cambios incrementales de la plataforma a medida que se vaya desarrollando, desde la etapa pre-operativa donde ofrece los servicios necesarios para la captación de los profesionales, hasta las etapas posteriores donde la solución es completamente funcional.
- Cumplir las métricas definidas por el Coordinador de Operaciones.
- Asegurar el desempeño de la operación de forma continua, participando en la definición y mantenimiento de los planes de seguridad, recuperación ante desastres y continuidad de negocio.

8.3. Salario del personal clave

A fin de proponer las remuneraciones del personal clave, se ha tomado en cuenta las responsabilidades que cada uno asumió en el proyecto. Mientras que el Gerente General y el Coordinador de Operaciones fueron responsables por las decisiones de principal relevancia, el equipo de asistentes principalmente se encargó del seguimiento de los servicios terceros como marketing, contabilidad o TI.

La estrategia de negocio consideró desde el inicio que un grupo de servicios del negocio se gestionen de forma tercerizada. El costo que representaron los servicios tercerizados fue detallado en el plan financiero a fin de considerarlo en el flujo de caja de la operación. La estrategia también consideró que el crecimiento en planilla sea lo más limitado posible, pensando en ampliarla como mínimo a partir del quinto año de operaciones.

Para asegurar el cumplimiento con la norma vigente, se consideraron todos los elementos que son requeridos en la planilla para el régimen MYPE (Pequeña empresa), disponible en la página de la SUNAT.

Tabla 23. Detalle del salario del personal clave

Cargo	Modalidad de contratación	Cantidad de Remun. Por año	Gratificación (por año)	Vacaciones	CTS	ESSALUD	SCTR	Sueldo base
Gerente General	Planilla	12	2	Sobre la base de 15 días/año	Sobre la base de 15 días/año	SI	SI	S/ 7,000.00
Gerente de Operaciones	Planilla	12	2	Sobre la base de 15 días/año	Sobre la base de 15 días/año	SI	SI	S/ 4,500.00
Asistente Comercial	Planilla	12	2	Sobre la base de 15 días/año	Sobre la base de 15 días/año	SI	SI	S/ 2,800.00
Asistente Técnico	Planilla	12	2	Sobre la base de 15 días/año	Sobre la base de 15 días/año	SI	SI	S/ 2,800.00

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

8.4. Selección del personal clave

Inicialmente, no se contempló en el plan negocios el contar con un área de Recursos Humanos, pero los elementos asociados a las remuneraciones y beneficios del personal clave, existentes desde el inicio del proyecto, fueron tercerizados a las áreas contables contratadas para dicha labor.

Como toda empresa que inicia operaciones, el personal en planilla se propuso en forma reducida, y los servicios de terceros se consideraron a ser tomados utilizando facturas (en el caso de empresas empresa) o recibos por honorarios (en caso de especialistas independientes). Así, el Gerente General, el Coordinador de Operaciones y los asistentes comercial y técnico se consideraron dentro de la planilla.

8.4.1. Plan de reclutamiento

Cuando sea necesario invocarlo, el reclutamiento fue propuesto como una responsabilidad del Gerente General y el Coordinador de Operaciones, quienes determinan la apertura de plazas en base a la demanda que tenga el negocio de mayores recursos a medida que la operación avance. Ellos fueron previamente seleccionados por los accionistas.

Cuando se necesite de más recursos humanos, se planteó que la responsabilidad de reclutamiento se derive a una compañía tercera que cuenten con las capacidades

adecuadas para conseguir la contratación de personal calificado que se requiera para ocupar las plazas estratégicas a futuro.

8.4.2. Proceso de reclutamiento

El Gerente General y el Coordinador de operaciones definen el perfil y las funciones del ejecutivo por contratar. Este perfil debe hacerse llegar a la empresa reclutadora, a fin de que busque a los perfiles adecuados. Asimismo, los criterios adecuados para filtrar al personal.

El reclutador se encargará de conseguir, donde corresponda, una terna, o dos potenciales candidatos, facilitando el proceso de preselección. Dependiendo del perfil que sea convocado, y en adición a las pruebas de conocimiento que se necesiten, podrían considerarse elementos adicionales que complementen a la selección, que consideren exámenes psicotécnicos o verificación de antecedentes personales.

En la etapa final del proceso de selección, el personal con potencial para ser contratado será entrevistado por el Gerente General y el Coordinador de Operaciones, quienes se encargarán de seleccionar al candidato más adecuado.

El colaborador pasará a formar parte de la compañía, contando con los beneficios laborales alineados con la legislación laboral vigente.

Cabe mencionar que la etapa pre-operativa requiere de recursos adicionales para la captación, que por su naturaleza pertenecerán a un tercero, pero cuya aprobación y capacitación será responsabilidad del asistente comercial y de operaciones, por lo cual habrá un seguimiento constante de los recursos que se propongan para dicha función a lo largo del proyecto.

8.5. Métricas de desempeño

Debido a que el negocio planteó contar con los servicios No Core tercerizados, el personal debe contar con capacidades de gestión de recursos claves, contratos y personal. Es de esperarse que el negocio necesite más gestores de servicio a medida que se escale, y que éstos gestionen determinados elementos de servicios No Core.

El personal clave se propuso para que esté enfocado en el correcto posicionamiento de la compañía en el mercado (Perfiles comerciales), y asegurar el crecimiento ordenado y a demanda de los recursos de tecnología de la plataforma (Perfiles técnico-operativos)

Métricas para los asesores comerciales:

- % cumplimiento de objetivos de los contratos
- % de crecimiento de la base instalada de clientes
- % de objetivos de certificación comercial comprometidos

Métricas para los asesores técnicos:

- Cumplimiento de los SLAs contratados por los proveedores
- Cumplimiento de objetivos de formación tecnológica del personal

Además de las métricas cuantitativas por perfil propuesto, se propuso evaluar también elementos asociados al clima laboral, a las capacidades del desempeño interpersonal y la adaptación al entorno laboral.

8.6. Conclusiones

- Los planes organizaciones propuestos, consideraron que las funciones fundamentales de la empresa sean cubiertas por personal estratégico y propio, con un crecimiento en recursos, que sea proporcional al crecimiento de la empresa.
- Por otro lado, se planteó gestionar las funciones No Core mediante proveedores terceros, esto se alinea a las tendencias del mercado que procuran consumir sus servicios operativos a demanda, regulando el gasto para que se ajuste de forma más cercana a las necesidades específicas del negocio, y buscando mejorar la eficiencia operativa a largo plazo.
- A medida que, en el plan que se propuso, la compañía escale en recursos y capacidades, se definió que, en ese momento, será necesario evaluar la relevancia de otras áreas funcionales, pero en principio se propuso que los recursos sean gestores de servicios, y el mismo se consuma a demanda salvo sea estrictamente necesario no trabajar de ese modo.
- Originalmente se propuso que los perfiles ocupen roles cruzados, pero a medida que se escale, será necesario contar con personal que se haga cargo de funciones dedicadas, que se alinee al crecimiento de la compañía.

CAPITULO IX. PLAN DE OPERACIONES

El presente capítulo propuso los procesos operativos con sus respectivas actividades para poder llevar a cabo el plan de negocio propuesto.

9.1. Objetivos

Los objetivos planteados fueron:

- Definir flujogramas de las actividades de los procesos centrales de la operación, a fin de que ésta sea eficiente.
- Definir los indicadores clave que permitan evaluar el desempeño de los procesos operativos.
- Establecer el presupuesto necesario para las operaciones.

9.2. Estrategia de operaciones

La estrategia se focalizó en 2 características claves que se alinean al plan de negocio: Calidad y Flexibilidad, con razón de ello se enumeró lo siguiente:

- El desarrollo de las operaciones se centra en un control de calidad de las actividades de forma recurrente, a fin de poder contar con procesos que respondan eficientemente a las necesidades de los clientes y del negocio.
- Por otro lado, la flexibilidad que proporciona el modelo lean startup, permite adaptarnos a las necesidades de los clientes mediante desarrollos iterativos.
- Asimismo, se optó por un modelo flexible mediante la tercerización de servicios de los procesos de apoyo que no son parte central del plan de negocio y de esta forma aligerar la carga operativa.

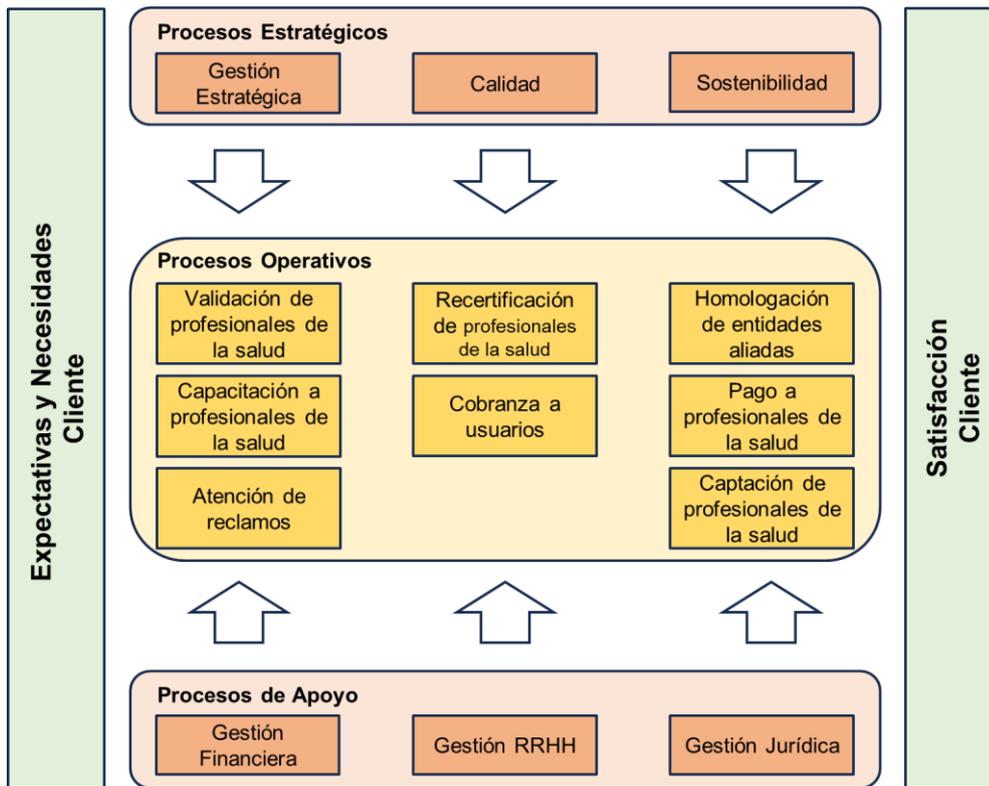
9.3. Mapa de procesos

Se mostraron de forma gráfica los procesos necesarios para el desarrollo del negocio y poder brindar el servicio de forma eficiente a los clientes.

Estos procesos fueron divididos en 3 secciones:

- Procesos estratégicos
- Procesos operativos
- Procesos de soporte

Figura 14. Mapa de procesos



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

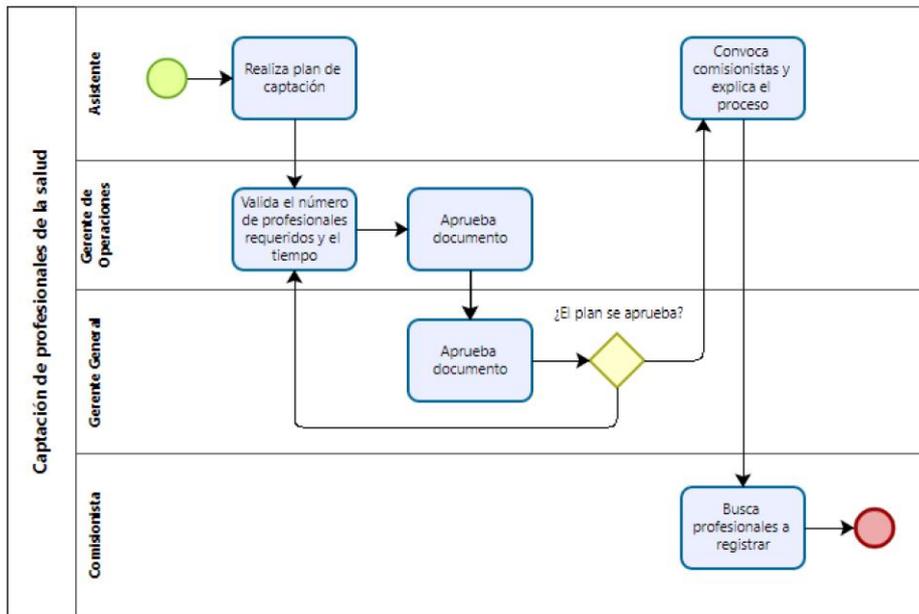
En la siguiente sección se analizaron los flujogramas correspondientes a los procesos operativos, al ser estos los más relevantes para el presente capítulo.

9.4. Flujograma de actividades de los procesos operativos

9.4.1. Captación de profesionales de la salud

La captación de profesionales es uno de los procesos operativos más importantes del proyecto. Dado que la presencia de especialistas es crítica para la disponibilidad de citas en la plataforma y por consiguiente crítica para el éxito del proyecto.

Figura 15. Proceso operativo: Validación de profesionales de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El asistente comercial realiza un plan de captación de profesionales de la salud que incluye la visita y reunión con grupos de especialistas a fin de mostrar las ventajas de Doctor Cita.

Paso 2: El plan es revisado por el coordinador de operaciones y valida la cantidad de comisionistas requeridos, así como el tiempo estimado para la captación de profesionales de la salud.

Paso 3: El plan es aprobado por el gerente general.

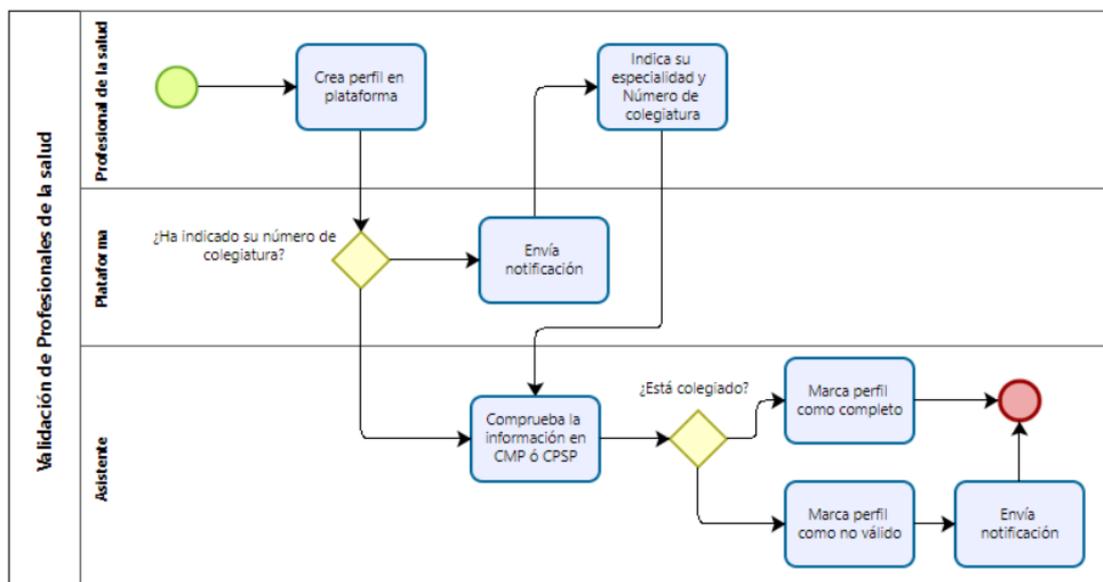
Paso 4: Cada comisionista cuenta con una cartera de profesionales de la salud que cumplen con los requisitos mínimos.

Paso 5: El profesional de la salud se registra en la plataforma.

9.4.2. Validación de profesionales de la salud

El objetivo del proceso de validación se propuso para poder contar con profesionales de la salud que cuenten con un número de colegiatura vigente y así generar más confianza a los usuarios finales sobre los especialistas con los que se atienden. Entiéndase, eliminar el riesgo de contar con profesionales de la salud sin colegiatura.

Figura 16. Proceso operativo: Validación de profesionales de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El profesional de la salud crea un perfil en la plataforma. En esta etapa debe completar:

- Datos de acceso (usuario y contraseña)
- Datos personales
- Datos profesionales (especialidad, universidad, años de experiencia).

Paso 2: La plataforma evalúa si se ha ingresado dentro de los datos personales el número de colegiatura, así como el colegio profesional al que pertenece.

Paso 3: En caso no se haya incluido el número de colegiatura, la plataforma envía una notificación al profesional de la salud solicitando que se complete dicho dato.

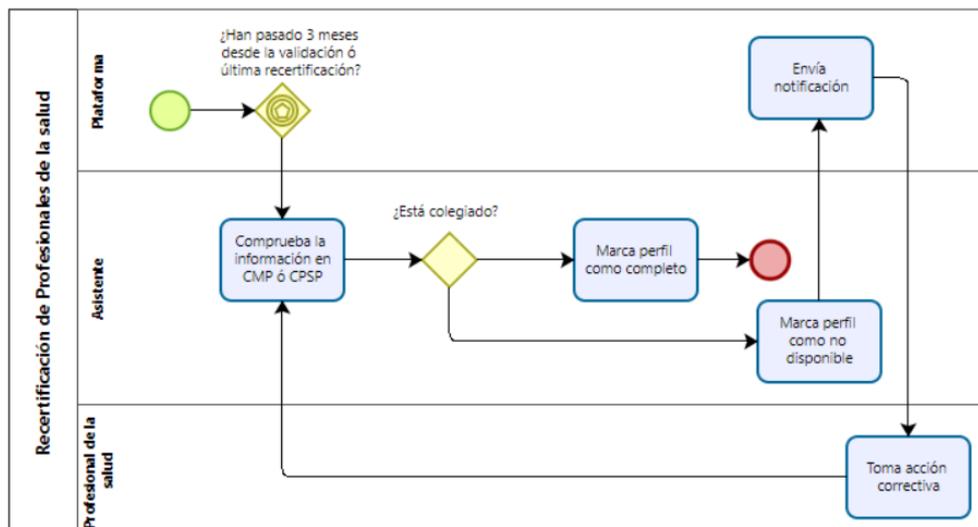
Paso 4: El asistente comercial valida en los portales del Colegio profesional que corresponda (CMP ó CPSP).

Paso 5: Si el número de colegiatura es válido, el asistente marca el perfil como completo. En dicho caso, el perfil se hace público y listo para recibir solicitudes de servicio. Caso contrario, se envía notificación al profesional de la salud indicando que el número de colegiatura indicado es incorrecto para que pueda tomar acción correctiva.

9.4.3. Recertificación de profesionales de la salud

El objetivo del proceso de recertificación de profesionales de la salud ha sido reconfirmar cada 3 meses que estos cuenten con número de colegiatura válido.

Figura 17. Proceso operativo: Recertificación de profesionales de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: La plataforma evalúa el perfil de cada profesional de la salud cada 3 meses desde la última validación o recertificación realizada.

Paso 2: El asistente comercial revalida que el número de colegiatura siga estando vigente en los portales del CMP ó CPSP.

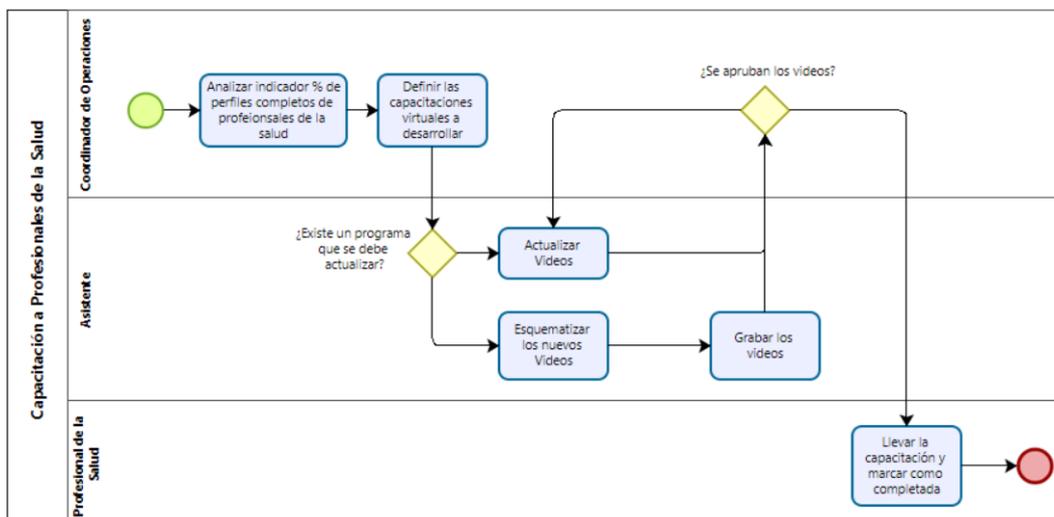
Paso 3: En caso siga siendo válido, el perfil se marca como completo. Caso contrario, el perfil se marca como no disponible y la plataforma envía notificación al profesional de la salud.

Paso 4: El profesional de la salud toma una acción correctiva y se regresa al paso 2.

9.4.4. Capacitación de profesionales de la salud

El objetivo del proceso de capacitación a profesionales de la salud ha sido garantizar que estos sepan utilizar el 100% de las características que la plataforma ofrece.

Figura 18. Proceso operativo: Capacitación a profesionales de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El coordinador de operaciones mira los indicadores del proceso y determina si es necesario capacitación a los profesionales de la salud en alguna característica de la plataforma.

Paso 2: El asistente comercial valida si existe una capacitación previa sobre la característica, en dicho caso se actualiza los videos y en caso contrario se esquematizan los videos y se graban.

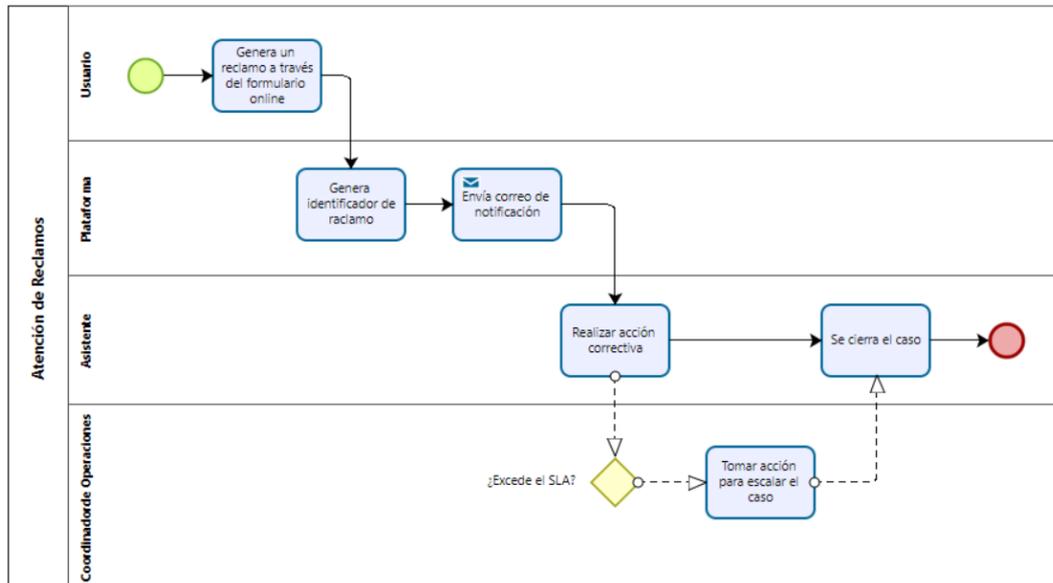
Paso 3: El coordinador de operaciones aprueba las nuevas capacitaciones y se publican.

Paso 4: Los profesionales de la salud llevan las capacitaciones virtuales y se marcan como completo.

9.4.5. Atención de reclamos

El proceso de atención de reclamos se propuso para permitir dar solución dentro del SLA a los reclamos que los usuarios coloquen a través del formulario de la plataforma.

Figura 19. Proceso operativo: Atención de reclamos



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El usuario crea un caso a través del formulario de reclamos en la plataforma.

Paso 2: La plataforma genera un ID al caso y envía una notificación.

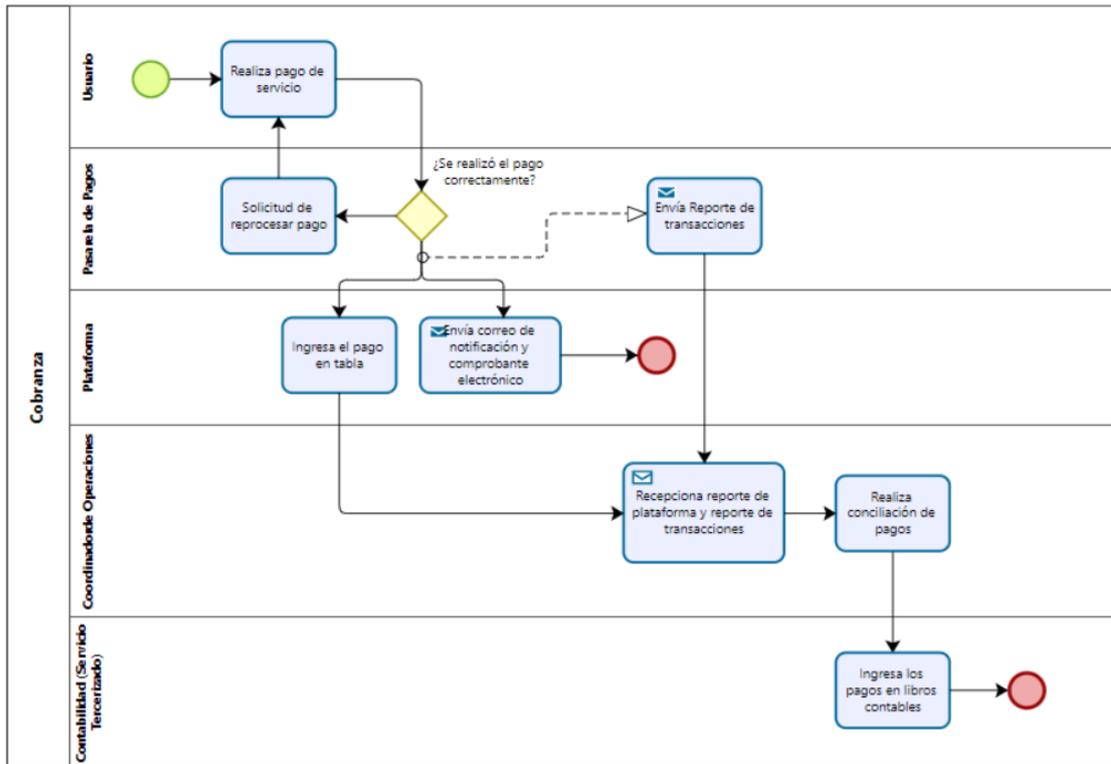
Paso 3: El asistente comercial recibe el caso y toma una acción correctiva y cierra el caso.

Paso 4: Para los casos que supera el SLA, el coordinador de operaciones toma acción y escala el caso a otras áreas de ser necesario.

9.4.6. Cobranza

El proceso de cobranza permitió llevar un registro estructurado sobre las operaciones de cobranza que se realizan a través de la plataforma mediante la pasarela de pagos.

Figura 20. Proceso operativo: Cobranza



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El usuario realiza un pago del servicio

Paso 2: La pasarela de pagos procesa el pago. En caso de no completarse la transacción, solicita al usuario volver a realizar el pago. Asimismo, la pasarela de pagos envía un reporte de transacciones 1 vez a la semana.

Paso 3: La plataforma recibe el pago y lo registra en la base de datos. Posteriormente envía correo de notificación y comprobante electrónico al usuario.

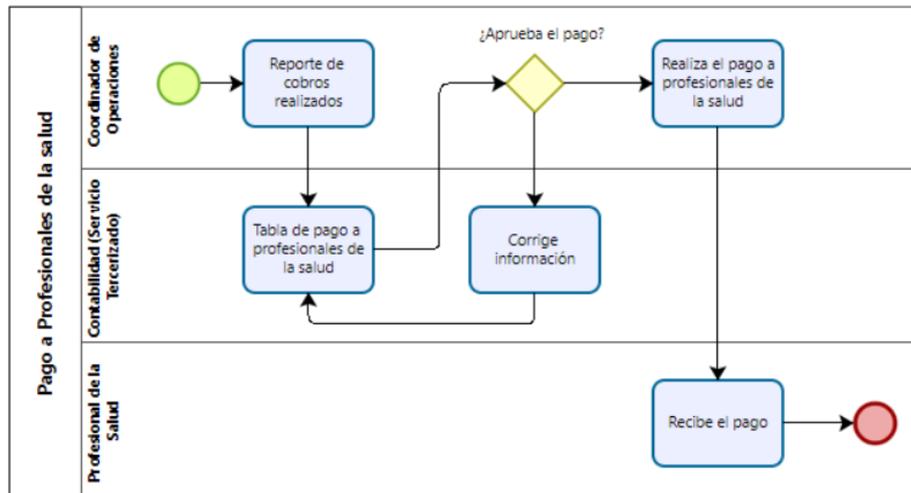
Paso 4: El coordinador de operaciones realiza una conciliación entre la información guardada en la plataforma y el reporte de transacciones de la pasarela de pagos.

Paso 5: La empresa tercerizada de contabilidad ingresa la información en los libros contables electrónicos.

9.4.7. Pago a profesionales de la salud

El proceso de pago a profesionales de la salud se diseñó para permitir realizar los pagos correspondientes por los servicios ofrecidos por los profesionales de la salud.

Figura 21. Proceso operativo: Pago a profesionales de la salud



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El coordinador de operaciones extrae el reporte de cobros realizados y lo envía al área tercerizada de contabilidad.

Paso 2: El área de contabilidad genera la tabla de pago a profesionales de la salud, en la que se reduce la comisión correspondiente.

Paso 3: El gerente de operaciones aprueba los pagos y realiza los pagos correspondientes.

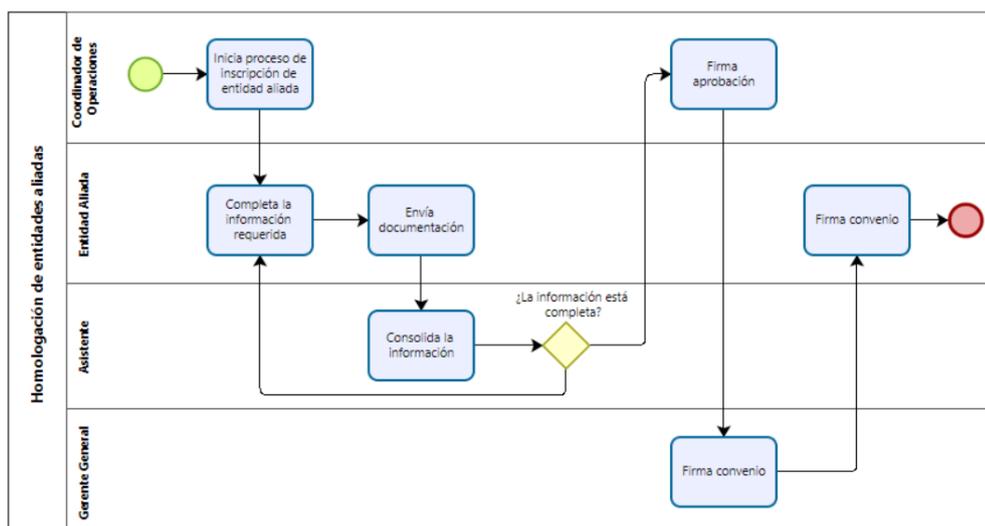
Paso 4: El profesional de la salud recibe el pago correspondiente.

9.4.8. Homologación de entidades aliadas

El proceso de homologación de entidades aliadas permitió contar con convenios de trabajo conjunto con empresas del rubro salud que complementen los servicios ofrecidos por los profesionales de salud.

Este proceso queda definido para ser empleado en un futuro cuando la empresa considere necesario empezar a tener un trabajo conjunto con entidades aliadas del sector de salud mental.

Figura 22. Proceso operativo: Homologación de entidades aliadas



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Paso 1: El Gerente de operaciones inicia el proceso de inscripción de la entidad aliada a la que le solicita información de la empresa.

Paso 2: La entidad aliada completa información como:

- Ficha RUC
- Licencia de funcionamiento y certificado de INDECI
- Registro sanitario
- Declaración jurada de cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales
- Declaración jurada de autenticidad de documentos

Paso 3: El asistente consolida la información y valida que este completa.

Paso 4: El coordinador de operaciones firma la aprobación del convenio.

Paso 5: El Gerente General firma el convenio.

Paso 6: El representante legal de la entidad aliada firma el convenio.

9.5. Indicadores de desempeño

Los indicadores a continuación se establecieron con el fin de monitorear el avance o la ejecución del proceso. Así como, permitir la retroalimentación al proceso y visualizar mejoras futuras a este. Estos son:

- Porcentaje de profesionales de la salud con número de colegiatura válido, respecto del total de perfiles inscritos.

- Tiempo que toma en que el perfil de un profesional de la salud complete al 100% su perfil.
- Porcentaje de perfiles de profesionales de la salud pasan a estado “no disponible” por no pasar el proceso de recertificación.
- Incremento/decremento del número de perfiles de la salud que pasan a estado “no disponible”, respecto al mes pasado.
- Número de entidades aliadas afiliadas a la plataforma, respecto al mes pasado.
- Tiempo que toma en concretarse la firma del convenio con una entidad aliada.
- Porcentaje de perfiles de profesionales de la salud que cuentan con un avance entre 80% y 100% de los cursos de capacitación.
- Número de casos de reclamo que se generan al mes.
- Porcentaje de casos de reclamo cerrados sin escalación en el mes.
- Tiempo promedio que toma en cerrarse un caso de reclamo.
- Número de transacciones de cobro que se realizan al mes.
- Porcentaje de conversión de usuarios que hacen una reserva de cita y concretan el pago.
- Número de pagos a profesionales de la salud que se realizan al mes.
- Tiempo promedio que toma en concretarse el pago a los profesionales de la salud.

9.6. Presupuesto

La tabla a continuación muestra los costos que fueron propuestos y estuvieron asociados a la operación de la empresa:

Tabla 24. Costo operativos

Servicio	Descripción	Costo
Oficina virtual  www.regus.com	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección comercial - Manejo de correspondencia 	S/. 170.00 / mes (incluye IGV)
Contabilidad  www.micontable.pe	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoría contable y laboral - Registro en libros contables - Declaración mensual SUNAT - Declaración de planilla PDT 	S/. 350.00 / mes (incluye IGV)

Servicio	Descripción	Costo
Legal Cordova y Cordova Consultores Servicios Legales www.cordovaconsultores.com	- Reunión semanal - Revisión, análisis de contratos y documentos de repaldo	S/500.00 / mes (incluye IGV)
Servicio de Correo Electrónico  Microsoft 365 www.microsoft.com	- Correo electrónico - Office 365	\$ 6.00 / mes / usuario (valor sin IGV)
Dominio  GoDaddy www.godaddy.com	- Dominio Doctor Cita.pe - Protección de privacidad	\$399.95 / 5 años (valor sin IGV)
Certificado digital SSL  digicert® www.digicert.com	- Certificado Digital TLS/SSL OV	\$1,329.40 / 5 años (valor sin IGV)
Servicio de telefonía celular  Claro www.claro.com.pe	- Equipo Samsung Galaxy A54 - Llamadas nacionales ilimitadas - 30GB mensuales	S/1,649.00 / usuario S/39.90 / mes / usuario (incluye IGV)
Equipos de cómputo  HIRAOKA www.hiraoka.pe	- Laptop Lenovo IdeaPad1 15.6''	S/1,999.00 / usuario (incluye IGV)

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

9.7. Conclusiones

- El plan de operaciones permitió generar eficiencias a la empresa al definir y formalizar los flujogramas de cada proceso operativo, en los cuales se indicaron las tareas que cada responsable debe seguir.
- Se identificaron los indicadores clave que permiten monitorear cada proceso y posteriormente medir mejoras que se puedan realizar a los procesos con el fin de optimizar los recursos de este.
- Se consolidó la lista de gastos operativos que permiten a la empresa operar y así poder brindar el servicio tanto a profesionales de la salud como a pacientes.

CAPITULO X. PLAN DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION

10.1. Objetivo

A continuación, se enunciaron los siguientes objetivos:

- Definir los lineamientos para la implementación del sistema de citas médicas que soporte todas las funcionalidades propuestas.
- Proponer la infraestructura tecnológica y el tipo de tecnología base que soporte la continuidad operativa del sistema de citas médicas.
- Definir el perfil del proveedor responsable para la implementación del sistema de citas, de manera que se implemente oportunamente los requerimientos de negocio y que garantice la seguridad de la información de los usuarios.
- Diseñar la arquitectura de alto nivel del sistema.

10.2. Lineamientos del sistema

Se definió que la infraestructura tecnológica propuesta, se base en servicios de tipo Cloud (nube pública). Los principales lineamientos de la arquitectura relacionados a aplicaciones, información, datos, integración e infraestructura que se le entregará al proveedor responsable de la implementación del sistema se enumeraron como sigue:

- El sistema debe permitir el registro y trazabilidad de las operaciones que se realiza sobre la Base de Datos u otras fuentes de información.
- La aplicación móvil que se desarrolle debe soportar la plataforma iOS y Android, y deberá implementarse usando la última versión estable de lenguaje de programación por cada fabricante.
- El sistema debe tener registro de auditoría, desde el punto de vista de la aplicación, de los datos y de su infraestructura.
- El sistema debe implementarse con alta disponibilidad y continuidad del negocio en caso de desastres.
- El sistema debe ser desarrollado bajo una metodología vigente.
- Todos los módulos y componentes del sistema deben estar registrados en un inventario actualizado, donde incluyan atributos que permitan identificar la relación de los procesos con los módulos y/o componentes.
- El sistema debe cumplir con mecanismos de seguridad de la información que garantice la seguridad de los datos de los usuarios del sistema.
- La interconexión con otros sistemas se realizará a través de APIs.

- Para el desarrollo del sistema se debe considerar estándares de programación segura.
- El diseño del sistema debe soportar el servicio de forma rentable y en el tiempo adecuado; teniendo en cuenta la capacidad de gestionar cambios en los recursos demandados, así como la escalabilidad a largo plazo.
- Se debe contar con el procedimiento para realizar copias de respaldo que garantice la restauración de la información.
- El diseño del sistema debe considerar las características técnicas y puntos de control necesarios para verificar el cumplimiento de las disposiciones legales y normativas vigentes relacionadas a datos personales, seguridad de la información, Sistema de Información de Historias Clínicas Electrónicas en el marco de la Ley N° 30024.
- El sistema dispondrá de canales tecnológicos para la atención de usuarios finales.

10.3. Proveedor del sistema

Se estableció que el diseño, desarrollo, pruebas, implementación y operación del sistema sea realizado a través de un proveedor externo y gestionado por el asistente técnico (que depende del coordinador de operaciones de la empresa). Para ello, se planteó evaluar como mínimo a 3 proveedores candidatos que cuenten con experiencia no menor a 3 años en la implementación de sistemas empresariales basados en nube.

Los principales factores de evaluación del proveedor a elegir son el costo, cantidad de sistemas empresariales implementados basados en nube, SLA propuesto para la continuidad operativa del sistema o el tiempo máximo para el inicio de atención de soporte tecnológico.

Se determinó que el contrato con el proveedor por contratar debe ser del tipo llave en mano, es decir, será responsable de la disponibilidad de licencias o suscripciones, actividades de mantenimiento de la plataforma, servicio de soporte y de todos los componentes que sean necesarios para la continuidad operativa del sistema.

Como parte de los requisitos del proveedor se propuso que éste debe disponer de una central de servicios para la comunicación de incidentes, problemas o requerimientos, por medio de generación de tickets de atención, llamada telefónica local, por chat o correo electrónico.

Se definió que el contrato de implementación con el proveedor deberá contar con un periodo de implementación de seis (6) meses, con la finalidad de poder estabilizar la plataforma en el menor tiempo posible y poder iniciar la operación cuanto antes. Luego de ello, se propuso el inicio de la etapa de operaciones, por 5 años, donde el proveedor ofrece sus servicios de soporte y asistencia a la plataforma.

10.4. Infraestructura tecnológica

Se propuso que el sistema esté compuesto por la integración de servicios IaaS, PaaS y/o SaaS de un proveedor de nube pública, debido a que en esta plataforma se cuenta con distintos servicios e integraciones que cumplen con las funcionalidades requeridas para el sistema, así como con contar con la capacidad de consumir recursos de tecnología a demanda.

Debido a que se definió que el contrato con el proveedor sea por un plazo de 5 años, es necesario que las suscripciones requeridas en la plataforma de nube pública estén activadas también por 5 años, luego de ese periodo se evaluará la continuidad de esta o el cambio a otra plataforma.

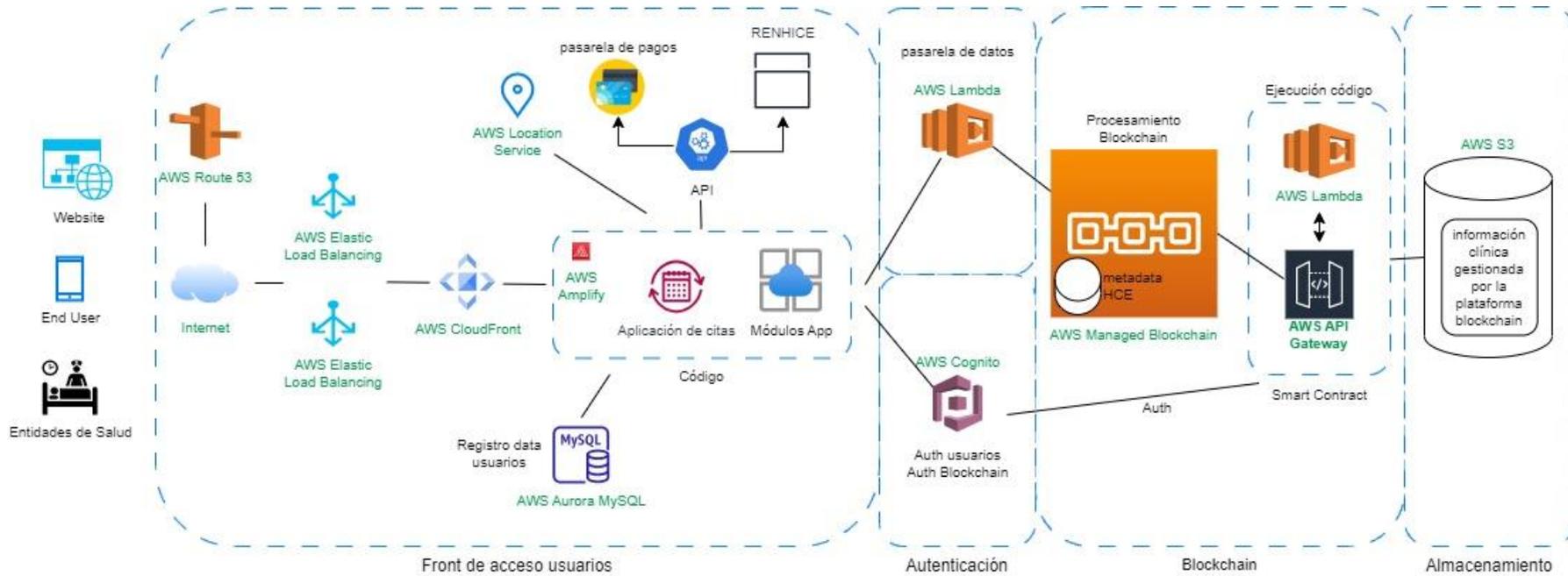
La implementación del sistema basado en nube propuesto permite abstraer y solicitar a demanda los recursos propios del servicio tales como componentes de networking, almacenamiento, procesamiento, componentes de seguridad, ambientes virtuales, bases de datos, balanceadores, redundancia para tolerancia a fallas, respaldos, entre otros; que sean necesarios para la continuidad operativa del servicio. De la misma se consideró el uso de la tecnología Blockchain para garantizar la integridad y seguridad del registro del historial clínico de los pacientes.

10.5. Arquitectura y Tecnología del sistema

El desarrollo del sistema se basó en soluciones propuestas por proveedores especialistas en la industria, y las funcionalidades y sus criterios de aceptación, se propusieron sean desarrolladas usando metodologías ágiles.

A continuación, se presenta la arquitectura de alto nivel para la implementación del sistema:

Figura 23. Arquitectura de alto nivel



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

La arquitectura tecnológica referencial de alto nivel propuesto para el plan de negocio se conforma por distintos componentes de nube pública que se integrarán a través de diferentes capas.

Para las transacciones de pago se estableció que el sistema tendrá la integración con una API de pasarela de pagos, la cual permitirá realizar los pagos correspondientes de las reservas de citas a través de distintas entidades bancarias.

La integración con servicios de geolocalización para la ubicación de los usuarios en los mapas digitales permite cumplir con el requerimiento funcional del sistema de poder generar citas con los especialistas de salud de acuerdo con su ubicación geográfica.

También se cumplió con el requerimiento de acceso de usuarios, para que puedan ingresar a través de un portal web ó aplicación móvil e interactuar y usar las funcionalidades del sistema. Se implementará un módulo en el sistema que permita ejecutar el alta de sus nuevos usuarios, que incluya un formulario web para la autorización del tratamiento de sus datos personales.

Los Smart Contracts (requeridos para asegurar el almacenamiento seguro y autenticado en la arquitectura Blockchain) serán ejecutados bajo los parámetros de lógica de negocio recomendada por el proveedor y almacenada en el repositorio de nube.

Con el objetivo de contar con una arquitectura base referencial se optó por seleccionar componentes de la plataforma de nube pública Amazon Web Services para diseñar los componentes que formarán parte del sistema, sin embargo, como se explicó previamente cualquier proveedor en su propuesta puede utilizar otra solución de nube pública, no obstante, la plataforma de nube pública seleccionada deberá contar al menos con los servicios de la arquitectura base definida en este plan. Los detalles de los componentes seleccionados y su descripción forman parte del **ANEXO 13**.

10.6. Seguridad de la Información:

Las políticas de seguridad de la información que se propusieron se alinean a las mejores prácticas, estándares y metodologías para mantener la continuidad de los procesos de negocio, priorizando la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información, tomando en cuenta que se gestionará información sensible de los pacientes y especialistas de salud. Específicamente en este apartado, es que se justifica el uso de

plataformas Blockchain para la gestión de los datos de las historias clínicas, debido a los niveles de integridad y confidencialidad que le brindan al tratamiento de los datos clínicos a ser almacenados. Asimismo, la plataforma debe estar alineada a los requisitos exigidos por la entidad reguladora local, es decir, debe permitir el cumplimiento de normas e integraciones que establece el RENHICE.

Como parte de los principales lineamientos de seguridad de la información se definieron:

- Definir roles y permisos necesarios para los usuarios de acuerdo con la necesidad o nivel de acceso permitido.
- La información que se almacena en los componentes del sistema deberá ser respaldada y accedida a través de mecanismos seguros y por el personal autorizado.
- Clasificar la información sensible y resguardarla bajo parámetros adicionales de seguridad.
- Se deberá elaborar un inventario de activos de la información y asegurar que la plataforma se mantenga actualizada, haciendo el seguimiento correspondiente al proveedor del servicio.
- Para la manipulación de la información existirá un procedimiento de manera que los datos puedan ser tratados y gestionados de manera confiable y segura, según las mejores prácticas de la arquitectura Blockchain.
- Se debe asegurar la confidencialidad de la información, de manera que los datos de los pacientes, su historia clínica y especialistas de salud sean accedidos sólo a través de previas aprobaciones.

El plan de negocio se encuentra enmarcado dentro del alcance del Reglamento de la ley N° 29733 “Ley de Protección de datos personales”, por lo que los lineamientos mencionados anteriormente serán aplicados en función de garantizar el resguardo de la información personal de los pacientes, así como, la implementación de políticas y medidas técnicas que permitan el bloqueo de acceso no autorizados a la información que se almacena en el sistema de citas médicas para el segmento de salud mental.

El tratamiento de datos sensibles será realizado bajo mecanismos que permitan encriptar la información. La información que se almacene en los repositorios de la nube pública será accedida a través del personal autorizado y mediante llaves y claves seguras.

Como parte de los requisitos de los contratos de desarrollo del sistema de citas médicas para el segmento de salud mental y de la implementación de la plataforma tecnológica se aplicarán cláusulas dentro del marco del Reglamento de la Ley de Protección de datos personales, garantizando que la información que se encuentra fuera del territorio nacional (nube pública) no pueda ser accedida por proveedores terceros.

Asimismo, cuando los profesionales de la salud mental y pacientes se registren como nuevos usuarios en el sistema de citas médicas, se les solicitará la autorización para el tratamiento de sus datos personales, de manera que los usuarios tengan conocimiento que se está cumpliendo con las obligaciones asumidas por las partes de acuerdo con los lineamientos y requisitos indicados en el Reglamento de la Ley de Protección de datos personales.

Finalmente, de acuerdo con los requisitos establecidos en la plataforma digital única del Estado Peruano, se cumplirá con la inscripción del banco de datos de los usuarios del sistema de citas médicas para el segmento de salud mental en el Registro Nacional de Protección de Datos Personales para las comunicaciones referidas al flujo transfronterizo de datos personales, considerando que se utilizará una plataforma de intermediación basada en servicios de nube pública.

10.7. Servicios de implementación de la plataforma

En el plan propuesto se identificó la necesidad de contratar servicios especializados para que se realicen las actividades de construcción y despliegue del sistema sobre la plataforma de nube pública, es decir, esta actividad debe realizarse a través de un proveedor externo.

Se dispuso que el sistema sea desplegado sobre una arquitectura final que cumpla inicialmente con un nivel de disponibilidad del sistema de un 99.9%, por ello el proveedor podrá afinar la arquitectura base de manera que asegure con el SLA indicado.

Como parte de la configuración de la plataforma, se consideró la capacidad de escalamiento de manera automática bajo demanda, de manera que pueda ser capaz de soportar posibles picos de procesamiento sin interrumpir los servicios desplegados o que se presente alguna degradación del servicio core de negocio, así como el crecimiento futuro.

Luego de la implementación debe entregarse toda la documentación, fuentes, y cualquier otro artefacto producto de esta. Se deberá documentar todos los

procedimientos y funcionalidades del sistema, de manera que se pueda enriquecer y actualizar estos documentos con los posibles cambios que se puedan ejecutar como mejoras futuras del sistema.

La creación y ejecución de todos los componentes en la plataforma de nube pública deben ser validadas por el personal técnico de la empresa.

10.8. Servicios de operación y mantenimiento de la plataforma

Los servicios de operación y mantenimiento de la plataforma fueron pensados para permitir la continuidad operativa del sistema alojado en la plataforma de nube pública, por ello, se estableció que es necesario que este servicio forme parte del contrato con el proveedor.

Como parte de este servicio se debe asegurar que los componentes desplegados que forman parte del sistema cuenten con el servicio de soporte de lado del fabricante, de manera que se puedan escalar los casos de soporte a través de tickets de incidentes.

A través de un módulo de monitoreo del servicio se podrán visualizar las métricas de desempeño, estado de los recursos, consumos de capacidades y niveles de disponibilidad de los componentes desplegados.

Las principales actividades que son parte de este servicio son:

- Gestión y control de la actualización de los componentes que forman parte del sistema, así como el software, licenciamiento y parches de la plataforma.
- Gestión de la configuración y aprovisionamiento de servicios.
- Gestión y monitoreo de métricas del rendimiento o niveles de servicio de cada uno de los componentes.
- Visibilidad del catálogo de servicios.
- Gestión y monitoreo de eventos.
- Gestión y monitoreo de la seguridad.
- Administración de logs

La operación de la plataforma debe incluir el control de la facturación en línea de manera que se supervise el costo por el uso de los componentes que forman parte del sistema.

Se propuso que se deba poder realizar cambios durante la operación del sistema, sin embargo, previamente deben ser aprobados por el personal técnico de la empresa.

10.9. Presupuesto

Se realizó el análisis a fin de proponer el presupuesto estimado, el cual incluye los costos para el desarrollo, implementación y operación del sistema propuesto:

Tabla 25. Costos de Tecnología e Información

Descripción	Monto (sin IGV)	IGV
Desarrollo de software (Web y App)	S/ 115,000.00	S/ 20,700.00
Servicio de Implementación en nube	S/ 59,322.03	S/ 10,677.97
Infraestructura en nube durante implementación	S/ 72,258.05	S/ 13,006.45
Servicio de integración de APIs	S/ 5,000.00	S/ 900.00
Certificado digital	S/ 4,918.78	S/ 885.38
Registro de dominio	S/ 1,479.82	S/ 266.37
Servicios AWS del primer año (*)	S/ 131,378.27	S/ 23,648.09
Soporte de fabricante de nube 24x7 del primer año (*)	S/ 13,137.83	S/ 2,364.81
Servicio gestionado de operación del primer año (*)	S/ 39,413.48	S/ 7,094.43
(*) Estos servicios crecen un 8% año a año.		

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Adicionalmente se tienen costos referenciales relacionados a la integración del sistema con la API de pasarela de pagos, para este caso se utilizó como referencia los costos del proveedor Izipay:

Tabla 26. Costos de pasarela de pagos

Comisión Pasarela de Pagos	3.44% + IGV	Por transacción
	S/ 0.50 + IGV	

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

10.10. Conclusiones

- El diseño, implementación, operación y mantenimiento del sistema para la plataforma de Doctor Cita, debe realizarse bajo las mejores prácticas de los fabricantes, por lo tanto, es necesario que el proveedor que se seleccione cuente con la experiencia en implementación de sistemas sobre plataformas de nube pública.
- Durante los primeros 6 meses deben realizarse las actividades de diseño, pruebas e implementación del sistema sobre la plataforma de nube pública, luego de ese periodo se iniciará con el servicio de operación y mantenimiento.

- La integración con la API de pasarela de pagos es fundamental para que se puedan realizar las transacciones de pago que son parte del sistema, por ello, en una primera etapa se debe considerar la selección de una API que tenga alcance a nivel nacional y que permita realizar los pagos a través de diferentes entidades bancarias.
- Se propuso que el sistema cumpla con las disposiciones legales y normativas vigentes relacionadas a datos personales, seguridad de la información, Sistema de Información de Historias Clínicas Electrónicas en el marco de la Ley N° 30024.
- La gestión de la supervisión de los cumplimientos de los contratos con los proveedores del sistema queda como una responsabilidad del personal técnico que está a cargo del Coordinador de Operaciones.
- Los principales lineamientos de la arquitectura relacionados a aplicaciones, información, datos, integración e infraestructura deben ser entregados al proveedor responsable de la implementación del sistema.

CAPITULO XI. PLAN FINANCIERO

El presente capítulo se resumieron todos los elementos para analizar la viabilidad del modelo de negocio a través de la evaluación económica del mismo. Para este fin se consideraron todos los datos obtenidos en los capítulos previos, para la estimación de ingresos y egresos. Asimismo, se definieron criterios financieros como VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno) y PRI (plazo de recuperación de la inversión) para analizar de forma cuantitativa la viabilidad financiera.

11.1. Objetivos

- Estimar las proyecciones de ingresos y egresos.
- Realizar un flujo económico dentro del horizonte de evaluación.
- Analizar la viabilidad del proyecto en base a indicadores financieros.
- Realizar un análisis de sensibilidad en escenarios optimista, esperado y pesimista, mediante la modificación de variables críticas en el modelamiento.

11.2. Consideraciones para el modelamiento

- La evaluación se ha realizado tomando en cuenta todos los montos en Soles (S/.)
- El valor de la UIT a julio del 2023 es de S/4,950.00. Se ha considerado que este valor aumente año a año en S/50.00, lo que se encuentra dentro de la conducta esperada para este parámetro.
- La tasa de descuento del proyecto se estipula en 20%. La misma estuvo por encima de otros instrumentos financieros disponibles a la fecha para poder ofrecer rentabilidad, tales como fondos mutuos, fondos de inversiones, cuentas de ahorros u otros, al momento de la elaboración del presente plan.
- El impuesto a la renta es dependiente de la utilidad que se obtenga en la operación. En base al régimen propuesto para el negocio (MYPE – Pequeña empresa), los descuentos son como sigue:
 - 10%, para ingresos de hasta 15 UIT.
 - 29.5%, para ingresos mayores a 15 UIT.
 - Aplicables de forma anual, al cierre del ejercicio contable.
 - En el plan propuesto, estos montos se han mantenido fijos a lo largo del tiempo, por lo que no se considera variación de estos.

- El Impuesto General a las ventas (IGV) de 18%, es considerado fijo a lo largo de la evaluación, pues existe un bajo riesgo de que este valor cambie en el tiempo.
- En base a lo anterior, se consideró un tipo de cambio constante en el tiempo. USD\$ 1 = S/ 3.65. Sin embargo, su variación fue considerada como parte de los escenarios de evaluación.
- Una de las funcionalidades importantes en el planteamiento de Doctor Cita, es la pasarela de pagos. La misma está sujeta a comisión y para el análisis, se consideró de forma constante lo siguiente:
 - 3.44% del precio de venta (inc. IGV) de cada transacción, y
 - S/0.50 + IGV por cada transacción efectuada.
- Doctor Cita cuenta con dos ingresos principales:
 - El provisto por los pacientes, que se calcula sobre el margen de 12.5% sobre el costo, ello también se toma como consenso de grupo en base a la información provista por la investigación de mercado.
 - Una suscripción mensual que pagan los profesionales que participan de la plataforma.
- La depreciación anual del activo fijo ha sido calculada mediante el método de línea recta.

11.3. Metodología

Para determinar la viabilidad del proyecto, se evaluaron los valores de las variables financieras: VAN, TIR, PRI, y sus variaciones en los escenarios estudiados, a fin de concluir la viabilidad del proyecto.

11.4. Horizonte de la evaluación

La evaluación realizada ha tomado en consideración un horizonte de 5 años para la ejecución del proyecto. El mismo también consideró una etapa Pre-Operativa estimada en 6 meses, contabilizada exclusivamente como inversión inicial.

11.5. Etapa Pre-Operativa

La etapa Pre-Operativa, detalló todas las inversiones que son necesarias para dar de alta a la empresa, sostener sus funciones operativas y conseguir el desarrollo de la plataforma Doctor Cita.

11.5.1.1. Capital de trabajo

Se detallaron todos aquellos elementos que requieren del aporte de los inversionistas a fin de sostener la operación. Entre ellos, listamos:

- Constitución y operaciones de la empresa:
 - Gastos de oficina virtual, asesoría legal y asesoría contable.
- Administrativos:
 - Remuneración del personal, quienes serán considerados en la planilla considerando todos los efectos de ley del régimen considerado para la empresa.
- Marketing:
 - Campañas enfocadas específicamente en conseguir el alta del pool de doctores que participen de la plataforma. Esto, a fin de poder contar con oferta disponible una vez que la plataforma sea publicada.
- Tecnología:
 - Costos de la plataforma de cómputo en nube, requeridos para poder desplegar la solución. Considera el monto requerido para sostener la plataforma por seis meses.
 - Servicios de implementación de la plataforma de nube. Costo único para la configuración de la plataforma de nube.
 - Servicio de integración de API: Requerido para la integración con terceros como los de pasarela de pago.
 - Certificado digital: Necesario para poder publicar la solución Doctor Cita al público.
 - Servicios de correo electrónico, servicios de telefonía celular.
 - Registro de dominio público en internet

11.5.1.2. Activos Fijos

Requeridos para poder efectuar adecuadamente las actividades operativas de la compañía

- Equipos de cómputo: Laptops, y el software asociado al mismo
- Equipos de telefonía celular.

11.5.1.3. Activos Intangibles

Asignado al costo necesario para el desarrollo de la plataforma Doctor Cita. La propiedad intelectual del código de Doctor Cita debe quedar registrada como propiedad de la empresa. Las herramientas y personal humano necesario para desarrollarlo se consideraron a todo costo.

11.5.1.4. Determinación de la inversión necesaria para la etapa pre-operativa

Para poder cubrir todos los costos que exigen los seis primeros meses de la operación, se consideró la suma del Capital de Trabajo, los Activos Fijos y los Activos Intangibles, según fuese descrito previamente.

Tabla 27. Costos de etapa pre-operativa

Descripción	Tipo	Monto (sin IGV)	IGV
Equipos de cómputo	AF	S/ 6,776.27	S/ 1,219.73
Desarrollo de software (Web y App)	AI	S/ 115,000.00	S/ 20,700.00
Costo de infraestructura AWS (6 meses)	CT	S/ 71,281.59	S/ 12,830.69
Implementación de infraestructura en nube	CT	S/ 59,322.03	S/ 10,677.97
Servicio de integración de APIs	CT	S/ 5,000.00	S/ 900.00
Certificado digital	CT	S/ 4,852.31	S/ 873.42
Servicio de correo electrónico	CT	S/ 525.60	S/ 94.61
Equipos de telefonía celular	AF	S/ 5,555.93	S/ 1,000.07
Servicio de telefonía celular	CT	S/ 811.53	S/ 146.07
Constitución de la empresa	CT	S/ 2,711.86	S/ 488.14
Remuneración de personal	CT	S/ 129,276.00	N/A
Registro de dominio	CT	S/ 1,459.82	S/ 262.77
Campañas de inscripción inicial de pool de doctores	CT	S/ 8,474.58	S/ 1,525.42
Oficina virtual	CT	S/ 864.41	S/ 155.59
Asesoría legal	CT	S/ 2,542.37	S/ 457.63
Asesoría contable	CT	S/ 1,779.66	S/ 320.34

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Al haberse establecido un horizonte de evaluación de 5 años, se estableció que el capital de trabajo debe ser retornado al inversionista al final de dicho periodo.

Al mismo tiempo, los activos fijos e intangibles se sujetaron a depreciación y amortización respectivamente, por lo que no se espera un valor de rescate para ellos al final de dicho periodo, según el análisis efectuado.

11.5.1.5. Consideraciones de la depreciación y amortización

En base a la información disponible en el portal de la SUNAT, determinamos que los equipos de cómputo, en este caso, las laptops, se depreciarán de forma lineal, durante los primeros 3 años.

Por otro lado, el software de Doctor Cita, desarrollado en la etapa Pre-Operativa, será amortizado de forma lineal durante 5 años.

Tabla 28. Depreciación y amortización

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación	S/ 4,110.73	S/ 4,110.73	S/ 4,110.73	S/ -	S/ -
Amortización	S/ 23,000.00				

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6. Etapa Operativa

Una vez que la plataforma Doctor Cita haya sido desarrollada, y ya se cuente con la cantidad objetivo de profesionales de la salud inscritos dentro de la plataforma, se dará el inicio formal de operaciones de Doctor Cita de cara al cliente.

11.6.1. Análisis de ingresos

Los ingresos principales fueron separados en dos partes:

11.6.1.1. Ingresos provenientes del pago de los pacientes

En base a la investigación de mercado y al consenso del equipo de trabajo, se determinaron tres bandas de precios para los precios de los profesionales:

Tabla 29. Ingreso proveniente del pago de citas

Descripción	Costo (sin IGV)	Precio que paga el paciente (sin IGV)	Precio que paga el paciente (incluye IGV)
Costo - Consulta Psiquiatra	S/ 118.64	S/ 135.59	S/ 160.00
Costo - Consulta Psicólogo	S/ 74.15	S/ 84.75	S/ 100.00
Costo - Consulta Neurólogo	S/ 118.64	S/ 135.59	S/ 160.00

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Asimismo, en base a los criterios presentados en el plan de Marketing y la investigación de mercado, se presentó la proyección objetivo de citas que dispondrá la plataforma. Como puede observarse, se espera tener una cantidad mayor de citas para los psicólogos, y en proporciones menores para psiquiatras y neurólogos, en base a los criterios establecidos en el plan de marketing.

Tabla 30. Proyección de citas disponibles por año

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
# Citas - Psiquiatra	7680	12000	16320	21120	25440
# Citas - Psicólogo	23520	36480	49440	64320	77280
# Citas - Neurólogo	5280	8160	11040	14400	17280
# Total Profesionales de la salud	76	118	160	208	250

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.1.2. Ingresos provenientes de las suscripciones pagadas por los profesionales de la salud

Se ha determinado que los profesionales de la salud paguen una suscripción de forma mensual.

El monto mensual de suscripción en Doctor Cita, se propuso en S/90 + IGV (106 soles). El monto es resultado del consenso del equipo, basados en la información provista por la investigación de mercado.

11.6.2. Análisis de egresos

Respecto a los costos que se deben tener en cuenta para la marcha de la empresa en su etapa operativa, se consideraron los siguientes:

11.6.2.1. Costos organizacionales

Asociados a la planilla del personal que labora en la empresa.

Para ello, nos referiremos a la información planteada en el capítulo VIII, donde encontramos los detalles de la planilla. Asimismo, y para contabilizar los costos vinculados a la planilla (CTS, vacaciones, Essalud, SCTR, otros), se ha estimado un costo laboral del 26%, a fin de considerar todos estos puntos.

Tabla 31. Costos laborales

Descripción	Sueldo Base	Costo laboral (26%)	Total mensual	Total anual
Gerente General	S/ 7,000.00	S/ 1,820.00	S/ 8,820.00	S/ 105,840.00
Coordinador de Operaciones	S/ 4,500.00	S/ 1,170.00	S/ 5,670.00	S/ 68,040.00
Asistente comercial	S/ 2,800.00	S/ 728.00	S/ 3,528.00	S/ 42,336.00
Asistente de operaciones	S/ 2,800.00	S/ 728.00	S/ 3,528.00	S/ 42,336.00
				S/ 258,552.00

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.2.2. Costos de marketing

A continuación, se listó el desgajado de los costos (sin IGV) considerado para los 5 años, en concordancia con los planes de marketing descritos en el capítulo VII.

Tabla 32. Costos de marketing

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Participación en ferias médicas (4 ferias al año)	S/ 8,135.59	S/ 8,135.59	S/ 6,101.69	S/ 6,101.69	S/ 6,101.69
Brochure, Afiches, folletos, artículos publicitarios (4 veces al año)	S/ 6,101.69	S/ 5,084.75	S/ 4,067.80	S/ 4,067.80	S/ 4,067.80
Campaña anual ads.google.com	S/ 15,254.24	S/ 15,254.24	S/ 11,186.44	S/ 8,135.59	S/ 8,135.59

Campaña anual facebook.business.com	S/ 15,254.24	S/ 15,254.24	S/ 11,186.44	S/ 6,101.69	S/ 6,101.69
Campaña anual business.instagram.com	S/ 15,254.24	S/ 13,220.34	S/ 10,169.49	S/ 6,101.69	S/ 6,101.69
Campaña anual tiktok.com	S/ -	S/ 5,084.75	S/ 4,067.80	S/ 3,050.85	S/ 3,050.85
Elaboración de material audiovisual (imágenes, fotos, videos)	S/ 30,000.00	S/ 17,966.10	S/ 15,254.24	S/ 11,694.92	S/ 11,694.92
Retención y fidelización	S/ 1,694.92				
Total anual (sin IGV)	S/ 91,694.92	S/ 81,694.92	S/ 63,728.81	S/ 46,949.15	S/ 46,949.15
IGV	S/ 16,505.08	S/ 14,705.08	S/ 11,471.19	S/ 8,450.85	S/ 8,450.85

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.2.3. Costos de operaciones

A continuación, se listaron los costos necesarios para asegurar las actividades de comunicaciones, contables y legales de la empresa, según detallado en el plan de operaciones del capítulo IX. Los costos se considerarán fijos a lo largo del tiempo.

Tabla 33. Costos de operaciones

Descripción	Monto anual (sin IGV)	IGV
Servicio de correo electrónico	S/ 1,065.60	S/ 191.81
Servicio de telefonía celular	S/ 1,623.05	S/ 292.15
Oficina virtual	S/ 1,728.81	S/ 311.19
Asesoría legal	S/ 5,084.75	S/ 915.25
Asesoría contable	S/ 3,559.32	S/ 640.68
	S/ 13,061.53	S/ 2,351.08

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.2.4. Costos de tecnología

A continuación, se listaron los costos asociados a la infraestructura de la plataforma en nube, dimensionada para la operación de la plataforma, considerando un horizonte de operación de 5 años. Para los costos de soporte del fabricante, se ha tomado como referencia la propuesta de costeo del proveedor AWS, quien cobra 10% sobre el costo de la suscripción, para el soporte en modalidad 24x7. Asimismo, se consideraron los márgenes de crecimiento de la plataforma con el tiempo (incluye también variaciones en el precio de las suscripciones del fabricante), a fin de soportar mayor demanda.

El costo anterior también consideró una reserva de presupuesto para la publicación de la APP de Doctor Cita en las tiendas digitales más populares como Apple Store y Google Play Store.

Tabla 34. Costos de tecnología

Descripción	Año 1 (sin IGV)	IGV
Infraestructura AWS	S/ 129,602.89	S/ 23,328.52
Soporte de fabricante 24x7	S/ 12,960.29	S/ 2,332.85
Servicio gestionado de operación	S/ 38,880.87	S/ 6,998.56
	S/ 181,444.04	S/ 32,659.93

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 35. Consolidado de egresos durante la operación (año 1 a año 5)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos organizacionales (no afecto a IGV)	S/ 258,552.00				
Gastos de marketing	S/ 91,694.92	S/ 81,694.92	S/ 63,728.81	S/ 46,949.15	S/ 46,949.15
Gastos de operaciones	S/ 13,047.13				
Gastos de tecnología	S/ 181,444.04	S/ 195,959.56	S/ 211,636.33	S/ 228,567.24	S/ 246,852.61
Total Egresos	S/ 544,738.09	S/ 549,253.61	S/ 546,964.27	S/ 547,115.52	S/ 565,400.90

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de egresos	S/ 51,513.50	S/ 52,326.29	S/ 51,914.21	S/ 51,941.43	S/ 55,232.80

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.2.5. Análisis de capital de trabajo a lo largo del proyecto

Para su cálculo, se ha utilizado el método del máximo déficit acumulado considerando la operación del año 1 al año 5.

Tabla 36. Análisis de capital de trabajo

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	S/ 472,420.69	S/ 733,701.28	S/ 994,981.86	S/ 1,293,215.49	S/ 1,554,496.08
Egresos	S/ 596,251.58	S/ 601,579.90	S/ 598,878.48	S/ 599,056.95	S/ 620,633.70
Flujo neto	-S/ 123,830.90	S/ 132,121.37	S/ 396,103.38	S/ 694,158.54	S/ 933,862.38
Flujo acumulado	-S/ 123,830.90	S/ 8,290.48	S/ 404,393.86	S/ 1,098,552.40	S/ 2,032,414.78

Capital de trabajo Año 1 a 5	-S/ 123,830.90
---------------------------------	----------------

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.3. Análisis de los tributos

11.6.3.1. Impuesto a la renta

A continuación, se presenta el cálculo propuesto para la determinación del monto a pagar por Impuesto a la Renta de cada año de operación.

Para este propósito se tomó en cuenta el régimen MYPE Tributario en el que se encuentra Doctor Cita.

Tabla 37. Cálculo de impuesto a la renta

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	S/ -	S/ 400,356.52	S/ 621,780.74	S/ 843,204.97	S/ 1,095,945.33	S/ 1,317,369.56
Egresos	S/ 416,233.96	S/ 544,738.09	S/ 549,253.61	S/ 546,964.27	S/ 547,115.52	S/ 565,400.90
Depreciación	S/ -	S/ 4,110.73	S/ 4,110.73	S/ 4,110.73	S/ -	S/ -
Amortización	S/ -	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00	S/ 23,000.00
Utilidad antes de impuestos	-S/ 416,233.96	-S/ 171,492.31	S/ 45,416.40	S/ 269,129.96	S/ 525,829.81	S/ 728,968.66
Cálculo de Impuesto a la renta	-S/ 41,623.40	-S/ 17,149.23	S/ 4,541.64	S/ 79,393.34	S/ 155,119.79	S/ 215,045.75
Escudo tributario del año	S/ 41,623.40	S/ 17,149.23	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Escudo tributario acumulado	S/ 41,623.40	S/ 58,772.63	S/ 54,230.99	S/ -	S/ -	S/ -
Pago de Impuesto a la renta	S/ -	S/ -	S/ -	-S/ 25,162.35	-S/ 155,119.79	-S/ 215,045.75

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.6.3.2. Impuesto general a las ventas

En la presente sección se efectuó el análisis para determinar los montos a pagar por concepto de Impuesto General a las Ventas (IGV), el mismo que corresponde al 18% del valor de venta.

En el proceso del cálculo del IGV, se tuvo en consideración el crédito fiscal que se generó durante la etapa preoperativa y el primer año de operación.

Tabla 38. Cálculo de impuesto general a las ventas

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV de Ingresos	S/ -	S/ 72,064.17	S/ 111,920.53	S/ 151,776.89	S/ 197,270.16	S/ 237,126.52
IGV de Egresos	S/ -	S/ 51,513.50	S/ 52,326.29	S/ 51,914.21	S/ 51,941.43	S/ 55,232.80
IGV de Inversiones y Activos	S/ 51,652.43	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Neto IGV	S/ 51,652.43	-S/ 20,550.68	-S/ 59,594.24	-S/ 99,862.68	-S/ 145,328.73	-S/ 181,893.72

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crédito Fiscal	-S/ 51,652.43	-S/ 31,101.76	S/ 28,492.49	S/ 99,862.68	S/ 145,328.73	S/ 181,893.72
Pago de IGV	S/ -	S/ -	-S/ 28,492.49	-S/ 99,862.68	-S/ 145,328.73	-S/ 181,893.72

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.7. Flujo de caja y análisis financiero

Para concluir con el análisis se procedió a armar los flujos de caja y analizar la viabilidad.

Para este propósito se armó el Flujo de Inversiones. El cual contiene los recursos destinados a la puesta en marcha de la operación, considerando todos los gastos requeridos para iniciar las operaciones.

Tabla 39. Flujo de inversiones

FLUJO DE INVERSIONES						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital de Trabajo	-S/ 412,732.65	S/ -				
Activos Fijos	-S/ 12,332.20	S/ -				
Activos Intangibles	-S/ 115,000.00	S/ -				
Valor de rescate capital de trabajo	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 412,732.65
Valor de rescate activos fijos	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
TOTAL FLUJO DE INVERSIONES	-S/ 540,064.85	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 412,732.65

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Asimismo, se armó el Flujo de Operaciones. El cual contiene los conceptos procedentes a la operación de la empresa durante la etapa operativa de la misma.

Tabla 40. Flujo de operaciones

FLUJO DE OPERACIONES						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	S/ -	S/ 472,420.69	S/ 733,701.28	S/ 994,981.86	S/ 1,293,215.49	S/ 1,554,496.08
Egresos	S/ -	-S/ 596,251.58	-S/ 601,579.90	-S/ 598,878.48	-S/ 599,056.95	-S/ 620,633.70
Pago IGV	S/ -	S/ -	-S/ 28,492.49	-S/ 99,862.68	-S/ 145,328.73	-S/ 181,893.72
Pago IR	S/ -	S/ -	S/ -	-S/ 25,162.35	-S/ 155,119.79	-S/ 215,045.75
TOTAL FLUJO DE OPERACIONES	S/ -	-S/ 123,830.90	S/ 103,628.89	S/ 271,078.34	S/ 393,710.02	S/ 536,922.91

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Posteriormente, se determinó el Flujo de Caja Económico. Que corresponde a la suma del Flujo de Inversiones y el Flujo de Operaciones.

Tabla 41. Flujo económico

FLUJO ECONÓMICO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de inversiones	-S/ 540,064.85	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 412,732.65
Flujo de operaciones	S/ -	-S/ 123,830.90	S/ 103,628.89	S/ 271,078.34	S/ 393,710.02	S/ 536,922.91
TOTAL FLUJO ECONÓMICO	-S/ 540,064.85	-S/ 123,830.90	S/ 103,628.89	S/ 271,078.34	S/ 393,710.02	S/ 949,655.56

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Sobre el Flujo económico se analizó la viabilidad del proyecto, tomando en cuenta la tasa de descuento del 20%. De esta manera se determinó que el proyecto es viable al tener un VAN mayor a cero, tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla y un periodo de retorno de la inversión atractivo para los socios.

Tabla 42. Criterios financieros

VAN	S/ 157,094.42
TIR	26.89%
PRI	0.77
	3 años 10 meses

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.8. Análisis de escenarios

Con el fin de determinar escenarios que permitiesen analizar la viabilidad del proyecto ante la modificación de variables clave, se estudió un total de 3 escenarios.

Las variables consideradas, fueron las siguientes:

- Tipo de cambio: Debido a que es una variable volátil, consideramos cómo afecta al proyecto en escenarios con un tipo de cambio agresivo, y otro con tipo de cambio más optimista.
- Comisión de pasarela de pagos: Debido a que el proveedor de la pasarela de pagos puede ofrecer descuentos en su oferta en base a criterios como incremento de volumen de consultas, se consideró un escenario más adecuado para el caso optimista. En los otros casos se consideró el descuento estándar provisto.
- Porcentaje de adopción año 1: Esta variable es fundamental para poder definir la cantidad inicial de citas que dispone para la oferta. Una mejor adopción al inicio de las operaciones asegura una mejor rentabilidad. Menores adopciones ponen en riesgo al proyecto.
- Costos de los profesionales: Debido a que la investigación de mercado ofrece resultados que se encuentran en rangos que no necesariamente intersectan con las expectativas de los profesionales y los pacientes, se consideró mover los valores en espectros pesimistas y optimistas para visualizar la conducta del ejercicio financiero.

- Margen de la cita: Este valor está directamente vinculado al pago que hace el paciente. Eventualmente se puede ofrecer un precio ligeramente más alto al paciente para asegurar mejor rentabilidad.

Con base en lo anterior, se desarrollaron los siguientes escenarios:

- Escenario pesimista: Considera un tipo de cambio mayor con respecto al escenario esperado, lo cual impacta en un mayor costo en el uso de la plataforma en nube. Al mismo tiempo, considera que la negociación con el proveedor de la pasarela de pagos no es exitosa. También considera que los profesionales de la salud proponen precios mayores en sus tarifas, lo que obliga a reducir el margen con el fin de que no se les traslade un incremento agresivo a los pacientes.
- Escenario esperado (analizado extensivamente en el capítulo en desarrollo)
- Escenario optimista: Considera un mejor tipo de cambio, lo que beneficia particularmente en los pagos que se hace por la plataforma en nube pública, cotizada en dólares. Asimismo, considera que se consigue negociar una mejor tasa con el proveedor de pasarela de pagos lo que beneficia al margen del negocio. Asimismo, considera una campaña de captación de profesionales de la salud más exitosa, que asegura una mayor oferta en un mercado que, según estudiado, tiene espacio suficiente de adopción de pacientes. Finalmente, considera que los profesionales de la salud están conformes con la propuesta de costos de sus citas como sugerida en el plan original (basada en la investigación de mercado).

En todos los escenarios, se obtiene un VAN positivo, pero en el escenario pesimista, podemos ver una recuperación relativa de la inversión a muy largo plazo, comparada con las otras opciones.

La tabla a continuación resume los factores clave que se modificaron y los resultados obtenidos en el análisis de los criterios financieros (VAN, TIR y PRI).

Tabla 43. Análisis de escenarios

VARIABLES CRÍTICAS	Escenario Pesimista	Escenario Esperado	Escenario Optimista
Tipo de cambio	S/ 3.70	S/ 3.65	S/ 3.60
Comisión de pasarela de pagos	3.44%	3.44%	3.10%
Porcentaje de adopción año 1	7.5%	7.5%	8.0%
Costo - Consulta Psiquiatra (Sin IGV)	S/ 126.06	S/ 118.64	S/ 118.64
Costo - Consulta Psicólogo (Sin IGV)	S/ 81.57	S/ 74.15	S/ 74.15
Costo - Consulta Neurólogo (Sin IGV)	S/ 126.06	S/ 118.64	S/ 118.64
Margen Doctor Cita	11.50%	12.50%	13.50%
Valor Actual Neto	S/ 62,980.14	S/ 157,094.42	S/ 541,923.60
Tasa Interna de Retorno	22.69%	26.89%	47.23%
Plazo de Recuperación de la Inversión	0.90	0.77	0.45
	4 años 5 meses	3 años 10 meses	2 años 3 meses

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.9. Análisis de sensibilidad

El siguiente análisis pretende entender el tipo de cambio más alto en el que se puede continuar operando el negocio, considerando que los profesionales de la salud, por razones externas, deseen pagar menores costos de suscripción. Una razón de esto puede ser la aparición de otros competidores. El análisis se efectúa específicamente sobre los profesionales de la salud, siendo que las citas que ellos aportan a la plataforma definen la oferta disponible.

Tabla 44. Análisis de sensibilidad. Suscripción del profesional vs. Tipo de cambio

		Tipo de cambio			
		3.65	3.76	3.87	3.99
Suscripción mensual de profesionales de la salud	S/ 90.00	S/ 157,094.42	S/ 137,060.05	S/ 116,424.65	S/ 95,170.19
	S/ 80.00	S/ 111,160.81	S/ 91,126.44	S/ 70,491.04	S/ 49,236.57
	S/ 70.00	S/ 65,227.20	S/ 45,192.83	S/ 24,557.43	S/ 3,270.83
	S/ 60.00	S/ 19,293.58	-S/ 860.77	-S/ 21,819.56	-S/ 43,407.10
	S/ 50.00	-S/ 27,190.37	-S/ 47,538.70	-S/ 68,497.48	-S/ 90,085.03

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

De forma similar al análisis previo, se plantea que, ante elementos externos que afecten la rentabilidad de la plataforma, como puede ser, la variación del tipo de cambio, se propone una renegociación de las tasas que cobra la pasarela de pagos, que son un monto importante en el cuadro de costos de la operación. Los resultados, se tabulan a continuación:

Tabla 45. Análisis de sensibilidad: Comisión de pasarela de pago vs. Tipo de cambio

		Tipo de cambio			
		3.65	3.7595	3.87	3.99
Tasa de pasarela de pago	4.00%	S/ 45,118.11	S/ 25,083.74	S/ 4,423.16	-S/ 17,164.38
	3.72%	S/ 101,106.26	S/ 81,071.89	S/ 60,436.49	S/ 39,182.03
	3.44%	S/ 157,094.42	S/ 137,060.05	S/ 116,424.65	S/ 95,170.19
	3.16%	S/ 213,082.58	S/ 193,048.21	S/ 172,412.80	S/ 151,158.34
	2.88%	S/ 260,183.95	S/ 249,036.36	S/ 228,400.96	S/ 207,146.50

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

11.10. Conclusiones

- En base al análisis de los escenarios, y con base en la investigación de campo, se determinó que el proyecto es viable.
- La variable que limita el tamaño de la oferta que potencialmente puede ofrecerse, es la cantidad de profesionales disponibles (en base a la cantidad de citas que pueden atender).
- Se observó también que se cuenta con mercado suficiente de pacientes para llevar a cabo el proyecto, y si bien los esfuerzos para atraerlos son importantes, mucho más son los que se necesitan para captar profesionales de la salud. Esto es un desafío, debido a que, como hemos visto en la investigación, el mercado peruano adolece de la ausencia de profesionales.
- Las pasarelas de pago cuentan con fuertes comisiones y ello impacta en el resultado del negocio. Un objetivo que debe buscar el proyecto es conseguir una tasa de comisión más baja, la cual puede negociarse con el proveedor a fin de obtener márgenes más saludables.
- Debido a que existe sensibilidad en cuanto al costo que cobra el profesional de la salud (en el estudio de mercado se aprecia que algunos profesionales perciben que estas plataformas les ofrecen costos demasiado bajos de las consultas), en el escenario pesimista se considera que el profesional se sentirá a gusto con un

costo más alto, mientras que, en el optimista, se sentirán conformes con los valores propuestos por la plataforma.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Resultado de la investigación de mercado se obtuvo un nivel de aceptación de Doctor Cita del 73% y una intención de compra en Doctor Cita de 60% de los usuarios, específicamente en el rubro de psicología, psiquiatría o neurología. Se observó que existe suficiente demanda para poder ejecutar el plan de negocios, es decir, existen suficientes pacientes que calzan dentro de los criterios del Estudio de Mercado.
- Una limitante del modelo de negocio es la disponibilidad de profesionales de la salud, puesto que ellos definen la oferta disponible de la plataforma, que es, la cantidad de citas disponibles. A fin de poder acelerar el crecimiento del negocio, es necesario contar con más profesionales de la salud, puesto que se cuenta con mayor demanda del lado de los pacientes.
- En base a lo anterior, los mayores esfuerzos en marketing deben estar enfocados en los profesionales de la salud. Es decir, en hacerlos partícipes de la plataforma.
- Lo anterior también manifiesta una amenaza al proyecto. Si no se mantiene el interés de los doctores a lo largo del proyecto para que mantengan su suscripción activa, o esta no representa valor para el profesional, se reduce la disponibilidad de citas y, por tanto, la rentabilidad del proyecto.
- Otra forma de obtener crecimiento en la plataforma es extender la misma a nivel nacional, donde también se puede contar con mayor cantidad de profesionales que aporten a esta.
- Como se puede apreciar en el modelo optimista en el análisis de escenarios, la forma más rápida para optimizar costos es mediante una renegociación de la tasa que cobra la pasarela de pagos.
- Como fuese indicado en el primer capítulo del proyecto, no se ha considerado el aporte de los ingresos de publicidad dentro de la plataforma. Ello tiene el potencial de hacer más rentable el proyecto dentro del horizonte de evaluación. Asimismo, la investigación de mercado demostró que el 97% de los encuestados usaría la aplicación aun así esta contenga publicidad incrustada en forma de banner.

- El estudio de factibilidad financiera realizado como parte de la investigación concluye que el plan de negocio planteado es viable, con parámetros de decisión positivos tales como el VAN, cubriendo así las expectativas del proyecto.
- Se elaboró un modelo de negocio y sus capítulos que permitieron facilitar la intermediación de los pacientes en el segmento de salud mental y sus profesionales especializados a través de un sistema de citas médicas que tenga la capacidad de almacenar y presentar la historia clínica del paciente (Doctor Cita). Se elaboraron el plan de marketing basado en estrategias de crecimiento y posicionamiento, el plan organizacional de la empresa, el plan de operaciones, el plan de TI y el plan financiero que determinaron la viabilidad económica del modelo de negocio.

Recomendaciones

Como parte de los estudios de mercado, se puede considerar incluir en la plataforma, algunos elementos que han sido mencionado en las entrevistas y focus group. La mayoría de estas recomendaciones no han sido estudiadas en la investigación de mercado, por lo que su aplicación a futuro debería ser refrendada con otras fuentes:

- Proponer que la plataforma cuente en algún momento con citas virtuales. Esto posiblemente haga sentido con profesionales como psicólogos, habría que determinar la aplicabilidad para otros profesionales.
- Proponer que la plataforma implemente un botón de pánico, que permita contactar al profesional de la salud en caso de emergencias. Esto también implicaría que se cuente con profesionales de la salud con disponibilidad de 24 horas, esto es, programar horarios para emergencias.
- Asegurar que la plataforma esté preparada para atender servicios fuera del país. Este punto cuenta con implicancias legales (entre otras) fuera del alcance del proyecto. Lo que sí es factible, es proponer su ampliación a nivel nacional.
- La plataforma se puede extrapolar a otras especialidades de la salud, dado que la plataforma base está preparada para ello. Sería preciso ampliar la investigación de mercado para poder entender el comportamiento de estos.
- Mediante el trabajo conjunto con empresas aliadas, se puede considerar agregar banner publicitario en la plataforma para que incluya servicios complementarios

al público objetivo, siempre que la misma no afecte la experiencia de usuario en la aplicación y en base a ella se pueda conseguir ingresos adicionales.

Otros elementos que provienen de la investigación de mercado que pueden contribuir positivamente en la adopción de la plataforma, son los siguientes:

- Acceso a la aplicación de forma biométrica, lo cual puede ser incorporado a futuro mediante la integración con plataformas como la RENIEC, o la generación de bases de datos locales que almacenen las huellas de los clientes. Lo anterior requiere autorización explícita del cliente, o deberán estar ceñidas a un contexto local del dispositivo de este, al tratarse de información sensible. Los costos asociados a estas integraciones no fueron considerados al momento de la elaboración del presente plan.
- Ventas de paquetes de citas. Aunque sus valores de referencia han sido obtenidos en la investigación de mercado, su aplicabilidad no ha sido considerada porque puede afectar la rentabilidad del proyecto, considerando que en sus etapas iniciales necesita captar ingresos.
- Opción de cargar historias clínicas existentes, lo cual requiere adecuaciones en la plataforma y el cumplimiento de las normativas vigentes, que incluye los elementos suficientes para demostrar la aceptación explícita del paciente en el uso de sus datos.
- Pago en efectivo, el mismo que podría ser debitado automáticamente de la cuenta que mantiene el profesional dentro de la plataforma (este modelo existe en otros servicios digitales por lo cual es totalmente viable).
- Chequeos de seguridad para evitar que los pacientes terminen obviando el uso de la plataforma. Por ejemplo, que la comunicación entre paciente y profesional de la salud pueda ocurrir sólo vía la plataforma. O que la historia clínica solamente pueda ser consultada vía la plataforma o vía el RENHICE con base en la aprobación explícita del paciente.
- En cuanto a la visibilidad de la historia clínica, los participantes de la investigación de mercado concordaron en que la información disponible sea lo suficientemente limitada para garantizar un tratamiento adecuado. Ello debe ser considerado en los planes de TI a fin de garantizar un nivel mínimo de integridad y confidencialidad de los datos, mientras se cumplen con las normativas locales.

Finalmente, debe asegurarse de que estos controles se reflejen al paciente, cuando efectúe la aceptación explícita del uso de sus datos, que es una exigencia de la regulación local en cuanto a historias clínicas.

Como fuese explicado a lo largo del trabajo de investigación, el alcance inicial de Doctor Cita permite producir un producto mínimo viable, que cumple con facilitar la intermediación entre pacientes del sector salud mental, y profesionales de la salud, conservando la historia clínica de las interacciones resultantes entre ellos. Es de resaltar, que la participación en la red de la aplicación compone una comunidad de actores activos en el campo de la salud mental, y de pacientes con necesidades y desafíos comunes. Ello tiene un potencial interesante para escalar el modelo de negocio, pudiendo implementar las siguientes:

- Integración con instituciones médicas que complementen los servicios de salud mental ofrecidos. Es común que los pacientes requieran efectuarse análisis, imágenes, pruebas de laboratorio, u otros procedimientos médicos que escapan de las capacidades ofrecidas en los consultorios de los profesionales de la salud. Esto ofrece la oportunidad de integrar instituciones aliadas a la red de servicio de Doctor Cita, gestionando sus citas y extendiendo los servicios a los pacientes que utilizan la aplicación, constituyendo así un nuevo canal de ventas para estas instituciones. Los pacientes, se ven beneficiados también, al contar con todos sus tratamientos disponibles a través de la historia clínica.
- La comunidad de profesionales de la salud que se conforma como resultado de su interacción en Doctor Cita, tiene un potencial que puede ser ampliamente explotado. Apuntando a ser un espacio de élite para los mejores profesionales, la plataforma puede establecer accesos preferenciales a servicios de especialización, premios o beneficios especiales, descuentos en las tarifas de suscripción, o incentivos resultados de las puntuaciones de la comunidad. Asimismo, permite a los profesionales la capacidad de extender su red de servicio a profesionales de confianza cuando sea necesario invocar las derivaciones a otras especialidades.

- Otro elemento potencial que puede sumar valor a los profesionales de la salud es la inclusión de foros de discusión para profesionales. Un espacio privado y especialmente diseñado para que los profesionales de la salud interactúen sobre los casos y situaciones que enfrentan al atender a sus pacientes, proporcionando una red de conocimiento y puntos de vista que complementen el juicio clínico del profesional. El espacio se puede proporcionar bajo normas estrictas de contenidos, a fin de que se asegure la protección de la información clave de los pacientes.
- Otros elementos que vienen en la misma línea y que fueron sugeridos dentro de la investigación de mercado, recomienda incorporar elementos complementarios, tales como medicina alternativa, nutricionistas o gimnasio.

Finalmente, aunque los ingresos por publicidad se encuentran fuera del alcance del presente trabajo de investigación, se mencionan algunos elementos claves que podrían considerarse en el futuro:

- La plataforma permitirá generar ingresos de pagos por publicidad.
- Los servicios de publicidad estarían agregados dentro de la plataforma en un área específica que no impida el normal funcionamiento de esta.
- Esta aparecería de forma intermitente por un periodo de tiempo, mostrando en cada periodo un nuevo producto, empresa o servicio que haya pagado por el derecho de uso.
- La forma de cobro sería por los métodos estándar para canales digitales, como, por ejemplo, la cantidad de clics sobre la publicidad en cuestión.
- Asimismo, otra forma de monetizar los servicios ofrecidos por los profesionales de salud, constan de un pago adicional para aparecer en las primeras búsquedas.
- Potenciada por herramientas modernas de analítica de datos, se pueden ofrecer productos y servicios complementarios para los pacientes que consumen los servicios a través de la plataforma. Pudiendo contar con acceso para medicinas, promociones o productos y servicios complementarios. Para el profesional de la salud, también ofrece elementos publicitarios asociados a su área de experiencia, como acceso a seminarios, congresos o foros a los que pueden acceder con descuentos especiales como miembros de la comunidad de Doctor Cita.

ANEXOS

ANEXO 1. SONDEO PRELIMINAR

Con la finalidad de entender mejor la problemática manifestada previamente, procurando entender las situaciones a las que se ven expuestos quienes requieran estos servicios de salud, hemos efectuado un sondeo simple a un grupo de personas con las siguientes características: son pacientes, son familiares de pacientes o son personas a cargo de pacientes, y cuya condición calza dentro de la definición de “enfermedad de salud mental” según el PEAS del Ministerio de Salud, notando lo siguiente:

- La mayoría de los pacientes o sus familiares, encuentran poca o ninguna cobertura en seguros de salud particulares.
- Los costos de los copagos de los seguros de salud no generan un alivio económico significativo al paciente, por lo que en varios casos se opta por buscar atenciones de especialistas de salud particulares.
- Para casi todos los casos, los especialistas de salud recomendados para la atención del paciente se consiguen por referencias de familiares o amigos.
- Hay un alto grado de complejidad para obtener referencias de un especialista de salud a la medida de la necesidad de cada paciente.
- Es complicado ubicar de manera inmediata a un especialista de salud tratante.
- En general, suele ser bastante complicado ubicar un especialista de salud tratante cerca al domicilio de los pacientes.
- Los pacientes suelen necesitar citas por lo menos una vez al mes en la mayoría de los casos, y en menor cantidad, una vez cada dos meses (en adelante).
- La mayoría de los pacientes programa sus citas por teléfono, aunque en algunos casos puntuales utilizan herramientas de citas en línea.
- Por lo menos toma una semana el ser atendido en una cita. Esto puede alargarse en algunos casos muy puntuales, a 15 días o más.
- Podemos decir que al menos, la mitad de las veces que se va a cita será necesario contar con algún examen adicional.
- Programar una cita para un examen adicional, toma en la mayoría de los casos unos 15 días, en menor caso dentro de la primera semana.
- Es frecuente que los pacientes necesiten contar con terapias continuas como resultado de la evaluación de su estado de salud en sus citas médicas.
- En el caso de los pacientes que necesitan terapias, la programación de sus citas toma por lo menos unos 15 días.
- Puede notarse que es costoso tratar a este tipo de pacientes.
- Debido a que no hay un responsable identificable en la gestión de la historia clínica, para la gran mayoría de los casos, la historia clínica no tiene continuidad e inicia de nuevo con otro médico tratante, en el caso que el paciente necesite migrar de médico tratante.
- Algo a notar es que los pacientes no invierten esfuerzos en migrar su historia clínica entre un sitio y otro, por las evidentes complejidades que eso representa. Las opiniones al respecto son diversas, van desde la percepción de complejidad de efectuar ello, la falta de conocimiento de cómo hacerlo, y el hecho de que los historiales médicos no están conectados entre instituciones.
- En general los pacientes son conscientes de que las historias clínicas están fraccionadas, se pierde información, ésta no se encuentra digitalizada o resguardada adecuadamente y que no hay interacción entre instituciones para estos efectos.
- Si se toman tratamientos externos (como pueden ser terapias o análisis), las historias clínicas o registros de especialistas que se generen en estos lugares por lo general no se indexan con la historia clínica disponible con el médico tratante.

- Finalmente, en los casos que se ha tratado de indexar la información de historial clínico que viene de lugares externos al médico tratante, no existen procesos que faciliten un adecuado ordenamiento de la historia clínica.

ANEXO 2. GUÍA DE PAUTAS - ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD

Factores	Objetivos	Subfactores	Nro.	Preguntas
Conocimiento	Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del sector de enfermedades mentales. Identificar las enfermedades mentales más recurrentes.	Enfermedades Mentales	1	¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?
Gestión	Conocer la gestión administrativa de los doctores con sus pacientes	Gestión actual de sus pacientes	2	¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)
	Identificar las plataformas digitales que usan los doctores en la gestión administrativa con sus pacientes.	Plataforma digital	3	¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)
Concepto de negocio	Conocer la intención de compra del concepto de negocio por parte de los doctores en el sector de enfermedades mentales. También conocer sus beneficios y riesgos.	Concepto	4	¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.
			5	¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita: 1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Factores	Objetivos	Subfactores	Nro.	Preguntas
			6	¿Qué tan importante es para usted 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.
		Beneficios concepto	7	¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?
		Riesgos concepto	8	¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje).
	Identificar los factores de éxito para la implementación del concepto de negocio.	FE del concepto	9	¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?
	Identificación de los atributos valorados que tiene el concepto frente a competidores directos.	Atributos valorados	10	¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?
	Conocer el precio mensual que estarían dispuestos a pagar los doctores por el uso de esta plataforma de intermediación.	Precio	11	Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?
Demanda	Conocer el tipo de paciente que haría uso de la plataforma de intermediación.	Público objetivo - Concepto	12	¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

ANEXO 3. GUÍA DE PAUTAS – FOCUS GROUP

Introducción (5 minutos)

Buenos días, mi nombre es _____, sean todos bienvenidos. Les agradezco su participación en este focus group.

En principio me gustaría indicarles que sean totalmente espontáneos y sinceros al responder. Asimismo hacerles saber que toda la información que ustedes provean será completamente confidencial. Para comenzar con la reunión les pido que cada uno haga una breve introducción personal, indicándonos su nombre y ocupación.

Conocimiento y hábitos de compra por aplicación (10 m)

Para empezar con nuestra reunión me gustaría que me digan cada una de ustedes ¿Qué les parece la idea de obtener citas médicas por alguna aplicación?

¿Alguna vez han obtenido una cita médica por aplicación? ¿Cómo se llamaba la aplicación? ¿A qué se debe que hayan sacado la cita por aplicación? ¿Cómo les fue en el proceso? ¿Qué atributos valoraste de esas aplicaciones?

En caso no hayan obtenido citas médicas por aplicación, ¿A qué se debe? ¿Te gustaría realizarlo con una nueva APP? ¿Qué atributos valorarías?

Hábitos de compra de citas médicas (10 m)

- ¿Cómo conocieron a sus (los) médicos, si fue por referencia o por alguna clínica /institución de referencia?
- ¿Fueron referidos a interconsulta con otro profesional o algún centro de análisis, diagnóstico, imágenes u otros, para poder continuar con el tratamiento?
- ¿Qué tipo de obstáculos encontraron al momento de contactarse con ellos? ¿Hubo facilidad para sacar una cita? ¿Capacidad de mantener una HC confiable? ¿Portabilidad de HC? ¿Disponibilidad de especialistas?
- ¿Resulta un problema real el no contar con la HC y tener que cargarla o ser responsable por ella?
- ¿Los pagos los realizaron en consultorio o fue online? ¿O de otra forma?

Gustos y preferencias (10 m)

- ¿Qué factores evalúan para escoger a un médico? ¿De qué depende? (M: institución de prestigio, referencia de médicos, plan de salud, cobertura, diversas especialidades, HC confiable)

Evaluación de una plataforma de intermediación (40 m)

Leer el concepto

Te presentamos la siguiente propuesta:

- Una plataforma digital disponible en App o computadora para que ubiques a especialistas de salud mental.
- Podrás ubicarlos geográficamente, reservar una cita y pagar. Además, podrás contar con tu historia clínica digital y gestionar interconsultas o análisis adicionales desde la misma App.

- Además, podrás revisar y participar de valoraciones o testimonios a los profesionales de la salud.
- **Agrado del concepto:** ¿Qué les parece esta idea? ¿Qué fue lo que más le gustó? ¿Por qué? ¿Qué fue lo que menos les gustó? ¿Por qué?
- **Ajuste con sus necesidades:** La idea de tener una plataforma de intermediación ¿Se ajusta a sus necesidades? ¿Qué ventajas tiene? ¿Desventajas?
- **Atributos del concepto:** ¿Cómo evalúan los siguientes atributos del concepto con relación a su nivel de importancia?
 - Acceso sencillo desde cualquier dispositivo.
 - Acceso a Historia clínica.
 - Pasarela de pago.
 - Geolocalización para indicar la ubicación del profesional.
 - Posibilidad de continuar el tratamiento con interconsultas.
 - Evaluaciones de los médicos
- Percepción de valor:
 - ¿Considera que esta plataforma cubriría sus necesidades en encontrar a los profesionales de salud que esté buscando?
 - ¿Considera que la HC disponible en digital lo ayude?
 - ¿Considera que las evaluaciones de otros pacientes ayuden en seleccionar a su médico especialista?

- **Precio para los compradores**

Considerando que los profesionales en este segmento cobran de forma independiente hasta 200 soles por consulta, planteamos las siguientes preguntas si escoges usar la plataforma. Tenga en cuenta que los beneficios que ofrece la plataforma son:

- Profesionales validados y certificados disponibles en la plataforma
- Ubicables geográficamente (es decir, dónde atienden)
- Todos los medios de pago disponibles
- Historial clínico disponible para consultas e interconsultas, digital.
- Opiniones de la comunidad sobre el servicio del profesional

Si la plataforma les cobra un 12% adicional por tramitar la consulta (que incluye todos los beneficios ofrecidos:

- ¿Qué les parece el porcentaje?

Y si tuviera un cargo fijo de S/15 sobre el valor de la consulta ¿Cómo evalúan el monto fijo?

- ¿Cuál sería el rango en porcentaje de la variable? ¿Cuál sería el ideal?
- ¿Cuál sería el rango en porcentaje del precio fijo? ¿Cuál sería el ideal?
- ¿Qué recomendaciones podrían dar del precio?

- **Frecuencia de compra: Para los compradores** ¿Qué frecuencia tendrían sus citas en un año?

- **Nivel de interés:** En general, ¿Qué tan atractiva les parece esta idea? ¿Les gustaría obtener su cita por medio de esta plataforma? ¿Por qué si o no?

Si usted recibe publicidad del tipo Banner (Es decir, un espacio dentro de la App donde aparece un cuadro con publicidad asociada que podría serle de utilidad, es decir, no invasiva con la experiencia de usuario)

- ¿Estaría interesado en utilizar la plataforma?
- ¿Qué recomendaciones podrían dar al respecto?
- **Competidores:** ¿Conoce aplicaciones similares? ¿son funcionales? ¿Cómo los conoció? ¿Qué necesidades no han respondido?
- **Recomendaciones:** ¿Qué recomendaciones darían a la aplicación?

Agradecimiento y Despedida

ANEXO 4. GUÍA TÉCNICA – FOCUS GROUP

Público Objetivo
- Hombres y Mujeres - De NSE A/B y C - Pacientes que requieren consumir servicios de atención para el tratamiento de enfermedades de salud mental, que son independientes económicamente y están en capacidad de hacerse cargo de su tratamiento.

Técnica
Focus Group

Muestra			
Edad/NSE	A/B	C	TOTAL
Hombres y Mujeres	1	1	2
TOTAL	1	1	2

Ámbito geográfico
Lima Metropolitana

Fechas de campo
Del 14 y 15 de Julio 2023

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

ANEXO 5. GUÍA TÉCNICA – ENCUESTA

Técnica
Encuesta online
Público Objetivo
- Hombres y Mujeres del NSE A, B y C - Pacientes que requieren consumir servicios de atención para el tratamiento de enfermedades de salud mental, que son independientes económicamente y están en capacidad de hacerse cargo de su tratamiento.
Diseño muestral
No probabilístico
Tamaño de la muestra
380 encuestas. Margen de error para el total de la muestra de +/- 5%, en el escenario más conservador ($p=q=0.5$) y con un nivel de confianza del 95%
Ámbito geográfico
Lima Metropolitana
Requerimiento
Se requirió las especialidades a consultar
Instrumento
Se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas cerradas sobre la base de los objetivos de investigación. Este instrumento fue elaborado por el grupo del trabajo de investigación y posteriormente revisado y aprobado por el asesor antes de su aplicación
Supervisión
Estuvo a cargo de un equipo integrado por personal especializado de encuestas y se cubrió el 100% de muestras por encuestador.
Fecha de campo
Del 20 al 27 de Julio 2023

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

ANEXO 6. AGENDA ENTREVISTA DE PROFUNDIDAD A EXPERTOS

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes		
	26 de Junio	27 de Junio	28 de Junio	29 de Junio	30 de Junio		
Nombre:		Yurfa Sakazar Aliaga		Mirtha Andamayo			
Perfil:		Psiquiatra		Psicóloga Infantil			
Hora:		3:30 pm		8:00 pm			
	3 de Julio	4 de Julio	5 de Julio	6 de Julio	7 de Julio		
Nombre:			Luis Andamayo Villalba	Cynthia Torrejón	Rosangela Martínez	Edgar Palomino	Katherine Vega
Perfil:			NeuroPsiquiatra	Psicóloga Clínica	Psiquiatra	Psicólogo clínico	Psicóloga psicoterapeuta
Hora:			6:15 pm	7:00 pm	12:00pm	6:00 pm	9:30 am
	10 de Julio	11 de Julio	12 de Julio	13 de Julio	14 de Julio		
Nombre:		Cristina Ojeda	Fiorella Baca		Valery Trancon Villega		
Perfil:		Psiquiatra	Psiquiatra		Neurologa		
Hora:		4:00 pm	3:00 pm		10:00 am		

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

ANEXO 7. TRANSCRIPCIONES DE LAS ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD

ENTREVISTADO 1: Profesional del sexo femenino, Psiquiatra

Perfil

Soy médico psiquiatra, pero tengo una formación en psicoterapia en psicooncología y en psicoterapia sistémica. Mi labor es acompañar al paciente oncológico en todo el proceso de su enfermedad. Desde el diagnóstico, durante el tratamiento, durante las complicaciones, la recuperación. Si el paciente se recupera, ayudar a los sobrevivientes y si el paciente no va bien, hasta en la última agonía. Vengo trabajando 4 años. Siempre trabajé en el Instituto de Nacional de Enfermedades Neoplásicas. Toda mi experiencia de psiquiatra la tengo en el Neoplásicas.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. **¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Nosotros no hablamos de enfermedades sino de trastornos mentales. Dentro de oncología los más frecuentes, más del cincuenta por ciento de mis pacientes son trastornos de ansiedad. Los cuales se pueden dividir de ansiedad específica, trastorno ansioso depresivo, ansiedad generalizada, fobias, pánico, trastorno de stress pos traumático y toc. Esos son los seis o siete trastornos de ansiedad que llevamos. El 18 al 20 % es depresión y el resto están englobados en trastornos mentales orgánicos, demencias, trastornos de personalidad y otros trastornos.

Primero, trastorno de ansiedad. Segundo, trastorno depresivo. Tercero trastorno de adaptación. Cuarto trastorno mentales orgánicos. Quinto, demencias.

¿Cuando habla de trastornos mentales orgánicos, a qué se refiere?

Lo que sucede es que nuestros pacientes tienen efectos secundarios crónicos de función cognitiva debido a los tratamientos que reciben. Por ejemplo, los que tienen tumores en el cerebro y les operan, pueden quedar con alteraciones a nivel de la atención, a nivel del lenguaje, a nivel del pensamiento. Pueden haber alteraciones de la personalidad orgánica. Después de la quimioterapia también se han visto algunos de esos efectos y también después de la radioterapia, sobre todo en la craneal. Esos pacientes tenemos bastante. A la semana habrán ocho interconsultas de neurocirugía. Por pacientes que tienen agitación psicomotriz después de la cirugía.

¿Quiénes son los que sacan las citas? ¿Sacan los mismos pacientes o familiares?

Si el paciente está en la capacidad, el mismo paciente. Si el paciente está delicado, sacan los familiares pero tienen que ir de manera presencial los pacientes. Los mismos médicos residentes, cuando dan de alta y el paciente tiene manejo por psiquiatría, ellos mismos les sacan cita para su próxima cita.

¿Qué tipo de pacientes los que normalmente sacan sus citas?

Mayormente los ansiosos y depresivos y trastornos de adaptación son los que sacan solos sus citas.

¿Los otros?

Los otros sacan los familiares, mayormente porque trastorno mental orgánico no se da cuenta que está mal. Son secuelas. Son los familiares porque no pueden dormir, porque gritan, porque insultan, porque rompen las cosas, son los que piden ayuda y los residentes son los responsables de que el paciente continúe con su tratamiento, entonces ellos mismos, al alta salen con su cita de psiquiatría.

¿Qué tipo de paciente son los que sacan cita con los residentes?

Pacientes que pueden tener trastornos de ansiedad que no ayudan al manejo de su enfermedad oncológica o trastornos depresivos o paciente que tienen trastornos mentales

orgánicos que requieren seguir el manejo, entonces, con ellos nosotros decimos: este paciente lo tengo que ver en consultorio. Al alta usted le tiene que sacar la cita y tiene que darle medicación hasta la fecha de esa cita.

¿Ellos se atienden solos, los pacientes, o van con sus familiares?

Lo ideal sería que vayan con sus familiares. Porque siempre necesitamos comparar. En psiquiatría el paciente te puede decir muchas cosas, es solamente es su palabra. Cuando hay un familiar nos puede decir, si es así o no es así. Quizá todo lo contrario.

Normalmente cómo van

Solos. Los ansiosos, los depresivos van solos. Cuando nosotros les pedimos que necesitamos conversar con su familia porque encontramos algún problema psicosocial, invitamos a la familia y si vienen con su familia.

La atención que ellos llevan, son por etapas o es por de vida.

Si es el primer episodio ya sea un trastorno ansioso o ansioso depresivo, el tratamiento es tanto farmacológico como psicoterapia. Porque no hay ninguna pastilla que te cambie tu manera de ser. Si eres ansioso, vas a ser ansioso toda tu vida. Vas a ser ansioso con el cáncer o sin el cáncer. Lo principal es la psicoterapia, es enseñarle a las personas a aceptar la realidad a seguir adelante. Eso es todo un proceso, si es un primer episodio el tratamiento va a de seis meses a un año. Si es un segundo episodio, el tratamiento va de dos a cuatro años, y si hay más de dos episodios el tratamiento ya es de por vida porque quiere decir que estas personas no tienen herramientas para afrontar tal o cual situación.

Si es un trastorno mental orgánico, definitivamente, el tratamiento es de por vida, porque ya soy secuelas.

2. **¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)**

El Neoplásicas tiene un servicio de comunicaciones, todo un equipo de comunicaciones, normalmente, nosotros hacemos muchos videos que los pasan por los mismos televisores del INEN, es un circuito cerrado. Desde el momento en el que el paciente puede ir. En estos videos se enseña cómo llegar a los consultorios, cómo sacar las citas. Se les explica a través de las actividades de difusión, entregamos sobres personalizados a cada paciente, con material psico educativo y ahí está como sacar citas con nosotros.

¿Sacan cita por teléfono o por aplicación?

Pueden sacar cita por teléfono, pueden ir a las mismas ventanillas, por whatsapp. Por aplicativo no tenemos.

Todos los médicos que requieran que sus pacientes tengan una evaluación son derivados por interconsultas.

Hay una red privada

Sale por Instagram, por Youtube, por Facebook.

¿Considera que esos medios son eficientes y valiosos?

Cuando yo empecé a trabajar en el Neoplásicas, en el 2019, atendíamos treinta pacientes al mes, actualmente, el último mes, hemos atendido trescientos ochenta y un pacientes al mes.

¿Usted trabaja en otro lugar?

Solo tengo mi consultorio privado.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

No. Yo manejo mi propio sistema. Tengo una Tablet, tengo ahí mis historias clínicas de todos en mis pacientes, soy mi propia secretaria. Solo atiendo dos pacientes por día.

Su sistema es manual o utiliza Word

Todas las historias están en Word y las tengo en el drive.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También**

tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

La cuestión acá siempre es los tiempos y el costo que me tocaría pagar por esta plataforma. Como te menciono soy muy amante de mi tiempo, porque tengo una mamá con Alzheimer, si no tuviera eso y no tuviera tres hijos y pudiera tener mucho más tiempo, sería ideal, porque yo solamente me conectaría, lo único que haría sería llenar mi historia. Lo que tú me estás ofreciendo es lo que me da el Neoplásicas. Un sistema, yo puedo inter consultar, hago la receta por el sistema, todo está en el sistema. Puedo ver los exámenes del paciente, puedo ver las radiografías del paciente.

Que me es fácil, pero su sabes que eso es un negocio, entonces, va a necesitar que atienda unos seis pacientes por día.

¿Cuántos pacientes sería lo ideal para que sea un negocio rentable?

Es que ese es el problema. Yo no veo a la psiquiatría como negocio. Por eso es que no he aceptado trabajar en ninguna clínica por eso, a mí me gusta la psiquiatría, me apasiona y no lo hago por plata. Mis costos son bien bajos en comparación a otros psiquiatras, ventaja que yo no soy cabeza de familia, el que mantiene mi casa es mi esposo. Todo lo que yo gano es un plus, para mis gastos.

Pensando, si yo viera mi práctica privada como negocio, sería genial. Porque, es como si tuvieras una secretaria que te organiza tu agenda, que te organiza tus exámenes. Sería estupendo.

¿Usted si estaría dispuesta a ser parte del staff de plataforma?

Claro. Hay una plataforma que se llama **experta**, donde trabajan muchos psiquiatras, dan principalmente manejo de salud mental. Trabajan doce psiquiatras que trabajan en esa plataforma y doce a dieciséis psicólogos. Les tienen todo programado. Tienen sus pacientes todas las semanas. La cuestión es el costo. A esos médicos les pagan cuarenta y cinco soles por paciente, a mí me parece eso una ofensa. Pero los médicos dicen, te consiguen los pacientes, es media hora, no tienes que hacer psicoterapia. Eso es lo que a mí no me gusta, por eso no participo de eso.

¿A ellos les pagan cuarenta y cinco pero el paciente cuánto paga?

Ni la menor idea. Como nunca estuve interesada nunca averigüé. Ellos tampoco han averiguado. Mis dos colegas que trabajan, solamente, a no sé cuánto cobrarán, solo recibo cuarenta y cinco.

¿Usted con cuánto precio se sentiría tentada?

No menos de lo que yo cobro. No menos de doscientos. Lo que pasa es que yo hago psicoterapia. Para mí, el tratamiento farmacológico es el 10% del tratamiento. Para mí, es la psicoterapia es el trabajo real que se hace con el paciente. Recetar pastillas, cualquiera lo puede hacer, los neurólogos lo hacen todo el tiempo, recetan antidepresivos, ansiolíticos pero el paciente sigue igual porque no recibe psicoterapia.

¿Usted si estuviera dispuesta a participar de este staff?

Claro, si yo estaría por plata, para tener hartos pacientes, de hecho que sí. Pero yo tengo un límite, yo atiendo dos pacientes por día.

¿Qué le impediría ser parte?

Mi tiempo Es que tengo tres hijos, una mamá con Alzheimer.

¿Qué disponibilidad tendría usted?

Dos horas al día.

Cuánto me va a costar a mí tener esa plataforma a mi disposición.

¿Habría otro tipo de obstáculo?

Es verdad que estoy muy saturada. Al ser la jefa del servicio de salud mental del Neoplásicas. A parte de mi labor asistencial, tengo la parte administrativa y la parte de investigación. Ahorita yo estoy realizando un documento técnico de manejo de lesión

suicida, tengo que entregarlo el 30 de julio. A parte tengo otro de agitación psicomotriz que tengo que entregarlo el 18 de noviembre. A parte de eso, doy charlas todos los meses. Además en todas las actividades que me meten mis colegas, como en todo quieren meter salud mental. Entonces me están llamando para participar en provincia y centros de salud comunitarios para capacitaciones en psicooncología.

Yo me quedo hasta las 6 de la tarde porque tengo que hacer la parte administrativa.

5. ¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?

1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Sí, porque me olvido de los pacientes. Justo ayer me olvidé de uno.

Me gusta mucho evaluar la calidad de la atención. Eso es lo que estoy tratando de hacer un trabajo de investigación, justo evaluar calidad de la atención. Entonces, quiero hacerlo primero con psiquiatría. Es muy importante, porque así puedes ver tus falencias y la idea de mejorar.

Todo pago tiene que ser por adelantado, porque después no te pagan. Es por demás.

Claro que sí, cosa que uno ya sabe quién quiere trabajar.

No solamente es acudir al psiquiatra, el rato que te sientas mal. Tienes que ir al psiquiatra hasta que realmente aprendas a poder salir adelante frente a una situación difícil. Cuando tú sientas que tienes herramientas que te van ayudar a resolver cualquier problema, ahí tienes que dejar de visitar a tu psiquiatra. Pero si no lo tienes, y solamente estás a media caña, con las ideas de matarte o con la ansiedad que no te deja ni respirar, eso no es. Como le decimos nosotros es, solamente te busco cuando te necesito.

El paciente que quiere realmente aprender a controlar sus emociones, sus conductas, tiene que esperar hasta que el médico le diga: bye. Yo digo bastante bye.

6. ¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

Fundamental.

1. Nosotros, sobre todo, que usamos medicamentos que van al cerebro. Saber si el paciente lo ha tolerado el medicamento.

2. La respuesta que ha habido a ese medicamento. Saber el tiempo que se usó, en qué dosis la usó.

Si yo veo que el otro psiquiatra ha utilizado 60 mg., de floxetina tres meses sin respuesta a la psicoterapia, definitivamente, hay que cambiar de medicamento, pero si no ha llegado a una buena dosis yo le doy chance a la floxetina, porque siempre evalúo el costo del beneficio.

Eso se veía, cuando yo trabajaba en Trujillo, había mucho de eso, que cuando tu recomendabas a algunos médicos, laboratorios o centros de diagnósticos te llegaba tu porcentaje. Todo va a depender, si el médico es bueno. Para que yo recomiende un médico, yo tengo que conocerlo bien y saber que lo que le importa es el paciente y no sacarle plata al paciente.

¿Usted considera que este punto es importante?

Normalmente, cuando yo recomiendo a un colega no es para me dé un beneficio, es porque lo considero competente para que ayude a mi paciente.

7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?

Me facilita todo el trabajo. Ya no soy yo la responsable de guardar toda la información. Ese es el plus que tienen estas plataformas. Ustedes son lo que se encargan de administrar el cobro. Lo que menos nos gusta a los médicos es cobrar. Es por eso que ahora todos mis cobros los hago por transferencia. No recibo ningún centavo a la mano. Les mando mi tarjeta, ahí están todas las reglas de juego, ellos depositan, me mandan el voucher y queda agendada la cita. No me gusta decir, hay cobro doscientos soles. Doscientos soles es una

evaluación común y corriente, pero, si el paciente quiere un informe, tiene un costo adicional, si el paciente requiere una evaluación psicológica eso tiene un costo adicional. Entonces eso si te lo da la plataforma es genial.

Al paciente, que consiga la cita lo antes posible. Al médico que tengas más estrellas de reconocimiento de sus pacientes va a escoger a ese médico.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Siempre los clientes van a poder poner, me sirvió esta plataforma. Mientras tu plataforma funcione estupendamente, siempre va a haber más pacientes y mejores comentarios. La gente no tiene tiempo de leer, todos ven estrellas. Nadie tiene tiempo de leer comentarios.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

El costo que va a tener esta plataforma para cada médico que haga uso de ella. Recuerda que lo que paga el médico, lo va a tener que dividir con el paciente, tiene que sacar su ganancia y lo que invierta en la plataforma.

Que sea amigable, que sea fácil. Deben tener su manual que tiene que estar ahí.

Son muy pocos los médicos que utilizan la computación. Yo tuve que aprender por necesidad.

Manejar la publicidad, es lo que va a querer el médico, tener más pacientes. Viéndolo desde el punto de vista de negocio, definitivamente. Obviamente mientras más pacientes tenga el médico, menos tiempo libre va a tener para él. Por eso, es que no trabajo de otra manera, porque yo manejo mis tiempos.

Pero la gente joven, va a querer crecer, tener dinero. Porque están formándose, no es como yo que tengo cincuenta años, y tengo casa y tengo todo. Yo solamente estoy esperando que llegue mi jubilación.

10. **¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?**

Lo que más me llama la atención es, lidiar con los pacientes. Porque cuando te piden una cita la mayoría de los pacientes, te piden para hoy, y yo, ya tengo mis dos pacientes.

Que los mismos clientes hagan sus reservas. Porque te llama un montón de gente. De veinte que te llaman cinco sacarán la cita.

El hecho de tener la historia clínica a la mano es muy importante.

El poder evaluar mi calidad, cómo mis pacientes se sienten con mi atención, eso me importa, porque siempre estoy buscando tener mejores herramientas para mis pacientes, que les he podido ayudar a conocerse.

11. **Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería?**

Sí, si me respetan que yo atiendo solo dos pacientes por día.

Tendría que ver, cuánto están ellos pidiendo, porque si tú me dices, que va a estar entre ciento cincuenta a doscientos soles, sí, tranquilo pago.

12. **¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?**

Normalmente es el paciente. Lo ideal es que el paciente vaya por voluntad propia al psiquiatra, salvo que sea paciente que esté psicótico, ahí son los familiares quienes los traen. A mí normalmente no me buscan psicóticos, sino pacientes ansiosos, depresivos, pacientes con problemas de conducta, pacientes con trastornos de conductas alimentarias y pacientes con cáncer.

¿Qué rangos de edades tienen ellos?

Tengo pacientes entre 25 a 60 años. Es donde están mi mayor grupo de pacientes.

Tengo un buen porcentaje de mayores de 60 y tengo poquísimos pacientes niños y adolescentes.

¿Las enfermedades comunes?

Mi trabajo en el hospital, veo cáncer, de todos los tipos.

En mi consulta privada veo pacientes neuróticos, pacientes que tienen trastornos de ansiedad, trastornos de conducta, trastornos de personalidad y depresión.

¿Ellos podrían socializar en un focus group?

Solo si lo lleva un psicoterapeuta. Pero no con coaching, no recomiendo. Los coaching son para asesorar gente sana que necesita estímulo. Los que tienen trastorno, necesitan profesional que sepan abordar el trastorno, los coaching no tienen ninguna responsabilidad legal ni médica.

ENTREVISTADO 2: Profesional del sexo femenino, Psicóloga infantil

Perfil

Yo trabajo en el área clínica educativa, tengo ya 10 años ejerciendo la profesión, y especializada en niños con trastorno del neurodesarrollo, específicamente con niños con TEA. Trabajo con la población infantil pero ya estoy más dedicada a trabajar con TEA TDH.

El TDH es trastorno de déficit con hiperactividad y el TEA es el trastorno del espectro autista.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. **¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Estos 2 diagnósticos en los que estoy especializada, son la mayor población que atiendo. Sin embargo, también dentro de la consulta, van a venir niños con problemas emocionales, problemas de aprendizaje, todo un área que viene dentro del área infantil, escolar.

La rehabilitación la hago con los niños TEA y TDH.

¿De qué edades son los niños que usted trata?

Trato niños desde los 3 años.

He tenido en consulta, evaluaciones desde los 2 años, y ahora último, incluso, un niño que estaba por cumplir 2 años. Para mirar los indicadores de riesgo que puedan tener para que hagan una intervención inmediata de lo que se está viendo en el niño.

Este año, he tenido la oportunidad de trabajar con chicos adultos, no pensé trabajar con adultos, vi la otra cara de la moneda. Chicos de 21 años, 18 años, 19 años y el más chico de 15 años.

¿Cuál sería el rango de edades?

De niños de 2 a 9 años.

¿El promedio de edad del grupo de 2 a 9 años?

Niños de 2 años a 6 años. Lo que pasa es que al hacer el diagnóstico, la intervención más temprana. Generalmente, los padres se dan cuenta, ahora se dan cuenta a más temprana edad, antes esperaban más tiempo, entonces, venían chicos de 6 o 7 años, que no tenían el diagnóstico, que recién se les iba a evaluar y recién iban a intervenir. Pero ahora, tenemos chicos de 2 a 5 años, que estamos haciendo nosotros el primer filtro y también los neuropediatras, que son los que nos derivan, para hacer la intervención, sin haber puesto el diagnóstico como tal, sino, solamente trabajando con indicadores.

¿Quiénes son los que sacan las citas, los padres de familia, los familiares?

Generalmente son los padres de familia pero son derivados por los profesores, por los tutores, por las escuelas, o a veces ellos mismos, pero generalmente son los padres que vienen derivados por la escuela o que ellos se han dado cuenta. La mayoría, son escuela que manda a los papás.

¿Los niños cuando se atienden, se atienden solos o con los familiares?

La atención psicológica, primero tiene que ser dada una (*palabra irreconocible*). Tiene que venir con el padre. Depende, durante la evaluación, va a depender, de si el niño está en la posibilidad de quedarse solo o tiene mucho apego con la mamá y la mamá está dentro de la consulta. Eso depende del niño.

Los niños más grandes, de 4, 5, 6, 7 años. Ellos trabajan solos. Pero los niños pequeños de 3, 4 años, ellos tienen más apego con mamá y la evaluación la hacen con ella, dentro del ambiente. Todo depende. Depende de la condición del niño.

¿La atención que llevan ellos de este tipo de trastornos son de por vida, o por etapas?

El TEA es una condición. El TDH también. Son condiciones de vida. Lo que van a necesitar es un acompañamiento a lo largo de las distintas etapas de su vida.

La intervención temprana, que es lo más importante, va a medir la funcionalidad del niño. En el TEA, hay 3 niveles. Nivel 1, nivel 2, nivel 3 que es el más afectado. Sin embargo, depende de la funcionalidad del niño, o de la condición en la que viene o de la intervención que tú haces para que ese niño pueda llegar a un nivel funcional y pueda adecuarse a toda la interacción con su entorno, lo más funcional posible.

2. ¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)

En el caso mío. Tengo en red la página. Sin embargo, ha sido bien poco, habrán sido 1 o 2 pacientes por página.

Lo mío generalmente, es por recomendación, un paciente que lo atendí me recomendó con otro, y así he ido aumentando mi cartera de clientes, por recomendación.

¿Usted considera eficiente y valioso las recomendaciones versus las redes sociales?

No. Yo considero también a la red social, tú tienes que aprender a manejarla, porque sino la aprendes a manejar definitivamente, no vas a colgar nada, no vas a ser activa, entonces tu publicidad no va a llegar a las personas.

De mi parte, yo soy de la generación antigua y me cuesta hacer ese tipo de trabajo. En algún momento, se lo he dado a alguien y no ha funcionado. Siempre ha sido: Mirta te llaman porque te recomendaron tal persona.

No es que no considere la red, definitivamente, tiene una alta posibilidad de que se conozca tu trabajo y tu puedas ser recomendada a través de eso.

3. ¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)

Plataforma para citas no.

Plataformas neurorehabilitadoras, eso sí utilizo. Son para la intervención específica rehabilitadora del niño. Por ejemplo, yo estoy utilizando la plataforma neuroapp, hace bastante tiempo y ahora con la maestría, estoy con la plataforma de manera más permanente. En pandemia, he seguido trabajando porque la intervención tenía que continuar con los chicos, en ese entonces, estaba en escuela, tenía otra posición y tenía que hacer la parte de aprendizaje. Para mi aprender a hacer mis propios materiales educativos, interactivos, permitieron continuar trabajando con los chicos.

¿Qué beneficios le trae la plataforma neuroapp?

Ellos te presentan materiales tanto a nivel tecnológico y a nivel de papel.

Van a rehabilitar lo que yo estoy deseando. En este caso, si tengo que trabajar, memoria, atención, planificación. Todas esas áreas neurocognitivas, me va a permitir, de manera muy motivadora, porque en realidad es como un juego.

4. ¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte

del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

Sería ideal porque la atención de niños con trastorno de neurodesarrollo es multidisciplinario. Efectivamente, en el Perú, son pocos neuropediatras, son pocos los especialistas que están trabajando en el campo y si hay de distintas calidades. Sería ideal para mi, porque te va a permitir derivar al especialista correspondiente, tener la información necesaria del paciente y permite ver los avances, para poder intervenir de mejor manera. Por ejemplo, en consulta, vemos que los padres de los niños que yo atiendo, son padres que vienen de diferentes lugares y de diferentes sitios donde han estado y donde no se han convencido y vienen aquí y van probando. A veces vienen y te ocultan la información. Yo les hago un cuestionamiento para saber el historial de cada paciente.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad.

Excelente. Eso permitiría que los pacientes sepan los horarios que se tienen disponibles y para que el cliente se pueda acomodar en el tiempo disponible. Definitivamente sería ideal, porque así la misma la pantalla te diría que estás con paciente y ya no tendría que revisar la agenda.

2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Genial, de hecho que sí. Ese es uno de mis temores. Al acceso de Facebook, al acceso Instagram, tienen acceso varias personas, tú no vas a poder filtrar los comentarios que vayan a hacer, incluso por molestar sin ser un paciente que haya pasado por ti. Sería ideal de que se de ese monitoreo.

Sin embargo, también es importante, que si hay alguna situación o malestar de algún paciente nosotros estemos enterados de ello, sin necesidad de ser algo publicado, porque eso permite que nosotros también empecemos a calibrar, qué cosa está pasando, algo pasa con nosotros también, entonces tenemos que ajustar, regular, ver que podemos ir modificando, porque somos personas y no somos perfectos.

3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Eso definitivamente va a ser beneficio por la parte económica. Incluso, si es que está terminando, por ejemplo, el cliente ha agarrado un paquete de 8 sesiones y el paciente está próximo a terminar, el paciente se dé cuenta y yo también, ya hay un abono más, ya hay una cuenta más que hay que abonar por una cuenta más.

En el caso de los pacientes, que yo atiendo, son pacientes de larga data, no se quedan un mes, dos meses, son a largo plazo. Hay que hacer el acompañamiento a largo plazo. A veces, me pasa, yo no puedo anotar, porque tengo que anotar en qué sesión voy, y yo tengo que estar anotando en mi agenda, para darme cuenta que ya termina. Para mí, sería genial que todo eso esté digitalizado. También eso permitiría que yo me dé cuenta que ya es próximo a entregar los informes evolutivos, cada tres o seis meses de intervención, tenemos que hacer un informe evolutivo, mirar cómo estamos viendo el avance del niño.

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

1. De hecho, que es importante, porque son los antecedentes que tienes de un niño. Vamos a suponer, que tienes a un niño de 7, y tiene varias evaluaciones o intervenciones, en un diagnóstico de por medio, pero con los indicadores previos que te avisa, tú ya puedes hacer una mejor predicción a ese diagnóstico. Igual antecedentes de que haya tenido algún problema en el parto, a nivel de desarrollo, es una historia importante para poder definir bien tu diagnóstico.

La otra parte que te decía, el hecho de que veamos a padres que van a de un lugar a otro, ya estamos también evaluando qué pasa con estos papás, cómo es la dinámica, la situación de la familia, o si ya tienen un diagnóstico siguen en búsqueda de qué. Como no hay una situación de realidad de aceptación, de esto que está ocurriendo con su niño y están ellos

en otra espera, y eso te va perfilando que tipo de padres tienes y a donde va ir apuntando tu trabajo.

2. Qué bueno si es que se da. Pero desde mi punto, yo sé que como profesional no lo voy a poder trabajar sola, siempre voy a necesitar la intervención de profesionales o colegas que puedan aportar más a lo que se viene haciendo con el paciente.

Creo que eso es más en beneficio del paciente, más que en el mío. Para mí, el que mi paciente lo vea salir del trabajo que hemos estado haciendo, esa es mi satisfacción. El hecho de que yo lo mande a otro terapeuta es porque yo estoy necesitando del aporte de otro terapeuta para que esto que estoy haciendo sea mucho mas fructífero. Eso es lo más importante.

Sin embargo, si es que por una parte de premiación, no tendría una negación. Yo me voy más, por el lado de como me siento cuando me preocupo por un niño frente a lo que estoy haciendo y necesitando la intervención de un psiquiatra, de un neuro pediatra, o de un terapeuta ocupacional, porque sola el avance no se va a dar.

7. **¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

Definitivamente, me va a sistematizar de formar más rápida el poder ingresar a todos los datos que pueda tener de mis clientes, tanto a nivel de historia, a nivel de pagos, a nivel de que los pacientes tengan acceso al servicio que yo brindo.

El hecho de encontrar a especialistas, en lo que están buscando, en el trastorno, en el problema que están teniendo. Porque así cómo los médicos, los psicólogos también tenemos especialidades, eso es muy importante que el paciente tenga en cuenta. Para el paciente va a ser beneficioso, tener una cartera de profesionales especializados que puedan darle una mejor intervención, un mejor diagnóstico.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Me parece un elemento de puntaje y abajo la sugerencia, o por qué ha puesto ese puntaje. Dentro de mi experiencia, a veces, recibo a mis pacientes y los recibo decepcionados después que los mandé al neuropediatra, intento explicarles, ellos tienen un abordaje de diferente manera, intento explicarles lo que hace el neuropediatra y desde que punto lo está viendo, para que ellos regulen la ansiedad que tienen. Sería bueno, calificar por puntaje del 1 al 10 y una sugerencia de porqué están poniendo un 4, 5 o 3 o qué quisiera que mejore a la atención que tiene.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

El aumento de cartera de clientes para cada cliente.

El hecho de que la atención sea de calidad. Tanto para niños y adultos.

El poder encontrar una cartera variada de profesionales de salud mental.

Los costos. No sé hasta qué punto va el tema de los costos pero a veces los pacientes, no todos tienen la condición económica para pagar los profesionales de costos altos y otros de mediano costo.

Los pacientes pueden tener una oportunidad de tener médicos cercanos a su domicilio. En el caso, por ejemplo, de niños que tienen trastorno de neurodesarrollo, es importante mirar esa parte, yo he tenido pacientes desde Comas que venían a Barranco y para los niños era engorroso, yo los evaluaba hacíamos el diagnóstico, iban al neuropediatra, el neuropediatra terminaba de definir el diagnóstico, y después me decían, para la intervención ya no, porque para el niño, el venir, en el carro, en el ruido, es el niño y se va a cansar y finalmente va a abandonar la terapia. Entonces eso también sería importante, los lugares más cercanos a domicilio, sobre todo cuando tenemos niños con trastorno de espectro autista. Los especialistas más cercanos, porque eso va a hacer que el paciente sea frecuente en la terapia porque si son lejanos, vienen una vez por semana o ya dejan de venir por la distancia, o por lo que implica el hecho de trasladarse con un niño que no tolera ruido, que no tolera

mucha gente o que todo el tiempo está moviéndose y es interruptor dentro del lugar donde está. Eso es para los papás es bastante cargado.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

Últimamente he estado buscando centros neuropsicológicos en México para poder hacer prácticas y estaba en búsqueda de eso o neuropsicólogos cercanos al lugar donde voy a estar. Tenía una cartera de neuropsicólogos en donde tenía su dirección. Por ahí va más la facilidad, el atributo que tendría esta plataforma, a parte de la sistematización de la historia clínica.

Encontrar profesionales especializados.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería?

Sí, me gustaría utilizar el servicio. Así más o menos pago en neuroapp. Será 100 y algo más, es que va a depender si es para centro o consultorio. En caso mío yo soy consultorio, para centro tiene una apertura más de clientes, trabajan más profesionales, entonces dependería si es un centro o consultorio.

Si fuera consultorio entre 80 a 100. Si fuera centro de 100 a más.

El precio ideal, promedio sería 100.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

En el caso de niños son los familiares o el representante legal. En el caso de adultos, dependiendo de la condición del paciente, dependiendo del diagnóstico del paciente y de la calidad de conciencia que tenga acerca de lo que necesita.

Por ejemplo, un paciente esquizofrénico no va a pedir. Esa ya es una patología mucho más grande y no hay conciencia de la propia enfermedad.

Sin embargo, un paciente con trastorno obsesivo compulsivo, que sí puede darse cuenta que eso está generándole, llegar tarde al trabajo, está generándole dificultades en el entorno, puede acudir y decir lo que le está pasando.

Las personas con depresión, con trastorno de ansiedad, so personas con conciencia de la enfermedad y pueden sacar la cita. Algunos que tienen algunas ideas extrañas y que se dan cuenta y si hay conciencia.

¿Las enfermedades comunes?

En niños, vas a tener problemas emocionales y conductuales. Para niños normosómicos, que no tienen trastorno como tal. También con depresión, niños con trastorno del neurodesarrollo, niños con problemas de aprendizaje, problemas del lenguaje. Ahí hay varios diagnósticos, dentro de cada una de las dificultades que está teniendo.

En adultos, depresión, ansiedad. El trastorno alimenticio: anorexia, bulimia. La dependencia.

¿Qué rangos de edades tienen estas personas?

Entre los 14 años. Adultos jóvenes entre 30 -35 años. Es que es variado. Dentro de consulta siempre vas a encontrar adultos jóvenes, entre 30 -35, 20-25 o adolescentes.

A los adolescentes los traes los padres. No vienen solos.

Siempre va a depender del diagnóstico, un trastorno alimenticio, a veces no son conscientes, quien los trae es la familia. En cambio, en la depresión, un episodio depresivo reactivo frente a un duelo, a una pérdida y que está demorando en pasar, el paciente se da cuenta porque ya está afectando toda el área de su vida, entonces va a consulta. A no ser que sea un episodio depresivo mayor en que ya tiene que traer la familia.

ENTREVISTADO 3: Profesional del sexo femenino, Psicóloga clínica

Perfil

Mi nombre es Cynthia Torrejón Fernández de Tuesta. Yo soy psicóloga clínica y de la salud. Tengo unos 6 años de experiencia, colegiada en el ejercicio de esta profesión. Me dedico al ámbito clínico y también al ámbito de la psicología comunitaria en situaciones, en este caso, de mujeres en situación de violencia. Actualmente yo trabajo en el centro de emergencia mujer, del distrito de Breña, del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

- 1. ¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Por ejemplo el trastorno que se da en mayor grado, es el trastorno de ansiedad, de depresión, a veces, también hay trastornos relacionadas a trastornos de estados de pánico, puede ser este un trastorno de ansiedad generalizada, después algunas alteraciones, trastornos de personalidad, llámese, puede ser, el más común el border line. Es lo más común, las personas vienen porque han tenido en una crisis o un episodio de ansiedad, que se refleja a través de una taquicardia, piensan que van a tener un paro cardiaco, van a atención médica y sin embargo, están son derivadas a una atención psicológica ya que no es algo netamente físico, fisiológico. Desencadena en un stress.

Stress lo vemos también.

¿Doctora quiénes son los que sacan la cita los mismos pacientes o los familiares?

A veces, son los mismos pacientes, cuando ya tienen más experiencia o han tenido episodios, la mayor parte son los familiares.

¿En qué caso sacan los pacientes o los familiares?

Por ejemplo, a veces, son usuarias que ya han tenido episodios y van al médico y el médico les dice que es un stress que estás viviendo, es derivado por el especialista, en este caso, llámese el médico, el médico lo deriva y ellos vienen a sus citas.

¿Qué tipo de médico deriva?

Médico general. Si es especializado.

Yo he trabajado en el área de ginecología, también los derivaban porque en el Instituto Nacional Materno Perinatal, los derivaban porque estas personas habían sido expuestas, llámese a la muerte de un ser querido, pérdida de una gestación, y necesitaban llevar un acompañamiento psicológico, tratar de superar la etapa del duelo, respetando el proceso natural.

¿En qué situaciones sacan los familiares?

Cuando el paciente, no es consciente de la enfermedad que tiene, van de forma muy recurrente a otros especialistas y los especialistas le refieren que vaya a un psicólogo, a veces, cuando es un poco más complicado, necesita en este caso fármacos, se le deriva a un psiquiatra acompañado de psicoterapia. Es una actividad donde todos los profesionales están de la mano para que el paciente pueda mejorar su salud mental.

¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también?

Cuando ingresa a la primera consulta, lo hace solo. No lo hace con un familiar.

¿Qué clase de trastorno tienen?

Yo no soy especialista en todo tipo. Cada psicólogo tiene su especialidad, algunos ven lo que es trastorno de conducta alimentaria, otros ven niños y adolescentes, otros ven trastornos de ansiedad y depresión. En este caso, como yo las veo, trastorno de ansiedad y depresión que están asociadas a las personas víctimas de violencia porque eso es mi formación.

¿La atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

La necesidad de llevar una psicoterapia, la funcionalidad en sí, es que ellos al final, no necesiten de nosotros, el intento de tener un psicólogo no es generar dependencia, porque

si no otra vez recaeríamos en esa conducta, quizá ya no es hacia una persona u sino es hacia el psicoterapeuta. La idea es que ellos a través de todas herramientas que les podamos brindar puedan ellos hacer uso.

2. **¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)**

En mi caso se enteran por referencia. Mayormente me escriben, sacan una cita. Por redes, antes manejaba más mis redes pero por un tema de tiempo, no las estoy usando. También me contactan, pero por un tema de tiempo yo también se los derivo a otros especialistas, de acuerdo a que es lo que ellos quieren, es como un médico puede ser ginecólogo, cardiólogo, entonces yo les voy derivando, según lo que ellos necesitan.

¿La referencia la considera eficiente y valioso?

Tengo amigas que mueven bastante publicidad en el sistema de internet y obviamente tienen muchos usuarios, más pacientes. Es diferente, de acuerdo a la poca experiencia que tengo, a la semana puedo tener unos 2 o 3, ellas pueden tener unos 50, 60 pacientes. Es mucho más enriquecedor en el sentido de que captas mayor número de pacientes.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

No.

¿A qué se debe?

Apps, no uso.

Desconozco un poco de estos sistemas de las App.

En cuento a registros de anamnesis, de sus seguimientos, yo lo hago a través de un Excel. Voy llenando, porque uno tiene que ir registrado todo lo que ha avanzado, como vino el paciente pero no es que haya una plataforma que me sistematice la información para que yo la pueda encontrar de una forma más rápida. No hago uso de eso.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.**

Sí, claro.

¿Obstáculos para el ejercicio de la atención?

¿Para acceder a la plataforma?

Un obstáculo podría ser el tiempo, como yo trabajo para el sector público, para el Ministerio de la Mujer, dispongo de un tiempo, yo trabajo de 8 a 5 de la tarde. Después de las 5, yo ya tengo tiempo disponible, comúnmente a mis pacientes los agendo a partir de las 7 de la noche, 7, 8, 9 10 de la noche. Antes no puedo.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1.La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Muy importante. Eso ayudaría a gestionar el tiempo de la intervención psicoterapeuta. Hay algunos usuarios que suelen hablar mucho, porque es parte de su necesidad. Sin embargo, las sesiones psicoterapéuticas, se dan en 45 minutos, máximo 1 hora, no podría excederse ese tiempo y el generar que haya un calendario con el nombre también me ayudaría a gestionar ese tiempo. Se te pasa el tiempo y dejas al otro esperando. Si me ha pasado un par de veces, porque no quieres dejar al paciente llorando.

Lo que trato de hacer es poner un cronómetro, o si veo que el paciente tiene mucha necesidad de poder expresar lo que está sintiendo, le voy validando, que es importante lo que él está sintiendo sin embargo, vamos a ir dejando esto para la siguiente sesión, trato de ir cerrando para que tampoco el paciente se quede al aire.

Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas.

Yo creo que sí, muy importante. Ayudaría en facilitar en responder. A eso se refiere.

Responder de forma breve lo que requiera el paciente.

El historial de pagos o abonos para efectos contables

Muy bueno. Interesante. Claro, porque eso te ayudaría a saber, cuánto estas teniendo de ingreso. Personalmente, a mí me depositan, no es que salga como un número cuánto estas recaudando. Solamente son los montos que aparecen, a veces, yo pierdo la cuenta. Sería importante porque te organiza.

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

Eso ayudaría a ver que tratamiento ha llevado y si ha funcionado o no en el tiempo, porque no a todos les funciona.

Ayudaría a gestionar el tratamiento que se podría brindar. Ya que dentro de los tratamientos de la psicoterapia hay muchos, desde la terapia racional emotiva conductual. Yo uso eso, hay otros especialistas que usan otro tipo de terapia, de acuerdo a su especialidad. Ayudaría mucho saber que tratamientos ha seguido el paciente y si le ha funcionado o no.

Ser premiado. No me esperaba algo como eso, pero es interesante.

7. **¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

Primero, beneficio económico, porque te va a facilitar. También la rapidez porque cuando uno hace las consultas y si tiene que administrar una sesión, a veces, una responde a cada uno y es un tiempo invertido. Al principio me comentaste que lo iba a hacer la App y eso también ayuda bastante en el sentido de que se sistematiza la información.

Para los pacientes, creo que le ayudaría en el hecho de poder, si son varios especialistas, a través de la experiencia que tiene el especialista, ellos poder elegir a su especialista. A veces, también pasa, que no puedes elegir a tu especialista, no sabes a qué se dedica tu especialista, solamente te pasan al médico, al psicólogo o psiquiatra, pero no sabes si ese psiquiatra, hace match contigo o no. Porque hay personas que dicen, yo no quiero ser atendido por una psicóloga, es válido, porque no se sienten cómodos. Entonces creo que para el público eso es importante, yo lo veo. Eso ayudaría a darle confianza al paciente para que tenga la libertad de poder elegir de acuerdo con la experiencia que tiene, en este caso el profesional y también a observar con quien se relacionaría mejor. Porque dentro de la psicoterapia es importante que el paciente se sienta cómodo con el especialista para que pueda ir trabajando las sesiones.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Consideraría el tema de opinión y las estrellitas. Creo que es el primer visto que uno tiene, de las estrellitas que van acompañadas de la opinión.

¿Sería libre o con textos predefinidos?

Sería de forma libre.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

El ser reconocido a nivel nacional por tener buenos profesionales.

Poder facilitar, yo lo hago a veces, si el paciente adquiere un paquete, se le regala una sesión más o si cumple tantos paquetes, se le regala dos sesiones más. Eso motiva bastante

a los pacientes a continuar con sus tratamientos. Ahora, por qué, porque en psicoterapia, los cambios no se ven en una semana, si se hace una psicoterapia breve, tardará entre 8 a 10 semanas, entonces es un tratamiento prolongado para ver un efecto.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

Lo que me llama más la atención, es el calendario digital, también el tema de que salen los pagos, y también las interconsultas, porque a veces pasa que puedes tener un paciente a las 8 pm pero no contabas con interconsulta, tenerlo en interconsulta y ponerlo como interconsulta, ayudaría bastante.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Sí, si te facilita todo lo que me acabas de mencionar. El rango mensual sería, de acuerdo con los pacientes, entre 60, 100, 120. De acuerdo con los usuarios.

¿De acuerdo a los usuarios que usted tendría como pacientes? O sea, de acuerdo a las ventas.

Claro, puede ser que no tengas muchas. Entonces, cómo pagarías, comúnmente eso es lo que pasa cuando nosotros los psicólogos atendemos, tengo amigas que ya tienen un personal que trabajan para ellos, ellos si ven bastante eso, les aplican, tienen que motivar, buscar otros canales para que lleguen los usuarios.

¿Usted dice entre 60 a 100 soles, cuál sería el precio ideal?

Sería 90 soles.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

Sería el paciente.

Podría ser un trastorno de ansiedad, depresión, que es lo más común. Si hablamos de otro tipo de trastorno, la verdad, sinceramente, no pues.

Hablemos de esquizofrenia, es bastante común, pero el paciente con esquizofrenia no va a reconocer que tiene esquizofrenia, entonces comúnmente lo trae un familiar. En este caso el familiar es el que asiste, acompaña, al usuario a su primera sesión, sin embargo no entra. En la primera consulta ingresa, porque hay que saber el motivo de consulta, pero luego el paciente ingresa solo a las terapias, y debe tener un medicamento.

¿Entre qué edad adulta están ubicadas las personas con ansiedad y depresión que podrían utilizar esta plataforma de intermediación?

Desde los 20 hasta los 57 años. Ese es el rango que he podido tener dentro de mi experiencia.

ENTREVISTADO 4: Profesional del sexo masculino, NeuroPsiquiatra

Perfil

Soy médico, neurólogo y psiquiatra. Posgrado en San Marcos. Como psiquiatra voy 4 años más o menos y como neurólogo 9 años.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. ¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

En depresión, ansiedad, trastorno de pánico, psicosis, esquizofrenia y bipolaridad; son más frecuentes.

¿Y doctor, quiénes son los que mayormente sacan las citas, los pacientes, los familiares?

Depende del trastorno, no, pues muchas veces es el familiar quien saca la cita.

¿En qué tipo de trastornos es donde el paciente saca su propia cita?

Mayormente en ansiedad o depresión.

¿Y que tipo de trastornos es donde los familiares sacan la cita?

Psicosis, esquizofrenia y demencia.

¿Los pacientes van solos a sus consultorios o con sus familiares?

En gran porcentaje van acompañados. Muy poco van solos.

¿Qué tipo de porcentaje?

90% van acompañados.

¿La atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

Depende del del trastorno. Sí, es un trastorno crónico como por ejemplo esquizofrenia, bipolaridad es de por vida. Si es ansiedad o depresión el tratamiento es por un tiempo.

2. **¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)**

Obviamente por referencias. Referencia de otros colegas que me envían.

¿La considera eficiente y valioso?

No porque son pacientes ya referidos por otros colegas.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

No, ninguno.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.**

Si estuviera dispuesto a formar parte del staff médico de la plataforma.

¿Si tuviera algún tipo de obstáculo, qué tipo de obstáculos tendría?

El precio; de cuanto es la suscripción mensual y el rendimiento de la plataforma, si me da pacientes.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita? 1.La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables**

¿Y, qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita la gestión de un calendario digital donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad?

Sí me facilitaría bastante tanto a ellos como a mí, o para darle exactamente qué día exacto pueda atenderlos.

Referente a los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. ¿Qué tan importante es para usted?

Es importante porque así se evita que el paciente de testimonios subjetivos.

¿Y el historial de pagos o abonos para efectos contables?

Facilitaría bastante. no lo pongo como principal, pero sí sería bueno tener esa opción.

Lo principal sería más que todas las gestiones de los pacientes, o sea que el paciente tenga la fecha, la disponibilidad y pueda elegir hacer su consulta.

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

¿Y doctor, qué tan importante es para usted que el historial clínico evidencia qué tratamientos ha recibido previamente su paciente?

Ayudaría bastante para registrar el tiempo de la consulta y saber que tratamientos ha recibido el paciente, porque muchos pacientes se olvidan de lo que recibido.

¿Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas?

No sería muy importante como las otras cosas.

7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?

¿Y, qué beneficios le trae a ustedes esta plataforma de intermediación? ¿O sea, como doctor, qué beneficio le podría traer?

Ganar más tiempo en el tema de citar a los pacientes; es decir no estoy viendo qué día estoy disponible o qué día está disponible otro colega para las interconsultas

Verlo el historial médico, me permitiría ver a su médico tratante y podría llamarlo, consultarlo de los tratamientos que recibió.

¿Y, qué beneficio de le podría traer a su paciente el utilizar esta plataforma?

Mayor facilidad de gestionar sus citas, medicamentos y ver la facilidad la disponibilidad; es decir que hay un doctor disponible en la fecha que desea.

8. ¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)

El sistema de estrellas; porque es más rápido y con testimonios en donde el paciente pueda escribir a su propia libertad.

9. ¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?

Creo que el del gestor historias clínicas o de la medicación que recibe por parte de otros colegas. También gestor de citas, que el paciente sepa que días están disponibles los médicos.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

Más que todo el tema del manejo de las historias clínicas o de la medicación que recibe el paciente por otros colegas. Que tenga facilidad en hacer las interconsultas y que la plataforma sea amigable.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Sí estaría dispuesto hacer la inversión mensual para la suscripción, y pagaría entre 100 y 300 soles. Y el precio ideal sería de 200 soles.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

Las personas que utilizarían más la aplicación, sería el paciente. Los trastornos más comunes son la ansiedad y depresión. De 18 a 40 años, son los más frecuentes.

ENTREVISTADO 5: Profesional del sexo femenino, Psiquiatra

Perfil

Sí, bueno, yo soy médico psiquiatra, realicé esta especialidad en el 2016. Posteriormente hice la subespecialidad que es en Psiquiatría de niños y adolescentes son dos años adicionales al de médico psiquiatra. He realizado también psicoterapia enfocado en niños y adolescentes. Y bueno, ahora básicamente me dedico a la evaluación, al diagnóstico, al seguimiento y tratamiento de niños y adolescentes con problemas de salud mental.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. **¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Básicamente ahora me dedico solo a atender menores de edad. La prevalencia de diagnósticos en este grupo de niño o del adolescente son diagnósticos como el trastorno del espectro autista en niños, déficit de atención e hiperactividad, niños con problemas de aprendizaje, y los más emocionales trastornos depresivos y de ansiedad.; esos trastornos son los más frecuentes; actualmente como especialista en niños y adolescentes.

¿En qué rangos de edad están ellos?

Digamos por patologías. En niños con trastornos del neurodesarrollo: autismo, déficit de atención y de aprendizaje los diagnósticos se hacen desde los 3 años hasta los 5 años. Claro que hay que hay también otros niños, pues más un poco más grandes que el diagnóstico se les hace posible en la adolescencia también. Y digamos los diagnósticos como trastornos depresivos o de ansiedad, lo veo más en la etapa de la adolescencia, desde los 12 años hacia adelante.

¿Y, quiénes son los que sacan la cita; ¿son sus familiares o algún tipo de representante legal, papás?

Siempre son mamá y papá, digamos, poniendo en la balanza más son las mamás que se contactan conmigo para solicitar la cita.

Y ellos atienden solos, o sea, tienen con sus familiares.

Inicialmente atiendo a papá y mamá o 1 de ellos. Sino esta mamá o papá, los abuelos; primeros ellos y luego el paciente.

¿Estas atenciones que ellos llevan son por etapas o es ya de por vida que siempre van a tener ese tipo o de tratamientos?

Varía mucho, con relación al diagnóstico, a la gravedad de los síntomas y de cada paciente. Bueno, la mayoría sí se ven algunos meses, diría yo. Hay algunos, pues también inician las atenciones y bueno, probablemente se atienden también en otras instituciones como públicas y bueno un poco que se pierden en el camino; pero digamos una vez atendido por una primera vez, regularmente se atienden, pues en el transcurso de 1 año o el transcurso de 6 meses como mínimo de esa forma se hace el seguimiento.

2. **¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)**

Bueno, la mayor parte de ellos llegan por referencias de colegas, entre paciente y paciente, se pasan la información.

Tengo solo, en redes sociales cuenta de Instagram y de Facebook y pongo información sobre qué es la salud mental en niños y adolescentes y algunos trastornos; sin embargo, no nuevo mucho las redes. Solo nuevo más por referencias.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

Realmente no, o sea yo tengo mis historias clínicas en mi iPad, en el archivo y las guardo en la nube. Y para hacer interconsultas las solicito entre colegas míos; entonces les doy el contacto al paciente, no realizó la interconsulta de modo digital.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte**

del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

Bueno, suenan interesante, tener esa accesibilidad a que puedan agendar las citas, los testimonios y las interconsultas con otros colegas. Yo creo que sí podría funcionar, nos podría agilizar un poco el trabajo.

¿Qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

Un obstáculo sería la parte económica, no sé si costaría para formar parte, no sé si hay un porcentaje que habría que pagar.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Bueno, sí sería mucho más práctico; actualmente, lo gestiono yo. A veces es un poco difícil entre el trabajo y la gestión de agendarlo de que confirmen la cita. Sería mucho más ágil la comunicación también.

¿Y los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas?

Sí tendría que realmente funcionar ese moderador. Por ejemplo, hay plataformas similares en el mercado como DoctorAlia en donde hay testimonios que llaman la atención; por eso es importante que el moderador funcione.

¿Y, qué tan importante es para usted que esta plataforma le permita a usted que tenga el historial de sus abonos?

Ah sí, eso me parecería super; para llevar un mejor control también. Sí, eso sí, estaría muy bien.

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

¿Y, qué tan importante es para usted que el historial clínico evidencie que tratamientos ha recibido previamente su paciente?

Ayudaría mucho, para ponernos un poco en contexto, recordar muy bien el tratamiento en que está siguiendo el paciente.

¿Y ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas?

Sí, bueno, sonaría interesante.

7. **¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

¿Y, qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación?

Bueno, la accesibilidad tal vez a las historias clínicas; el mejor control en el tema de pagos, el ahorro de tiempo ya que libero un poco el tema de agendar pacientes o de que vean la disponibilidad, pues sería más práctico.

¿Y los beneficios que le podría traer a los pacientes?

Tal vez más facilidad en contactarse con el profesional con mayor rapidez. No sé si hay en esta plataforma, pues también habría alguna descripción del profesional como para que él, para que se entere un poco de con quién se va a tratar o digamos su historial. Los estudios que ha realizado, para que vaya con conocimiento. Y, bueno, por practicidad también de contactar con el profesional para agendar la cita.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Más objetivo diría con una puntuación creería. Es más fácil de que otras personas mirarlo que leer, y sería bueno el sistema de estrellas.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

Que tenga esa capacidad de almacenar las historias clínicas. Tener una adecuada información de los profesionales que están en esta plataforma, para poderlos contactarlos y tenga una información verídica. Es decir, saber sus estudios actualizados, ya que es posible encontrar en otras paginas información antigua y no tan certera. Y que tenga un moderador que haga buen filtro a los testimonios del paciente.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

El almacenamiento de las historias clínicas del paciente y la practicidad con la que los pacientes agendarían sus consultas.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Entre 80 a 150 soles. El precio medio sería 100 soles.

¿Cuántas atenciones al mes le gustaría tener para que pueda pagar ese precio?

Yo particularmente no es que atienda todos los días, como tengo mi hijito y estoy tiempo con él. A la semana dispongo dos a tres tardes por semana. En salud mental, nos tomamos 45 minutos por paciente, más o menos. Por día, 4 pacientes en las tardes, tres veces por semana. En total 12 pacientes a la semana.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

En mi caso los papás, porque se enfocan a los niños. Cuyos trastornos más frecuentes depresivos, ansiedad, neurodesarrollo aquí están los niños con Tea, autismo, niños con dificultades en el aprendizaje con TDH, que es el trastorno de déficit de atención con hiperactividad.

¿Y, qué rangos de edades tendrían estos niños? ¿Qué rango?

Para los niños entre los 4 y 16 años.

ENTREVISTADO 6: Profesional del sexo masculino, Psicólogo clínico

Perfil

Mi licenciatura es en psicología. Actualmente, estoy trabajando para la UGEL de Pascamayo, como especialista dentro del servicio de Saneamiento, que es un servicio que trabaja con niños con habilidades diferentes. Su nombre, Servicio de Apoyo y Asesoramiento a Necesidades Educativas Especiales. Se encarga básicamente de trabajar con niños que están incluidos dentro de la educación básica regular y lo que hago es trabajar en las sesiones de terapia para ayudar a los estudiantes en desarrollar sus competencias, temas en el desarrollo cognitivo o emocional y orientación a padres de familia.

También he trabajado en la parte clínica, consultorios. Actualmente vivo en Trujillo; pero, me he empeñado básicamente en Lima, he trabajado en consultorios de diferentes sectores en Lima Norte San Miguel y Centro de Lima.

Mi especialidad es el trabajo de niños y adolescentes. Sí, bueno, también con padres de familia en lo que es la orientación, la capacitación para el manejo de conducta. Mi especialidad también es modificación de conducta.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. ¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

En necesidades educativas especiales: TEA (Trastorno Espectro Autista), síndrome de Down, discapacidad intelectual; discapacidades asociadas al lenguaje y otros trastornos del neurodesarrollo.

¿Quiénes son los que normalmente sacan las citas, los padres de familia?

En el caso del Saanee, que es un servicio como tal que brinda a los colegios estatales, que son colegios inclusivos.

El proceso en sí no es sacar una cita; sino por el contrario, nosotros tenemos un programa, tenemos días establecidos en los que se atiende a los niños que están incluidos en un EBR (Educación Básica Regular) se pide que se organiza el tema del espacio, el tema del tiempo y se trabaja con ellos en algunos casos sesiones: cognitivos conductuales o también socioemocionales.

¿Doctor y ellos se atienden solos o los pacientes o también están con los familiares?

Dependiendo del programa, hay sesiones que se trabajan solamente con los niños, hay sesiones que trabajan solamente con los padres y hay sesiones que se trabajan padres y niños. Sin embargo; la mayoría de las sesiones se trabajan enteramente con los chicos. Se trata de eso justamente de desarrollar capacidades en ellos el trabajo.

¿Y la atención que llevan ellos es por etapas o ya es para toda la vida?

En el caso de los chicos que están en EBR, como la discapacidad como tal o el diagnóstico es un diagnóstico muy severo se trata de regularlo hasta un punto en el que pueda desarrollarse niño regular o llamado normal, entre comillas. La idea es que, dentro de este año o el año de intervención, según el plan de trabajo, el niño desarrolle las competencias o habilidades que necesita para complementar el desarrollo académico, llámese atención, concentración, memoria, aspectos emocionales y dificultades familiares.

La idea es generar un apoyo en el estudiante; desde la intervención multidisciplinaria. En mi caso, en la parte psicológica hay también un especialista o tecnólogo médico que trabaja el tema de atención a través de terapia lenguaje y los docentes que son inclusivos, que trabajan en el tema de la adaptación popular, todo esto es un trabajo en equipo.

2. ¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)

Como el Saanee es un programa, esto es directamente tratado con los colegios y con los directores, la coordinación con los tutores, a través de ello es que se generan los espacios. Durante la semana, una vez a la semana, espacios de 40 o 50 minutos para poder trabajar con los estudiantes.

¿De manera independiente, también tienes citas?

Claro, si lo llevamos a un ámbito clínico privado, el tema está en que este primero se genere la cita, saber el motivo de consulta como tal, si va a requerir una evaluación previa, si se puede hacer una intervención, entonces todo ello implica que haya una organización previa antes; para poder establecer su historia clínica del paciente o del estudiante, o del niño o del joven también establecer su edad, con quienes vive, todo el contexto que rodea al paciente.

¿Como tienen conocimiento sus pacientes privados de usted?

No he tenido la oportunidad, por así decirlo, de hacer promoción; siempre ha sido de boca en boca, o sea, pacientes que me recomiendan o papás que me recomiendan a otros papás o papás que me recomiendan a otros chicos.

Genero una red de contactos, por así decirlo. Entonces tengo compañeros que son terapeutas que me recomiendan.

¿Y usted considera que este canal de las referencias de los padres es eficiente y valioso?

A ver si yo me dedicara enteramente a la atención privada, obviamente me sería deficiente. Las atenciones privadas, es un complemento al trabajo que tengo, entonces incluso yo no tengo un consultorio o nada parecido.

Actualmente vivo en Trujillo hace un año por un tema familiar, ya tengo una familia, entonces estamos viviendo aquí con mi esposa. Cuando vivía en Lima como 30 años sí

contaba con un consultorio en San Miguel, lo alquilaba periódicamente cuando tenía cantidad de pacientes y lo alquilaba por dos o tres horas.

También atendía a domicilio, el papa me daba un espacio para atender, y esto no me generaba ningún tipo de gasto extra. Obviamente el niño también se sentía más en confianza porque estaba en un espacio que conocía.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

No que yo conozca, no sé si haya algún tipo de gestión de ese tipo. A veces he promocionado vía Facebook o he colaborado con algunas de estas instituciones de salud y que me valía de promoción; pero que utilizo alguna plataforma no.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.**

Sí estaría dispuesto a formar parte del staff médico. Primero lo veo interesante y segundo que ayuda en el tema del marketing para hacerte conocido, pues de repente por ahí una persona acude a un especialista diferente y a la vez puede observar otro tipo de especialidades.

Si tuviera un algún tipo de impedimento. ¿Como cuál podría ser?

Imaginemos que la plataforma me solicite una dirección de un consultorio físico, yo no lo tengo. De repente sería una opción tener variedad de atención de servicio.

Por ejemplo, en la pandemia trabajé en las interconsultas virtuales como ahora, o sea a través de zoom y plataformas virtuales. Ahora me enfoco en atención a domicilio o atención virtual. Estando en Lima también he tenido pacientes de San Martín, de la selva y de otras provincias.

Otro tipo de obstáculo que vendría dentro de la plataforma.

El costo mensual por la suscripción. Además, no es que yo me dedique a esto. O sea, no es que yo tengo un consultorio y viva del consultorio y todo ello no, yo tengo un trabajo y complemento con atención ambulatoria.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad.

Es muy importante y en realidad ayudaría bastante.

Por ejemplo, yo atendía básicamente sábados y domingos, que son los días que no trabajo; entonces había papas que no podían esos días o no querían esa opción y querían días de semana y al final por el tema de mi disponibilidad no se podía concretar la cita.

Y con lo que tu planteas del calendario digital el papá teniendo en cuenta la disponibilidad del especialista, decidirá si obtiene la cita sin perder el tiempo en la charla.

Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas

Habría que tener mucho cuidado con restringir la opinión del paciente porque es importante desde lo bueno que te puede decir hasta lo no tan bueno; te puede ayudar a mejorar el servicio.

Para mí la principal forma de obtener más pacientes ha sido la recomendación boca a boca, o sea, el tema de que el papá vio un buen servicio donde el niño avanzó entonces dijo: “

Ah mira, tengo un primito de mi hijito tiene esta dificultad, tú lo puedes atender". Y así yo me hecho una cartera grande de pacientes que vinieron por recomendación.

Hay que tener mucho cuidado con los parámetros que se van a poner en la opinión del usuario; ya que sus testimonios servirán a futuros pacientes si que toma su decisión por uno u otro especialista.

¿Qué tan importante para usted que esta plataforma le permita a usted tener su historial de pagos?

Ah claro, es importante para llevar un control y pueda ver qué tan beneficioso ha sido el servicio, si se ve ganancia y si me es factible o no seguir dentro de la plataforma.

- 6. ¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

¿Y el historial clínico qué tan importante lo ve?

Es muy importante, al menos en la parte de salud. No sé si hablarte por todas las especialidades, pero en psicología es trascendental conocer cada detalle de la vida o la salud; como su desarrollo que ha tenido el niño o el paciente mismo; si ha sido medicado en algún momento, sí ha tenido una dificultad de repente en el momento del parto; si la mamá ha tenido dificultad para concebir al niño.

Todos estos indicadores son importantes en el desarrollo de la psique del niño y determina muchas cosas, desde la forma de la crianza hasta la forma del desarrollo del estudiante o del niño o del joven o de ciertos parámetros que incluso para hacer un diagnóstico. Entonces es muy importante.

¿Y ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas?

Eh. Yo creo que la en esa parte, quizás para quienes inicien ayudaría bastante en el tema del de fidelizar a los especialistas. Pero a nivel de servicio, no veo mayor muy importante.

- 7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

¿Y, qué beneficios le trae usted esta plataforma de intermediación?

Primero que ya voy a tener claro los pacientes y la disponibilidad que voy a tener. Lo segundo ser más eficientes en cuanto al tiempo, pues me ha pasado un montón de veces en que los pacientes me dicen quiero una consulta y yo les explico todo el servicio, el horario y cómo se trabajaría y después de eso no se vuelve a contactar; entonces todo ese proceso me ayudaría en el tema de la eficiencia de la gestión de citas; ya que los pacientes van a ver por el aplicativo, quién es el especialista, a que se dedican, especialidades que tienen, ayuda a que el papá este más seguro de tomar la decisión; ya sería un trato más directo, ya que entraría directamente yo hacer una intervención.

¿Cuáles sería puntualmente los beneficios?

Primero es ser más eficientes con el tiempo de obtener la cita. Lo segundo, creo yo al menos que sería el tema del marketing y la promoción que va a tener el especialista. Y el último creería yo dependiendo obviamente del costo y todo ello si es que es factible a nivel económico invertir en ello para ahorrarte tiempo.

¿Qué beneficios le podría traer a su paciente esta aplicación?

Que el paciente tendrá una gama de especialistas. Además, que tengan la información de ellos a la mano. Eso ayudaría bastante en la toma de decisiones si cree que es adecuado el especialista para lo que necesita o no lo es. Ya que el paciente podrá discernir sobre el especialista que va a tomar, o sea, va a tener el perfil y la información del especialista. Por ejemplo me ha pasado pacientes que han ido a mi consultorio y me dicen que tienen problemas de pareja, yo estando en consulta me entero y esto no es mi especialidad. Entonces; esto ayudaría mucho al paciente para que pueda direccionarse a un especialista que pueda atender su necesidad de acuerdo con sus especialidades que tiene, va ser más objetivo.

- 8. ¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Yo creo que es muy importante la opinión; sería lo más objetivo. Y si hablamos de lo comercial, creo que sería suficiente con un tema de estrellas, es suficiente. Porque las personas se fijan en la calificación cuantos puntajes positivos o negativos tienen.

9. ¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?

Uno de los factores de éxito sería la información de los especialistas, lo más clara y detallada; por ejemplo, que la colegiatura esté actualizada y habilitada. Ya que en temas de salud para poder atender todos los especialistas deben de tener una colegiatura habilitada. Además; que este detallada las especialidades, es decir todos los servicios que brinda el especialista.

Otro factor de éxito es que la aplicación brinde servicios extras a los pacientes, como campañas, orientaciones; además de información de las especialidades para que el paciente pueda ser consciente del servicio que está tomando

¿Cómo informativo o algo así?

Mantener una interacción continua con el paciente, invitarlo a ponencias de especialistas y que mantengan la atención del del usuario en el aplicativo.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

Primero que la propia aplicación da a conocer los servicios de una forma más globalizada por así decirlo, y así evito de estar publicando en redes sociales. Lo segundo sería que nosotros los especialistas nos mantengamos dentro de esta red y que nos ayude hacernos más conocidos.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Yo estaría dispuesto a pagar un precio entre 40 y 80 soles, y el precio ideal para mi sería de 60 soles mensual.

¿Para que usted pueda pagar mensual 60 cuántas citas a la semana debería de tener?

A la semana sería 4 a 5 atenciones a la semana. Las sesiones normalmente duran de 45 minutos a 50 minutos; pero puede alargarse hasta 1 hora, normalmente yo lo que hago es dejar un espacio de 1 hora.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

En mi caso es mi atención básica a niños, obviamente los padres de familia o los familiares utilizarían la aplicación para gestión de cita. Y los trastornos más recurrentes serían dificultades de conducta, rendimiento bajo en el colegio, temas de aprendizaje, atención, concentración.

¿Y entre qué rango de edad tienen estos niños?

Las pacientes que he atendido van desde los 2 años, 3 años hasta los 16 años. Como te digo, mi especialidad son niños y adolescentes, habrá otros que trabajan de manera más amplia con adultos de repente o con alguna dificultad en particular o adicciones, entonces ya eso es diferente.

ENTREVISTADO 7: Profesional del sexo femenino, Psicóloga Psicoterapeuta

Perfil

Soy psicóloga clínica con una especialización en terapia integral de pareja y formación en terapia racional emotiva conductual y terapia alérgica conductual. Mi enfoque principal se centra en la psicología conductual. Llevo cuatro años dedicándome a la psicoterapia individual, trabajando principalmente con adultos.

Mi experiencia abarca una amplia gama de trastornos de ansiedad, incluyendo fobias, ansiedad social, trastorno de ansiedad generalizada, trastorno obsesivo-compulsivo, ataques de pánico y agorafobia. También me especializo en problemas de pareja, relaciones interpersonales, duelo y depresión, aplicando enfoques conductuales en el tratamiento de la depresión.

Actualmente, también estoy trabajando en problemas de regulación emocional. Anteriormente, tuve experiencia trabajando en instituciones educativas, pero ahora me dedico exclusivamente a la psicología clínica, brindando apoyo y terapia individual a mis pacientes.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. ¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

Generalmente, los pacientes que atiendo presentan síntomas ansiosos sin llegar a cumplir los criterios para un trastorno específico, pero la mayoría de los casos se enmarcan en los trastornos de ansiedad. Estos trastornos pueden incluir el trastorno de personalidad por evitación, así como el trastorno obsesivo compulsivo. Sin embargo, en los casos de trastorno obsesivo compulsivo, suelo derivar a mis pacientes a un colega especializado en ese campo, ya que considero que recibirán una atención más adecuada.

En mi práctica, me enfoco en tratar los síntomas ansiosos más leves. Además de eso, también me encuentro con frecuencia con trastornos de pánico y trastornos de ansiedad social.

A lo largo de mi experiencia, he observado que estos trastornos son bastante recurrentes. Mi objetivo es brindar apoyo y tratamiento a aquellos que experimentan estos desafíos emocionales.

¿Y, quiénes son los que sacan la cita?

Los mismos pacientes bueno, yo trabajo con adultos principalmente, yo no trabajo con niños ni adolescentes, así que en general los que me piden las sesiones son los mismos pacientes.

Y ellos se atienden solos o con familiares.

No ellos se atienden solos, solamente un familiar le saca la cita, algunas veces lo consultan, pero por lo general son ellos mismos.

La atención que ellos llevan con usted este por etapas o es como por de por vida

En el caso de la terapia conductual, a diferencia de otras formas de tratamiento, el objetivo principal es lograr que la psicoterapia sea lo más breve posible. Un ejemplo de esto se puede observar en los protocolos utilizados para tratar trastornos de ansiedad generalizada, que suelen tener una duración de aproximadamente entre un año y medio como máximo.

Sin embargo, los trastornos de pánico generalmente requieren un período de tratamiento más corto, que puede oscilar entre 3 meses, 2 meses o incluso 8, 12 o 16 sesiones. En general, la duración promedio de la terapia puede ser de 3 a 6 meses, siempre y cuando no haya otras problemáticas o temas adicionales por los que el consultante busque ayuda.

La mayoría de las sesiones que atiendo suelen ser una vez por semana. A veces, debido a cuestiones económicas de los consultantes, se programan cada 15 días. Hacia el final del proceso terapéutico, cuando se han logrado las metas establecidas, se espacian aún más las sesiones. En este punto, suelo programarlas cada 15 días como parte del cierre del proceso. Después de finalizar las sesiones, mantengo un seguimiento mensual para asegurarme de que el progreso se mantenga estable.

2. ¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)

Bueno yo uso una plataforma en línea que se llama Doctoralía.

Doctoralia es una plataforma internacional, pero acá pues también hay Doctoralía.Pe. También utilizo otra plataforma que se llama Psicólogos punto pe; entonces ahí está descrito todo mi currículum y las especialidades que tengo.

Lo que me gusta más de Doctoralía es que tiene opiniones de mis consultantes anteriores o de lo que estoy llevando en este momento, así que la gente puede ver la valoración en puntaje, cómo está mi atención y además escuchar o leer las opiniones de mis consultantes.

¿Usted lo considera este canal valioso y eficiente?

Sí, porque además puedo agendar mis citas; porque antes lo hacía manualmente, aunque todavía lo hago manualmente, porque hay algunas cosas que son un poco arcaica, pero sí me sirva mucho la plataforma para ver mi agenda de la siguiente semana.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

Sí a través de eso, lo que no hago de esa plataforma que también tiene, es llenar la historia clínica.

¿Son cuáles?

Doctoralia y Psicólogos.pe; en Psicólogos.pe solamente puedes subir tu perfil y si pagas apareces en la primera página, los pacientes no te pueden puntuar, tu no puedes hacer tu agenda; es más limitada esa plataforma, así que a veces la activo y a veces no la activo. Dependiendo de mi y de mi público.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.**

Todo eso lo tengo en Doctoralía. Pero en esa plataforma no uso las interconsultas porque la gente con la que yo hago interconsulta son gente que yo conozco y a veces no están en la plataforma, así que les doy su número nada más.

Y ahí mismo usted también puede ver el historial clínico en la plataforma de Doctoralía.

Sí podría llenar el historial clínico, pero no lo hago porque desconfío un poco que la información se filtre, aunque me han dicho que hay mucha seguridad, todo lo demás, yo prefiero llevar en mi computador el historial clínico de mis consultantes, por un tema de privacidad. Me preocupa que los datos en algún momento se filtren, porque muchos de mis consultantes agendan desde la plataforma, así que ponen sus datos personales y no me gustaría ponerles sus trastornos; Porque todo eso es una información delicada.

¿Estaría usted dispuesto a formar parte de este staff de plataforma?

Dependiendo lo que pasa, a mí me gusta Doctoralía, porque cuando tú buscas psicólogos en internet te salen entre la en la primera página de Google. Entonces está como bien ranqueada y sale la primera página y me cuesta menos.

¿Qué le podría impedir ser parte?

Que no haya muchos psicólogos apuntados allí; que no salgan en la primera página de Google cuando buscas psicólogos en Lima. Que cueste más. Y, que tengan menos de los que Doctoralía ahorita me ofrece.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1.La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

1.La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad

Es importante porque cuando estoy en las sesiones puedo ver las disponibilidades la siguiente semana o dentro de 2 semanas o el siguiente mes y poder agendar a alguien.

2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas.

De hecho. No sé si alguna vez han hecho una opinión en mala. Entiendo que la plataforma también te permite no valorar bien al doctor, porque mi esposo me ha comentado a otros colegas sí les han puntuado menos; bueno a mi nunca me ha pasado y nunca he recibido un correo diciéndome tal persona dijo, da tu descargo, no como en otras páginas que eso sí te pasa no.

3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

No lo uso; Doctoralia también lo tiene, y no lo uso; porque es información sensible. No me gustaría que sepan cuanto estoy ganando; además yo misma llevo mi propio registro.

- 6. ¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente.

Me ahorraría tiempo, porque podría direccionar mejor la pregunta en las primeras consultas. Por protocolos pregunto la atención anterior recibida, motivo de que dejo la sesión. Esas preguntas me dan una idea de la proyección en la terapia.

2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

Sí porque me elevaría el ranking; es decir por un lado bien y por otro lado me abruma, porque a veces tengo demasiada gente que me contactan y no tengo horarios, así que me estresa no poder ayudar y tener que derivar.

- 7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

Me ha direccionado a más público; si bien muchos pacientes que tengo se pasan por recomendación; pero muchos no me conocen; entonces vieron mi perfil por la aplicación, mi valoración los comentarios de mis pacientes anteriores y se confiaron y tomaron la decisión.

¿Y, qué beneficios le podría traer a su paciente?

A mis pacientes les da bastante seguridad.

Algo que no me gusta mucho de la plataforma es que es un sí a todo; lamentablemente, en psicología hay algunos enfoques que no tienen evidencia científica; pero hay psicólogos que siguen esas psicoterapias e igual están bien puntuados, igual tiene un montón de pacientes que les han puesto muy bien, entonces eso no me gusta tanto porque la competencia no es la misma, ya que no hay una formación real científica, entonces el único filtro para el psicólogo ahí es que este colegiado.

- 8. ¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Me parece que está bien que los testimonios de los pacientes estén monitoreados por un moderador. Les sugiero agilizar o facilitar la forma en que ellos dan la opinión, porque sí me han comentado que no es tan sencillo, o sea, ellos les llega el mensaje para que me valoren; luego ellos tienen que poner en su celular y el celular les da un código, el código lo tienen que ingresar, ingresan su comentario, luego pasa el moderador para que lo revise y recién aparecen en la plataforma.

- 9. ¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

Que yo pueda poner todo mi currículum, mi experiencia, la información de mis precios, del tipo de consulta, mi calendario. La verdad que facilita mucho mi organización. Y que sepa como captar público, porque no hay ningún mes que no tenga consultantes nuevos y al mismo tiempo una consulta, o sea solo una consulta me cubre el pago que yo hice mensualmente.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

La parte del calendario, la parte de la valoración; me gusta también que salga en la primera página, relación de los psicólogos más recomendados en Lima

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Actualmente me cobran supuestamente 120 soles, supuestamente porque me cobran una comisión y terminó pagando 135 mensual, pero mi esposo, como fue uno de los primeros de la plataforma paga 50 soles y no le han subido el precio.

¿Entre qué rangos?

Entre 100 y 130 soles. Lo ideal sería 100 soles.

¿Cuántos pacientes a la semana tendría que atender usted?

Por lo menos con un paciente no perdería.

Actualmente trabajo con un rango de 20 pacientes semanales, así que no bajaría de esa cantidad de pacientes, pues estaría bien; nuevos mensualmente me entran unos cuatro o cinco.

Y me contactaran unos 10. Entonces, si no pierdo ese rango de que me contacten unos 10 y de esos 5 tomen la sesión, pues estaría bien.

12. ¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?

Bueno, en general, yo prefiero que sean los mismos consultantes, quienes sean los que agenden, o sea, yo prefiero que sean ellos y que en general no suelo hablar con la familia. Como te mencioné, más son del espectro de ansiedad generalizada, la ansiedad social, las fobias, ataques de pánico, trastorno de estrés postraumático y las regulaciones son algunos que están viviendo últimamente.

¿Ajá doctora y qué edad serían ellos? ¿O sea, sus pacientes actuales? ¿Qué rangos de edad se maneja?

La mayoría está entre los 25 años hasta los 45 años, después tengo muy poquitos que tienen esa edad hasta los 19 y más de esa edad tengo un par que tienen 50 o 60.

ENTREVISTADO 8: Profesional del sexo femenino, Psiquiatra

Perfil

Soy médico psiquiatra, me gradué de psiquiatría en el año 2019; Luego hice la subespecialidad de psiquiatría en adicciones del 2020 a 2022. Y aparte, tengo formación psicoterapéutica en psicoterapia cognitivo conductual que lo hice del 2018 al 2020. Actualmente estoy haciendo la psicoterapia sistémica familiar que empecé en el 2020 y terminé 2023. Y también estoy formándome en una maestría de gerencia de servicios de salud que terminó ahora en diciembre

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. ¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?

Yo me dedico a la práctica privada dejé de trabajar en el sector público en noviembre del 2022, cuando termine la subespecialidad. Y en la práctica privada lo más frecuente es depresión y ansiedad.

¿Quiénes son los que normalmente sacan la cita?

La gran mayoría son los pacientes en mi caso.

¿La atención que ellos llevan es son por etapas o ya es una atención de por vida?

Depende del caso.

Yo estoy haciendo maestría de gerencia del servicio de salud y dentro de mi maestría estoy planteándome qué factores influyen en la adherencia y en la fidelización del paciente; entonces estoy evaluando esos casos de qué pacientes se quedan de por vida.

Entonces los pacientes que son mayormente de por vida son los pacientes crónicos, o sea, los pacientes psicóticos. En depresión y ansiedad no necesariamente tiene que ser crónico, se cronifica en algunos casos, pero no necesariamente lo es. Entonces siempre se le da un tiempo mínimo de tratamiento a que usualmente como mínimo, de 6 meses a 1 año.

2. ¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)

Mi marketing es de boca en boca. No me comercializo por redes sociales ni trabajo en ninguna clínica, solamente de boca en boca, porque actualmente estoy priorizando mis temas personales y sí me publicitaría en este momento tendría muchísimos pacientes, entonces no.

No tengo tanto tiempo ahora, cuando decida tener más tiempo en el ámbito laboral, pues usaré las redes, veo que muchos de mis colegas las usan y bien por ellos, pero yo actualmente solo me consigo mis pacientes, el boca en boca y por ahora me está yendo bastante bien.

¿Y lo considera usted eficiente y valioso?

¿Para mí? Sí, definitivamente sí, porque como te digo ahorita estoy priorizando mi vida personal.

Entonces, los pacientes que atiendo pertenecen a un grupo social específico y requieren un enfoque psicoterapéutico particular. La mayoría de ellos se encuentran en el sector A/B, lo que les permite costear las tarifas de consulta que establezco. Al referirme a un "manejo psicoterapéutico", me refiero a los psicólogos con los que colaboro, quienes son compañeros y amigos con los que trabajo en conjunto, y conozco su nivel de calidad profesional. Como resultado, los pacientes que llegan a mí no suelen estar gravemente descompensados o abandonados, sino que tienen cierta comprensión de lo que implica trabajar con un psiquiatra.

Si decidiera promocionarme mediante una página publicitaria, como hacen algunos colegas, no tendría conocimiento de su procedencia, con quién vienen, quién los ha referido o incluso el factor económico que pueden afrontar. Es por eso que algunos colegas optan por reducir sus tarifas. Sin embargo, en mi caso, dado que adquiero a mis pacientes exclusivamente a través de recomendaciones personales, puedo mantener mi tarifa estable sin necesidad de disminuirla constantemente.

3. ¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)

Hasta hace 8 meses, comencé a utilizar historias clínicas en mi computadora. Las guardo en Onedrive, específicamente en mi escritorio, utilizando principalmente el programa Word. Sin embargo, aún no cuento con un sistema adicional o más avanzado en este aspecto.

4. ¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

Como te digo, yo no quiero adquirir pacientes que no conozca o que no tenga contacto, es por eso por lo que yo no me he metido a ninguna plataforma. Si tú me planteas que me van a venir, solo interconsultas si aceptaría, pero si es una plataforma que ofrecen mis servicios de una manera pública, no estoy interesada porque vendría pacientes de otros sectores.

Ah ya, o sea, por ejemplo, si en estas plataformas hay doctores que digan interconsulta y solamente usted aceptaría por la plataforma de interconsultas.

Exacto, tal cual sí, porque sé que colega me lo está refiriendo. Y esos colegas sabrían por qué me lo refieren a mí; o sea que yo sería la persona idónea de evaluar este tipo de paciente.

¿Ajá doctora y qué le impediría ser parte?

Como te digo el tiempo. Actualmente estoy priorizando mi vida personal y si me abro frente a una plataforma abierta ya no tendría tiempo para mis planes. No quisiera ahogarme de trabajo, como te digo ahorita el boca a boca me va sumamente bien y estoy bastante satisfecha.

5. **¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad.

En mi caso no me ayuda mucho.

Actualmente manejo un calendario digital, pero es solo mío en el cual está sincronizado mi laptop, mi teléfono y mis aparatos electrónicos donde ahí puedo ver qué espacios libres tengo en ese calendario también pongo mis eventos personales. Entonces son pocos los espacios me quedan, por eso es que no atiendo y no tengo tantos pacientes nuevos, por así decirlo, y si se cruzara mi paciente con un evento personal yo tengo la confianza de poderle decir a mi paciente discúlpame te parece si lo reprogramamos.

Pero si yo tuviera una plataforma abierta donde solo de un espacio libre y luego se me aparece algo personal, no podría modificarlo no podría hablar con el paciente directamente, me entiendes. Entonces en mi caso, no me no me sería muy útil.

2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas.

Claro como un comentario sí perfecto; yo me manejo básicamente con eso, los pacientes que vienen a mí son por comentarios de otros pacientes y por eso vienen a mí.

3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Ah genial, De hecho, yo sí tengo un historial contable, es algo que manejo internamente. Es súper útil

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente.

Definitivamente es súper importante, pero ¿eso como lo conseguirían?

Porque de hecho yo tengo mi formato de historia clínica, donde tengo antecedentes y todo lo que el paciente recibió, pero solo de la versión del paciente. Entonces obviamente lo que me interesaría es que tenga un antecedente de la versión de un colega, porque siempre ustedes saben que entre colegas nos entendemos y ponemos ciertas claves, ciertos datos que son mucho más sutiles, entonces eso sí sería un plus. Es algo que yo no tengo porque yo trabajo sola.

¿Qué sugiera para que la plataforma pueda cargar los historiales clínicos?

La única manera en la que estaría dispuesto a trabajar en una plataforma abierta sería si un colega me solicita una consulta específica, ya que en ese caso el colega proporcionaría los datos precisos. De lo contrario, no sería de mucha ayuda, ya que no tendría la misma experiencia y conocimiento que yo. Sin embargo, si un colega me refiere a un paciente

porque cree que soy la persona adecuada para tratarlo, eso sería diferente. En el campo de la salud mental, a menudo sucede que el paciente no establece una buena conexión con el psiquiatra que lleva el tratamiento. Por eso es preferible recomendar directamente a alguien que posea ciertas características, como conocimientos específicos, empatía o forma de interactuar. Si refiero a un colega que conoce más o menos mi forma de trabajar, también aumenta la probabilidad de que el paciente se adhiera al tratamiento.

¿Qué más recomienda?

Sería importante que el médico tratante o los médicos que se van a sumar a la plataforma puedan venir con sus propios historiales que tienen con sus pacientes.

Por ejemplo, si yo entro en la plataforma con un paciente que manejo de años y les pueda brindar la historia, pero la diferencia es en que yo estoy virtualizando, por así decirlo, mis historias clínicas. Yo no sé, si todos los colegas tienen sus historias clínicas virtualizadas. Entonces ahí sería un paso bastante complejo, pero sería ideal, como me lo planteas, sería muy bueno.

2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

Bueno, te soy completamente sincera ahí juega un tema de ética, de buscar un beneficio adicional; que más o menos es como el tema de los laboratorios, o sea esto ser premiado es porque te dan un porcentaje porque te llevan de viaje y eso a mí personalmente no me gusta. Yo siempre con mis pacientes, soy bastante directa, soy muy abierta, les digo yo no me vínculo con nadie, no estoy amarrada con nadie. Pero yo sé que muchos colegas sí lo hacen y que se amarran con ciertos laboratorios. Y, que solo le dan un nombre de una persona o de un medicamento, pero yo no soy así.

7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?

La rapidez de contacto; tener la información virtual del historial clínico.

¿Y, qué beneficios le podría traer a su paciente?

Tienen una mayor gama de opciones de médicos tratantes, porque me imagino que ustedes pondrían varios psiquiatras, endocrinólogos; por lo tanto, el paciente podría escoger.

8. ¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)

Creo que sería beneficioso incorporar elementos de puntuación en las evaluaciones. Esto se debe a que un comentario por sí solo puede ser muy subjetivo y no puede transmitir una imagen completa. Por ejemplo, alguien podría decir: "Me trató mal porque llegó 5 minutos tarde, pero me proporcionó el tratamiento adecuado". Sin embargo, al utilizar un sistema de puntuación en diferentes categorías de evaluación, se podría calcular un promedio y obtener una evaluación más objetiva. Las estrellas, por sí solas, pueden carecer de objetividad ya que se basan en impresiones personales de si alguien cae bien o mal. Sin embargo, al formular preguntas específicas, es posible lograr una evaluación más objetiva y precisa.

9. ¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?

Una adecuada divulgación; también los costos que sean accesibles para el paciente y para el profesional de salud, en donde todos salen ganando. Otro factor de éxito sería la calidad de profesionales contratados.

10. ¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?

La interconectividad, o sea, el hecho de tener todo en un sistema.

11. Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?

Te quiero contar mi experiencia que he tenido con Doctoralia, en una ocasión me registré en esta plataforma y en algunas ocasiones recibí llamadas de pacientes a través de ella. Sin embargo, me he dado cuenta de que los pacientes que me contactaron a través de Doctoralia no se ajustaban al perfil que normalmente suelo atender. Lamentablemente, no tuve una buena experiencia con uno de estos pacientes, ya que no pertenecía al sector A/B al que suelo dirigirme y, como mencioné anteriormente, es el tipo de paciente por el que cobro más. Los pacientes que buscan atención a través de Doctoralia suelen ser aquellos que se guían principalmente por las redes sociales, están muy inmersos en el mundo virtual y buscan resultados inmediatos, sin darle prioridad al aspecto humano. Este estilo de trabajo no se alinea con mi enfoque, por lo que este tipo de pacientes no son adecuados para mí. El segmento a donde ellos apuntan es como un poco más el C por ahí creo que cobran 60 soles la consulta.

Yo como psiquiatra habíam puesto en esa plataforma 150 soles; entonces un día me tocó una señora muy invasiva que me preguntaba todos los títulos que tenía y si yo era capaz de solucionar las cosas. Por eso te digo que no es el tipo de paciente con el que yo trabajo.

¿Estaría usted dispuesto a hacer una inversión mensual si sería así, qué rango sería que pagaría mensual?

Como te digo no, porque yo manejo mis tiempos, mis horarios, mi agenda y no tengo cierto tipo de rubro de pacientes, entonces no es algo que yo estoy buscando. Te soy completamente sincera cuando me metí a Doctoralia era porque recién había acabado la especialidad y obviamente no tenía los planes de vida que tengo actualmente, no tenía la cantidad de pacientes que tengo actualmente, entonces fue como una manera desesperada. Pero actualmente no es algo en lo que me veo interesada.

12. **¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?**

La verdad es que no estoy interesada en la plataforma.

ENTREVISTADO 9: Profesional del sexo femenino, Psiquiatra

Perfil

Soy médico psiquiatra; finalizando máster en Neuropsicología clínica. Actualmente trabajo en Madrid, en casa de Hermanas Hospitalarias, en la parte asistencial en hospitalización de larga distancia.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. **¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Trastornos mentales graves como: Adicciones, patología dual en el hospital. Y en mi consultorio privado veo depresión, trastornos mixtos de personalidad, adicciones, ludopatía y trastornos mixtos, ansioso depresivo.

¿Quién es normalmente sacan las citas son lo mismo paciente o son los familiares?

Por lo general, es el mismo paciente quien saca la cita. Si tengo algún paciente menor de edad, lo derivó con el subespecialista de niños y adolescentes no los trato; aunque a veces en adolescentes de 18 años me comunico con las madres. Sin embargo, veo adultos.

Doctor y dentro de sus pacientes. ¿Quiénes son los que tienen más volumen?

Los adultos entre 25 y 45 años, es el rango mayor. Y, por lo general, son trastornos del ánimo, episodios depresivos, en sus diferentes severidades, leve, moderado o severo; también distimia como trastorno depresivo crónico. Y trastornos de ansiedad, pero dentro de los de ansiedad, pues los más frecuentes son los mixtos, que son ansiedad y depresión, pero también ansiedad generalizada, toc y pánico.

¿Y esto este tipo de trastornos se llevan por etapas o son de por vida? Los que me acaba de mencionar los de ánimo.

En realidad, nuestra intención es que el paciente no pase a una cronicidad; no obstante hay pacientes con ciertos trastornos que evolucionan a cronicidad, es decir de por vida van a llevar tratamiento y seguimiento; pero hay otros pacientes que han llevado tratamiento de año o año y medio y se les ha dado de alta; para que esto ocurra va a depender mucho del abordaje psicoterapéutico, hay pacientes, por ejemplo, que tienen distimia que ya es de por sí crónico su propio diagnóstico, o sea, siempre van a mantener el cuadro de tristeza.

¿Para la distimia, qué trastornos están ahí?

La distimia como tal es un diagnóstico, pero es un trastorno depresivo crónico. Es un cuadro depresivo y yo tengo la sensación de la tristeza o el sentimiento y emoción de vacío que nunca nada es suficiente, pero es mantenido y puedo ser funcional porque pueden llevar sus actividades del día a día sin limitación. A menos que se sumen ahí episodios o situaciones externas, que lo puede hacer crónico.

¿Y a qué se refiere con episodios o situaciones externas?

Episodio es un tiempo específico para diagnosticar episodio depresivo moderado, leve, severo o grave con o sin síntomas psicóticos hay un tiempo de evolución por lo menos 2 semanas previas con esta sintomatología, pero aparte de ese tiempo, la duración siempre va a ser menor que.

Por ejemplo, en un trastorno recurrente, depresivo o en la distimia no es la forma de depresión crónica. Como su nombre lo dice es episódico, es en un momento específico que tiene ese tiempo de 2 semanas previas para el diagnóstico y por lo general, está asociado a situaciones externas, o sea, situaciones donde no tengo yo un control específico; por ejemplo, tengo una crisis o un episodio a raíz de eventos desafortunados, quizás falleció mi papá, que era una persona muy cercana a mí, pero también terminé con mi pareja, me despidieron del trabajo de, estuvo en UCI, etcétera. Entonces esta serie de eventos crea cierta predisposición para que se vuelva más grave.

2. ¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)

En realidad, me los derivan psicólogas. En mi caso no publicito en redes sociales en donde ofrezco mis servicios. Por lo general otros psicólogos me derivan pacientes cuando cree que necesitan un abordaje farmacológico o psiquiátrico o una evaluación psiquiátrica. También te comento que en la otra área donde yo trabajo, daba mucha charla para cuidadores y me pedían mis celulares, y ellos me contactaban. Pero nunca De redes sociales destinadas a mi publicidad ni nada de eso, así que otra.

¿Usted considera eficiente y valioso?

Sí porque, hay una confianza, entre la persona que te está recomendando y más si es un profesional.

Es como si yo le recomendase a un familiar a un gastroenterólogo, yo lo conozco y sé que va ayudarlo. Quizás las referencias tengan muchos pacientes, pero como tampoco es un objetivo mío, no es algo que me preocupe mucho.

3. ¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)

Uso para la comunicación en el Google Meet sin problema. En cuanto a las historias clínicas tengo un formato que yo creé y luego voy guardando en mis archivos y cada paciente tiene una carpeta, pero no es un programa diseñado para guardar específicamente.

4. ¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte

del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.

Bueno, en realidad no lo había planeado, pero quizás es como una medida de gestionar sus tiempos, ya que no te estén escribiendo directamente, y serviría para agilizar. Pienso que sería interesante.

Si tuviéramos una escala del 1 al 5, siendo el 1 como probablemente no y el 5 probablemente es definitivamente sí. ¿En qué escala estaría?

Ah. Podría decir 3, maso o menos.

En este caso específico mi tiempo porque estoy en diferente horario, ya que estoy en otro país, entonces los obstáculos serían: la diferencia de horarios, la cantidad de trabajo o carga laboral que tenga, porque es un trabajo que voy a iniciar el 17.

¿A que se refiere con carga laboral?

A la carga laboral que voy a cargar porque no sé cómo va a ser mi nuevo trabajo, ya que debo adaptarme al sistema que estoy reconociendo.

Y también quería mencionar que trabajo para una aseguradora llamada Experta, la cual representa un tercio de Sanitas. En mi caso, trabajo dos horas, dos veces a la semana. Utilizamos una plataforma similar a la que mencionaste, pero es manejada por un controlador en lugar del propio centro de llamadas de Experta. Yo proporciono mi horario y ellos programan las citas en consecuencia. Al ingresar a la plataforma, puedo ver qué pacientes tienen citas programadas y en qué horarios. También puedo enviar interconsultas si es necesario. Además, tengo acceso al historial completo de los pacientes, incluyendo todas las evaluaciones realizadas por otros médicos, así como los resultados de los laboratorios.

¿Usted pagar por una suscripción por pertenecer?

Me pagan por evaluación por paciente. Al final de mes envié toda la cantidad de pacientes que he atendido y ellos me abonan.

Me imagino que ellos ganarán una comisión, cobrarán un poco más al paciente.

De hecho, sí, somos un tercero contratado por Sanitas para proporcionar servicios de atención médica. Los pacientes cuentan con el seguro de Sanitas, pero la atención en sí la brinda el equipo de Experta. Mi trabajo consiste en atender a los pacientes de forma individualizada. Por ejemplo, dedico dos horas de mi día, dos veces por semana, de 9:00 a 23:00 horas. Durante ese horario, tengo asignados cuatro pacientes, ya que cada atención tiene una duración de 30 minutos. Así que, lógicamente, esos pacientes serán atendidos a las horas establecidas, dos veces por semana.

- 5. ¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?**
1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad.

Creo que será muy útil, tanto para el paciente como para la organización, ya que permite al paciente gestionar su tiempo y recibir recordatorios de sus citas. También brinda la posibilidad de elegir al personal con el que desean continuar o mantener sus citas, lo cual considero que es muy importante para la organización en términos de satisfacción del paciente y organización de recursos.

2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas.

Bueno, considero así que es importante que tengan un moderador. Muchos de los pacientes quizás y hay ciertos conflictos, principalmente con pacientes que tienen un diagnóstico de trastorno de personalidad.

Entonces puede ser que el profesional, pues ha tenido un trato amable o quizás ha tenido un trabajo profesional de un poco más directriz; quizás pueda yo distorsionar el testimonio por la personalidad que pueda tener.

Entonces el moderador va a filtrar los comentarios que son muy violento o agresivo, o de repente no adecuado y poder conversar con el profesional directamente sobre qué es la o el a qué se debe el comentario, no que ha tenido ese paciente o la percepción del paciente. Y quizás poder tener pues más asertividad con ese paciente, específicamente ante su queja. Muchas veces las redes sociales o las plataformas si no tienen un filtro, otros pacientes podrían leer un comentario y de repente no va de acorde al 100% a la atención.

3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Sí sería bueno, no soy tan buena en toda la organización de mis finanzas, ahora estoy aprendiendo con el contador, entonces me vendría muy bien tener en un Excel los abonos.

6. **¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.**

1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente.

Ah eso sí, pues súper importante y más en psiquiatría. Por ejemplo, si es un paciente que está reingresando poder saber cuáles tuvieron, o sea, qué medicamentos ya se probaron, qué medicamentos no tuvieron resultado porque se dejaron de repente o consultar de tanto a tanto tuviste tal tratamiento. Por ejemplo, con otro especialista que es lo que hice, dejaras ese tratamiento y se cambiara, o sea, pueden venir interacciones medicamentos, y ver una mejor opción de tratamiento o respuesta.

2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

No me considera ser premiada.

7. **¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?**

Tener una mejor gestión de mi tiempo, poder organizarme en cuanto a mis atenciones, igual nosotros llevamos un horario, pero de repente puedes tener como que este filtro, esta guía o esta planificación, pues va a ser que optimicen mi tiempo.

Y beneficios que le podría traer a su paciente.

Que tenga más acceso a la disponibilidad, accesibilidad de las consultas. Porque a veces pues me escribe, pero yo no tengo el tiempo en ese momento de contestar y quizás podría generarse una cita mucho más pronta de lo que yo individual o manualmente puedo hacer. Ya el sistema lo agendaría más rápido.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Pienso que pueden ser los dos: sistemas de estrellas y comentario porque pues si ponemos solo que tanto bueno malo y una escala de likert pues de repente para el no va de acordé específicamente a mi comentario; pienso que el comentario es muchísimo más valioso porque va a generar una introspección en el médico. Y el tema estrellitas, quizás visiblemente lo hace mucho más rápido.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

Que sea de fácil uso. Que puede utilizarse en el extranjero, por ejemplo, yo tuve un problema con experta, porque nuestro programa, que implica también para las videollamadas no se habilita fuera del Perú, entonces yo estaba acá tratando de entrar a ver mis pacientes, el ingeniero de ayer, tuvo que ingresar por mi computadora, bajar el Vpn y muchas cosas que hizo para yo poder tener acceso, entonces que sea disponible cuando uno viaja.

Que tenga quizás un control del staff que va a pertenecer que tenga criterios de selección, porque de repente yo interconsulta a un endocrinólogo, pero no conozco y recomiendo al que está ahí, pero como que no ha tenido una buena evaluación.

10. **¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?**

Que tenga la facilidad de agendar las citas rápidamente. Que se pueda manejar un calendario del personal para esta gestión en el que se puede intentar consultar directamente.

11. **Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio sería ideal?**

Eh bueno, si me inscribiera depende de la cantidad de turnos o sea el horario, es bastante bien asequible. El rango que pagaría sería de 100 a 150 soles, y lo ideal sería 100 soles. Y con cinco sesiones al mes sería suficiente para mí; normalmente atiendo 20 sesiones al mes. Mínimo debería tener 5 a 10 sesiones.

12. **¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?**

Paciente en el rango de 25 a 40 años. Y ellos mismos sacarían sus citas, porque los representantes legales son pocos porque ya los casos de demencia los derivó con el doctor custodio para el Instituto Peruano de Neurociencias, porque no estoy allá. En o los veo por experta que es ya una programación específica, no creo, después todos tendrían autonomía. Los trastornos más comunes que serían ahí. Igual episodio depresivo moderado leve trastorno mixto, ansioso depresivo, trastorno de personalidad. Y trastorno obsesivo compulsivo.

¿cuánto normalmente cobra por su paciente en una consulta privada?

En la consulta privada son 180 el precio que manejo presencial. Y online 150 en la actual.

ENTREVISTADO 10: Profesional del sexo femenino, Neuróloga

Perfil

Yo soy la doctora Valerie Karla Trancón Villega, soy médico neuróloga, estudié mi pregrado en la Universidad San Martín de Porres y mi posgrado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Estuve trabajando y donde hice mi residenciado médico que fue en el hospital de la policía, hasta el año 2021. Desde entonces estoy trabajando de manera particular; en la actualidad me encuentro trabajando en la clínica Vesalio de San Borja y en la clínica Santa Marta del Sur, en San Juan de Miraflores, en el área de neurología.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

1. **¿Qué tipos de enfermedades son las más recurrentes que atienden? ¿Quiénes son los que sacan la cita? ¿Se atienden solo los pacientes o los familiares también? ¿la atención que ellos llevan son por etapas o son de por vida?**

Definitivamente la mayor cantidad de mis pacientes tienen algún grado de ansiedad; en depresión y de trastorno de sueño.

Normalmente sacan la cita los mismos pacientes, por el área de neurología, con. Son atenciones presenciales generalmente vienen solos; pero en el caso de pacientes adultos mayores o pacientes muy jóvenes, generalmente vienen acompañados de sus hijos o de sus padres, respectivamente.

Y las atenciones que ellos llevan son atenciones por etapas o son de por vida.

Todo depende del diagnóstico de fondo, si son pacientes con enfermedades neurodegenerativas.

Hablando de algún tipo de demencia, Parkinson, son enfermedades que van a recibir tratamiento de por vida, no necesariamente con la misma medicación, porque eso puede irse modificando en el camino o el curso de la enfermedad. Ahora, si son pacientes que viene con trastornos, que son modificables, muchas veces con apoyo de Psicología, a veces con higiene y hábitos de conducta, en ese caso son tratamientos que pueden ser temporales.

¿Y doctora usted también atiende de manera particular o solamente en el área o solamente en las instituciones?

Atiendo de manera particular al momento, solo virtualmente a pacientes que están generalmente fuera de Lima o son adultos mayores que los conozco y hacemos seguimiento de manera virtual con los familiares, generalmente por medicación.

2. **¿Cómo tienen conocimiento sus pacientes de los servicios que ofrece usted? ¿La considera eficiente y valioso? (M: referencias, estrategias, redes sociales, inversión de publicidad)**

La mayor cantidad de pacientes son referidos por otros familiares o por otros pacientes. Ese es el número más grande, de ahí tengo un porcentaje de pacientes que son referidos míos, que los he atendido presencialmente en algún lugar y que ya no pueden volver a la misma institución donde los atendí.

Y el otro porcentaje son a través de las redes porque me han buscado, porque han visto mi página, tengo redes en Facebook y en Instagram y a través de ese medio sacan cita.

¿Son eficientes y valiosos esos canales?

Los considero muy valioso porque tengo muchos pacientes que literalmente han logrado contactarme a través de sus medios solo buscando mi nombre.

También lo considero valioso porque hay pacientes que están muy lejos y no logran tener el acceso, o yo no puedo hacerle las visitas a domicilio que correspondería, entonces es una opción y lo tercero es que me parece una muy buena oportunidad con respecto a los tiempos de evaluación, porque en mi especialidad, yo en la clínica tengo 15 minutos por paciente; pero en una atención virtual, yo les dedico 45 minutos por paciente; entonces tenemos el tiempo adecuado para conversar con el paciente y para poder conversar con los familiares si fuera necesario.

3. **¿Usa algún tipo de plataforma digital que le permite gestionar citas, historial clínico, interconsultas de sus pacientes? Mencione algunas de ellas. (M: redes sociales, publicidad digital, periódico, comentarios de pacientes)**

Solo usamos las plataformas de reuniones virtuales como el zoom, Google Meet, pero yo manejo mis historias clínicas físicamente y las recetas las manejo virtualmente nada más, pero a través de los programas ya conocidos como Excel y PDF.

4. **¿Si pudiera tener acceso a una plataforma de intermediación digital que le facilite la gestión de su servicio con el cliente? Es decir, en esta plataforma médica, se va a ofrecer su servicio médico y los pacientes podrán sacar citas con usted. También tendrá acceso al historial clínico digital del paciente; y si necesita derivarlo con algún otro especialista también tendrá la opción de interconsulta. Además, se propone testimonios con párrafos ya definidos por la plataforma de los pacientes sobre su atención, está será monitoreada por un moderador. ¿estaría dispuesto a formar parte del staff de la plataforma? ¿qué le impediría ser parte? Mencione los principales obstáculos.**

Yo creo que sí, es una plataforma amigable para el médico. Sería bastante útil porque definitivamente el tener digitalizada las cosas nos permiten tener acceso a ellas, a veces si uno lo tiene de manera física, no es tan sencillo acceder.

Y si alguien te ayuda o te asesora con el manejo de las citas mucho mejor, ya que en la actualidad los médicos tienen algún secretario o alguien quien se encarga de manejar eso, pero a veces es un poco difícil la coordinación, entonces si es algo que facilite eso, me parece que es una buena idea.

¿Entonces estaría dispuesto a formar parte del staff, pero definitivamente sí, probablemente no, tal vez?

Probablemente sí.

¿Como cuáles serían los principales obstáculos?

De repente no tener el acceso digital en ese momento, no sé si se necesita tener la computadora o no, porque ahora es muy fácil hacer cualquier tipo de entrevista o atención a través del celular. Entonces esa sería una limitación, probablemente si estoy bien con mi celular fuera de mi casa y necesito hacer una atención en otro lugar donde no tengo la computadora, eso sería un poco limitante; así que tenga acceso digital para todo tipo de plataformas.

Otra limitante que podría encontrar a parte de la plataforma accesibilidad tecnológica. Todo lo que tenga que ver con la misma tecnología, puede ser que falle el sistema, como me pasa a veces en las clínicas y no tengo acceso a las historias o veces no se guarda adecuadamente lo que uno escribe, digamos toda una historia y no se guardó en el sistema o no se pueden imprimir si necesitáramos dar alguna orden.

5. ¿Qué tan importante es para usted que esta plataforma de intermediación le permita?

1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad. 2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas. 3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

1. La gestión de un calendario digital, donde pueda reflejar a sus pacientes su disponibilidad.

Eso sí, me parece bastante importante. Porque muchas veces hay confusión en los horarios o en las disponibilidades.

2. Los testimonios de los pacientes que serán monitoreados por un moderador para evitar palabras subjetivas

Que los testimonios de los pacientes sean monitoreados por un moderador para evitar palabras objetivas.

Me parece bueno, porque definitivamente no todos los pacientes están contentos con todas las atenciones que se les brindan.

Habría que considerar cierto filtro; no es muy subjetivo lo que un paciente pueda sentir ante una atención, hay pacientes que pueden estar muy disconformes porque no obtienen lo que ellos desean, aunque no es algo que necesiten; entonces, eso es algo que definitivamente tendría que supervisarse.

3. El historial de pagos o abonos para efectos contables

Creo que también sería importante. Normalmente no es algo que se maneja de manera regular, entonces para medidas de orden creo que sería buena idea.

6. ¿Qué tan importante es para usted? 1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente. 2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

1. Que el historial clínico evidencie qué tratamientos ha recibido previamente su paciente.
Eso sí, me parece uno de los puntos más importantes. Ya que los pacientes nunca recuerdan lo que toman

2. Ser premiado por recomendar a otros profesionales de salud para interconsultas.

Pues regular no es mi prioridad, definitivamente prefiero que sea evaluado por un especialista de mi confianza a tener una recomendación a alguien en particular que de repente no es de mi confianza.

7. ¿Qué beneficios le trae a usted esta plataforma de intermediación? ¿Qué beneficios le podría traer a su paciente?

Creo que lo primero sería poder tener el acceso de las historias digitales en cualquier momento. Lo otro, creo que sería el que haya una organización de un calendario que te esté recordando, porque se puede pasar por alto algunas citas. Y por último, De hecho, me parece interesante que haya una moderación con respecto al el filtro de comentarios o cosas que se den en el camino; nunca he tenido un percance desde ese punto de vista, pero sí lo he visto en otros colegas, puede suceder.

Y los beneficios que le podría traer a su paciente.

Desde el punto de vista de la organización, eso es beneficioso para el paciente, porque también me imagino que, así como le recuerdan al médico, le recordarán al paciente de la cita. Porque yo sí tengo problemas de que a veces los pacientes no entran, se olvidaron, no se conectan en el momento que deben, entonces si es que hay alguien quién apoya con ese sistema logístico, sería ideal para que se aproveche el tiempo que corresponda.

Y lo otro es que también va a ser beneficioso para el paciente, que el médico tenga acceso a toda la información, sobre todo a sus medicamentos. Muchas veces hay confusión de los medicamentos.

8. **¿Cuál considera usted es una forma objetiva de calificar el servicio? (M. Que el paciente escriba su opinión / sistema de estrellas / elementos preexistentes en la plataforma para puntaje)**

Yo creo que debería ser ese último en el que probablemente se brinden muy específicamente preguntas y puntajes correspondientes, porque hay pacientes que pueden estar de acuerdo con que la medicina que les hizo bien, pero no les gustó la atención del médico o el médico no absorbió sus respuestas o los trató muy bien, pero no le fue bien con el tratamiento, entonces son varios puntos para valorar. No solamente es una cosa global.

9. **¿Cuáles cree usted que serían los factores de éxito para el desarrollo de esta plataforma de intermediación?**

Creo que uno que sea sostenible en el tiempo, porque si es una plataforma que va a desaparecer como muchas veces pasa algún proceso o algo, es como que toda la información quede en el aire o los pacientes de allá no pueden contactarse con sus médicos. Entonces tendría que ser sostenible en el tiempo; lo otro es que tendría que sea accesible para todos los pacientes también; no sé cómo funcionaría para que ellos ingresen su información, como sus exámenes de laboratorio ya que hay pacientes que son adultos mayores que de repente no tienen mucho apoyo.

Además, que tenga una logística adecuada en el que no se cuelgue las cosas, no se borren. Y que todo se quede almacenado y seguro en el sistema.

10. **¿Cuáles son los atributos que le llama la atención en esta plataforma de intermediación?**

Más que nada, creo que sería el apoyo con respecto a la organización de las citas y la disponibilidad.

11. **Ya existen plataformas similares en el mercado, que utilizan suscripciones anuales y cobran en el rango de S/100 a S/120 por mes por ejemplo. Esto se debe a que constituye un nuevo canal de ventas, que reemplaza la necesidad de contar con una persona para efectos de gestión de citas. ¿Estaría dispuesto hacer una inversión mensual para hacer uso de esta plataforma de intermediación? ¿Qué precio serio ideal?**

He visto este tipo de plataformas, no sé qué tan eficiente sea desde el punto de vista del acceso que el paciente pueda tener para llegar a ellas, no sé cómo funciona.

El precio que menciona me parece un precio razonable si es mensual. Creo que podré estar de acuerdo con ese precio, pero probablemente yo pediría que se haga alguna prueba de un mes; para valorar si me es útil o no.

¿Su precio ideal?

Yo creo que 100 soles estaría adecuado.

12. **¿Quiénes serían sus clientes que utilicen esta plataforma de intermediación el paciente y/o representante legal o familiar? ¿Cuáles serían las enfermedades más comunes? ¿Qué rango de edad?**

Mis pacientes que utilizarían esta aplicación, serían de 30 a 60 años. Lo más recurrente son cefaleas, lumbalgias o disco apatías, epilepsia, Parkinson y deterioros cognitivos. También los que tienen algún grado de ansiedad o de depresión y trastornos de sueño son las más frecuentes.

ANEXO 8. PRUEBA PILOTO ENCUESTAS (20 ENCUESTAS)

Fecha:

CUESTIONARIO POR CONTACTO

Cuestionario N°

Somos alumnos de la Maestría en Administración de la Universidad ESAN y deseamos conocer su opinión acerca de la gestión de citas con su médico en el ámbito del sector de salud mental. Quisiéramos contar con su colaboración. Toda la información que usted me proporcione será utilizada únicamente con fines estadísticos y no será revelada a persona alguna, su identidad será mantenida en el anonimato.

PREGUNTAS FILTRO

A. ¿Usted tiene entre 25 y 44 años?

1. SI (E: PASAR B)	2. NO (E: TERMINAR)
--------------------	---------------------

B. ¿Presenta algunos de estos trastornos: Ansiedad, depresión, ataques de pánico, TOC, fobias?

1. SI (E: PASAR A LA SIGUIENTE SECCIÓN)	2. NO (E: TERMINAR)
-----------------------------------------	---------------------

I. PERFIL DEL PÚBLICO OBJETIVO

1. ¿Cuáles son los trastornos que presenta? **R. MÚLTIPLE**

1. ANSIEDAD	2. DEPRESIÓN	3. ATAQUE DE PÁNICO	4. FOBIA	5. TOC	88. OTROS
-------------	--------------	---------------------	----------	--------	-----------

2. ¿Con que médicos ha llevado o lleva tratamiento? **R. MÚLTIPLE**

1. PSICOLOGOS	2. PSIQUIATRAS	3. NEUROPSIQUIATRAS	4. NEUROLOGOS	5. CON NINGUNO	88. OTROS
---------------	----------------	---------------------	---------------	----------------	-----------

3. ¿En dónde ha llevado o lleva tratamiento? **R. MÚLTIPLE**

1. MÉDICO PARTICULAR	2. CLINICA PARTICULAR	3. HOSPITAL O POSTA	4. NO LLEVO TRATAMIENTO	88. OTROS
----------------------	-----------------------	---------------------	-------------------------	-----------

II. PERCEPCIÓN DEL SECTOR DE SALUD MENTAL

4. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su tratamiento actual? **R. ÚNICA**

1. MUY INSATISFECHO	2. INSATISFECHO	3. INDIFERENTE	4. SATISFECHO	5. MUY SATISFECHO
---------------------	-----------------	----------------	---------------	-------------------

III. ATRIBUTOS VALORADOS

5. ¿Cuáles son los DOS atributos que usted más valora al momento de seleccionar a un profesional de salud? (Marcar máximo 2) **R. ÚNICA**

1. RECOMENDACIÓN	3. DISPONIBILIDAD DE TIEMPO PARA OBTENER LA CITA	5. PRECIO ACCESIBLE	7. ATENCIÓN PRESENCIAL
2. IMAGEN Y PRESENCIA DEL MÉDICO	4. EMPATIA Y HABILIDAD DE ESCUCHA	6. TRAYECTORIA PROFESIONAL	8. ATENCIÓN VIRTUAL

IV. EVALUACIÓN DE CONCEPTO

Ahora le voy a leer un concepto acerca de una plataforma

¿Estás buscando profesionales de la salud que comprendan tu necesidad con empatía, te escuchen y cuenten con una sólida trayectoria respaldada por recomendaciones de especialistas y familiares? Permíteme presentarte "Doctor Cita", una plataforma innovadora que te permitirá gestionar citas presenciales con psicólogos, psiquiatras y neurólogos.

En "Doctor Cita", podrás acceder a una amplia lista de profesionales de la salud, y podrás llegar a ellos utilizando la geolocalización en tu dispositivo. Además, tendrás la oportunidad de explorar los testimonios de otros pacientes y acceder a tu historial clínico cuando lo necesites.

6. Conociendo las características de "Doctor Cita", ¿qué tanto le agrada o desagrada? **(R. ÚNICA)**

1. ME DESAGRADA MUCHO	2. ME DESAGRADA	3. NI ME AGRADA NI ME DESAGRADA	4. ME AGRADA	5. ME AGRADA MUCHO
-----------------------	-----------------	---------------------------------	--------------	--------------------

7. A continuación, le voy a mencionar una serie de aspectos relacionados con "Doctor Cita" que acabamos de leer y me gustaría que me dijera, en una escala del 1 al 5 qué tan importante considera las funcionalidades. **R. ÚNICA**

1. NADA IMPORTANTE	2. POCO IMPORTANTE	3. MAS O MENOS IMPORTANTE	4. IMPORTANTE	5. MUY IMPORTANTE
--------------------	--------------------	---------------------------	---------------	-------------------

DISPONIBILIDAD DE UNA AMPLIA DE DIVERSIDAD DE ESPECIALISTAS MÉDICOS	1	2	3	4	5
QUE PUEDA TENER ACCESO A SU HISTORÍA CLÍNICA	1	2	3	4	5
GEOLOCALIZACIÓN PARA INDICAR LA UBICACIÓN DEL PROFESIONAL	1	2	3	4	5
POSIBILIDAD DE CONTINUAR EL TRATAMIENTO CON INTERCONSULTA	1	2	3	4	5
EVALUAR A LOS MÉDICOS POR MEDIO DE TESTIMONIOS Y SISTEMAS DE ESTRELLAS	1	2	3	4	5

v. INTENCIÓN DE CONTRATAR LOS SERVICIOS MÉDICOS EN "DOCTOR CITA"

8. ¿Qué tan dispuesto estaría usted en obtener su cita médica por medio de esta plataforma? **R. ÚNICA**

1. DEFINITIVAMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	2. PROBABLEMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	3. TAL VEZ SÍ, TAL NO LO HARÍA	4. PROBABLEMENTE SI LO HARÍA	5. DEFINITIVAMENTE SI LO HARÍA
-------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------	------------------------------	--------------------------------

9. ¿Con qué especialidad se atendería en esta plataforma? **R. Múltiple**

1. PSICOLOGOS	2. PSIQUIATRA	3. NEUROLOGO
---------------	---------------	--------------

Las preguntas 10 a 14 pueden ser respondidas en base a lo indicado en la pregunta 9 (responder las que apliquen)

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psicólogos? **R. ÚNICA**

1. ENTRE 70 A 90 SOLES	2. ENTRE 91 Y 110 SOLES	3. ENTRE 111 Y 130 SOLES	4. ENTRE 131 Y 150 SOLES	5.ENTRE 151 Y 170 SOLES	6.ENTRE 171 Y 190 SOLES	6. MÁS DE191 SOLES
------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--------------------------

11.¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con psicólogos

12.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psiquiatras? **R. ÚNICA**

1. ENTRE 70 A 90 SOLES	2. ENTRE 91 Y 110 SOLES	3. ENTRE 111 Y 130 SOLES	4. ENTRE 131 Y 150 SOLES	5.ENTRE 151 Y 170 SOLES	6.ENTRE 171 Y 190 SOLES	6. MÁS DE191 SOLES
------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--------------------------

13.¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con psiquiatras

14.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con neurólogos? **R. ÚNICA**

1. ENTRE 70 A 90 SOLES	2. ENTRE 91 Y 110 SOLES	3. ENTRE 111 Y 130 SOLES	4. ENTRE 131 Y 150 SOLES	5.ENTRE 151 Y 170 SOLES	6.ENTRE 171 Y 190 SOLES	6. MÁS DE191 SOLES
------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	--------------------------

15.¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con neurólogos

VI. PROMOCIÓN

16.Si dentro de la plataforma hubiera publicidad del tipo Banner (no invasivo) que está relacionado con el sector de salud mental ¿Qué tan dispuesto estaría usted en obtener su cita médica por medio de esta plataforma? **R. ÚNICA**

1.DEFINITIVAMENT E NO LO HARÍA (TERMINAR)	2.PROBABLEMENT E NO LO HARÍA (TERMINAR)	3.TAL VEZ SÍ, TAL NO LO HARÍ A	4.PROBABLEMENT E SI LO HARÍA	5.DEFINITIVAMENT E SI LO HARÍA
-------------------------------------------------	-----------------------------------------------	--------------------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

17.¿Qué promociones incentivarían un mayor uso de la plataforma? **R. ÚNICA**

1. CUPONES DE DESCUENTO	2. CITAS DE PRUEBA GRATUITAS	3. CUATROS SESIONES Y UNA GRATIS	88. OTROS
----------------------------	---------------------------------	-------------------------------------	--------------

18.¿Qué servicios gratuitos adicionales le gustaría tener en la plataforma? **R. MÚLTIPLE (MÁX 2)**

1.SERVICIOS DE MASAJES Y FACIALES	2.CHARLAS CON PSICOLOGOS RECONOCIDOS	3.CLASES DE MEDITACIÓN	4.CLASES DE YOGA	5. QUE LOS MISMOS MÉDICOS HAGAN CHARLAS INFORMATIVAS	88. OTROS
--------------------------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------	---------------------	---------------------------------------------------------------------	--------------

VII. PERFIL DEL CONSUMIDOR

19.¿Cuál es su estado civil? **R. ÚNICA**

1. CASADO	3. SOLTERO	88. OTROS
2. DIVORCIADO	4. VIUDO	

20. ¿Cuál es su principal ocupación? **R. ÚNICA**

1. ESTUDIANTE	3. TRABAJADOR INDEPENDIENTE	88. OTROS
2. NO ME ENCUENTRO LABORANDO	4. TRABAJADOR DEPENDIENTE	

21. ¿En qué distrito reside? _____

22. ¿Cuál es su edad? _____

23. ¿Cuál es su género? F () M ()

ANEXO 9. ENCUESTA FINAL

Fecha:

CUESTIONARIO POR CONTACTO

Cuestionario N°

Somos alumnos de la Maestría en Administración de la Universidad ESAN y deseamos conocer su opinión acerca de la gestión de citas con sus médico en el ámbito del sector de salud mental. Quisiéramos contar con su colaboración. Toda la información que usted me proporcione será utilizada únicamente con fines estadísticos y no será revelada a persona alguna, su identidad será mantenida en el anonimato.

PREGUNTAS FILTRO

A. ¿Usted tiene entre 25 y 44 años?

1. SI (E: PASAR B)	2. NO (E: TERMINAR)
--------------------	---------------------

B. ¿Presenta algunos de estos trastornos: Ansiedad, depresión, ataques de pánico, TOC, fobias?

1. SI (E: PASAR A LA SIGUIENTE SECCIÓN)	2. NO (E: TERMINAR)
-----------------------------------------	---------------------

I. PERFIL DEL PÚBLICO OBJETIVO

1. ¿Cuáles son los trastornos que presenta? **R. MÚLTIPLE**

1. ANSIEDAD	2. DEPRESIÓN	3. ATAQUE DE PÁNICO	4. FOBIA	5. TOC	88. OTROS
-------------	--------------	---------------------	----------	--------	-----------

2. ¿Usted lleva o ha llevado tratamiento? **R. ÚNICA**

1. HE LLEVADO TRATAMIENTO	2. LLEVO TRATAMIENTO	3. NUNCA HE LLEVADO TRATAMIENTO
---------------------------	----------------------	---------------------------------

3. ¿Con que médicos ha llevado o lleva tratamiento? **R. MÚLTIPLE**

1. PSICOLOGOS	2. PSIQUIATRA	3. NEUROPSIQUIATRA	4. NEUROLOGO	88. OTROS
---------------	---------------	--------------------	--------------	-----------

4. ¿En dónde ha llevado o lleva tratamiento? **R. MÚLTIPLE**

1. MÉDICO PARTICULAR	2. CLINICA PARTICULAR	3. HOSPITAL O POSTA	88. OTROS
----------------------	-----------------------	---------------------	-----------

II. ATRIBUTOS VALORADOS

5. Cuando usted decide seleccionar a un profesional de salud, ¿Cuál fue el primer motivo que priorizó para elegirlo? ¿El segundo? ¿Y el tercero?

	RU	RU	RU
	Primero	Segundo	Tercero
1. RECOMENDACIÓN	1	1	1
2. ATENCIÓN PROFESIONAL	2	2	2
3. EMPATIA Y HABILIDAD DE ESCUCHA	3	3	3
4. DISPONIBILIDAD DE TIEMPO PARA OBTENER LA CITA	4	4	4
5. PRECIO ACCESIBLE	5	5	5
6. TRAYECTORIA PROFESIONAL	6	6	6
88.OTROS (E: <i>ESPECIFICAR</i>)	88	88	88

III. EVALUACIÓN DE CONCEPTO

Ahora le voy a leer un concepto acerca de una plataforma

¿Estás buscando profesionales de la salud que comprendan tu necesidad con empatía, te escuchen y cuenten con una sólida trayectoria respaldada por recomendaciones de especialistas y familiares? Permíteme presentarte "Doctor Cita", una plataforma basada en web/app móvil innovadora que te permitirá gestionar citas presenciales con psicólogos, psiquiatras y neurólogos.

En "Doctor Cita", podrás acceder a una amplia lista de profesionales de la salud, y podrás llegar a ellos utilizando la geolocalización en tu dispositivo. Además, tendrás la oportunidad de explorar los testimonios de otros pacientes y acceder a tu historial clínico cuando lo necesites.

6. Conociendo las características de "Doctor Cita", ¿qué tanto le agrada o desagrada? **(R. ÚNICA)**

1. ME DESAGRADA MUCHO	2. ME DESAGRADA	3. NI ME AGRADA NI ME DESAGRADA	4. ME AGRADA	5. ME AGRADA MUCHO
-----------------------	-----------------	---------------------------------	--------------	--------------------

7. Enumere en orden de importancia del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, los siguientes atributos que tiene "Doctor Cita".

1. MUY IMPORTANTE	2. IMPORTANTE	3. MAS O MENOS IMPORTANTE	4. POCO IMPORTANTE	5. NADA IMPORTANTE
-------------------	---------------	---------------------------	--------------------	--------------------

DISPONIBILIDAD DE UNA AMPLIA DE DIVERSIDAD DE ESPECIALISTAS MÉDICOS	
QUE PUEDA TENER ACCESO A SU HISTORIA CLINICA	
GEOLOCALIZACIÓN PARA INDICAR LA UBICACIÓN DEL PROFESIONAL	
POSIBILIDAD DE CONTINUAR EL TRATAMIENTO CON INTERCONSULTA	
EVALUAR A LOS MÉDICOS POR MEDIO DE TESTIMONIOS Y SISTEMAS DE ESTRELLAS	

IV. INTENCIÓN DE CONTRATAR LOS SERVICIOS MÉDICOS EN "DOCTOR CITA"

8. ¿Qué tan dispuesto estaría usted en obtener su cita médica por medio de esta plataforma? **R. ÚNICA**

1. DEFINITIVAMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	2. PROBABLEMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	3. TAL VEZ SÍ, TAL NO LO HARÍA	4. PROBABLEMENTE SI LO HARÍA	5. DEFINITIVAMENTE SI LO HARÍA
-------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------	------------------------------	--------------------------------

9. ¿Con qué especialidad se atendería en esta plataforma? **R. MÚLTIPLE**

1. PSICÓLOGOS	2. PSIQUIATRA	3. NEUROLOGO
---------------	---------------	--------------

Las preguntas 10 a 14 pueden ser respondidas en base a lo indicado en la pregunta 9 (responder las que apliquen)

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psicólogos? **R. ÚNICA**

1. HASTA 80	2. ENTRE S/81 Y S/120	3. ENTRE S/121 Y S/160	4. ENTRE S/161 Y S/200	5. MAS DE S/200
-------------	-----------------------	------------------------	------------------------	-----------------

11. ¿Con que frecuencia sacaría su cita con psicología?

1. UNA VEZ POR SEMANA	2. UNA VEZ CADA QUINCE DÍAS	3. UNA VEZ AL MES	4. UNA VEZ CADA DOS MESES	5. TRIMESTRAL	6. CUATRIMESTRAL	7. SEMESTRAL	88. OTROS
-----------------------	-----------------------------	-------------------	---------------------------	---------------	------------------	--------------	-----------

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psiquiatras? **R. ÚNICA**

1. HASTA S/150	2. ENTRE S/151 Y S/200	3. ENTRE S/201 Y S/250	4. ENTRE S/251 Y S/300	5. MÁS DE S/300
----------------	------------------------	------------------------	------------------------	-----------------

13. ¿Con que frecuencia sacaría su cita con psiquiatría?

1. UNA VEZ POR SEMANA	2. UNA VEZ CADA QUINCE DÍAS	3. UNA VEZ AL MES	4. UNA VEZ CADA DOS MESES	5. TRIMESTRAL	6. CUATRIMESTRAL	7. SEMESTRAL	88. OTROS
-----------------------	-----------------------------	-------------------	---------------------------	---------------	------------------	--------------	-----------

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con neurólogos? **R. ÚNICA**

1. HASTA S/150	2. ENTRE S/151 Y S/200	3. ENTRE S/201 Y S/250	4. ENTRE S/251 Y S/300	5. MÁS DE S/300
----------------	------------------------	------------------------	------------------------	-----------------

15. ¿Con que frecuencia sacaría su cita con el área de neurología?

1. UNA VEZ POR SEMANA	2. UNA VEZ CADA QUINCE DÍAS	3. UNA VEZ AL MES	4. UNA VEZ CADA DOS MESES	5. TRIMESTRAL	6. CUATRIMESTRAL	7. SEMESTRAL	88. OTROS
-----------------------	-----------------------------	-------------------	---------------------------	---------------	------------------	--------------	-----------

v. PROMOCIÓN

16. Si dentro de la plataforma hubiera publicidad del tipo Banner (no invasivo) que está relacionado con el sector de salud mental ¿Qué tan dispuesto estaría usted en obtener su cita médica por medio de esta plataforma? **R. ÚNICA**

1. DEFINITIVAMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	2. PROBABLEMENTE NO LO HARÍA (TERMINAR)	3. TAL VEZ SÍ, TAL NO LO HARÍA	4. PROBABLEMENTE SI LO HARÍA	5. DEFINITIVAMENTE SI LO HARÍA
-------------------------------------------	-----------------------------------------	--------------------------------	------------------------------	--------------------------------

17. ¿Qué promociones incentivarían un mayor uso de la plataforma? **R. ÚNICA**

1. CUPONES DE DESCUENTO	2. CITAS DE PRUEBA GRATUITAS	3. CUATRO SESIONES Y UNA GRATIS	88. OTROS
-------------------------	------------------------------	---------------------------------	-----------

18. ¿Qué servicios gratuitos adicionales le gustaría tener en la plataforma? **R. MÚLTIPLE (MÁX 2)**

1. SERVICIOS DE MASAJES Y FACIALES	2. CHARLAS CON PSICOLOGOS RECONOCIDOS	3. CLASES DE MEDITACIÓN	4. CLASES DE YOGA	5. QUE LOS MISMOS MÉDICOS HAGAN CHARLAS INFORMATIVAS	88. OTROS
------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------	-------------------	------------------------------------------------------	-----------

VI. PERFIL DEL CONSUMIDOR

19. ¿Cuál es su estado civil? **R. ÚNICA**

1. CASADO	3. SOLTERO	88. OTROS
2. DIVORCIADO	4. VIUDO	

20. ¿Cuál es su principal ocupación? **R. ÚNICA**

1. ESTUDIANTE	3. TRABAJADOR INDEPENDIENTE	88. OTROS
2. NO ME ENCUENTRO LABORANDO	4. TRABAJADOR DEPENDIENTE	

21. Señale cuál es su rango mensual de ingreso familiar

MENOR A S/1000	
ENTRE S/1000 – S/2000	
ENTRES S/2001 – S/3000	
ENTRE S/3001 – S/4000	
ENTRE S/4001 – S/5000	
MAYOR A S/5000	

22. ¿En qué distrito reside?

1. Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	
2. Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	
3. Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	
4. Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	
5. Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	
6. Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	
7. Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	
8. Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	
9. Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	
10. Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	

23. ¿Cuál es su edad? _____

24. ¿Cuál es su género? F () M ()

ANEXO 10. FÓRMULA ESTADÍSTICA EMPLEADA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA

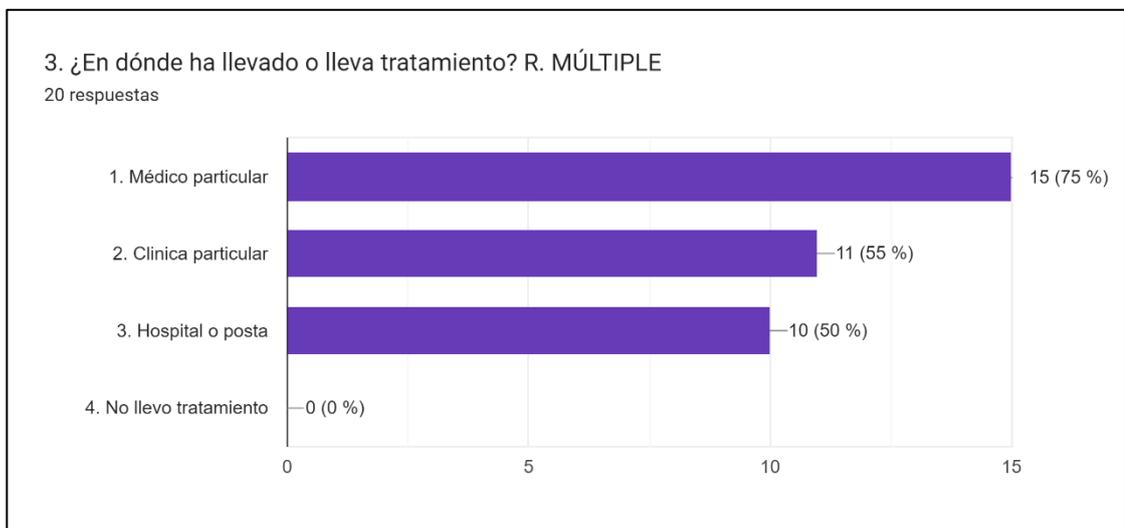
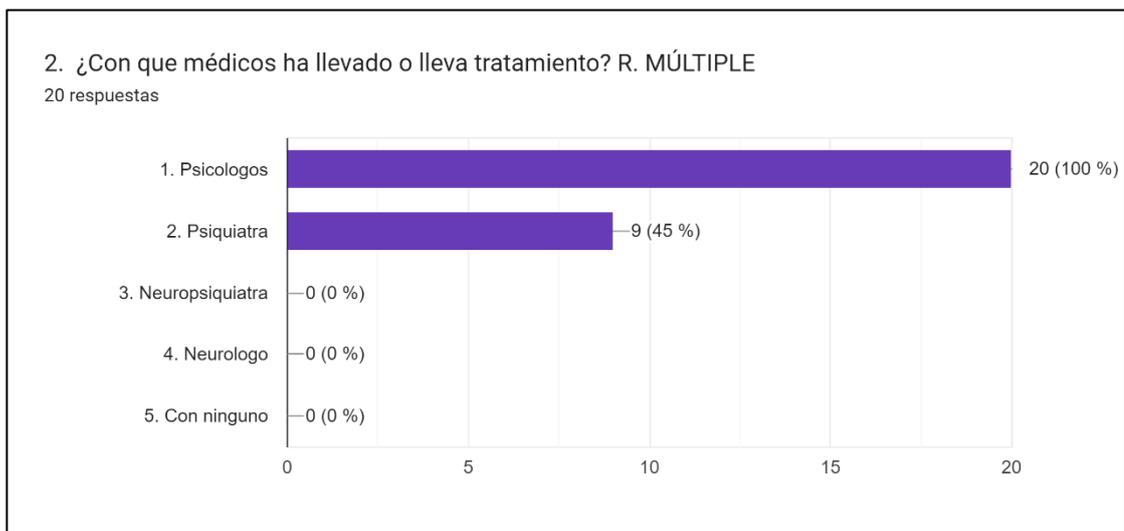
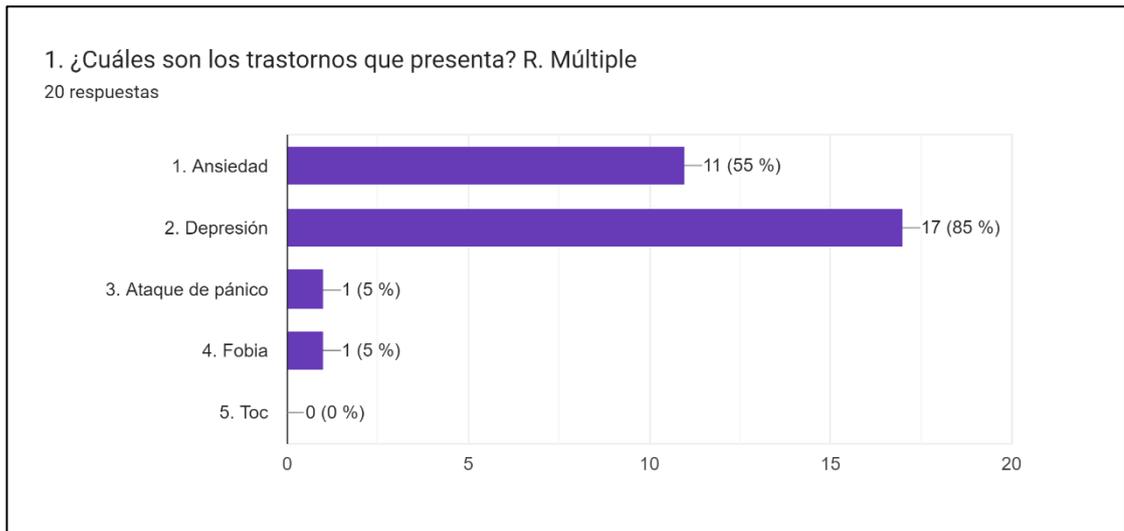
$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{E^2}$$

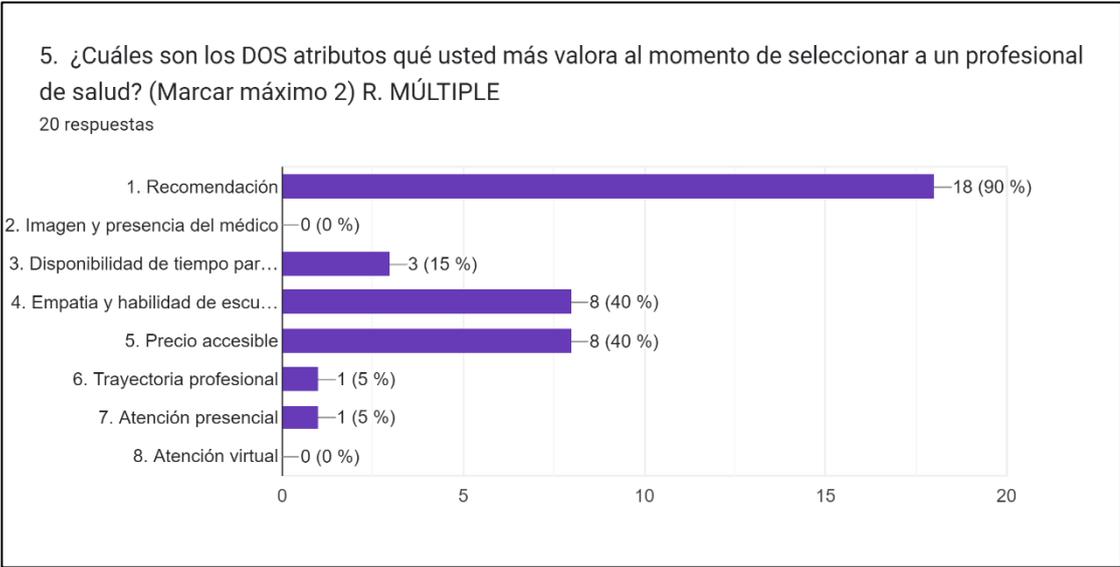
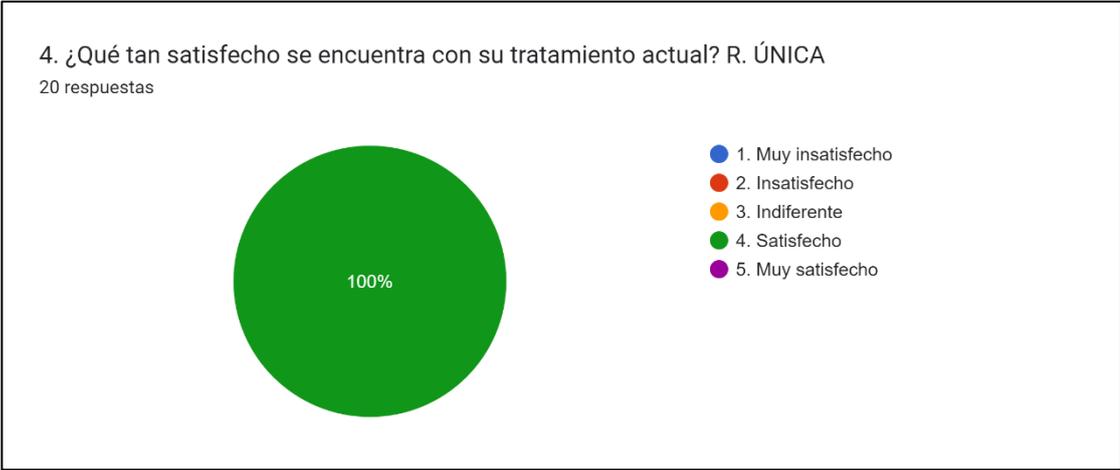
$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 380$$

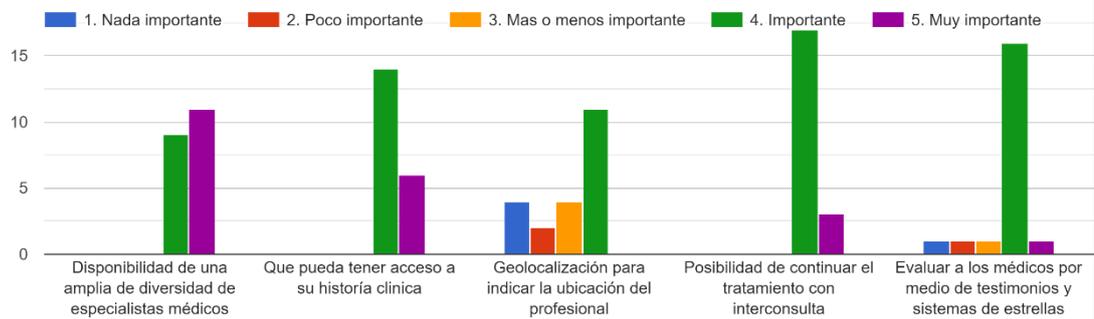
- Z: Desviación estándar (considerando un margen de confianza de 95% es 1.96).
- P: Probabilidad de no cometer un error tipo II. Un error tipo II es la equivocación de decir que no hay una diferencia cuando sí la hay. La fórmula del tamaño estándar de la muestra supone de manera implícita un poder de 50%.
- 1-P: Probabilidad de no ocurrencia.
- e: el error de la muestra resulta de una variación al azar. La variación aleatoria es la diferencia entre el valor de la muestra y el verdadero valor de la población promedio. (McDaniel & Gate, 2016).

ANEXO 11. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS PILOTO





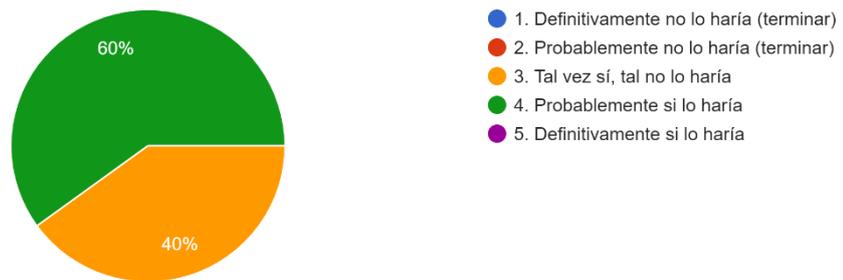
7. A continuación, le voy a mencionar una serie de aspectos relacionados con “DoctorCita” que acabamos de leer y me gustaría que me dijera, en una escala del 1 al ...ué tan importante considera las funcionalidades. R. ÚNICA



8. ¿Qué tan dispuesto estaría usted en obtener su cita médica por medio de esta plataforma? R. ÚNICA

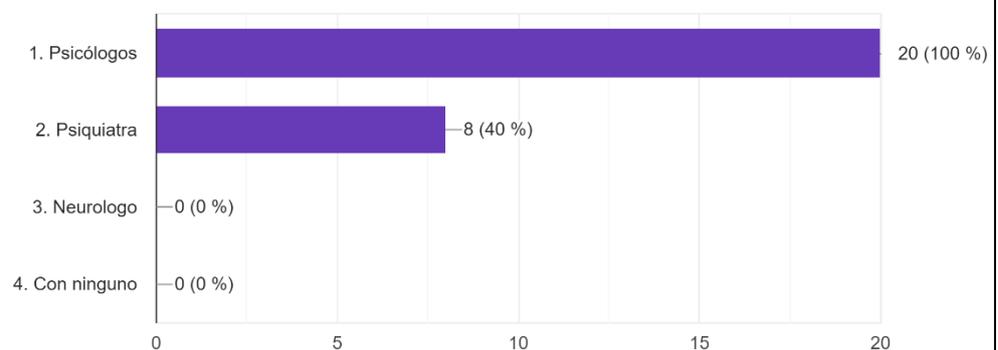
ÚNICA

20 respuestas

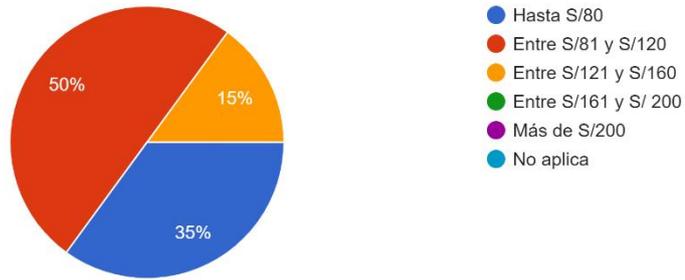


9. ¿Con qué especialidad se atendería en esta plataforma? R. Múltiple

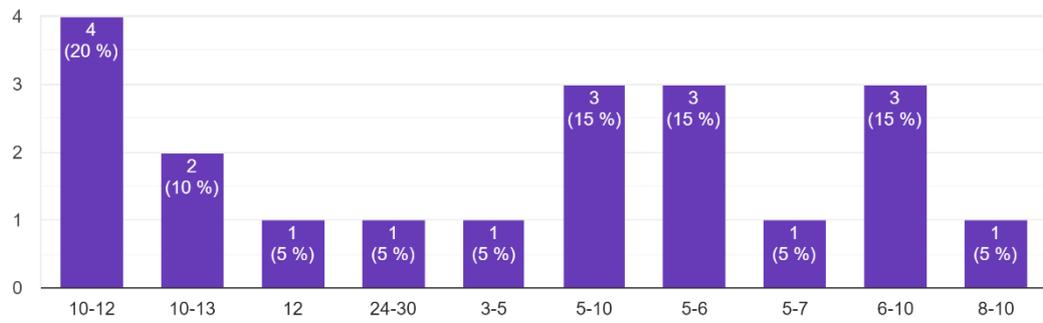
20 respuestas



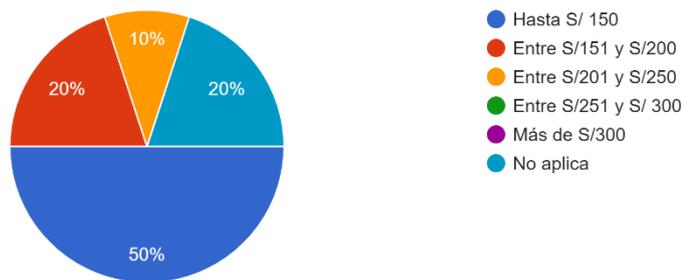
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psicólogos? R. ÚNICA
20 respuestas



11. ¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con psicólogos?
20 respuestas

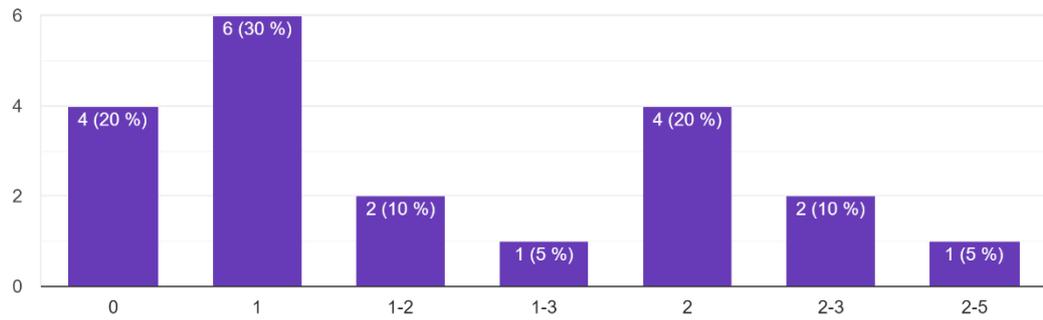


12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con psiquiatras? R. ÚNICA
20 respuestas



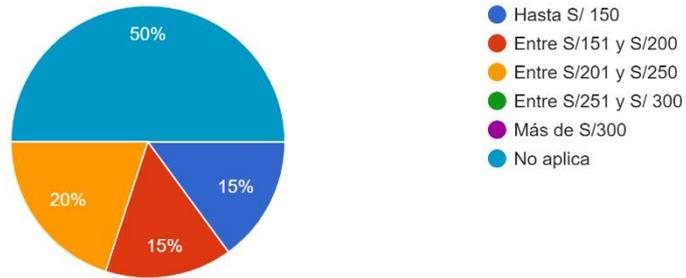
13. ¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con psiquiatras?

20 respuestas



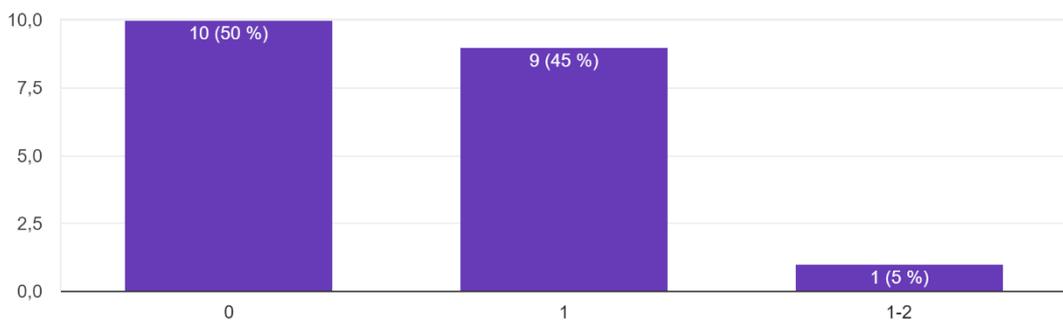
14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por sesiones individuales con neurólogos? R. ÚNICA

20 respuestas

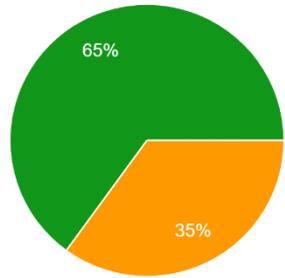


15. ¿Cuántas veces compraría sesiones individuales al año con neurólogos?

20 respuestas

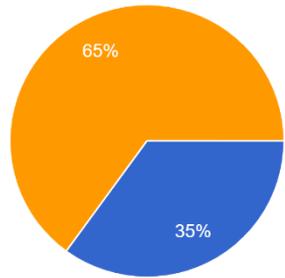


16. Si dentro de la plataforma hubiera publicidad del tipo Banner (no invasivo) que está relacionado con el sector de salud mental ¿Qué tan dispuesto ...ita médica por medio de esta plataforma? R. ÚNICA
20 respuestas



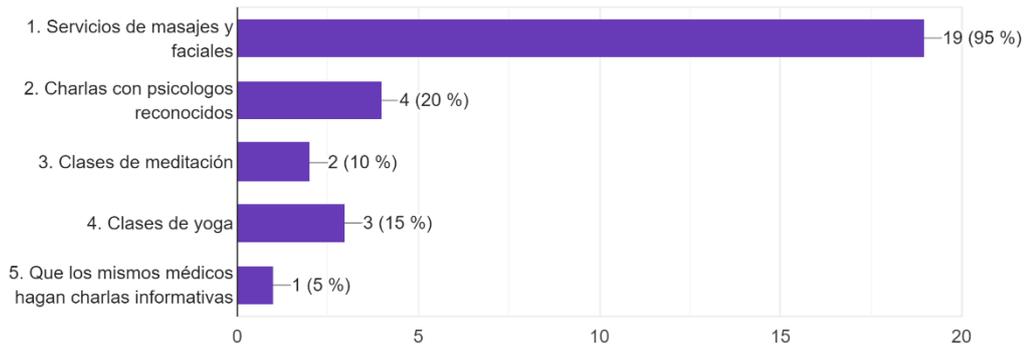
- 1. Definitivamente no lo haría (terminar)
- 2. Probablemente no lo haría (terminar)
- 3. Tal vez sí, tal no lo haría
- 4. Probablemente si lo haría
- 5. Definitivamente si lo haría

17. ¿Qué promociones incentivarían un mayor uso de la plataforma? R. ÚNICA
20 respuestas



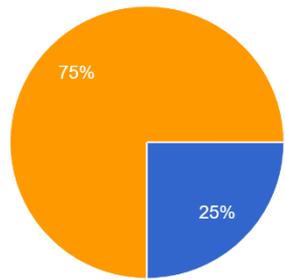
- 1. Cupones de descuento
- 2. Citas de prueba gratuitas
- 3. Cuatro sesiones y una gratis

18. ¿Qué servicios gratuitos adicionales le gustaría tener en la plataforma? R. MÚLTIPLE (MÁX 2)
20 respuestas



19. ¿Cuál es su estado civil? R. ÚNICA

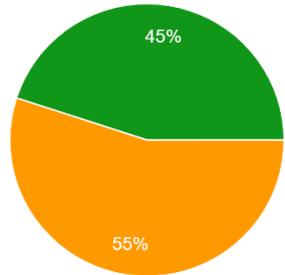
20 respuestas



- 1. Casado
- 2. Divorciado
- 3. Soltero
- 4. Viudo

20. ¿Cuál es su principal ocupación? R. ÚNICA

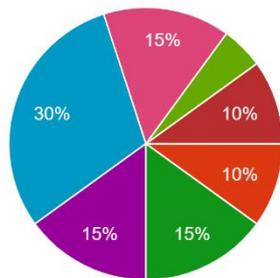
20 respuestas



- 1. Estudiante
- 2. No me encuentro laborando
- 3. Trabajador independiente
- 4. Trabajador dependiente

21. ¿En qué distrito reside?

20 respuestas

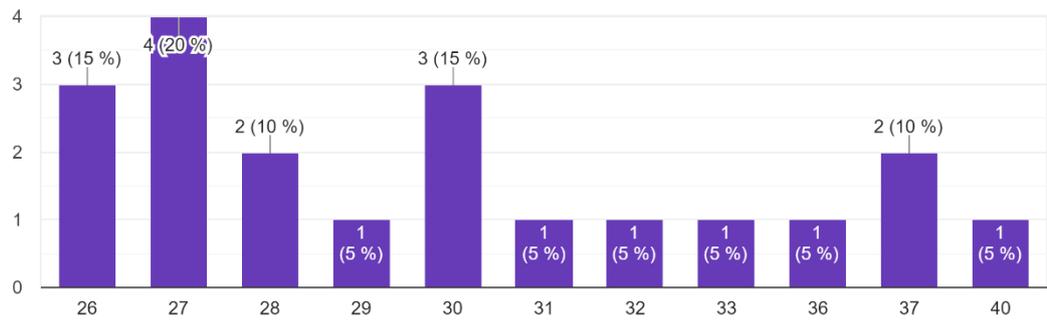


- 1. Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Ca...
- 2. Zona 2 (Independencia, Los Olivos,...
- 3. Zona 3 (San Juan de Lurigancho)
- 4. Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La...
- 5. Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Luríganc...
- 6. Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo...
- 7. Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San...
- 8. Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorril...

▲ 1/2 ▼

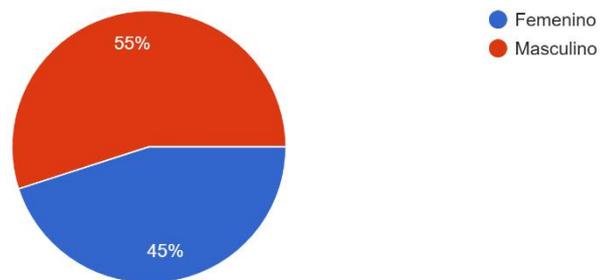
22. ¿Cuál es su edad?

20 respuestas



23. ¿Cuál es su género?

20 respuestas



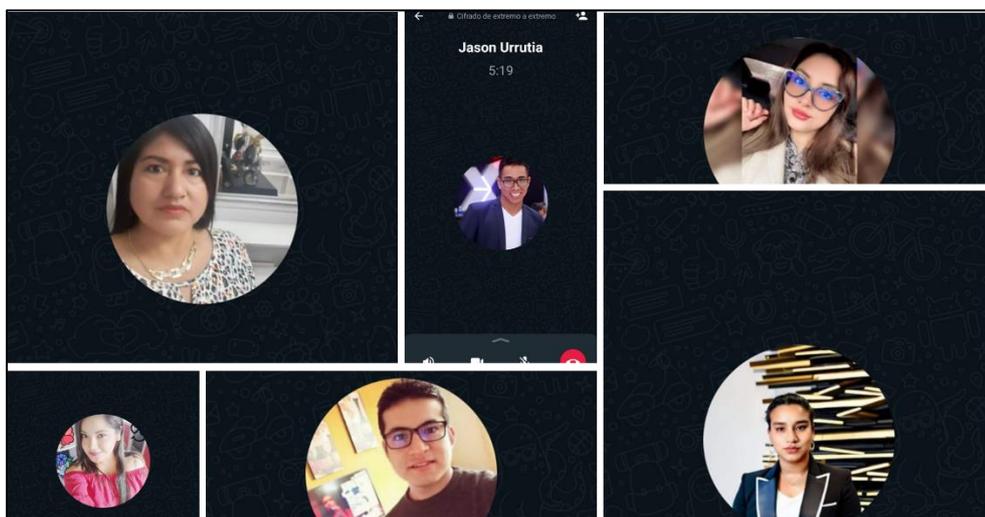
ANEXO 12. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Figura 24. Registro de llamadas

Registro de llamadas	
Pasaron el filtro y accedieron a la encuesta	380
No pasaron el filtro	630
No han respondido	225
Rechazaron la encuesta	165
Total de llamadas	1400

Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

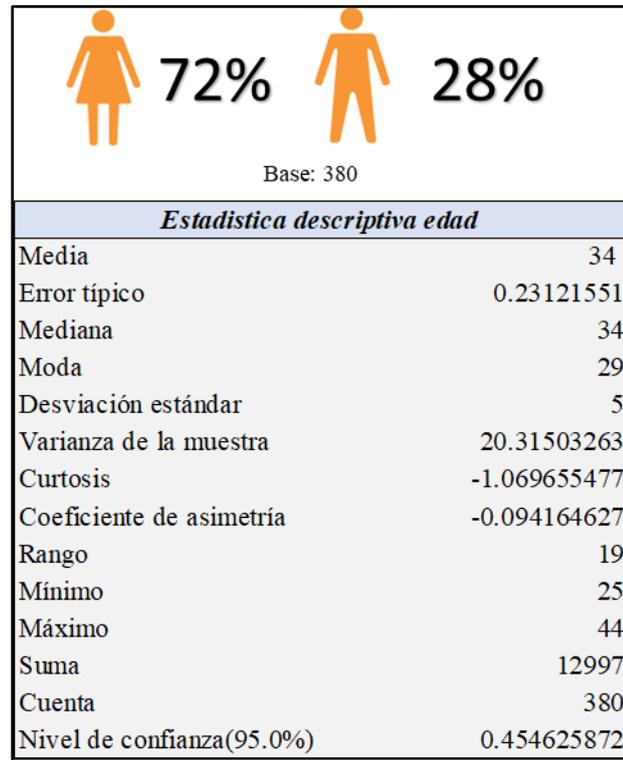
Figura 25. Collage de Fotos



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

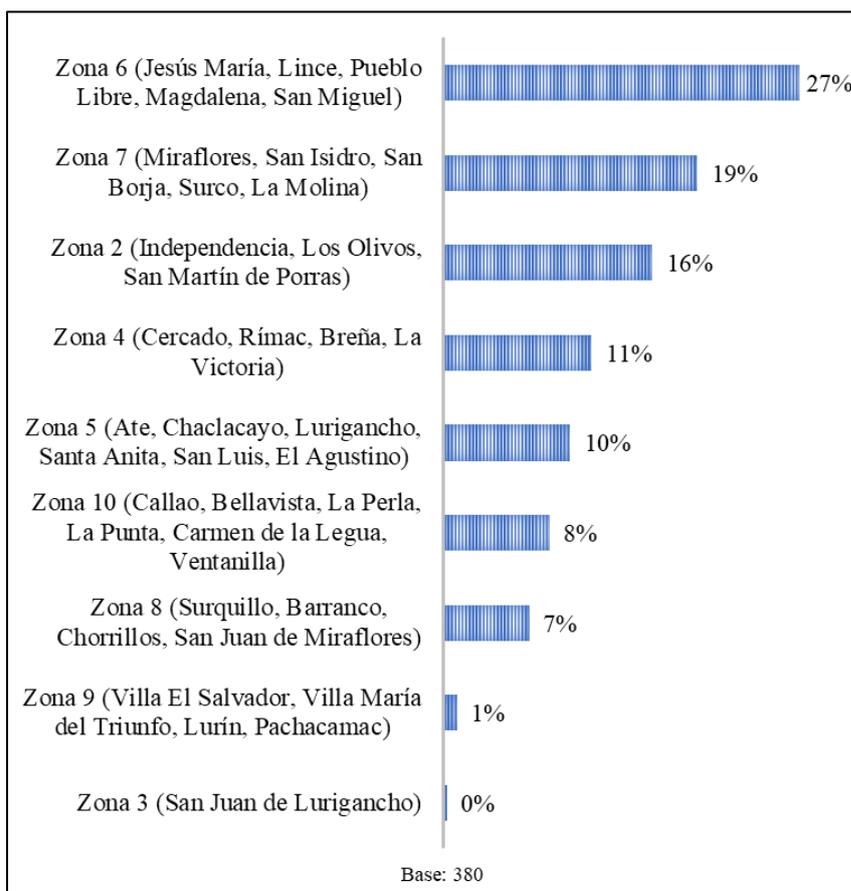
Datos demográficos de los encuestados

Figura 26. Características demográficas de los encuestados



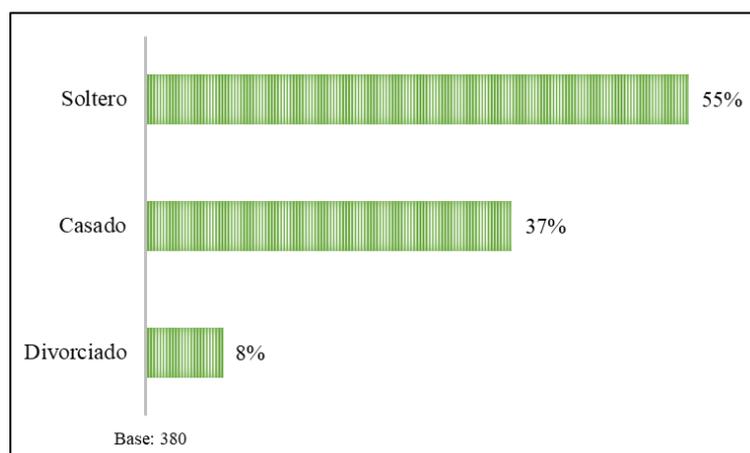
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 27. Zonas de residencia de los encuestados



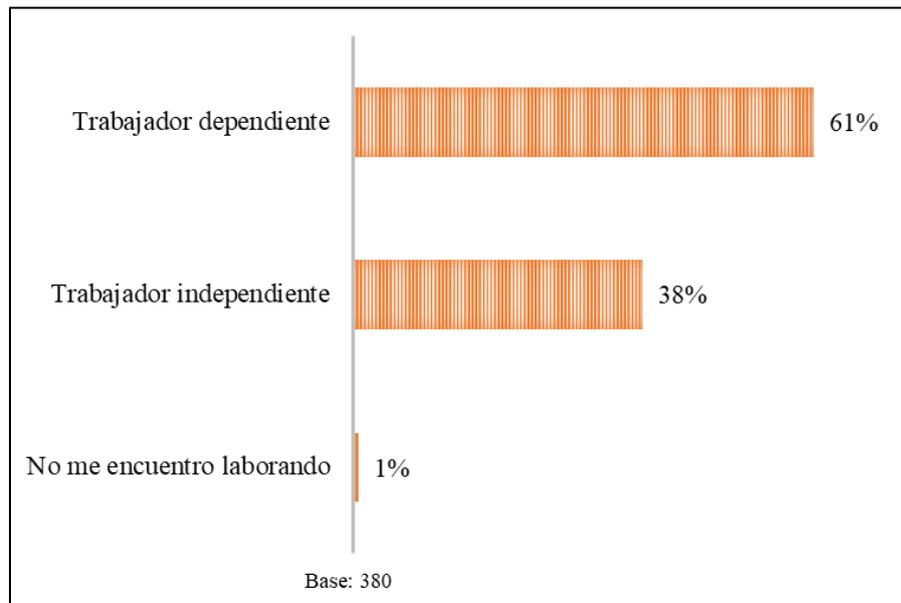
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 28. Estado civil de los encuestados



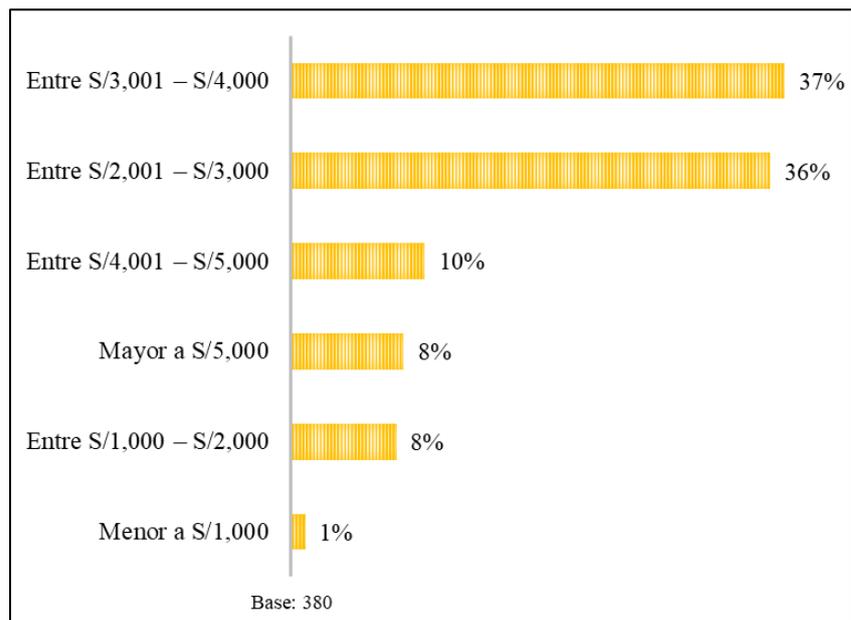
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 29. Ocupación de los encuestados



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

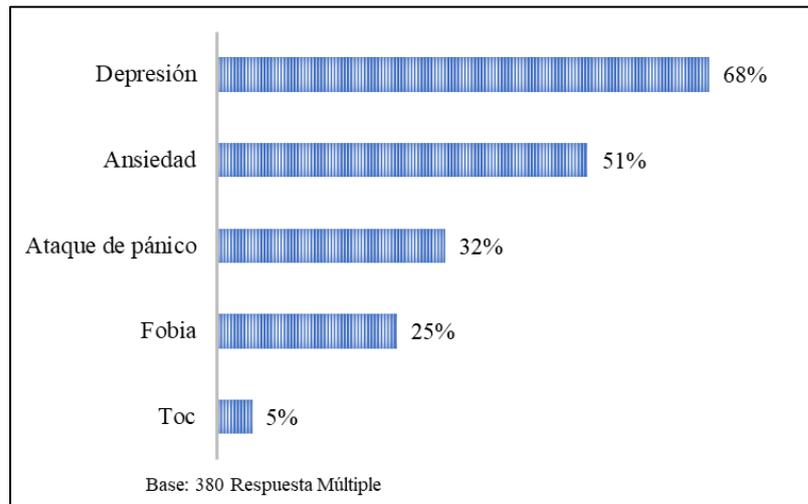
Figura 30. Nivel de ingresos de los encuestados



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

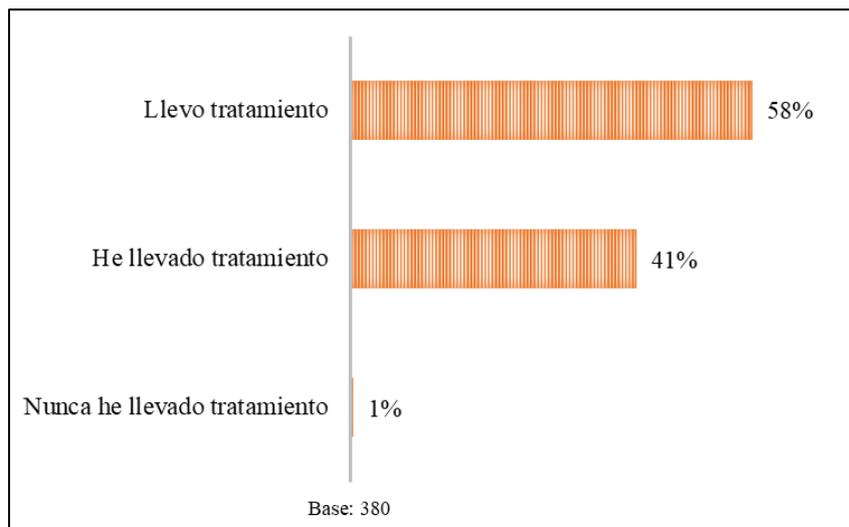
Perfil de los encuestados

Figura 31. Trastornos comunes de los encuestados



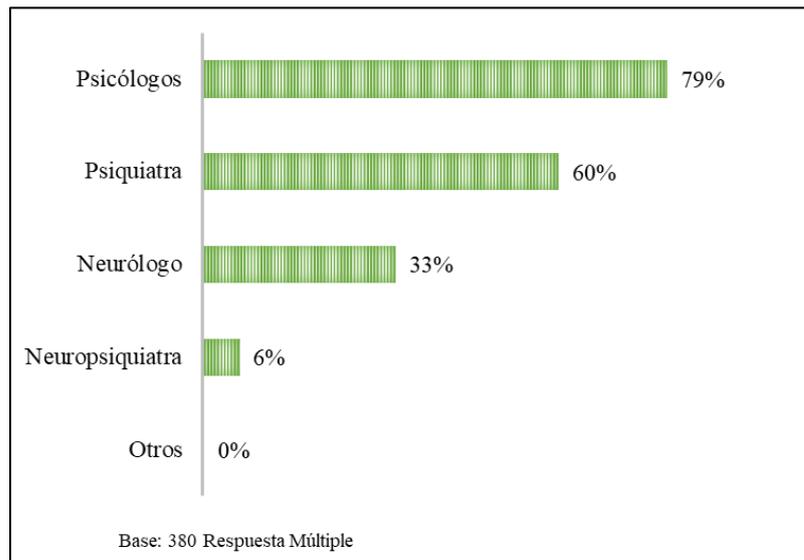
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 32. Tratamientos que ha llevado los encuestados



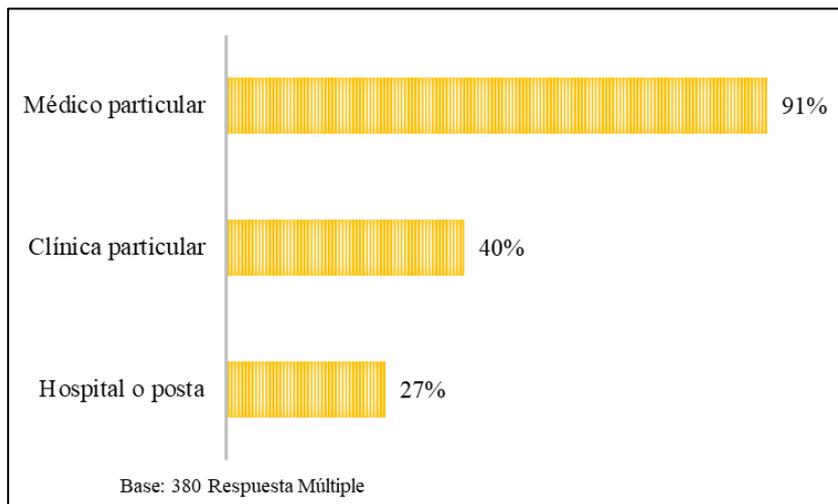
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 33. Demanda por profesionales en salud mental



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

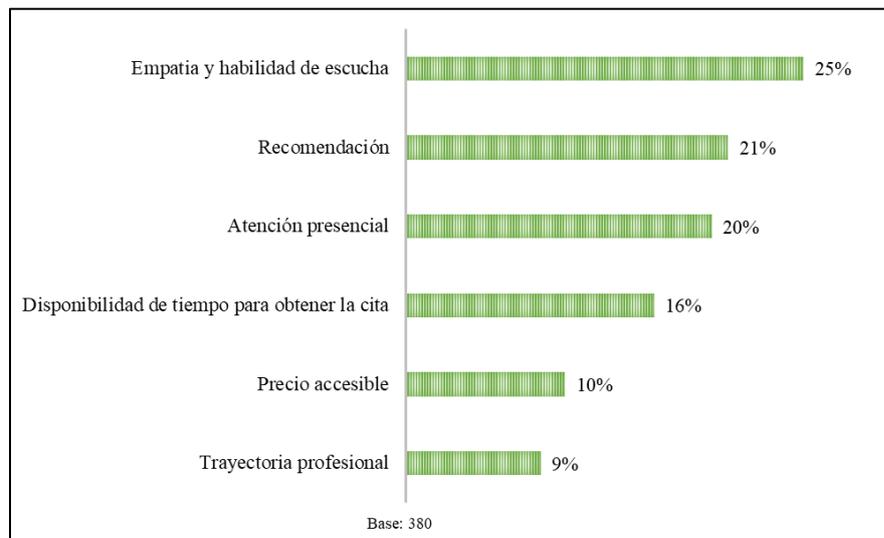
Figura 34. Lugares de atención en salud mental



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Atributos valorados para seleccionar a un profesional de salud

Figura 35. Criterios de selección para un profesional de salud mental



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

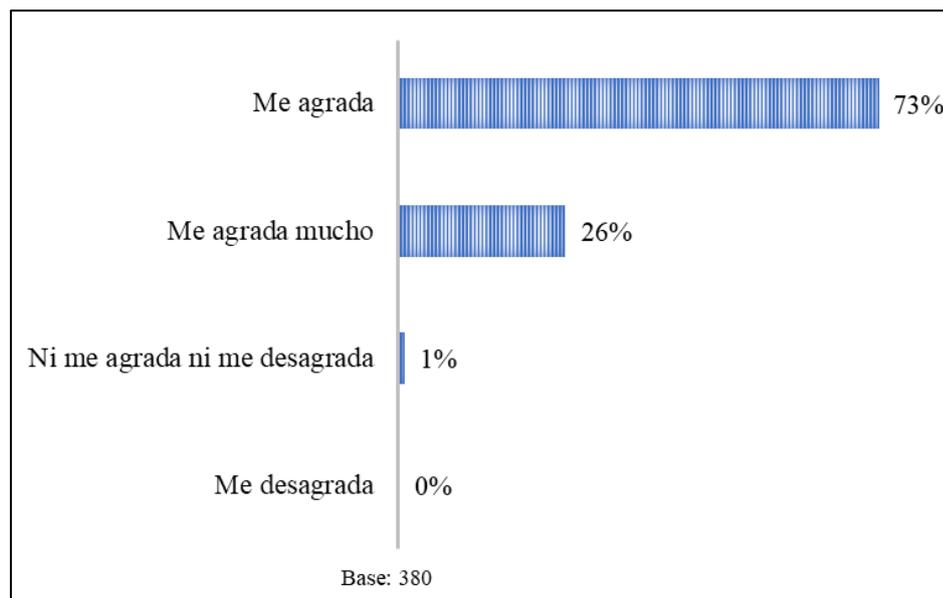
Evaluación de concepto Doctor Cita

Tabla 46. Concepto de negocio de Doctor Cita

CONCEPTO
Ahora le voy a leer un concepto acerca de una plataforma
¿Estás buscando profesionales de la salud que comprendan tu necesidad con empatía, te escuchen y cuenten con una sólida trayectoria respaldada por recomendaciones de especialistas y familiares? Permíteme presentarte "DoctorCita", una plataforma basada en web/app móvil innovadora que te permitirá gestionar citas presenciales con psicólogos, psiquiatras y neurólogos.
En "DoctorCita", podrás acceder a una amplia lista de profesionales de la salud, y podrás llegar a ellos utilizando la geolocalización en tu dispositivo. Además, tendrás la oportunidad de explorar los testimonios de otros pacientes y acceder a tu historial clínico cuando lo necesites.

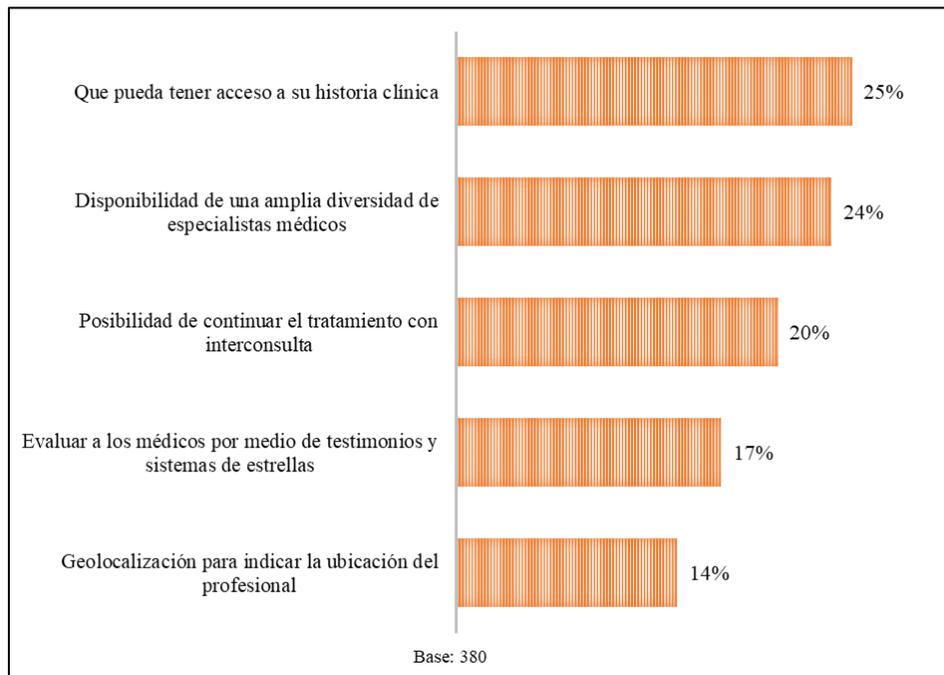
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 36. Nivel de agrado de Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

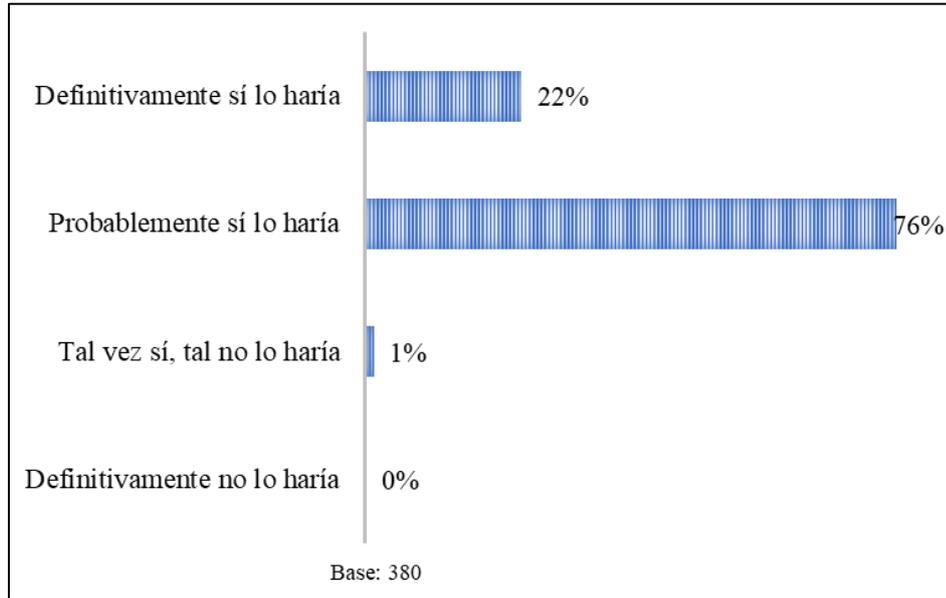
Figura 37. Atributos valorados de Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

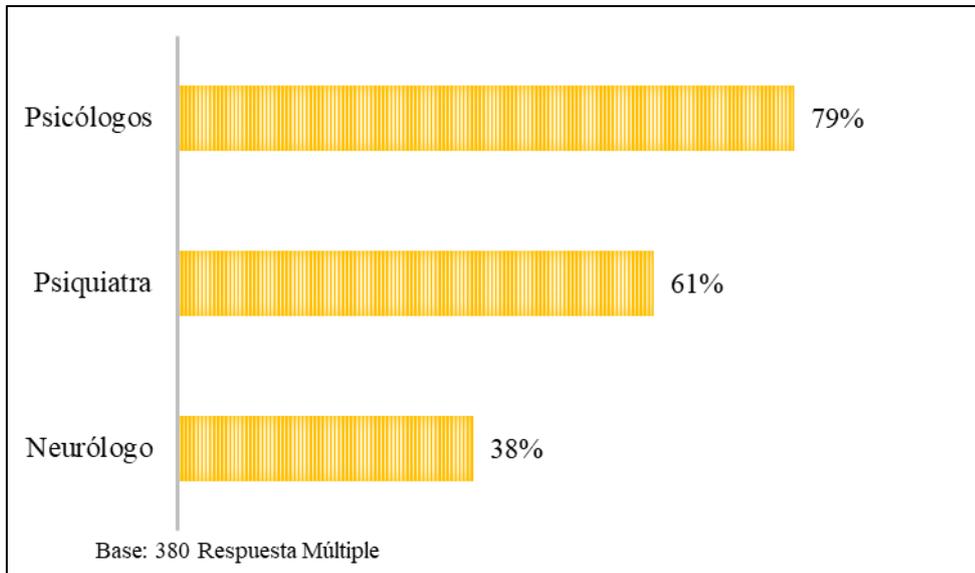
Intención de compra en Doctor Cita

Figura 38. Intención de Compra en Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 39. Especialidades en Doctor Cita



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 47. Ticket promedio de compra

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/80 = S/80	50.33%	S/ 40.26
S/81 a S/120 = S/100	32.45%	S/ 32.45
S/121 a S/160 = S/140	14.90%	S/ 20.86
S/161 a S/200 = S/180	2.32%	S/ 4.17
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 97.75

Base: 302 psicólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 48. Frecuencia de compra: Cita Psicólogo / año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Semanal	48	17.54%	8.42
Quincenal	24	43.71%	10.49
Mensual	12	34.08%	4.09
Bimestral	6	3.33%	0.2
Trimestral	4	0.75%	0.03
Semestral	2	0.50%	0.01
Total cita/año			23

Base: 302 psicólogos
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 49. Ticket promedio Sesión Psiquiatría

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/150 = S/150	62.66%	S/ 93.99
S/150 a S/200 = S/175	33.05%	S/ 57.84
S/201 a S/250 = S/225	3.86%	S/ 8.69
S/251 a S/300 = S/275	0.43%	S/ 1.18
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 161.70

Base: 233 psiquiatras
Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 50. Frecuencia de compra: Cita Psiquiatría/ año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Quincenal	24	16.29%	3.91
Mensual	12	45.08%	5.41
Bimestral	6	22.33%	1.34
Trimestral	4	8.79%	0.35
Semestral	2	7.50%	0.15
Total cita/año			11.16

Base: 233 psiquiatras
 Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 51. Ticket promedio Sesión Neurología

Opción	Porcentaje	Ponderado
Hasta S/150 = S/150	71.03%	S/ 106.55
S/150 a S/200 = S/175	17.24%	S/ 30.17
S/201 a S/250 = S/225	8.28%	S/ 18.63
S/251 a S/300 = S/275	3.45%	S/ 9.49
Ticket promedio en cada sesión psicológica		S/ 164.83

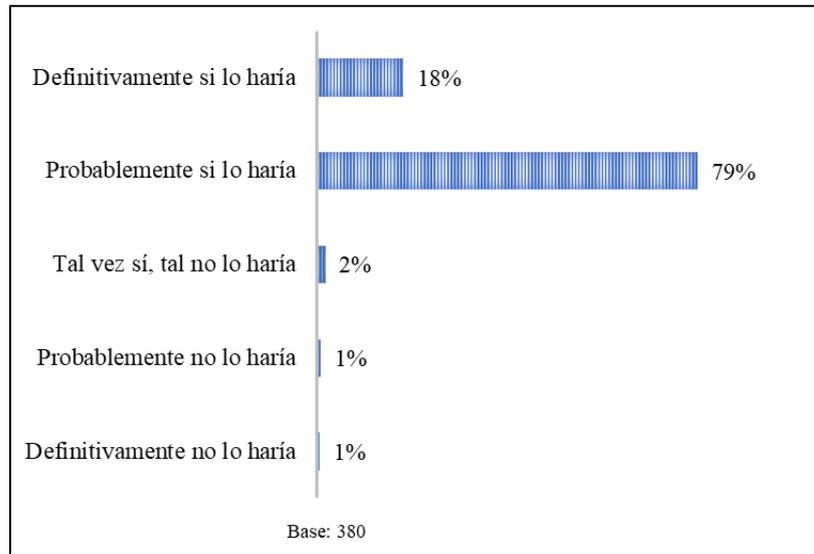
Base: 145 neurólogos
 Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Tabla 52. Frecuencia de compra: Cita Neurología/ año

Opción	Cantidad al año	Porcentaje	Ponderado
Quincenal	24	15.88%	3.81
Mensual	12	31.75%	3.81
Bimestral	6	34.50%	2.07
Trimestral	4	10.25%	0.41
Cuatrimestral	3	0.62%	0.02
Semestral	2	6.00%	0.12
Anual	1	1.00%	0.01
Total cita/año			10.24

Base: 145 neurólogos
 Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

Figura 40. Intención de compra con publicidad de Banners



Elaboración: Autores del trabajo de investigación.

ANEXO 13. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES DE LA ARQUITECTURA BASE

Como parte del módulo front end de la aplicación web:

- AWS Route 53: como un servicio de resolución de nombres de dominio (DNS), con tolerancia a fallas.
- AWS Elastic Load Balancing: como un servicio para balancear el tráfico entrante y distribuirlo a los demás componentes del sistema.
- AWS Amplify: es un servicio que permite la creación de aplicaciones de manera escalable. Permite la integración con Git para implementar y alojar una aplicación web. En este servicio se alojará la aplicación Doctor Cita. Aquí se encuentra la interfaz de usuario y sus funciones (búsqueda de profesionales, registro de citas, registros contables, servicios de calificación de los usuarios), así como las integraciones con las API que permiten el uso de aplicaciones de los sistemas de pasarela de pagos e instituciones de gobierno como el RENHICE. También cuenta con conexión hacia la base de datos de servicio.
- Amazon Cloud Front: es un servicio de tipo CDN que entrega información de manera segura en un entorno amigable.
- AWS Location Service: este es un servicio de tipo de georreferencia, que permite a las aplicaciones contar con la capacidad de localización. Con ello, se podrá contar con servicios de mapas y geolocalización requeridos para la ubicación de los profesionales de la salud.
- Amazon Aurora MySQL-Compatible: este componente es una base de datos relacional MySQL. En esta base de datos, se almacenará la información de las cuentas de usuario, los registros de pagos, y otros elementos funcionales de la aplicación.
- AWS Lambda: es un servicio para la ejecución de código sin necesidad de la creación de servidores. Este servicio enviará los datos médicos hacia servicios de almacenamiento de historia clínica basada en Blockchain. Ejecuta código cuando recibe información médica (diagnósticos, imágenes, otros), y la prepara y envía hacia los nodos Blockchain para su procesamiento.

Como parte del módulo de procesamiento y almacenamiento de la historia clínica:

- Amazon Simple Storage Service (Amazon S3): es un servicio para almacenar datos. Este servicio permitirá el almacenamiento de la historia clínica del paciente. El acceso a la información es exclusivamente a través de los servicios de procesamiento de Blockchain, garantizando todos los elementos de seguridad para la información de este tipo.
- Amazon Managed Blockchain: es un servicio administrado de código abierto. Aquí se realizará la ejecución de código requerida para los servicios Smartcontract. Es invocado varias veces en el proceso de flujo de datos y tiene acceso al servicio de almacenamiento para asociar la metadata Blockchain a los datos médicos.
- AWS Lambda: es un servicio para la ejecución de código sin necesidad de la creación de servidores. En este caso, la ejecución de código es requerida para los servicios Smartcontract. Es invocado varias veces en el proceso de flujo de datos y tiene acceso al servicio de almacenamiento para asociar la metadata Blockchain a los datos médicos.
- Amazon API Gateway: es un servicio administrado que facilita la gestión de API's de manera que las distintas aplicaciones puedan integrarse y usar las funcionalidades de éstas. Este servicio será el punto de ingreso de los datos provenientes de los nodos de

procesamiento Blockchain para que se muevan dentro del flujo de datos del Smartcontract. El flujo de información debe ser autenticado.

Asimismo, este servicio junto con el servicio AWS Lambda descrito anteriormente serán el bus de datos SmartContract, que aseguran que los datos sean almacenados bajo la arquitectura Blockchain. El bus de datos está basado en el estándar desarrollado por la Health Level Seven International (HL7), Fast Healthcare Interoperability Resources (FHIR).

BIBLIOGRAFIA

- Aleixandre-Benavent, R., Ferrer-Sapena, A., & Peset, F. (19 de Julio de 2010). *Informatización de la historia clínica en España*. Obtenido de Profesional de la información: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2010.may.02>
- Amazon Web Services. (2023). *AWS for Health*. Obtenido de <https://aws.amazon.com/es/health/>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado - APEIM. (Octubre de 2020). Obtenido de Niveles Socioeconómicos: <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2022/08/APEIM-NSE-2020.pdf>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado. (Octubre de 2020). *Niveles Socioeconómicos*. Obtenido de <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2022/08/APEIM-NSE-2020.pdf>
- Ballesteros, M. (30 de Junio de 2016). *Desigualdades sociales en los tiempos de espera para la consulta médica en Argentina*. Obtenido de Gerencia Y Políticas De Salud: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgyps15-30.dste>
- Collave, Y. (12 de Enero de 2022). *Historia clínica electrónica en el Perú: ¿Cuándo se implementará y cómo cambiará la atención de los pacientes?* Obtenido de El Comercio: <https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/historia-clinica-electronica-en-el-peru-cuando-se-implementara-y-como-cambiara-la-atencion-de-los-pacientes-noticia/>
- Cornejo-Olivas, M., Custodio, N., & Mazzetti, P. (2020). *Revista de Neuro-Psiquiatría*. Obtenido de Universidad Peruana Cayetano Heredia: <https://revistas.upch.edu.pe/index.php/RNP/article/view/3748/4177>
- Defensoría del Pueblo . (10 de Octubre de 2018). *Ocho de cada 10 personas no reciben atención en salud mental pese a requerirlo*. Obtenido de <https://www.defensoria.gob.pe/ocho-de-cada-10-personas-no-reciben-atencion-en-salud-mental-pese-a-requerirlo>
- Fernández, L., & Huarac, Y. (2021). Plan de negocio para integrar a las IPRESS con una plataforma de historia clínica electrónica (HCE) utilizando tecnología blockchain. Escuela de Administración de Negocios para Graduados – ESAN.
- Franciskovic, B. (2019). *Enfoque del derecho a la salud mental según el tribunal constitucional en concordancia con la nueva ley de salud mental*. Obtenido de UNIFE: <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/lumen/article/view/1758/1829>
- Ghosh, P., Chakraborty, A., Hasan, M., Rashid, K., & Siddique, A. (2023). *Blockchain Application in Healthcare Systems: A Review*. Obtenido de Multidisciplinary Digital Publishing Institute: <https://www.mdpi.com/2079-8954/11/1/38>
- Gobierno del Perú. (3 de Julio de 2011). Ley N°29733 - Ley de Protección de Datos Personales. *Normas Legales N°445746*. Perú: Diario Oficial El Peruano.

- Gobierno del Perú. (23 de Mayo de 2019). Ley Nº 30947 - Ley de salud mental. *Normas Legales, N° 14948*. Diario Oficial El Peruano.
- Gobierno del Perú. (18 de Noviembre de 2022). Ley Nº 31627 - Ley que modifica la ley Nº 30947 Ley de Salud Mental. *Normas Legales N° 16919*. Perú: Diario Oficial El Peruano.
- Google. (2023). *Google Cloud para la salud y las ciencias biológicas*. Obtenido de <https://cloud.google.com/solutions/healthcare-life-sciences?hl=es-419>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Julio de 2020). *Planos estratificados de Lima Metropolitana a nivel de manzanas 2020*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1744/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Enero de 2023). *Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana (Anual: Enero-diciembre 2022)*. Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-mercado-laboral-oct-nov-dic-2022.pdf>
- Ipsos Opinión y Mercado S.A. (14 de Febrero de 2020). Obtenido de Características de los niveles socioeconómicos en el Perú: <https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>
- McDaniel, C., & Gates, R. (2016). *Investigación de Mercados*. Cengage Learning.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (24 de Diciembre de 2022). *MEF fija en S/ 4 950 el valor de la UIT para el año 2023*. Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/7618-mef-fija-en-s-4-950-el-valor-de-la-uit-para-el-ano-2023>
- Ministerio de Salud. (Julio de 2021). *Plan Esencial en Aseguramiento de Salud*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2161732/Anexo%20%28Parte%201%29.pdf?v=1631120997>
- Ministerio de Salud. (22 de Enero de 2022). *Minsa incorpora 64 Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPRESS) a la Red Nacional de Telesalud*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/578534-minsa-incorpora-64-instituciones-prestadoras-de-servicios-de-salud-ipress-a-la-red-nacional-de-telesalud>
- Morales, M. (09 de Mayo de 2022). *Sin cobertura para salud mental: aseguradoras privadas excluyen tratamientos y el Estado no se da abasto*. Obtenido de La República: <https://data.larepublica.pe/sin-cobertura-para-salud-mental-aseguradoras-privadas-excluyen-tratamientos-y-el-estado-no-se-da-abasto/>
- Rueda-Clausen, C. (2006). *La historia clínica informatizada. Evaluación de los casos colombiano y español*. Obtenido de MedUNAB: <https://revistas.unab.edu.co/index.php/medunab/article/view/170/155>
- SUNAT. (2022). Obtenido de Tabla de Tiempos de Vida Útil de los Equipos: <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/2022/anexo-071-2022.pdf>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria . (s.f.). *Régimen MYPE Tributario*. Obtenido de <https://www.gob.pe/6990-regimen-mype-tributario-rmt>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (s.f.). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (s.f.). *Constituye tu empresa en seis pasos*. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

Vega, F. (s.f.). *Situación, avances y perspectivas en la atención a personas con discapacidad por trastornos mentales en el Perú*. Obtenido de Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi: <https://www.insm.gob.pe/investigacion/articulos/4.html>