



PROYECTO EIE

**Mario Jiménez Marset
Arturo Gutiérrez Díaz
Sergio Berrendero Toledano**

ÍNDICE

1. APARTADO 1	3
2. APARTADO 2	4
3. APARTADO 3	5
4. APARTADO 4	8
5. APARTADO 5	12
6. APARTADO 6	14

1. APARTADO 1

a) Vuestro producto o servicio, ¿responde a una necesidad existente en el mercado?

El producto responde a una necesidad muy demandada en la sociedad actual, como es poder disfrutar de una buena salud mental. Es algo que nosotros percibimos como esencial para poder tener una vida plena. Vamos a intentar cubrir esa necesidad lo mejor posible.

¿A qué necesidad responde vuestra propuesta?

A una necesidad pública asociada a la salud mental.

¿Cómo está satisfecha la demanda actualmente?

La demanda actual es demasiado elevada, ya que este tema también está en boca de todos, lo cual implica que gente como nosotros proporcione una mayor oferta

¿Cuál es vuestra originalidad?

La originalidad es que carecemos de ánimo de lucro, lo que hace que sea totalmente asequible para todas las personas. Además, ponemos en conocimiento sus problemas a otras personas con problemas similares para que, de esta forma, esas personas se sientan apoyadas y entendidas en todo momento

¿Existe alguna empresa en el mismo sector que realice una oferta similar?

Las redes sociales Twitter y Reddit cumplen esta función de forma indirecta, ya que hay personas que deciden abrir sus pensamientos a través de tuits y mensajes públicos para tratar de solucionar sus problemas. Sin embargo, nuestra app está especializada en el tratamiento de estos temas, junto con los consejos de profesionales del ámbito psicológico dentro de la misma.

b) ¿Responde vuestro producto o servicio a una nueva necesidad?

Sí, porque nunca antes ha existido una aplicación móvil que cubra esta necesidad primaria.

¿Cuál es el origen de esa necesidad?

El origen es una sociedad muy vulnerable psicológicamente.

¿Ya existe demanda?

Mucha, ya que la salud mental pública es un proceso muy lento, es decir, hay una lista de espera muy grande para recibir un tratamiento por lo que está abundantemente solicitada.

c) ¿Es una innovación de producto, de proceso o tecnológica?

Se trata de una innovación tecnológica, la cual se basa en hacer ver al usuario que sus problemas tienen solución y no son únicos.

¿En qué mejora la situación presente?

Mejora la calidad de la salud mental y, sobre todo, cómo mantenerla en buen estado.

¿En qué se diferencia de la forma en que lo hacen otros?

En que nosotros ponemos al paciente en contacto con otras personas con problemas similares de una forma virtual, y además, la persona puede ver opiniones de distintos expertos, de esta manera se puede sentir más seguro en cuanto a la veracidad de la información.

¿Vuestro producto o servicio es el resultado de algún nuevo invento o de la incorporación de nuevas tecnologías al proceso?

Es el resultado de un invento con la incorporación de nuevas tecnologías, como añadir las redes sociales a terapias grupales. Este invento no es nuevo como tal, pero el hecho de fusionar varias tecnologías hace que esto sea innovador.

2. APARTADO 2

a) Datos básicos del proyecto:

Identificación de la empresa: debe indicarse el nombre que habéis elegido para el negocio.

El nombre del negocio es **“SANTUARIO MENTAL APP”**.

Ubicación: municipio donde va a instalarse

El municipio es **MADRID**, en el barrio de **SOL**.

Fecha prevista de inicio de la actividad.

La fecha prevista de inicio de la actividad es el 1 de enero de 2023.

Forma jurídica inicial elegida (veremos las características de cada una de ellas en la Unidad 6, momento en que lo podremos decidir definitivamente).

Somos una **Sociedad de Responsabilidad Limitada**.

b) Promotores del proyecto:

Datos personales: nombres y apellidos de los promotores, NIF, edad, domicilio, teléfono, correo electrónico.

Sergio Berrendero Toledano, 52521445K, 18, C/Newcastle 18, 647523615,
sergioberrendero54@gmail.com

Mario Jiménez Marset, 12345678S, 18, C/Crispulo 67, 612829364,
jimenezmarset2003mario@gmail.com

Arturo Gutiérrez Díaz, 00000000M, 20, C/Manchester 8, 653186945,
arturogutierrez2002marzo@gmail.com

Datos profesionales: perfil de los promotores, formación académica, experiencia profesional, otros conocimientos o experiencias relacionadas con la actividad empresarial.

Sergio Berrendero Toledano -> La formación académica es el título de Bachillerato de Ciencias Sociales y el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma. Sin experiencia laboral.

Mario Jiménez Marset -> la formación académica consta del título de Bachillerato Tecnológico y el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma. Sin experiencia laboral.

Arturo Gutiérrez Díaz -> Formación académica: Bachillerato de ciencias de la salud, Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma. Experiencia laboral: ninguna.

c) Descripción del producto o servicio.

Describid de una forma amplia los productos o servicios que ofreceréis determinando en qué consisten y para qué sirven: sus características, las ventajas que aportan, los soportes tecnológicos en los que se apoyan, etc.

El producto que ofrecemos consta de una aplicación cuya finalidad consiste en ayudar a gente con problemas de salud mental, teniendo la opción de hacer ver sus problemas ante otros perfiles, ayudándose así entre ellos.

Una gran ventaja de la creación de esta app es que la sociedad va a mejorar en lo que a salud mental se refiere.

Otra ventaja es que tenemos filtros que hacen que la información dentro de la app sea verídica.

También se dispone de un amplio equipo que se encarga del soporte y desarrollo de la aplicación.

Elementos innovadores que incorporan y características que los diferencian respecto a los ya existentes en el mercado.

Esta app se distingue de las demás, debido a que cuenta con un grupo de profesionales en cuanto a lo que a la salud mental se refiere, es decir, disponemos de un amplio equipo de psicólogos los cuales están dispuestos a ayudar.

Esta última característica es la que nos diferencia de los competidores, ya que la app no se limita a ser una simple red social en la que mostrar los problemas, si no que también los solucionamos profesionalmente.

Sin embargo, esta opción de recurrir a un experto tiene una cuota de suscripción, renovable cada 3 meses.

3. APARTADO 3

a) Macroentorno:

- ¿Cómo nos afectan las tendencias políticas, sociales y económicas?

6.1 Las tendencias sociales, sobre todo, son las que más nos afectan, ya que la app se basa en la salud mental de la población.

Si esta tiene unos problemas en específico, nos va a repercutir en el enfoque de la misma, ya que nos centraremos en el tratamiento de esos problemas al ser más “novedosos”.

Las tendencias económicas afectan sobre todo a nuestros clientes, puesto que, si llega una crisis económica, nos veremos obligados a subir los precios de nuestras tarifas y repercutirá en los clientes y, muy posiblemente, hará que nuestro número de suscritos baje.

Respecto a las tendencias políticas, al pertenecer la sociedad al sector privado, no va a realizar ningún acuerdo con ninguna empresa del sector público.

- ¿Qué normativa puede afectarnos?

6.2 Vistas varias leyes relacionadas con la salud mental, no hay ninguna que afecte implícitamente a nuestra sociedad limitada: no hay una legislación concreta para nuestra app en concreto.

- ¿Qué hábitos de consumo de la población respecto al producto o servicio pretendemos introducir?

6.3 El hábito de cuidar la salud mental, ya que es un pilar clave en la sociedad y todo el mundo debería tener acceso a desahogarse y hablar sobre sus problemas sin ser juzgado.

- ¿Cómo influye la tecnología en nuestro sector?

6.4 Influye positivamente, debido a que trabajamos con los últimos avances tecnológicos en nuestro sector.

- ¿Qué medidas medioambientales afectan a nuestra actividad?

El uso excesivo de energía lumínica y la generación de CO₂, además de el uso de agua para poder refrigerar nuestros servidores y toda nuestra maquinaria

b) Microentorno:

- ¿A quién puede interesar nuestro producto o servicio?

A todas las personas que necesitan ayuda psicológica o psiquiátrica, además de todas aquellas personas que estén pasando por un mal momento, pero no tienen ningún tipo de enfermedad.

- ¿Existen productos sustitutivos?

Sí, como pueden ser las terapias convencionales o las terapias online, ya que hacen una labor similar.

- ¿Cómo los valoran nuestros futuros clientes?

Los valoran de una manera positiva, ya que apenas hay diferencias y es la manera en la que se ha hecho durante todo este tiempo. Además el cambio de psicólogos a veces puede ser bastante duro, debido a que con ese psicólogo se puede generar una confianza y facilidad a la hora de contar los problemas.

- ¿Es fácil el acceso de otras empresas a este mercado?

El acceso de otras empresas a este mercado es algo complicado, ya que nuestra empresa cuenta con expertos y profesionales cualificados que no todas las empresas pueden tener, por lo que no es fácil para ellas acceder a nuestro mercado. Nuestra empresa, al tener estas condiciones en la app, no es fácil hacernos la competencia.

- ¿Quién influye en la decisión de compra?

7.1 Más allá de la idea de nuestro cliente de adquirir nuestro servicio, influye nuestra garantía de tener expertos que van a estar atentos al 100% de que el cliente resuelva sus problemas, o pueda vivir con ellos de la manera más amena posible, como por ejemplo enfermedades que no tienen cura como el TOC.

- ¿Quién nos suministra la materia prima?

7.2 Para la luz y el gas tenemos contratado Iberdrola en nuestras sedes tecnológicas. También, para nuestros generadores utilizamos materias primas como el petróleo y el agua. Demás herramientas están principalmente hechas de metal. Todo esto nos lo suministra Repsol, el Canal de Isabel II...

- ¿Conocemos bien a nuestros competidores?

Conocemos más o menos bien a nuestros competidores, siendo el más representativo TherapyChat, la cual tiene un funcionamiento similar a nuestra app, ya que en ella se puede encontrar a un psicólogo online y realizar video sesiones de terapia.

En lo que a precio se refiere, ellos doblan nuestros precios en el mismo tiempo de sesión, por lo que los clientes pueden ver esto como elección entre una app u otra.

- ¿Cómo podemos innovar?

Una idea de innovación puede ser una escapada grupal (entre psicólogos y sus pacientes) a algún sitio como una casa rural, que convivan entre ellos y hablen de sus problemas y sientan que no están solos. Además, los psicólogos les ofrecerán momentos de meditación para aprender a relajar la mente y controlar sus emociones.

Para que no haya problemas con la gente que acude, en cada excursión irán entre 3 y 5 psicólogos, quien cuenta con un máximo de 5 clientes (cada psicólogo) y estos serán de una ubicación próxima.

Por ejemplo, un psicólogo no podrá tener una persona residente en Madrid y otra en Roma, ya que esta actividad no podría realizarla, ya que es difícil establecer un punto común entre ellos.

En el caso de que un paciente no pueda acudir a dicha excursión, sabemos que la falta de terapia puede suponer un duro golpe, así que le asignará un psicólogo sustituto durante la duración de dicha excursión. Este psicólogo sustituto tendrá un informe sobre el paciente, ya que su psicólogo principal se lo habrá mandado.

- ¿Cuánto pagarán por nuestros productos?

La versión gratis de nuestra app es, como su propio nombre indica, completamente gratis. La versión premium tiene un precio de 19.99 €/mes.

También hay un apartado donde se podrán realizar donaciones para que la app siga creciendo.

- ¿Cómo los haremos llegar a quien los compre?

A través de publicidad y colaboraciones con famosos en redes sociales. Además, esta publicidad también se puede mandar a través de correo electrónico o en ventanas flotantes de páginas web medianamente conocidas.

- ¿Qué podemos hacer para que nuestro producto o servicio se conozca?

Además de la forma de darnos a conocer como hemos explicado en la pregunta anterior, debemos de conseguir una buena imagen de nuestro trabajo, además de que la gente cree críticas positivas para que no se nos olvide y se siga hablando de nosotros.

c) Responsabilidad social:

- ¿Qué responsabilidades sociales estamos dispuestos a asumir?

Respecto al sector sociocultural, ya hemos puesto precios que son bajos respecto al servicio que ofrecemos, por lo que la gente no debería de tener muchos problemas en pagarlos, además de estar comprometidos con los problemas de los clientes.

Respecto al sector ambiental, nuestra empresa está comprometida con el medioambiente y por ello una gran parte de nuestra energía utilizada es conseguida mediante energías renovables, además de tener filtros de polución para que no seamos tan contaminantes. Energías renovables como la eólica o la solar con placas solares instaladas en los techos de las sedes tecnológicas.

Respecto al sector económico, se genera empleo en el sector sanitario con psicólogos y demás profesionales, además de nuestros técnicos y especialistas en tecnología que trabajan en las sedes para lograr que la app siga en correcto funcionamiento.

- ¿Qué coste suponen para nuestra empresa?

Es un coste económico demasiado elevado, pero al ser mucha gente la que demanda nuestra app conseguimos recuperar nuestra inversión, además de tener beneficios.

La gente no sería nuestro único ingreso, ya que también nos financiamos mediante donaciones y publicidad.

- ¿Cómo podemos rentabilizar estos aspectos? ¿Puede suponer una diferenciación del producto, ser más atractivo para el cliente?

Podemos rentabilizarlos intentando consumir la menor cantidad de energía posible, además de como hemos explicado en la anterior pregunta.

Sí, ya que nuestra app presenta innovaciones por las cuales los clientes estarían dispuestos a elegirnos como mejor app de salud mental frente a nuestros competidores como TherapyChat.

4. APARTADO 4

- Realizad un informe del entorno en el que se desenvolverá vuestra empresa con las conclusiones que hayáis obtenido de las reflexiones del apartado anterior. Tendréis en cuenta, por una parte, el análisis externo, que se referirá al macroentorno y, por otra, el análisis interno, que tendrá relación con el microentorno.

- ANÁLISIS EXTERNO:

Factores económicos:

Estos factores vienen determinados por la estructura económica del país en el que se ha creado la app (en este caso España). Por ello, el déficit público es muy grande (82.819 millones de euros, lo que hace que tengamos que pagar más impuestos como empresa), la inflación de un 7,3% (la rentabilidad disminuye cada vez más), previsiblemente los tipos de interés subirán, dificultando que la app se pueda financiar ajenamente; si bajasen, sería más fácil crecer con nuevas inversiones.

Respecto al nivel de empleo, es el sector sanitario el que genera más empleo desde el 2020 (debido a la pandemia), por lo que la app demanda gente cualificada.

Los datos están actualizados a principios de noviembre de 2022.

Factores socioculturales:

Estos factores se refieren a las características de la sociedad en la que se desenvuelve la empresa. Estos factores tienen una gran repercusión en los hábitos de consumo de la sociedad.

Nuestra empresa, ha conseguido visualizar un aumento y el intento de una desestigmatización en lo que a problemas mentales se refiere, viendo una clara oportunidad de mercado. Influyendo de tal manera en la sociedad para que cojan el hábito de consumo de asistir con regularidad a terapias psicológicas.

El servicio que se ofrece en la app también fue ideado a partir de las consecuencias del confinamiento por el Covid-19. Las personas se quedaron mal mentalmente y nuestra app es un servicio que intenta paliar estas necesidades.

Factores políticos y legales:

9.1 La legislación no habla concretamente sobre lo que ofrece nuestra app, por lo que legalmente nuestra empresa no tiene control. Laboralmente sí, ya que hay contratados expertos en el ámbito sanitario y hay que hacer cumplir las leyes que los protegen.

Factores tecnológicos:

En la producción tecnológica contamos con trabajadores que, en nuestras sedes, idean innovaciones (con nuevas y mejoradas técnicas de producción), corrigen errores existentes en la app (escuchando a los clientes, que al fin y al cabo son los que disfrutan del servicio y quienes mejor pueden identificar los errores).

Se crean estudios de viabilidad tecnológica para saber si esas innovaciones son bienvenidas o no tienen futuro (por factores como su coste, por ejemplo).

Factores medioambientales:

Están relacionados con el entorno natural de la empresa. Como hemos explicado anteriormente, es cierto que nuestra empresa tiene un punto contaminante, pero estamos concienciados con el problema que supone, lo que significa que intentamos contaminar lo menos posible, utilizando energías renovables y poniendo filtros de CO2 en nuestra maquinaria contaminante.

Factores internacionales:

Hasta el momento, conflictos internacionales como el de Rusia - Ucrania no han llegado a afectarnos a nivel de empresa, ya que sólo comercializamos nuestro producto en España. Lo que sí nos puede llegar a afectar son las innovaciones tecnológicas que no se hayan ideado por nuestra parte, ya que pueden hacer mejor a nuestros competidores y quitarnos clientela.

- ANÁLISIS INTERNO:

La Competencia:

Nuestra app cuenta con la diferenciación del producto, ya que implantamos innovaciones cada poco tiempo, lo cual nos hace diferentes de nuestros competidores directos.

La capacidad productiva, entonces, es muy grande ya que la oferta supera la demanda. Sin embargo, la competencia no es muy grande ya que sólo hay una empresa más que hace un servicio similar al nuestro.

En cuanto al número de competidores, en nuestro sector solo tenemos a TherapyChat, lo que nos genera una competencia entre ambas empresas.

En nuestro caso, la estructura de costes, hace que tengamos unos precios muy competitivos en comparación con TherapyChat, ya que cobramos menos de la mitad de precio que ellos, lo que hace que podamos cubrir nuestros gastos de producción y tener una rentabilidad mínima. Esto es posible, ya que nos financiamos en gran parte por la publicidad y las donaciones de los usuarios.

La amenaza de entrada de nuevos competidores, en nuestro caso, no es muy grande, ya que, a pesar de que la salud mental está a la orden del día, no hay afluencia de empresas que pretendan invertir en una app como la nuestra. Sin embargo, para mantener la cuota de mercado, seguiremos con campañas publicitarias. Si hubiese nuevas empresas, habría una bajada de rentabilidad, pero no creemos que sea el caso.

El crecimiento del sector, como hemos explicado, está en auge, ya que es ahora cuando la sociedad se está dando cuenta de la importancia que tiene la salud mental. Esto hará que rivalicemos menos con TherapyChat, ya que sólo somos dos empresas para un montón de demanda, la cual crece más que la oferta (que somos nosotros).

En cuanto a las barreras de salida, la dificultad de la empresa para abandonar el sector no es muy elevada, debido a que no tenemos muchos competidores.

Por último, contamos con el liderazgo en costes respecto a TherapyChat y contamos con la diferenciación de producto (debido a las continuas innovaciones), lo cual hace que se aplique la segmentación en cada segmento de mercado de nuestra empresa.

Los Productos Sustitutivos:

En cuanto a los productos sustitutivos tenemos a TherapyChat, ya que prácticamente tienen un uso similar y satisfacen una misma necesidad. Las amenazas de TherapyChat influiría la capacidad de satisfacer la demanda y los costes de cambio que supondría para los clientes, ya que no tendrían ninguna restricción, más allá de la diferencia de precio entre ambos, ya que en el precio TherapyChat cuesta más del doble.

Por último la obsolescencia real que pueden ocasionar en los bienes existentes puede ser un beneficio y una amenaza a la vez, ya que, por una parte son más clientes para la empresa, pero el problema de que nuestros competidores desaparezcan hace que se nos apliquen las restricciones del monopolio, haciendo que perdamos mucho dinero.

Proveedores y Clientes:

El poder negociador entre clientes y proveedores depende de varios factores:

El grado de concentración es bastante grande debido a que el número de clientes es excesivo y, por lo tanto, el de proveedores dentro de este sector también.

No contamos con la existencia de muchos productos sustitutivos, ya que la fuerza negociadora de los proveedores frente a las empresas disminuye. Por tanto, nuestra empresa no ve disminuida su capacidad de negociación frente a sus clientes.

El cliente se fideliza con nuestra app, ya que contamos con la diferenciación de producto. Esto hace que el poder de negociación entre empresa y clientes disminuya.

Al seguir siendo importante para proveedores, nuestra empresa no ve cambiado su poder de negociación respecto a los proveedores.









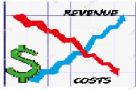


- Realizad el análisis DAFO: las amenazas y oportunidades que os ofrece el entorno, así como las fortalezas y debilidades con que contaría vuestra empresa, según lo estudiado en el apartado 7 de esta unidad.

Debilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Costes elevados. - Dificultad de encontrar personal bien cualificado. - Poca visibilidad en la sociedad. - Estigma de la sociedad sobre nuestro servicio. 	Amenazas: <ul style="list-style-type: none"> - Innovaciones propias de otras empresas. - Aparición de nuevos competidores. - Aparición de crisis económicas más grandes que las actuales.
Fortalezas: <ul style="list-style-type: none"> - Tenemos precios muy competitivos. - Trabajamos codo con codo con profesionales - Gran capacidad de trabajo y organización. 	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none"> - Demanda desatendida. - Pocas empresas dedicadas a nuestro sector.

5. APARTADO 5

Aplicad el Canvas a vuestra idea de negocio.

Para ello debéis rellenar el lienzo, concretando en cada uno de los módulos algunas de las respuestas a las preguntas propias de cada ámbito. Incluid todas aquellas que se os ocurran, aunque no aparezcan por defecto. Para rellenar el lienzo, colgadlo en un sitio que sea visible para toda la clase y rellenadlo utilizando notas adhesivas o pósitos.

<p>Socios clave</p> <p>¿Quiénes pueden ayudarnos a impulsar nuestro negocio?</p> <p>¿Cómo podemos conseguir nuevos socios?</p> 	<p>Actividades clave</p> <p>¿Qué debemos realizar para que el negocio funcione?</p> <p>¿Cuáles son las actividades base de nuestro negocio?</p>  <p>Recursos clave</p> <p>Recursos físicos</p> <p>Recursos humanos</p> <p>Recursos intelectuales</p> 	<p>Propuesta de valor</p>  <p>¿Qué valor damos a nuestros clientes?</p> <p>¿Qué tipos de problemas resolvemos?</p> <p>¿Qué necesidades satisfacemos?</p> <p>¿Por qué elegir nuestro producto entre otros similares?</p>	<p>Relación con clientes</p>  <p>¿Qué hacer para crear una relación más profunda con los clientes?</p> <p>¿Qué hacer para que los clientes quieran regresar?</p> <p>Canales</p> <p>¿Cómo contactamos con los clientes?</p> 	<p>Segmento de clientes</p>   <p>¿Para quién creamos valor?</p> <p>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>¿Qué gastos genera nuestro negocio?</p> <p>¿Cuáles son los gastos más altos de nuestro negocio?</p> 		<p>Flujo de ingresos</p>  <p>¿Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes?</p> <p>¿Deberíamos poner publicidad en la app?</p> <p>¿Métodos de pago?</p> 		

Socios clave:

12.1

¿Quiénes pueden ayudarnos a impulsar nuestro negocio?

Nos ayudarán distintas personas con influencia en redes, además de anuncios publicitarios para darnos a conocer.

También influirá la profesionalidad de nuestros empleados, lo que dará una buena imagen de la empresa a los clientes.

¿Cómo podemos conseguir nuevos socios?

A través de colaboraciones con otras empresas del sector (de momento sólo se podría con TherapyChat).

Con las opiniones de los usuarios que hayan utilizado la aplicación.

Actividades clave:

¿Qué debemos realizar para que el negocio funcione?

Cumplir nuestros objetivos, como por ejemplo que nuestros clientes salgan mejor de nuestras sesiones (mentalmente).

¿Cuáles son las actividades base de nuestro negocio?

Las terapias a personas con distintos problemas mentales, las mini excursiones con otros clientes y psicólogos...

Recursos clave:

Recursos físicos:

Ordenadores donde realizar el mantenimiento de la app (y errores), las sedes como tal (donde se gestiona todo)...

Recursos humanos:

Los empleados, quienes se encargan principalmente del sector tecnológico de la empresa.

Recursos intelectuales:

13.1

La cualificación de nuestros empleados, que debe ser bastante grande.

Estructura de costos:

¿Qué gastos genera nuestro negocio?

El gasto de luz, gas y distintos tipos de energía que utilizaremos en nuestra sede, además de todos los salarios de nuestros empleados e impuestos que debemos de pagar.

¿Cuáles son los gastos más altos de nuestro negocio?

Los gastos más elevados de nuestra empresa son los salarios de nuestros empleados, además del mantenimiento de la aplicación, ya que supone un gasto de energía.

Propuesta de valor:

¿Qué valor damos a nuestros clientes?

El máximo, puesto que son la clave para que la app prospere y funcione. Además, cada vez parece haber más y más clientes ya que la sociedad está peor mentalmente.

¿Qué tipos de problemas resolvemos?

Resolvemos los problemas y necesidades de los clientes, los cuales acuden a nuestra app para ello.

¿Qué necesidades satisfacemos?

Satisfacemos la necesidad de poder vivir de una manera tranquila, teniendo una buena salud mental.

¿Por qué elegir nuestro producto entre otros similares?

Porque somos los que hacen un servicio único frente a los competidores (y de mejor calidad, con menor coste para el cliente).

Relación con clientes:

¿Qué hacer para crear una relación más profunda con nuestros clientes?

- 14.1 Además de tener un trato cercano con los clientes, nuestra empresa también realizará excursiones, de esta forma nuestros clientes podrán ver que no están solos y que van a conseguir vivir de una manera mejor y más tranquila.

¿Qué hacer para que los clientes quieran regresar?

Dotándoles de una experiencia satisfactoria y acogedora.

Canales:

¿Cómo contactamos con los clientes?

A través de sus correos electrónicos, los cuales tenemos cuando ellos se registran en la app.

Flujo de ingresos:

¿Deberíamos poner publicidad en la app?

Sí, pero con cautela y acerca de temas que no sean banales.

¿Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes?

Están dispuestos a pagar precios razonables ya que se encarga de problemas de salud, el único problema es que esto depende de la situación económica de cada uno, pues la necesidad de cuidar la salud mental no está tan interiorizada

¿Métodos de pago?

- 14.2 Cualquier método de pago que hoy en día se utiliza.

Segmento de clientes:

¿Para quién creamos valor?

Para toda la sociedad en general.

¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Todas las personas que necesiten ayuda psicológica.

6. APARTADO 6

- ¿Se han originado más ideas y oportunidades para vuestro proyecto que si no hubierais realizado el lienzo?

Sí, porque al realizar el modelo de negocio sobre el Canvas se profundiza en cada aspecto del mismo.

En la siguiente entrega del plan de empresa, se nos han ocurrido más ideas que implementar en el proyecto, ya que el objetivo del Canvas es hacer que la empresa cree y capte valor y se ofrezca a los clientes.

- ¿Qué ideas utilizaréis y cuáles desecharéis en cada apartado?

Resumidamente, utilizaremos ideas como la de llevar a clientes y profesionales a una escapada para tratar los problemas en un entorno más natural y donde los psicólogos hagan que entre ellos interactúen y no se sienten solos.

Otra idea que tenemos es la de hacer terapias por parejas donde sean dos clientes (físicamente o mentalmente) quienes se intenten ayudar entre sí. Al final de la sesión, el psicólogo en cuestión les preguntaría qué tal les ha ido, para también ver cómo reaccionan sus clientes con otras personas (en lo que a problemas mentales se refiere).

Índice de comentarios

- 6.1 En este apartado sería interesante que reflexionaseis sobre los factores socioculturales, por ejemplo, sobre si la salud mental va dejando de ser un tabú y las personas asumen responsabilidad o si, por el contrario, es un tema que no se trata. También sobre la incidencia de problemas psicológicos y a cuántas personas afecta. ¿Hay datos?
- 6.2 ¿Y protección de datos y comercio electrónico? ¿Os afectan? ¿Hay alguna norma que conozcáis que pueda suponer un límite en la comercialización de la app?
- 6.3 ¿Existe algún dato o estadística sobre la cantidad de gente que realiza psicoterapia?
- 6.4 ¿Cuáles son?
- 7.1 ¿Y los familiares y amigos del comprador? ¿Pueden recomendar o animar a la persona a realizar algún tipo de terapia?
- 7.2 ¿Y los profesionales (psicólogos y psiquiatras)? ¿Dónde los "fichais"?
- 9.1 ¿Deberíais aseguráros de que los profesionales que proporcionan terapia son titulados? ¿Deben estar inscritos en algún colegio profesional? ¿La app almacenará datos médicos? ¿Tenéis alguna obligación en materia de protección de datos personales?
- 12.1 ¿Existe la posibilidad de firmar algún acuerdo con, en su caso, el colegio profesional correspondiente? ¿Existen asociaciones de psicólogos con las que podáis trabajar?
- 13.1 ¿Y vuestra capacidad para programar, desarrollar, mejorar y mantener la app?
- 14.1 ¿Tendréis descuentos? ¿Programas de puntos?
- 14.2 ¿Incluido el pago en metálico?