



Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Fundación Salud Mental
Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:
Daniela Ramos Cuenca

Bogotá, D.C.



Universidad del Rosario
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Fundación Salud Mental
Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Presentado por:
Daniela Ramos Cuenca

Bajo la dirección de:
Centro de emprendimiento | UR Emprende

Administración de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.

Tabla de contenido

Lista de figuras	5
Resumen ejecutivo.	6
Palabras clave.	7
Abstract.	8
Key Words.	8
1. Exploración y desarrollo de ideas	9
1.1. Origen de la idea.	9
1.2. Descripción del problema.	11
1.3. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos.	14
1.4. Mapa de empatía.	16
1.5. Insights – hallazgos.	17
1.6. Ciclo de experiencia del usuario.	19
1.7. Mapa de competidores.	20
1.8. Descripción de la idea.	22
2. Propuesta de valor	23
2.1. Segmento del cliente.	23
2.2. Clientes ideales.	24
2.3. Alternativas de solución y criterios de selección.	24

2.4.	Características de producto o servicio.	25
2.5.	Diferencial y ventaja competitiva.	26
2.6.	Relevancia en el contexto.	27
2.7.	Definición de propuesta de valor.	28
3.	Prototipo	28
3.1.	Descripción de prototipo.	28
3.2.	Descripción de portafolio inicial de productos o servicios.	29
3.3.	Nivel de desarrollo y funcionalidad.	30
3.4.	Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo.	30
3.5.	Resultados obtenidos en pruebas del prototipo.	31
3.6.	Proyección de cómo iterar.	32
4.	Modelo de negocio	34
4.1.	Modelo de negocio económico.	34
4.2.	Modelo Financiero.	35
4.3.	Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento.	35
4.4.	KPIs Financieros.	37
5.	Referencias bibliográficas	38

Lista de figuras

Ilustración 1: Origen de las ideas.....	11
Ilustración 2: Storyboard del problema.....	14
Ilustración 3: Mapa de empatía.....	16
Ilustración 4: Mapa de competidores	
Ilustración 5: Descripción de la idea.....	22
Ilustración 6: Lienzo propuesta de valor.....	26
Ilustración 7: Entrevista virtual.....	33
Ilustración 8: Business Model Canvas	34
Ilustración 9: Balance inicial	36
Ilustración 10: Gastos iniciales	36

Resumen ejecutivo.

Salud mental es una fundación sin ánimo de lucro que pretende, en primer lugar, educar sobre la salud mental, crear consciencia y acabar con los estigmas que existen alrededor de la salud mental, todo esto por medio de programas educativos, campañas de concientización y talleres educativos. En segundo lugar, brindará servicios de psicología y psiquiatría accesibles para personas que quieran o necesiten la ayuda. El principal canal para los servicios será por medio de la página web y la página de Instagram, pues somos un puente a los psicólogos y psiquiatras adscritos a la fundación. No pretendemos únicamente hacer los servicios más accesibles, sino, cambiar la forma en que se ve la salud mental en Colombia, educar a las personas y crear mayor conocimiento de diversas enfermedades como la ansiedad o la depresión y sus consecuencias. Nuestro principal objetivo es transformar la manera de ver la salud mental y la asistencia a los psicólogos, acabar con los estigmas y que las personas que sufren de alguna de estas enfermedades se sientan con mayor tranquilidad al hablar sobre estas, también tenemos como objetivo hacer de estos servicios más accesibles para las personas que no cuentan con los recursos. Para nuestro futuro esperamos tener un punto físico donde los pacientes puedan acercarse a disfrutar de otras actividades que complementen su salud mental y empezar a construir un centro de salud mental integral.

La fundación estará enfocada principalmente en la atención a los jóvenes entre los 18 y 30 años, que tengan o puedan tener enfermedades como depresión, ansiedad y ataque de pánico principalmente. Sin embargo, la atención se dará también a personas que quieran asistir al psicólogo por mejorar la calidad de su vida en general o simplemente, brindarle una mayor atención al cuidado de su mente.

Los resultados que se esperan tener como fundación es, un mayor alcance a las terapias de psicología por parte de los jóvenes, derribando paradigmas y que estas personas se sientan cómodas asistiendo. También, se pretende normalizar la asistencia a terapia y que en el futuro tomar terapias de psicología o psiquiatría haga parte del chequeo médico general que las personas normalmente se hacen.

Palabras clave: Psicología, Terapia, Estigma, Depresión, Ansiedad, Suicidio, Psicólogo, Psiquiatra, Holístico.

Abstract.

Mental health is a non-profit foundation that aims, first, to educate about mental health, create awareness and end the stigmas that exist around mental health, all this through educational programs, awareness campaigns and educational workshops.

Second, it will provide accessible psychology and psychiatry services for people who want or need the help. The main channel for services will be through the website and the Instagram page, as we are a bridge to the psychologists and psychiatrists attached to the foundation. We do not only intend to make services more accessible, but to change the way mental health is seen in Colombia, educate people and create greater knowledge of various diseases such as anxiety or depression and their consequences. Our main objective is to transform the way of seeing mental health and the assistance to psychologists, to end stigmas and that people who suffer from any of these diseases feel calmer when talking about them, we also have the objective of making these services more accessible for people who do not have the resources. For our future we hope to have a physical point where patients can approach to enjoy other activities that complement their mental health and begin to build a comprehensive mental health center.

Key Words: Psychology, Therapy, Stigma, Depression, Anxiety, Suicide, Psychologist, Psychiatrists, Holistic.

1. Exploración y desarrollo de ideas

1.1. Origen de la idea.

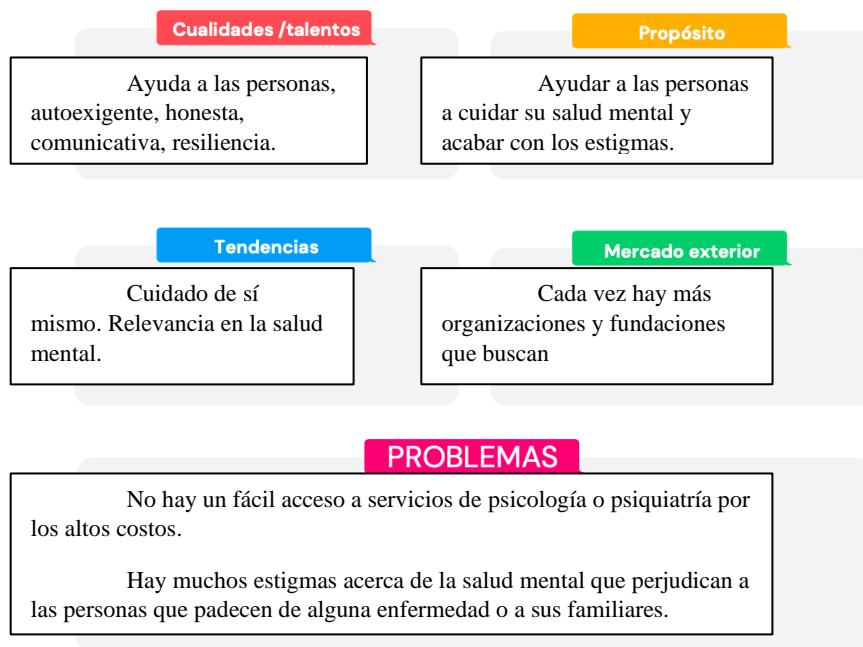
Durante varios años vi a mi mamá sufrir con una enfermedad a la que no le encontrábamos nombre. Recuerdo verla en la cama temblando, llorando o caminando de un lado a otro, desesperada en el apartamento y cuando le preguntaba que sentía, no podía explicarme. Por otra parte, mi padre llevaba esa batalla también, llevándola al médico, a toda clase de terapias sin recibir una respuesta clara. Se le fueron recetados toda clase de medicamentos que prácticamente la mantenían dormida, hasta que después de muchos años de estar en esa batalla logramos encontrar un psiquiatra finalmente le dio el diagnóstico acertado; ansiedad y agorafobia. Esta palabra parecía tan simple y confusas al mismo tiempo que no entendíamos como pudo causar tanto daño y recuerdo que todos, incluyendo mi mamá, no sabíamos cómo actuar o como proceder. Tiempo después, de muchas terapias, conversaciones y episodios fuertes logramos entender que estas enfermedades psicológicas debían recibir tanta atención como una enfermedad física y eran aún más delicada, pues hablar de esto era un mito. Años después mi mamá empezó a padecer de depresión también; estuvo internada unas semanas en una clínica psiquiátrica, estuvo medicada durante mucho tiempo, pero para este punto ya teníamos un mayor entendimiento sobre la salud mental. No nos avergonzaba hablar de la depresión, la ansiedad o de las clínicas psiquiátricas. Pero a mi mamá si se avergonzaba y le dolió y llevaba una batalla interna constante con ella y con sus enfermedades. A principios del año 2020 mi mamá perdió la batalla contra la depresión y tomo la dura decisión de terminar con su vida. Esto abrió mis ojos hacia la salud mental en Colombia, me di cuenta de que hay una tarea muy larga que hacer en la comunidad.

Para la fundación Salud Mental se utilizaron principalmente experiencias personales con enfermedades como la ansiedad y la depresión, estas experiencias llevaron a analizar las deficiencias que tiene el sistema de salud en Colombia, en especial cuando se trata de la salud mental. De igual manera se hizo una profunda investigación sobre enfermedades como la depresión y la ansiedad donde se encontró un nuevo informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre la depresión, “un mal que afecta al 4,4 por ciento de la población del planeta, ubica a Colombia por encima del promedio mundial, lo que genera preocupación entre las autoridades en este tema”. También se realizaron investigaciones sobre cómo la gente percibe la psicología o la psiquiatría. Acudimos a círculos, cercamos como familia y amigos para saber sobre sus experiencias en el psicólogo o en el psiquiatra. Por medio de redes sociales se realizaron encuestas para saber la percepción y experiencias de las personas asistiendo a un psicólogo. Cabe resaltar que la idea de la fundación también surge en medio de una coyuntura donde la salud mental de las personas a nivel mundial se está viendo afectada a raíz de la pandemia, la cantidad de muertes diariamente y a incertidumbre hacia el futuro. Por otro lado, en los últimos años la salud mental y la concientización sobre esta ha cobrado mayor fuerza, por lo que la fundación y la ayuda que va a brindar llega en un momento perfecto. (Miichell, 2020)

Soy una estudiante constante, aunque mi pregrado está enfocado en negocios internacionales, mi mayor interés es hacer un cambio en la sociedad y dejar una huella en las personas que se crucen en mi camino. Trato de conectarme con personas que tengan estos mismos intereses por ser el cambio. Diría que me siento representada con la filantropía, suelo participar constantemente en voluntariados a nivel nacional e internacional y es por esto que decidí crear la fundación de salud mental.

Ilustración 1:

Origen de las ideas



Fuente: Elaboración propia (2021)

1.2. Descripción del problema.

Durante los últimos años se ha evidenciado un aumento de casos (registrados) a nivel mundial de trastornos como ansiedad, depresión, entre otros. En Colombia la situación no ha sido diferente, pues estos casos también han aumentado exponencialmente. Según el artículo de medicina: *Salud Mental en Colombia. Un análisis crítico* (1), “el 41% de la población colombiana entre 18 y 65 ha sufrido o sufrirá alguna vez en la vida un trastorno mental”. Por otro lado, Según *La Encuesta Nacional de Salud Mental de 2015*, reporta que “10 de cada 100 adultos de 18 a 44 años y 12 de cada 100 adolescentes tiene algún problema que podría llevar a la presencia de una enfermedad mental (2). Es decir, todas las personas, sin discriminación de edades, estamos propensas a sufrir algún tipo de trastorno mental. La pregunta es: si las enfermedades mentales son

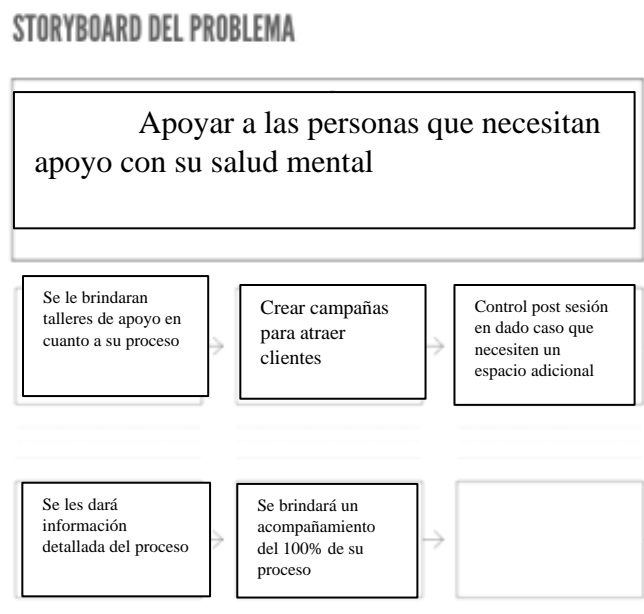
tan comunes, ¿por qué no se les ha dado la importancia que merecen? Y aún peor, ¿Por qué, hoy en día, siguen siendo un tabú en nuestra sociedad?

En Colombia se está creando conciencia sobre este tema, más que en otros países latinoamericanos, sin embargo, es necesario que haya un mayor acercamiento al sistema de salud mental en el país (pues la ley de la salud mental no se ha actualizado), para de esta manera, darle otro enfoque a esta problemática, un enfoque más realista y sin tantos prejuicios. Cabe aclarar que el sistema de salud en Colombia representa un gran parte del problema por su falla estructural, los cuales afectan el sistema de salud mental. Sin embargo y según la revista de la universidad Javeriana: “aunque en Colombia existan los suficientes servicios, psicólogos, psiquiatras y tratamientos, muchas personas deciden no tomar estos servicios por suspicacias que tienen al respecto” (Revista Gerencia y Políticas de Salud, universidad Javeriana vol. 17, núm. 35, 2018). La concepción de trastorno mental del sistema de salud es que, únicamente cuando la persona está en grave estado, debe tratarse, haciendo que los pacientes lleguen a un nivel crónico de la enfermedad, donde en muchas ocasiones es muy tarde y pueden llegar a las autolesiones o el suicidio. (Cifuentes-Avellaneda, 2022) El sistema en Colombia está centrado a enfrentar la enfermedad y la muerte, más no la prevención y la promoción. Es allí donde se encuentra el mayor problema. No hay conocimiento acerca de la salud mental, incluso para los pacientes que padecen alguna enfermedad. Es necesario educar y concientizar al respecto, tanto a los pacientes como a los familiares y amigos, pues el círculo social de una persona que padece un trastorno mental hace parte, casi indispensable, de su recuperación y de que la enfermedad sea más llevadera (de alguna manera).

Actualmente entre las principales causas del aumento de problemas de salud mental en Colombia se encuentra la pandemia, según infobae: “la pandemia por covid-19 ha generado efectos

en la ciudadanía y su salud mental, los cuales han estado asociados a las medidas de aislamiento, a la alteración de las rutinas sociales y familiares, así como a la necesidad de enfrentar duelos generados por fallecimientos de allegados.” (Infobae, 2021). Dentro de los problemas que más se ha evidenciado ha sido el aumento de depresión, la ansiedad y comportamientos suicidas. “Desde febrero de 2021 se incrementó en 35,2 % la notificación de casos de ideación suicida, amenazas e intentos de suicidio, afectando a todos los grupos etarios. Sin embargo, este fenómeno se agudiza entre la población de 18 a 28 años, con una relación de 3 casos en mujeres por cada hombre.” (Infobae, 2021)

Pero lo más preocupante es que, aunque se presentan estas cifras, las personas siguen sin tomar sesiones de terapia. De acuerdo con el DANE: “en junio del 2021 solo un 0.9% reportaron haber buscado ayuda de un profesional (psicólogo o terapeuta), las mujeres tienen más tendencia a buscar ayuda, pero no en un porcentaje muy alto, mientras que las personas de 25 a 54 años son quienes más buscan apoyo profesional” (DANE, informe sobre la salud mental en Colombia, 2021). Esto demuestra que la urgencia no es solo la cura de las enfermedades, sino, la concientización sobre la importancia de asistir a terapia psicológica o psiquiátrica

Ilustración 2:*Storyboard del problema*

Fuente: Reinventar Colombia (2021)

1.3. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos.

El usuario que usualmente se ve afectado por estos problemas son personas que, en primer lugar, tiene en su familia antecedentes de enfermedades como depresión, ansiedad, etc. Aunque cabe aclarar que no es siempre el caso. En el contexto actual, los jóvenes son los más afectados por estas enfermedades, a raíz de la pandemia empezaron a desarrollar síntomas como ansiedad y posteriormente depresión, de igual manera, las redes sociales han jugado un papel importante en el desarrollo de estas enfermedades, pues el aumento del tiempo en estas redes se ha relacionado con una sensación de aislamiento al mundo real. Además, muchas publicaciones refuerzan el narcisismo, el consumismo y la constante comparación con un supuesto de vida ideal.

Como fundación, nuestro principal objetivo es entender a las personas que tienen ansiedad o depresión en algún grado y darles un servicio en que se sientan cómodos, pero que además sea de fácil acceso. De igual manera, para que estas personas lleven un proceso en paz con su enfermedad, se debe entender que los familiares y amigos hacen parte de su proceso y es necesario que ellos entiendan todo acerca de dicha enfermedad, quitando cualquier tabú o estigma que exista alrededor de esta. Por otro lado, es necesario entender como la gente ve el proceso de asistir a un psicólogo o psiquiatra, como se ha sentido, que le ha gustado o que no le ha gustado y como lo ha tomado su círculo cercano. (Rojas Bernal, Castaño Pérez, & Restrepo Bernal, 2021)

Las principales hipótesis son: El que va al psicólogo está muy enfermo, si alguien va al psiquiatra es porque está loco, la depresión es estar triste, la ansiedad da en cualquier momento a cualquier persona, solo vas al psicólogo si estás muy mal, si le cuento a mi familia van a pensar que estoy loco.

Se realizó entrevistas a 6 personas que habían asistido en algún momento al psicólogo y se les realizaron las siguientes preguntas: ¿Qué percepción tenía sobre asistir al psicólogo antes de hacerlo? ¿Cómo se sintió cuando asistió a psicólogo? ¿Qué vio? ¿Le contó a algún familiar o amigo? ¿Qué escucha en su entorno sobre las enfermedades mentales? ¿Ha aprendido algo en el psicólogo? ¿Siente que asistir psicólogo ha mejorado su calidad de vida?

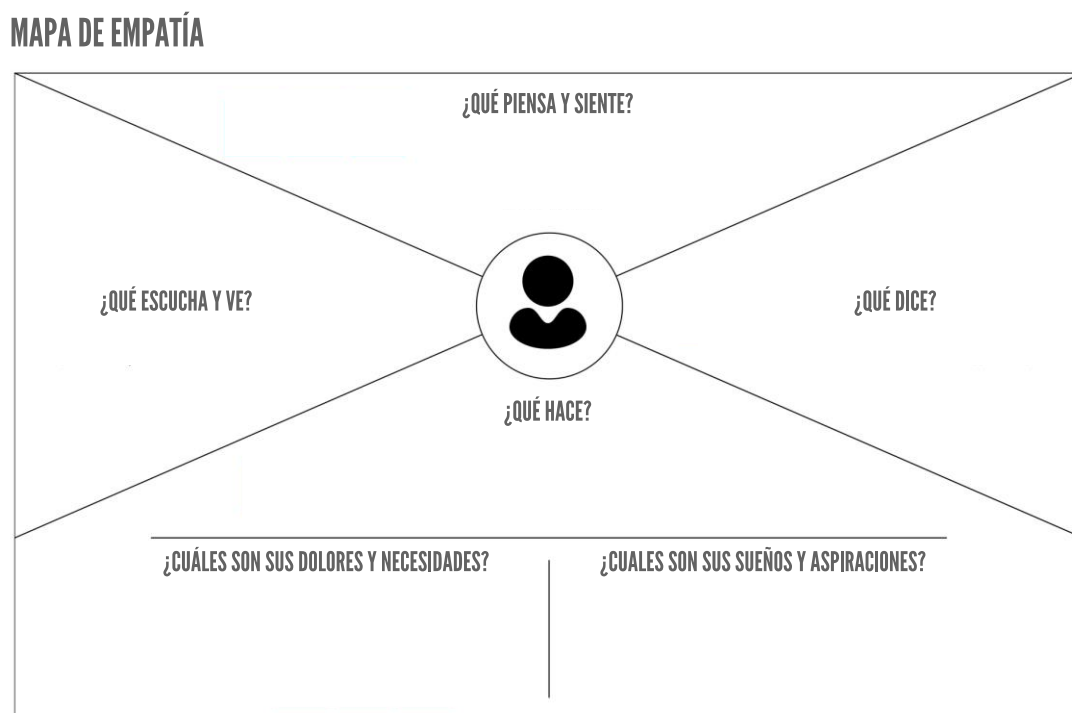
El problema es bastante frecuente, aún más en medio de la coyuntura que estamos viviendo, pues los niveles de depresión y ansiedad han ido aumentando, muchos usuarios han encontrado profesionales en internet y han podido tomar sus terapias por este medio, aunque sigue siendo costoso para ellos.

1.4. Mapa de empatía.

El usuario desea un servicio integral, un servicio de fácil acceso y económicamente más cómodo para ellos, pues desea asistir con regularidad y seguir su proceso. En segundo lugar, desea que su círculo social lo apoye y no lo juzgue, pues debido a esto opta por no seguir asistiendo, además, en caso de tener alguna enfermedad siente que debe llevar está en silencio y no cuenta con el apoyo necesario. También, desea que el proceso de asistencia sea en un lugar y en un ambiente agradable y cálido.

Ilustración 3:

Mapa de empatía



Fuente: Elaboración propia (2021)

Para la fundación se definió un perfil de usuario. En primer lugar, son jóvenes que se sienten confundidos con respecto a su salud mental y bienestar en general, saben que algo no está bien en ellos, pero no se atreven a acudir a un psicólogo o no tienen los recursos necesarios. Estos usuarios suelen expresar una queja constante sobre cómo están viviendo su vida, no suelen sentirse completos con su trabajo, estudio o en general su estilo de vida y están en busca de ayuda constante. Tratan de cuidarse con su alimentación, vida física, vida social y tratan de tener el estilo de vida perfecto que creen que es el correcto o lo que ven en las redes sociales. Sus mayores sueños o aspiraciones son conseguir la vida perfecta, un trabajo que les permita tener espacio para otras actividades, viajar, hacer ejercicio, etc. Todo esto porque constantemente están viendo y escuchando en redes sociales que este es el ideal para por ser felices y exitosos.

1.5. Insights – hallazgos.

Por experiencias personales, se identificó que acceder a estos servicios era muy difícil, pues, aunque hay muchos profesionales en el campo, no hay mucha información de fácil acceso, también, económicamente hablando era un poco costoso asistir a las terapias semanal y eventualmente se olvidaban, pero siempre seguían buscando un profesional con mejores precios. En cuanto al lugar físicamente, a los psicólogos donde se asistía no era un lugar cálido, sino, por el contrario, frío y simple y esto afectaba en toda la experiencia. El resultado de todo esto eran personas que sentían la necesidad de asistir a terapia, pero no podían o no se sentían motivados y dejaban de asistir, haciendo que sus problemas se agravaran.

1.5.1 Resultado esperado: El principal hallazgo es que los usuarios están en constante búsqueda de un mejor servicio, es decir, la oportunidad para nosotros como fundación es muy alta. Por otro lado, cada vez hay más personas interesadas en asistir al psicólogo simplemente para revisar o hacer un chequeo en su salud mental. Gracias a las redes sociales el tabú sobre la salud mental está disminuyendo, por lo que, nuestra primera y principal plataforma de contacto serán las redes.

Lo que más llamó la atención fue la disposición por parte de los usuarios para empezar a tomar terapias, esto demuestra qué realmente hay un problema y una necesidad, pero necesita ser habla en voz alta. Por otro lado, mostrando ya haber asistido a terapia psiquiatría o psicológica pero no están satisfechos con el proceso por la falta de seguimiento por parte de los profesionales, es decir, es el paciente el que elige cuando decide volver, pero el profesional no se interesa genuinamente por el proceso de su paciente. De igual manera, fue sorprendente la importancia de la fachada y la decoración donde tomaban sus terapias, pues solían describir lugares fríos y como esto producía una sensación de incomodidad; esto resalta la importancia de que la terapia no es solo el proceso donde el paciente se desahoga o recibe consejos, sino es todo el proceso desde que el usuario llega al lugar y como lo percibe, dependiendo de su comodidad, el usuario querrá volver o por el contrario no volverá a sus sesiones. Hay un par de usuarios que se encontraron satisfechos con los resultados en las pocas sesiones que tomaros y decidieron seguir, sin embargo, en un punto pararon por razones económicas. Lo que más llamó la atención que, alguno dejó de asistir o nunca lo han hecho por miedo a ser juzgados

por sus propias familias, pues el hecho de ir a terapias es signo de alarma para los padres.

1.6. Ciclo de experiencia del usuario.

Inicialmente, el usuario empezara a sentirse inquieto sobre su bienestar mental, después de darse cuenta de que no se siente del todo bien o que es hora de empezar a cuidar de su salud. A raíz de esto, empezara a investigar en internet, buscando opciones de terapia o formas de mejorar su salud mental, es en este momento donde en la búsqueda aparece la fundación como una forma de cuidar su bienestar mental y mejorar su estilo de vida en genera de una forma alternativa a las comunes, con un mayor seguimiento y entendimiento para el mismo usuario. La persona podrá comunicarse con la fundación por medio de la página web, la atención por WhatsApp, una pequeña atención por video llamada o finalmente por medio de sus redes sociales. Siempre tendrá la opción de tomar su primera sesión de manera virtual o presencial, adaptándose a su comodidad y sus necesidades. El usuario se encontrará con la página de Instagram y de allí tendrá acceso a la página web, donde se encontrará con los servicios que ofrecemos, sin embargo, puede que sienta más confianza al hablar directamente con nosotros para que sepamos cuáles son sus necesidades y que tipo de profesional está buscando. Una vez se contacte con nosotros, nos encargaremos de brindarle una experiencia totalmente personal donde lo contactaremos con el profesional que mejor se adapte a lo que está buscando y pueda empezar sus terapias. Continuamente le haremos seguimiento, tratando de que no abandone y continúe el proceso. Trataremos de contactarnos con su círculo, con su consentimiento, en caso de que el cliente presente una enfermedad como la depresión y esté muy avanzado, pues sabemos que necesitamos el apoyo de la familia y amigos en su proceso.

1.7. Mapa de competidores.

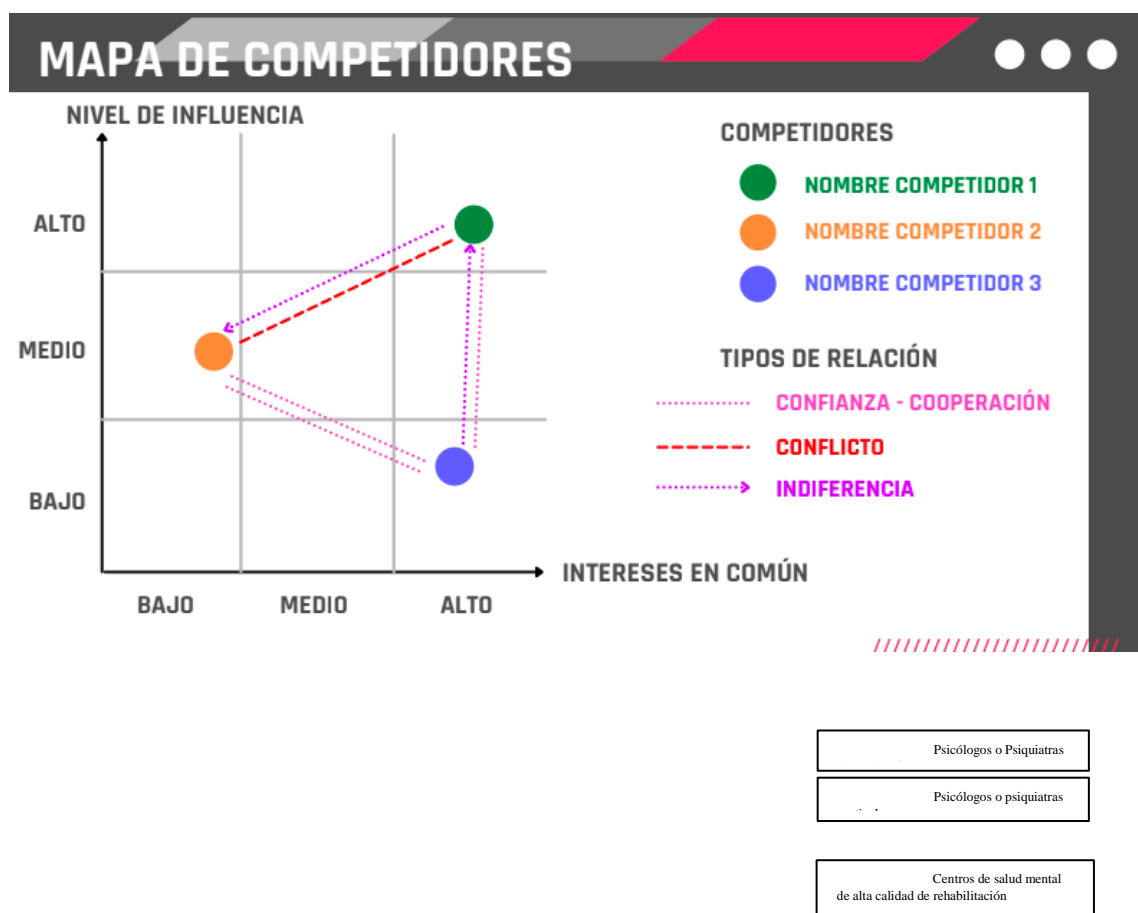
En este momento los líderes del mercado son los psicólogos particulares y los psicólogos adscritos a algunas EPS y finalmente están las clínicas o centros de salud mental; sin embargo, estas suelen ser el último recurso para cualquier persona. Actualmente, la asociación más conocida en la salud mental es la Asociación colombiana de salud mental, creada en el 2004. Podemos encontrar la Asociación colombiana de psiquiatría, fundada en 1961, y la asociación contra la depresión y el pánico, fundada en 1997. La principal variable por la que compiten con la fundación es el precio, pues la gran mayoría maneja tarifas altas. También compiten por la variedad, muchas personas dejan de asistir a estos profesionales porque le dan el mismo manejo y esto no representa una ayuda para los pacientes. En cuanto a los competidores indirectos podemos encontrar centros de medicina natural, holística, de meditación, yoga o incluso gimnasios, pues sabemos que para tener una buena salud mental es necesario mantener el cuerpo en movimiento y hoy en día la gente es cada vez más consciente de los beneficios que brinda, por ejemplo, la meditación o el yoga en la salud mental, por lo que eventualmente estas actividades terminan reemplazando una terapia psicológica. La principal propuesta de valor de los competidores es el resultado, es decir, afirman que por medio de sus servicios la gente mejorara su calidad de vida y sus síntomas, sin embargo, no hay una propuesta de valor definida claramente y esto a su vez es una de sus debilidades. Para el caso de los psicólogos y psiquiatras particulares, la mayor propuesta de valor es la rapidez en la atención, pero su debilidad son los precios, pues se sabe que manejan precios muy altos que hacen que muchos pacientes no puedan dar seguimiento a sus terapias. Para las EPS la propuesta de valor claramente es que no hay un valor extra para pagar, pero el tiempo que se toma en conseguir una cita por este medio puede ser de meses de espera lo que lo hace ineficiente, otra debilidad de

estos servicios es la calidad, pues no suele ser la mejor. En cuando a los centros de rehabilitación, su propuesta de valor esta basada en e control directo que tiene a los pacientes y su principal debilidad se encuentra en la calidad de los servicios, así como la infraestructura en si de estos centros que es un poco frívola y a veces perturbadora para los pacientes.

Ilustración 4:

Mapa de competidores

I



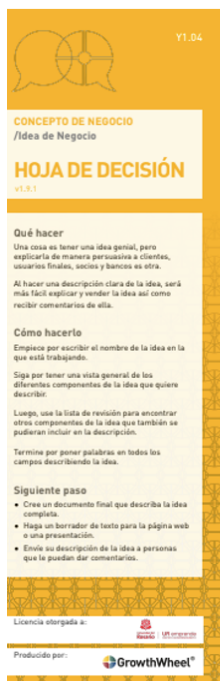
Fuente: Elaboración propia (2021)

1.8. Descripción de la idea.

Crear una fundación para dar apoyo a la salud mental en Colombia, transformar la forma en que la sociedad colombiana ve la salud mental, derribar tabús y estigmas, pues esto a su vez ayudara a todas las personas que sufren alguna enfermedad a poder llevarla en una manera más tranquila, donde puedan hablar tranquila y abiertamente sobre su enfermedad sin sentirse juzgados. Queremos cambiar la manera en que se abarcan estos problemas, dar mayor accesibilidad a la comunidad para que acceder a un psicólogo o psiquiatra no sea un lujo. A largo plazo, esperamos que la fundación cuente con muchos psiquiatras y psicólogos adscritos, los mejores del país y que cualquier persona de cualquier lugar del país pueda tener acceso a algún profesional, presencial o virtualmente.

Ilustración 5:

Descripción de la idea



Y1.04

CONCEPTO DE NEGOCIO
/Idea de Negocio

HOJA DE DECISIÓN
v1.0.1

Qué hacer
Una cosa es tener una idea genial, pero explicarla de manera persuasiva a clientes, usuarios finales, socios y bancos es otra. Al hacer una descripción clara de la idea, será más fácil explicar y vender la idea así como recibir comentarios de ella.

Cómo hacerlo
Empiece por escribir el nombre de la idea en la que está trabajando.
Siga por tener una vista general de los diferentes componentes de la idea que quiere describir.
Luego, use la lista de revisión para encontrar otros componentes de la idea que también se pudieran incluir en la descripción.
Termine por poner palabras en todos los campos describiendo la idea.

Siguiente paso

- Cree un documento final que describa la idea completa.
- Haga un borrador de texto para la página web o una presentación.
- Envíe su descripción de la idea a personas que le puedan dar comentarios.

Licencia otorgada a:

Producción por:

Descripción de la Idea
Decida por componentes clave de la idea y descríbelos lo mejor posible

✓ LISTA DE REVISIÓN: COMPONENTES ADICIONALES

- Ambiciones personales
- Derechos a su idea
- Necesidades de competencias
- Perfiles de competidores
- Potencial del mercado
- Distribución y logística
- Empaquetado
- Envasado (agrupación de)
- Ambiciones personales

NOMBRE DE LA IDEA:	Fundación Salud Mental		
COMPONENTES DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN	COMPONENTES DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN
Resumen de la idea	Crear una fundación con precios accesibles para terapia psicológica y psiquiátrica, también ayudara a concientizar.	Descripción del producto (funcionamiento, diseño, tecnología)	Organización que conecta a los clientes con profesionales de la salud especializados en la salud mental y les brinda una experiencia integral, de bajo costo y más completa.
Cuenta de la idea (cómo surgió)	La idea surge por experiencias propias con enfermedades como la ansiedad y la depresión y las falencias que hay en el sistema de salud en Colombia en la salud mental.	Fuentes de ingresos (nivel de precio, plan de precios, descuentos)	Los precios están entre 50k y 120k
Necesidades que va a satisfacer la idea (problemas, nuevas oportunidades, ahorros, etc.)	Altos costos de las terapias, falta de concentración sobre la salud mental, falta de seguimiento a los pacientes, círculo social del paciente tiende a juzgar la enfermedad por falta de información.	Costes e inversiones (establecimiento, operaciones)	Los principales costos son el dominio para la página web y las inversiones que vamos a hacer en community management y marketing digital.
Grupos de clientes y mercados	• Personas entre 15 y 50 años de cualquier sexo que sientan la necesidad de evaluar su salud mental o que ya padezcan de alguna de estas enfermedades.	Disponibilidad de la producción (obstáculos)	El principal obstáculo es conseguir profesionales que cuenten con las características que buscamos y que estén dispuestos a trabajar de la mano con la fundación
Competidores y sustitutos (actuales y futuros)	• Psicólogos o psiquiatras de eps, profesionales particulares, centros de salud holísticos.		
Oportunidades de patente (valor de novedad)			

Fecha: _____ Nombre: _____ Empresa: _____

Fuente: Elaboración propia (2022)

2. Propuesta de valor

2.1. Segmento del cliente.

El segmento está compuesto por todas las personas que toman los servicios de terapias de psicología o psiquiatría, pues estos usuarios pagaran por las terapias, pero en tarifas más accesibles con respecto al mercado.

Los clientes principales tendrán entre 25 y 35 años principalmente, en su mayoría mujeres, aunque los servicios están también para hombres. Inicialmente, se prestarán los servicios en la ciudad de Bogotá. En cuanto al nivel de ingresos, se pretende que las personas puedan asistir a terapias, aunque tengan un nivel de ingresos bajo, pues la idea es que ir a terapia de psicología o psiquiatría no sea un lujo.

De igual manera, los psicólogos adscritos también son considerados usuarios, pues reciben un beneficio al nosotros llevarle mayor cantidad de pacientes que la usual.

Los clientes y usuarios son, es su mayoría, personas entre 25 y 35 años, mujeres y hombres, ubicados en Bogotá, Colombia, inicialmente. Gran parte son trabajadores, estudiantes que están en constante búsqueda de su bienestar, quieren sentirse bien, buscan un buen estado de salud, física y mental, esto se decidió también teniendo en cuenta que “La Encuesta Nacional de Salud Mental de 2015 reportó ansiedad (53%) y depresión (80%) (1). Adicionalmente, la falta de oportunidades de realización personal, el insuficiente acceso a la educación superior y el panorama social y político del país” (Profamilia, informe 3: Ansiedad, depresión y miedo: impulsores de la mala

salud mental durante el distanciamiento físico en Colombia, 2020). Por otra parte, hay clientes que tienen identificada una enfermedad (ansiedad o depresión inicialmente) y están buscando ayuda eficiente, accesible y en la que puedan llevar un proceso constante. Los clientes y usuarios toman la decisión de tomar nuestros servicios porque identifican en ellos alguna inquietud con respecto a su salud mental, se pondrán en contacto con nosotros por medio de nuestras redes sociales o nuestra página web. La idea es darles un canal de atención lo más personal posible.

2.2. Clientes ideales.

Los principales clientes son personas que padecen (o pueden padecer) de enfermedades como la ansiedad o depresión, así como sus familiares o amigos. Inicialmente, la fundación tendrá como principales canales de atención su página web y sus redes sociales, concentrando su nicho en las ciudades principales de Colombia, pues es donde se presenta la mayor cantidad de casos o suicidios. Del mismo modo, es posible que los clientes se sitúen principalmente entre la edad de 18 y 25 y en su mayoría podrían ser. Hay que aclarar que estos servicios se prestarán para cualquier otra persona que considere necesita ayuda o que quiera hablar de algún tema en específico. Es preciso señalar que no hay discriminación de estrato o ingresos, pues la empresa está al servicio de todas las personas.

2.3. Alternativas de solución y criterios de selección.

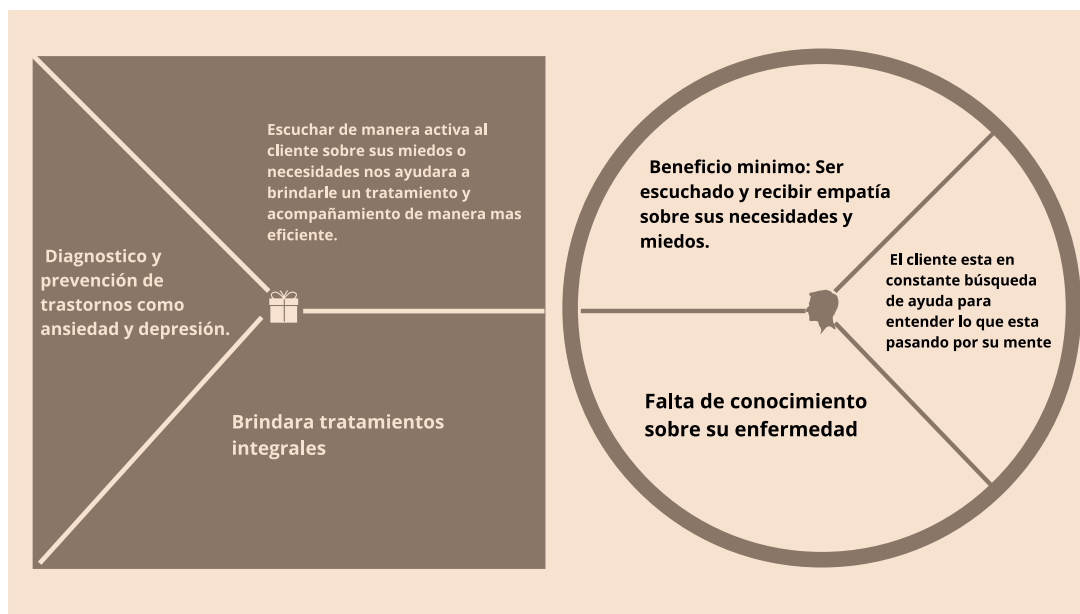
Inicialmente, antes tener la idea de crear la fundación, se planeó la idea de hacerlo por medio de redes sociales como un programa de concientización, sin embargo, el impacto no era tan grande y no se lograba solucionar el problema de los altos precios en las consultas, por otro lado, ya hay muchas empresas dedicadas a eso. La primera manera por la cual queremos solucionar la necesidad o el problema será lanzando la fundación por medio de las redes sociales, pues son el medio que la gente más utiliza hoy en día, por lo que sabemos que el alcance será alto, en las redes iniciaremos las campañas de concientización y de los servicios o psicólogos con los que contamos hasta el momento. Nuestra segunda manera es por medio de la página web, donde se podrá acceder al portafolio de servicios y Blogs donde se hable de la salud mental. La última manera para llegar a la fundación será por el contacto directo, con familiares o amigos que nos refieran.

2.4. Características de producto o servicio.

Las principales características del servicio es que será un servicio integral, pues no solo se enfocará en las terapias para los pacientes sino en general, como lograr mejorar su bienestar, pues la salud mental está relacionada también con la salud física. En la fundación se hará un acompañamiento al cliente parte del profesional y para lograr una relación donde el cliente confíe en el profesional. De igual manera, el cliente podrá conocer a profundidad su enfermedad (si padece alguna) y tener una mejor relación con esta, al igual que los familiares y amigos, este entendimiento hará que el proceso para el paciente sea más llevadero, no se sentirá juzgado y sentirá mayor apoyo para continuar en su proceso. Como los servicios contaran con precios más razonables, esto ayudara a los clientes económicamente, para que puedan continuar yendo a sus terapias las veces que lo necesiten.

Ilustración 6:

Lienzo propuesta de valor



Fuente: Start Factory

2.5. Diferencial y ventaja competitiva.

El principal diferencial de la fundación Salud Mental es el acompañamiento que se dará a los pacientes, pues se ha evidenciado que una de las fallas por parte de algunos profesionales es la falta de conexión entre el paciente y su psicólogo o psiquiatra, esto también lleva al paciente a abandonar el proceso. Por eso, la fundación está comprometida con sus clientes y siempre se les hará un seguimiento, la idea es que el paciente cree una conexión con el profesional por medio de seguimientos constantes por parte del profesional a sus pacientes, tratando de que los pacientes sean constantes en sus sesiones. Por otro lado, se implementarán espacios cómodos y cálidos que

no parezcan un consultorio normal sino, un espacio donde el paciente se sienta cómodo y cercano al profesional. Lo que se pretende es que al paciente le guste el espacio y se sienta en confianza de acudir a él en cualquier momento o viceversa. Finalmente, la fundación no estará únicamente para personas que padezcan de alguna enfermedad sino, para cualquier persona que quiera hacerle algún tipo de seguimiento a su salud mental, este es nuestro principal objetivo para las campañas de concientización, hacer entender que ir a terapia de psicología es tan necesario como hacerse un chequeo médico general.

2.6. Relevancia en el contexto.

El principal impacto de la fundación es para los clientes que usen los servicios, pues su experiencia con las terapias cambiara drásticamente, podrán asistir tan seguido como lo requieran a un precio razonable, el círculo cercano del paciente también cambiara la forma de ver la salud mental, lo cual favorecerá y ayudara al cliente. De manera general, tendrá su impacto a cualquier persona que, entre el contacto con nuestras redes sociales, pues enseñaremos y crearemos conciencia en estos medios. Se pretende dar solución a una problemática social que va en aumento, como son ansiedad y a depresión en las personas actualmente. El objetivo es que la fundación sea muy efectiva y poder expandir sus servicios a otros lugares del país e incluso a zonas rurales donde estos servicios son escasos pero muy necesarios y hacer que la salud mental deje de ser un lujo y sea un derecho para todo.

2.7. Definición de propuesta de valor.

La Fundación de salud mental es una organización que brinda servicios integrales con precios accesibles, de psicología o psiquiatría, y acompañamiento continuo a sus clientes en sus procesos de terapia, así como un acompañamiento y capacitación a todo su círculo social para que puedan dar apoyo a su familiar o amigos. Por medio de la fundación, cuidar tu salud mental ya no será un lujo y mucho menos un tabú. Con nosotros, te sentirás cómodo hablando de los temas que tu du deseas, de esos que casi nunca has logrado hablar. Conocerás más sobre las enfermedades, sus síntomas y tendrás las herramientas para los momentos de crisis, los tuyos y lo de algún familiar o amigo. En la fundación Salud Mental entendemos que tener cuidar de nuestro bienestar es cuidar nuestra salud mental también.

3. Prototipo

3.1. Descripción de prototipo.

El prototipo se basó en un taller de concientización sobre la salud mental, reunimos a varias personas que podrían estar interesadas en el tema de salud mental y se realizó un pequeño taller con una terapeuta donde se habló de diversas problemáticas en torno a la salud mental. El taller fue participativo, pues las personas tenían varias dudas por aclarar respecto al tema central. Este fue el prototipo para la parte de concientización que haría la fundación. Gracias a este taller pudimos ver varios errores dentro de estos talleres y cómo podemos mejorarlos para que sean más efectivos y atractivos para los usuarios. A estos, también se extendió la invitación a los familiares de los clientes que estuvieran interesados en el tema, teniendo en cuenta que una de nuestras

propuestas de valor es que el círculo cercano del usuario haga parte de su proceso en terapia y lo ayude. Se quiso probar la comodidad de los usuarios en medio del taller y como interactuaban.

3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios.

El primer servicio que se ofrecerá es conectar a los usuarios con un profesional que esté fácil a su alcance o se acomode a sus necesidades, es decir, el cliente puede preferir tener sus sesiones presenciales o, por el contrario, le quedara más cómodo de manera virtual. En segundo lugar, la fundación ofrecerá un acompañamiento constante al cliente en su proceso terapéutico. El tercer servicio consiste en los talleres o espacios de enseñanza sobre la salud mental, eso se hará para el círculo cercano del cliente, así como también será un servicio para las instituciones como colegios, empresas o universidades. Finalmente, tendremos convenios con otros centros de bienestar para complementar los procesos que cada cliente lleva, estos centros de bienestar ofrecen servicios como yoga, ejercicio, meditación y medicina holística que sabemos que van de la mano con la salud mental.

Para el futuro y para mejorar la eficiencia de la fundación, planeamos aliarnos con una empresa que está en proceso de construcción de un software que se encargará de redireccionar a las personas que hagan cualquier búsqueda en Google (u otros buscadores) sobre la salud mental, la depresión, ansiedad o el suicidio. Cuando la persona haga este tipo de búsqueda, el software se encargará de redireccionar al usuario a nuestra página web, nuestros números de teléfono, etc. Esto nos permitirá ayudar y llegar a más personas.

3.3. Nivel de desarrollo y funcionalidad.

El nivel de desarrollo del prototipo fue conceptual y de baja funcionalidad, pues, aunque se logró la asistencia de algunas personas, no es el esperado, también se evidenció la necesidad de cambiar el concepto de taller por algo mucho más atractivo para las personas para aumentar el interés y la cantidad de asistentes. Sin embargo, los temas hablados en la prueba de prototipo fueron de mucho interés y los asistentes pudieron entender algunos conceptos con mayor profundidad y se cumplió con el principal objetivo, que es concientizar y enseñar más sobre la salud mental. Los principales temas de los que se hablaron fue ansiedad y depresión que son las enfermedades más comunes hoy en día, también se logró hablar un poco del suicidio, pero sigue siendo un tabú. Los usuarios fueron jóvenes entre 20 y 25 años que ya habían asistido al psicólogo o al psiquiatra por alguna razón. Estos talleres fueron del agrado de las personas, pero no fue muy interactivo y en algún punto se tornó repetitivo.

3.4. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo.

La principal actividad clave para lograr el prototipo de redes sociales, es crear los posts que vamos a publicar. Debe ser contenido de calidad e informativo, que venga de fuentes confiables. También deben ser interactivos, para que los seguidores tengan mayor interacción y mayor alcance. El diseño de estas publicaciones debe ser atractivo visualmente para que la página en Instagram sea lo suficientemente atractiva para las personas que la visiten. Una vez se logre

llegar a 50 seguidores, se podrá empezar a publicar información para dar a conocer la fundación, sin ofrecer los servicios aún.

De alguna manera nuestros proveedores son los profesionales que trabajaran en la fundación, pues son ellos los que prestaran el servicio final y sin esos servicios no sería posible la fundación. También contamos con la agencia de marketing digital como proveedor, pues es la que nos va a ayudar a que las campañas de concientización sean afectivas y de alto alcance, también es gracias a ellos que lograremos llegar a un público alto en nuestras redes sociales, finalmente, otros centros de bienestar con los que trabajaremos de la mano que serán complementarios de nuestros servicios.

La parte más fácil para el prototipo es la creación de las redes sociales y empezar campañas por estos medios, pues en primera instancia, nosotros mismos podemos empezar a manejarlas y no generar algún tipo de costo y así empezar a llegar a algunas personas.

3.5. Resultados obtenidos en pruebas del prototipo.

El tiempo de duración por usuario es de aproximadamente 1 h o 1 h y 30 min máximo, pues la idea es que los usuarios estén totalmente concentrados y sabemos que si aumentamos el tiempo de los talleres probablemente se perderá el interés en la actividad. Cabe aclarar que este es el tiempo estimado para los talleres, sin embargo, para las consultas que tengan con el profesional el tiempo será de aproximadamente 2 horas por paciente, no pretendemos limitar mucho el tiempo entendiendo que este puede variar según la situación de cada paciente. En cuanto a la prueba de prototipo, estimamos 1 hora para lograr recopilar la información. Se evidenció la importancia que

es que los servicios se presten de forma física. Esto no significa que de forma virtual no sean efectivo, pero, se lograrían mejores resultados y mejoraría la experiencia si lograra ser de forma física. A las personas les gusto que se tocaran temas que normalmente, en el día a día, sienten que no es posible hablar como la depresión, como afecta a la familia o el circulo de la persona que lo padece, sobre la ansiedad, el suicidio y los estigmas alrededor de esto. Se sintieron cómodos, expresando sus dudas o simplemente hablando abiertamente. En cuanto a hallazgos negativos, algunas personas expresaron que los talleres pueden llegar a ser un poco monótonos y se tornarían en algo como un conversatorio, por lo que es necesario hacer de estos algo más interactivo. El perfil de los usuarios es exigente, también hay que tener en cuenta que son personas constantemente expuestas a expectativas de vida idealistas que muestran las rede sociales, lo que dificulta una satisfacción con los servicios. Es decir, se deben presentar servicios muy completos para poder mantener a los usuarios satisfechos, la ventaja es que están siempre abiertos a escuchar opiniones y consejos y cambiar conceptos existentes por otros.

3.6. Proyección de cómo iterar.

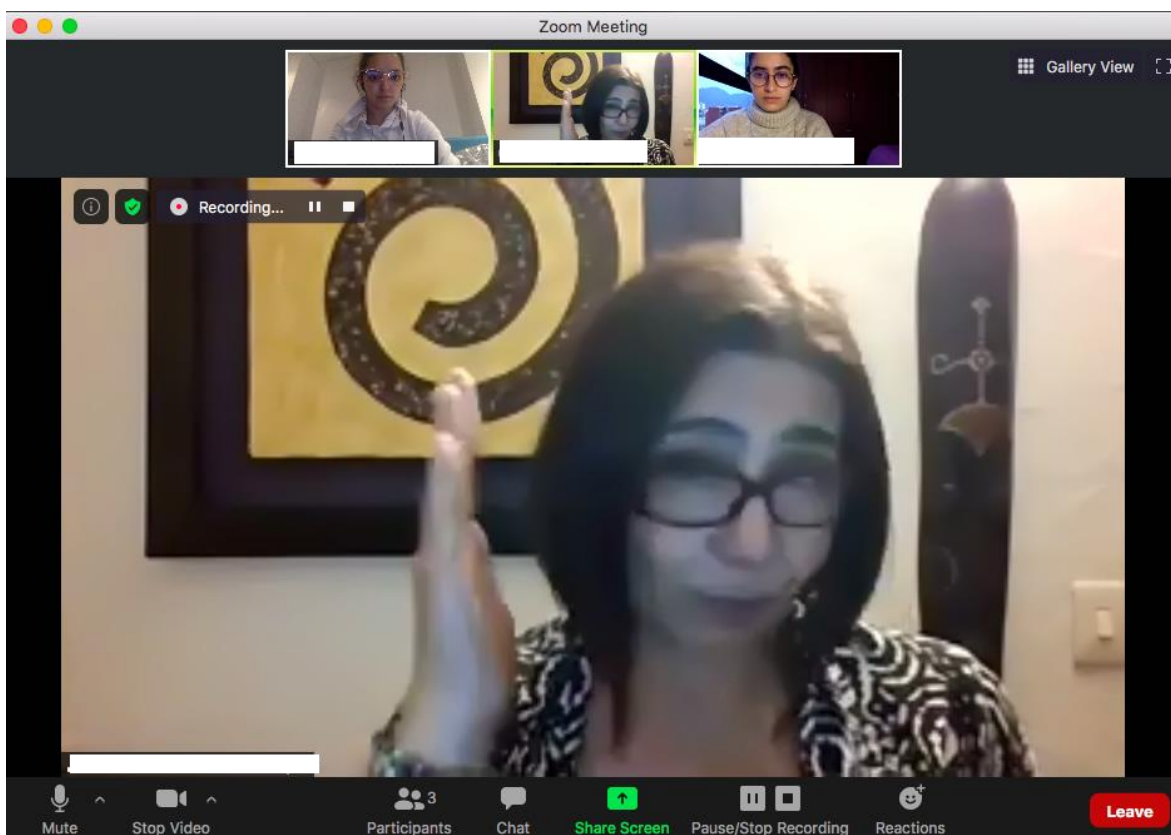
Como se mencionó anteriormente, para el prototipo no funciono el nombre que se le dio, por lo que debe ser algo más llamativo para los usuarios y más interactivo, pues después de cierto tiempo, los usuarios pierden el interés en el taller. De igual manera, se identificó que debe haber variedad en los temas, no abarcar todos los temas sobre la salud mental, sino, uno en específico. En cuanto a las terapias y al seguimiento, aún no se realiza un prototipo, sin embargo, el siguiente prototipo que se pondrá a prueba será la página de Instagram por la cual se harán las campañas de concientización, conversatorios, live y toda una campaña de marketing digital, de esta manera

podremos interactuar como una mayor cantidad de usuarios y tendremos mayor alcance, este será nuestro segundo prototipo.

El siguiente paso es crear el prototipo para las sesiones de terapia en un lugar cómodo como se ha mencionado anteriormente. Lo que se busca es encontrar una ubicación cómoda para las personas y ofrecer las primeras sesiones con profesionales que ya han mostrado su interés en hacer parte de la fundación, de igual manera estos profesionales han estado de acuerdo en utilizar sus consultorios y adaptarlo al concepto que la fundación busca.

Ilustración 7:

Entrevista virtual



Fuente: Elaboración propia

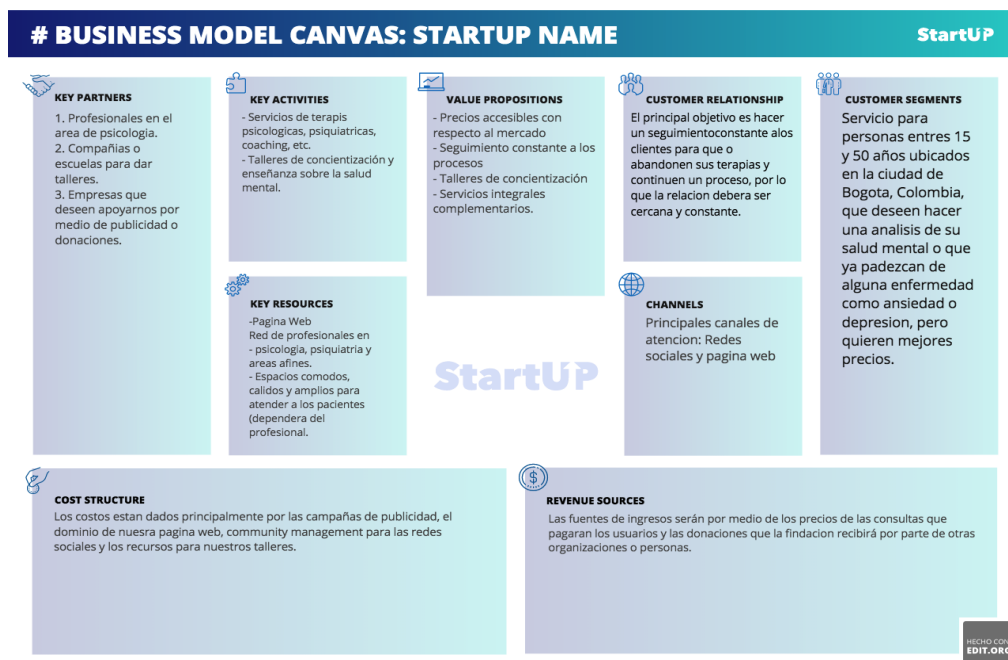
4. Modelo de negocio

4.1. Modelo de negocio económico.

Esta herramienta permite identificar el modelo de negocio sostenible de cada emprendimiento, teniendo en cuenta los aspectos económicos, ambientales y sociales. El servicio de la fundación estará enfocado para personas entre 25 y 35 años ubicados en la ciudad de Bogotá, Colombia, que deseen tener un seguimiento a su salud mental. El principal objetivo es hacer un seguimiento constante a los clientes para que sean consistentes con sus terapias. Los principales canales de atención son WhatsApp, Redes sociales y la página web. Nuestro principal valor son los precios accesibles respecto al mercado, el seguimiento por parte de los profesionales, los talleres de concientización y otros servicios integrales complementarios que ofreceremos a los pacientes.

Ilustración 8:

Business Model Canvas



Fuente: Business Model Generation

4.2. Modelo Financiero.

El precio de los servicios está dado por cada profesional, es decir, según los años de experiencia. Sin embargo, cada consulta tiene un valor fijo. Para definir el precio se hizo un aproximado contando con que la empresa contara con 3 psicólogos adscritos, en promedio, el precio de cada consulta sería aproximadamente de 70,000 pesos colombianos. La idea de poner este precio es que pueda ser accesible para todos y en caso de que la persona quiera o requiera continuar con sus terapias semanales, le sea posible. Cabe aclarar que, los profesionales no tendrán un contrato directo con la fundación, sino que prestarán sus servicios adicionales y al tiempo mantendrán sus consultas privadas. Esto les permitirá tener pacientes más fieles, que asistan más regularmente, así como aumentará también las consultas.

4.3. Presupuesto y estados financieros para el lanzamiento.

Para los estados financieros se tiene en mente que por parte de los activos se tenga un efectivo de 4'530.000 siendo el único valor dentro del activo corriente y para el activo no corriente se tienen 7'600.000 en equipo de cómputo y 11'372.000 para los muebles y enseres para un total de 18'972.000, esto nos da un total de 23'502.000 en cuanto a los activos; por el momento no se tiene ningún valor en los pasivos, mientras que en el patrimonio se encuentra el capital por el valor de 23'502.000 dando un total de pasivo y patrimonio de 23'502.000. La fundación Salud mental iniciará con un capital de 23'502.000 aportados por el socio Fredy Ramos.

Ilustración 9:*Balance inicial*

BALANCE INICIAL			
Salud Mental			
NIT.1019145696			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL EFFECTIVO	4,530,000		-
INVENTARIO	-	TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4,530,000	PASIVO NO CORRIENTE	
ACTIVO NO CORRIENTE		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	-
	-	TOTAL PASIVO	-
EQUIPO DE COMPUTO	7,600,000	PATRIMONIO	
MUEBLES Y ENSERES	11,372,000	CAPITAL	23,502,000
	-	EXCEDENTE EJERCICIO	-
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	18,972,000	TOTAL PATRIMONIO	23,502,000
TOTAL ACTIVO	23,502,000	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	23,502,000

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10:*Gastos iniciales*

SALUD MENTAL			
Gastos INICIALES			
Item	Concepto	Total	Valor
1. Gastos de Organización y Puesta en Marcha		400,000	
	Constitucion Empresa		230,000
	Licencias		600,000
2. Gastos de Publicidad y Promocion		1,700,000	
	Diseño Publicaciones (Pagina Web)		1,200,000
	Publicidad en Redes Sociales		500,000
3. Arrendamiento		500,000	
	Arriendo Oficina		1,500,000
	Adecuacion Local		500,000
		Total	4,530,000

4,530,000

Fuente: Elaboración propia

4.4. KPIs Financieros.

Para tener un mejor panorama del mercado en el ámbito de la salud mental se utilizaron los principales indicadores en las siguientes empresas: Corporación centro holístico, Clínica Campo Abierto, Fundación Centro de Psicología clínica Anita, Instituto Colombiano del Sistema Nervioso, y así obtener un mejor análisis. En primer lugar, se analizaron los indicadores de solvencia, el cual tiene un promedio ponderado de 4.9%. que se considera bajo. En cuanto al indicador de solidez, el sector arrojó un promedio de 22%, considerándose positivo en el sector. Para los indicadores de actividad se encontró un 9.73% para rotación de cartera, 24% para la rotación de inventario, 33,79% para el ciclo operativo y 10,55% para rotación de proveedores. Finalmente, para los indicadores de rentabilidad el promedio arrojó un 12% para el margen neto y un 30% para el margen bruto.

5. Referencias bibliográficas

- Cifuentes-Avellaneda, Á. (2022). *Ansiedad, depresión y miedo: impulsores de la mala salud mental*. <https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2020/05/Informe-3-Ansiedad-depresion-y-miedo-impulsores-mala-salud-mental-durante-pandemia-Estudio-Solidaridad-Profamilia.pdf>: Profamilia.
- colombiano, E. p. (2021). *Inversión en salud mental en Colombia disminuye aunque aumentan violencias*. Bogota: El paciente colombiano.
- Datos Macro*. (20 de 11 de 2021). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/salud/colombia>
- Hernandez, D. M. (2020). *La paradoja de la salud mental en Colombia: entre los derechos humanos, la primacía de lo administrativo y el estigma*. Bogota: Universidad Javeriana .
- Miichell, C. (25 de 11 de 2020). *Organización Panamericana de Salud*. Obtenido de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=14999:mental-health-spending-must-increase-in-order-to-meet-current-needs-in-the-americas&Itemid=1926&lang=es
- Rojas Bernal, L. Á., Castaño Pérez, G. A., & Restrepo Bernal, D. P. (20 de 11 de 2021). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6627691>
- Tiempo, S. -E. (30 de 05 de 2022). *Javeriana*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/mentalpuntodeapoyo/?p=281>.

Universal. (25 de 11 de 2021). *El Universal*. Obtenido de

<https://www.eluniversal.com.co/salud/los-colombianos-si-invierten-en-su-salud-mental->

AH2119020